

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

## الاتصال المواجهي في ميدان العلاقات العامة مديرية التربية نموذجاً

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال  
تخصص اتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف الدكتور  
- سيفون باية

إعداد الطالبين:  
- عزي أحمد  
- عيش أحمد

السنة الجامعية 2021-2022

# كلمة شكر

نشكر المولى عز و جل الذي منحني القدرة لإنجاز

هذا العمل ونتقدم بالشكر للأساتذة المحترمة السيدة

" سيفون باية " لقبولها الإشراف على هذا الانجاز.

و نشكر جميع الأساتذة الكرام على التوجيهات

التي قدموها لنا طيلة سنوات الماستر.

و أشكر كل من ساندني في إنجاز عملي المتواضع.

عزوي أحمد

# الإهداء

إلى من علمتني الصبر والتقوى ورسمت على شفاهي البسمة، إلى  
البلسم الشافي لجروح والمخفف للألم، اشراقة النور في حياتي نبع  
الحنان المتدفق إليك أُمي الغالية.

وإلى من زرع في عقلي وقلبي حب العمل والمثابرة وعلمني أن  
أصمد أمام المصاعب ، " أبي العزيز " فأنا لا أملك إلا أن أدعوا الله  
عزوجل أن يحفظهما ويجعلنا أنا وإخوتي قرّة أعينهم .  
وإلى ركيزة البيت وفرحته وبهجته إخوتي

حزري أحمد

## - مقدمة

### - خطة الدراسة

#### 1- الإطار المنهجي وخطواته:

- إشكالية البحث
- التساؤلات
- أهداف البحث
- أسباب اختيار الموضوع
- طبيعة الدراسة ومنهج البحث
- مجتمع البحث
- عينة البحث
- أدوات الدراسة
- صعوبة الدراسة

#### 2- الجانب النظري:

- الفصل الأول: ماهية الاتصال الشخصي.
- المبحث الأول: تعريف الاتصال الشخصي.
- المبحث الثاني: خصائصه ومميزاته.
- المبحث الثالث: وسائل الاتصال المستخدمة في الاتصال الشخصي.
- المبحث الرابع: العوامل التي تؤثر على فعالية ونجاح عملية الاتصال الشخصي.
- المبحث الخامس: دور أهمية الاتصال الشخصي.
- الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة.
- المبحث الأول: تعريف العلاقات العامة.
- المبحث الثاني: تطور العلاقات العامة.
- المبحث الثالث: مبادئ العلاقات العامة.
- المبحث الرابع: وظائف العلاقات العامة وأهدافها.
- المبحث الخامس: أهمية العلاقات العامة وعوامل نجاحها

### 3- الإطار التطبيقي:

الفصل الأول: الاتصال الشخصي في ميدان العلاقات العامة لمديرية التربية لولاية المسيلة.

المبحث الأول: لمحة تاريخية عن مديرية التربية

المبحث الثاني: التعريف بالمؤسسة مديرية التربية ومصالحها.

المبحث الثالث: تحليل الاستمارة.

المبحث الرابع: نتائج الدراسة.

خاتمة

# مقدمة

## مقدمة

لقد شهد العالم خلال النصف الثاني من القرن العشرين تطورات مذهلة ومتسارعة في وسائل وتكنولوجيا الاتصالات، لدرجة أنه أصبح من الصعب على الأفراد والمؤسسات متابعة هذه التطورات والاختراعات الجديدة، فقد دخلنا خلال هذا القرن عصر الأقمار الصناعية، وعصر الانترنت، وتحول هذا القرن عصر الأقمار الصناعية وعصر الانترنت، وتحول هذا الكون الواسع إلى قرية صغيرة.

إن التقدم في وسائل وتكنولوجيا الاتصالات بأشكالها المختلفة جعلت عملية نقل وتبادل المعلومات والأحداث والخبرات من أي مكان من العالم إلى أي مكان آخر، عملية سهلة وتتم بسرعة وفاعلية، مما أدى إلى زيادة إنتاجية الأفراد والمؤسسات والحكومات في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والتربوية.

أما العلاقات العامة فهي نشاط حيوي من أنشطة الإدارة التي لا يمكن الاستغناء عنها في أي مؤسسة أو منظمة.

والعلاقات العامة لا تنفصل عن الاتصال، فهي نشاط اتصالي يهدف إلى توثيق الصلة بالمجتمع الداخلي والخارجي للمؤسسة.

والاتصال الشخصي أحد أهم أنواع الاتصال المتنوعة وبالتالي العلاقات العامة تستخدم هذا النوع من الاتصال في معظم نشاطاتها الاتصالية، ومنه يجب الجمع بين العلاقات العامة والاتصال الشخصي باعتبارهما مترابطين إلى ابعده الحدود ولا ينفصلان نظريا أو علميا.

الإطار

المنهجي

### إشكالية البحث

إن الاتصال المواجهي كباقي أنواع الاتصال الأخرى له هدف معين أو مجموعة من الأهداف، ولبلوغ هذه الأهداف يستلزم تنسيق مختلف الجهود في إطار يسمح بتنظيم المهام وتحديد الأدوار الرئيسية للعالمين وتحديد أنماط التفاعل اللازمة بسبب الأفراد بشكل واع ومنسق.

إذ يعد الاتصال المواجهي أو الشخصي أحد أهم وأقدم الدراسات المتعلقة بالنشاط الإنساني، إذ يلعب دور كبير ومعتبر في حياة الأشخاص والبشرية وأصبح يمثل الوسيلة الأساسية في كل المؤسسات، ولذلك سنحاول الغوص في دراسة الاتصال الشخصي وأهميته بالنسبة للعلاقات العامة.

فمديرية التربية لولاية المسيلة لها أهداف تسعى لتحقيقها من خلال تنظيم وتنسيق الجهود في إطار بناء تنظيمي خاص تتخلله شبكة الاتصال التي يتم من خلالها تبادل المعلومات والأفكار التي تهتم المؤسسة وبالتالي:

**ما مدى أهمية الاتصال المواجهي في ميدان العلاقات العامة ؟**

### طرح التساؤلات

- 1- ما هي مميزات الاتصال المواجهي بمديرية التربية لولاية المسيلة ؟
- 2- ما مدى قوة تأثير الاتصال المواجهي في ميدان العلاقات العامة بمديرية التربية لولاية المسيلة ؟
- 3- كيف تتم عملية استخدام الاتصال المواجهي بمديرية التربية لولاية المسيلة ؟
- 4- ما أهمية ودور الاتصال المواجهي في ميدان العلاقات العامة بمديرية التربية لولاية المسيلة ؟

5- ما هي العوائق التي تحول دون تحقيق هذا الاتصال لأهدافه ؟

### أهداف البحث

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- 1- التعرف على كيفية سير العملية الاتصالية بمديرية التربية لولاية المسيلة.
- 2- معرفة واقع الاتصال الشخصي بمديرية التربية لولاية المسيلة.
- 3- الكشف عن دور وأهمية هذا النوع من الاتصال في تسهيل نشاط المؤسسة
- 4- معرفة مدى اعتماد مديرية التربية لولاية المسيلة على الاتصال الشخصي أو المواجهي.

### أسباب اختيار الموضوع:

إن دراستنا لهذا الموضوع من ورائه العديد من الأسباب التي دفعتنا إلى دراسة هذا الموضوع.

من هذه الدوافع منها ما هو موضوعي وما هو ذاتي بصفتنا طالبين بقسم علوم الإعلام والاتصال فإن أسباب الدراسة تتلخص في:

### 1- الأسباب الموضوعية

- أ- تدارك النقص الكبير لمثل هذه الاتصالات.
- ب- بيان دور وأهمية العملية الاتصالية الشخصية

### 2- الأسباب الذاتية:

- أ- محاولة ترجمة المعلومات المحصل عليها خلال سنوات الدراسة.
- ب -توظيف الجهد والمعرفة المحصلة ميدانيا

ج- الفضول العلمي لكشف جوانب جديدة في ميدان الاتصال.

د- التشوق لمعرفة عمل المؤسسات وأسرارها المهنية.

### طبيعة الدراسة ومنهج البحث:

#### 1- طبيعة الدراسة:

اقتضت طبيعة الموضوع وإشكالية دراستنا وتساؤلاتها أن تكون طبيعة الدراسة دراسة مسحية

أما المنهج المعتمد لدراسة موضوعنا هو المنهج المسحي الذي يمكن تعريفه في اللغة العربية بأنه يفيد إمرار اليد على الشيء السائل أو المتطخ لإذهابه، وفي اللغة الفرنسية *la méthode d'enquête* أي منهج التحقيق العلمي.

وعرفه الباحث ذوقان عبيدات بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها

أما الباحث محمد زيان عمر فعرف المنهج المسحي بأنه دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي دون أي تدخل من قبل الباحث أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية.

ووفقا للتعريفات السابقة لمنهج المسح يمكن القول بأنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الواقعي<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، ص 285.

### تحديد المصطلحات:

#### 1- اتصال ذو جهتين:

الاتصال الذي يتم بين المرسل والمرسل إليه مباشرة كمواجهة رجل الدولة لجمهور المواطنين وحديث المدرس مع تلاميذه في حجرة الدراسة. في هذا النوع من الاتصال يتبادل كل من المرسل والمستقبل أماكنهم خلال عملية التفاعل ، إذ يصبح التبادل المستقبل مرسلًا مستقبلاً، وهكذا التبادل مستمر خلال التفاعل في الاتصال حتى يصل إلى تحقيق هدفه.

#### 2- الاتصال الشخصي:

يقصد به العملية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الأفراد بالطريقة المباشرة وجها لوجه وفي اتجاهين ودون قناة وسيطة حيث يصبح المرسل والمستقبل على اتصال ببعضهما وجها لوجه وفي مكان محدود ويتميز بأن المرسل فيه يصبح مستقلاً والعكس. ومن أمثلة هذا الاتصال الطبيب بمرضاه<sup>1</sup>.

#### 3- الإدارة العامة:

استخدام هذا المصطلح بمعنيين:

- الأول: يشير إلى القطاع الإداري للحكومة أو الدولة " عملية إدارة الشؤون العامة".
- الثاني: للدلالة على الدراسة المنظمة لسيدان الإدارة وقد عالج " وايت " هذا المعنى المزدوج للمصطلح في مقالة عن الإدارة العامة بدائرة المعارف البريطانية للعلوم الاجتماعية.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة 2004، ص 17.

الإدارة تشير إلى عملية توجيه وتنسيق ومراقبة سلوك الأشخاص لتحقيق أهداف معينة، ومن ثم الإدارة فن رفيع إلى جانب كونها علم يستخدم مناهج دقيقة في الدراسة والبحث.<sup>2</sup>

#### 4-العلاقات العامة:

عرفت جمعية العلاقات العامة الأمريكية العلاقات العامة بأنها نشاط أي صناعة أو منشأة أخرى بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعملاء والموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تحور من سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع.

أما معهد العلاقات العامة البريطانية فيعرفها بأنها الجهود الإدارية المرسومة والمستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم ثقافة متبادل بين هيئة وجمهورها.

#### 5-إدارة العلاقات العامة:

هيئة من الموظفين للخدمة واسداد النصيحة والتخطيط ووضع البرامج لأوجه النشاط المختلفة للعلاقات العامة التي ترمي لإمداد الإدارة بالكفاءات المتخصصة وأدوات الاتصال التي تحتاج إليها لتنفيذ سياسات العلاقات العامة أو هي عبارة عن جهاز وظيفي فني متخصص في دراسة الرأي العام وقياسه وتحليله وفي فن الاتصال والخبرة، بأساليبه، وتتطوي مهمته على وضع التخطيط الدقيق لإيحاء التعاون الكامل بين المنشأة و جماهيرها.<sup>1</sup>

#### مجتمع البحث:

هو مجموعة محدودة أو غير محدودة من المفردات أو العناصر أو الوحدات حيث تنصب الملاحظة أي أن مجتمع البحث هو جميع مفردات الظاهرة المدروسة وهو المجموع الكلي للمفردات التي نخضعها للدراسة.

<sup>2</sup> أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره ، ص 39.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره ص 40، 364

### عينة البحث:

العينة هي اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث، وهي تعني الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة لتمثل من حيث النتائج مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما.<sup>2</sup>

### نوع العينة: العينة القصدية:

قمنا باختيار عينة قصدية وفي هذه العينة يختار الباحث المفردات في هذه العينة بطريقة عمدية طبقا لما يراه من سمات و خصائص تتوفر وتستخدم المعاينة القصدية في الأبحاث الاستطلاعية.

والعينة في بحثنا هذا هي مديرية التربية لولاية المسيلة، وتم حصرها بحوالي 30 شخص ذكور وإناث ، وحصرنا الدراسة في الفترة الممتدة من 02 مارس إلى 30 أفريل 2022

### أدوات الدراسة:

#### - الاستبيان:

الاستبيان أداة للحصول على الحقائق وتجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل.

ويعتمد الاستبيان على إعداد مجموعة من الأسئلة ترسل لعدد كبير نسبيا من أفراد المجتمع. ( حيث ترسل هذه الأسئلة عادة لعينة ممثلة لجميع فئات المجتمع المراد فحص آرائها).

وعلى الرغم من أن طريقة الاستبيان هي طريقة شائعة في البحث إلا أنها كثيرا ما يساء استخدامها وفيما يلي بعض تلك الأخطاء الشائعة التي ينبغي أن يتلناها للإفادة القصوى من الاستبيان:

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن 2004، ص

## الإطار منهجي

---

- 1- قد تكون المعلومات التي سأل عنها القائم بالاستفتاء معروفة من مصادر أخرى بالتالي فإنه يسبب للمفحوص كثيرا من الضيق يحول سببه وسبب الاستجابة والرد.
- 2- الفشل القائم بالاستبيان في خلق ما يشجع المفحوص على الرد، وعلى ذلك فيجب أن يحسن الباحث تنظيم الاستبيان.<sup>1</sup>

### صعوبات الدراسة:

- 1- قلة المراجع.
- 2- سوء الاستقبال وعدم التعاون من طرق الموظفين بمديرية التربية.
- 3- انعدام الخبرة والمستوى الذي يجب أن يكون لدى الموظفين.
- 4- انعدام الدراسات السابقة لموضوع الدراسة.

---

<sup>1</sup> أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، المكتبة الأكاديمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996، ص 335.

# الإطار النظري

# الفصل الأول

## الاتصال الشخصي

## المبحث الأول: تعريف الاتصال الشخصي

برز الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي في منتصف الستينات وبداية السبعينات من هذا القرن، حيث أصبح يمثل موضوعا حيويا، وكان جير الدهيلر R.Miller Gerald من أوائل الباحثين الذين اهتموا بدراسته من الناحيتين التربوية والعلمية، وبدأت الدراسات بالاهتمام بالاتصال الذي يتم داخل الإطار الأكاديمي خلال الأحاديث بين الأساتذة وبعضهم وبينهم البعض والتي تحدث في الجماعات الصغيرة (وتتخللها علاقات الوجه بالوجه) وتشمل على الصراحة والمواجهة

ثم تحول الاهتمام من الإطار الأكاديمي للاتصال إلى الحوارات الخاصة داخل الجماعات الصغيرة خارج الإطار الأكاديمي، مع التركيز على الهدف من الاتصال، وقد تضمنت اهتمامات الباحثين العلاقة الاتصالية بينهم وبين معارفهم، أو العلاقة الاتصالية مع أصدقائهم المقربين وشركائهم ، ومن ثم بدأ الاهتمام بالأسس التطبيقية لقيام تلك الأشكال الاتصالية القائمة على التفاعل وكان الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي، قد ظهر في منتصف الأربعينيات عندما ظهرت نتائج الدراسة التي أجراها بول لازرزيلد عام 1945 واستمرت لمدة عقد كامل، وظهرت نتائجها عام 1955 في كتاب مع كاتر بعنوان التأثير الشخصي.

وتمثلت أهمية الكتاب في التركيز على أهمية الدور الذي تقوم به الجماعات وتأثيرها القوي على الفرد وبعد أن تيقن أن الرسائل في تحركها من المصدر إلى الجمهور وتمر عبر مرحلتين وليس مرحلة واحدة، وأن العلاقات الاجتماعية تمثل عاملا مهما ورئيسيا في سلوك الأفراد، منذ ذلك الوقت تأكد دور الاتصال الشخصي داخل الجماعات التي ينتمي إليها الفرد، وبات الفرد يحصل على معلومات ومعارفه من خلال جماعته التي ينتمي إليها ومن قادة الرأي في جماعته، وذلك بعد أن ساد الاعتقاد لفترات طويلة منذ بداية القرن العشرين وحتى الثلاثينات أن لوسائل الاتصال الجماهيري تأثيرا قويا ومباشرا في تشكيل

آراء واتجاهات المستمعين وتغيير عاداتهم الحياتية وهو ما عرف بالتأثير الفوري أو الطلقة السحرية إلى أن بدأت الدراسة الخاصة بالسلوك الانتخابي للرئاسة الأمريكية 1948/1940 بواسطة لازرزفيلد وبيريلسون perelson وآخرين 1954، والتي تبين فيها أهمية الاتصال بين الأفراد والجماعات، ثم ماتلاها من دراسات مثل دراسة هوفلاند 1950 عن الجنود الأمريكيين وغيرها من الدراسات التي أجريت في مناطق متفرقة وأمدت بحوث الاتصال بالنظرة الموضوعية عن محدودية تأثير وسائل الاتصال وحدود فاعليته، والتي تأكدت أيضا بمزيد من البحوث الاجتماعية والسياسية في عقد الستينات ، واستمر الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي أو المواجهي في الجامعات، والمراكز البحثية المختلفة.

ويرجع البعض دوافع الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي إلى:

- 1- اكتشاف انجح أساليب الدعاية في الحملات الانتخابية.
- 2- خدمة الحملات الإعلانية.
- 3- دراسة أساليب الدعاية.
- 4- دراسة أساليب تكوين الرأي العام في الاتحاد السوفييتي (سابقا).

أما عن أسباب الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي تاريخيا فترجع كما يذكر جيرالد إلى مجموعة من الأسباب الاجتماعية والسياسية التي سادت في المجتمع ويرجع أهمها إلى:

حالات القلق والاضطراب الذي أصاب المجتمع الأمريكي إثر التحركات التي قام بها البعض خاصة الشباب ، للمطالبة بالحقوق المدنية الخاصة بهم 1960 إثر مشاركة الدولة في حرب فيتنام، والتي استمرت طويلا وأثارت لدى الشباب، وبصفة خاصة المثاليين منهم. المقته والكره الشديد للرسائل الخادعة التي تثبتها وسائل الاتصال الجماهيري، مما أبرز لديهم الاهتمام بالتمتية الذاتية والإدراك والوعي الشخصي، وانسحب ذلك إلى الاهتمام

بالاتصال المواجهي كنوع من التعبير عن الأصالة الذاتية، بعيدا عن الخداع الاقناعي الذي كان يبيث من وسائل الإعلام في تلك الفترة.

بدأ الاهتمام بدراسة الاتصال الشخصي داخل أقسام الاتصال بالجامعات المختلفة وكان الاهتمام به خارج الجامعات قد تزايد أيضا، وصدرت بعض المؤلفات الخاصة مثل مؤلفات ( Griffin and patter 1941. Me Grosky larson and knapp.Kaltner ) مؤلفات (1970)

وظهر الاهتمام بالاتصال أيضا من خلال اهتمام الجمعيات العلمية والمهنية لدراسة علوم الاتصال على تحديد مجالات معينة للدراسة، مما أوضح الاهتمام المتصاعد بتعلم ودراسة عمليات الاتصال الشخصي، وأيضاً ظهر الاهتمام من خلال البرامج الخاصة بالمؤتمرات واللقاءات العلمية التي تتناول ظواهر الاتصال الشخصي، والتي أصبحت هي القاعدة، فعلى سبيل المثال عقد في برلين الغربية 1972 بعض البرامج التدريبية الخاصة بالاتصال الشخصي بالاتفاق مع الجمعية العالمية للاتصال، وتمت في هذا البرنامج مناقشة الكثير من البحوث والأوراق التي تم نشرها في الدورية الرئيسية للجمعية، وكانت جميعها عن الاتصال الشخصي وعملياته، مما أكد على أن الاتصال الشخصي أصبح يمثل ركنا أساسيا في الدراسات الجامعية، إلى جانب ما تم عقده من لقاءات وحلقات دراسة سمنار مدعما من جمعية الاتصال اللفظي حيث عقد لقاء بجامعة ميتشجان Michigan state university ، والآخر تم عقده في جامعة نورث ويبسترن North Western university

وفي السبعينيات تم طرح بعض المعالجات النظرية المبتكرة عن المفاهيم في مجال

الاتصال الشخصي<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - فؤادة عبد المنعم البكري، الاتصال الشخصي، عالم الكتب القاهرة، ط2، 2005، ص 29-31.

ويمكن تعريف الاتصال الشخصي بأنه يتم بين شخصين أو أكثر وجها لوجه، ولهذا يسمى أيضا (الاتصال الوجيه) ، وهو في إطاره العام يمثل أشكالا مختلفة من المقابلات واللقاءات الشخصية بين اثنين أو أكثر بشكل مباشر دون اللجوء إلى استخدام وسائل الاتصال المختلفة ، وهذا النوع من الاتصال يحدث يوميا ويمكن أن يكون بين الأفراد أنفسهم أو بين الأفراد والآلة

كما تحدث في الاتصال بين الاتصال والحاسوب أو بين السائق وإشارة المرور<sup>1</sup>

ويمكن تعريفه أيضا بأنه الاتصال المباشر الذي يتم بين عدد محدود من الأفراد، وعلى الاتصال الجماعي الذي يتم أيضا بين عدد كبير نسبيا من الأفراد مثل جمهور المحاضرة أو ندوة... الخ، ويعرف بعض الباحثين الاتصال الشخصي بأنه اتصال وجها لوجه وتفاعل الأفراد مع بعضهم البعض وهو أقوى وسائل الاتصال في تغيير اتجاهات الناس ومفاهيمهم.

ويعرف جيرالد ميلر الاتصال الشخصي على أساس سياق الموقف الذي يحدث فيه الاتصال فيعرفه بأنه جلسة تعقد من عدد صغير نسبيا من القائمين بالاتصال (غالبا ما يكون شخصين) ويتوافر فيه اتصال الوجه للوجه واتحد الأقصى من قنوات الإحساس، مع وجود الفرص المتاحة لحدوث رجع الصدى السريع.

ويقدم فيليب تومبكر تعريفا للاتصال الشخصي في المقابل للاتصال الجماهيري والأحاديث العامة بتأكيد أن الدور الخاص بالأداء وبالجمهور لم يتم التخطيط لهما بشدة.

أما وليامسن وسميث فقد قاما بتعريف الاتصال الشخصي من خلال تحليل عناصر المصطلح فذكرا أن Inter تعني بين، نعني أن الاتصال يحدث بين الناس عادة ولكن يتضح المعنى يتطلب هذا موقف اجتماعيا أو سياقا والوحدة الاجتماعية المصغرة

<sup>1</sup> - ريجي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان،

لذلك هي فردين dyad أو الزوجين، وكلمة person كما يذكر الباحثان اشتقت من اللفظة اللاتينية persond وتعني قناع أو تنكر mask كما تعني كلمة person أو persona في النظريات الاجتماعية المعاصرة مفهوم الدور سواء كان هذا الدور هو الدور الاجتماعي أو الدور النفسي، وهو الدور الذي يقوم به الناس عادة في رأي موقف من المواقف الاجتماعية وتعني كلمة الدور في نظريات التفاعل الزمني الدور الاجتماعي المرسوم أي مجموعة السلوكيات الخاصة والمرتبطة بمجموعة من الوظائف الخاصة داخل المجتمع، ويمكن للشخص أن يقوم بدور الأب والابن والمدرس، أو تقوم الأم بدورها إلى جانب دورها كابنة أيضا وهكذا

والوظيفة الاجتماعية للدور من إعداد المجتمع أو من وضع أفراد هذا المجتمع وتختلف مكونات هذا الدور من مجتمع لآخر، والدور له معنى سيكولوجي نفسي أيضا ، وهذا المعنى النفسي يؤسس ويقام على المعنى الاجتماعي، ويشير إلى الاتجاهات المفترض تحقيقها في دور معين (فعلى سبيل المثال قد يكون الشخص مدرسا حازما، ولكن أحيانا شارد الذهن عطوفا منعزلا) فكل اتجاه من هذه الاتجاهات يشير إلى وضع نفسي معين ويترجم الدور الذي يقوم به الشخص إلى سلوك مرتبط بالآخرين، والدور هنا يعني المعنيين: المعنى النفسي والمعنى الاجتماعي الذي سلكه وتبناه الشخص في تفاعله مع الآخرين ونحن عندما نحلل الاتصال الشخصي لشخص ما فنحن نحلل الدور الاتصالي لشخص له أدوار سيكولوجية وأدوار اجتماعية (كما في المثال) فالمعاني تعتمد على الشخص person أو القناع أو الأدوار الخاصة التي يقوم بها الناس خلال مواقف معينة والاتصال الشخصي بهذا يمكن النظر إليه على أنه الاتصال بين الأدوار

ويعرف أحد الباحثين الاتصال الشخصي من خلال ذكر مميزاته وخصائصه فيذكر أن: الاتصال الشخصي يتم بين الجماعات الصغيرة، حيث يعرف الناس بعضهم بعضا فيتناقشون ويتبادلون الرأي والمشورة ويدركون انطباعات أحاديثهم على بعضهم البعض

والاتصال الشخصي يمتاز بتعديل الرسائل المتبادلة على ضوء رجوع الصدى من المستقبل إلى المرسل، كما يتميز بوجود الطابع المواجهي وصفة التخاطب وبناءا على ما تقدم من تعريفات يمكن تحديد الاتصال المباشر في أنه الاتصال الذي يتم وجها لوجه بين مرسل ومستقبل، سواء كان هذا المستقبل فردا أو جماعة صغيرة، وأهم ما يميز هذا الاتصال هو التواجد الشخصي للمرسل والمستقبل والأثر المتحقق من هذا التواجد<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - فؤادة عبد المنعم البكري، مرجع سبق ذكره، ص 32-35.

## المبحث الثاني: خصائصه ومميزاته

للاتصال اشخصي عدة مميزات يجعله يتميز عن غيره من أنواع الاتصالات الأخرى

منها:

## 1- إمكانية توفير رجع الصدى:

يتميز الاتصال الشخصي بتوفير إمكانية رجع الصدى أو التغذية المرتدة feed back به أكثر من الاتصال الجماهيري فهو وجها لوجه، يمكن ملاحظة ردود الأفعال في الحال عكس الاتصال الجماهيري يتوجب إجراء بحوث خاصة حتى يتمكن الباحث التوصل إلى ردود أفعال الجمهور

حيث يصعب عليه الوصول إلى الحقيقة والصورة المعبرة بالسرعة الكافية، ويؤكد الباحثون أهمية feed back في الاتصال المباشر ويطلقون عليه التغذية المرتدة أو رجع الصدى أو التغذية الاسترجاعية الفورية، ويؤكد بعض الباحثين أننا عن طريقه يتاح لنا الفرصة في تكوين أو إعادة تكوين الاتصال بناء على الأشخاص الذين نتحدث إليهم حيث يمكننا أن نرى ونسمع ونلمس الشخص الآخر أو الأشخاص الآخرين

وتعد هذه من أهم مزايا الاتصال الشخصي حيث يمكن للمرسل أن يتحقق من طريقة أدائه من إرسال الرسالة في نفس لحظة منها، ويمكن للمرسل أن يدرك ما إذا كانت الرسالة قد فهمت أم لا... وبالتالي يمكن إعادة صياغتها وتكرارها أو تكرار أجزاء منها، وذلك عن طريق رجع الصدى السريع الذي يجيب عن سؤال المرسل كيف يبدو أدائي

ومن هنا يستطيع المرسل أن يغير اتجاه المناقشة إذا لقي مقاومة من المتلقين حتى يتماشى معهم ويستطيع التأثير فيهم، وبذلك يمكن تحسين الاتصال الشخصي بالمواءمة أي تعديل السلوك حسب الظروف المتاحة وبالمصادقية والثقة بين المرسل والمستقبل<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - فؤدة عبد المنعم البكري، مرجع سبق ذكره، ص 37

- 2- توافر فرصة حدوث الاتصال في اتجاهين من المرسل الى المستقبل وبالعكس.
- 3- حدوث ردة فعل أو تغذية مباشرة في الموقف.
- 4- اتاحة الفرصة للتأكد من فهم الرسالة.
- 5- التعرف على عوائق ومشكلات الاتصال
- 6- قد يؤدي على السلوك لدى المرسل، والمستقبل
- 7- له فعالية أكبر في مواجهة المعارضة من قبل المستقبل أو جمهور المستقبلين<sup>1</sup>
- 8- التلقائية:

حيث تتم بعض أنواع الاتصالات المباشرة بشكل عفوي وغير مقصود من خلال شبكة من العلاقات الشخصية وغير الشخصية

ويرى bernard hennessy أن الاتصال الشخصي الذي يتميز بالتلقائية وال عفوية لا تنظمه قواعد ولا إجراءات، ويتم بشكل غير مدير من خلال الاتصالات اليومية للأفراد غير الرسميين.

وأن محيط العلاقات بين الأشخاص محيط غير هيكلي.

#### 9- الاطار المرجعي:

من أهم مزايا الاتصال المباشر بالإضافة لتمتعه بطريقتين لتبادل المعلومات...أن الشخصين أو الأشخاص الذين يتفاعلون أثناء عملية الاتصال غالبا ما يكونان منتمين إلى نفسه الطاقم من القيم والاتجاهات.

ومن هنا فإن كل واحد منهما يكون بمثابة شخص مرجعي بالنسبة للآخر<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - ريجي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي ، مرجع سبق ذكره، 2005، ص 89.

<sup>2</sup> - فؤادة عبد المنعم البكري ، مرجع سبق ذكره، ص 92س.

- تحقيق الألفة وتحقيق حدة العزلة:

حيث يساعد الاتصال المباشر على تحقيق الألفة والتعارف بين الأشخاص، ويعد محركا للكائنات الحية بصفة عامة للتغلب على العزلة أو الشعور بالوحدة، ومن خلال إقامة علاقات مع الآخرين، حيث تقوم الأفكار والمعاني بعمل توحيد مع البشر وتوطيد وتحسين العلاقات بين الناس وبعضهم.

كما تظهر أهميته وتتضح في المواقف الحرجة وغير العادية أو من خلال فترات التغيير السياسي والاجتماعي مثل: الحملات الانتخابية والإصلاح الزراعي والثورات الدينية، والطوارئ القومية خلال الحرب ضد الرذائل الاجتماعية وما إلى ذلك.

وتبدو أهميته (الاتصال المباشر) عند نشر الأفكار المستحدثة حيث يؤكد أفريت روجرز E.M.Rogers على أهميته في مرحلة التقييم، حيث يتكون لدى الفرد الحكم العقلي على قيمة الفكرة المستخدمة.

وذلك للأسباب التالية:

أ- الاتصال الشخصي يسمح بتبادل الأفكار من ناحيتين والشخص الواقع عليه الاتصال قد يخطئ من صاحب الاتصال بمعلومات إضافية أو بتمحيص لهذه المعلومات التي تدور حول الفكرة المستحدثة.

ب- الاتصال الشخصي قد يؤثر على السلوك، كما أنه ينقل الأفكار وفي معظم الحالات يكون للأفراد الذين يتجاوب كل منهم مع الآخر قيم واتجاهات متشابهة والبعض منهم يجوز أن يكون جماعة أستاذ للبعض الآخر.

ج- من أسباب الأهمية أيضا سهولة مصادر المعلومات وإمكان تصديق ما تأتي به من معلومات، حيث إنه عندما يكون المصدر معروفا في نطاق واسع، فمن الأمور المتوقعة أن ينظر إليه باعتباره جديرا بالثقة.

د- قد يكون للاتصال المباشر فاعلية أكبر في مواجهة أية معارضة أو كره للفكرة المستحدثة من الشخص الواقع عليه الاتصال، فالمصادر غير الشخصية للمعلومات يمكن في العادة أن تكون أكثر قابلية لأن يتحاشاها الإنسان أو يتجاهلها عن المصادر الشخصية كما تتضح أهمية الاتصال المباشر في تميزه بالقدرة على التفسير، والمناقشة والإقناع وتميزه بدقة الأفكار والموضوعات التي تكون محورا أساسيا لموضوعات الاتصال الشخصي وتغييرها عن واقع المجتمع المحلي.

وتؤكد بحوث الاتصال الحقيقة القائلة بأنه في عملية اتخاذ ، ويظهر الاتصال المباشر قوي ويؤثر وله تغيير كبير مما تستطيع وسائل الإعلام أن تؤثره وتغيره. وتبين في دراسة لازارد سفيلد عن السلوك الانتخابي والتي انتهت إلى خمس خصائص للاتصال الشخصي وهي:

- أن الاتصال المباشر يصعب تقاديه
- أن الكثيرين يجدون الثقة الكاملة في الأشخاص الذين يعرفونهم ويعاشرونهم أكثر من ثقتهم في وسائل الإعلام.
- تنعدم الثقة من أهمية المضمون الذي يقال، حيث يتقبل الناس ما يقال بثقة أكبر في الاتصال الشخصي
- البساطة والتفهم التي تتيح مجال للمناقشة نتيجة لردود الأفعال التي تحدث في الاتصال الشخصي.
- الإقناع الذي يتوفر نتيجة للثقة في المرسل، والتي تنسحب أيضا على الإقناع بوجهة نظرة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - فؤادة عبد المنعم، مرجع سبق ذكره، ص 102.

ويتميز الاتصال الشخصي كذلك بأنه يحوي أصولاً وقواعد ومبادئ أساسية شخصية وقوية ويمتاز المقابل فيه باحترام آراء الآخرين ويكون المقابل فيه مسترسل مع الذي يجري معه الحديث بلباقة.

وكذلك الاتصال الشخصي من خلال يمكن تغيير الآراء المضادة، وتحويلها إلى مؤيدة.

والمقابلة فيه لا تخلو من المجاملة، ومن مظاهر التكريم والتقدير للشخص المقابل<sup>1</sup>.

#### - انخفاض التكلفة:

ومن مزايا الاتصال المباشر أيضاً انخفاض تكلفته بالقياس إلى وسائل الاتصال الأخرى فهناك إمكانية توجيه الرسالة إلى الجمهور المستهدف مباشرة، ويتيح ذلك للمؤسسة أن تخاطب كل جمهور باللغة التي يفهمها بجانب سهولة تقدير حجم التعرض للرسالة.

#### - المرونة:

يتمتع الاتصال المباشر ويتميز بالمرونة، وبأنه يتم بشكل مرن وعفوي، وهي من مزايا سيكولوجية تميزه عن الاتصال الجماهيري، مما يساعده على نشر الأفكار التي تنتشرها وسائل الإعلام على نطاق واسع، ومن خلال الوسائل التقليدية في السوق والمقهى والجماعات المحلية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، مرجع سبق ذكره ، 2005، ص 90.

<sup>2</sup> - فؤادة عبد المنعم البكري ، مرجع سبق ذكره، ص 105.

### المبحث الثالث: وسائل الاتصال المستخدمة في الاتصال الشخصي

وسائل الاتصال ربما أكثر الوسائل فاعلية وتأثيراً على الجماهير لأن الاتصال بين المرسل والمستقبل يكون غالباً مباشراً، أي وجهها لوجه بمعنى أن ما يجب أن يقول ويعطي المرسل للمستقبل من انطباع ورأي يستحق في أوقات ودقائق معدودة وسريعة ولها أشكال متعددة:

#### 1- تنظيم الحفلات والدعوات الخاصة:

فتنظيم الحفلات سواء كانت هذه الحفلات للعاملين داخل الإدارة أو الجمهور المتعامل معه، أو عملاء الإدارة .

وفي هذه الحفلات يحدث التعارف بين كبار المسؤولين في الإدارة والمدعويين ويتم تبادل الحديث والنقاش بينهم.

وقد تكون الحفلات لأهداف التكريم، أو الحفاوة أو الاستقبال لزوار أجنب وتتنظم هذه الحفلات بمستوى يتلاءم ومستوى الشخصيات ومكانتهم الاجتماعية.

كما تكون الدعوة محددة لعدد قليل من الزوار إلى الغداء أو العشاء بمكان محترم ومميز ويتم في هذه اللقاءات إنجاز الكثير.

#### 2- الاشتراك في المسابقات العامة:

وهذه الأخيرة ضمن وسائل الاتصال المباشر بالجماهير، وهي من تبين أهم اهتمامات الجمهور ولها تأثير كبير ومباشر على الجمهور<sup>1</sup>.

وسائل الاتصال المباشر في الريف والحضر:

<sup>1</sup> - جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 1998

**1- الوسيلة الأولى:**

الرسمية المتعارف عليها في جميع الدول، وهي أجهزة الاستعلامات والمعلومات والإرشاد الفني، والتي تطبق بعض وسائل الاتصال الشخصي.

**2- الوسيلة الثانية:**

غير الرسمية والتي تختلف مستوياتها ومضامينها وشكلها من مجتمع إلى آخر وهي الوسيلة لها عندنا ثلاث قنوات يمكن أن تثري وسائل الاتصال الرسمية بالانفتاح عليها .

وهذه القنوات هي:

**أولاً: المنتديات الثقافية:**

وهي الأماكن التي تلتقي فيها الفئات المستثيرة على اختلاف مستوياتها، وغالبا ما تكون هذه المنتديات مؤهلة لتبادل الآراء، والتعليق عليها، مما يجعل روادها متلقين ومرسلين في الوقت نفسه.

**ثانياً: الدواوير في الريف:**

والتي يتبادل روادها الأنباء والتعليقات والمنشورات فيما يتصل بشؤون الوطن الزراعي الصغير، الذي يعيشون فيه، وهي خاصة طيبة للاتصال المباشر.

**ثالثاً: المقاهي الشعبية في المدن:**

وهي قنوات الاتصالية يمكن عن طريقها تقبل التوجيه من خلال أساليب مناسبة وربما تكون هناك وسائل اتصال جانبية أخرى كالوسائل البريدية وإعلانات الحائط بما فيها

من صفح الحائط، ولكن هذه الوسائل غالباً ما تكون أصداء لما تؤديه هياكل الاتصال الجماهيرية<sup>1</sup>.

وهناك كذلك وسائل الاتصال الشخصي غير المباشرة الالكترونية، وتتميز بـ:

- الإفادة من التطورات التكنولوجية في عالم الاتصال لزيادة القدرات الجسمية لدى المرسل.

- صغر حجم المستقبل للرسالة الإعلامية عبر هذه الرسائل وعدم تجانسه وتباعده مكانياً.

- إمكانية السيطرة على الظرف الاتصالي.

- إن استقبال الرسالة يتم في نفس لحظة إرسالها من قبل المستقبلين للعلاقات العامة، ووسائل الاتصال الشخصي غير المباشر الالكترونية وهي:

التلفون، التلغراف، التيلكس، الفاكس.

ووسائل الاتصال الشخصي الغير المباشرة الغير الالكترونية وتشمل:

التقارير، المذكرات، الخطابات والرسائل، لوحة الإعلانات، المقترحات، الاستثمارات.

وكذلك وسائل الاتصال الشخصي المباشر:

- قادة الرأي، المسابقات العامة، المشاركة في الحياة العامة، المشاركة في خدمة المجتمع المحلي.

- رعاية العاملين بالمنشأة.

الزيارات، الاجتماعات، المقابلات، المناقشات والمحادثات الرسمية وغير الرسمية<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - فؤادة عبد المنعم البكري، مرجع سبق ذكره، ص 53.

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 361-431.

المبحث الرابع: العوامل التي تؤثر على فعالية ونجاح الاتصال الشخصي:

إن عملية الاتصال الشخصي تعتمد على بعض العوامل حتى تنجح هذه العملية وتكون فعالة منها:

ما يلي:

### 1- البحث عن الجمهور المعني:

فمن الضروري معرفة الجماهير التي تريد أن تؤثر فيها

- فمن هم الجماهير التي يجب أن نصلهم بإعلامنا لتحقيق أهدافنا ؟

ويجب معرفة خصائص الجمهور وعاداته حتى يتمكن المتصل من التعامل مع جمهوره.

### 2- استخدام الوقت المناسب: Right time

لكي يكون الاتصال المباشر فعالاً ورسالته كذلك يجب الوصول إلى الجمهور المعني في الوقت المناسب.

فإذا وصلت مبكراً فلن تجد الجمهور مستعداً لتقبلها وإذا وصلت متأخراً فستجد عقول الجماهير وقد فقدت الرغبة في الموضوع، وإن معرفة الوقت المناسب يتطلب معرفة عادات الجماهير بثقافتها وكيفية قضاء أوقاتها أثناء اليوم.

### 3- استخدام الرسالة المناسبة Right M

يجب أن تكون الرسالة واقعية ذات صلة مباشرة بالاهتمامات الشخصية لأفراد الجمهور، وتحتوي على معلومات تساعد على حل مشاكلهم، وهذا يتطلب معرفة

اتجاهات جماهيرك المعنية، وهذا إن استخدام اللغة المناسبة لمستوى الجماهير أمر لا يقل أهمية عن مضمون الرسالة وهذا يتطلب معرفة المستوى الثقافي والفكري للجماهير<sup>1</sup>.

وكذلك قد سببت بعض الدراسات العلمية في مجال الاتصال ضرورة توافر بعض العوامل التي تلعب دورا في زيادة فاعلية الاتصال الشخصي ومن بينها:

- يفضل الناس الاتصالات الشخصية مع نظائهم من حيث العمر والمستوى الثقافي والأكاديمي والاجتماعي.

- يلعب الشعور بصدق المرسل وخبراته دورا هاما في مجال إيصال المعلومات، والإقناع، والتأثير في الجمهور.

- يؤدي التقارب دورا هاما في الاتصال الشخصي سواء كان التقارب ماديا أو جغرافيا.

(المسافة بين المرسل والمستقبل) أو كان التقارب اجتماعيا.

- تلعب الأسرة دورا رئيسيا وهاما في عملية الاتصال الشخصي عند الأفراد وخاصة في مراحل الطفولة.

<sup>1</sup> - جميل أحمد خضر، مرجع سبق ذكره، ص 142-143.

المبحث الخامس: دور وأهمية الاتصال الشخصي:

ترجع أهمية الاتصال إلى أن المقدرة على المشاركة والتفاعل مع الآخرين وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات ، تزيد من فرص الفرد في البقاء والنجاح، والتحكم في الظروف المختلفة المحيطة به، في حين أن عدم القدرة على الاتصال مع الغير يعد نقصا اجتماعيا وسيكولوجيا خطيرا<sup>1</sup> .

كما تظهر أهمية الاتصال المباشر أيضا، وتتضح في المواقف الحرجة وغير العادية أو خلال فترات التغيير السياسي وغيرها.

وتبدو أهميته في تدعيمه للاتصال الجماهيري حيث تبدو أهمية الاتصال المباشر عند الحديث عن التأثير، فإن التأثير في الاتصال المباشر أكثر إحكاما عنه في الاتصال الجماهيري، وتبدو أهمية الاتصال كما يذكر: severin warner عندما يثار التساؤل عن أكثر الوسائل الاتصالية تأثيرا في إقناع الجمهور ؟

فحيث يبدو الإقناع persuding سؤالا مهما وأساسيا في دراسات الاتصال بوجه عام فإنه يمثل الجزء الأكبر والأهم في دراسة الاتصال المباشر، وذلك لوجود الأصدقاء والعائلة والمقربين بل والعزباء أيضا، وحيث الإقناع يعد أداة محايدة فإن يكون مفيدا في مجال الإعلان والعلاقات العامة حيث يمكن خدمة المصدر أو المرسل عن طريق تنشيط مبيعاته أو خدمة منشأة بتحسين صورتها اتجاه عملائها، كما يكون مفيدا أيضا للمستقبل أو الجمهور في كثير من الحالات، أبرزها الحملات السياسية التي تقوم على الإقناع، وتعد مهمة لتحقيق الديمقراطية مثل تلك الحملات لا يتحقق قيامها دون إقناع<sup>2</sup>.

وللاتصالات الشخصية أو الفردية أهمية كبيرة من الإدارة لا تقل عن أهمية الاتصالات التنظيمية، لذلك يتميز الإداري الناجح والتميز بإتقانه الاتصالات الفردية

1 - ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، مرجع سبق ذكره، ص 35.

2 - فؤادة عبد المنعم البكري، مرجع سبق ذكره، ص 32-39.

والتنظيمية، فمن الطبيعي أن عمل الإداري يركز على نقل المعلومات وتبادلها على مستوى المنظمة.

وكذلك على المستوى الفردي من خلال المقابلات والاجتماعات والمناقشات وزيارات العمل، وإبرام الاتفاقيات وحل النزعات<sup>1</sup>.

أما بالنسبة لمعوقات الاتصال الشخصي تتمثل في:

### 1- معوقات نفسية:

وهي آخر المعوقات لأنها أكثر خفاء، فكل منا يقاوم عادة الاعتراف بأوجه القصور في شخصه وسلوكه مما يجعلنا نقع في العديد من الإشكالات دون أن ندري ، وقد تكون ذاتية نابعة من المرسل أو المستقبل أو بينهما.

### - معوقات خاصة بالمرسل:

إن معوقات التوصيل الجدي للرسالة من قبل المرسل عديدة من أبرزها

#### • قصور القدرة على الصياغة الواضحة للرسالة:

وهو عدم وضوح الهدف من الإرسال، وقد يكون الهدف واضحا، إنما يجد المرء نفسه في موقف حرج فلا يدري كيف يعبر عما يريده، أو هو يتخرج في الإفصاح عن قصده مخافة من ردود فعل سلبية.

#### مثال:

يحدث ذلك كثيرا في الوضعية التعليمية حيث ينطلق الأستاذ في شرح مستفيض لموضوع يتجاوز إمكانيات الاستيعاب لدى التلاميذ أو ينطلق الخبير في طرح أفكاره باستخدام مصطلحات فنية والغوص في نظريات لا يستطيع المستمعون استيعابها.

<sup>1</sup> - ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، مرجع سبق ذكره، ص 90

## 2- المعوقات الذاتية للمرسل:

وتدور حول صعوبات التفاعل مع الآخرين وإقامة الصلاة معهم، يضاف إلى ذلك ميل البعض التلقائي إلى إقامة علاقة تنافس بدل علاقة تعاون، ولذلك فهو يتخذ موقفا صراعيا أو همجيا يعتقد أن الطرف الآخر سيقف منه نفس الموقف ومبادلاته التنافس والصراع.

## 3- التحيزات والأحكام المسبقة تجاه المتلقي:

وقد تكون هذه التحيزات قبلية عشائرية أو مذهبية أو إقليمية عرفية أو عقائدية أو مصلحة يضاف إليها التحيزات الانفعالية السابقة وخطورة هذا النوع من التحيزات وأنه يظل معنا ، وقد يكون التحيز في انعدام القدرة على التقدير الموضوعي لحالة الشخص الآخر، في اتجاه الإفراط في تبخس قيمته في كل هذه الحالات نجد أنفسنا في الإدراك الانتقائي والتأثير بالعناصر الذاتية التي تنسق كل إمكانية لنجاح الاتصال.

## 4- قصور تخطيط الاتصال:

يهدف الاتصال إلى نقل رسالة للمستمع والتأثير عليه بشكل ما (موافقته- تغيير رأيه- إقناعه بتبني مسألة).

وحتى يمكن التأثير عليه لابد من تخطيط عملية الاتصال وهذا يأتي من التفكير في أفضل توقيت لإرسال الرسالة بشكل يكون معه الطرف لتقبله.

## 5- انخفاض درجة الحساسية:

قد ينطلق المتحدث في تواصله مع الطرف الآخر في حالة توقع على ذاته واستغراق كل ما في أفكاره وأهدافه من الاتصال مفترضا أن الطرف الآخر موافق على كل ما يقال ، أي لا يكلف نفسه عناء استجابة الطرف الآخر الصريحة أو الخفية ولا يكثر

(القراءة ردود الفعل غير اللفظية) التي تجيء بموقفه الحقيقي كي يكيف حديثه تبعاً لذلك وهذا يجعل التواصل حوار فردي لا يتفاعل فيه ومن ثم يظل سبيله إلى هدفه<sup>1</sup>.

#### 6- المشكلات اللغوية:

تعتبر اللغة من أبرز المجموعات المستخدمة في الاتصال وبالتالي تتمحور المشكلة في الكثير من الكلمات الشائعة تحمل معانٍ مختلفة للأشخاص المختلفين وبالتالي هذه الكلمات لها معانٍ متعددة وبالتالي تحمل تفسيرات مختلفة وبالتالي اللغة تعتبر مشكل كبير بالنسبة للاتصال الشخصي.

#### 7- ضغوط الوقت:

فضيق الوقت يؤدي إلى تحريف المعلومات المتبادلة.

#### 8- حجم المعلومات:

الإفراط في مقدار المعلومات فمن الشكاوي من هذا الجانب هو الفرق في المعلومات وبالتالي يجب أن تكون المعلومات محددة وغير كثيرة<sup>2</sup>.

9- سوء التقاط الرسائل من المعوقات الخاصة بالمستقبل.

10- سوء التقاط الرسائل: كالتسرع في تأويل المقصود.

11- إدراك انتقائي مفرط.

12- سوء إرجاع الأثر.

13- التحيزات والأحكام المسبقة تجاه المرسل<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - أمال سعد متولي، مبادئ الاتصال بالجماهير ونظرياته، دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 97-99.

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 62-64.

<sup>3</sup> - أمال سعد متولي، مرجع سبق ذكره، ص 99-100.

## أهمية الاتصال الشخصي:

يشكل الاتصال الشخصي عاملاً ضرورياً لتواصل واستمرار الأجيال كونه يعمل على نقل عادات وتقاليد أي مجتمع من جيل لآخر.

وتبرز أهمية الاتصال الشخصي للتواصل من خلال حاجة المؤسسات إلى هذا الاتصال بين جمهورها الداخلي والخارجي.

ويعتبر الاتصال الشخصي القاعدة الأساسية للعلاقات العامة والصلات الإنسانية والإدارية ككل.

يؤدي الاتصال الشخصي إلى تشجيع وحث الحاملين على العمل وتدريبهم وتهيئتهم للعمل وزيادة التنسيق وتحفيزهم ورفع روحهم المعنوية مع الآخرين<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - هالة منصور، الاتصال الفعال وأساليبه ومهاراته، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 30.

# الفصل الثاني

## العلاقات العامة

المبحث الأول: تعريف العلاقات العامة

1- تعريف العلاقات العامة:

لكل علم مفهومه الخاص به وقد يختلف المصطلح من تعريف لتعريف آخر .

فالعلاقات العامة كمفهوم ينظر إليه تارة في ضوء الفكر الإداري وتارة أخرى في ضوء علم الاتصال أو التسويق أو علم الاجتماع مما يجب تقديم تعريفات عدة للعلاقات العامة بهدف تحديدها وإزالة الغموض أو الترادف فيما بينها.

ففي 1923 عرفها بيرنز:

"بأنها تلك العملية التي يتم من خلالها تقديم المعلومات الإقناعية للجمهور بهدف تشكيل أو تعديل الأفعال والاتجاهات الخاصة بالمؤسسة عن طريق التأثير الإقناعي والاتصال بالجمهور الداخلي والخارجي"<sup>1</sup>

يقول بول جاريت:

"أخذ الرواد الأوائل للعلاقات العامة الحديثة أن العلاقات العامة هي: نقل وتفسير المعلومات والآراء من المنظمة إلى جماهيرها ومن هذه الجماهير إلى المنظمة مع بذل جهود صادقة لجعل الجماهير تهتم بالمنظمة وتتسجم معها "

والعلاقات العامة لها ركنين أساسيين:

أ- **المفهوم النظري:** وهو كون العلاقات العامة فلسفة الإدارة .

ب- **المفهوم التطبيقي:** أي الوسائل المتبعة لتحقيق تلك الفلسفة<sup>2</sup>.

فيما عرف sam blak بأنها:

<sup>1</sup> - شوان علي شبيبة، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 21-23

<sup>2</sup> - أسامة كامل، محمد الصيرفي، إدارة العلاقات العامة، مؤسسة لورد للشؤون الجامعية، البحرين، 2006، ص 7 -

"اتصال ذو طرفين لحل المشاكل والمنازعات المتعلقة بتضارب المصالح، والمنافع، وذلك بالتوعية عن الوجه الصالح لتبادل المنفعة بالإضافة إلى أنها تعني بإقامة الفهم المتبادل على أساس الحقائق والمعرفة".

وفي مجال علم المكتسبات والمعلومات فإن العلاقات العامة تتضح فيما يلي:  
(تعريف مختلفة).

- العلاقات العامة نشاط حيوي من نشاطات إدارة المكتسبات ومراكز المعلومات لا يمكن الاستغناء عنه في الوقت الحاضر.

- العلاقات العامة نشاط علمي مخطط ومنظم، وذلك لأنه يعتمد أسلوب التخطيط لحملاته وبرامجه المختلفة ويوظف مناهج البحث العلمي لتقييم اتجاهات جمهور المكتبة أو مركز المعلومات والتنبؤ بها.

- العلاقات العامة نشاط اجتماعي لأنها تعزز الروابط بين إدارة المكتبة أو مركز المعلومات والمستفيدين أو الجمهور بعامة، كما تعزز الصورة الاجتماعية للمكتبة أو مركز المعلومات بينهم بخاصة.

- العلاقات العامة ظاهرة مركبة تتطلب مهارات ومعارف متعددة في الإدارة والاتصال وعلم الاجتماع وعلم النفس وعلم الإنسان والتسويق والإعلان وغيرها.

- العلاقات العامة نشاط هادف إذ يسعى بالأساس إلى بناء علاقات طيبة متوازنة تقوم على الثقة والرضا وتوافق المصالح بين المكتبات ومراكز المعلومات وجمهورها.

- العلاقات العامة عملية مستمرة ودائمة فمادام هناك جمهور من المستفيدين من المكتبات ومراكز المعلومات ومادامت المكتبات ومراكز المعلومات تتعامل مع

بعضها بعض، وكذلك مع جمهور آخر من الموردين والناشرين وغيرهم تصبح العلاقات العامة ضرورة يومية ملحة.

وبشكل عام يتضمن مفهوم العلاقات العامة العديد من الأفكار منها:

- 1- أنها البرامج المخططة والمستمرة التي تنفذ من قبل إدارة المنظمة.
- 2- تتعامل مع العلاقات بين المنظمة وجماهيرها المختلفة.
- 3- تراقب الآراء والاتجاهات والسلوك داخل المنظمة وخارجها.
- 4- تتولى تحليل تأثير السياسات التنظيمية والإجراءات والأفعال والسلوك على الجماهير.
- 5- تتولى تعديل تلك السياسات والإجراءات والأفعال والسلوك التي قد تتعارض مع مصالح الجمهور ومع دوام بقاء التنظيم.
- 6- تقدم المشورة للإدارة حول سياسات وإجراءات وممارسات وأشكال السلوك الجديدة التي تفيد المنظمة وجماهيرها معا.
- 7- إقامة وإدارة اتصال ثنائي بين المنظمة وجماهيرها المختلفة.
- 8- تحدث تغيرات في الإدراك وفي الآراء داخل وخارج المنظمة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - ربحي مصطفى عدنان، محمود الطوباسي، مرجع سبق ذكره، ص 229-231.

المبحث الثاني: تطور العلاقات العامة

عوامل التطور:

يرى (عارف، 2000) أن هناك العديد من العوامل التي أدت إلى تطوير العلاقات العامة ومنها:

1- تطور الفكر السياسي عند الناس خصوصا بعد الثورة الصناعية حيث تحولت من أنظمة دكتاتورية إلى أنظمة هدفها إرضاء الجمهور العام، والسير باتجاهاته وفق رغباته الأساسية ، كما كان في المجتمع الفرنسي وكذلك الأمريكي والألماني.

2- اهتمام الإدارة بالإعلام: ساعد تطوير وسائل الاتصال سواء منها المسموعة أو المكتوبة إلى تطوير العلاقات العامة من خلال تسهيل عملية الاتصال والتواصل بين الجمهور والإدارات.

3- الأحزاب السياسية: لعبت الأحزاب السياسية دورا مهما في العلاقات العامة من خلال الحملات الانتخابية التي كان الهدف منها التأثير على الرأي العام ولكسب أصوات الناخبين .

4- الدعاية والعلاقات العامة: الدعاية...عبارة عن وسيلة من وسائل كسب ثقة الجمهور لمصلحة المنشآت بينما العلاقات العامة وسيلة من وسائل كسب ثقة الجمهور للمصالح العام.

5- تأثير الحروب: تسعى الحكومات في الحروب على بذل جهد إعلامي مكثف وواسع لتوثيق مدى التعاون والوفاق بينها وبين الجمهور فيما يتعلق بالمصالح العام وتنظيم وتوزيع المحروقات وضبط الأسعار وتحديد الأجور وتنظيم أمور العمال.

6- دور المنظمات الدولية والإقليمية: المنظمات الدولية مثل وكالة الغوث الدولية حيث كسبت ثقة الجمهور من خلال الخدمات التي تقدمها وخاصة للشعب الفلسطيني،

المنظمات الإقليمية ساعدت على تفاعل الشعوب مع بعضها البعض مما أعطى العلاقات العامة وتطورها.

### 7- المنافسة بين السلطة التشريعية والسلطة التنفيذية :

**السلطة التشريعية:** هي السلطة التي تقوم بالمصادقة على القوانين المقترحة أو عدم المصادقة.

**السلطة التنفيذية:** هي السلطة التي تقوم بتنفيذ القوانين المصادق عليها من السلطة التشريعية حيث أن السلطان تتنافس على خدمة الجمهور، وهذا يعود على العلاقات العامة بفوائد كثيرة من بينها زيادة الفرص أمام الجمهور لإجراء الاتصال خصوصا مع نوابه، وكذلك توسيع نطاق العلاقات العامة إلى حدود أوسع.

8- **الدول النامية:** الاستقلال يساهم في تنمية العلاقات العامة في هذه الدول إلا أنه لم يرقى إلى المستوى المأمول وذلك بسبب تخلف الشعوب ونظرة الأنظمة إلا أن الشعب لا يستطيع أن يشارك بشكل فعال في اتخاذ القرارات ولكثرة المشاكل التي تحيط بهذه الدول.

9- **التكنولوجيا الحديثة:** ساهمت في تقدم وسائل الاتصال والتي من خلال أجهزتها بدأ التفاعل بين الشعوب يسير بشكل أسهل مما انعكس ايجابيا على العلاقات العامة وتطورها<sup>1</sup>.

وقد مرت العلاقات العامة بتطورات عديدة كذلك كما ذكرنا من قبل حتى وصلت إلى ما هي عليه الآن.

ومن أهم هذه التطورات ما يلي:

<sup>1</sup> - ربحي مصطفى عدنان، محمود الطوباسي مرجع سبق ذكره، ص 227- 228

- زيادة عدد المنشآت التي تستخدم العلاقات العامة
- زيادة عدد الكتب والمجلات التي تبحث فيها
- ظهور الهيئات المهنية لترفع من مستوى العلاقات العامة وتنظم دراستها والأبحاث الخاصة بها.
- زيادة عدد الكليات التي تقوم بتدريس العلاقات العامة والموارد المتعلقة بها، ولقد شهدت سنة 1947 مولد هئتين كبيرتين لتنظيم العلاقات العامة ودراستها، وتسطير دستور أخلاقي يسير عليه جميع المستغلين بهما هما: معهد العلاقات العامة البريطاني وجمعية العلاقات العامة الأمريكية.
- تكوين قاعدة معرفية للعلاقات العامة استمدت أصولها من العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية والإدارية التي تتيح فهم المجتمع وخصائصه السيكولوجية.
- أصبحت العلاقات العامة تمارس في جميع المؤسسات والهيئات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتربوية ولم تعد قاصرة على المؤسسات الصناعية والتجارية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - خالد الصوفي، العلاقات العامة أساليب وممارسات، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004 ص 15-16.

المبحث الثالث: مبادئ العلاقات العامة

نظرا للتأثير الكبير الذي تمارسه وسائل الإعلام والاتصال على رأي عام الجماهير، فقد أصبح من الضروري وضع بعض الضوابط التي تنظم أنشطة العلاقات العامة والتي تعكس الإطار الفكري لمبادئ العلاقات العامة ومن أهم هذه المبادئ ما يلي:

1- المسؤولية الاجتماعية:

إن النظريات الإدارية الحديثة تؤمن بأن المنظمة هي نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة الخارجية التي حوله فيؤثر بها وتتأثر به، ولذلك فإن هناك مسؤولية تقع على عاتق المنظمة فيما يتعلق بالمجتمع الذي تعيش فيه<sup>1</sup>.

فالأساس في ميدان العلاقات العامة من المكتبات ومراكز المعلومات أن تراعي مصالحها ومصالح جمهورها بذات الوقت كما تقع عليها مسؤولية المساهمة في بناء مجتمعها المحيد وتقدمه<sup>2</sup>.

2- احترام رأي الفرد:

يجب أن تركز فلسفة العلاقات العامة على مبدأ الإيمان بقيمة واحترام حقوقه الأساسية التي نص عليها وضمنها القانون وأن تراعي في ذلك واجبات الفرد ومسؤوليته في المجتمع فالإيمان بالشيء هو خير دافع للاهتمام به.

3- عدم إخفاء المعلومات عن الجمهور:

إن نظام إخفاء المعلومات يثير الشك ويفتح المجال للشائعات ويؤدي إلى هدم الثقة بين المنظمة وجمهورها.

1 - أسامة كامل، محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص 16.

2 - ربحي مصطفى عدنان، محمود الطوباسي، مرجع سبق ذكره، ص 233.

وبالتالي فإن على العلاقات العامة كشف كل المعلومات التي يحتاجها الجمهور مع ضرورة توخي الحذر من كشف أسرار العمل.

#### 4- الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة:

تدعوا فلسفة العلاقات العامة المنظمة إلى الالتزام بمبادئ الأخلاق الكريمة مثل: النزاهة، الصدق، والعدالة، فهكذا هي هنا لا تخدع جمهورها ولا تغشه بل تسعى إلى كسب ثقته بالقدوة الحسنة وليس بالقوال فقط.

فالعلاقات العامة هي إعلام وسلوك فالجانب السلوكي يتمثل في الالتزام بالمثل والخلاق السامية، والجانب الإعلامي هو استخدام كافة وسائل الإعلام لتفسير نشاط المنظمة وتحليل رد فعل الجمهور نحوها.

#### 5- إتباع الأساليب العلمية في البحوث:

إن من أهم وظائف العلاقات العامة إجراء البحوث وقياس اتجاهات الرأي العام لجماهير المنظمة، وفي هذه المجال فإنه لابد لموظفي العلاقات العامة أن يتبعوا الطريقة العلمية في البحث وأن يستعدوا عن التحيز الشخصي ويتصفوا بالموضوعية في عملية إجراء البحث لكي يصلوا إلى النتائج الدقيقة<sup>1</sup>.

وتستند العلاقات العامة إلى مجموعة من المبادئ وهي:

1- إن العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مستمرة ومخططة تحتاج إلى ممارسة العلمية الإدارية كالتخطيط والبحث العلمي والتنظيم والتنسيق والتقييم شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى.

<sup>1</sup> - أسامة كامل، محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص 16-17

2-تقوم بين طرفين كلاهما مؤثر ومتأثر في الوقت نفسهن فهي تتصف بالديناميكية والحيوية وقوة الفاعلية فالعلاقات العامة تقوم على الأخذ والعطاء والفهم المتبادل والاستجابة المباشرة والإيجابية من جانب كل من الطرفين.

وهي سياسات وأعمال ثم اتصال وإعلام فهي تعكس وجهة نظر فئات الجمهور للمؤسسة وتعكس وجهة نظر المؤسسة لفئات الجمهور فهي بذلك اتصال ذو اتجاهين.

3-إنها لا تقتصر على مؤسسات معينة بل إنها تشمل جميع المؤسسات الحكومية والخاصة إن كانت تجارية أم صناعية أو اجتماعية.

4-أهمية العنصر الأخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة، وهذا يتضمن الفلسفة العامة للمؤسسة وإحساسها بمسئوليتها الاجتماعية والتزامها الصدق فيما يصدر عنها من معلومات وكذلك قيامها على تنمية الثقة والاحترام المتبادل بين طرفين المؤسسة وجمهورها.

5-معرفة الأساليب النظرية والعلمية لتشكيل الاتجاهات وتغيرها وهذا يستوجب تفهما لطبيعة السلوك البشري.

6-ضرورة جعل العلاقات العامة مسؤولية الإدارة العليا حيث لا بد من أن تكون برامجها متطابقة مع سياسات المؤسسة كما أن سياسات المؤسسة يجب أن تلقى مع مصالح الجماهير المختلفة.

7-يرتبط نشاط العلاقات العامة بشكل رئيسي بالرأي العام حيث بدون وجود الجمهور لا يكون هناك نشاط للعلاقات العامة فهي تعمل على تبادل التفاهم مع الرأي العام على أساس من الحقيقة والصدق لكسب تعاطفه وثقته فعندما يكون للرأي العام قيمة وأهمية بالنسبة لإدارة المؤسسة يمكن للعلاقات العامة أن تؤدي نورها بشكل فعال.

ويذكر كذلك حجاب وهبي أن أسس ومبادئ العلاقات العامة هي:

- كسب ثقة الجمهور.
- نشر الوعي بسبب الجماهير.
- مساهمة الهيئة أو المؤسسة في رفاة المجتمع.
- اتساع سياسة عدم إخفاء الحقائق.
- إتباع الأسلوب العلمي.
- العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة.
- تعاون المؤسسة مع المؤسسات الأخرى.
- إتباع الأسلوب الديمقراطي في العلاقات العامة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - ربحي مصطفى عدنان، محمود الطوباسي، مرجع سبق ذكره، ص 232-233.

المبحث الرابع: وظائف العلاقات العامة وأهدافها

1- وظائف العلاقات العامة:

إن للعلاقات العامة وظائف متعددة وتحدد تلك الوظائف على أساس ثلاث مستويات:

أ- على مستوى المؤسسة:

1. تزويد المؤسسة بكافة المعلومات والبيانات التي ترصد التطورات التي تطرأ على الرأي العام.

2. حماية المؤسسة من أي هجوم من شأنه أن يمس سمعتها أو ينال من صورتها الذهنية.

3. تعريف الإدارة العليا يرد فعل الجمهور إزاء سياستها وقراراتها.

4. تسهيل الاتصال بين المؤسسات الإدارية المختلفة بمرونة وتنسيق العمل فيما بينها.

ب- على مستوى الجمهور:

وتحدد تلك الوظائف حسب نوعية الجمهور سواء كان جمهور المؤسسة من العاملين أو الجمهور الخارجي من المتعاملين بكافة فئاتهم ، وبصفة عامة تسعى العلاقات العامة إلى تعريف الجمهور بالمؤسسة وسياساتها وشرح أهدافها والوساطة ما بين الجمهور والإدارة العليا

ج- على مستوى المجتمع:

1. تقديم المؤسسة كشخصية اعتبارية إلى المجتمع.

2. الحد من المضار السلبية الناجمة عن نشاط المؤسسة.

3. السعي الدائم إلى خدمة مصالح المجتمع وخلق الصورة اللائقة عن المؤسسة.

4. الالتزام بقيم وقواعد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية<sup>1</sup>.

وهناك عدة وظائف للعلاقات العامة أيضا ومنها ما يلي:

1- **البحث:** أي الدراسة الخاصة بقياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المنظمة الداخلية والخارجية .

2- **التخطيط:** أي رسم السياسة بالنسبة للمنظمة وذلك بتحديد الأهداف وتعميم برامج الدعاية والإعلام حيث التوقيت وتوزيع الاختصاصات وتحديد الميزانية أمر مهم جدا.

3- **التنسيق:** أي الاتصال مع المسؤولين في الداخل والاتصال بالمنظمات والجماهير في الخارج، وتزويدهم بالمعلومات والأخبار والبيانات والإحصاءات المتعلقة بالعلاقات العامة.

4- **الإدارة:** وتعني تقديم الخدمات لبقية الإدارات الأخرى ومساعدتها على إدارة وظائفها المتصلة بالجماهير.

5- **الإنتاج:** إنتاج الأفلام السينمائية الموجهة حول نوعية إنتاجها أو الموجهة للعاملين بغية توعيتهم<sup>2</sup> .

6- تعكس الأهداف والفلسفة التي تقوم عليها المنظمة.

7- تحدد الأهداف والمجهودات الجماعية فلا يمكن تصور جهد جماعي منتج دون هدف.

8- العمل على إقامة علاقات طيبة وكسب تأييد الجمهور .

<sup>1</sup> - شذوان علي شبيبة، مرجع سبق ذكره، ص 51-52.

<sup>2</sup> - ربحي مصطفى عدنان، محمود الطوباسي، مرجع سبق ذكره، ص 252.

9- الحصول على مستوى معقول من الأرباح مع تحسين هذا المستوى باستمرار بواسطة الجهود المنتج في صناعة ألواح والأجزاء المصنوعة من واقع تطبيقي لشركة لوكنزا الأمريكية luckens steelco من بين أهدافها ما ذكر.

وكذلك إدارة العمل بشكل يتم معه الاعتراف بالشركة على أساس أنها عضو منتج<sup>1</sup>.

## 2- أهداف العلاقات العامة:

تسعى إدارة العلاقات العامة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف:

1. تكوين صورة ذهنية لائقة عن المؤسسة.
2. التوفيق بين مصالح المؤسسة والجمهور.
3. تحقيق علاقات يسودها الوثام والوفاق بين الإدارة العليا والعاملين بالمؤسسة.
4. اتخاذ الاحتياطات اللازمة بما يجنب المؤسسة التعرض للمشكلات من خلال إعداد البرامج الوقائية والتحسب لها.
5. الدفاع الموضوعي الصادق عن المؤسسة ضد كل ما يقال أو يشاع أو ينشر عنها.
6. تقديم المشورة المدروسة للإدارة العليا عند اتخاذ القرارات ورسم السياسات<sup>2</sup>.

وهناك أهداف أخرى منها:

- سعي العلاقات العامة إلى زيادة اهتمام الجمهور بشؤون وطنهم عن طريق شرح الأهداف والاتجاهات العامة للدولة في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وتنمية الشعور القومي لدى الجماهير.

<sup>1</sup> - محمد فريد الصحن، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، الدار الجامعية طبع ونشر وتوزيع، القاهرة، 2001/2002، ص 34-35.

<sup>2</sup> - شذوان علي شبيبة، سمرجع سبق نكره، ص 57.

- تدعيم التعاون المستمر بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى المرتبطة معها بصلات العمل.

- توثيق العلاقة مع أجهزة الإعلام المركزية ووكالات الإعلان والمجلات والصحف والقيام بإعداد وإصدار النشرات والكراسات الإعلامية والملصقات المحددة<sup>1</sup>.

**المبحث الخامس: أهمية العلاقات العامة وعوامل نجاحها:**

### 1- أهمية العلاقات العامة للمنشآت الصناعية:

وتبرز أهمية العلاقات العامة في المنشآت الصناعية لاعتبار أن المنشأة الصناعية تنتج سلعة أو العديد من السلع التي تصل إلى العديد من المشترين والمستهلكين وفي قيامها بالعمليات الصناعية ترتبط بالعديد من الموردين والمنشآت الأخرى التي تتعاون معها وتمدها باحتياجاتها المختلفة.

وكذلك لديها جمهورها الداخلي الذي يتمثل في الموظفين والعمال وهؤلاء يحتاجون لمن يربطهم بالمنشأة وأهدافها ويجيبهم فيها، ويزيد من ولائهم وإخلاصهم لها.

وهذا دور له أهميته من أدوار العلاقات العامة

وبهذه النوعيات المختلفة من الجماهير يتضح مدى أهمية العلاقات العامة للمنشآت الصناعية، فهي دائماً تحتاج إلى تنمية الاتصالات وتكوين الآراء نحو سلعتها وخدماتها، وإلى ضمان وجود ولاء بين أفرادها.

### 2- أهميتها بالنسبة لمراكز خدمة المجتمع

ومثل هذه المراكز قامت بإنشائها بعض المنشآت العامة والهيئات العامة التي يمكن أن تقدم خدمات مباشرة للجمهور ومن أمثلتها، مراكز خدمة المجتمع الذي تتم إنشائه من طرف الجامعات المصرية مثل: جامعة القاهرة وجامعة عين شمس وجامعة الإسكندرية.

<sup>1</sup> - ربيحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، مرجع سبق ذكره، ص 237-238.

ويتم في هذه المراكز تقديم المعلومات والبيانات للجمهور وتعليم بعض المواطنين الاختزال والآلة الكاتبة واللغات وما شابه ذلك من خدمات عامة، وبعض المنشآت الحكومية تقدم في هذه المراكز خدمات ودراسات لخدمة البيئة والمساهمة في تطوير الحياة في المجتمع المحيط بها.

### 3- مدى أهمية العلاقات العامة للمدير:

وتتميز العلاقات العامة بأهمية خاصة في وظيفة المدير لأن المدير ليس شخصا عاديا يؤدي عملا محددًا ومعلوماً ينتهي بانتهاء اليوم، وليعود في اليوم التالي حتى يعيد نفس العمل أو يستكمل ما سبق من أعمال.

وإنما عمل المدير يتميز بالعمومية والاتصالات الواسعة مع العديد من نوعيات الجمهور.

فهو يتعامل أولاً مع زملائه في المنشأة من نفس المستوى والمستوى الأعلى كرؤسائه في المنشأة أو المساهمين، أو ممثلي الجهات الرسمية كما يتعامل مع رؤوسيه في المنشأة من مختلف المستويات والثقافة والعلم والجنس، وهؤلاء يتلقون من الأوامر وعليهم تنفيذ القرارات التي يصدرها في شؤون العمل<sup>1</sup>.

### أهمية العلاقات العامة في المجتمع المعاصر:

لقد أصبحت العلاقات العامة في المجتمع الحديث معقدة وليست بسيطة، ذلك أن المجتمع الحديث أصبح نفسه معقداً، فقد اتسع العمران وساد النشاط الصناعي والتقدم العلمي والتكنولوجي وظهرت المؤسسات الكبيرة التي تضم آلاف العاملين وتتعامل مع ملايين البشر في المجتمع فحسب بل على نطاق العالم.

<sup>1</sup> - أحمد محمد المصري، العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، 2001، ص 7-15.

وأصبح على رجال العلاقات العامة في المجتمع الحديث أن يوجهوا عناية خاصة إلى الدراسات العلمية للعلاقات الإنسانية بين الفرد والجماعة وبين فئات الجمهور المختلفة وبين المؤسسات الحكومية والأهلية وحتى بين الدول بعضها وبعض على أسس جديدة تضع في حساباتها هذا التطور الضخم والتقدم المستمر في شتى المجالات في الصناعة والقوات المسلحة وفي التربية والتعليم والإعلام<sup>1</sup>.

### عوامل نجاح العلاقات العامة:

تعمل العلاقات العامة على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية بين الجماهير وهذا يعاون المجتمع والتنظيمات للتغلب على العقبات ومن هنا تتضح العوامل التي تؤدي إلى نجاح العلاقات العامة في تحقيق أهدافها.

والتي نسوقها فيما يلي:

#### 1- العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:

فالتفاهم المتبادل أساس يقوم عليه نجاح العلاقات العامة، ذلك التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون في خدمتها، فليس من المعقول أن تبدأ المؤسسة أو المنشأة بتحسين علاقاتها مع الجمهور الخارجي وعلاقاتها مع جمهورها الداخلي على ما يرام فيجب أولاً خلق روح الجماعة والتعاون بين أفراد المؤسسة مع اختلاف مستوياتهم الإدارية ثم بعد ذلك يبدأ في تنمية وتوطيد العلاقات الحسنة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي.

<sup>1</sup> - غريب عبد السميع، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، 2006، ص 52-

## 2- مراعاة الصدق وإتباع الأسلوب العلمي:

يجب أن تتسم أعمال المنشأة بالصدق والأمانة وأن تتقيد بالعدالة والإخلاص في جميع تصرفاتها لأن الحقيقة خير أعلام عن المنشأة. كما يجب أن يلتزم العاملون في العلاقات العامة بالقيم الأخلاقية والأسلوب العلمي في جميع تصرفاتهم.

## 3- إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق:

إن الأساس السليم في العلاقات العامة هو الإفشاء وليس إخفاء الحقائق التي تهم الجماهير وسياسة عدم إخفاء الحقائق كفيلة بأن تقضي على الشائعات الضارة التي تولد عدم الثقة.

## 4- مساهمة الهيئة في رفاية المجتمع:

يجب على إدارة الهيئة أن تعمل على أن تكون هيئتها عضوا نافعا في المجتمع يعمل على تقدم المجتمع ورفاهيته ولم يعد الآن هدف أي مشروع هو تحقيق أكبر كسب مادي للهيئة، بل أصبح الهدف هو رفاية المجتمع لاسيما في المجتمعات . فالمشروع الناجح في النهاية هو الذي يعتمد على تأييد الجماهير له داخل الهيئة وخارجها.

## 5- نشر الوعي بين الجماهير:

أصبح على عاتق العلاقات العامة شرح سياسة الدولة وخطط تنميتها ودور الهيئة في ذلك كما أصبح من واجب العلاقات العامة توجيه الرأي العام إلى أحسن السبل للتعاون مع السياسة العامة للمجتمع لكسب ثقته وتأييده.

## 6- كسب ثقة الجمهور:

هدف العلاقات العامة كسب ثقة الجماهير ومعنى هذا أن أنشطة الهيئة لا يمكن أن تنجح إلا إذا رضي الجمهور عنها وعلى ذلك يجب أن يدرّب جماهير الهيئة نفسها حتى يتمكنوا من القيام بواجبهم لكسب ثقة الجماهير على الوجه الأكمل بحسن أدائهم لعملهم واحترامهم لجماهيرهم<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - محمد مصطفى أحمد، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، 2003، ص 46-48.

# الإطار التطبيقي

المبحث الأول: لمحة تاريخية عن مؤسسة " مديرية التربية "

بعدما استرجعت الجزائر سيادتها سنة 1962، عرفت الإدارة المدرسية على مستوى الولايات عدة تغيرات من حيث التنظيم. أسست وزارة التربية في سبتمبر 1962 وتغير نظام "الركتورا" الذي كان معمولا به أثناء الاستعمار إلى نظام جديد، حيث كان مدير جامعة الجزائر هو نفسه الذي يشرف على جميع مستويات التعليم في القطر الوطني، حيث كان على مستوى كل عمالة ولاية موظف سام تابع لوزارة التربية يدعى مفتش الأكاديمية ويرجع هذا التنظيم إلى عهد سابق، أما لفظ (أكاديمية) فهو كلمة يونانية تدل على اسم بطل من الأبطال اليونانيين الأسطوريين الذي كان يملك البساتين التي أنشأ فيها أفلاطون المدرسة الفلسفية التي كان يديرها. وتطلق هذه الكلمة حديثا في مختلف الثقافات على المجتمع العلمي.

وسارت الأمور (التنظيم السائد) على هذه الحال إلى وقت صدور قانون الولاية الأمر رقم 38/69 المؤرخ في: 1969/05/23 ثم بعده بأشهر صدر القرار الوزاري المشترك رقم 42/69 المؤرخ: في 1969/09/09 والقاضي بتحويل تسمية الأكاديمية إلى مديرية التربية والثقافة. ومرت المسيرة التربوية بأربعة مراحل هي:

**1.1 المرحلة الأولى "مفتشية الأكاديمية" (من 1962 إلى 1969):**

كانت الإدارة المدرسية الولائية تسمى مفتشية الأكاديمية يرأسها مفتش أكاديمية يمثل وزير التربية الوطنية في العمالة (الولاية) حيث يسهر هذا الأخير على تطبيق السياسة حسب تعليمات الوزير، يشرف إداريا وتربويا على جميع المؤسسات التعليمية والتكوينية باستثناء مراكز التعليم العالي.

**1.2 المرحلة الثانية: "مديرية التربية لولاية المسيلة" (من 1969 إلى 1986):**

بموجب صدور الأمر رقم 38/69 بتاريخ 1969/05/23 والمتضمنة قانون الولاية والذي كانت الغاية منه تجديد الهياكل القديمة على مستوى كل مفتشيات الأكاديمية ، وعليه

فقد حُوت مفتشية الأكاديمية إلى مديرية، أما على مستوى تنظيمها فاتخذت عدة مراسيم في شأن تنظيم المجلس التنفيذي ما بين 1969-1986 وأخذت هذه المديرية عدة تسميات تختلف حسب الولايات كما كان عدد المديریات الفرعية يختلف من مديرية إلى أخرى ثم أطلقت عليها تسمية "قسم استثمار الموارد البشرية".

### 1. 3 المرحلة الثالثة: "قسم استثمار الموارد البشرية بالمسيلة" (من 1986 إلى

1990):

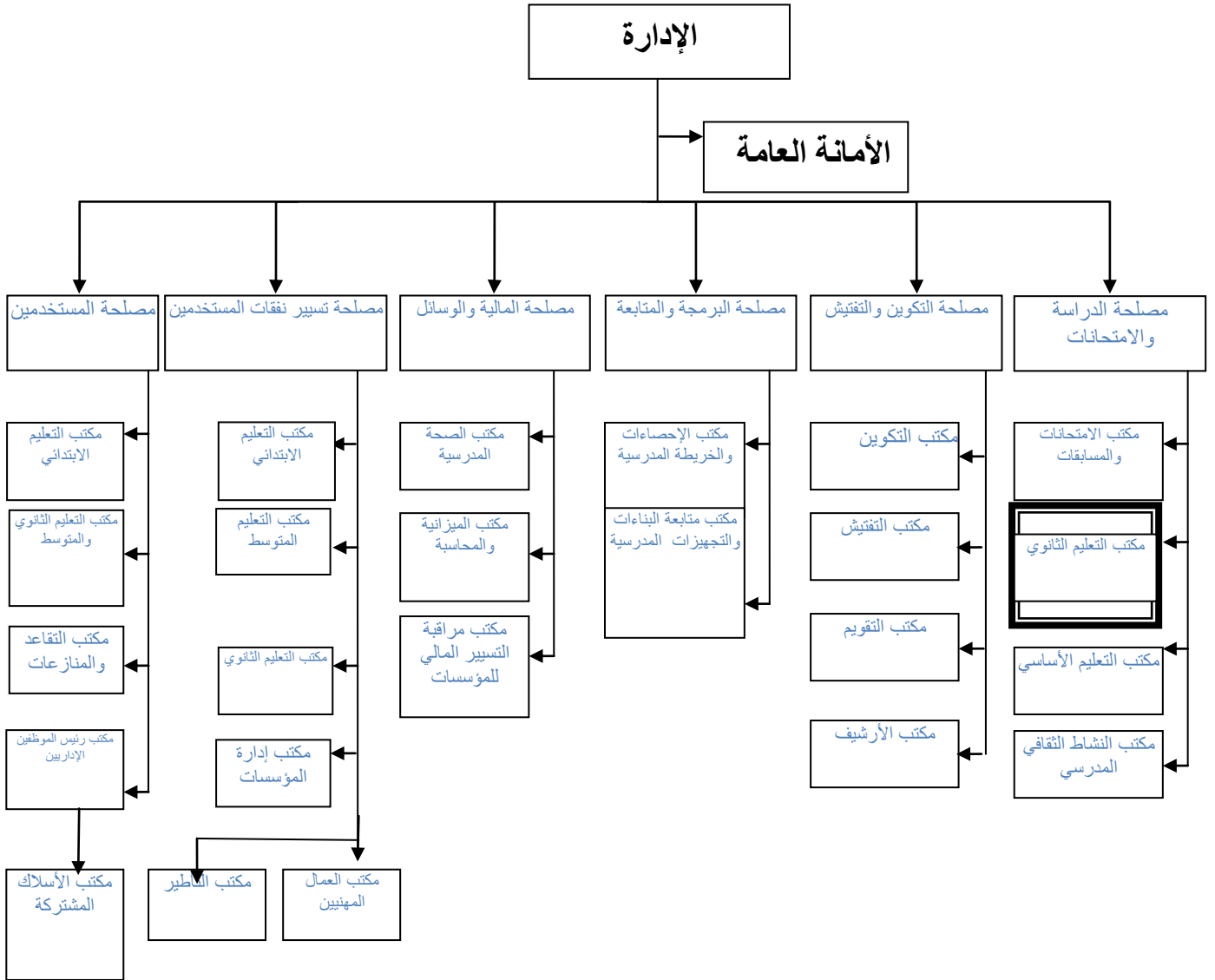
خلال هذه المرحلة الحالية كانت الإدارة المدرسية الولائية تسمى "قسم استثمار الموارد البشرية"، وكان رئيس قسمها عضوا في المجلس التنفيذي الولائي، ويتم تعيينه بموجب مرسوم تنفيذي وباقتراح من والي الولاية ويجمع القسم قطاعات منها التربية، التكوين المهني، والشبيبة والرياضة.

### 1. 4 المرحلة الرابعة الحالية "مديرية التربية لولاية المسيلة" (من 1990 إلى يومنا هذا):

بناء على المرسوم التنفيذي رقم 174/90 المؤرخ في 09 جوان 1990 والذي يحدد كفيات تنظيم مصالح التربية في الولاية وعملها وهو تنظيم الإدارة المدرسية الولائية وأطلق اسم مدير التربية على الهيكل المشرف في الولاية على قطاع التربية واسم مدير التربية على المسؤول على هذه المديرية. وأصبح مدير التربية يمثل وزير التربية الوطنية بالولاية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - المصدر مديرية التربية (التشريع)

المبحث الثاني: التعريف بالمؤسسة مديرية التربية ومصالحها



### 2. 1 شرح الهيكل التنظيمي:

تختلف هيكله مديرات التربية من ولاية لأخرى بحسب المهام، وعدد المؤسسات التربوية والكثافة السكانية، بناء على القرار الوزاري المشترك رقم 201/90 المؤرخ في 1990/10/29 والذي يصنف مديرية التربية إلى خمسة تصنيفات، حيث يتراوح عدد المصالح بين ثلاث وست مصالح تشتمل كل مصلحة على مكاتب على حسب المهام المسندة إليها ويتراوح عددها من مكتبين (2) إلى أربع (4) مكاتب. أما مصالح مديرية التربية لولاية المسيلة فتتقسم كما يلي:

#### 1. الإدارة:

تتمثل في السيد مدير التربية وهو الممثل الرسمي لوزارة التربية الوطنية بالولاية وله مختلف الصلاحيات فيما يخول له القانون حيث يقوم بمختلف النشاطات التابعة لقطاعه من زيارات تفقدية وتوجيهية حيث من خلالها مديري المؤسسات التربوية على القيام بالوجه الأحسن للمؤسسة لاسيما تدرس التلاميذ بشكل جيد.

#### 2. الأمانة العامة:

تتمثل في السيد الأمين العام وهو المسؤول المباشر عن السير الحسن للمديرية والذي هو الممثل الرسمي لمدير التربية وله مختلف الصلاحيات فيما يخول له القانون.

#### 3. مصلحة التمدريس والامتحانات:

تهتم هذه المصلحة بتمدرس التلاميذ على مختلف الأطوار (ابتدائي، متوسط وثانوي) زيادة على ذلك تنظيم مختلف الامتحانات الرسمية والمسابقات وتشتمل هذه المصلحة على (4) أربع مكاتب وهي:

- مكتب الامتحانات والمسابقات: يتابع مختلف الامتحانات الرسمية وكذا المسابقات المهنية والخارجية.

• **مكتب التعليم الثانوي:** يتابع تمدرس التلاميذ في مرحلة التعليم الثانوي وكذلك انجاز الخريطة المدرسية تحضيراً للموسم القادم.

• **مكتب التعليم الأساسي:** يتابع تمدرس التلاميذ في مرحلتي التعليم المتوسط والابتدائي وكذلك انجاز الخريطة المدرسية تحضيراً للموسم القادم.

• **مكتب النشاط الثقافي المدرسي:** تتمثل مهامه في إحياء مختلف المناسبات والأعياد الوطنية زيادة على تسيير مختلف المنافسات الثقافية والرياضية.

#### 4. مصلحة التكوين والتفتيش:

تهتم هذه المصلحة بمتابعة تكوين و تحسين مستوى الموظفين وترسيم المتربصين منهم زيادة على التفتيش المتواصل قصد تحسين مستوى التأطير للنهوض بمستوى تعليم جيد يواكب مختلف التطورات، وحيث تشمل هذه المصلحة على (4) مكاتب وهي:

• **مكتب التكوين:** يتابع تكوين مختلف الموظفين وتحسين مستواهم.

• **مكتب التفتيش:** يتابع مختلف العمليات من ترسيمات وتقارير مختلفة للمفتشين في جميع الأطوار التعليمية.

• **مكتب التقويم:** يتابع تنوع المناهج التربوية وكذا تقويمها من طرف المدرسين.

• **مكتب الأرشيف:** يتابع الملفات الواردة إلى مكتبه من ملفات المتقاعدين والمتوفيين وكذا المتحولين مع تصنيفها لتسهيل الرجوع إليها.

#### 5. مصلحة البرمجة والمتابعة:

تعمل هذه الأخيرة على توفير الجانب المادي لتمدرس أفضل، من بناء المؤسسات التعليمية وتجهيزها وإذا لزم الأمر وبما في ذلك التطوير والترميم بما في ذلك مختلف الإحصائيات والتي من شأنها برمجة مختلف المشاريع المستقبلية كالتوسيع وبناء مؤسسات ومطاعم ومخابر للإعلام الآلي إن تطلب الأمر ومعالجة الاكتظاظ في المؤسسات بعملية

التوسعة أو بناء حجرات دراسية جديدة حسب الحاجة مثلا وتشتمل هذه المصلحة على مكتبين (2) وهي:

- **مكتب الإحصاءات والخريطة المدرسية:** يقوم بحوصلة مختلف الإحصائيات لتدرس التلاميذ والمدرسين والإداريين وذلك تحضيراً لمتطلبات الدخول المدرسي.
- **مكتب متابعة البناءات والتجهيزات المدرسية:** برمجة مختلف المشاريع المستقبلية كالتوسيع والبناء وكذا تجهيز الأقسام من طاولات وسبورات وغيرها.

### 6. مصلحة المالية والوسائل.

تتمثل اهتمامات هذه المصلحة كونها توفر الظروف الملائمة للتدريس وتسيير المطاعم المدرسية وتسيير مختلف النفقات وتشتمل هذه المصلحة على (03) مكاتب وهي:

- **مكتب الصحة المدرسية:** بمتابعة الصحة المدرسية (طبيب الصحة المدرسية) ومراقبة المياه.

- **مكتب الميزانية والمحاسبة:** جمع الإحصائيات المدرسية ومعالجتها وتحليلها والقيام بكل عمليات السير الحسن والتحقيقات.

- **مكتب مراقبة التسيير المالي للمؤسسات التربوية:** تقدير احتياجات الولاية في ميدان التربية.

### 7. مصلحة تسيير نفقات المستخدمين:

تتكفل مصلحة الأجور (مصلحة تسيير نفقات المستخدمين) بالجانب المادي لموظفي قطاع التربية أي ضبط الوضعية المالية لموظفي القطاع من دفع الرواتب ، والعلاوات ومختلف الأمور المادية الأخرى زيادةً على مختلف الاقتطاعات الضريبية والعطل المرضية وعطل الأمومة وغيرها كما تقوم بحسومات من المرتب حسب الحالة كالغيابات مثلا وكذا الإسراع في تسوية الوضعيات العالقة وتشتمل هذه المصلحة على (3) مكاتب وهي:

- **مكتب التعليم الابتدائي:** يتكفل بشؤون الموظفين المالية والتابعين للتعليم الابتدائي.

- مكتب التعليم المتوسط: يتكفل بشؤون الموظفين المالية والتابعين للتعليم المتوسط.
  - مكتب التعليم الثانوي: يتكفل بشؤون الموظفين المالية والتابعين للتعليم الثانوي.
  - مكتب إدارة المؤسسات: يتكفل بشؤون الموظفين المالية والتابعين للإدارة.
8. مصلحة الموظفين: ومن مجمل المهام لمصلحة الموظفين نذكر ما يلي:
1. تعيين الأساتذة في أماكن العمل الشاغرة من طرف مدير التربية.
  2. متابعة عملية تنصيب الأساتذة بمقررة التعيين من عدمها قصد تعويضهم بأخرين في حالة عدم التحاقهم بالمناصب المذكورة في مقررة التعيين في حالة مدة تجاوزت 48 ساعة.
  3. تثبيت المتفوقين منهم كونهم حائزين على الكفاءة المطلوبة للتدريس.
  4. ترقية الأساتذة وفق سلم يعرف بالدرجات تمتد من الدرجة الأولى إلى الدرجة الثانية عشر.
  5. انجاز هذه الترقيات حتى يتسنى لمصلحة تسيير نفقات المستخدمين متابعتها والتخليص عليها.
  6. تحرير المناصب القابلة للشغور وتحضيرها للحركة النقلية للسنة الدراسية القادمة وذلك تقاديا للشغور الذي يضر بالسير الحسن لتدريس التلاميذ وانجاز التعيينات الفردية والجماعية للموظفين.
  7. انجاز شهادات العمل ومجمل الخدمات لمختلف الموظفين على اختلاف أصنافهم (إداريون أساتذة وعمال).
- وتشتمل مصلحة الموظفين على (04) مكاتب وهي:
- مكتب التعليم الابتدائي: تسيير شؤون الموظفين التربويين.
  - مكتب التعليم الثانوي والمتوسط: إعداد الخريطة المدرسية لمرحلة التعليم الثانوي وتحديثها بالاتصال مع المصالح والهيئات المعنية.

• تسيير ملفات الموظفين

• -العمل على إعداد مخطط التسيير السنوي في وقته المحدد لضمان السير العادي للمصلحة .

-ضبط المناصب المالية الإدارية والتربوية.

-تسوية وضعية المناصب المستحدثة والمناصب المحررة.

-ضبط القائمة الاسمية للمستخدمين.

• مكتب التقاعد والمنازعات: البث في مختلف المنازعات من وإلى قطاع التربية.

• مكتب رئيس الموظفين الإداريين: يتكلف بمختلف انشغالات العمال من ترقية ومجمل الخدمات وتحويلات وغيرها.

3. من هم الموظفون ؟

تطلق صفة الموظف على العامل الذي يُثبت في منصب عمله بعد انتهاء المدة التجريبية (التربص) ويكون حينئذ في وضعية قانونية أساسية وتنظيمية إزاء المؤسسة والإدارة التي يعمل بها، فالموظفون هم عمال الذين يمارسون عملهم في المؤسسات والإدارات العمومية التابعة لقطاع العمومي ونختص هنا موظفي قطاع التربية بالولاية وذلك وفق القواعد القانونية ومواد المرسوم تنفيذي رقم 315/08 المؤرخ في 11 شوال عام 1429 هـ الموافق لـ 11 أكتوبر سنة 2008 والذي يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالتربية الوطنية وحسب موادها البالغ عددها 181 مادة موزعة على خمسة أبواب (يتكون بعضها من فصول وفروع) وسيكون مكتب الأسلاك المشتركة أحد مكاتب المديرية هو موضوع الدراسة.

4. تحضير الترقية في الدرجة:

تحضر الترقية في الدرجة مسبقا بإدراج جملة من المعلومات الهامة من طرف

كل مكتب على أن تجمع فيما بعد في جدول واحد وذلك لتحقيق النسبة حسب المدد

1.المدة الدنيا: أدنى (2،5 سنة) من الأقدمية.

2.المدة المتوسطة: متوسط (3 سنوات) من الأقدمية .

3.المدة القصوى: أقصى(3،5 سنوات) من الأقدمية .

ويتم حساب الترقية على أساس النسب المئوية لكل وتيرة فإذا أخذنا في اعتبارنا عدة أعداد

فستكون كالاتي:

العدد										نوع الترقية	الرقم
4	4	4	3	3	2	2	2	1	1	أدنى	01
4	4	3	3	2	2	2	1	1		متوسط	02
2	1	1	1	1	1					أقصى	03
10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	المجموع	

5. إنجاز الترقية:

تتجز جداول الترقية والمقررات فردية تحتوي على معلومات الدرجة السابقة

والدرجة الجديدة المحصل عليها برقم استدلالي جديد وباقي الأقدمية إلى غاية 31

ديسمبر من سنة الدراسة وذلك ب:

1. إدراج قائمة اسمية للموظفين (لقب واسم الموظف) ضمن جدول.

2. إدراج تاريخ ميلاد الموظف.

3. إدراج الدرجة السابقة وتاريخ تنفيذها.

4. إدراج النقطة المحصل عليها في التقارير التربوية أو الإدارية.

وذلك لحساب نسبة مئوية تقدر ب 40 % تنفذ بصفة دنيا (أي بأقدمية مهنية تساوي عامين ونصف 2.5 عام) و 40 % تنفذ بصفة متوسطة (أي بأقدمية مهنية تساوي ثلاثة أعوام) و 20 % تنفذ بصفة أقصى (أي بأقدمية مهنية تساوي ثلاثة أعوام ونصف) وذلك إلى غاية 31 ديسمبر من كل سنة.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - الجريدة الرسمية القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 29/10/1990

### المبحث الثالث: تحليل الاستمارة:

تناولنا ففي هذه الاستمارة موضوع "الاتصال الواجهي في العلاقات العامة" وأخذنا مديرية التربية لولاية المسيلة نموذج للتعريف على هذا النوع من الاتصال في هذه المؤسسة. واستخدمنا 3 محاور ، **المحور الأول** المتمثل في " واقع الاتصال الشخصي أو الواجهي " وأما عن **المحور الثاني** تضمن " فاعلية الاتصال الشخصي " أما عن **المحور الثالث** فتخمناه بالتطرق إلى " دور العاملين كقائمين بالاتصال الشخصي. أما عن نوع الأسئلة فاستخدمنا الأسئلة المختلفة والأسئلة المفتوحة فعل والأسئلة المغلقة 10 أسئلة وإما عن الأسئلة المفتوحة سألين .

#### العينة:

أما عن العينة فتناولنا عينة قصدية عمدية والعينة في بحثنا هذا موظفي " مديرية التربية لولاية المسيلة "

وتم حصرها في 30 شخص ذكور وإناث الذكور 20 وإناث 10.

#### المجال الزماني والمكاني:

فتحدد المجال الزماني من الفترة الممتدة من 02 مارس إلى غاية 30 أبريل 2022. وأما عن المكان " مديري التربية " بولاية المسيلة في حي الورود بالقرب من مستشفى سليمان عميرات في وسط مدينة المسيلة.

1- حسب المتغيرات:

- الجنس:

النسبة	التكرار	التكرارات المتغيرات
%66.66	20	ذكور
% 33.33	10	إناث
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>المجموع</b>

- الحالة العائلية:

النسبة	التكرار	العينة الإجابة
%53.33	16	متزوج (ة)
%16.66	05	مطلق (ة)
%30	09	عازب (ة)
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>المجموع</b>

الجدول رقم 01: يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب مدى واقعية الاتصال الشخصي في المؤسسة.

النسبة	التكرار	العينة الإجابة
%46.66	14	هام
%30	09	هام جدا
%23.33	07	لا أهمية له
%100	30	المجموع

- التحليل الكمي :

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه نرى أن أغلبية المبحوثين يرون أن الاتصال الشخصي في المؤسسة أنه هام جدا وكان ذلك بنسبة 46.66 % وبنسبة 30% يرون أن الاتصال الشخصي له أهمية كبيرة جدا وبقية المبحوثين أي نسبة 23.33 % يرون أن لا أهمية للاتصال الشخصي في المؤسسة .

-التحليل الكيفي:

نلاحظ ان اغلبية المبحوثين توجهوا الى التركيز على اهمية الاتصال الشخصي كونه اهم اتصال تعتمد عليه المؤسسة " مديرية التربية " لتحقيق اهدافها المسطرة

الجدول رقم 02: يوضح توزيع العينة حسب الكيفية التي يكون الاتصال أو العملية الاتصالية بالإدارة

النسبة	التكرار	العينة الإجابة
20%	06	المراسلات الإدارية
20%	06	الهاتف
10%	03	الانترنت
43.33%	13	مباشرة
6.66%	02	وسيلة أخرى
100%	30	المجموع

### التحليل الكمي

من خلال الإحصائيات المبينة في الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يرون أن الاتصال في الإدارة يكون بطريقة مباشرة وكان ذلك بنسبة 43.33% ، وبالنسبة للاتصال بالمراسلات الإدارية والهاتف كان توجه المبحوثين إلى هذين العنصرين بنسبة 20% للهاتف كانت النسبتين متساويتين.

وبقيت وسيلة الانترنت كان رأي المبحوثين لهذه الأخيرة بنسبة 10% ، ووسيلة أخرى كان التوجه لها لنسبة 6.66%.

### التحليل الكيفي

نخلص من خلال التحليل الكمي ان اهم وسيلة يستخدمها الاتصال الشخصي هي الطريقة المباشرة التي يتصل بها القائم بالاتصال الشخصي بالجمهور المستقبل.

الجدول رقم 03: يوضح توزيع العينة حسب مدى استخدام الاتصال الشخصي في المؤسسة

النسبة	التكرار	العينة الإجابة
40%	12	استخدام متكرر
43.33%	13	أحيانا
16.66%	05	منعدم الاستخدام
100%	30	المجموع

#### التحليل الكمي

نسعى من خلال الجدول إلى معرفة مدى استخدام الاتصال الشخصي في المؤسسة ووجدنا نسبة 43.33% قالت بأن الاتصال الشخصي يتم استخدامه في مديرية التربية أحيانا.

ونسبة 40% قالت استخدام متكرر للاتصال الشخصي وبقية نسبة 16.66% اتجهت إلى أن الاتصال الشخصي منعدم الاستخدام في الإدارة.

#### التحليل الكيفي

من خلال الاحصائيات المسجلة في الجدول اعلاه نستنتج ان استخدام الاتصال الشخصي في المؤسسة هو استخدام دائم لأن المؤسسة مديرية التربية لا يمكنها بكل بساطة الاستغناء عن الاتصال الشخصي .

الجدول رقم 04: توزيع العينة حسب طبيعة العملية الاتصالية في المؤسسة.

النسبة	التكرار	التكرارات المتغيرات
30%	09	سلبية
70%	21	ايجابية
100%	30	المجموع

### التحليل الكمي

حسب الإحصائيات المقدمة في الجدول أعلاه تم تسجيل نسبة 70% كأعلى نسبة

أبدت رأيها بأن العملية الاتصالية داخل المؤسسة تكون إيجابية بطبيعة الحال.

وبقيت نسبة 30% قالت بأنها سلبية.

### التحليل الكيفي

نستنتج ان غالبية المبحوثين قالوا ان العملية الاتصالية في المؤسسة هي عملية ايجابية

لأن المؤسسة مديرية التربية بالنسبة لها العملية الاتصالية تعود عليها بالايجاب والنجاح

لهذا هي كذلك.

الجدول رقم 05: يوضح توزيع العينة حسب قابلية الاتصال الشخصي لتلبية حاجات الإدارة.

النسبة	التكرار	التكرارات
		المتغيرات
70%	21	نعم
30%	09	لا
100%	30	المجموع

### التحليل الكمي

من خلال هذا الجدول نسعى إلى معرفة آراء المبحوثين لمدى تلبية الاتصال الشخصي لحاجات الإدارة ف سجلنا نسبة 70% كأعلى نسبة توجهت لحاجاتها بنعم أي أن الاتصال الشخصي يلبي حاجات مديرية التربية. وبقية نسبة 30% أجابت بـ لا أي قالت أن الاتصال لا يلبي بشكل كبير نوعاً ما حاجات الإدارة.

### التحليل الكيفي

رأى أغلب المبحوثين أن الاتصال الشخصي يلبي حاجات المنشأة بكل تأكيد فاستخدام المؤسسة له بشكل دائم يبرر ذلك .

الجدول رقم 06: يوضح توزيع العينة حسب فاعلية الاتصال الشخصي مقارنة بأنواع الاتصال الأخرى.

النسبة	التكرار	التكرارات
		المتغيرات
70%	21	نعم
30%	09	لا
100%	30	المجموع

### التحليل الكمي

حسب الإحصائيات المبينة في الجدول حاولنا الاستفسار حول مدى فاعلية الاتصال الشخصي في المؤسسة.

وتم تسجيل نسبة 70% أجابوا بنعم وبقية النسبة أي 30% أجابوا بلا أي لا توجد أي فاعلية للاتصال الشخصي.

### التحليل الكيفي

حسب الاحصائيات المسجلة مادام أن أغلب المبحوثين قالوا ان الاتصال الشخصي له فاعلية كبيرة جدا في المؤسسة لما لهذا الاتصال من أهمية ودور كبيرين في المنشأة ومنه نقول ان الاتصال الشخصي له فاعلية كبيرة في الادارة.

الجدول رقم 07: توزيع العينة حسب قوة تأثير الاتصال الشخصي في ميدان العلاقات العامة في مديرية التربية.

النسبة	التكرار	العينة الإجابة
40%	12	كبيرة
43.33%	13	متوسطة
16.66%	05	منعدمة
100%	30	المجموع

#### التحليل الكمي

من خلال الجدول تم تسجيل نسبة 43.33% أجابت بأن الاتصال الشخصي له تأثير متوسط في ميدان العلاقات العامة. ونسبة 40% أجابت بأن الاتصال الشخصي له قوة تأثير به كبيرة ونلاحظ أن انعدامية التأثير للاتصال الشخصي كانت بنسبة 16.66%.

#### التحليل الكيفي

مدام ان النسبة الغالبة قالت ان الاتصال الشخصي له تأثير قوي يمكن القول ان الاتصال الشخصي له قوة تأثيرية كبيرة في المؤسسة.

الجدول رقم 08: يوضح توزيع العينة حسب مدى استفادة المؤسسة من الاتصال الشخصي.

النسبة	التكرار	التكرارات
		المتغيرات
60%	18	نعم
40%	12	لا
100%	30	المجموع

#### التحليل الكمي

حسب الإحصائيات المبينة في الجدول نرى أن أغلبية المبحوثين أجابوا بنعم وكان ذلك بنسبة 60% ونسبة 40% أجابوا بلا .

#### التحليل الكيفي

يمكن القول من خلال الاحصائيات المسجلة انه فعلا الاتصال الشخصي تستفيد منه المؤسسة بشكل كبير وإجابات المبحوثين تبرر ذلك.

الجدول رقم 09: يوضح توزيع العينة حسب وسائل الاتصال الشخصي المستخدمة في العلاقات العامة.

النسبة	التكرار	التكرارات
		المتغيرات
66.66%	20	نعم
33.33%	10	لا
100%	30	المجموع

#### التحليل الكمي

تبين من خلال الجدول بأن نسبة 66.66% أجابت بنعم أي أن هناك وسائل اتصال شخصية مثل: الهاتف ، الانترنت ، المراسلات الإدارية وغيرها من الوسائل الشخصية. وبقية نسبة 33.33% أجابت لا أي أنه لا توجد وسائل اتصال شخصية مستخدمة في ميدان العلاقات العامة.

#### التحليل الكيفي

نخلص الى ان الاتصال الشخصي له بطبيعة الحال وسائل يستخدمها لتحقيق اهدافه.

الجدول رقم 10: يوضح توزيع العينة لتبين هل هناك عوائق للاتصال الشخصي في المؤسسة.

النسبة	التكرار	التكرارات
		المتغيرات
%73.33	22	نعم
%26.66	08	لا
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>المجموع</b>

#### التحليل الكمي

من خلال الإحصائيات المسجلة في الجدول أعلاه ملاحظ نسبة 73.33% أجابوا بنعم أي أنه في الإدارة توجد عوائق للاتصال الشخصي تجعله اتصالاً فاشلاً وبقية نسبة 26.66% أجابوا بلا أي أنه لا توجد عوائق تجعل الاتصال الشخصي فاشلاً.

#### التحليل الكيفي

من خلال الإحصائيات المسجلة يمكن القول أن الاتصال الشخصي تعترضه عوائق تجعله اتصالاً فاشلاً في الإدارة منها الخبرة المستوى التعليمي القدرة الإقناعية الكلام الجيد مع الجمهور ....

الجدول رقم 01: يوضح توزيع العينة حسب مدى واقعية الاتصال الشخصي في المؤسسة.

المجموع		لا أهمية له		هام جدا		هام		الإجابة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%66.65	20	%16.66	05	%16.66	05	%33.33	10	ذكر	متغيرات الجنس
%33.32	10	%6.66	02	%13.33	04	%13.33	04	أنثى	
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%23.32</b>	<b>07</b>	<b>%29.99</b>	<b>09</b>	<b>%46.66</b>	<b>14</b>	<b>المجموع</b>	
%33.32	10	%6.66	02	%13.33	04	%33..13	04	متزوج	متغيرات الحالة عائلية
%16.66	05	%6.66	02	%6.66	02	%3.33	01	مطلق	
%50	15	%10	03	%13.33	04	%26.66	08	أعزب	
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%23.33</b>	<b>07</b>	<b>%33.33</b>	<b>10</b>	<b>%43.33</b>	<b>13</b>	<b>المجموع</b>	

#### -التحليل الكمي:

من خلال الإحصائيات المبينة في الجدول الأول تم تسجيل البيانات التالية: الذين أجابوا بـ "نعم" نسبة 33.33% من الذكور ، والإناث 13.33% والمجموع 46.66% وبالنسبة لمتغير الحالة العائلية نسبة 13.33% والمطلقين 3.33% والعزاب 26.66% والمجموع ككل بنسبة 43.33% .

ونسبة الذين أجابوا بـ " هام جدا " 16.66% من الذكور والتمزوجين بنسبة 13.33% ، المطلقين 6.66% والعزاب 13.33% والمجموع ككل بنسبة 33.33% .

أما بالنسبة للاقتراح الثالث أي لا أهمية له الذكور كانت إجاباتهم النسبة 16.66% والإناث 6.66% والمجموع ككل 23..32% .

والمتروجين نسبة 6.66% ، والمطلقين بنسبة 6.66% والعزاب بنسبة 10% والمجموع ككل بنسبة 19.33%.

- التحليل الكيفي: من خلال هذه الإحصائيات نلاحظ أن أغلب المبحوثين قالوا بأن الاتصال هام وهام جدا نظر لفاعليته وأهميته للمؤسسة مقارنة بأنواع أخرى من الاتصال. ونجد نسبة ضئيلة جدا اتجهت على أن الاتصال لا أهمية له في المؤسسة لأنهم يرون أنواع أخرى من الاتصال أهم من الاتصال الشخصي.

الجدول رقم 02: يوضح توزيع العينة حسب الكيفية التي يكون لها الاتصال أو العملية الاتصالية بالإدارة.

المجموع		وسيلة أخرى		مباشرة		الانترنت		الهاتف		المرسلات الإدارية		الإجابة		
												العينة		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	ذكر	متغيرات الجنس	
%66.66	20	%6.6	02	%26.66	08	%10	03	%13.33	04	%10	03			
%33.33	10	%00	00	%16.66	05	%00	00	%6.66	02	%10	03	أنثى		
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%6.66</b>	<b>02</b>	<b>%43.32</b>	<b>13</b>	<b>%10</b>	<b>03</b>	<b>%19.99</b>	<b>06</b>	<b>%20</b>	<b>06</b>	المجموع		
%33.33	10	%3.33	01	%16.66	05	% 3.33	01	%00	00	%10	03	متزوج	متغيرات الحالة لعائلية	
%16.66	05	%3.33	01	%3.33	01	%3.33	01	%6.66	02	%00	00	مطلق		
%50	15	%3.33	01	%16.66	05	%10	03	%13.33	04	%6.66	02	أعزب		
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%9.99</b>	<b>03</b>	<b>%36.65</b>	<b>11</b>	<b>%16.66</b>	<b>05</b>	<b>%19.99</b>	<b>06</b>	<b>%16.66</b>	<b>05</b>	المجموع		

من خلال إحصائيات الجدول الثاني سجلنا النسب التالية: الذين اختاروا المراسلات الإدارية.

الذكور بنسبة 10% والإناث بنسبة 10% ومتغير الحالة 00% وكان المجموع 16.66% اختاروه بنسبة 13.33% والإناث 6.66% والمجموع بنسبة 19.99% .

والمتزوجين بنسبة 00% ، والمطلقين 6.66% والعزاب بنسبة 13.33% والنتيجة 19.99% ، اما بالنسبة للاقتراح أي الانترنت كانت إجابة الذكور بنسبة 10% والإناث 100% والمجموع 10% والمتزوجين بنسبة 3.33% والمطلقين 3.33% والعزاب 10% والمجموع ككل كان بنسبة 16.66% .

أما الاقتراح الرابع الذين اختاروا "ط مباشرة فالذكور اختاروه بنسبة 26.66% والإناث بنسبة 16.66% والمجموع ككل 43.32% .

اما المتزوجين بنسبة 16.66% والمطلقين بنسبة 3.33% والعزاب 16.66% والمجموع كان بنسبة 36.65% ، وبالنسبة للاقتراح الأخير " الوسيلة الأخرى" الذكور بنسبة 6.66% والإناث 00% وكان المجموع 6.66% والمتزوجين توجهوا إلى هذا الاقتراح بنسبة 3.33% وكذا العزاب بنسبة 3.33% والعزاب 3.33% وكان المجموع لنسبة 9.99% .

### التحليل الكيفي:

نلاحظ أن أغلب المبحوثين توجهوا إلى الاتصال المباشر بأعلى النسب مقارنة مع باقي الاقتراحات لأن أغلب الموظفين يفضلوا الاتصال بال جماهير بشكل مباشر حتى تكون العملية الاتصالية ناجحة ومؤثرة.

وبعدها جاءت الانترنت لأن هذه الوسيلة لاقت رواجاً كبيراً من حيث الاستخدام وباقي الاقتراحات من مراسلات إدارية وكذا الهاتف وغيرها فهذه الأخيرة نادرة الاستخدام داخل الإدارة.

الجدول رقم 03: يوضح توزيع العينة حسب مدى استخدام الاتصال الشخصي في المؤسسة.

المجموع		منعدم الاستخدام		أحيانا		استخدام متكرر		الإجابة		العينة
								ذكر	مغيرات الجنس	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	ذكر	مغيرات الجنس	
%66.66	20	%10	03	%30	09	%26.66	08	أنثى		
%33.33	10	%6.66	02	%13.33	04	%13.33	04	المجموع		
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%16.66</b>	<b>05</b>	<b>%43.33</b>	<b>13</b>	<b>%39.99</b>	<b>12</b>		مغيرات الحالة لعائلية	
%33.32	10	%6.66	02	%10	03	%16.66	05	متزوج		
%16.66	05	%3.33	01	%10	03	%3.33	01	مطلق		
%49.98	15	%6.66	02	%26.66	08	%16.66	05	أعزب		
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%16.65</b>	<b>05</b>	<b>%46.66</b>	<b>14</b>	<b>%36.65</b>	<b>11</b>	المجموع		

### التحليل الكمي:

يبين الجدول الثالث توزيع العينة حسب مدى استخدام الاتصال الشخصي في المؤسسة.

فأظهرت الإحصائيات بـ أن الذكور توجهوا إلى الاقتراح الأول " الاستخدام المتكرر للاتصال الشخصي" بنسبة 26.66 % ، والإناث بنسبة 13.33 % ومجموعهما كان بنسبة 39.99 % وتوجه المتزوجين إليه بنسبة 16.66 % ، والمطلقين بنسبة 3.33 % ، والعزاب 16.66 % والمجموع ككل كان بالنسبة 36.65 % .

والاقتراح الثاني أي استخدام الإدارة للاتصال الشخصي " أحيانا" ، الذكور اختاروه بنسبة 30 % والإناث بنسبة 13.33 % ، والمتزوجين بنسبة 10 % ، المطلقين بنسبة 10 % ، العزاب بنسبة 26.66 % والمجموع بنسبة 46.66 % .

والاقتراح الأخير أي " انعدام الاستخدام للاتصال الشخصي".

الذكور نسبة 10 % والإناث بنسبة 6.66% والمتزوجين بنسبة 6.66% ، المطلقين بنسبة 6.66% والعزاب بنسبة 3.66% .

### التحليل الكيفي:

نلاحظ أن أغلب المبحوثين اختاروا الاستخدام المتكرر بأعلى النسب لأن الاتصال الشخصي مهم وفعال لذلك تستخدمه إدارة مديرية التربية، والإدارة تحتاجه بشكل مستمر ومتكرر وبالنسبة لانعدام استخدامه كان التوجه لها قليل جدا.

الجدول رقم 04: يوضح توزيع العينة حسب طبيعة العملية الاتصالية في المؤسسة.

المجموع		إيجابية		سلبية		الإجابة	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	ذكر	أنثى
%66.66	20	%43.32	13	%23.33	07	ذكر	متغيرات الجنس
%33.33	10	%26.66	08	%6.66	02	أنثى	
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%70</b>	<b>21</b>	<b>%30</b>	<b>09</b>	<b>المجموع</b>	
%33.33	10	%23.33	07	%10	03	متزوج	متغيرات الحالة العائلية
%16.66	05	%10	03	%6.66	02	مطلق	
%50	15	%36.66	11	%13.33	04	أعزب	
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%70</b>	<b>21</b>	<b>%19.99</b>	<b>09</b>	<b>المجموع</b>	

### التحليل الكمي:

من خلال الجدول رقم 04 تم تسجيل الإحصائيات الآتية:

فحسب متغير الجنس ، الذكور أجابوا بأن العملية الاتصالية الشخصية ايجابية بنسبة %43.33 والإناث بنسبة %26.66 وكان المجموع ككل %70 ، وحسب متغير الحالة العائلية ، فالمتزوجين قالوا ايجابية بنسبة %23.33 والمطلقين بنسبة %10 والعزاب بنسبة %36.66 والمجموع ككل بنسبة %70 .

أما الاقتراح الثاني، بأن العملية الاتصالية الشخصية سلبية، فالذكور توجهوا له بنسبة 23.33% والإناث بنسبة 6.66%، والمتزوجين بنسبة 10% والمطلقين بنسبة 6.66%، والعزاب بنسبة 13.33%.

### التحليل الكيفي:

فحسب الإحصائيات نلاحظ أنه أغلب المبحوثين قالوا بأن العملية الاتصالية الشخصية في إدارة مديرية التربية إيجابية ومهمة لأنها فعالة وتلبي حاجات الإدارة. وقليل من المبحوثين اختارت سلبية العملية الاتصالية الشخصية لأن أنواع أخرى من الاتصال في نظرهم أهم من الاتصال الشخصي.

الجدول رقم 5: يوضح توزيع العينة حسب تلبية الاتصال الشخصي لحاجات الإدارة.

المجموع		لا		نعم		الإجابة			
						العينة			
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	ذكر			
						متغيرات الجنس			
						14	20	46.66%	66.66%
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	أنثى			
						متغيرات الجنس			
						07	10	23.33%	33.33%
<b>%100</b>		<b>%30</b>	<b>09</b>	<b>%70</b>	<b>21</b>	<b>المجموع</b>			
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	متزوج			
						متغيرات الحالة العائلية			
						04	10	13.33%	33.33%
						مطلق			
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	أعزب			
						متغيرات الحالة العائلية			
						11	15	23.33%	50%
<b>%100</b>		<b>%40</b>	<b>12</b>	<b>%60</b>	<b>18</b>	<b>المجموع</b>			

### التحليل الكمي:

من خلال هذا الجدول حاولنا معرفة هل الاتصال يلبي حاجات الإدارة أولاً. وتم تسجيل نسبة 46.66% من الذكور الذين أجابوا بنعم ، والإناث بنسبة 23.33% وكان المجموع بنسبة 70% . أما المتزوجين الذين أجابوا بنعم كانوا بنسبة 13.33% ، والمطلقين بنسبة 10% والعزاب بنسبة 23.33% والمجموع ككل بنسبة 70% . وبالنسبة للذين أجابوا " بلا " ، الذكور بنسبة 20% والإناث بنسبة 10% والمتزوجين بنسبة 20% والمطلقين بنسبة 6.66% ، والعزاب بنسبة 13.33% بمجموع 40% .

### التحليل الكيفي:

يمكن الاستنتاج بأن أغلب المبحوثين أجابوا بنعم أي أن الاتصال الشخصي يلبي حاجات المؤسسة ، لأن معظم الموظفين يرون ذلك فالاتصال الشخصي حسب رأيهم مهم ويلبي احتياجات المؤسسة ويوصل الرسالة إلى المرسل بشكل إيجابي والمتلقي يقنع بهذه الأخيرة .

الجدول رقم 06: يوضح توزيع العينة حسب فاعلية الاتصال الشخصي مقارنة بأنواع الاتصال الأخرى.

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
متغيرات الجنس	ذكر	20	23.33%	13	43.66%	30	100%
	أنثى	10	6.66%	8	26.66%	18	66.66%
	المجموع	30	30%	21	70%	30	100%
متغيرات الحالة العائلية	متزوج	10	6.66%	8	26.66%	18	66.66%
	مطلق	05	10%	02	6.66%	07	23.33%
	أعزب	15	13.33%	04	36.66%	19	63.33%
	المجموع	30	30%	21	70%	30	100%

#### التحليل الكمي:

من خلال هذا الجدول أردنا معرفة فاعلية الاتصال الشخصي في المؤسسة " مديرية التربية " مقارنة مع باقي أنواع الاتصال الأخرى فأثبتت الإحصائيات ما يلي:

بنسبة 43.33% أجابوا " بنعم" من فئة الذكور وبنسبة 26.66% من فئة الإناث وكان المجموع بنسبة 70% .

والمتزوجين بنسبة 26.66% أجابوا بنعم وكذا المطلقين بنسبة 6.66% ، والعزاب بنسبة 36.66% وكان مجموع كل بنسبة 70% .

أما الذين أجابوا " بلا " فكانت النسب كالتالي: فالذكور أجابوا بلا بنسبة 23.33% ، والإناث 6.66% ، والمجموع 30% .

اما المتزوجين بنسبة 6.66% ،و المطلقين 10% والعزاب 13.33% والمجموع بنسبة 30.30%

**التحليل الكيفي:** ومن خلال هذه الإحصائيات نلاحظ أن أغلب المبحوثين أجابوا بنعم أي أن الاتصال الشخصي له فاعلية كبيرة جدا في الإدارة في ميدان العلاقات العامة، وبالتالي يمكن القول أن الاتصال الشخصي أقوى الاتصالات وأكثرها فاعلية في ميدان العلاقات العامة في المؤسسة.

الجدول رقم 07: يوضح توزيع العينة حسب قوة تأثير الاتصال الشخصي في المنشأة.

المجموع		منعدمة		متوسطة		كبيرة		الإجابة	
								العينة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	نكر	متغيرات الجنس
%66.65	20	%6.66	02	%36.66	11	%23.32	07	نكر	
%33.32	10	%10	03	%6.66	02	%16.66	05	أنثى	
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%16.66</b>	<b>05</b>	<b>%43.33</b>	<b>13</b>	<b>%40</b>	<b>12</b>	<b>المجموع</b>	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	متزوج	متغيرات الحالة العائلية
%33.33	10	%6.66	02	%10	03	%16.66	05	متزوج	
%16.66	05	%3.33	01	%10	03	%3.33	01	مطلق	
%50	15	%6.66	02	%26.66	08	%16.66	05	أعزب	
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%16.66</b>	<b>05</b>	<b>%46.66</b>	<b>14</b>	<b>%36.66</b>	<b>11</b>	<b>المجموع</b>	

### التحليل الكمي:

من خلال هذا الجدول حاولنا معرفة قوة تأثير الاتصال الشخصي في ميدان العلاقات

العامية في مديرية التربية.

تم تسجيل الإحصائيات التالية:

فنسبة الذكور الذين اختاروا القوة الكبيرة 23.33% والإناث بنسبة 16.66% وبمجموع

40%.

والمترزوجين بنسبة 16.66% والمطلقين بنسبة 3.33% والعزاب بنسبة 16.66%

والمجموع كان بنسبة 36.66%.

## الاطار التطبيقي

ونسب الذين اختاروا القوة المتوسطة 36.66% من فئة الذكور، والإناث بنسبة 6.66% والمجموع 43.33%.

والمتزوجين بنسبة 10% والمطلقين بنسبة 10% والعزاب بنسبة 26.66% ، بمجموع 46.66%.

ونسب الذين اختاروا القوة المنعدمة 6.66% من فئة الذكور ، والإناث بنسبة 10% بمجموع 16.66%.

والمزوجين بنسبة 6.66% ، والمطلقين بنسبة 3.33% ، والعزاب بنسبة 6.66% بمجموع 16.66%.

### التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال الإحصائيات المسجلة أن قوة تأثير الاتصال الشخصي نجدها ما بين قوة كبيرة ومتوسطة في إدارة العلاقات العامة مديرية التربية.

وذلك لما للاتصال الشخصي من مميزات تجعله كذلك مقارنة مع باقي أنواع الاتصال الأخرى التي تستخدمها الإدارة.

الجدول رقم 08: يوضح توزيع العينة حسب مدى استفادة المؤسسة من الاتصال الشخصي.

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
						العينة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	ذكر	
						متغيرات الجنس	
%66.66	20	%30	09	%36.65	11	ذكر	
%33.33	10	%10	03	%23.33	07	أنثى	
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%40</b>	<b>12</b>	<b>%60</b>	<b>18</b>	<b>المجموع</b>	
%33.33	10	%10	03	%23.33	07	متزوج	
						متغيرات الحالة العائلية	
						مطلق	
						أعزب	
%16.66	05	%10	03	%6.66	02	مطلق	
%50	15	%16.66	05	%33.33	10	أعزب	
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%36.65</b>	<b>11</b>	<b>%63.33</b>	<b>19</b>	<b>المجموع</b>	

### التحليل الكمي:

من خلال هذا الجدول يمكن تسجيل الإحصائيات التالية والتي من خلالها حاولنا معرفة هل الإدارة تستفيد من الاتصال الشخصي بشكل كبير.

فالمذكور أجابوا بنعم بنسبة %36.65 والإناث بنسبة %23.33 وكان مجموع بنسبة %60 والمتزوجين الذين أجابوا بنعم %23.33 والمطلقين بنسبة %6.66 ، والعزب بنسبة %33.33 وكان المجموع بنسبة %63.33.

والذين أجابوا " بلا " فالمذكور بنسبة %30 والإناث بنسبة %10 وكان المجموع بنسبة %40 .

### التحليل الكيفي:

وبالتالي من خلال الإحصائيات المسجلة في الأعلى يمكن القول أن أغلب المبحوثين أجابوا بنعم وكانت تفسيراتهم لهذه الإجابة.

أي أن مديرية التربية تستفيد من الاتصال الشخصي بشكل كبير لأنه اتصال ناجح ويساعد المؤسسة في تحقيق أهدافها.

والسؤال رقم 9 ذا طبيعة مفتوحة مبينا فيه ما هو دور القائمين بالاتصال الشخصي ، في ميدان العلاقات العامة ووجدنا غالبية المبحوثين قالوا بأن الدور الرئيسي هو الاتصال بال جماهير وإقناعهم بالرسالة الاتصالية.

والسؤال رقم 10 تناول بدوره الآخر وجه النشاط الذي يمارسه القائم بالاتصال الشخصي في الإدارة وغالبية المبحوثين قالوا بأنه نشاط اتصالي تنظمي بالدرجة الأولى.

الجدول رقم 11: يوضح توزيع العينة حسب إمكانية وجود وسائل اتصال شخصية في ميدان العلاقات العامة.

المجموع		لا		نعم		الإجابة العينة			
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	ذكر	متغيرات الجنس
%66.66	20	%26.66	08	%40	12			ذكر	متغيرات الجنس
%33.33	10	%6.66	02	%26.66	08			أنثى	
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%33.33</b>	<b>10</b>	<b>%16.66</b>	<b>20</b>			<b>المجموع</b>	
%33.33	10	%6.66	02	%26.66	08			متزوج	متغيرات الحالة العائلية
%16.66	05	%6.66	02	%10	03			مطلق	
%50	15	%26.66	08	%23.33	07			أعزب	
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%40</b>	<b>12</b>	<b>%60</b>	<b>18</b>			<b>المجموع</b>	

### التحليل الكمي:

أردنا من خلال هذا الجدول معرفة هل هناك وسائل اتصال شخصية تستخدم في ميدان العلاقات العامة فتم تسجيل ما يلي:

نسبة 40% من الذكور أجابوا بنعم و 26.66% من الإناث، والمتزوجين بنسبة 26.66% والمطلقين بنسبة 10%، والعزاب بنسبة 23.33% والذين قالوا " لا " الذكور بنسبة 26.66% والإناث بنسبة 16.66%، والمتزوجين 6.66% والمطلقين 6.66% والعزاب بنسبة 26.66% بمجموع 40%.

من خلال الإحصائيات المسجلة نستنتج أن المقابلات الشخصية أهم وسيلة اتصالية شخصية يستخدمها الإداريين في ميدان العلاقات العامة ولكن هناك أيضا وسائل اتصال شخصية أخرى كالهاتف وغيرها.

الجدول رقم 12: يوضح توزيع العينة حسب إمكانية وجود عوائق للاتصال الشخصي في المنشأة.

المجموع		لا		نعم		الإجابة	
						العينة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	ذكر	متغيرات الجنس
%66.66	20	%20	06	%46.66	14	أنثى	
%33.33	10	%6.66	02	%26.66	08	المجموع	
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%26.66</b>	<b>08</b>	<b>%26.66</b>	<b>22</b>		
%33.66	10	6.66%	02	%26.66	08	متزوج	متغيرات الحالة عائلية
%16.66	05	%6.66	02	%10	03	مطلق	
%50	15	%26.66	08	%23.33	07	أعزب	
<b>%100</b>	<b>30</b>	<b>%40</b>	<b>12</b>	<b>%60</b>	<b>18</b>	المجموع	

#### التحليل الكمي:

- من خلال هذا الجدول أردنا معرفة هل هناك عوائق للاتصال الشخصي في ميدان العلاقات العامة وسجلنا الإحصائيات التالية:
- الذين أجابوا " بنعم":
  - الذكور بنسبة %46.66 ، الإناث بنسبة %26.66 والمتزوجين بنسبة %26.66 والمطلقين بنسبة %10 والعزاب بنسبة %23.33 بمجموع %60.
  - والذين أجابوا " بلا":
  - الذكور بنسبة %20 ، والإناث بنسبة %6.66 بمجموع %26.66 والمتزوجين بنسبة %6.66 والمطلقين بنسبة %6.66 ، وكذا العزاب بنسبة %26.66 بمجموع %40.

نلاحظ أن غالبية المبحوثين قالوا بأنه هناك عوائق تجعل الاتصال الشخصي فاشلا في الإدارة ، ويجب التخلي عن هذه العوائق حتى تكون العملية الاتصالية الشخصية ناجحة في الإدارة مثل : الكلام الجيد، التعامل الحسن، الخبرة في الميدان، تقنيات الإقناع وغيرها.

1- تحتل المقابلات الشخصية المرتبة الأولى كوسيلة من وسائل الاتصال في ميدان العلاقات العامة.

2- تفوقت نسب استخدام وسائل الاتصال الشخصي على وسائل اتصال أخرى.

إذ بلغ مجموع نسب استخدام وسائل الاتصال الشخصي حوالي 70% بينما بلغ مجموع نسب استخدام وسائل اتصال أخرى حوالي 30%.

3- العاملون في إدارات العلاقات العامة يرون أن الاتصال الشخصي أهم نشاط تقوم به إدارتهم.

4- أظهرت الدراسة أن الغالبية العظمى من العاملين بالإدارة هذا الذكور وكذا أوضحت الدراسة أن متوسط الخبرة في المؤسسة ، قليل جدا.

5- أوضحت الدراسة أهمية العلاقات العامة أهمية مطلقة وأن الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها وفق لأراء العاملين هي الفوز بثقة الجمهور الخارجي وحتى تحقيق هذا الهدف الرئيسي يجب الاستعانة أو الاعتماد على الاتصال الشخصي كوسيلة أساسية لذلك.

6- أوضحت الدراسة عدم إيمان الإدارة بالبحث كوظيفة أساسية من وظائف العلاقات العامة.

7- أوضحت الدراسة أن أهم وسائل الاتصال بال جماهير الداخلية وكذا الخارجية المقابلات الشخصية أي الاتصال الشخصي.

8- أظهرت الدراسة أن دور العاملين في المنشأة يتمحور أساسا على وظيفة الاتصال.

9- أوضحت الدراسة أن الاتصال الشخصي حتى يكون ناجح ويؤدي دوره في إدارة العلاقات العامة يجب توفير شروط أساسية :

- الخبرة في الميدان.

- القدرة الكلامية والتعاملية مع الجمهور.
- القدرة على الإقناع.

## خاتمة:

إن الاتصال الشخصي كعملية اتصالية تستخدمها العلاقات العامة بصفة عامة في جميع الإدارات والمنشآت هو أداة مهمة وفعالة لها لتحقيق أهدافها المسطرة فميدان العلاقات العامة ميدان كبير جدا يحتاج إلى أنواع متعددة من الاتصالات وأهم اتصال تحتاجه العلاقات العامة لعملها هو الاتصال الشخصي بجميع وسائله.

فالدراسات التي أجريت على هذا الموضوع أثبتت صحة المقولة القائلة:

أن الاتصال الشخصي هو محرك العلاقات العامة فالتساؤلات التي طرحت في بداية البحث تم الإجابة عنها بفعالية وأهمية الاتصال الشخصي في ميدان العلاقات العامة .  
والدليل على هذا الحكم بأن الاتصال الشخصي في الإدارات هو المدى الكبير الذي تتبعه معظم الإدارات في استخدام الاتصال الشخصي .

فاستخدام العلاقات العامة لهذا الاتصال بشكل كبير يثبت ذلك بصفة مطلقة فالعلاقة القائمة بين الاتصال الشخصي والعلاقات العامة هي علاقة تكاملية فالالاتصال الشخصي مهم جدا للعلاقات العامة ولولا هذه الأخيرة ما الحاجة للاتصال الشخصي.

1- الكتب

أ- باللغة العربية:

- 1- أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2003.
- 2- أحمد محمد المصري ، العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، 2001.
- 3- أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، المكتبة الأكاديمية للنشر والتوزيع، القاهرة ، 1996.
- 4- أمال سعد متولا، مبادئ الاتصال بال جماهير ونظرياته، دار مكتبة الإسراء للطبع والنشر والتوزيع، 2005.
- 5- أسامة كامل، محمد الصيرفي، إدار العلاقات العامة، إدارة العلاقات العامة، مؤسسة لورد العالمية للشؤون الجامعية، البحرين، 2006 .
- 6- جميل أحمد خضر، العلاقات العامة ، دار الميسرة للنشر والتوزيع ، عمان ، 1998.
- 7- خالد الصوفي ، العلاقات العامة أساليب وممارسات دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع ، القاهرة، 2004.
- 8- هالة منصور ، الاتصال الفعال وأساسه ومهاراته، المكتبة الجامعية ، الاسكندرية، 2005.
- 9- محمد فريد الصحن، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق ، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع ، ، 2002.
- 10- محمد مصطفى أحمد ، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، 2003،

- 11- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2004.
- 12- محمد حجاب ، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007
- 13- فؤادة عبد المنعم البكري، الاتصال الشخصي ، عالم الكتب، القاهرة ، 2005
- 14- ربحي مصطفى عليان ، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005،
- 15- .
- 16- شدوان علي شيبه، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية ، 2005،
- 17- غريب عبد السميع ، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، 2006،

2- المعاجم:

- 1- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، أول الفجر للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة، 2004.

## الفهرس

الصفحة	العنوان
أ	مقدمة
<b>الإطار المنهجي وخطواته</b>	
3	- إشكالية البحث .....
3	- التساؤلات .....
4	- أهداف البحث .....
4	- أسباب اختيار الموضوع .....
5	- طبيعة الدراسة ومنهج البحث .....
6	- تحديد المصطلحات .....
7	- مجتمع البحث .....
8	- عينة البحث .....
8	- أدوات الدراسة .....
9	- صعوبة الدراسة .....
<b>الجانب النظري</b>	
<b>الفصل الأول: ماهية الاتصال المواجهي</b>	
11	- المبحث الأول: تعريف الاتصال المواجهي او الشخصي .....
17	- المبحث الثاني: خصائصه ومميزاته .....
22	- المبحث الثالث: وسائل الاتصال المستخدمة في الاتصال الشخصي .....
25	- المبحث الرابع: العوامل التي تؤثر على فعالية ونجاح عملية الاتصال الشخصي .....
27	- المبحث الخامس: دور أهمية الاتصال الشخصي .....

## الفهرس

الفصل الثاني: ماهية العلاقات العامة	
33	- المبحث الأول: تعريف العلاقات العامة .....
36	- المبحث الثاني: تطور العلاقات العامة .....
39	- المبحث الثالث: مبادئ العلاقات العامة .....
43	- المبحث الرابع: وظائف العلاقات العامة وأهدافه.....
46	- المبحث الخامس: أهمية العلاقات العامة وعوامل نجاحها .....
الإطار التطبيقي	
الفصل الأول: الاتصال المواجهي في ميدان العلاقات العامة لمديرية التربية لولاية المسيلة	
52	المبحث الأول: لمحة تاريخية عن مؤسسة " مديرية التربية " .....
54	المبحث الثاني: التعريف بالمؤسسة مديرية التربية ومصالحها .....
62	المبحث الثالث : تحليل الاستمارة .....
95	المبحث الرابع : نتائج الدراسة .....
97	خاتمة .....
98	قائمة المراجع .....
	الفهرس