جامعة محمد بوضياف ـ المسيلة ـ
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدماتية
ـ دراسة حالة لمديرية الحماية المدنية بولاية المسيلة ـ

مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

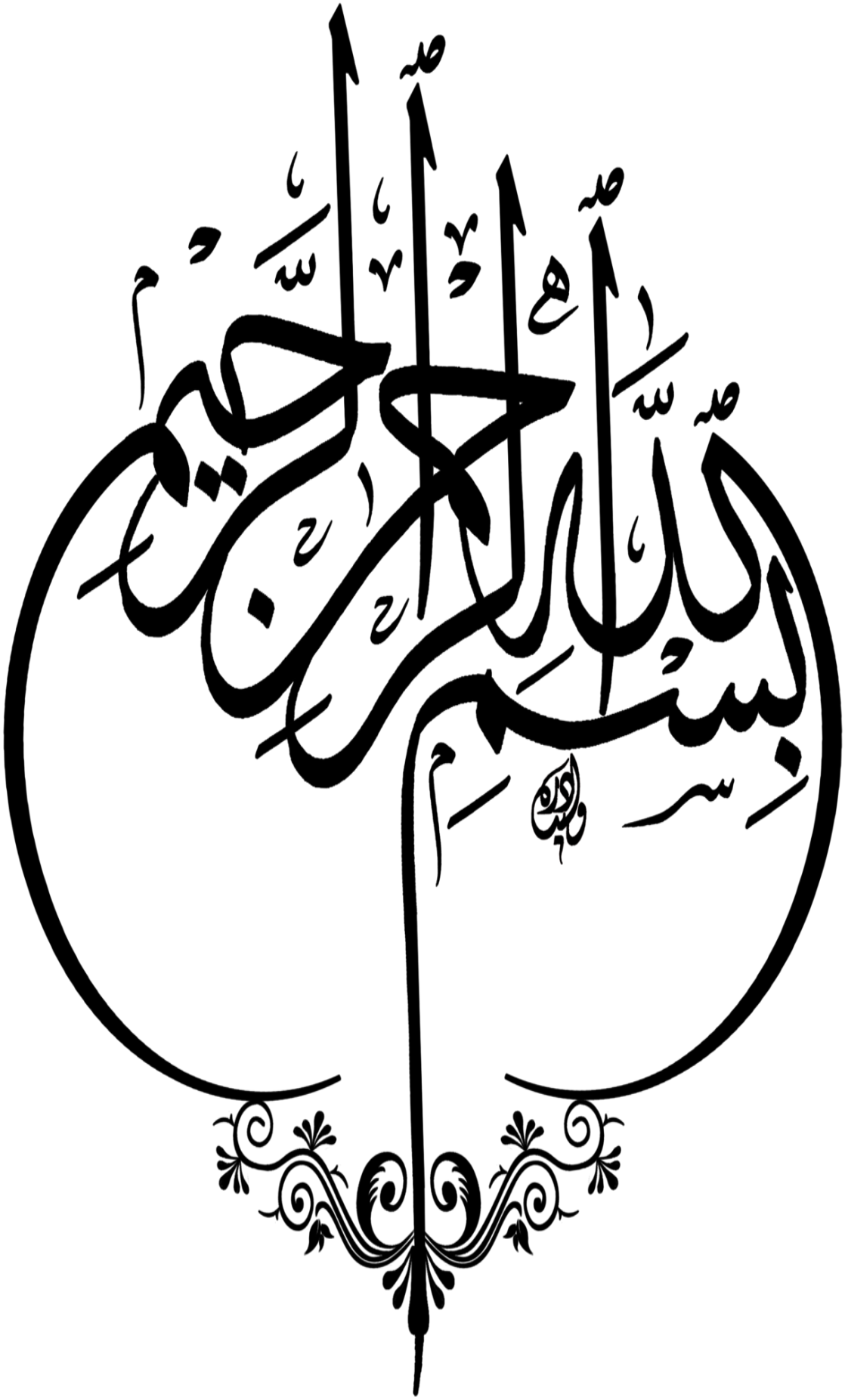
من إعداد الطلبة

- داود ياسمين
- طاهري زينب قسيمة
- زرقين سمية

إشراف الأستاذة

باجي سهام

السنة الجامعية: 2019-2020

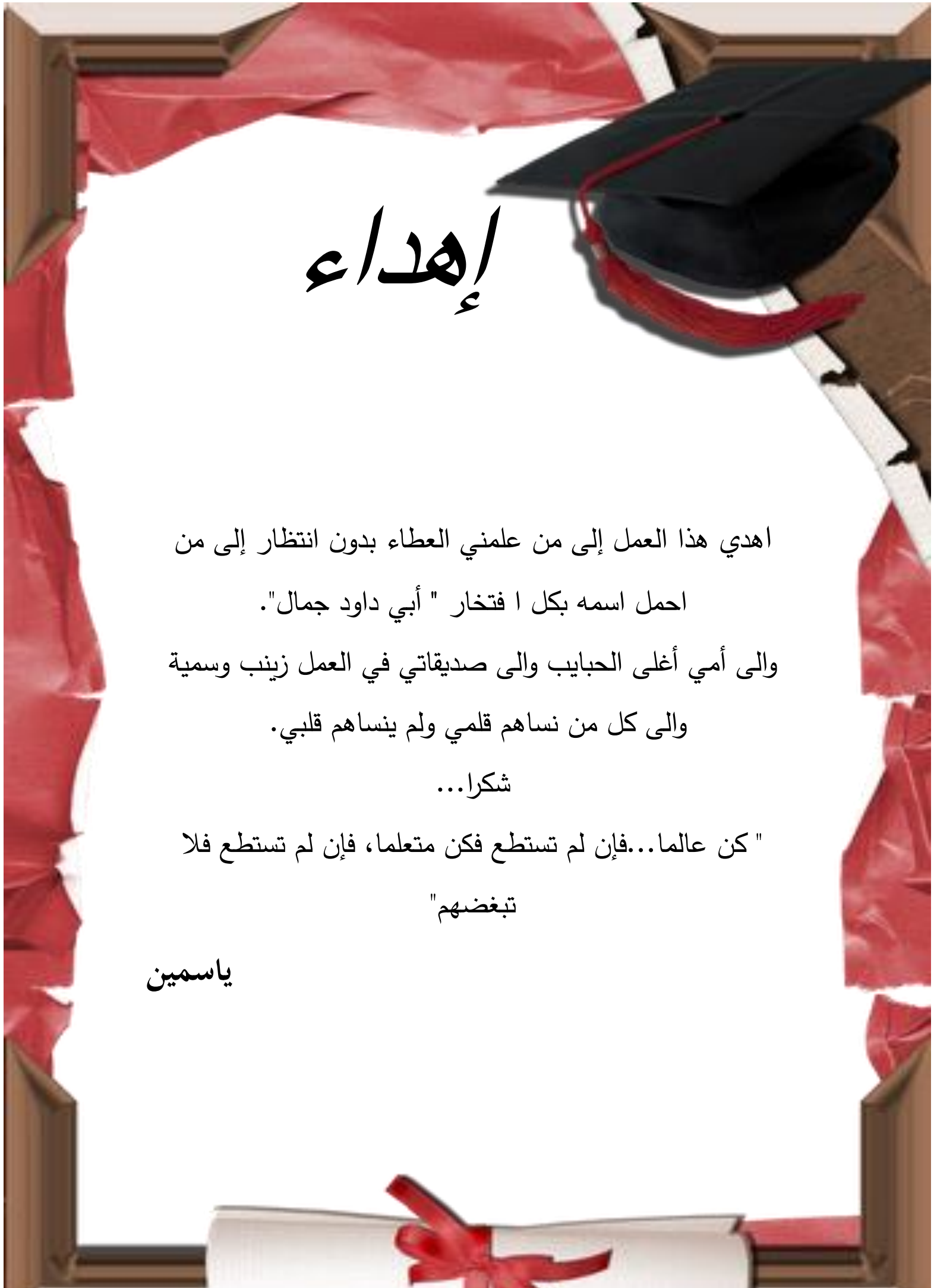

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

الحمد والشكر لله عزوجل أولا وأخيرا على ما قدر من التيسير ويسر من التقدير لإنجاز هذا العمل المتواضع فالحمد لله رب العالمين.

نتقدم بالشكر والعرفان وبالغ امتناننا لأستاذتنا المشرفة " **باجي سهام** " التي لم تبخل علينا بالمعلومات ونصائح القيمة ومساعدتها لنا طيلة انجاز هذه المذكرة وكذلك نخص بالشكر أعوان مديرية الحماية المدنية لولاية المسيلة على رأسهم "**بلال نعيجي**" المكلف بالإعلام في المؤسسة الذين قدموا لنا يد المساعدة وزودونا بالمعلومات اللازمة لإتمام هذه الدراسة.

كما نتقدم بالشكر لكافة هيئة التدريس بقسم علوم الإعلام والاتصال.



إهداء

اهدي هذا العمل إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من احمل اسمه بكل ا فتخار " أبي داود جمال".

والى أمي أغلى الحبايب والى صديقاتي في العمل زينب وسمية

والى كل من نساهم قلمي ولم ينساهم قلبي.

شكرا...

" كن عالما...فإن لم تستطع فكن متعلما، فإن لم تستطع فلا تبغضهم"

ياسمين

إهداء

اهدي هذا العمل إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من احمل اسمه بكل ا فتخار " أبي طاهري بسنوسي".

والى أمي أغلى الحبايب والى صديقاتي في العمل ياسمين وسمية

والى كل من نساهم قلمي ولم ينساهم قلبي.

شكرا...

" كن عالما...فإن لم تستطع فكن متعلما، فإن لم تستطع فلا تبغضهم"

زينب قسيمة

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

شكر وتقدير

إهداء

فهرس المحتويات ..... II-I

فهرس الجداول..... III

فهرس الأشكال..... IV

مقدمة..... **أ- ب**

الفصل الأول: الإطار المنهجي

1- الإشكالية **06**

2.التساؤلات الفرعية..... **06**

3.أسباب اختيار الموضوع..... **07**

4.أهداف الدراسة:..... **07**

5.أهمية الدراسة: **08**

6. منهج الدراسة: **08**

7. أدوات جمع البيانات: **08**

8. مجتمع البحث وعينته:..... **09**

أ . مجتمع البحث:..... **10**

ب . عينة البحث:..... **10**

9.تحديد المفاهيم:..... **10**

10. الدراسات السابقة: **12**

الفصل الثاني: الاتصال الخارجي والمؤسسة الخدماتية

المبحث الأول: الاتصال الخارجي..... **17**

أولا . ماهية الاتصال الخارجي **17**

ثانيا. الاتصال الخارجي: وظائفه . أهدافه . أهميته..... **19**

ثالثا. وسائل الاتصال الخارجي وعوائقه..... 22
المبحث الثاني: المؤسسة الخدماتية 28
أولا. ماهية المؤسسة الخدماتية 28
ثانيا: وظائف المؤسسة الخدماتية وتطورها 30

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

المبحث الأول: مؤسسة الحماية المدنية بالمسيلة..... 33
أولا- تعريف الحماية المدنية 33
ثانيا- مهام الحماية المدنية..... 33
ثالثا- لمحة تاريخية وجغرافية وديمغرافية للمؤسسة..... 33
رابعا-هيكلة مصالح الحماية المدنية على مستوى ولاية المسيلة..... 34
المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لنتائج..... 36
خاتمة:..... 51
قائمة المراجع: 53
الملاحق..... 57

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع العينة وفق متغير الجنس	36
02	يبين توزيع العينة وفق متغير السن	36
03	يبين توزيع العينة وفق متغير المستوى التعليمي	37
04	يبين توزيع العينة وفق متغير الخبرة المهنية	37
05	يمثل معنى الاتصال الخارجي لأفراد العينة	38
06	يوضح تقييم اعتماد المؤسسة على الاتصال الخارجي	39
07	يبين موقع الاتصال الخارجي في المؤسسة	39
08	يبين أهمية الاتصال الخارجي بالنسبة للمؤسسة	40
09	يوضح مدى توفر خلية الاتصال على الإمكانيات المادية لتحقيق الاتصال الخارجي	40
10	يبين تأثير الاتصال الخارجي أهداف المؤسسة	41
11	يبين اهتمام خلية الاتصال بإيصال القرارات إلى المحيط الخارجي	41
12	يبين هدف خلية الاتصال بالمؤسسة	42
13	يبين أكثر وسيلة تعتمد عليها المؤسسة في الاتصال الخارجي	42
14	يبين الأساليب المستخدمة في خلية الاتصال للاتصال الخارجي	43
15	يبين أكثر الوسائل المستخدمة من طرف خلية الاتصال	43
16	يبين علاقة وسائل الإعلام بخلية الاتصال	44
17	يبين الوسائل التكنولوجية التي تلجأ إليها خلية الاتصال	45
18	يبين وجود مشاكل تعيق الاتصال الخارجي	45
19	يوضح أهم المشاكل التي تواجهها خلية الاتصال	46

فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	يوضح مصالح مديرية لحماية المدنية لولاية المسيلة	35
02	يبين توزيع العينة وفق متغير المستوى التعليمي	37
03	يمثل توزيع العينة وفق متغير الخبرة المهنية	38
04	يبين أكثر وسيلة تعتمد عليها المؤسسة في الاتصال الخارجي	43
05	يبين أكثر الوسائل الإعلامية في خلية الاتصال	44
06	يبين علاقة وسائل الإعلام في خلية الاتصال	45
07	يبين أهم المشاكل التي تواجهها الخلية	47

المقدمة

المقدمة

يعد الاتصال حلقة وصل بين كافة الاطارت الاجتماعية وفي كافة ميادين الحياة العامة والخاصة، ولا يمكن أن يستغني عنه الفرد فهو جزء لا يتجزأ منه لأنه يتفاعل مع غيره من خلال وسائل الاتصال المتعددة للتعبير عن مختلف آرائه وانتماءاته وأفكاره، فالاتصال عملية ديناميكية تمس كل قطاعات المجتمع, تتمثل في نقل واستقبال المعلومات والفهم من شخص إلى أخر أو من جماعة إلى أخرى وان مكونات تلك العملية تتغير من حيث الزمان والمكان وتتغير في المجالات والمواقف والتي تستطيع بالضرورة استخدام أساليب مختلفة في الاتصال تبعا لاختلاف عملية الاتصال.

ويعد الاتصال الخارجي أحد مجالات للإدارة الحديثة نظرا لدوره الفعال في المؤسسة فهو أيضا واجهة بالغة الأهمية تعتمد عليها المؤسسات عامة والمؤسسات الخدماتية على وجه التحديد من اجل التواصل مع محيطها الخارجي، وذلك بالاعتماد على وسائله المتعددة وأنواعه والتطبيق الفعال لها وذلك لتحقيق أهدافها.

ولذلك سنتناول في دراستنا واقع الاتصال الخارجي في مديرية الحماية المدنية لولاية المسيلة وتحقيقا لهذا فقد اعتمدنا على خطة مقسمة إلى ثلاث فصول كالتالي:

الفصل الأول: بعنوان **الإطار المنهجي** وقد اختص بطرح الإشكالية وعدد من التساؤلات الفرعية، أسباب اختيار الموضوع وأهدافه وأهميته، المنهج المعتمد وأدوات جمع البيانات ومجتمع البحث وعينته وتحديد المفاهيم المتداولة في البحث إضافة إلى الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: الإطار النظري بعنوان **الاتصال الخارجي والمؤسسة الخدماتية**، حيث قسم إلى مبحثين **المبحث الأول** تحت عنوان الاتصال الخارجي، اشتمل على تعريفه، خصائصه، أنواعه وظائفه، أهدافه، أهميته، وسائله وعوائقه. **المبحث الثاني:** تحت عنوان المؤسسة الخدماتية، اختص في تعريفها، خصائصها، عناصرها، وظائفها، مراحل تطورها.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي حيث قسم إلى مبحثين، **المبحث الأول:** مؤسسة الحماية المدنية تضمن تعريفها، مهامها، لمحة لها، التنظيم الإداري، هيكلة مصالحها. **المبحث الثاني:** تناول عرض نتائج الدراسة وتحليلها، وتأتي **الخاتمة** في نهاية البحث لتلخص إلى أهم ما توصلت إليه الدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

1- الإشكالية

يعتبر الاتصال ميزة من ميزات المجتمعات الحديثة ورمزا من رموز التطور والتقدم الحضاري ويعد وسيلة يمكن بواسطتها توحيد الجهود الجماعية في إي مؤسسة، حيث أن نقل المعلومات من شخص لآخر أمر ضروري جدا من أجل تحقيق الأهداف المطلوبة بها، فالاتصال يعتبر من أهم وابرز النشاطات التي تتحكم في تسيير المؤسسات بمختلف أنواعها وأشكالها، ويتم هذا عن طريق تبادل الرسائل في شكل معلومات وآراء وأفكار ومشاعر عبر مختلف الوسائل الاتصالية سواء كان الاتصال داخلي بين مختلف الأفراد و العاملين أو كان الاتصال خارجي قائم بين المؤسسة.

حيث يعتبر هذا الأخير أساس العلاقات الخارجية للمؤسسة فهو حلقة وصل وأسلوب ربط بين المؤسسة والجمهور المحيط بها داخل المجتمع، فنجد المؤسسات بمختلف أنواعها سواء عمومية أو خدماتية. ونخصص الخدماتية منها والتي تهتم بالاتصال الخارجي لكونها ذات طابع اجتماعي، فالمؤسسة الخدماتية الجزائرية هيكل منظم يضم مجموعة من المصالح والأقسام التي تسعى لكي يستفيد الزبون من مختلف الخدمات المقدمة له، مما يجعلها تعمل على توسيع نطاق علاقتها مع الجماهير المختلفة وذلك لكسب اكبر قدر ممكن من الزبائن والمتعاملين مع هذه المؤسسة، مما يفتح لها المجال للاطلاع على جميع رغبات الجماهير وبذلك تقدم خدماتها بأعلى جودة، وهذا الهدف يسعى لتحقيقه جميع المؤسسات الخدماتية بكل أنواعها سواء كانت مؤسسة خدماتية خاصة أو عامة.

ومديرية الحماية المدنية لولاية المسيلة كمؤسسة خدماتية عمومية تقدم العديد من الخدمات بشكل دائم وواسع لمختلف الأفراد، وأيضا هي مرفق مكلف بحماية ووقاية الأشخاص والممتلكات في من مختلف الأخطار، وعليه فلهذه المؤسسة أهمية كبيرة في شتى مجالات الحياة ومنه تتلخص إشكالية دراساتنا في التساؤل الرئيسي الآتي: **ما هو واقع الاتصال الخارجي في مديرية الحماية المدنية لولاية المسيلة؟**

2.التساؤلات الفرعية

- ما دور الاتصال الخارجي في مؤسسة الحماية المدنية بالمسيلة؟
- فيما تتمثل تقنيات أو وسائل الاتصال الخارجي في مؤسسة الحماية المدنية بالمسيلة؟

- ما هي عوائق الاتصال الخارجي في مؤسسة الحماية المدنية؟

3.أسباب اختيار الموضوع

إن إقبال الباحث على دراسة موضوع يكون ناتجا عن رغبته في الوصول إلى النتائج المرادة والتي تكون في البداية مبهمة وغامضة، ومن الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار الموضوع هي:

الأسباب الموضوعية:

- إثراء البحث العلمي بدراسة حول مؤسسة الحماية المدنية والتعرف على ميكانيزمات الاتصال الخارجي لها
- نظرا لأهمية الاتصال الخارجي للمؤسسات دفع بنا إلى الاهتمام أكثر بهذا الموضوع
- الدور الكبير للاتصال الخارجي في تنمية المؤسسات الخدماتية

الأسباب الذاتية:

- كوننا طلبة في قسم علوم الإعلام والاتصال ارتأيننا أن نعرض موضوع الاتصال الخارجي بمؤسسة الحماية المدنية
- الميل للاكتشاف مؤسسة الحماية المدنية
- معرفة الدور الأساسي الذي يلعبه الاتصال الخارجي في المؤسسة

4.أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف هذه الدراسة في:

- معرفة دور الاتصال الخارجي في مؤسسة الحماية المدنية
- تسليط الضوء على وسائل الاتصال الخارجي في المؤسسة
- التعرف على معوقات الاتصال الخارجي في المؤسسة

5.أهمية الدراسة:

لكل دراسة أهمية سواء من الناحية العلمية أو العملية، وبالنسبة لدراستنا فتكمن أهميتها في الموضوع نفسه لوجود أهمية كبيرة للاتصال الخارجي في المؤسسات الخدماتية، حيث ترمي

هذه الدراسة إلى معرفة فائدة استخدام الاتصال الخارجي في مؤسسة الحماية المدنية وأيضا فتح المجال للدارسين أو الباحثين للاطلاع على الموضوع وتطويره مستقبلا، أو تناوله من زاوية أخرى إضافة إلى إثراء المكتبة الجامعية بهذه الدراسة.

6. منهج الدراسة:

المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة وان العلم الذي يبحث في هذه الطرق هو علم مناهج البحث.[1]

وبما أن دراستنا تتمحور حول الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدماتية بمؤسسة الحماية المدنية بولاية المسيلة، فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية في بحوث الاتصال والتي تقوم على تفسير الوضع العام للمشكلة وقد تم اختيار منهج الدراسة وفق ما تتطلبه دراستنا، والقيام بجمع المعلومات المتعلقة بالموضوع فتطلب استخدام منهج دراسة حالة.

أسلوب دراسة حالة:casestudy

يقوم هذا الأسلوب على جمع بيانات ومعلومات كثيرة وشاملة عن حالة فردية واحدة أو عدد محدود من الحالات وذلك بهدف الوصول إلى فهم أعمق للظاهرة المدروسة وما يشبهها من ظواهر، حيث تجمع البيانات عن الوضع الحالي للحالة المدروسة وكذلك عن ماضيها وعلاقتها من اجل فهم أعمق وأفضل للمجتمع الذي تمثله.[2]

7. أدوات جمع البيانات:

أدوات جمع البيانات تتعلق بالمنهج المستخدم وبما أننا استخدمنا منهج دراسة حالة فاخترنا في البداية أداة المقابلة للحصول على معلومات مفصلة حول الحالة المدروسة لكن نظرا لظروف الحجر الصحي الناتج عن جائحة كورونا اضطررنا إلى الاكتفاء بأداة الاستبيان التي نشرحها في العنصر التالي:

الاستبيان: هو أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة، مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجري توزيعها على أشخاص معينين

---

(1)- محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي لتصميم المنهج و الاجراءت(ط2، مكتبة النهضة القاهرة، 1987)، ص77.

)- ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه– مناهجه– إجراءاته، الأردن، بيت الأفكار الدولية، د.ت، ص1. **2(**

لتعبئتها[1]. ومن مزايا الاستبيان أنه يعطي فرصة للمبحوث لكي يجيب بحرية ومن عيوبه أنه يحتمل ارتفاع نسبة الخطأ في إجابات بعض المبحوثين.[2]

ولقد تضمن نموذج الاستمارة 21 سؤالا من الأسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة، مقسمة ضمن أربعة محاور كل محور يعبر عن تساؤل، وقد تضمنت الاستمارة ما يلي: البيانات الشخصية الجنس، السن، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية، والبيانات الموضوعية والذي قسمناه إلى ثلاث محاور: **المحور الأول:** تناول دور الاتصال الخارجي في مؤسسة الحماية المدنية ويضم 9 أسئلة **المحور الثاني:** تناول وسائل الاتصال الخارجي في مديرية الحماية المدنية وضم 5 أسئلة **المحور الثالث:** بعنوان صعوبات الاتصال الخارجي بمديرية الحماية المدنية بالمسيلة وضم 3 أسئلة.

8. مجتمع البحث وعينته:

أ . مجتمع البحث:

يقصد بمجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها.[3]فهي تعتبر من أهم المراحل في الدراسة والتي تتطلب الدقة ومجتمع دراستنا هو موظفي الحماية المدنية بالمسيلة.

ب . عينة البحث:

العينة مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة، بحيث تكون ممثلة لمجتمع الدراسة تمثيلا دقيقا.[4]اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية وهي التي اخترناها لما رأيناه من سمات وخصائص تتوفر في المفردات بما يخدم موضوع البحث وعينتنا تمثلت في القائمين بالاتصال الخارجي في مؤسسة الحماية المدنية بالمسيلة ويبلغ حجم العينة 37 مفردة.

ـ ربحي مصطفى عليان، مرجع سابق ، ص90.**(1)**

ـ محمد الغريب عبد الكريم، مرجع سابق، ص114.**(2)**

(3)ـ عبد الغني محمد إسماعيل العمراني، دليل الباحث إلى إعداد البحث العلمي، (ط2: صنعاء، دار الكتاب الجامعي، 2012) ص121.

ـ عبد الغني محمد إسماعيل العمراني، مرجع سابق، ص122**(4)**

9.تحديد المفاهيم:

يعتبر تحديد المفاهيم من الخطوات الضرورية لنجاح أي بحث علمي وخاصة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وهناك عدة مفاهيم في دراستنا وجب تحديدها هي:

1.9 الاتصال

أ . لغة: اتصال كلمة مشتقة من أصل لاتيني communication، وتعني مشترك و في الأصل الانجليزي تعني كلمة Common، أي شائعا ومألوفا.[1]

ب . اصطلاحا: الاتصال عملية يقوم بها الشخص بنقل رسالة تحمل معلومات، أو الآراء، أو الاتجاهات، أو المشاعر إلى الآخرين، لهدف ما، في موقف ما، عن طريق الرموز، بغض النظر عما قد يعترضها من تشويش.[2]

ويذهب سمير حسن إلى أن الاتصال: ((هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذيوع أو الانتشار أو الشيوع لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية، وذلك عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين)).[3]

2.9 الاتصال الخارجي

وأيضا الاتصال الخارجي هو جهود خارج الحدود أي تعمل إدارة العلاقات العامة على توسيع نطاق الاتصال بحيث يوجد نوعان من الامتداد لسمعة المنشأة إلى الخارج سواء في مجال الأعمال المتشابهة لها في نفس الدولة أو لأكثر من دولة.[4]

إجرائيا: الاتصال الخارجي هو عملية تبادل المعلومات والأخبار بين المؤسسة وجمهورها الخارجي.

3.9 المؤسسة:

لغة: حسب قاموس العربي الشامل فالمؤسسة كلمة مشتقة من الفعل أسس –يؤسس–مؤسسة –جمعها مؤسسات تعني جمعية أو شراكة أو معهدة. [2]

ـ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، (ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، عمان، 2015)، ص11.**(1)**

ـ صالح خليل أبو أصبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، ط1، الشروق,1998، ص13.**(2)**

(3)ـ حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (ط2، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2006) ص34.

(4)ـ محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ص49.

اصطلاحا: يعرف كارل ماركس المؤسسة بأنها مفهوم ليبرالي، وبأنها تجمع لعدد كبير من العمال يعملون في نفس الوقت تحت إدارة نفس إدارة المال وفي نفس المكان من أجل إنتاج نفس النوع من السلع.[1]

وأيضا هي تنظيم اقتصادي مستقل، يتكون من وسائل بشرية ومادية، فيما بينها من أجل إنتاج سلع وخدمات موجهة للبيع.[2]

4.9 المؤسسة الخدماتية:

اصطلاحا: وهي كل مؤسسة يتخذ غرضها الأساسي في تقديم خدمة للعميل، ومن الأمثلة مؤسسات تقديم الخدمة المطاعم، المستشفيات، مؤسسات الاتصالات بالإضافة إلى مؤسسات خدماتية أخرى متنوعة مثل: مؤسسة الضمان الاجتماعي.[3]

إجرائيا: هي كيان منظم يضم مجموعة من الموارد البشرية ممثلة في الموظفين، يقدم نشاطا أو عملا لطرف آخر ويكون هذا النشاط غير ملموس ولا ينتج عنه نقل ملكية أو تقديم لسعة مادية وتتمثل المؤسسة الخدمية في الدراسة الحالية في مؤسسة الحماية المدنية بالمسيلة.

10. الدراسات السابقة:

يعتبر البحث العلمي سلسلة مترابطة الأجزاء ولابد على الباحث منها الاستعانة بالبحوث والدراسات التي تناولت نفس الظاهرة التي تم اختيارها كموضوع للبحث وعليه تعرف بأنها "كل الأبحاث والدراسات والأبحاث والأطروحات والرسائل الجامعية التي تناولت نفس الظاهرة التي تناولها الباحث".[4] ومن بين هذه الدراسات التي تناولت دراستنا:

الدراسة الأولى:

دراسة الزهرة نويوة، الخنساء شريفي،(2016-2017) فعالية الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، حيث تمحورت مشكلة البحث حول **مامدى فعالية**

---

(1)- ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة للطلبة الجامعيين، الجزائر: دار المحمدية العامة للنشر والتوزيع، 2005، ص9

(2)إلياسبن ساسي ويوسف قريش، التسيير المالي الإدارة المالية، ط1، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع,2011، ص20.

(3) أحمد بن عيشاوي، " إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدماتية"، مجلة الباحث، (العدد4)، جامعة قاصد مرباح، ورقلة، 2006، ص8.

(4)- زردوبة يوسف و قذيفة صدام حسين، "تأثير الاتصال التسويقي على جمهور المؤسسة الخدماتية"، (مذكرة لنيل شهادة ليسانس)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة المسيلة 2018 . 2019، ص21.

الاتصال الخارجي في مؤسسة الخدماتية اتصالات الجزائر بالمسيلة؟ حيث تهدف هذه الدراسة إلى دراسة المتعمقة للاتصال الخارجي، وكذلك تهدف إلى المساهمة في تسليط الضوء على موضوع فعالية الاتصال الخارجي في المؤسسات الخدماتية ولبلوغ أهداف هذه الدراسة قامت الباحثة بتصميم استمارة لجمع المعلومات اللازمة والإجابة على تساؤلات الدارسة التي احتوتها الاستمارة وفقا لما يلي الجزء الأول: يحتوي على البيانات الشخصية والجزء الثاني: يحتوي على أربعة محاور (دور الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة، وسائل الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر، آليات وسبل تحسين الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر، صعوبات الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر) كما اعتمدت على منهج دراسة حالة وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية: للاتصال الخارجي فعالية كبيرة في زيادة العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي بنسبة 83%، وتبين ذلك من خلال أهمية والدور الذي يلعبه في تحقيق شهرة للمؤسسة وتكوين صورة ايجابية عنها، وتقديم المعلومات التي يرغب الجمهور في معرفتها.

التعقيب على الدراسة: كانت هذه الدراسة بمثابة الانطلاقة الصحيحة إن صح التعبير، بالنسبة إلى الدراسة الحالية حيث إن هذه الدراسة السابقة أخذت في بعض مؤشراتها عنصر الاتصال الخارجي الذي يعتبر المتغير الرئيسي، في دراستي الحالية وأيضا متغير المؤسسة الخدماتية فقد ساعدتني هذه الدراسة في عدة جوان، الجانب النظري في إعداد خطة الدراسة إضافة إلى التشابه في المنهج المستخدم – منهج دراسة حالة – وأيضا العينة ونوعها.

الدراسة الثانية:

دراسة دفاف شعبان (2018-2019) بعنوان دور الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية –دراسة حالة بريد الجزائر لولاية برج بوعريرج، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر وتهدف الدراسة إلى معرفة دور الاتصال الخارجي بمؤسسة بريد الجزائر ببرج بوعريرج، حيث تمحورت مشكلة الدراسة حول **ما هو دور الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية لمؤسسة البريد لولاية برج بوعريرج؟** من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من الجمهور بالمؤسسة، ولبلوغ أهداف الدراسة قام الباحث بتصميم الاستمارة وفقا لما يلي الجزء الأول: يحتوي على البيانات الشخصية والجزء الثاني: يحتوي على أربعة محاور، المحور الأول: أساليب الناجحة في الاتصال الخارجي بين المؤسسة والجمهور، المحور الثاني: نسبة

رضا المحققة من بريد الجزائر آليات وسبل تحسينها للزبون، المحور الثالث: عوائق الاتصال الخارجي في المؤسسة بريد الجزائر، المحور الرابع تقييم الخدمات التي يقدمها البريد للجمهور، واعتمد الباحث على استخدام أسلوب العينة القصدية، والمنهج الوصفي التحليلي، وبلغ عدد الاستبيانات الموزعة 50استمارة استبيان على إفراد العينة وهم زبائن مؤسسة بريد الجزائر ببرج بوعريرج وتلخصت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي: للاتصال الخارجي دور كبير في زيادة العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي، وتبين ذلك من خلال أهميته والدور الذي يلعبه في تحقيق شهرة للمؤسسة وتكوين صورة ايجابية عنها، وتقديم المعلومات التي يرغب الجمهور الخارجي في معرفتها والاشباعات التي حققتها في مؤسسة بريد الجزائر.

التعقيب على الدراسة: تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا من خلال المتغير الرئيسي والذي هو الاتصال الخارجي، مما ساعدنا في إعداد الإطار النظري للدراسة واعتمدنا على هذه الدراسة في الجانب المنهجي من خلال استخدام نفس الأداة لجمع البيانات أي (الاستمارة)، وكذلك العينة تتشابه وهذه الدراسة السابقة ألا وهي العينة القصدية ويكمن الاختلاف مع هذه الدراسة في نوع المؤسسة، والمنهج المعتمد.

الدراسة الثالثة:

دراسة أحلام كحلوش (2015-2016) بعنوان دور الاتصال التنظيمي في تسيير المؤسسات الخدماتية الجزائرية –دراسة ميدانية ببلدية أم البواقي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، وتهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن نمط الاتصال التنظيمي السائد في المؤسسة وأيضا للتعرف على وسائل الاتصال المستخدمة في تسيير مهام المؤسسة، والتساؤل الرئيسي في هذه الدراسة هو **ما هو دور الاتصال التنظيمي في تسيير نشاطات بلدية أم البواقي؟** وقد تضمنت هذه الدراسة ثلاثة جوانب: الجانب المنهجي، الجانب النظري، الجانب التطبيقي، واعتمدت الباحثة على خطوات المنهج الوصفي ونظرا لضخامة مجتمع البحث اعتمدت الباحثة أيضا على منهج المسح بالعينة وذلك بالاعتماد على العينة العشوائية، حيث بلغ عدد إفراد العينة 120 مبحوث ولجمع معلومات أكثر عن الموضوع الدراسة استعانت بأدوات جمع البيانات والتي هي استمارة استبيان والتي تضمنت 24 سؤال موزعة على 4 محاور وتوصلت الباحثة إلى النتائج التالية: وجود وسائل اتصال شفوية ومكتوبة

داخل المؤسسة تضمن تدفق المعلومات الضرورية للعمال داخل المؤسسة كما توصلت إلى إن الاتصال التنظيمي يعمل على تقوية العلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة وإن للاتصال التنظيمي دور فعال في نجاح العمليات الإدارية من تخطيط وتنظيم وتنسيق ورقابة، وهذا ما يضمن استمرار وبقاء المؤسسة.

التعقيب على الدراسة: تمت الاستعانة بهذه الدراسة في الإطار النظري المتمثل في المؤسسة الخدماتية وكذا استعنت بها في متغير الاتصال الخارجي بجزء بسيط.

الدراسة الرابعة:

دراسة إلهام بن فردي وسهيلة بلبزوخ، (2014-2015) بعنوان دور الإعلان في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدماتية لدى جمهورها الخارجي دراسة ميدانية لمؤسسة الضمان الاجتماعي لولاية أم البواقي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر حيث جاءت إشكالية البحث كالتالي: **أين يكمن دور الإعلان في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدماتية لدى الجمهور الخارجي؟** إذ تعالج هذه الدراسة صورة المؤسسة الخدماتية ومدى مساهمة الإعلان في تحسينها، إذ كلما كان الإعلان ناجحا وفعالا ساهم في تشكيل صورة ذهنية ايجابية للمؤسسة، وكذا حسن اختيار الوسيلة والمضمون. حيث اعتمدت الباحثتان في هذه الدراسة على المنهج الوصفي ومنهج المسح الميداني للحصول على وصف كامل ودقيق لموضوع البحث كما تم توظيف أو استخدام الأسلوب الإحصائي لاستخلاص النتائج، وكأداة لجمع البيانات اعتمدت الباحثتان على الاستبيان أما بالنسبة العينة فتمثلت في العينة القصدية وتوصل الباحثتان إلى أن مؤسسة الضمان الاجتماعي لولاية أم البواقي تعتمد أكثر على المطبوعات كوسيلة إعلانية واستطاعت من خلالها كسب ثقة جماهيرها الخارجية.

التعقيب على الدراسة: قمنا بالاستفادة من هذه الدراسة السابقة، أولا من ناحية الإطار المنهجي من خلال اختيار العينة والتي كانت تتشابه مع العينة المختارة في دراستنا (العينة القصدية)، إضافة إلى الاستعانة في اختيار أداة جمع البيانات التي تتوافق ودراستنا أما بالنسبة للجانب النظري فستقدنا من هذه الدراسة السابقة في متغير المؤسسة الخدماتية من خلال تنظيم الخطة.

الفصل الثاني

الإطار النظري

المبحث الأول: الاتصال الخارجي

أولا . ماهية الاتصال الخارجي

1. تعريف الاتصال الخارجي: هو جهود الإدارة خارج حدود المنشأة" بمعنى أن الإدارة تعمل على توسيع نطاق الاتصالات بحيث يوجد نوع من الامتداد للسمعة الطيبة للمؤسسة في المحيط الخارجي".[1]

الاتصال الخارجي هو عملية اجتماعية ذات أهداف محددة تقوم باه المؤسسة بهدف حسين علاقاتها مع زبائنها وتحسين علاقاتها مع زبائنها وتحسين صورتها ومكانتها في السوق وإضافة إلى مسبق ذكره نجد أن الاتصال الخارجي يعتمد كذلك على رغبات وحاجات الجمهور بالرجوع إليه وتلقي المعلومات منه ولذلك على المؤسسة القيام باءجراءات تمكنها من المحافظة على رضا وتأييد الجمهور عن طريق النشاط الإعلامي المتخصص إلى كسب هذا الرضا [2]

2. أنواع الاتصال الخارجي

هناك ثلاثة أنواع للاتصال الخارجي وهي كالآتي:

الاتصال المؤسساتي: La communication institutionnelle

ويعرفه Jean Michel Ultra الاتصال المؤسساتي يشير إلى كل العمليات الاتصالية تهدف إلى تطوير شهرة المؤسسة وتحسين صورتها [3]يعد الاتصال المؤسساتي هو العملية التي تهدف إلى توصيل البيانات والمعلومات على شكل حقائق بين أقسام المؤسسات المختلفة في مختلف اتجاهات الاتصال الهابط والصاعد والأفقي.[4]وكما عرفه "ولصادا فاكس" بمجموع العلاقات الشاملة لكل مجالات التفاعل التنظيمي والتي تتم في شكل تعبير رسمي ومقصود

---

(1)ـ أحمد محمد المصري، الإدارة الحديثة، الإسكندرية، مؤسسة الجامعة، 2000، ص139

(2)ـ مصطفى حجازي، الاتصال الفعال والعلاقات الإنسانية الإدارية، لبنان، 1982، ص52

(3)ـ محمد ناجي الجوهر، وسائل الاتصال والعلاقات العامة، ط1، عمان، 2000، ص15.

(4)ـ بوماسي سوسن وآخرون، دور الاتصال الخارجي في تحسين صورة السياحة العلاجية"، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الليسانس)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8ماي 1945، قالمة، 2014-2015، ص34.

للمؤسسة بصفتها القائمة بعملية الاتصال، وذلك بإدماج كل الوسائل التي بحوزتها بغية تسهيل عملها الداخلي، وتيسير تكوين صورة عمومية معينة وطلبات محيطها.[1]

الاتصال التجاري: La communication commercial

وهو يشير إلى العمليات التي تستهدف مباشرة المستهلكين من أجل ترقية المنتج، وتحدد أهداف الاتصال الخارجي انطلاقا من أهداف التسويق، الذي يشمل التوزيع، الإعلان، الإنتاج، وأبحاث السوق.[2]وأيضا هو نوع من الاتصال الذي تلجأ إليه المؤسسة، وهو عبارة عن تطبيق ميداني لمختلف تقنيات الاتصال المؤسساتي، ويعرف الاتصال التجاري أنه مجموع المعلومات الموجه من طرف المؤسسة لجلب انتباه زبائنها من أجل جعلهم يتعرفون على هويتها، نشاطها، ماركاتها والإقناع بشراء منتجاتها أو استعمال خدماتها.[3]

الاتصال الاجتماعي: La communication Social

يعتبر هذا الاتصال نوعا من أنواع الاتصالات الخارجية من منطلق أنه علم نقل لفكرة من طرف أول إلى طرف ثاني، وله القدرة كذلك على توسيع المعلومات وإثارة وتحسين الرأي العام حول الحقيقة وتغيير السلوك المضاد لصالح العام.[4]والاتصال الاجتماعي هو ذلك الإجراء الذي يتم به تبادل الفهم بين الكائنات البشرية، وقد عرفه "ميشال بونقراند" بأنها الحصول على تعديل السلوك والمواقف كل فرد أو جماعة أو منظمة، أما ولبشرام فهو يعرفه بأنه: تقنية إستراتجية ونشاط يفرض نفسه علينا شئنا أم أبينا فنحن مجبرين على تطبيقه إذا أنه جزء لا يتجزأ من وجودنا ،كما يتم اللجوء إليه كلما دعت الحاجة إلى البحث عن التغيير، وتنمية القيم الإنسانية ومكافحة الأمراض الاجتماعية.[5] وعلى نطاق la communication Social لا يتم استخدام مصطلح الاتصال الاجتماعي واسع من قبل الآكاديميين أو مسيري المؤسسات، حيث

---

(1)ـ فضيل دليو، اتصال المؤسسة إشهار. علاقات عامة . علاقات مع الصحافة (ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع 2003) ص29.

(2)ـ قادري محمد، "الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية بين النظرية والتطبيق"، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقا يد تلمسان، 2009 . 2010، ص60.

(3)ـ محمد أبو سمرة، الاتصال الإداري والإعلامي، (ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع,2009)، ص58.

(4)ـ محمد أبو سمرة، مرجع نفسه، ص57.

(5)ـ ياسمين بويض، "الاتصال الخارجي في المؤسسات الجزائرية"، مجلة الصورة والاتصال، (العدد02)، ص5.

أننا نجد معظمهم يكتفي بتسميته على أنه الاتصال حول المسؤولية الاجتماعية كما يسمى أيضا الاتصال حول التنمية المستدامة.[1]

ثانيا. الاتصال الخارجي: وظائفه . أهدافه . أهميته

1. وظائف الاتصال الخارجي

كل اتصال خارجي في المؤسسة له وظيفة أو مهمة يؤديها متعلقة أولا بالمؤسسة وثانيا بالجمهور الخارجي الذي تسعى المؤسسة من خلاله إلى تكوين سمعة وصورة ايجابية عنها.

1.1 وظائف الاتصال الخارجي المتعلقة بالمنظمة (المؤسسة) :

- إحاطة المنظمة بكل مايطرأ من تغير بالرأي العام عن طريق البحوث من خلال تحليل آراء المواطنين وتقديم التقارير وهذا لرسم سياسة تهتدي بها المؤسسة.
- تزويد وسائل الإعلام بالبيانات والمعلومات عن المنضمة سواء كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية.
- تنظيم الأحداث التي تقوم بها المؤسسة مثل المعارض والمؤتمرات الصحفية والزيارات وذلك لتأكد من سياسة المؤسسة وأهدافها ونشأتها تجد الاهتمام الكافي من جانب جماهير مختلفة.
- إعداد المطبوعات والملصقات التي لها علاقة مع بالمنضمة.

2.1 وظائف الاتصال الخارجي المتعلقة بالجمهور:

وقبل التطرق إلى وظائف الاتصال الخارجي المتعلقة بالجمهور، ينبغي تحديد مفهوم الجمهور والذي هو:

---

(1)- مزعاش وفاء، "واقع تطبيق استراتجيات الاتصال في المؤسسات الناشئة "، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8ماي1945قالمة، 2017-2018، ص24

3.1 تعريف الجمهور: يشير مصطلح جمهور في المنظور الإعلامي انه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محددة وظروف حياة بعينها[1] ويشمل الجمهور الخارجي للمؤسسة كل من سيتلقى الرسائل التي توجهها المؤسسة خارج إطارها التنظيمي وهذا يعني أننا سنجد أن هناك نوعين من الجمهور الخارجي هما:

أ.**الجمهور الخارجي المباشر:** وهو المستهدف من الرسالة التي يقوم بها أخصائي العلاقات العامة بتوجيهه إليه،وهذا النوع من الجمهور معني مباشرة بالرسالة فهو الزبون الذي سيتلقى الخدمة، أو الذي يستهلك المنتج.

ب.**الجمهور الخارجي غير المباشر:** وهو الجمهور الذي نتوقع أن يؤثر في الجمهور الخارجي المباشر للمؤسسة أو يمكن أن يصبح فيما بعد من الجمهور المباشر الذي تتعامل معه المؤسسة.[2]

والجمهور الخارجي بنوعيه يشمل الزبائن المتوقعين مستقبلا والحكومة والمؤسسات المنافسة والمستثمرين المجتمع الذي تعيش فيه لمؤسسة والمؤسسات الاقتصادية والحكومية والمجتمع بشكل عام وللوصول إلى الجمهور الخارجي تقوم العلاقات العامة بذلك من خلال مجموعة من الأنشطة مثل الإشهار وحملات الترويج لخدماتها أو سلعها،والنشر سواء كان ذلك كتبا أو ملصقات أو كتيبات أو مجلات، وكذلك عن طريق الأبحاث.[3]وتتمثل وظائف الاتصال الخارجي المتعلق بالجمهور فيما يلي:

- التعريف بالمنظمة وأهدافها وإعداد الإعلانات المتعلقة بذلك.
- تعريف الجمهور بخدمات ومنتجات المؤسسة إلى جانب نشاطها.
- توضيح سياسة المنظمة للجمهور وتعريفهم بالتغيرات والتعديلات التي تطرأ.
- التأكد من صحة وسلامة الأخبار التي تنشر عن المنظمة ومساعدة الجمهور على تكوين أفكار سليمة ومعلومات صحيحة عنها.

---

(1)- زواوي الحاج سعد، " اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم اجتماعية وإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012. 2013، ص18

(2)- هناء حافظ بدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية، 2003، ص68.

(3)- صالح خليل أبو أصبع، مرجع سابق، ص136

- العمل على تهيئة جو ملائم في استقبال وإرشاد زوار المنظمة والترحيب بهم.[1]

2. أهداف الاتصال الخارجي

- وضع البرامج التي تتلاءم مع اتجاهات الجمهور وتوضيحها له
- تصحيح الأفكار الخاطئة عن المؤسسة ومحاربة الإشاعات التي تمسها
- تطوير وتنمية التعاون مع أجهزة الإعلام الأخرى
- تحسين السمعة والصورة الذهنية عن المؤسسة وذلك من خلال تحسين العلاقات بالجمهور الخارجي
- إعلام الجماهير الخارجية والزبائن بالسياسة العامة التي ينبغي الوصول إليها لكي يكونوا على علم بهذه السياسة وتحقيق التعاون بين المؤسسة وجمهورها الخارجي
- تعمل أجهزة الاتصال الخارجي على استمالة الجمهور وكسبه كزبون لخدمتها ومنتجاتها[2]
- الحصول على الاقتراحات، الشكوى[3]
- التعرف على وجهة نظرا لعملاء فيما تنتجه المنشأة من السلع أو خدمات ن أجل تطويرها[4]

---

(1)- الزهرة نويوة و الخنساء شريفي، "فعالية الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2016 . 2015، ص12.

(2)- مرابحة أم الخير وآخرون، "الاتصال الخارجي ودوره في استقطاب الزبائن"، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس)، كلية الحقوق والآداب والعلوم الاجتماعية، 8جامعة ماي1945، 2008-2009، ص109.

(3)- ربحي مصطفى عليان وآخرون، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، ط2، د.ت، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ص237.

(4)- عبيري حفيظة، "الاتصال الخارجي وأثره على الأداء الوظيفي"، (مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة المدية، 2016 -2015، ص22.

3أهمية الاتصال الخارجي

- يعمل على تحقيق شهرة المؤسسة في تكوين صورة إيجابية عنها بتركيز وتطوير وضمان انتشار النماذج الخاصة بالمؤسسة حسب اسم المؤسسة والعلامة و المشاركة في المناسبات كالمعارض والمؤتمرات.
- تقديم المعلومات التي يرغب الجمهور الخارجي في معرفتها وهذه المعلومات إما عن المنتج أو الخدمة عن طريق وسائل الاتصال الخارجي.
- تعريف الرأي العام بسياسة المؤسسة والخدمات والمنتجات وتقييمها لها من خلال ما يقوم بيه الاتصال الخارجي من اشهارات وملصقات.
- إقناع الجمهور بأفكار معينة فالاتصال الخارجي يعمل على الإقناع بالمنتج أو الخدمة سيدفع بها نحو رضا الجمهور، وبالتالي يحصل على الرضا على المؤسسة.
- تحقيق التفاهم والانسجام بين المنظمة وجمهور الخارجي.
- ساهم في توضيح رفاهية المؤسسة أي أكثر من تحقيق الربح والكسب المادي من خلال تقنيات الاتصال الخارجي من أعمال خيرية ومساعدات مادية.[1]

ثالثا. وسائل الاتصال الخارجي وعوائقه

1- وسائل الاتصال الخارجي للمؤسسة

لا يمكننا الحديث عن وسائل الاتصال الخارجي دون التطرق إلى تقنيات هذه الأخيرة إذ من خلال التقنيات تظهر الوسائل المستخدمة في مختلف هذه التقنيات ومن بينها نذكر:

1.1/ العلاقات العامة:

تعرف الجمعية الدولية العلاقات العامة بأنها" وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر وتهدف من خلالها المنشاة العامة والخاصة إلى كسب والمحافظة على تفهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم، وذلك عن طريق تقييم الرأي العام بها من اجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر

(1)- **عبد الفتاح محمد دويدات**، سيكولوجية السلوك الإنساني، بيروت، دار النهضة العربية، 1995، ص284

الإمكان لتحقيق تعاون مثمر ومقابلة المصالح العامة بدرجة أكفأ عن طريق المعلومات المخططة ونشرها."[1]

1.1.1 أهداف العلاقات العامة:

أ/الإعلام عن نشاط المنظمة وخدماتها وسياساتها وكافة جهودها المبذولة.

ب/ الاتصال الدائم بأجهزة الإعلام المختلفة والمحافظة على علاقات حسنة ومستمرة معها.

ج/ إيجاد رأي إيجابي ومؤيد للمنظمة على المستوى القومي.[2]

د/ العمل على نضام مبكر يساعد الإدارة في اتخاذ القرارات.[3]

2.1.1 خصائص العلاقات العامة:

- العلاقات العامة أداة اتصال ذات اتجاهين، الأول ينقل اتجاهات الجماهير إلى الإدارة، والثاني يوصل السياسات والممارسات إلى الجماهير.[4]
- العلاقات العامة نشاط موقوت، وهذه القاعدة تعني إن اختيار الوقت المناسب لتنفيذ برنامج معين من برامج العلاقات العامة.[5]

3.1.1وسائل العلاقات العامة:

وتتميز على العموم بالقرب والاتصال المباشر مع الجمهور.وهي إما دعائم أو إجراءات عملية:

- **الدعائم:**

أ) . المكتوبة: المنتظمة (تقرير النشاطات العامة والمصلحية، نشرية دورية للمؤسسة ذات هدف اتصالي وليس تجاري...) والمؤقتة (النشريات التجارية والتقنية، المناشير والكرسات الدعائية، الملصقات، اللافتات، النشرات التمهيدية...).

---

(1)- أنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية، ط1، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2016، ص83.

(2)- أنعام حسن أيوب وآخرون، مرجع نفسه، ص31.

(3)- صالح خليل أبو أصبع، مرجع سابق، ص97.

(4)- علي فايز الجنحي، مدخل إلى العلاقات العامة الإنسانية، (ط1، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، 2006)، ص32.

(5)- محمد البادي، محاضرات في العلاقات العامة، ط2، 2007، ص24.19.

ب) . السمعية البصرية: المنتظمة(الجريدة السمعية البصرية، الهاتفية، المعلوماتية، موجهة لجمهور نوعي يخص برقم أو رمز الاتصال السري) والمؤقتة (فيلم المؤسسة، الصور السمعية البصرية الثابتة، اقتراح محاضرات ودروس تقدمها إطارات المؤسسة، المشاركة بمتدخلين في نشاطات ثقافية وعلمية تنظمها هيئات أخرى...)

- **المقابلات:**

الدائمة (مركز الإعلام العامة ومكاتب الاستقبال الأكثر تواضعا شكلا ومضمونا) المؤقتة (الملتقيات، الأيام الدراسية، المؤتمرات، الندوات، التدشين، المعارض الثابتة والمتجولة، المقابلات الشخصية مع مسئولي المؤسسة...).

- **التحفيزات والتشجيعات:**

. منح أسفار تحفيزية وفترات تدريبية.

. تقديم منح دراسية ونهايات أسابيع استجمامية.

- **الأعمال الخيرية**(Mécénat):

وهي احدى الوسائل التقنية كالعلاقات العامة، وتعني تجنيد مختلف إمكانيات المؤسسة لخدمة قضايا ذات منفعة أو مصلحة عامة كدعم حر ومجاني مقدم للمؤسسات الدينية، الثقافية، الاجتماعية، الرياضية...ومن أهدافها تمكين المؤسسة من التغلغل في النسيج الاجتماعي والاستفادة من الأثر الاجتماعي والسياسي الايجابي على صورة المؤسسة.[1]

1.2/الإعلان والإشهار:

1.1.2الإعلان: يعرف الإعلان بأنه فن التعريف ووسيلة اتصالية اقناعية موجهة لجمهور ربما يعلن عنه، وهو عملية اتصال تهدف إلى التأثير من بائع إلى مشتر، ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة إضافة إلى إن الإعلان هو الوسيلة المستخدمة في تسليم الرسالة البيعية.[2]

---

(1)- فضيل دليو، مرجع سابق، ص113,112.

(2)- جاسم رمضان الهلالي، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الالكترونية، (ط1، عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع,2013)، ص75.

2.1.2الإشهار:(Advertising/Publicité)

يعرفه محمود عساف " بأنه يشمل مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور لغرض حثه على شراء سلع أو خدمات أو من اجل التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت معلن عنها.[1]

3.1.2العوامل المساعدة على نجاح الإشهار:

- ✓ **التكرار:** إن الإشهار الذي ينشر مرة واحدة يتعرض له الجمهور مرة واحدة
- ✓ **الاستمرار:** أي عدم التوقف عن النشر حتى لا تنقطع الصلة بين المشهر ومستقبل الإشهار
- ✓ **الوقت:** ويعني التحلي بالصبر الكافي في انتظار نجاح الإشهار.[2]

1.3 العلاقات مع الصحافة:

العلاقات مع الصحافة ليست جزء من العلاقات العامة، حسب الاعتقاد السائد، بل هي وسيلة خاصة تطورت مع العلاقات العامة وكتدعيم للإشهار لتكون في خدمة المرسلين والصحافيين على حد سواء إنها تقنية اتصالية قائمة بذاتها تلجأ إليها المؤسسة لتلبية الحاجة الإخبارية المتزايدة للمستهلك، وهي تهدف في نفس الوقت إلى نشر رسائل إعلامية ذات طابع مؤسستي لتساهم في تكوين، تطوير أو تدعيم الصورة العمومية للمؤسسة.[3]

1.1.3وسائل العلاقات مع الصحافة:

أ)الوسائل المكتوبة:

- ✓ **البيان الصحافي:** هو ابسط الوسائل وأكثرها استعمالا وما دام موجها للصحافيين فيجب أن يتكيف مع أسلوب تحريرهم الخاص.
- ✓ **الملف الصحافي:** مجموعة معلومات تعالج عادة موضوعا واحدا وتوزع في مناسبات خاصة مثل المؤتمرات الصحافية والمعارض له نفس اعتبارات البيان.
- ✓ **المقال المعد مسبقا:** يكتب من طرف المرسل بناء على طلب الإعلامي لتغطية موضوع بعينه ولتمييزه عن الإشهار يجب أن يكون مجانا.

---

(1)- فضيل دليو، مرجع سابق، ص45.

(2)- فضيل دليو، مرجع نفسه، ص49.

(3)- فضيل دليو، مرجع سابق، ص62.

✓ **المراسلات والنشرات العامة:** وهدفها الأساسي المحافظة على الانتظام والاستمرارية اللذين يجب أن يطبعا العلاقة مع الصحافيين ومع غيرهم.

ب)الوسائل الشفوية:

✓ **المقابلة:** مع ممثلي وسيلة واحدة (صحيفة، راديو، تلفزيون) وهي صعبة التحكم لأنها تحدث التقابل والتفاعل المباشر بين مصالح مختلفة.

✓ **الهاتف:** هو أسهل الوسائل وأسرعها، لكنه أن يستعمل مهنيا ومن ثم فهو يتطلب التحضير الكافي والاستعداد الحسن وقد يكون وسيلة للمقابلة غير الحضورية مع الصحافة المكتوبة.

✓ **المؤتمر الصحافي:** مع مراسلي الوسائل الإعلامية وخاصة منها المجلات، هو يستهدف جمهورا واسعا وينبغي عقده عند توفر موضوع إخباري هام.[1]

2. عوائق الاتصال الخارجي

أي مؤسسة تواجه في نشاطها عقبات خارجية تعرقل السير الحسن للعملية الاتصالية وهذا لعدم وجود هياكل بالمؤسسة تتكفل بوضع برامج وخطة اتصال خارجي لتحقيق الأهداف المسطرة لانعدام وجود مخططين أكفاء في الاتصال أو عدم الاستعانة بهم وكذا قيمة الميزانية الموجهة للهياكل المكلفة بالاتصال الخارجي ومن أهم هذه العوائق:

✓ قلة البحوث الميدانية التي توضح خصائص المحيط المتعامل معه ورد فعله مما يعرقل المؤسسة من وضع إستراتجية تتماشى مع ميولات وطبيعة جمهورها والاهتمام بالمنتج أكثر من الزبون.

✓ فلسفة الإدارة العليا اتجاه الجمهور بصدى إيمان تلك الإدارة بأهمية آراء جماهير المؤسسة وأخذها بعين الاعتبار وتخصص ميزانية ملائمة لها.

✓ عدم فهم الإدارة العليا لطبيعة ودور الاتصال الخارجي، حيث يفهم من الاتصال أنه دعاية للمؤسسة وهناك من يرى أنها سلاح الدفاع عن المؤسسة ي وقت الشدة والأزمة.

---

(1)- فضيل دليو، مرجع سابق، ص104-106.

- ✓ صعوبات اللغة تصبح الكلمات المستخدمة من جانب المرسل مصدر قوة أو ضعف في عملية الاتصال الخارجي.
- ✓ وجود فروق شخصية وذاتية وصعوبات نفسية وسلوكية نضرا لتجمع مختلف الأصناف البشرية.
- ✓ فقدان الثقة والتعاون بين أعضاء التنظيم يؤدي إلى خلل في إرسال المعلومة الأطراف الخارجية.
- ✓ ضخامة المؤسسة ينجم عنه ضخامة الهيكل التنظيمي لها ومنه تعدد المستويات الإدارية.[1]

(1)- جاسم فخري سليمان وآخرون، العلاقات العامة، بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 1981، ص87,86.

المبحث الثاني: المؤسسة الخدماتية

مع تطور الذي عرفه قطاع الخدمات أخذت المؤسسة الخدماتية في احتلال مكانة في حياة المجتمعات التي تساهم في رفاهيتهم واستقرارهم، ومن هنا زاد الاهتمام بالخدمات في العصر الحديث حيث اهتمت الحكومات بالإشراف والرقابة عليها وفي هذا الفصل نحاول التطرق إلى مفهوم المؤسسة الخدماتية وخصائصها، ومراحل تطورها ووظائفها.

أولا. ماهية المؤسسة الخدماتية

1. تعريف المؤسسة الخدماتية

هو نظام يتكون من مجموعة من الأشخاص والوسائل المنظمة والمتفاعلة فيما بينها لإنتاج قيمة غير مادي إشباع حاجات ورغبات الجمهور.[1]

2. خصائص المؤسسة الخدماتية

تختلف طبيعة الخدمة عن طبيعة السلعة، وبالتالي فان المؤسسة التي تنتج الخدمة تختلف عن المؤسسة التي تنتج عن سلعا مادية، هذا ما جعل المؤسسة الخدمية تتميز بمجموعة من الخصائص أهمها:

- ✓ إتباع مدخل شمولي لكل الأنشطة الوظيفية يقوم على أنها أهداف إستراتجية يجب العمل وفقها حتى خلال الفترات الصعبة.
- ✓ تؤخذ جودة الخدمة على أنها محور رئيسي يجب الثبات والانتظام في تقديمها بذات الجودة من خلال مدى واسع من العلاقات والتفاعلات التي ترضي أو تفوق توقعات المؤسسة.
- ✓ أن يكون العميل هو المحور الرئيسي لحركتها، وان تعمل على بناء أو الحفاظ على وجود علاقات مستمرة في الأجل الطويل مع عملائها.
- ✓ كما تتميز المؤسسات الخدمية بحاجاتها المستمرة إلى المعلومات الصحيحة والمراقبة الدقيقة لبيئتها، حتى تستطيع التخطيط لأنشطتها.

---

(1)- الزهرة نويوة والخنساء شريفي، مرجع سابق، ص22.

✓ تقوم المؤسسات الخدمية بتحويل تشكيلة من المدخلات المادية وغير المادية إلى مخرجات غير ملموسة، ولكنها محسوسة في صورة خبرات وتجارب يمر بها عملاء المؤسسة هذه المخرجات قد ترتبط بها كيانات مادية، فخدمة التعليم مثلا تستلزم وجود مباني تعليمية، وكتب وأفلام وأوراق، إلا أنها في حد ذاتها ليست ملموسة لكونها معارف ذهنية وبالمثل يمكن إدراك طبيعة العديد من مؤسسات الخدمات الأخرى كالمستشفيات ومؤسسات النقل والشحن، ومراكز المعلومات والمكاتب القانونية وحدات الشرطة الأمن، ومؤسسات الاتصالات ومكاتب الاستثمارات وهيئات وشركات السياحة، ومؤسسات الفندقية، وهيئات البريد ومراكز الصيانة وهيئات الإعلام وغيرها[1]

3. عناصر المؤسسة الخدماتية

- **إدارة المؤسسة:** ترتبط إدارة المؤسسة بتحديد من الذي يملك حق إصدار القرارات وتطوير المؤسسة وهم يضعون فلسفة المؤسسة التي تحقق الأهداف.
- **السياسة العامة للمؤسسة:** تعتبر سياسة المؤسسة الخدماتية دليل عام ومرشد في أداء الأعمال التي تقوم بها هذه المؤسسة مثل ترتيب وتوزيع السلطة الرسمية
- **النظم الإدارية والمالية:** والتي تحدد في ضوئها الأجور، المكافئات وتظم الجزاءات والميزانية والتسجيل
- **حجم المؤسسة:** ترتبط المؤسسة الخدماتية بحجمها وطبيعتها المقدمة، بحيث كلما كبر حجم المؤسسة كلما كانت السياسة قائمة وعلاقات غير شخصية
- **هيكل المؤسسة:** ويقصد به ذلك الإطار الذي ينظم الأنشطة والعمليات التي تؤديها المؤسسة الخدماتية
- **الأفراد:** هم الأفراد الذين يشكلون المؤسسة الخدماتية، ويقومون بأداء المهام لتحقيق الأهداف.

---

(1)الهام بن فردي و سهلية بلبزوخ، "دور الإعلان في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدماتية لدى جمهورها الخارجي"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن المهيدي، 2014.2015، ص88,87.

- **الأدوات:** يقصد بها المعدات والأجهزة التي يستخدمها أفراد المؤسسة الخدماتية والتي تساعدهم في أداء الأنشطة وذلك من اجل تحقيق الأهداف المرسومة للمؤسسة[1]

ثانيا. وظائف المؤسسة الخدماتية وتطورها

1. وظائف المؤسسة الخدماتية

يوجد عدة وظائف تخضع لها المؤسسة الخدماتية نذكر منها كالأتي:

أ . وظيفة الموارد البشرية: تتعلق هذه الوظيفة بالأفراد العاملين في المؤسسة الخدماتية، من حيث اختيارهم وتعينهم، كما تتعلق بالخدمات التي تشبع حاجاتهم المادية والنفسية.

ب . الوظيفة المالية: هي مجموعة من المهام التي تسعى في مجموعها إلى البحث عن الأموال في مصادرها الممكنة بالنسبة للمؤسسة الخدماتية، وذلك من خلال برامجها وخططها الاستثمارية وحاجاتها اليومية بطريقة عقلانية تسمح بتوفير السيولة.

ج . وظيفة البحث والتطوير: تضمن هذه الوظيفة كل الأنشطة التي تساعد على الاستعانة من الدراسات والبحوث في الارتقاء بجودة ما تقدمه المؤسسة من خدمات.[2]

2. مراحل تطور المؤسسة الخدماتية

1.2. المرحلة الأولى: المؤسسة الأصل

تعرف هذه المرحلة أيضا بمرحلة البناء والتأسيس وتقوم هذه المرحلة بإيجاد وتحديد حاجات ورغبات جديدة لتلبيتها من خلال التنسيق بين مجموعة من الوسائل سواء كانت مادية أو معنوية لتقديم خدمة.

2.2. المرحلة الثانية: مرحلة التطور الجغرافي والتنظيم العقلاني

هدف المؤسسة في هذه المرحلة اختيار التشكيلة أو الصناعة التنظيمية التي تسمح لها بإعادة إنتاج الخدمة الأصلية في المؤسسة بطريقة تضمن النمو(زيادة إنتاج الخدمة)، ويجب على المؤسسة الخدماتية في هذه المرحلة الالتزام بالنقاط التالية:

---

(1)- سحنون ريحانة، "واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية الجزائرية"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر)، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، .2015، ص93,92.

(2)- سحنون ريحانة، مرجع سابق، ص95.93.

- تحديد نوع الموارد البشرية المطلوبة في كل وحدات المؤسسة

وتمثيل الخصائص الأساسية لهذه المرحلة في: التسيير، التحليل، الانضباط.[1]

3.2. المرحلة الثالثة: مرحلة النمو

في هذه المرحلة قد يكون النمو سريعا جدا، مما يساعد المؤسسة الخدمية على توسيع حجم نشاطها مع إمكانية استعمال وسائل الإعلام والاتصال الأخرى تسمح لها باستثمار صورتها بشكل أفضل، أما الخصائص الأساسية لهذه المرحلة تتمثل في: تحديد وتقدير الأخطار الممكنة، اختيار الكفاءات المناسبة، تعد هذه المرحلة جد ديناميكية وعملية بالنسبة للمؤسسة.

4.2. المرحلة الرابعة: النضج

في هذه المرحلة يقسم نشاط المؤسسة الخدمية بالاستمرار، حيث يتوقف نمو رقم أعمالها بسب تشبع السوق المحلية واشتداد المنافسة، في هذه المرحلة ينبغي لمسيري المؤسسة الاهتمام أكثر بالمعايير الإستراتجية وتطوير نظرة مستقبلية واسعة القدرة على جذب الكفاءات المتميزة.[2]

5.2. المرحلة الخامسة: الانحدار أو الرجوع

بعد مرور المؤسسة الخدمية بمراحل الأربعة السابقة هناك احتمال دخولها في مرحلة الانحدار والتي يمكن أن تتفادها إذا ما التزمت المؤسسة بالتعليمات الواردة في المراحل الأربعة السابقة وتمكن إعادة تحديد نشاط المؤسسة الخدمية ومساعدتها على الاستمرار من خلال شكلين هما: إعادة إدخال تعديلات جديدة على الخدمة.

- تطوير خدمات جديدة من خلال قاعة محاضرات
- اقتراح خدمات جديدة لفئات معينة من العمل.[3]

---

(1)- أحلام كحلوش، "دور الاتصال التنظيمي في تسيير المؤسسات الخدماتية الجزائرية"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر)، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن المهيدي أم البواقي، 2015.2016، ص94,95.

(2)- زينب حمة وبسمة زعلاش، "دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل نشاط المؤسسة الخدماتية"،(مذكرة ماستر)، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن المهيدي أم البواقي، 2017.2018، ص51، 52.

(**3**)- **نجلاء محمد صالح**، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية، الأسس النظرية العملية، ط1، دار الثقافة لنشر والتوزيع، 2001، ص85.

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي

المبحث الأول: مؤسسة الحماية المدنية بالمسيلة

أولا- تعريف الحماية المدنية

الحماية المدنية مرفق لحماية الأشخاص والممتلكات موضوع لمسايرة التطورات التكنولوجية والنمو الديمغرافي للبلاد، حيث تتمتع بتنظيم إداري (تقني علمي) لضمان التكفل الخاص بالمهمة الإنسانية المنوطة به.

ثانيا- مهام الحماية المدنية

- ✓ الوقاية والتدخل أثناء الكوارث الطبيعية والتكنولوجية
- ✓ التغطية الامنية لمختلف التظاهرات وحراسة الشواطئ
- ✓ تقديم الإسعافات في مختلف الحوادث
- ✓ البحث عن التائهين في الصحراء
- ✓ إخماد الحرائق بمختلف أنواعها
- ✓ إعداد الدراسات الوقائية للوقاية من مختلف الأخطار
- ✓ القيام بحملات تحسيسية والتوعية من مختلف المخاطر.[1]

ثالثا- لمحة تاريخية وجغرافية وديمغرافية للمؤسسة

أ. لمحة تاريخية: تم إنشاء الحماية المدنية بالمسيلة بعد الاستقلال مباشرة وكانت تابعة إقليميا لولاية سطيف وذلك ترقية المسيلة إلى مصاف الولايات في التقسيم الإداري ونظرا لصغر مساحتها تم تحويلها سنة 1987م إلى منطقة النشاطات الصناعية وهي موجودة إلى حد الآن بهذا الموقع وتتراوح مساحتها بحوالي 1هكتار تضم مديرية الحماية المدنية بالمسيلة وكذا الوحدة الرئيسية كما توجد 15وحدة ثانوية موزعة على أغلى دوائر الولاية وفي دراسة عدد حوادث المرور وكذا الكثافة السكانية والطرق الوطنية بذات الدوائر وذلك قصد تقريب الخدمات للمواطن.

---

(1)- توامة حفيظة والراهم سعاد، "واقع الاتصال التنظيمي في مؤسسة الحماية المدنية"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، 2017, ص29.

ب . لمحة جغرافية: تقع مديرية الحماية المدنية لولاية المسيلة بمنطقة النشاطات يحدها شمالا حظيرة البلدية وجنوبا المطبعة الرسمية الخاصة بالبلدية وغربا الطريق الوطني رقم 45 شرقا الطريق الوطني رقم 40.

ج . لمحة ديمغرافية: تظم الحماية المدنية لولاية المسيلة في جميع وحداتها على 698 موظف منهم 140 ضابط و 101صف ضابط 126 أسلاك مشتركة ، 60عون.

رابعا–هيكلة مصالح الحماية المدنية على مستوى ولاية المسيلة

بمقتضى قرار الوزراء المشترك المؤرخ في 06مارس1994 والمدرجة تحت رقم2679 بتاريخ 05 اكتوبر1994 والمتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للحماية المدنية فإن هذه الأخيرة قد تم تنظيمها على شكل مكاتب متخصصة من خلالها تقوم المصالح بمهامها حسب المناطق، وقد أدرجت ولاية المسيلة ضمن المنطقة الثالثة، وتتضمن عدة مصالح كما يوضحها الشكل رقم (1)، وتتمثل هذه المصالح فيما يلي:

أ . مصلحة الوقاية: وتتألف من المكاتب التالية:

. مكتب الدراسات الإحصائية . مكتب الخرائط والأخطار الخاصة

والمكلفة بما يلي:. تتابع وتراقب تطبيق التنظيم وتدابير الأمن المطبقة في مجال الوقاية

. تبادر بحملات الإعلام والتوعية بشأن المخاطر التي تهدد سلامة الأشخاص والممتلكات وتنظيمها.

ب . مصلحة الحماية العامة: تتألف من المكاتب التالية:

. مكتب المخططات والأعداد الأمنية . مكتب الإشارة

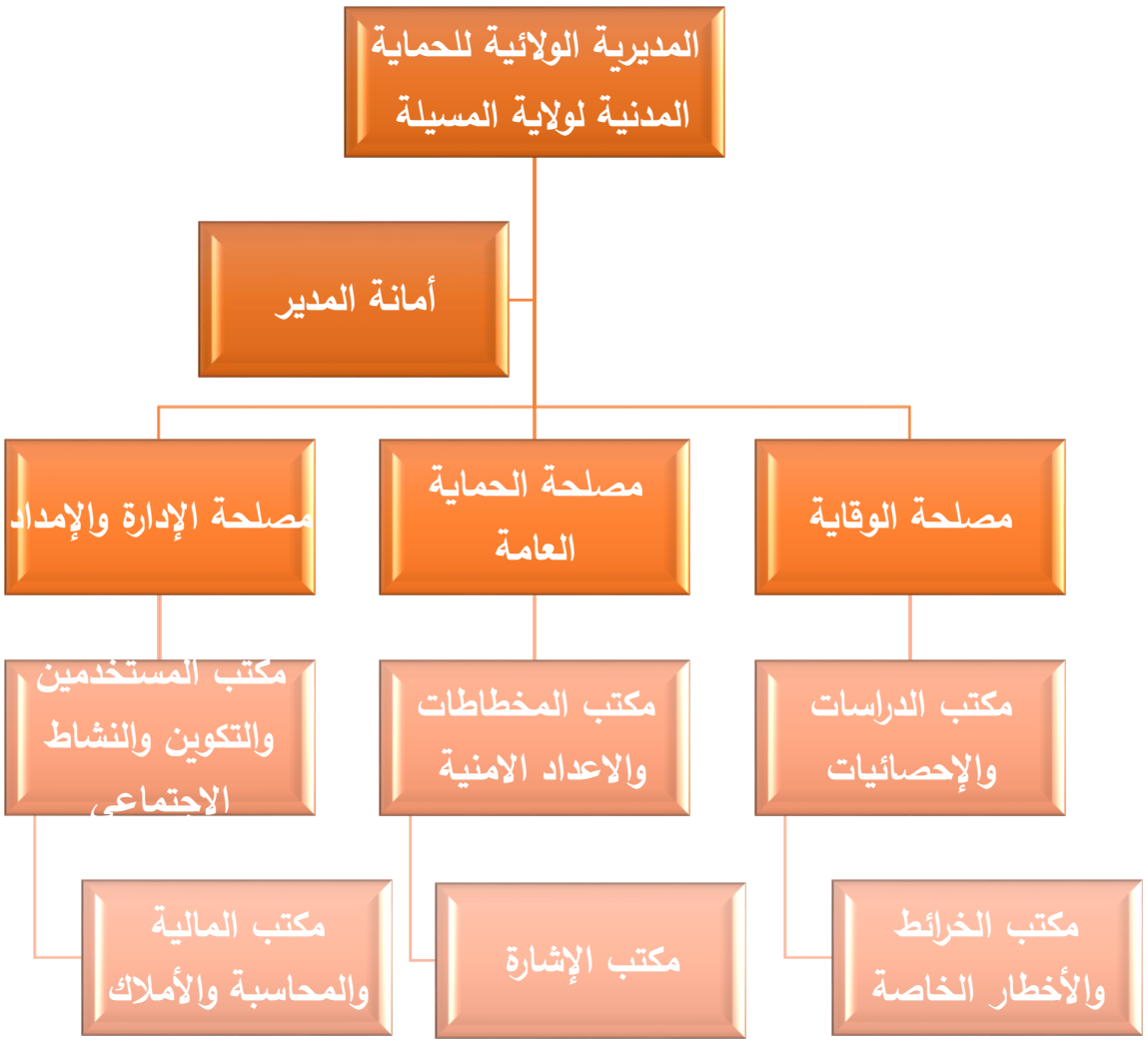
والمكلف بما يلي:. تقييم مختلف دوائر الإنذار وتراقب صلاحية استعمالها

. تتابع استخدام وسائل التدخل في إطار تشاوري عند حدوث الأخطار

. تقوم بكل إجراء من شأنه النهوض بالإسعاف وتنمي روح التضامن الوطني في مجال المساعدة بالاتصال مع حركة الجمعيات ذات الطابع الإنساني.

ج . مصلحة الإدارة والإمداد: وتتألف من المكاتب التالية:

. مكتب المستخدمين والتكوين والنشاط الاجتماعي . مكتب المالية والمحاسبة والأملاك والمكلفة بما يلي:تتولى تطور الحياة المهنية لمستخدمي الحماية المدنية في الولاية بشكل خاص.[1]



شكل رقم(1)

يوضح: مصالح مديرية الحماية المدنية لولاية المسيلة

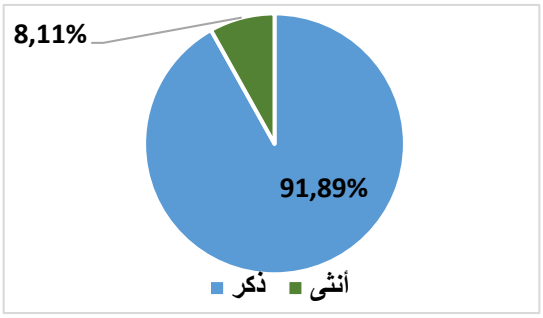
(1) **زرواق فاطمة الزهراء**، "تقدير الذات وعلاقته بالضغوط النفسية لدى العاملين في الحماية المدنية"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، 2014.2015، ص95-98.

المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لنتائج

أولا: البيانات الشخصية

الجدول رقم (1): يبين توزيع العينة وفق متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	34	91,89%
أنثى	3	8,11%
المجموع	37	100%

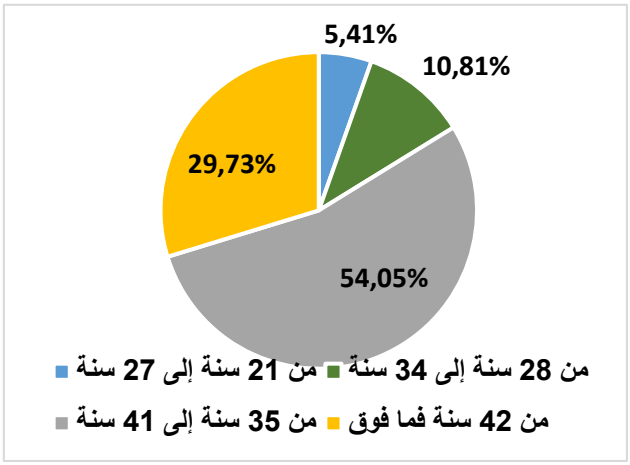


شكل(2):يمثل توزيع العينة وفق الجنس

من خلال الجدولين يتبين لنا أن نسبة الذكور تقدر ب 91,89% والإناث ب 8,11%وهذا راجع إلى طبيعة العاملين في المؤسسة لان أغلبهم ينشطون في الميدان ضمن عمليات التدخل والإغاثة فمهنة الحماية المدنية تتطلب الجهد البدني الذي لا تملكه المرأة ونفسر وجود 3% من الإناث في المؤسسة أنهم يكتفون بأمور الإدارية داخل المكتب.

الجدول رقم(2):يبين توزيع العينة وفق متغير السن:

السن	التكرار	النسبة
27-21	2	5,41%
34-28	4	10,81%
41-35	20	54,05%
42 فما فوق	11	29,73%
المجموع	37	100%



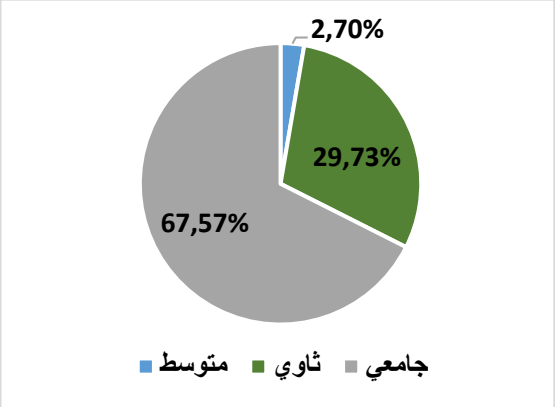
شكل(3): يمثل توزيع العينة وفق السن

يتضح لنا من خلال الجدول(2) أن النسبة الأكبر في المؤسسة هي للفئة العمرية مابين35ـ41سنة بنسبة 54,05% وهذا يعني أن مؤسسة الحماية المدنية توظف عناصر شابة وهو ما يساعدها على تأدية نشاطاتها بحيوية ويجعلها أكثر فاعلية، وتاليها الفئة العمرية

42سنة فما فوق وفي الأخير الفئة العمرية 28ـ34سنة وبذلك غالبية فئة عينة الدراسة هم شباب.

الجدول رقم(3): يبين توزيع العينة وفق متغير المستوى التعليمي

المستوى_التعليمي	التكرار	النسبة
متوسط	1	2,70%
ثانوي	11	29,73%
جامعي	25	67,57%
المجموع	37	100%

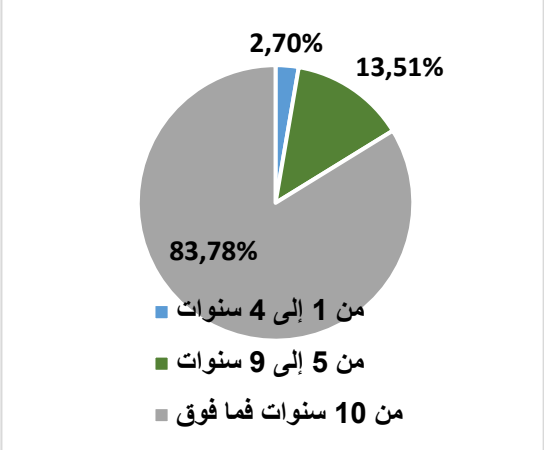


شكل(4):يبين توزيع العينة وفق المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال الجدول أن النسبة الأعلى هي المستوى الجامعي بنسبة 67,57% وهذا يعني أن كل الأفراد العينة ذوي كفاءة علمية ومستوى تعليمي عالي وهو ما يشير إلى تركيز مؤسسة الحماية المدنية على توظيف حملة الشهادات الجامعية لضمان القيام بالهام المكلفة، وتليها نسبة 29,73% لذوي المستوى الثانوي وفي الأخير نسبة المتوسط 2,70% والتي تعد ضئيلة جدا.

الجدول(4): يبين توزيع العينة وفق متغير الخبرة المهنية

الخبرة_المهنية	التكرار	النسبة
من1 الى4سنوات	1	2,70%
من5 الى9 سنوات	5	13,51%
10 فما فوق	31	83,78%
المجموع	37	100%



شكل(5): يمثل توزيع العينة وفق متغير الخبرة المهنية

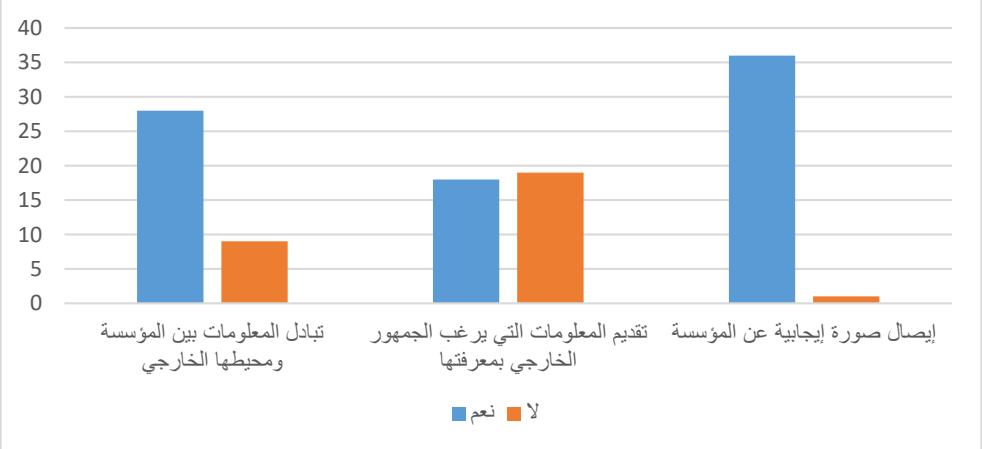
نلاحظ في الجدول أعلاه أن النسبة الغالبة في الخبرة المهنية من خلال أفراد العينة هي من 10سنوات فما فوق بنسبة 83,78% وهذا يعكس إستراتجية المؤسسة في توظيفها لعناصر شابة تمتلك العديد من المعارف وذوي خبرة وأقدمية في العمل لايمكن الاستغناء عنها،وتليها الفئة من 5الى 9سنوات بنسبة 13,51% والتي تعتبر متوسطة لان أفراد الحماية يمثلون فئة متوسطة السن والفئة الأخيرة من 1الى 4سنوات بنسبة 2,70% والتي تعتبر منعدمة وهذا راجع إلى أن مهنة الحماية تتطلب خبرة أكبر.

ثانيا: البيانات الموضوعية

1ـ المحور الأول: دور الاتصال الخارجي في المؤسسة

الجدول(5): يمثل معنى الاتصال الخارجي لأفراد العينة

معنى الاتصال الخارجي		نعم	لا	المجموع
تبادل المعلومات بين المؤسسة ومحيطها الخارجي	التكرار	28	9	37
	النسبة	75.68	24.32	100
تقديم المعلومات التي يرغب الجمهور الخارجي بمعرفتها	التكرار	18	19	37
	النسبة	48.65	51.35	100
إيصال صورة إيجابية عن المؤسسة	التكرار	36	1	37
	النسبة	97.30	2.70	100

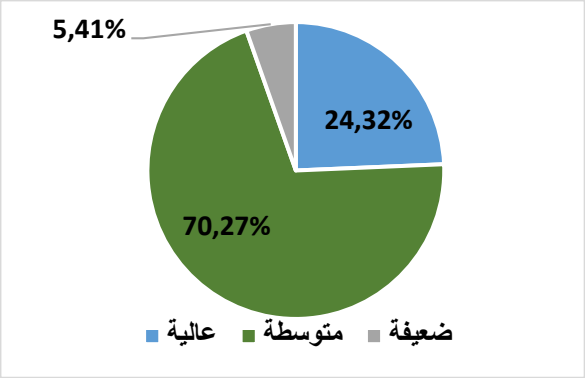


شكل(6):يمثل معنى الاتصال الخارجي

من خلال الجدول المتعلق بمعنى الاتصال الخارجي يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين صرحوا بنعم بأن الاتصال الخارجي هو إيصال صورة ايجابية عن المؤسسة وقد يكون هذا لان أي مؤسسة تسعى إلى تكوين سمعة حسنة وصورة ذهنية عنها وذلك لتحسين العلاقات بالجمهور الخارجي بأصنافه، وتليها فئة المبحوثين الذين صرحوا ب نعم أن الاتصال الخارجي هو تبادل المعلومات بين المؤسسة ومحيطها بنسبة 75,68% وهذا يرجع إلى ضرورة المؤسسة بإحاطة المحيط الخارجي بالتغيرات أو القرارات بغرض تبادل المعلومات أو لرسم سياسة تهتدي بها المؤسسة وفي الأخير إجابة المبحوثين ب لا بأن الاتصال الخارجي هو تقديم المعلومات التي يرغب الجمهور الخارجي بمعرفتها والتي كانت بنسبة 51,35%وهذا قد يرجع إلى وجود معلومات سرية خاصة بالمؤسسة فقط ولا يتوجب إعلام المحيط الخارجي بها وبالمقابل نجد الإجابة بنعم بنسبة 48,65% والتي تعد متقاربة لأن من أهمية الاتصال الخارجي تقديم المعلومات المرغوب فيها من قبل الجمهور،ومنه يمكن القول أن الاتصال الخارجي وحسب أغلبية أفراد العينة هو إيصال صورة إيجابية عن المؤسسة.

جدول رقم(6):يوضح تقييم اعتماد المؤسسة على الاتصال الخارجي

التقييم	التكرار	النسبة
عالية	9	24,32%
متوسطة	26	70,27%
ضعيفة	2	5,41%
المجموع	37	100%

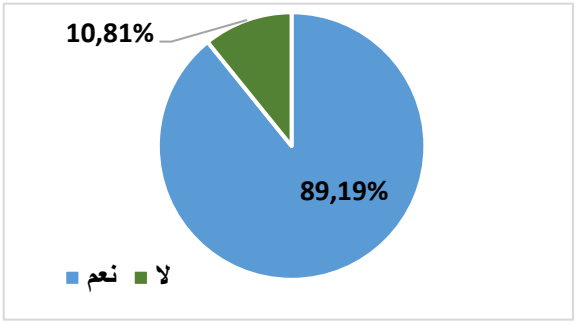


شكل(7):يمثل اعتماد المؤسسة على الاتصال الخارجي

من خلال الجدول أعلاه، يتبين لنا أن ما نسبته 70,27% أجابوا ب متوسطة وذلك من خلال الاتصال الدائم بأجهزة الإعلام المختلفة وإعلام المحيط الخارجي بكافة الجهود المبذولة من قبل أفراد مؤسسة الحماية المدنية وتليها فئة الإجابة ب عالية بنسبة 24,32% وفي الأخير نسبة 5,41% أجابوا ب ضعيفة ومنه المؤسسة تعتمد على الاتصال الخارجي بشكل متوسط.

جدول(7):يبين موقع الاتصال الخارجي في المؤسسة

الموقع	التكرار	النسبة
نعم	33	89,19%
لا	4	10,81%
المجموع	37	100%

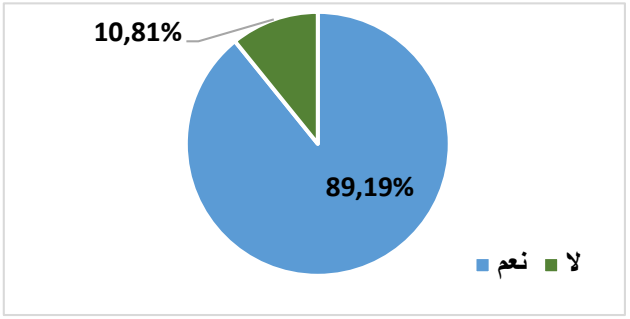


شكل(8): يمثل موقع الاتصال الخارجي

يتضح لنا من خلال الجدول أن أفراد العينة صرحوا بالغالبية لنعم بنسبة 89,19%أن الاتصال الخارجي يحتل موقعا مهما لهم وقد يكون ذلك لما له من دور فعال في الإدارة والمؤسسة ككل، وتليها الإجابة ب لا بنسبة 10,81% والتي لا تؤثر.

جدول رقم(8): يبين أهمية الاتصال الخارجي بالنسبة للمؤسسة

أهمية	التكرار	النسبة
نعم	33	89,19%
لا	4	10,81%
المجموع	37	100%

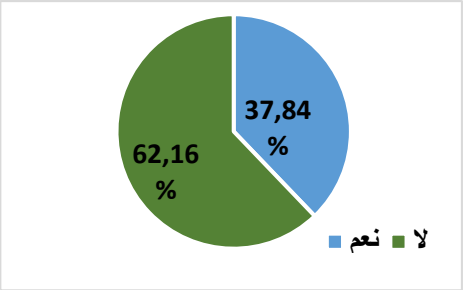


شكل(9):يمثل أهمية الاتصال الخارجي للمؤسسة

من خلال الجدول الخاص بأهمية الاتصال الخارجي نجد أن أعلى نسبة من أفراد العينة صرحوا بنعم بنسبة 89,19%لان الاتصال الخارجي يعد عنصر فعال لاستمرار المديرية وخدمتها وربطها بالعالم الخارجي فهي تقدم خدمات متعددة ومن خلال الاتصال الخارجي يتم توصيل المعلومات اللازمة في مختلف الخدمات للمحيط الخارجي وتليها الإجابة بلا بنسبة 10,81%.

جدول(9): يوضح مدى توفر خلية الاتصال على الإمكانيات المادية لتحقيق الاتصال الخارجي

خلية الاتصال	التكرار	النسبة
نعم	14	37,84%
لا	23	62,16%
المجموع	37	100%

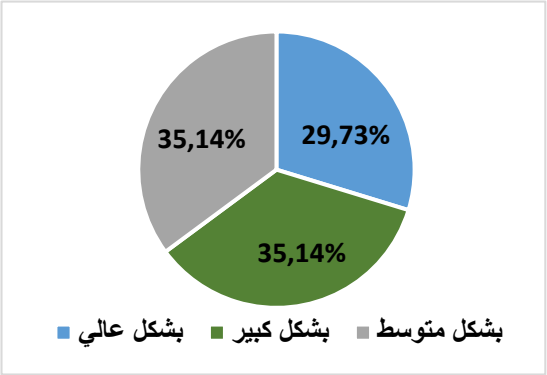


شكل(10):يمثل الإمكانيات المادية للخلية

من خلال الجدول نجد أن ما نسبته 62,16% صرحوا ب لا أن خلية الاتصال لا تتوفر على الإمكانيات المادية لتحقيق الاتصال الخارجي وتليها فئة الذين أجابوا ب نعم بنسبة 37,84% ومنه عدم توفر الإمكانيات يعيق هذا الاتصال وبالتالي عدم تحققه.

جدول رقم(10): يبين تأثير الاتصال الخارجي على أهداف المؤسسة

تأثير	التكرار	النسبة
بشكل عالي	11	29,73%
بشكل كبير	13	35,14%
بشكل متوسط	13	35,14%
المجموع	37	100%

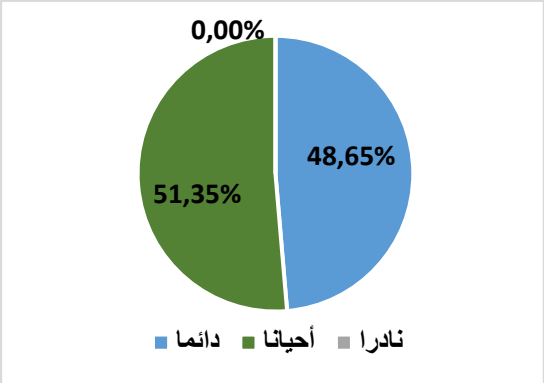


شكل(11):يمثل تأثير الاتصال الخارجي

من خلال الجدول الموضح يتبين لنا ما نسبته 35,14% صرحوا أن تأثير الاتصال الخارجي في المؤسسة يؤثر بشكل كبير على تحقيق أهداف المؤسسة وكذلك بشكل متوسط بنسبة13,35% أي متساوية وهذا قد يرجع إلى أن الاتصال الخارجي له فعالية وتأثير على المديرية وذلك من خلال وسائله التي تتيح تبادل المعلومات والتواصل في شتى المجالات التي تهم أمن وسلامة المواطنين.

جدول رقم(11): يبين اهتمام خلية الاتصال بإيصال القرارات إلى المحيط الخارجي

اهتمام خلية الاتصال	التكرار	النسبة
دائما	18	48,65%
أحيانا	19	51,35%
نادرا	**0**	0%
المجموع	37	100%

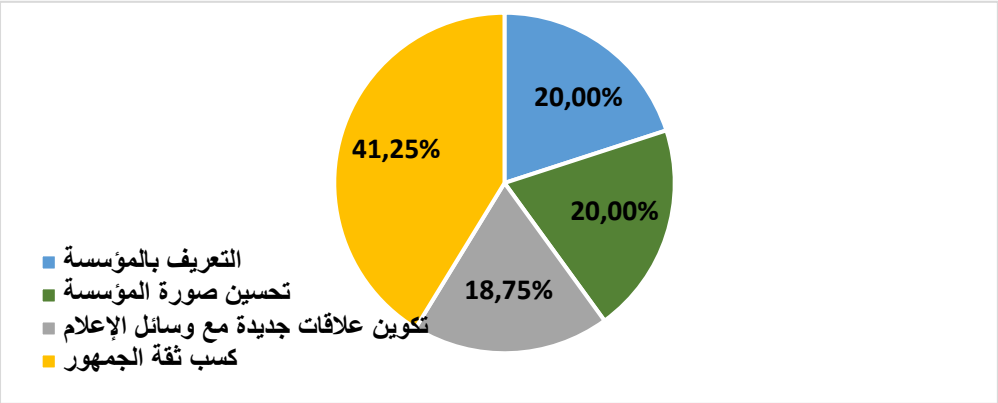


شكل(12): مدى اهتمام خلية الاتصال بإيصال القرارات

من خلال الإحصائيات الموجودة في الجدول نلاحظ أن نسبة 51,35%الذين أجابوا ب أحيانا، بمعنى أن الخلية أحيانا متولي اهتماما بإيصال القرارات للمحيط في حين أن نسبة 48,56% صرحوا ب دائما تهتم ب إيصال المعلومات للمحيط الخارجي وقد يكون ذلك على حسب نوعية القرارات، وتليها نادرا بنسبة 0%، ومنه نستنتج أن الخلية أحيانا ما تهتم بإيصال القرارات للمحيط.

جدول (12): يبين هدف خلية الاتصال بالمؤسسة

الهدف	التكرار	النسبة
التعريف بالمؤسسة	16	20%
تحسين صورة المؤسسة	16	20%
تكوين علاقات جيدة مع وسائل الإعلام	15	18,75%
كسب ثقة الجمهور	33	41,25%
المجموع	80	100%



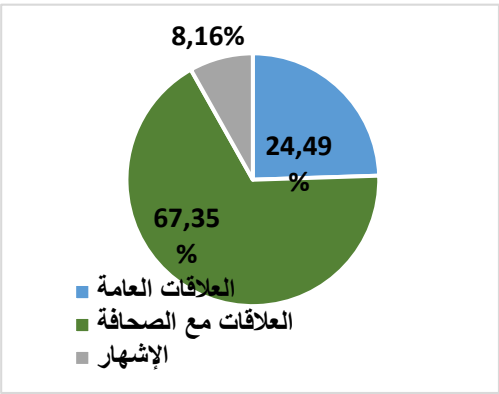
شكل(13):يبين هدف خلية الاتصال بالمؤسسة

يتضح لنا من خلال الجدول أن ما نسبته 41,25% من الذين أجابوا بأن هدف خلية الاتصال هو كسب ثقة الجمهور وهذا يدل على أن مؤسسة الحماية المدنية تركز في على حسن تعاملها مع محيطها الخارجي وبالتالي وجود انسجام، ثم يليه التعريف بالمؤسسة و تحسين صورة المؤسسة بنسب متقاربة 20%، وفي الأخير نجد تكوين علاقات جيدة مع وسائل الإعلام بنسبة 18,75% وهذا ما يدل أن الهدف الأساسي هو كسب ثقة الجمهور.

2ـ المحور الثاني: وسائل الاتصال الخارجي في مديرية الحماية المدنية

جدول رقم(13): يبين أكثر وسيلة تعتمد عليها المؤسسة في الاتصال الخارجي

الوسيلة	التكرار	النسبة
العلاقات العامة	12	24,49%
العلاقات مع الصحافة	33	67,35%
الإشهار	4	8,16%
المجموع	49	100%

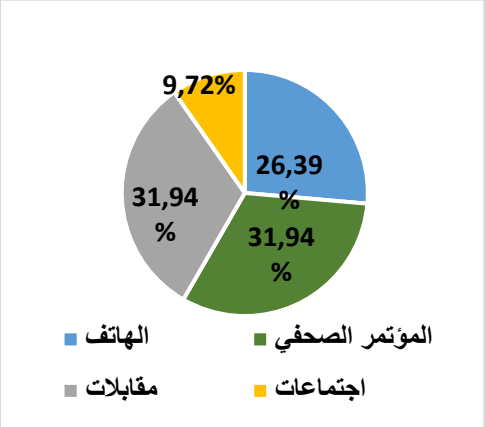


شكل(14):يبين أكثر وسيلة تعتمد عليها المؤسسة

من خلال الجدول المتعلق بأكثر وسيلة تعتمد عليها في المؤسسة في الاتصال الخارجي يتبين لنا أنها تعتمد على العلاقات مع الصحافة بنسبة 67,35% إذ تهدف مؤسسة الحماية المدنية من خلال علاقتها مع الصحافة إعلام شرائح المجتمع بالبيانات وقت صدورها من خلال منبر إعلامي صحفي، ونجد العلاقات العامة بنسبة 24,49% لأنها تعتبر وسيلة ذات وظائف متعددة منها التعريف بالمؤسسة من خلال وسائل الإعلام، وأخيرا الإشهار بنسبة8,16% ومنه نستنتج أن أكثر وسيلة هي العلاقات مع الصحافة.

جدول رقم (14): يبين الأساليب المستخدمة في خلية الاتصال للاتصال الخارجي

الأساليب	التكرار	النسبة
الهاتف	19	26,39%
المؤتمر الصحفي	23	31,94%
مقابلات	23	31,94%
اجتماعات	7	9,72%
المجموع	72	100%

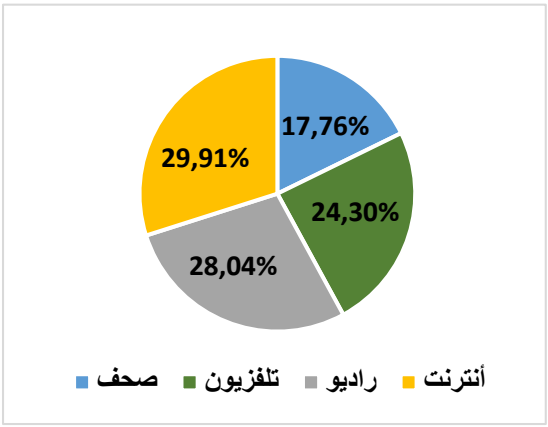


شكل(15):يبين الأساليب المستخدمة في الخلية

من خلال إحصاءات المدرجة في الجدول يتبين لنا أن ما نسبته 31,94% صرحوا أن الأساليب المستخدمة هي المؤتمر الصحفي وكذلك هي المقابلات والتي كانت بنفس النسبة 31,94% لأن مؤسسة الحماية المدنية ذات طابع إنساني حيث يكون التفاعل الاتصالي من طرف الجمهور الخارجي واضح من خلال المقابلات و المؤتمرات الصحفية، وتليها نسبة الهاتف 26,39% وأخيرا الاجتماعات بنسبة 9,72% ونستنتج أن الأغلبية للمؤتمر الصحفي و المقابلات.

جدول رقم (15):يبين أكثر الوسائل الإعلامية المستخدمة من طرف خلية الاتصال

الوسائل الإعلامية	التكرار	النسبة
صحف	19	17,76%
تلفزيون	26	24,30%
راديو	30	28,04%
انترنت	32	29,91%
المجموع	107	100%

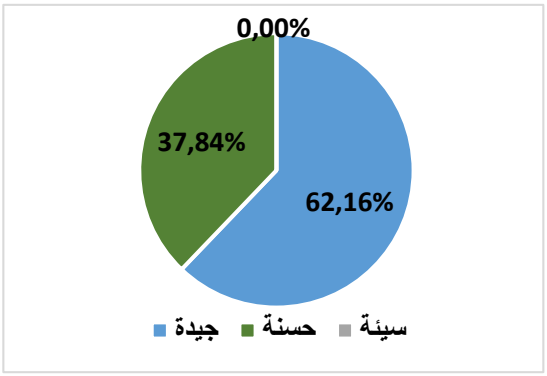


شكل(16):يبين أكثر الوسائل الإعلامية في الخلية

من خلال الجدول نجد أن مؤسسة الحماية المدنية تستخدم انترنت بشكل عالي بنسبة29,91%من خلال موقع المديرية وذلك لإيصال المعلومات، ثم يليها الراديو بنسبة 28,04%، وكذلك نجد التلفزيون بنسبة 24,30% وأخيرا الصحف بنسبة 17,76%.

جدول رقم (16): يبين علاقة وسائل الإعلام بخلية الاتصال

علاقة	التكرار	النسبة
جيدة	23	62,16%
حسنة	14	37,84%
سيئة	0	0%
المجموع	37	100%

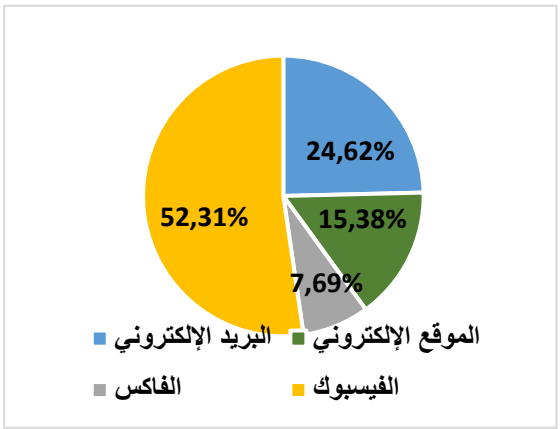


شكل(17):يبين علاقة وسائل الإعلام بخلية الاتصال

نلاحظ من الجدول أعلاه أن خلية الاتصال بمديرية الحماية المدنية علاقتها جيدة مع وسائل الإعلام وهي بنسبة 62,16% لأن وسائل الإعلام بدورها تتيح لمؤسسة الحماية المدنية بالإعلام عن كل نشاطاتها الميدانية وذلك عن طريق الحملات الإعلامية التحسسية وتليها حسنة بنسبة 37,84% وفي الأخير سيئة والتي نسبتها منعدمة 0%.

جدول رقم(17): يبين الوسائل التكنولوجية التي تلجأ إليها خلية الاتصال

الوسائل	التكرار	النسبة
البريد الإلكتروني	16	24,62%
الموقع الإلكتروني	10	15,38%
الفاكس	5	7,69%
الفيسبوك	34	52,31%
المجموع	65	100%



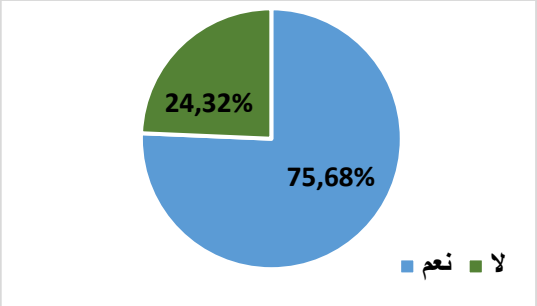
شكل(18):يبين الوسائل التكنولوجية التي تلجأ إليها الخلية

من خلال الجدول يتبين لنا أن أصحاب العينة يفضلون الفيسبوك أكثر كوسيلة بنسبة 52,31% لأننا نلاحظ الآن أن مواقع التواصل الاجتماعي تجتاح النسبة الأكبر من ناحية الاستخدام واقتناء الأخبار، ونجد ما نسبته24,62% أجابوا البريد الالكتروني، وتليها الموقع الإلكتروني بنسبة 15,38% وأخيرا الفاكس بنسبة 7,69%، وبالتالي فإن مؤسسة الحماية المدنية تسعى إلى توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة ولكن دون الاستغناء عن الوسائل الاتصالية الأخرى.

3ـالمحور الثالث: صعوبات الاتصال الخارجي في المؤسسة

جدول رقم (18): يبين وجود مشاكل تعيق الاتصال الخارجي

مشاكل	التكرار	النسبة
نعم	28	75,68%
لا	9	24,32%
المجموع	37	100%

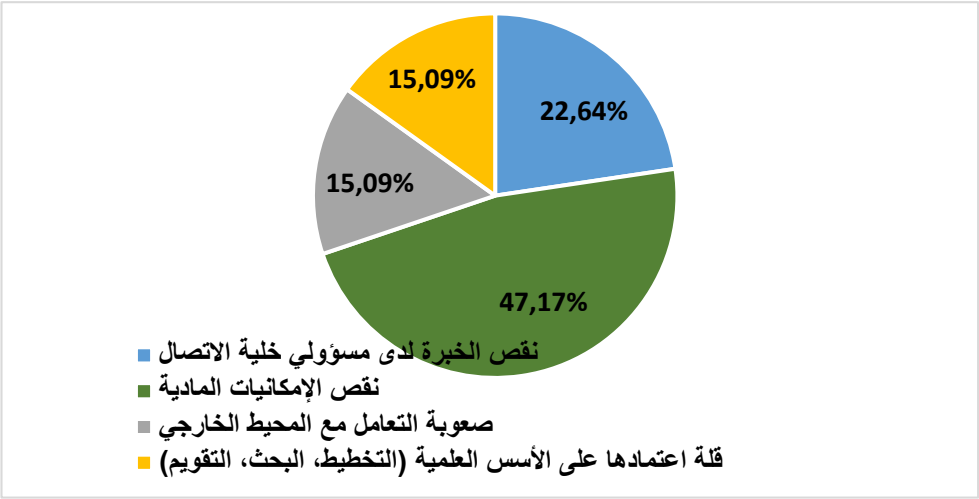


شكل(19):يبين وجود مشاكل تعيق الاتصال الخارجي

من خلال البيانات أعلى الجدول رقم (14) نلاحظ بأن أفراد العينة أغلبهم أجابوا ب " نعم" بنسبة 75,68% أما الفئة الذين صرحوا ب "لا" فهم بنسبة 24,32% وذلك أن في اعتقادهم لا وجود لمشاكل تعيق الاتصال الخارجي في المؤسسة، وسنوضح أهم المشاكل التي تعيق الاتصال الخارجي في الجدول رقم(15).

جدول رقم(19): يوضح أهم المشاكل التي تواجهها خلية الاتصال

المشاكل	التكرار	النسبة
نقص الخبرة لدى مسؤولي خلية الاتصال	12	22,64%
نقص الإمكانيات المادية	25	47,17%
صعوبة التعامل مع المحيط الخارجي	8	15,09%
قلة اعتمادها على الأسس العلمية (التخطيط، البحث، التقويم)	8	15,09%
المجموع	53	100%



شكل(20): يبين أهم المشاكل التي تواجهه الخلية

نلاحظ أن كل المبحوثين صرحوا بنسبة 47,17% أكدوا أن أهم صعوبة هي نقص الإمكانيات المادية، ثم نقص الخبرة لدى مسؤولي خلية الاتصال بنسبة 22,64% وتليها نسبة 15,09 % صعوبة التعامل مع المحيط الخارجي وقلة اعتماد المؤسسة على الأسس العلمية (التخطيط، البحث، التقويم) بنسب متساوية 15,09% وعليه يمكن القول أن أهم عائق هو نقص الإمكانيات المادية بخلية الاتصال وهذا يرجع إلى اعتماد المؤسسة على الأساليب التقليدية وعدم تجهزها بالوسائل الحديثة كسبيل المثال عصرنه الخلية واللجوء إلى الرقمنة وأيضا أجهزة كمبيوتر مختصة، وبالتالي الرفع من مستوى الاتصال الخارجي في المؤسسة وتمكن أفراده من أداء دورهم على أكمل وجه.

4ـ نتائج الدراسة الميدانية في ضوء التساؤلات:

بداية **بالمحور الأول دور الاتصال الخارجي في مؤسسة الحماية المدنية** يتبين لنا من خلال الجداول(5،6،7،8،10،11،12)حسبما صرحوا به أفراد العينة أن الاتصال الخارجي هو إيصال صورة إيجابية عن المؤسسة، في حين نجد تقييم درجة اعتماد المؤسسة على الاتصال الخارجي هي بشكل متوسط، كما أننا نجد أن الاتصال الخارجي يحتل موقع مهما في مديرية الحماية المدنية حسب ما أجاب به أفراد العينة أما في ما يخص أهمية الاتصال أدلى أفراد العينة أن له أهمية عالية في المؤسسة، إضافة إلى ما يوضح تأثير الاتصال الخارجي على تحقيق أهداف المؤسسة بشكل متوسط وكبير بالتالي الاتصال الخارجي مهم للمؤسسة، ومنه نستنتج أننا اجبنا على التساؤل الأول.

المحور الثاني تقنيات ووسائل الاتصال الخارجي بمديرية الحماية المدنية يتضح لنا ن خلال الجداول(13،14،15،16،17) اعتماد مؤسسة الحماية المدنية على وسيلة العلاقات مع الصحافة بشكل كبير وذلك من خلال الإعلام بمجهودات المؤسسة، إضافة إلى الأساليب المستخدمة من قبل خلية الاتصال نجد لمؤتمر الصحفي والمقابلات، أما في ما يخص أكثر الوسائل الإعلامية نجد استخدام الانترنت هو الذي يمثل أعلى نسبة مع باقي الوسائل الأخرى التلفزيون، وفي حين أكثر الوسائل التكنولوجية التي تلجأ إليها خلية الاتصال في اتصالها الخارجي نجد معظم أفراد العينة صرحوا ب الفيسبوك ع باقي الوسائل الأخرى الموقع الالكتروني والبريد الالكتروني بالتالي مؤسسة الحماية المدنية تسعى إلى توظيف التكنولوجيا الحديثة، ومنه نستنتج أننا تمكنا من الإجابة على تساؤل فيما تتمثل تقنيات ووسائل الاتصال الخارجي في الحماية المدنية.

المحور الثالث: عوائق الاتصال الخارجي في مؤسسة الحماية المدنية حيث يتبين لنا من خلال الجدولين(18،19) أن مؤسسة الحماية المدنية تعاني من مشاكل تعيق اتصالها الخارجي، واكبر عائق هو نقص الإمكانيات المادية الذي يرجع إلى اعتمادها على الوسائل التقليدية، مع ذلك المؤسسة تسعى إلى رفع مستوى الاتصال الخارجي ومنه يمكننا القول أننا قد أجبنا على التساؤل الثالث ما هي عوائق الاتصال الخارجي في مؤسسة الحماية المدينة.

5ـ نتائج عامة

- ✓ تعتمد مديرية الحماية المدنية على ذوي الكفاءة العلمية ومستوى تعليمي عالي(جامعي).
- ✓ مؤسسة الحماية المدنية توظف عناصر شابة تمتلك العديد من المعارف والخبرات.
- ✓ الاتصال الخارجي في مؤسسة الحماية المدنية هو عبارة عن إيصال صورة ايجابية عن المؤسسة.
- ✓ تعتمد المؤسسة على الاتصال الخارجي بشكل متوسط.
- ✓ يحتل الاتصال الخارجي موقع مهما في الحماية المدنية.
- ✓ يؤثر الاتصال الخارجي بشكل كبير على مؤسسة الحماية المدنية من خلال تحقيق أهدافها.
- ✓ أكثر وسيلة تعتمد عليها مؤسسة الحماية المدنية في الاتصال الخارجي هي العلاقات مع الصحافة.

- ✓ أهم أسلوب تستخدمه خلية الاتصال في اتصالها الخارجي هو المؤتمر الصحفي والمقابلات.
- ✓ تعد الانترنت أكثر الوسائل الإعلامية استخداما في خلية الاتصال.
- ✓ من الوسائل التكنولوجية التي تلجأ لها خلية الاتصال هي الفيسبوك.
- ✓ تواجه خلية الاتصال في المؤسسة مشاكل تعيق اتصالها الخارجي، ومن أهمها نقص الإمكانيات المادية، وهي تسعى الآن إلى معالجة المشاكل من خلال جملة من الاقتراحات وهي كالأتي:
- ✓ تغيير إستراتجية الاتصال وذلك من خلال تطوير وسائل الاتصال بوسائل حديثة وتقنيات متطورة ولجوء إلى الرقمنة.
- ✓ التكوين في مجال التخصص للمكلفين بالاتصال بالخلية لمواكبة التطورات التي عرفتها الإدارة الحديثة.
- ✓ توفير أجهزة الإعلام الآلي وبرمجيتها وتطبيقاتها.

الخاتمة

الخاتمة:

تستخدم مؤسسة الحماية المدنية بالمسيلة الاتصال الخارجي بشكل كبير فهي مؤسسة ذات طابع إنساني وخدمي، وهذا ما سهل علينا الإجابة على إشكالية دراستنا حيث توصلنا إلى أن الاتصال الخارجي يلعب دورا كبيرا ومهما في المؤسسة فله وظائف حيوية متعددة وذلك من خلال وسائله المختلفة، حيث يساهم في الإعلام بنشاطات وانجازات ومجهودات التي يحققها أفراد الحماية المدنية وبالتالي تحقيق المؤسسة لأهدافها المنشودة، وبالرغم من استخدمها للاتصال الخارجي فإنها لا تزال بحاجة إلى الوسائل الاتصالية الحديثة فبفضل هذه التكنولوجيات تفعل اتصالها الخارجي وبهذا تحسن صورتها لدى محيطها الخارجي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

ـ الكتب

1. أحمد محمد المصري، الإدارة الحديثة، الإسكندرية، مؤسسة الجامعة،2000.

2. أنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات والاتصال في الخدمة الاجتماعية، ط1، عمان، دار حامد للنشر والتوزيع،2016.

3. إلياس بن ساسي ويوسف قريش، التسيير المالي الإدارة المالية، ط1، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع،2011.

4. تامر البكري، اتصالات التسويق والتوزيع، ط1، مصر، دار حامد للنشر والتوزيع،2006.

5. جاسم رمضان الهلالي، الدعاية والعلاقات العامة في المدونات الالكترونية، ط1، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع،2013.

6. جاسم فخري سليمان وآخرون، العلاقات العامة، بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي،1981.

7. حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006.

8. ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي . أسسه . مناهجه . إجراءاته، الأردن، بيت الأفكار الدولية.

9. ربحي مصطفى عليان وآخرون، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، ط2، دار الصفاء للنشر والتوزيع.

10. صالح خليل أبو أصبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، ط1، الشروق، 1998.

11. عبد الغني محمد إسماعيل العمراني، دليل الباحث في إعداد البحث العلمي، ط2، صنعاء، دار الكتاب الجامعي،2012.

12. عبد الفتاح محمد دويدات، سيكولوجية السلوك الإنساني، بيروت، دار النهضة العربية، 1995.

13. فضيل دليو، اتصال المؤسسة إشهار. علاقات عامة . علاقات مع الصحافة، ط1،القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع،2003.

14. محمد أبو سمرة، الاتصال الإداري والإعلامي، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009

15. محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي لتصميم المنهج والإجراءات، ط2، مكتبة النهضة القاهرة، 1987.

16. محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.

17. محمد ناجي الجوهر، وسائل الاتصال والعلاقات العامة، ط1، عمان، 2000.

18. مصطفى حجازي، الاتصال الفعال والعلاقات الإنسانية الإدارية، لبنان، 1982.

19. ناصر دادي عدوان، اقتصاد المؤسسة للطلبة الجامعيين، الجزائر، دار المحمدية العامة للنشر والتوزيع، 2005.

20. نجلاء محمد صالح، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية الأسس العلمية، ط1، دار الثقافة لنشر والتوزيع، 2001.

21.هناء حافظ بدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية،2003.

المعاجم:

1. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

المذكرات:

1. أحلام كحلوش،"دور الاتصال التنظيمي في تسيير المؤسسات الخدماتية الجزائرية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن المهيدي أم البواقي، 2015- 2016

2. الزهرة نويوة والخنساء شريفي،"فعالية الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر)، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2015-2016.

3. الهام فردي وسهيلة بلبزوخ،"دور الإعلان في تحسين الصورة لذهنية للمؤسسة الخدماتية لدى جمهورها الخارجي"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر)، جامعة بن المهيدي، 2014-2015.

4. بوماسي سوسن وآخرون،" دور الاتصال الخارجي في تحسين صورة السياحة العلاجية"، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الليسانس)، جامعة 8ماي 1945، قالمة،2014-2015.

5. توامة حفيظة والراهم سعاد،"واقع الاتصال التنظيمي في مؤسسة الحماية المدنية"،(مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر)، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2017.

6. زردوبة يوسف و قذيفة صدام حسين، "تأثير الاتصال التسويقي على جمهور المؤسسة الخدماتية"، (مذكرة لنيل شهادة ليسانس)، جامعة المسيلة 2018 ـ 2019

7. زرواق فاطمة الزهراء، "تقدير الذات وعلاقته بالضغوط النفسية لدى العاملين في الحماية المدنية"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر)، جامعة محمد بوضياف، 2014.2015.

8. زواوي الحاج سعد،"اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير)، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012 ـ 2013.

9. زينب حمة وبسمة زعلاش،"دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل نشاط المؤسسة الخدماتية"، (مذكرة ماستر)، جامعة العربي بن المهيدي أم البواقي،2017.2018.

10. سحنون ريحانة،"واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية الجزائرية"، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر)،جامعة العربي بن مهيدي،2015.

11. عبيري حفيظة،"الاتصال الخارجي وأثره على الأداء الوظيفي"،(مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر)، جامعة المدية،2016 -2015.

12. قادري محمد، "الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية بين النظرية والتطبيق"،(مذكرة لنيل شهادة الماجستير)،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان،2009 .2010

13. مرابحة أم الخير وآخرون،"الاتصال الخارجي ودوره في استقطاب الزبائن"،(مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس)، كلية الحقوق والآداب والعلوم الاجتماعية،8جامعة ماي2008،1945-2009.

14. مزعاش وفاء،"واقع تطبيق استراتجيات الاتصال في المؤسسات الناشئة "، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر)، جامعة 8ماي1945قالمة،2017-2018.

المجلات:

1. أحمد بن عيشاوي،"إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدماتية"، مجلة الباحث،(العدد4)، جامعة قاصد مرباح ورقلة، 2006.

2. ياسمين بويض،"الاتصال الخارجي في المؤسسات الجزائرية"، مجلة الصورة والاتصال،(العدد2).

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول

الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدماتية دراسة حالة مديرية الحماية المدنية بولاية المسيلة

مذكرة تخرج لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصـــال
تخصص :اتصال علاقات عامة

إعداد الطالبات
- ياسمين داود
- زينب طاهري
- سمية زرقين

إشراف الأستاذة:
سهام باجي

ملاحظة:

الرجاء منكم القراءة المتأنية للأسئلة والإجابة عنها بكل دقة وموضوعية، وهذا بغرض جمع كافة البيانات والمعلومات التي ترتبط بأهداف الدراسة، علما أن الإجابات المقدمة من طرفكم سوف تبقى سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، وشكرا مسبقا على حسن تعاونكم ومساعدتكم لنا

تنويه : توضع علامة (×) أما العبارة المناسبة

السنة الجامعية 2019-2020

البيانات الشخصية

1-الجنس ذكر□أنثى □

2-السن .....

من 21 سنة إلى 27 سنة □

من 28 سنة إلى 34 سنة □

من 35 سنة إلى 41 سنة □

من 42 سنة فما فوق □

3-المستوى التعليمي :

متوسط □ ثانوي □ جامعي □

4-الخبرة المهنية : من 1 إلى 4 سنوات □من 5إلى 9 سنوات□ من 10 سنوات فما فوق□

البيانات الموضوعية

المحور الأول : دور الاتصال الخارجي في مؤسسة الحماية المدنية

5-ماذا يعني لكم الاتصال الخارجي في مؤسستكم؟

- **تبادل المعلومات بين المؤسسة ومحيطها الخارجي نعم □لا □**
- **تقديم المعلومات التي يرغب الجمهور الخارجي بمعرفتها نعم □لا □**
- **إيصال صورة إيجابية عن المؤسسة نعم □لا □**

6-كيف تقيم درجة اعتماد مؤسستكم على الاتصال الخارجي ؟

عالية □متوسطة □ضعيفة□

7-هل يحتل الاتصال الخارجي موقع مهم في مديرية الحماية المدنية؟ نعم □لا □

8-هل للاتصال الخارجي أهمية في مؤسستكم ؟ نعم □ لا □

9-إذا كانت الإجابة بـ " نعم " ما هي درجة أهميته ؟

.....

10-هل ترون أن خليـة الاتصال تتوفر على الإمكانيات المادية لتحقيق اتصال خارجي فعال ؟

نعم□لا□

11-هل تعتقدون ان الاتصال الخارجي في مؤسستكم يؤثر على تحقيق أهداف المؤسسة؟

بشكل عالي □ بشكل كبير □ بشكل متوسط □

12-هل تهتم خلية الاتصال بإيصال المعلومات والقرارات إلى المحيط الخارجي ؟

دائما □ أحيانا □ نادرا□

13-حسب رأيكم ما هو هدف خلية الاتصال بمؤسستكم ؟

التعريف بالمؤسسة □ تحسين صورة المؤسسة □ تكوين علاقات جيدة مع وسائل الإعلام □
كسب ثقة الجمهور □

المحور الثاني : وسائل الاتصال الخارجي في مديرية الحماية المدنية

14-ما هي أكثر وسيلة تعتمد عليها مؤسستكم للاتصال الخارجي ؟

العلاقات العامة □ العلاقات مع الصحافة □ الإشهار □

15-ما هي الأساليب التي تستخدمها خلية الاتصال (علاقات عامة) للاتصال الخارجي؟

الهاتف □ المؤتمر الصحفي □ مقابلات □ اجتماعات

16-ما هي أكثر الوسائل الإعلامية التي تستخدمها خلية الاتصال في الاتصال الخارجي؟

صحف □ تلفزيون □ راديو □ انترنت□

17-كيف تقيم علاقة وسائل الإعلام بخلية الاتصال في مديرية الحماية المدنية؟

جيدة □ حسنة □ سيئة□

أخرى أذكرها .....

18-ما هي الوسائل التكنولوجية التي تلجأ إليها خلية الاتصال في الاتصال الخارجي؟ البريد الالكتروني □ الموقع الالكتروني □ الفاكس □ الفيسبوك□

المحور الثالث: صعوبات الاتصال الخارجي بمديرية الحماية المدنية

19-هل تواجه خلية الاتصال مشاكل تعيق الاتصال الخارجي؟ نعم □ لا□

20-إذا كانت " بنعم " فما هي هذه المشاكل؟

- **نقص الخبرة لدى مسؤولي خلية الاتصال □**
- **نقص الإمكانيات المادية □**
- **صعوبة التعامل مع المحيط الخارجي □**
- **قلة اعتمادها على الأسس العلمية (التخطيط، البحث، التقويم) □**

أخرى أذكرها:.....

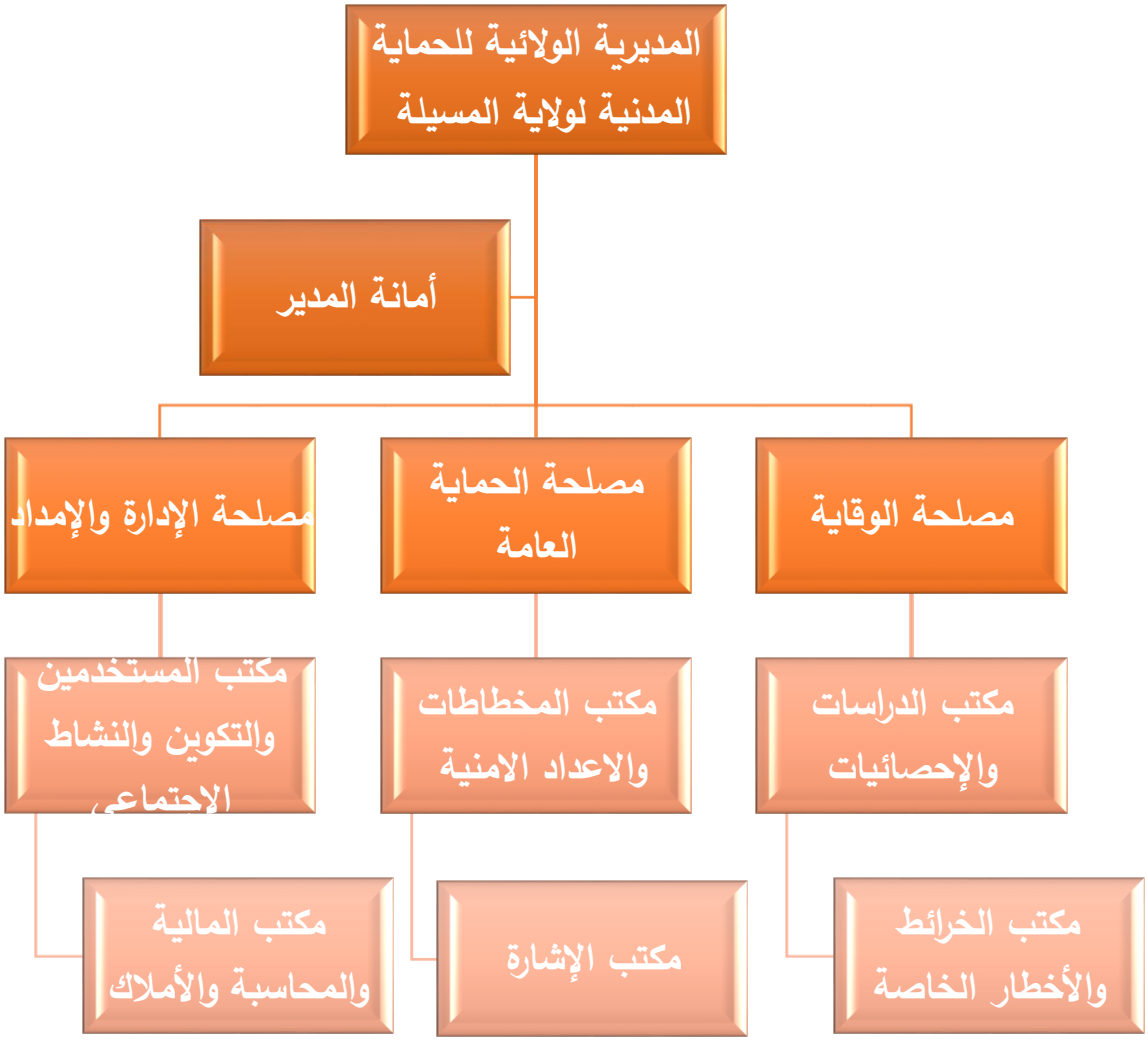
.....

21-ما هي الاقتراحات التي تقدمها من أجل التغلب على الصعوبات التي تواجه الاتصال الخارجي بمديرية الحماية المدنية؟ .....

.....

شكرا على حسن تعاونكم معنا الباحثة

مصالح مديرية الحماية المدنية لولاية المسيلة



الملخص:

تهدف الدراسة إلى معرفة واقع الاتصال الخارجي في مديرية الحماية المدنية بالمسيلة من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من أفراد الحماية المدنية.

ولبلوغ أهداف الدراسة قمنا بتصميم استمارة استبيان لجمع المعلومات اللازمة، حيث بلغ عدد الاستبيانات الموزعة 37 استمارة استبيان، كما اعتمدنا في دراستنا على منهج دراسة حالة.

وتلخصت أهم النتائج التي توصلت إليها دراستنا فيما يلي: الاتصال الخارجي في مؤسسة الحماية المدنية هو عبارة عن إيصال صورة ايجابية عن المؤسسة، إضافة إلى أن الاتصال الخارجي يحتل موقع مهم في الحماية المدنية، وأكثر وسيلة تعتمد عليها المؤسسة في اتصالها الخارجي هي العلاقات مع الصحافة، ويؤثر الاتصال الخارجي على تحقيق أهداف المؤسسة.

Summary:

The study aims to know the reality of external contact in the civil protection directorate in Al Msila by conducting a field study on a sample of civil protection personnel.

In order to achieve the objectives of the study, we deigned a questionnaire from to collect the necessary information the number of distributed questionnaire reached 37 questionnaires we also adopted in our study a case study approach.

The most important results of our study are summarized as follows: external communication in the civil protection institution is the delivery of a positive image of the institution to the fact that external communication occupies an important, and the method that the institution relies on most in its external communication affects the achievement of the organization's goals.