

جامعة عمار ثليجي - الأغواط

كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة

قسم اعلام واتصال



الموضوع:

استراتيجيات الاتصال لدى مديرية محافظة
الغابات وتأثيرها على الجمهور الخارجي
دراسة ميدانية ببلدية أفلو

مذكرة لنيل شهادة الماستر في اعلام واتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف الأستاذ :

د-نوعي عبد القادر

من إعداد الطالبتين :

رخرور نجلاء سامية

بن سعدي عائشة صفاء

السنة الجامعة : 2023/2022

شكر و عرفان

لا يسعنا بعد اتمام هذه المذكرة، الا ان نحمد الله على عظيم نعمته وحسن توفيقه، فله الحمد والشكر وهو المستعان والموفق وحده كما نتقدم باسمي معاني الشكر والتقدير الى من اعاننا بتوجيهاته وارشاداته أستاذنا المشرف (نوعي عبد القادر)، الذي تشرفت وسعدت بالعمل تحت اشرافه، فله اسمى عبارات التقدير والاحترام وأنبل وأصدق سمات العرفان كما لا أنسى شكر كل الأساتذة الكرام وأخص بالذكر أعضاء لجنة المناقشة لما يبذلونه من وقتهم وجهدهم من أجل تقييها والتي سيكون لأراهم الدور البالغ في تقويمها

وله الحمد والشكر من قبل ومن بعد



اهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن * .
الحمد لله الذي وفقنا لتأمين هذه الخطوة في :وفى أما بعد
مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضلته تعالى
مهداة الى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما نوراً لدربي لكل
العائلة الكريمة التي ساندتني ولا تزال من الاخوة (عبد الباسط
وعمر) وعمي وأخي وسندي (مراد) والأخوات (رشيدة، أميمة،
وإلى خطيبي حفظه الله ورعاه (الى رفيقة الميشوار (صفاء (دعاء
وتحياتي الى كل من عرفتهم في مشواري ((العربي زوقاري
الجامعي ورفيقاتي جزيل الشكر والتقدير والى كل من كان له أثر
وفي (جميل في حياتي والى كل من أحبهم قلبي ونسيهم قلبي
الأخير نحمد الله ونشكره على لإتمام هاذا العمل المتواضع..
وأخيرا انتهت الحكاية ورفعت قبعتي مودعةً السنين التي مضت
مع شكري (سامية نجلاء) ..شكرا



اهداء

أهدي هذا العمل المتواضع الي من من أفضلها على نفسي الي
من ضحت من اجلي، ولم تدخر جهدا في سبيل اسعادي على
(الدوام التي عملت دور الام والاب)أمي الحبيبة

والي ابي رحمه الله وجعل مثواه الجنة

الي اخوتي (تقي، عماد، روميسة، مروة ومحمد) فقد كانوا بمثابة
السند في سبيل اكمال مشواري هذا

(إلى زوجي العزيز) حمزة

الي رفيقة مشواري نجلاء

ولا ينبغي ان انسى استاذي الذي كان له الدور الاكبر في
مساندتي ومدي بالمعلومات فلم يبخل بشيء أبدا

بھ بن سعدي عائشة صفاء

ملخص الدراسة :

- تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة إستراتيجيات الاتصال في التأثير على الجمهور الخارجي لدى ادارة حماية الغابات، وكذلك الكشف عن مدى مساهمة إستراتيجيات الاتصال من حيث الابلاغ عن أي مشكلة بالغابة، ومعرفة مدى مساهمة استراتيجيات الاتصال من حيث اتباع تعليمات مديرية الغابات. ولبلوغ أهداف الدراسة قمنا بتصميم استبيان لجمع المعلومات اللازمة والإجابة على تساؤلات الدراسة التي احتوتها الاستمارة وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي بهدف وصف الظاهرة وجمع أكبر عدد ممكن من المعلومات حول موضوع دراستنا، ومن أبرز النتائج التي توصلت اليها دراستنا ما يلي :
1. الاتصال الخارجي واستراتيجياته في محافظة الغابات لولاية الأغواط بدلية(أفلو) هو عبارة عن تبادل المعلومات بين المؤسسة وجمهورها الخارجي إضافة إلى جميع أنشطة الاتصال الموجهة لجمهور المنظمة الخارجي .
 2. يؤثر الاتصال الخارجي في محافظة الغابات لولاية الاغواط على تحقيق أهداف المؤسسة بشكل عالي إذ تهتم المؤسسة بإيصال المعلومات للمحيط الخارجي.
 3. من أبرز الوسائل التي تعتمدھا محافظة الغابات لولاية الاغواط في اتصالها بجمهورها الخارجي هي الانترنت .
 4. تعد اللافتات من أبرز الاستراتيجيات المعتمدة في الإعلان عن نشاطات المؤسسة لولاية الاغواط.
 5. تعاني مؤسسة محافظة الغابات لولاية الاغواط من بعض الصعوبات والمتمثلة في الصعوبات البشرية وتليها التنظيمية وأخيرا الصعوبات المادية .
 6. من الصعوبات التي واجهت محافظة الغابات لولاية الاغواط في الاتصال بأفراد المجتمع قلة الوعي البيئي لدى المواطنين .

Study summary:

The study aims to identify the extent of the contribution of communication strategies in influencing the external public at the Forest Protection Department, as well as to reveal the extent of the contribution of communication strategies in terms of reporting any problem in the forest, and to know the extent of the contribution of communication strategies in terms of following the instructions of the Forestry Directorate. In order to achieve the objectives of the study, we designed a questionnaire to collect the necessary information and answer the questions of the study contained in the form. In our study, we relied on the descriptive approach in order to describe the phenomenon and collect the largest possible number of information on the subject of our study. Among the most prominent findings of our study are the following:

1. External communication and its strategies in the forest governorate of the wilaya of Laghouat (Aflo) is an exchange of information between the institution and its external audience, in addition to all communication activities directed to the external audience of the organization.
2. External communication in the forest governorate of Laghouat affects the achievement of the institution's goals in a high way, as the institution is interested in communicating information to the external environment.
3. One of the most important means adopted by the forest governorate of the wilaya of Laghouat in its communication with its external audience is the Internet.
4. Banners are among the most prominent strategies adopted in announcing the activities of the Foundation for the Preservation of Forests in the wilaya of Laghouat.
5. The Forest Preservation Institution of the state of Laghouat suffers from some difficulties represented by human difficulties, followed by organizational and finally financial difficulties.
6. One of the difficulties that faced the forest governorate of the state of Laghouat in communicating with members of the community is the lack of environmental awareness among citizens

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وعرهان
	إهداء
	ملخص
-	فهرس المحتويات
أ	مقدمة
الاطار المنهجي للدراسة	
3	1-الاشكالية
4	2-أسباب اختيار الموضوع
5	3-أهمية الدراسة
5	4-أهداف الدراسة
6	5- تحديد المفاهيم
9	6-منهج الدراسة
10	7- حدود الدراسة
11	8-الدراسات السابقة
الفصل الأول ادارة حماية الغابات	
15	1- التعريف القانوني للغابة في الجزائر
18	2- نظام إدارة الغابات في الجزائر
21	3- وثائق التسيير الغابي في النظام الجديد
26	4- نظام الاستعمال الغابي
30	5- نظام الاستغلال الغابي
الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور الخارجي لحماية الغابات	
36	1- الجمهور
42	2- تصنيفات الجمهور وأنواعه
47	3- مكونات الجمهور وخصائصه

فهرس المحتويات

50	4- أهمية دراسة الجمهور و كيفية كسب تأييده
54	5- أساليب دراسة الجمهور
الفصل الثالث الجانب الميداني	
61	1- عرض وتحليل النتائج
75	2- نتائج الدراسة
77	خاتمة
79	قائمة المصادر والمراجع
-	الملاحق

المقدمة

المقدمة

يعتبر الاتصال الركيزة الأساسية في المجتمع و أحد الدعائم التي تساهم في انسجامه وتماسكه فالالاتصال أداة لتنمية وتطور معارفه وميزاته فالإنسان يتفاعل مع غيره من خلال وسائل الاتصال المختلفة للتعبير عن أبعاده التفاعلية الاجتماعية ، وعليه يعتبر الاتصال واستراتيجياته وسيلة لخلق حركة ديناميكية للجماعات على مستوى المجتمع أو حتى المؤسسات وهذه الأخيرة بمختلف أشكالها وأحجامها و أهدافها ، تهدف إلى تحقيق غايات و أهداف.

كما تعد اتصالات المؤسسة همزة الوصل الرابطة بينها وبين العمال والعالم الخارجي، و هذا الأخير أصبح متخصص في إقامة وتدعيم العلاقات الجيدة بين المؤسسة و جماهيرها وذلك من خلال مهامها الساعية للتعريف بالمؤسسة المبنية على التفاهم المشترك بينها وبين جمهورها ، ويعد الاتصال الخارجي أحد مجالات الإدارة الحديثة نظرا لدوره الفعال في تحقيق تكيف المؤسسة مع بيئتها الخارجية .

وفي ظل التزايد المتسارع لوتيرة التنمية والتطور الهائل في المجال التكنولوجي أصبح لزاما التكيف معه وهو ما تحقق بالفعل بالجزائر و لو بشكل نسبي من خلال توجه السلطات العمومية نحو تطبيق الإدارة الإلكترونية في تقديم الخدمات العمومية بالرغم من الصعوبات والعراقيل المختلفة التي واجهت تطبيقها، وبالتالي ظهرت في الجزائر العديد من المبادرات لتحسين وتطوير الخدمة العمومية وخاصة من خلال الإصلاحات التي باشرتها في السنوات الأخيرة تماشيا مع التطور الاجتماعي و الاقتصادي والتقني و احتياجات المواطنين ، وذلك عن طريق عصرنه المؤسسات الإدارية لتحقيق تنمية مستدامة في كل المجالات المختلفة.

المقدمة

ولذلك سنتناول هذه الدراسة استراتيجيات الاتصال لدى محافظ الغابات وتأثيرها على الجمهور الخارجي بمحافظة الغابات لولاية الأغواط للتعرف على دوره الفعال بمختلف وسائله واستراتيجياته التي يتم من خلالها تحسين الخدمة العمومية .

الإطار المنهجي للدراسة

الاطار المنهجي للدراسة

1-الإشكالية :

يعد الاتصال مطلباً ضرورياً لا يستغنى عنه في أي مجتمع بشري، حيث كان له الدور في تحقيق السمات الثقافية التي تميز المجتمعات عن بعضها البعض و فقده يعني تعذر لامتداد الحضارة الإنسانية. فالإتصال يسهل عملية تناقل المعلومات والآراء و الأفكار بين أفراد المجتمع مما يضمن استمراره و تقدمه.

فالاتصال لأي مؤسسة كالدورة الدموية التي تسمح للإنسان بالعيش و الاستمرار في القيام بواجباته ، فهو العمود الفقري الذي يساعد المؤسسة على الوقوف في وجه المنافسة الخارجية.

حيث وضعت تحديات المنافسة العالمية المؤسسة في موقف يحتم عليها العمل الجاد و المستمر، لوضع استراتيجيات تمكنها من تحسين موقعها و المحافظة عليه في مواجهة ضغوط المنافسين الحاليين و المحتملين، ونتيجة لتحول المحيط من مستقر إلى محيط متغير و معقد، أصبحت المؤسسات لا تكتفي بنوعية وجودة منتجاتها وخدماتها لإرضاء الطلب العالمي بل راحت تسطر برامج اتصالية و ترويجية واسعة المجال، فأخذت التوجهات الحديثة للمؤسسات تركز أكثر وبشكل ملموس في التخطيط لاستراتيجيات اتصالية بهدف تشكيل الروابط و مد الجسور بين المؤسسة و محيطها الداخلي الخارجي على حد سواء، وهذا يستلزم إيجاد آليات اتصالية تعتمد عليها المؤسسة من أجل ضبط تعاملاتها مع كل العناصر الفاعلة في محيطها، لتسهيل تنقل المعلومات من و إلى المؤسسة، لما لها من أهمية في تحقيق الأداء التنافسي لهذه المؤسسات ؛ أين تظهر فاعلية استراتيجية الاتصال كعنصر لتحقيق نجاح و تميز المؤسسة و ضمان بقائها في محيط تنافسي متغير و معقد.

الاطار المنهجي للدراسة

و تعد ادارة حماية الغابات كنسق مفتوح يتعامل مع البيئة الخارجية ويتأثر بتغيراتها ويتفاعل معها، و يتطلب هذا النسق سياسات اتصالية مبنية وفق أسس علمية مدروسة للتأثير في الجمهور الخارجي وهذا للتعريف بقدراتها وجودة خدماتها .

وبناء على ما سبق يمكن طرح الاشكالية الرئيسية التالية :

ما مدى مساهمة إستراتيجيات الاتصال في التأثير على الجمهور الخارجي لدى ادارة حماية الغابات؟.

ومن خلال الاشكالية الرئيسية يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية :

-ما مدى مساهمة استراتيجيات الاتصال من حيث اتباع تعليمات مديرية الغابات؟.

-ما مدى مساهمة إستراتيجيات الاتصال من حيث الابلاغ عن أي مشكلة بالغابة . ؟

2-أسباب اختيار الموضوع:

-نظرا لما يكتسبه التخطيط الاستراتيجي الاتصالي من أهمية و دور فعال في نجاح المؤسسة.

-القيام بدراسة علمية قائمة على تطبيق مجموعة من الإجراءات المنهجية للتوصل لمعرفة أهمية إستراتيجيات الاتصال في مؤسسة ادارة الغابات.

-نقص الوعي لدى المؤسسات الجزائرية بأهمية ودور استراتيجيات الاتصال في نجاح المؤسسة.

-شغف الباحث وميوله العلمية.

-صلة الموضوع بتخصص الباحث.

-قابلية الموضوع للإنجاز والدراسة.

الاطار المنهجي للدراسة

3-أهمية الدراسة:

إن أهمية أي دراسة علمية يقوم بها الطالب، تتوقف على قيمة الظاهرة التي يدرسها وجوهرها العلمي وما يصبو إلى تحقيقه من نتائج يمكن الاستفادة منها، وتتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

- الكشف عن واقع استراتيجيات الاتصال في المؤسسات الجزائرية .
- إبراز أهمية استراتيجيات الاتصال في نجاح المؤسسة واستمرارها.
- توعية مسؤولي ادارة الغابات بأهمية استراتيجيات الاتصال في التأثير على الجمهور الخارجي.
- التعرف على أهم الصعوبات الاتصالية التي تصادفها مؤسسة ادارة الغابات.

4-أهداف الدراسة :

- من بين أهم الأهداف التي تسعى هذه الدراسة العلمية تحقيقها هي:
- التعرف على مدى مساهمة إستراتيجيات الاتصال في التأثير على الجمهور الخارجي لدى ادارة حماية الغابات.
 - معرفة مدى مساهمة استراتيجيات الاتصال من حيث اتباع تعليمات مديرية الغابات.
 - الكشف عن مدى مساهمة إستراتيجيات الاتصال من حيث الابلاغ عن أي مشكلة بالغابة .

الاطار المنهجي للدراسة

5- تحديد المفاهيم:

يعتبر تحديد المفاهيم مسألة ضرورية في البحث العلمي حيث أنها توضح الغموض لدى القارئ، وقد حددت مفاهيم الدراسة فيما يلي:

الإستراتيجية:

أ- لغة : هي فن قيادة الجيوش و كل ما يتعلق بالدراسات الإستشراافية.¹

ب- إصطلاحا:

تعريف (druker) الإستراتيجية هي تحليل الوضع الحالي وتغييره إذا تطلب الأمر و يتضمن ذلك فرز الموارد المتاحة لغرض إستخدامها بما يحقق الأهداف المنتخبة.²

تعريف (براون واوكو نور): "الإستراتيجية هي تحديد و تقييم المسارات البديلة لتحقيق رسالة أو هدف محدد ثم اختيار البديل المناسب.³

إن الإستراتيجية في جوهرها هي مجموعة من القرارات التي تتعلق بتحديد الأهداف البعيدة المدى، ووسائل تحقيقها، و تخصيص الموارد اللازمة لذلك يتم إتخاذها و اختيار أفضلها بشكل يخلق التكامل بين أجزاء المؤسسة و يعمل على تضافر جهودها و تعاون عناصرها مما يساعد على إحداث التفاعل الإيجابي بين المنظمة و بيئتها، و بين حاضرها و مستقبلها، بحيث تسير ككل متكامل وفق الوجة التي تتحقق أهدافها من خلالها.⁴

¹ - محسن حسين العيساوي و آخرون: الإدارة الإستراتيجية المستدامة، دار الورق للنشر، ط1، 2012، ص 3

² - طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبيحي إدريس: الإدارة الإستراتيجية، دار وائل للنشر و التوزيع، ط1، 2007، ص 30.

³ - عبد السلام أبو قحف، أساسيات الإدارة الإستراتيجية، الدار الجامعية، ط2، 1999، ص 53

⁴ - يونس إبراهيم حيدر: الإدارة و الإستراتيجية للمؤسسات و الشركات، دون دار نشر، ط1، ص 191-192.

الإطار المنهجي للدراسة

ج- إجرائيا:

الإستراتيجية هي مجموعة من الخطط و الإجراءات التي تعتمد عليها المؤسسة للوصول إلى تحقيق أهدافها سواء على المدى القصير أو المدى البعيد.

إستراتيجية الاتصال:

لقد وردت مفاهيم عدة حول إستراتيجية الاتصال و معناها، فنجد التعريف الذي يعتبرها "مجموعة من الخطوات العلمية المدروسة و المنظمة ذات طبيعة خاصة تتكامل مع خطوات التخطيط الاستراتيجي الإداري لكل قطاعات المجتمع لتحقيق غايات متكاملة تخدم الاتجاه المستقبلي لكل من المؤسسة و جماهيرها معا، و ليكون التطور والتقدمآنا ومستقرا و متوازنا.¹

و تعتبر إستراتيجية الاتصال من بين العوامل الهامة والمساعدة في عملية تحديد الطرق والوسائل المساهمة في تطبيق و أداء الإستراتيجية العامة للمنظمة التي يعتبر الاتصال جزءا لا يتجزأ من التفكير الإستراتيجي لها.²

كما أنها تعني تقرير الكيفية التي يستجيب بها النظام الاتصالي للحاجات البيئية و التي تبرر استمراره في الحصول على الموارد من هذه التي يتعامل معها ، لأن الهدف هو إحداث التوافق بين نظام الاتصال و بيئته .

تعتبر الإستراتيجية الاتصالية فن استخدام الوسائل لتحقيق الأغراض و هي تشمل أربعة

نواحي:

¹ - محمد محمد البادي: التخطيط الإستراتيجي للإتصال، دار المهندس للطباعة، دمياط الجديدة، ط1، 2005، ص105

² - ناصر دادي عدون: الإتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية(دراسة نظرية و تطبيقية)، ديوان المطبوعات

الجامعية، الجزائر، 2004، ص 71

الاطار المنهجي للدراسة

-اختيار الأهداف و تحديدها.

-اختيار الأساليب العملية لتحقيق الأهداف و تحديدها.

-وضع الخطط التنفيذية.

-تنسيق النواحي المتصلة.

و تعني إستراتيجية الاتصال مجموعة القرارات الرشيدة و المترابطة التي تسعى إلى تحقيق الأهداف المخصصة و الوسائل اللازمة لتحقيقها كما.

المفهوم الإجرائي لإستراتيجية الاتصال : هي مجموعة من الأنشطة الاتصالية التي يلجأ إليها المركب السياحي بسيدي فرج من أجل الترويج لخدماته السياحية .

تعريف الجمهور:

لغة: جمهور كل شيء معظمه وقد جمهوره، وجمهور الناس جلهم، وجماهير القوم: أشرافهم¹.

اصطلاحاً: هو جماعة من الناس تقع في محيط نشاط المؤسسة والتنظيم تؤثر فيه وتتأثر به، أي أن هناك تفاعل متبادل بين الطرفين ومصالحة مشتركة بين هؤلاء الناس، فقد يكون المحيط مدينة أو إقليم، وقد يكون العالم بأسره².

التعريف الإجرائي:

هو جماعة واعية بكيانها المتحد، تجمع أفرادها روابط معينة تجعلهم يتأثرون وتأثروا جماعياً بالنسبة لمسألة معينة وبعض الأحداث والشؤون المتتابعة.

¹ - ابن منظور: لسان العرب ، ط3 ، لبنان، دار صادر، 1999 ، الجزء 4 ، ص 149

² - محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، مصر ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، المجلد 3 ، 2003 ، ص 37

الاطار المنهجي للدراسة

6- منهج الدراسة :

ويعد المنهج الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في علوم بواسطة طائفة من القواعد العامة، تهيمن على العقل وتحدد عملياته الفكرية حتى يصل إلى نتيجة معلومة¹.

ويرى أحمد بن مرسل بن بأنه : المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها المالي وجوانب قوتها وضعفها².

-نوع الدراسة :

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث عرف محمد بكر نوفل البحوث الوصفية على أنها :

البحث الذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا من خلال التعبير النوعي الذي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها ، أو التعبير الكمي الذي يعطي وصفا رقميا يوضح مقدار وحجم الظاهرة³.

وعليه فقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي بهدف وصف الظاهرة وجمع أكبر عدد ممكن من المعلومات حول موضوع دراستنا.

7- حدود الدراسة:

-الحدود المكانية:

¹- إبراهيم بن عبد العزيز الدعيان: مناهج وطرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع ، الأردن، 2010م، ص 2

²- أحمد بن مرسل بن : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005م، ص 286.

³- محمد بكر نوفل، فريال محمد أبو عواد: التفكير والبحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، دط، الأردن، 2015، ص 219

الاطار المنهجي للدراسة

الحدود الزمانية: السنة الدراسية 2022-2023.

8-الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى:

دراسة الباحثة هامل مهديّة حول "الاتصال الخارجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية". تم إجراء هذه الدراسة في مؤسسة سونلغاز بمدينة عنابة، وقد أنجزت بجامعة الطارف سنة 2002-2001 لنيل شهادة الماجستير، انطلقت الباحثة من الإشكالية التالية: ما هو واقع الاتصال الخارجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟

نتائج الدراسة:

من النتائج التي توصلت إليها الباحثة ما يلي:

- أن عملية الاتصال الاشهاري يقوم بها أفراد من اختصاصات علمية مختلفة ومتعددة، تجارية قانونية، وأن الوسيلة الاكثر استخداما في هذا التخصص هي الإشهار في الصحف ، وتأتي بعدها لإذاعة المحلية التي تبث الإعلانات ووسيلة التسويق المباشر .

-كذلك توصلت الباحثة أن نشاطات العلاقات العامة يتم أدائها من قبل كفاءات مهنية غير مختصة، وان نشاطات القائمين بالعلاقات مع الصحافة يتولاها في الغالب المكلف بالاتصال أو المدير العام للمؤسسة، وتعتمد على المؤهلات الشخصية للقائم بها وليس على اختصاصه العلمي.

-تقوم المؤسسة(مؤسسة سونلغاز بعنابة) بعملية تقييم في الاتصال الاشهاري على طريقة سبر الآراء وذلك لمعرفة انشغالات الزبائن دون أن تهتم بتقييم نوعية الاتصالات الأخرى.

- الدراسة الثنية:

الاطار المنهجي للدراسة

دراسة صبرينة رماش حول "الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية"، والتي

أجريت في الشركة الوطنية للكهرباء والغاز سونلغاز - في قسنطينة سنة 2008-2009

حاولت الباحثة إبراز محددات فعالية اتصال المؤسسة من خلال معرفة أهميتها داخل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية سونلغاز الرائدة في إنتاج وتوزيع الكهرباء وذلك بالوقوف على معرفة أهم التقنيات الاستراتيجية للاتصال المؤسسات من اتصال داخلي وخارجي كأحد الاستراتيجيات المهمة للسياسات العامة والتنمية للمؤسسة،

نتائج الدراسة:

وصلت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى النتائج الآتية:

إعطاء أهمية إستراتيجية لمنصب المكلف بالاتصال في إطار للتسيير عن طريق اللجوء إلى التكوين التخصصي في مجال الإعلام والاتصال حسب المعايير الدولية المعروفة ليتسنى لهم كسب المهارات التقنية والمعرفية اللازمة لأداء الرسالة الإعلامية في المؤسسة على أكمل وجه.

تعتبر الرسائل الاتصالية الموجهة للجمهور الداخلي والخارجي أهم محدد لتحقيق الفعالية الاتصالية في المؤسسة.

الدراسة الثالثة :

دراسة مولدي رامي ومزريقي عبد الحق، عبارة عن تقرير مشروع نهاية الدراسة بعنوان "تحسين وسائل الاتصال الخارجي في الجامعة الافتراضية بتونس" من المعهد العالي للدراسات التكنولوجية في شرقية ، (charguia) بتونس سنة 2011 ،عالج الباحثان في هذا التقرير مكون الاتصالات الخارجية للجامعة فكان هدفهم الأساسي هو تقييم الاتصال الخارجي في الجامعة لاقتراح مجالات لتحسين وسائل الاتصال مع الشركاء الخارجيين لما

الاطار المنهجي للدراسة

له أهمية قصوى بالنسبة لجامعة تونس الافتراضية وخاصّ وانّ اتّصال هو أحد مكونات مشروع الجودة .

نتائج الدراسة

اهم النتائج التي توصل إليها الباحثان في دراستهم ما يلي:

تستعمل جامعة تونس الافتراضية العديد من وسائل الاتصال الخارجي من ملصقات، كتيبات. دورات تدريبية، الندوات الدراسية، مساحة العمل الرقمي، موقع انترنيت، البريد الالكتروني، النشرة الإخبارية، الهاتف ، وهذا من أجل التواصل مع الجمهور الخارجي. -كما توصل الباحثان أن هذه الوسائل المعتمدة من قبل الجامعة غير فعالة للوصول إلى الهدف إلى المسطر وعليه اقترحوا إنشاء وحدة مسؤولة عن تنفيذ الاتصالات الخارجية في الجامعة ومن مهامها تطوير نوعية وسائل الاتصال الخارجي المستخدمة من قبل الجامعة لتحسين فعاليتها.

الفصل الأول إدارة حماية

الغابات

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

1- التعريف القانوني للغابة في الجزائر

بين القانون الجزائري والفرنسي هناك فرق كبير في تعريف الغابة، ففي فرنسا تعريف الغابات ليس له قيمة قانونية¹ حيث أن المشرع الفرنسي لم يعرف الغابة في قانون الغابات الفرنسي، وهذا ما أكده الأستاذ PRIEUR Michel على أنه لا يوجد في القانون الفرنسي تعريف قانوني للغابة، كما أن الأستاذ THIERRI Du Peloux في مقال له في مجلة غابات فرنسا قال "لا يوجد أي نص تشريعي أو تنظيمي يعطي تعريفا قانونيا للغابة، من ناحية أخرى فإن تعريف الغابات في القانون الجزائري له مفهوم خاص إذ أن المشرع لم يستقر على تعريف واحد لها بل خضع للتطور بداية من القانون رقم 84-12² المتضمن النظام العام للغابات، معتمدا فيه على المعيار العددي والمعيار الجغرافي المناخي طبقا للمادتين 8 و 9 من هذا القانون.

حيث عرفها في المادة 8 منه بقوله "يقصد بالغابات جميع الأراضي المغطاة بأنواع غابية على شكل تجمعات غابية في حالة عادية".

نلاحظ أن نص الماد 8 جاء غامضا ومبهما ، ولدفع هذا الغموض عاد المشرع وبين المقصود بالتجمعات الغابية وذلك عبر نص المادة التاسعة من نفس القانون بقوله: "يقصد بالتجمعات الغابية في حالة عادية كل تجمع يحتوي على الأقل على:

مائة (100) شجرة في الهكتار الواحد في حالة نضج في المناطق الجافة وشبه الجافة،

¹ - PRIEUR Michel, « Droit de l'environnement », Précis Dalloz, 2011, 450 p. ; VAN-LANG Agathe, « Droit de l'environnement », Thémis, droit, P. U. F., 2008, p. 345.

² - القانون رقم 84-12 المؤرخ في 23 جوان 1984 المتضمن النظام العام للغابات، ج ر ، ع 26، لسنة 1984، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-220 المؤرخ في 02 ديسمبر 1991، ج ب، ع 62، لسنة 1991.

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

- ثلاثمائة (300) شجرة في الهكتار الواحد في حالة نضج في المناطق الرطبة وشبه الرطبة".

باستقراء نص المادة 9 نجد أن المشرع اعتمد على المعيار العددي فحدد الحد الأدنى لعدد الأشجار في مساحة هكتار واحد ب 100 شجرة و 300 شجرة تبعا لتنوع المنطقة الجغرافية، والمعيار الجغرافي وذلك عندما فرق بين المناطق الجافة وشبه الجافة، وبين المناطق الرطبة وشبه الرطبة. ولكن هنا يطرح عدت تساؤلات ماذا يسمى التجمع الذي ما دون الأعداد المذكورة في المادة 9 ؟ وفيما يخص المعيار الجغرافي هل يوجد خرائط دقيقة لإثبات تقسيم المناطق في الوطن حسب التوزيع الجغرافي؟ وكيف يمكن للقاضي أن يطبق بكل دقة هذا التعريف؟.

وأمام كل هذه التساؤلات المطروحة والغموض الوارد في المواد السابقة جاء المشرع الجزائري وأعاد النظر في تعريفه للغابة، وذلك بموجب القانون رقم 90-25¹ حيث أدخل الأراضي الغابية ضمن القوام التقني للأموال العقارية ، فنصت المادة 13 منه على أن "الأراضي الغابية في مفهوم هذا القانون هي كل أرض تغطيها غابة في شكل نباتات تفوق كثافتها 300 شجرة في الهكتار الواحد في المناطق الرطبة وشبه الرطبة و 100 شجرة في المناطق القاحلة وشبه القاحلة على أن تمتد مساحتها الكلية إلى فوق 10 هكتارات متصلة".

هنا أيضا اعتمد المشرع على المعيار العددي والموقع الجغرافي، غير أنه أضاف شرط الامتداد إلى ما فوق 10 هكتارات متصلة.

بالرجوع إلى نص المادة 13 الوارد باللغة الفرنسية نجد أن هناك خطأ في الترجمة إلى اللغة العربية، والصواب أن يكون النص باللغة العربية كالتالي: "تعتبر غابة طبقا لهذا القانون كل

¹ - القانون رقم 90-95 المؤرخ في 18 نوفمبر 1990 ، المتضمن التوجيه العقاري، ج . ر . ع ، 49 لسنة 1990، المعدل والمتمم بالأمر رقم 95-26 المؤرخ في 25 سبتمبر 1995.

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

أرض مغطاة بأنواع غابية على شكل تجمعات نباتية تفوق كثافتها 300 شجرة في الهكتار الواحد...".

وكما ذكرنا سابقا أن المشرع لم يستقر على تعريف واحد للغابات بل أورد تعريف آخر من خلال نصه في المادة الرابعة من المرسوم التنفيذي رقم 15-2000¹ على أن: "الغابة كل أرض تغطيها أحراج تتشكل من غابة أو أكثر إما في حالتها الطبيعية وإما بفعل التشجير أو إعادة تشجير على مساحة تفوق عشرة (10) هكتارات متصلة وتشمل على الأقل على ما يلي:

- مائة (100) شجرة في الهكتار الواحد في حالة نضج في المناطق القاحلة وشبه القاحلة.
- ثلاثمائة (300) شجرة في الهكتار الواحد في حالة نضج في المناطق الرطبة وشبه الرطبة...".

نلاحظ في هذه المادة أن أول مرة يرد مصطلح غابة بصيغة المفرد على عكس المواد السابقة التي كانت تذكر فيها الغابة بصيغة الجمع ، وكذلك مصطلح أحراج الذي استعمله المشرع لأول مرة، بالإضافة إلى ذكر حالة الغابة " في حالتها الطبيعية" وأسباب تكوين الغابة بقوله "بفعل التشجير أو إعادة التشجير"، كما عرف في نفس المادة الأراضي الغابية ذات الوجهة الغابية كما فعل المشرع بموجب القانون رقم 1844 والقانون رقم 90-25. غير أن المادة الرابعة سألقة الذكر جاء نصها غامضا وصعب الفهم ذلك أنه من غير المعقول أن تتشكل الغابة من غابة، الأمر الذي دفعنا بالرجوع إلى نص المادة باللغة الفرنسية حتى يتضح لنا المعنى الصحيح للمادة وعليه كان لا بد أن ترد الترجمة على النحو التالي:

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 115-2000 المؤرخ في 24 ماي 2000 ، يحدد قواعد إعداد مسح الأراضي الغابية الوطنية، ج. ر، ع 30.

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

"الغابة هي كل أرض مغطاة بتجمعات نباتية مشجرة متكونة من نوع أو أنواع غابية سواء في حالة طبيعية أو إثر عملية التشجير على مساحة تفوق عشرة هكتار متصلة...".

وفي الأخير يمكن القول أن مفهوم الغابة في القانون الجزائري قد خضع للتطور والتعريف الأخير طبقا لنص المادة 4 من المرسوم 2000-115 الوارد باللغة الفرنسية قد أضاف عناصر هامة إلى سابقه، ولكن رغم هذا التطور الذي مر عليه تعريف الغابة إلا أنها تبقى خاضعة للمعايير الثلاثة المذكورة آنفا والتي تتطلب بلا شك وسائل تقنية وفنية مثل الخرائط وهيئات العد وتصنيف المناطق.

2- نظام إدارة الغابات في الجزائر

استمر العمل بالتشريع الغابي الجزائري لسنة 1903 حتى بعد استقلال الجزائر عن الدولة الفرنسية سنة 1962 وذلك إلى غاية سنة 1975 تطبيقا للقانون رقم 62-157 المؤرخ في 31 ديسمبر 1962 القاضي بسريان التشريع الفرنسي حتى إشعار جديد إلا ما تعارض والسيادة الوطنية وهكذا فإن قطاع الغابات في الجزائر لم يخضع لنظام قانوني تشريعي بعد الاستقلال مباشرة، ما عدا بعض النصوص التشريعية والتنظيمية الموجودة في عدة قوانين مثل قانون العقوبات والرعي والإجراءات الجزائية والثورة الزراعية والقوانين أو التشريعات مست هذا القطاع في بعض الجوانب الإجرائية فقط دون الاهتمام بالإدارة والتنظيم، غير أن قانون 1903 أصبح غير متماس والحقائق الجديدة ليطم توقيف العمل به بتاريخ 05 جويلية الأمر رقم 73-29 المؤرخ في 05 جويلية 1973 المتضمن إلغاء القانون رقم 1975 بموجب 62-157 السالف الذكر والبدء بالعمل بالتشريع الوطني.¹

¹ - استنادا للمواد التالية : المادة 1، 2 و 4 من المرسوم رقم 73-2 المؤرخ في 05 جويلية 1975 المتضمن إلغاء القانون رقم 62-157 المؤرخ في 31 ديسمبر 1962 ، الجريدة الرسمية عدد 26،

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

مع هذا الإلغاء لا نجد أي نص قانوني ينظم الغابات في الجزائر بالرغم من نص دستور سنة 1976 الذي تناول موضوع الغابات حيث أتى بنظام جديد سماه "النظام العام للغابات" وجعله ضمن مجال التشريع طبقا للمادة 151 الفقرة ، 24 ، والمادة 14 جعلت موضوع الغابات من ملكيات الدولة بكيفية لا رجعة فيها .

وبعد فراغ قانوني دام قرابة 09 سنوات أجبرت السلطة على اعتماد قانون تشريعي ينظم جميع الجوانب والمجالات الخاصة بتنمية وحماية قطاع الغابات في الجزائر، وبناءا عليه صدر أول تشريع غابي جزائري وهو القانون رقم 14 المؤرخ في 23 جوان 1984 المتضمن النظام العام للغابات المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-20 المؤرخ في 02 ديسمبر 1991. ويعد الإطار العام للأمالك الغابية بالجزائر ليومنا هذا .

لم يقتصر القانون رقم 84-12 على الغابات بالمفهوم الضيق بل شمل الأراضي ذات الطابع الغابي والتشكيلات الغابية الأخرى كما شمل ضمن الغابة الواحدة أصنافا ثلاثة غابات الإنتاج، غابات الحماية، والغابات ذات المال الخاص المتمثلة في الحظائر الوطنية والمحميات الطبيعية حيث تختلف نوعية، درجة ونظام الحماية بهذه الأصناف الغابية.¹

ولا يعترف هذا القانون بالملكية الخاصة إلا في حدود جد ضيقة 4 تبنيها لفكرة وحدة الأملاك العامة تجسيدا للاختيار السياسي المتمثل في النظام الاشتراكي ولا مجال لتطبيق النظرية التقليدية المكرسة لازدواجية الأملاك التي كانت سائدة قبل الاستقلال والتي استبعدتها القانون رقم 84-16 المتعلق بالأملاك الوطنية والمؤرخ في 30 جوان 1984.²

¹- نصر الدين هونوي، "الوسائل القانونية والمؤسسية لحماية الغابات في الجزائر"، الطبعة الأولى، مطبوعات الديوان الوطني للأشغال التربوية الجزائر، 2001، ص 12.

²- ليلي زروقي، "محاضرات بعنوان النظام القانوني للأمالك الوطنية"، المعهد الوطني للقضاء، ماي 2001، ص 1.

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

وبالنسبة للقانون المتضمن النظام العام للغابات فقد اعتبر الأملاك الغابية الوطنية جزءا من الأملاك الاقتصادية التابعة للدولة أو المجموعات المحلية كما اعتبرها ثروة غابية وطنية ، وأن احترام الشجرة واجب على جميع المواطنين، عملا بنص المادة 2.

وقد جاء دستور 1989 ليضع الفرق بين الملكية العمومية والملكية الخاصة بالدولة في المادتين 17 و 18، ومن بين هذه الملكية العامة التي هي ملك للمجموعة الوطنية نجد الغابات كما نص الدستور على أنه يتم تسيير هذه الأملاك طبقا للقانون، وهي غير قابلة للتصرف والتقادم والحجز ، وهي من الأملاك التي يجب أن تظل دائما محتقظة بصفتها العمومية، فلا يمكن للدولة التصرف فيها ، كما أنها لا تخضع لقانون الأملاك الوطنية بل للتشريعات الخاصة بها، بينما اعتبرها قانون الأملاك الوطنية 90-30، المعدل والمتمم جزءا من الأملاك الوطنية العمومية الطبيعية، التابعة للدولة، عملا بنص المادة 15 منه بحيث يتم إدراجها ضمن قائمة الأملاك الوطنية العمومية بمجرد معاينة وجودها عن طريق إجراء تعيين الحدود من طرف السلطة الإدارية.¹

ما يمكن قوله أن ما يميز هذه الفترة لطبيعة الملكية الغابية في الجزائر هي أن الدولة المالك الوحيد للغابات في الجزائر وبهذه الصفة تمارس عليها حقا مانعا وهي ملكية غير قابلة للتصرف مطلقا .

ومع كل هذه الإجراءات الداعية لإبعاد التملك الخاص للغابات، غير أن قانون الغابات يدعو إلى تشجير الأراضي ذات الطابع الغابي، حيث اعتبر قانون 84-12 التشجير ذو مصلحة عامة ويمكن اعتباره عملية ذات منفعة عامة على كل أرض ذات طابع غابي مشجعا بذلك تشجير الأراضي ذات الطابع الغابي التابعة للخواص بمساعدة الدولة في ذلك لكنه سرعان ما يشدد على هؤلاء الخواص بإجراء نزع الملكية من أجل المنفعة العامة.

¹- أعرم يحيوي، " نظرية المال العام "، الطبعة الثالثة، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص 35.

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

ويكون هذا في حالة عدم استجابة المالك لأمر الوزير المكلف بالغابات بإعادة تشجير الأراضي ذات الطابع الغابي التابعة للخواص طبقا للمخطط الوطني للتشجير، أو عدم احترام الملاك الخواص لبعض التعليمات فيما يخص حماية التربة من الإنجراف أو مكافحة التصحر.

وبهذا يمكن القول أن قانون الغابات يدعو لشيء ثم ينص على نقيضه وعلى هذا النحو فإن الخواص سوف لن ولم يهتموا بالتشجير ولا بالغابات ما دام ذلك سوف ينزع ملكيتهم. كما نخلص إلى القول أن إبعاد التملك الخاص للغابات لا مبرر له ولا يمكن أن يكون سببا في الحماية بقدر ما يكون سببا في القطع.

3- وثائق التسيير الغابي في النظام الجديد

يعد التسيير التنظيم المحكم والتوجيه العقلاني لهيكل ما عن طريق تسخير كل الوسائل البشرية، المادية والمالية في زمان ومكان معين لتحقيق أهداف مسطرة حرصا على الحقوق والواجبات. ويتمثل التسيير في استغلال الغابة والانتفاع بها وفقا لما صنفت له. يركز هذا التسيير على قواعد أساسية يجب إتباعها كعرفة النشاط أو العمل المسير، تحديد الأهداف معرفة كافية للتقنيات ومعايير التسيير، مخطط التسيير . كل هذا يتطلب وجود وثائق من الضروري التعرف عليها قبل التطرق إلى طريقة التسيير والاستغلال كما يجب احترامها.

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

أولاً: وثائق التسيير المنصوص عليها قانوناً

من ضمن وثائق التسيير المنصوص عليها قانوناً:

- رخصة الاستغلال التي يسلمها رئيس مصلحة الغابات للمشتري لاستغلال المقطع المحدد للبيع بعد تقديمه الوثائق اللازمة. أما بالنسبة لرخصة الرفع فهي الوثيقة الخاصة التي تسمح للمشتري بأخذ المنتج من مكان الاستغلال.

- رخصة نقل المنتجات الغابية (تجول) (لبيع) فهي عبارة عن وثيقة ترخص بنقل المنتجات الغابية خارج الغابة، تسلم من طرف إدارة الغابات (رئيس المقاطعة أو رئيس الإقليم). يجب إظهار هذه الرخصة كلما تم طلبها من قبل الأعوان المكلفون بشرطة الغابة طبقاً لأحكام المادة 48 الفقرة 2 من المرسوم التنفيذي.

- محضر قرار تمديد المدة، يعد هذا المحضر بعد استلام رئيس مصلحة الغابات طلب تمديد المدة من طرف المشتري المقطع قبل عشرين يوماً على الأقل من انقضاء الآجال وهذا في حالة عدم استطاعته إتمام عملية القطع أو الرفع في الآجال المحددة بسبب قوة قاهرة أو بسبب غير متوقع وهذا بعد التأكد من ذلك .¹

محضر فحص يعد هذا المحضر للتأكد من أن الاستغلال تم طبقاً للقواعد المنصوص عليها في دفتر الشروط، إذ يعد بعد مرور ثلاثة أشهر على الأكثر من نهاية الاستغلال بالنسبة لقطع الأشجار، حيث تقوم إدارة الغابات بفحص (معاينة) مكان الاستغلال وتدون جميع الملاحظات. كما يعفى من خلال محضر الفحص المشتري من مسؤولية الموقع إن لم تقدم أي منازعة ضده.²

¹ - المادة 21 من المرسوم التنفيذي رقم 89-170

² - المادة 56 من المرسوم التنفيذي رقم 89-170.

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

- محضر حجز ، وهو وثيقة تسيير خاصة بالشرطة الحراجية يثبت فيها عملية الحجز التي قام بها أعوان الغابات بسبب مخالفة للتشريع الغابي يحتوي هذا المحضر على جميع المعلومات التي تمكننا من التعرف على الأشياء المحجوزة والوسائل المستعملة في ارتكاب يمضي رئيس المقاطعة وأعوانه الذين قاموا بالحجز ويبعث خلال 24 ساعة إلى كتابة الضبط بالمحكمة المختصة حتى يطلع الأشخاص الطالبون للأشياء والحيوانات المحجوزة.
- محضر بحث، يتم إعداد هذا المحضر من طرف أعوان الغابات بناء على الأشياء الملاحظة في مكان التفتيش ويتم ذلك بإذن من وكيل الجمهورية بحضور ضابط الشرطة القضائية الذي يمضي على المحضر مع أعوانه.

ثانيا : وثائق التسيير غير منصوص عليها قانونا

من ضمن الوثائق غير المنصوص عليها قانونا نذكر:¹

- محضر تعرف على الفلين المراد استغلاله، فهو عبارة عن محضر يعده رئيس الإقليم وهو خاص بالتعرف على منطقة استغلال الفلين من حيث خصائص كمية الفلين المراد استغلاله. والذي على أساسه تتم موافقة أو عدم موافقة إدارة الغابات على عملية الاستغلال.
- دفتر معاينة المخالفات الغابية عبارة عن دفتر يسجل فيه جميع المعاينات التي يقوم بها الأعوان المخالفات الغابية والمعاينات الأخرى). يحتوي دفتر المعاينة في صفحته الأولى على التعليمات التي توجه العون على كيفية استعماله، يكون هذا الدفتر عامة بحوزة رئيس الإقليم ورؤساء الفروز.
- دفتر سماع، يتم إعداد هذا المحضر لتوثيق هوية وأقوال الشخص المشتبه فيه بعد استدعائه إلى مكتب إدارة الغابات واستجوابه من طرف أعوان وضباط الشرطة القضائية.

¹- الهادي مقداد، "قانون البيئة"، مطبعة النجاح الجديدة، الطبعة الأولى، الدار البيضاء، المغرب، 2012، ص 194

الفصل الأول

إدارة حماية الغابات

- وثائق التسيير المتعلقة بالمنشآت والتجهيزات الحراجية تحتوي على جدول تصنيف المسالك والدروب الموجودة في الغابة، جدول نقاط الماء والمنابع وأبراج المراقبة وخطوط ضد النار وهو عبارة عن جدول يسجل فيه جميع نقاط الماء والمنابع وكذا كل أبراج المراقبة وخطوط ضد النار الموجودة في الغابة.

وثائق تسيير الأراضي: عقد الإيجار وهو عقد مبرم بين إدارة الغابات وأحد المستفيدين، يتضمن إيجار قطعة أرض لفترة زمنية قصيرة موجودة داخل الأملاك الغابية الوطنية.

- الدفتر اليومي وهو شخصي يزود به جميع أعوان الغابات يسجلون فيه كافة الأعمال التي يقومون بها يوميا.¹

- دفتر الملكية عبارة عن وثيقة رسمية حررت على أساس خريطة الملكية عام 1863 والمتعلقة بالنظام العام للغابات الخاص بالأملاك الغابية، تبين قانونيا المعلومات الكافية التي تحدد وتقسّم الغابة بطريقة إدارية محكمة حيث تسجل كل المعلومات الإضافية، قابلة للتصحيح (تعديل) حسب تطور النشاط الغابي (التهيئة الحراجية توسيع مساحة الغابات أو تقليص المساحة). ومن أهدافه تحديد الاسم والمساحة الموقع الإداري وإعطاء لمحة تاريخية عن الغابة وأصلها (طبيعية أو اصطناعية).

- دفتر التسيير، الذي يعد وثيقة إدارية رسمية، ليس لها نص قانوني، أعدت من طرف إدارة الغابات من أجل التسيير الجيد للغابات، إذ يعتمد على المعلومات المطروحة والمسجلة في دفتر الملكية (التممية المساحة، الحدود، حقوق مختلفة، الخضوع والانفصال وطبيعة الأراضي المحصورة داخل الغابة، التغيرات التي أوتى بها عبر السنين)، كما أنه يشير إلى كل العمليات المنجزة في الغابة. فهو يضم جميع المداخل والمصارف الخاصة بكل غابة فهذا الدفتر يحمل رمز استدلالي وهو FG-2 ويحتوي على مايلي: وضعية الغابة، تقديم

¹ - الهادي مقداد، نفس المرجع السابق، ص 195

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

الغابة، حالة التهيئة استعمالات المنشآت والتجهيزات وضعية القطوع، وضعية الأشغال التأثيرات، وضعية الإنتاج الحصيدية الاقتصادية للغابة ل 100 سنة.

ومن أهداف دفتر التسيير ما يلي:

. التعرف والمتابعة بدقة لكل العمليات التي تجري في الوسط الغابي وهذا راجع للتسيير

المحكم للغابة.

. تسمية الغابة وكيفية تقسيمها ورقم تسجيلها.

. الوسط الفزيائي والإيكولوجي

. حدود الغابة الطبيعية والاصطناعية.¹

. المساحة الإجمالية والمساحات المجزأة حسب الأقسام.

. المجموعات النباتية المتواجدة في كل قسم.

. إعداد الأراضي المحصورة داخل الغابة وحقوق استغلالها.

. معطيات الغابة من حيث الثروة النباتية والحيوانية والحشرات النافعة والضارة.

. السكان المجاورين للغابة ودراسة اجتماعية واقتصادية.

. الإمكانات الموجودة (العتاد، المنشآت... إلخ).

. المتابعة بدقة للأشغال التي تجري في الغابة فهي تختلف حسب طبيعتها وأوقات إنجازها.

¹ - الهادي مقداد، نفس المرجع السابق، ص 196

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

في الأخير يمكن القول أن المديرية العامة للغابات عملت ولازالت تعمل جاهدة على توحيد أهم الوثائق المستعملة في التسيير الحراجي على مستوى محافظاتنا (شكلا ومضمونا) وذلك لتسهيل المعاملات بين مختلف مصالح إدارة الغابات والتسيير الجيد للغابات، ومن أهداف المديرية العامة للغابات المستقبلية جعل الوثائق السابق ذكرها وغيرها من الوثائق مستخدمة بشكل واسع وسهل على مستوى كل محافظات الوطن.

4- نظام الاستعمال الغابي

على الرغم من أن الأملاك الغابية هي أملاك عمومية إلا إنها لا تخضع في استعمالها إلى نفس نظام استعمال الأملاك العمومية الأخرى المنصوص عليها في المرسوم رقم 91-454¹، إنما تخضع إلى أحكام القانون رقم 84-12 المتضمن النظام العام للغابات وبالرجوع إلى هذا الأخير نجده قد تناول استعمال الأملاك الغابية ضمن نص المواد 34 35 36 التي وردت ضمن الفصل السابع تحت عنوان الاستغلال داخل الأملاك الغابية الوطنية من الباب الثاني الذي جاء بعنوان حماية الثروة الغابية.

تنص المادة 34 من قانون 1843 على ما يلي: " يمثل الاستغلال داخل الأملاك الغابية الوطنية بالنسبة للسكان الذين يعيشون داخلها أو بالقرب منها في استخدام هذه الأخيرة وبعض منتجاتها لحاجاتهم المنزلية وتحسين ظروف معيشتهم ". نشير هنا أنه قد ورد في الترجمة إلى النص بالعربية فقد أورد النص بالعربية مصطلح الاستغلال في حين أن المقصود أو المعنى من هذا النص هو الاستعمال ليس الاستغلال، لأن الاستغلال تتناوله المشرع في فصل لاحق ضمن المواد 45-46 من النظام العام للغابات، فا النص الأصلي باللغة الفرنسية نص على مايلي: " L'usage dans le domaine Forestier " ولم ينص على L'exploitation "، حتى التعديل الذي جاء في 1991 متما لنص المادة 35

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 91-454، المحدد لشروط إدارة الأملاك الخاصة والعامة التابعة للدولة وتسييرها ويضبط كميّات ذلك، المؤرخ في 23 نوفمبر 1991.

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

المتعلقة بالاستعمال بموجب قانون 91-20 المعدل والمتمم للقانون 84-12 المتضمن النظام العام للغابات هو الآخر احتفظ بنفس الخطأ في الترجمة وأورد مصطلح الاستغلال بدل الاستعمال.¹

وبالرجوع إلى نص المادة 34 من قانون 124 نجد أن المشرع من خلال هذه المادة أستخدم المعيار المكاني بالنسبة لمن يحق له استعمال غابات الأملاك الوطنية فيقتصر الأمر على السكان الذين يعيشون داخل الغابة أو بالقرب منها ، يتضح من هذا أن كل من لم يتوفر فيه هذا الشرط لا يجيز له القانون استعمال الغابة ولا يمنح لهم الترخيص.

فالمشرع الجزائري لم يحدد المقصود بهذا القرب والجوار والمسافة المعتمدة في ذلك، بينما المشرع المغربي بين كفيته إذ نجده استوجب إعداد محضر للتحديد الإداري للملك الغابوي ويتم المصادقة عليه بموجب مرسوم، ومن خلال هذا المحضر يتم تحديد الأهالي الذين يجوز لهم استعمال الأملاك الغابية وذلك بتحديد مسافة الجوار المطلوبة.

أما فيما يخص الأنشطة المرخص بها لهؤلاء المستعملين للأملاك الغابية فنجد أن المشرع حددها على سبيل الحصر في المادة 35 من القانون رقم 84-12 فذكر المنشآت الأساسية للأملاك الغابية الوطنية، منتوجات الغابة والمرعى، وبعض النشاطات الأخرى الملحقة والمرتبطة بالغابة ومحيطها المباشر ، فلا يسمح باستعمال الغابة خارج نطاق الأحكام المنصوص عليها في هذا القانون.

يظهر من خلال نص المادة 35 أن محل الاستعمال واسع خاصة أنه جاء على شكل أصناف، فمثلا منتجات الغابة كثيرة ومتنوعة وتختلف من فضاء غابي إلى آخر ولذلك وجب ضبطها عن طريق التنظيم، كذلك بالنسبة للصنف الرابع فالأنشطة المرتبطة بالغابة كثيرة

¹- كريمة أوشان، "تسيير الغابات"، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع الإدارة والمالية كلية الحقوق جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2007، 2008، ص 88.

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

وتدخل فيها أنواع عديدة وهي من حيث الخطورة درجات، فالإبهام وعدم الضبط والغموض عوامل تشكل صعوبة على الإدارة الغابية بل قد يثير عدة إشكالات في مراقبة هذه الأنشطة من قبل أعوان الغابات لكثرتها وعدم تحديدها. وهنا يمكن القول أن الاستعمال الغابي في القانون الجزائري غير مضبوط لانعدام النصوص التطبيقية وهذا ليس في صالح حماية الغابات بل يدفع إلى الاستعمال الفوضوي، إذ كان على المشرع تحديدها على سبيل الحصر ليكون أكثر دقة.

كما أن المشرع لم ينص صراحة على وجوب وجود رخصة من أجل الاستعمال الغابي ولكن بالرجوع لقواعد الاستعمال كحق عيني فإن الرخصة واجبة، فإذا أخذنا بالقواعد العامة التي تنظم الاستعمال الفردي نجد المادة 2 من القانون 90-30 المتضمن الأملاك الوطنية المعدل والمتمم تنص في فقرتها الثالثة على "... وعكس ذلك يخضع الاستعمال الخاص للأملاك الوطنية العمومية الذي يمارسه المستعملين لرخصة إدارية ...". فهي لا رخصة طريق ولا رخصة وقوف لأن الأملاك الغابية لا تنطبق عليها معايير تعريف الأملاك العمومية التقليدية وعليه فإن الاستعمال الغابي في القانون الجزائري يجمع بين بعض قواعد الاستعمال في الأملاك العمومية والكثير من القواعد المتعلقة بحق الاستعمال وكونه حق عرفي معترف به لصالح هذه الفئة فيحق لكل القاطنين بالغابات أو بالقرب منها الاستفادة من الغابات الوطنية بما يلزمه هو وأهله في حدود حاجته المنزلية.¹

فجاء المرسوم التنفيذي رقم 01-87 محددًا لشروط وكيفيات الترخيص بالاستغلال في إطار المادة 35 من القانون ، 84-12، مستعملًا مصطلحًا جديدًا وهو الاستصلاح استصلاح الأراضي الغابية أي كل عمل يكون الهدف من ورائه جعل أراضي الأملاك الغابية الوطنية منتجة عن طريق نشاطات حددها هذا المرسوم وهي كالتالي:

¹- عمار نكاع، مرجع سابق، ص 173.

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

- غرس الأشجار المثمرة والأعلاف والأشجار الغابية.
 - إنشاء مشاتل مختصة لاسيما في إنتاج الشتلات المثمرة والعلفية والغابية.
 - حشد المياه.
 - تصحيح السهول وكل الأعمال الأخرى المتصلة بحماية التربة.
 - تربية الحيوانات الصغيرة كالنحل والدواجن والأرانب وكل تربية صيدية أخرى.
 - تثمين أراضي جرداء ذات طبيعة سبخية عن طريق تطوير الأنشطة غير الملوثة.¹
- وللقيام بهذه الإصلاحات فيما يخص استصلاح الأملاك الغابية اشترط المشرع على الراغب في ذلك ضرورة حصوله على ترخيص مسبق تقدمه له إدارة الغابات المختصة إقليميا بناءا على طلب منه يقدمه الإدارة الغابات المختصة إقليميا والمتمثلة في محافظة الغابات مرفقا بالوثائق المنصوص عليها في نص المادة 05 من الرسوم رقم 01-87. كما نصت المادة 16 من نفس المرسوم على المنع المطلق من الاستفادة من الترخيص باستغلال كل قطعة من الأملاك الغابية الوطنية قد تجردت من غطائها النباتي نتيجة استصلاح قانوني أو حريق، وأضافت المادة 18 ف 2 من المرسوم نفسه على منع كل بيع الأرضية محل ترخيص للاستغلال (الاستعمال) أو كرائها من الباطن، تحت طائلة سحب الترخيص بالاستغلال، والمنع من استعمال كل القطعة الأرضية أو جزء منها لأغراض أخرى غير التي دفعت إلى الترخيص بالاستغلال، أو كل نشاط آخر لم تسمح به إدارة الغابات المختصة إقليميا، وذلك تحت طائلة الإلغاء
- كما يمنح الاستغلال (الاستعمال) بموجب رخصة إدارية مقابل إتاوة يدفعها المستعمل 2 مع تحديد مدة الاستعمال التي تتراوح بين 20 و 40 و 90 سنة، بحسب طبيعة النشاط

¹- كريمة أوشان، " نفس المرجع السابق، ص 89

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

الاستثماري، قابلة للتجديد في حالة ما إذ أثبتوا جدارتهم وكفاءتهم في استعمال واستصلاح هذه الأملاك الغابية الوطنية، وحمائتها عن طريق القيام بكل الإجراءات التحفظية التي ألزمتهم بها الإدارة في حالة وقوع حريق أو اكتشاف أمراض أو طفيليات.

5- نظام الاستغلال الغابي

بجانب الاستعمال الغابي الذي يقتصر على انتفاع سكان الغابات من الثروة الغابية نظم المشرع الاستغلال الغابي والذي يعني بالمفهوم البسيط قطع الأشجار وحمل الخشب إلى المخازن، نص المشرع الجزائري على الاستغلال الغابي في الفصل الثالث من القانون رقم 84-12 مخصصا له مادتين هما المادة 45 و 46 محيلا في المادة 45 القواعد المتعلقة بالتطريق والقلع وبرخص الاستغلال ونقل المنتجات الغابية أما المادة 46 فقد نصت على كفاءات تنظيم استغلال المنتجات الغابية وبيعها، وقد أحال كليهما على التنظيم، وبالفعل صدر بعد ذلك المرسوم رقم 89-170 الذي نظم كفاءات الاستغلال والشروط التقنية الخاصة بالاستغلال.¹

تضمن المرسوم رقم 89-170 القواعد العامة لإعداد دفاتر شروط استغلال الغابات والمتمثلة في مجموعة من الترتيبات أو الإجراءات ذات الطابع الإداري ومجموعة من الشروط ذات الطابع التقني. حيث نص هذا المرسوم على رخصة إدارية للاستغلال الغابي مسلمة من طرف إدارة الغابات التي ترفق بدفتر الشروط.

كما تجدر الإشارة أن المشرع قد ربط مسألة الاستغلال الغابي ضمن الغابات المخصصة للاستغلال دون غيرها والتي تعد احد أصناف الغابات المتمثلة في غابات الاستغلال أو ذات المردود الوافر وهي التي تختص في إنتاج الأخشاب والمنتجات الغابية الأخرى باعتبارها مجالا خصبا للاستغلال الغابي في الجزائر ، ويشمل هذا الاستغلال أساسا رخص الاستغلال

¹- أنظر نص المادة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 89/170، مرجع سابق.

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

التي تمنح للمتعاملين بتجارة الأخشاب، حيث اعتمد المشرع على أربعة أساليب لبيع الأخشاب أو الحطب المقطوع، وهي: المزاد العلني، المناقصة، التعهد المختوم والبيع بالتراضي⁴ استثناء وفي حالات محددة منصوص عليها في المادة 27 من المرسوم رقم 170-89 بقولها: " يجب أن يبقى البيع بالمزاد قاعدة التنازل عن الأخشاب المقطوعة ولا يعمل بالصفقة المبنية على التراضي إلا حسب الشروط المحددة الآتية:¹

- 1- بعد عدة محاولات لإجراء مزادات غير مجدية يحصل فيها الخشب المقطوع على عروض غير مقبولة.
- 2- في الحالات الاستعجالية الحتمية التي يتسبب فيها خطر يوشك أن يحدث دمارا.
- 3- في حالة القيام بعملية التحسين الغابية المقررة في أحد مخططات التهيئة.
- 4- في حالة القيام باستغلالات عرضية غير متوقعة : الأخشاب الآخذة في التلف، أو السقوط والأخشاب المحروقة، والأخشاب المصادرة بسبب ارتكاب جنحة، وقطع أشجار لشق ممرات أو خنادق واقية من النار، تسلم أعمدة أو عصي للمصالح العمومية (البريد) والمستغلين الفلاحين ."

وبناء عليه قرر المشرع الجزائري العمل بطرق المزاد الثلاث، بالأولوية حسب ترتيبها في نص المادة 07 من المرسوم رقم 170-89 ، بإتباع أسلوب المناقصة أولا، ولا يمكن التطرق لإجراء المزايدة إلا بعد فشل المناقصة في تحقيق أهدافها، عندما تنزل العطاءات تحت السعر الأدنى المحدد سريا لدى مكتب المزاد، حيث يتعين على رئيس مكتب المزاد أن يعلن وقف المزاد، وإعادة جلسة أخرى مستقبلا، يحدد موعدها لإجراء البيع بالمزايدة، وفي حالة فشل هذه الأخيرة أيضا في تحقيق أهدافها، يتم اللجوء للبيع بإجراء التعهد المختوم.²

¹- كريمة أوشان، " نفس المرجع السابق، ص 90

²- أنظر نص المادة 10 من نفس المرسوم.

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

وما تجدر الإشارة إليه، أن عمليات الاستغلال الغابي في مجال بيع الأخشاب المقطوع، لا تشمل كل الأشجار المتواجدة بمساحات الغابات الاستغلالية، بل تستثنى منها بعض أنواع الأشجار ، التي يمنع قطعها، كتلك الموضوعة للاحتياط، إذ يتم وسمها بعلامة واضحة ويحذر المشتري للأخشاب المقطوعة من المساس بها، كما تستثنى الأشجار الصغيرة والتي هي في طريق التجديد من عمليات القطع، بل يتعين المحافظة عليها أثناء ممارسة الأشغال عملا بنص المادة 44 من المرسوم رقم 89-170 ومنها ما يشترط فيها نمط معين من الاستغلال، كشجرة الفلين (البلوط) (الفليني) التي تشتهر بها غابات الجزائر حيث تحتل الجزائر المرتبة الثانية بعد البرتغال من حيث مساحة غابات البلوط الفليني، حيث يؤخذ منها القشرة فقط دون قطع الشجرة بأكملها. كما يتعين عدم إتلاف أشجار الحواشي الغابية أو قطعها، لأنها مخصصة لحماية المساحات الغابية الداخلية، إذ يشترط عادة ترك مسافة معينة، قبل مكان بداية القطع انطلاقا من حاشية الغابة.

وعليه يمكن القول أن المبدأ في استغلال المنتجات الغابية عند بيعها هو والقاعدة في تصرف الإدارة بالبيع هو المنافسة والاستثناء هو التعاقد أي التراضي، كما أن إدارة الغابات لا تسلم رخصة الاستغلال إلا بعد تقديم التعاقد معها ملفا كاملا يثبت التزامه التام. وباعتبار الإدارة المكلفة بتسيير الغابات الجهة المالكة فلها سلطات واسعة في التدخل ومراقبة عملية الاستغلال وذلك عبر المراحل الثلاث:¹

قبل الاستغلال : الإدارة المكلفة بتسيير الغابات هي التي تحدد طبيعة العقد، التعاقد في بعض الأحيان، كما يمكنها إلغاء العقد بدافع المنفعة العامة، فهي التي تقوم بتعيين حدود الأشجار المراد قطعها بحيث تجري عليها عملية الوسم لتمييزها عن غيرها من الأشجار

¹ - دغيش أحمد ، مقال بعنوان نظام الاستغلال الغابي في التشريع العقاري الجزائري"، مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية، العدد الثاني، مجلة علمية دورية محكمة تصدر عن مخبر البحث في تشريعات حماية النظام البيئي، كلية العلوم والحقوق السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت الجزائر جوان 2014، ص 165.

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

الواجب المحافظة عليها حيث يجب على المشتري احترام هذا التحديد تحت طائلة العقوبات المنصوص عليها في النظام العام للغابات ، والأهم من ذلك كله هي التي تضع دفتر الشروط الذي يحتوي على الشروط الإدارية العامة والتقنية.

وأثناء الاستغلال : تتدخل الإدارة في مراقبة عملية قطع الأشجار من حيث الوقت الذي يتم فيه القطع فلا يمكن للمستغل مباشرة أية عملية قطع للخشب قبل طلوع الشمس ولا بعد غروبها، وظروف القطع، وموقع القطع.¹

أما بعد الاستغلال للإدارة بعد الانتهاء من عملية الاستغلال المحددة في دفتر الشروط سلطات واسعة في مراقبة الاستغلال والمتمثلة في التأكد من تفريغ المنتوجات وتحديد مواقع مستودعات وضع الأخشاب 2، ونقل منتوجات الأخشاب المقطوعة، كما لها صلاحية مراقبة تنقية المقطع وتنظيمه ، لأنه في حالت كثيرة بعد انتهاء الاستغلال يغادر المستغل المكان تاركا من ورائه الفضلات والأوساخ وبقايا الخشب المقطوع، فهنا يحق للإدارة وبعد معاينة رسمية لهذه الأماكن أن تلزم المستغل من إعادة الوضع إلى حاله، أو حتى متابعته جزائيا.

على الرغم من أن غابات الإنتاج يبدو أن هدفها الظاهر هو المردود الاقتصادي ولكن هذا غير صحيح طالما أن استغلال هذه الغابات يكون بشروط ووفق إجراءات عديدة التي سبق شرحها ، كما يجب أن تتبع أساليب تقنية عديدة خشية الإضرار بالغابة وهنا يكمن الهدف الحقيقي للحماية كون أن الاستغلال يحافظ على تجديد الثروة الغابية وتنميتها، وهذه الغاية التي ينشدها المشرع ، من حماية الأملاك الغابية عن طريق استغلالها، فالمرسوم التنفيذي

¹ - كريمة أوشان، " نفس المرجع السابق ،ص 90

الفصل الأول

ادارة حماية الغابات

رقم 89-170 قد أخذ بالحسبان جانب الحماية والاستغلال بمعنى الاستغلال العقلاني الذي
يضمن استدامة الغابة في حالة احترام أحكامه.¹

¹- ثابتي وليد، "الحماية القانونية للملكية العقارية الغابية في التشريع الجزائري"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم القانونية، تخصص قانون عقاري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة - 1 الحاج لخضر، 2016-2017 ص 169.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات
الاتصال على الجمهور الخارجي لحماية
الغابات.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور الخارجي لحماية الغابات

1- الجمهور:

يعتبر الجمهور المادة الجام التي تتعامل معها العلاقات العامة في المؤسسة، فلا يمكن للمؤسسة أن تتطور وتتسع دون تعاون الجماهير لأنه المرآة العاكسة لنجاحها أو فشلها، لذلك يعد تحديد معالم فئات الجمهور ودراسته خطوة أساسية لنجاح الاتصال الفعال بهدف تقديم الرسائل الاتصالية الفعالة التي تتناسب مع طبيعته وخصائصه.

ظهور دراسات الجمهور :

يعتبر الاهتمام بالدراسات والأبحاث المتعلقة بالجمهور، من قراء ومستمعين ومشاهدين ومستعملي الشبكات العنكبوتية اهتماما حديث العهد إلى حد ما، ولكنه يتطور ويتسارع مواكبا التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال.¹

وأثناء الحرب العالمية الأولى تزايد الاهتمام بدراسات الجمهور بشكل كبير وواسع، اهتمام الحكومات بالدعاية خلال الحرب من أهم العوامل والحوافز لاهتمام الباحثين وتدريبهم على قياس تأثيرات الرسائل الإعلامية على الجماهير كما تزايد الاهتمام بوسائل الاتصال الحديثة

¹ - علي قسايسية: المنطلقات النظرية لدراسات التلقي دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور (أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولية في علوم الإعلام علي والاتصال)، جامعة الجزائر، 2005/2006، ص 20

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور الخارجي لحماية الغابات

مثل: الراديو والسينما، كما أثار الخوف من تأثير السينما الاهتمام بدراسة تأثيراتها بطرق علمية.¹

وقد استفادت دراسات الجمهور من تطور أساليب القياس الحديثة وطرق إعداد استمارات البحث الميداني، والتي تلعب دورا فعالا في البحوث الميدانية الإعلامية، وذلك بعد اختراع الآلات البحثية التي اهتمت بدراسة الاتجاهات وقياس الآراء واستطلاعها سواء في السياسة والاقتصاد، ومن خلال تتبع دراسات الجمهور وتاريخها نجد أن هذه الدراسات بدأت في الولايات المتحدة الأمريكية منذ بداية القرن الماضي، خاصة بعد الحرب العالمية الأولى بانتشار الراديو والسينما إلى جانب الصحافة، ولم تأخذ دراسات الجمهور أهميتها إلا مع الخمسينات والستينات من القرن العشرين . فرنسا لم تزدهر هذه الدراسات إلا بعد إدخال الإعلان التجاري في الإذاعة والتلفزيون الفرنسي عام 1968، أما في العالم العربي فإن أولى الدراسات المتعلقة بالجمهور قد أقيمت بمبادرة من بعض الشركات المهمة بجمهورها في هذه المنطقة الإستراتيجية.²

¹ - جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، درط مصر - القاهرة، دار الفكر العربي، 1978، ص 23،

² - عبد الله محمد عبد الرحمن: سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، النشأة والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية، د.ط، لبنان، بيروت دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 199، 200،

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور الخارجي لحماية الغابات

وهناك بعض الباحثين يؤرخون لبداية الدراسة العلمية للجمهور من أمثال "وليام "توماس" و "روبرت بارك" الذين أجروا خلال الفترة الممتدة بين 1918 و 1920، أبحاث عديدة تناولت دراسات جمهور الصحافة ذات توجه سوسولوجي واضح ولكن البداية الحقيقية لدراسات الجمهور تتمثل في الدراسات التي أجريت في مؤسسة "باين" في أوائل الثلاثينيات والتي ركزت على جمهور الأفلام السينمائية وبرامج الإذاعة بشكل كبير، كما يؤرخ لبداية الدراسات العلمية لهذا الموضوع بدراسة "هارلي كانتريل" و "جوردون ألبرت" عن مستمعي عن مستمعي الإذاعة.¹

واستمرت البحوث باستمرار التطور الحاصل في وسائل الاتصال مثل إسهامات "لازر سفيلد" في ميدان بحوث الاتصال الجماهيري عموماً ودراسات الجمهور خصوصاً، والتي بدأت من الأربعينات أين أجريت دراسات ضخمة على عينات ممثلة، إنصبت على بحث مواقف الشعب الأمريكي من الإذاعة وبرامج وإعلاناتها، وعادات الاستماع واستمرت هذه الدراسات حتى ظهور التلفزيون وانتشاره في الخمسينيات والستينيات إلى جانب الصحافة والإذاعة وقد تأثرت دراسات الجمهور بالسياق الذي ظهرت فيه في الدول الغربية المتقدمة وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك بشقيه النظري والمنهجي، وقد أثرت المحددات الأساسية التي كانت تميز مفهوم جمهور وسائل الإعلام في الأربعينيات والمتعلقة بنظرة علم الاجتماع

¹ - عبد الله محمد عبد الرحمن: مرجع سابق، ص210

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

وعلم النفس إلى حد كبير على تناول الدراسات المبكرة لجمهور وسائل الإعلام فركزت على الجوانب الإحصائية والعددية الخاصة بفئات الجمهور في علاقتها بالوسيلة أو المفردات أو المحتوى الإعلامي وتفسير هذه العلاقة في الإطار الذي يجعل الفرد عضواً في أحد الفئات. أما بالنسبة لمناهج البحث وأدواته فإنها تعتمد أساساً على مناهج العلوم السلوكية وبالأخص علم الاجتماع وعلم النفس.¹

وتتميز البيئة التي ظهرت فيها دراسات الجمهور بالمنافسة الاقتصادية والسياسية، وقد تقدمت وتطورت بشكل ملحوظ بعد الحرب العالمية الثانية لكسب أكبر عدد ممكن للمستهلكين والناخبين، ومناصري التيارات الفكرية، غير أن الأهداف التجارية كانت ولا زالت إلى اليوم هي المحرك الرئيسي.²

عوامل تطور دراسات الجمهور

هناك مجموعة من العوامل ساعدت بشكل عميق في تطور دراسات الجمهور والمتمثلة في:

أ- الدعاية ارتبط ظهور دراسات الجمهور وتطورها باستعمال وسائل الإعلام بغرض الدعاية خاصة الصحافة والسينما المتنقلة، وهذا ما بين الحربين العالميتين الأولى والثانية لتمس

¹ - أحمد بدر : مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، د. طه درب دار قباء للنشر والتوزيع، 1998، ص27

² - محمد الجوهري، فاطمة الفكيكي الإعلان والمجتمع دراسات في علم الاجتماع الإعلامي، در ط، مصر، دار المعرفة الجامعية 1998، ص4.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

وتشمل أكبر عدد من الجماهير، حيث اعتبرت بأنها مجرد تجمعات بشرية يمكن التأثير فيها وقيادتها بالطريقة التي يرغب فيها القادة، وهذا ما أدى إلى العديد من الدراسات والأبحاث التي تناولت التأثير المطلق لوسائل الإعلام واستندت مع نتائج الأبحاث والتجارب السيكولوجية والسوسيولوجية، وحتى الفزيولوجية والعرقية، لمحاولة معرفة وتوظيف آليات قيادة الشعوب.¹

ب الإشهار: كان الإشهار أو الإعلانات التجارية دور بالغ الأهمية في تنشيط وتفعيل دراسات الجمهور، سواء تعلق الأمر بالمعلنين عن السلع والخدمات أو بالناشرين وموزعي الرسائل الإشهارية على الجمهور فحتى الدراسات التي تتجزأ مراكز علمية وأكاديمية غالباً ما تكون ورائها مصالح تجارية، وحتى ظهور التكنولوجيا الحديثة عزز من ظهور الدراسات التي تهتم بالجمهور لغرض إشهاري خاصة مع تعرض الجمهور لهذه الرسائل الإشهارية عبر القنوات الفضائية ومواقع الويب.²

ج الرأي العام ومن أهم العوامل التي فعلت دراسات الجمهور والاستجابة للديمقراطية، حيث تميل الحكومات إلى كسب تأييد شعبها في القرارات والمحافظة على قبول الشعب ومصالحهم

¹ - علي قسايسية: مرجع سابق، ص 92.

² - محمد اليدوي : دراسات سوسيو إعلامية، د. ط ،لبنان، دار النهضة العربية، 2006، ص 79

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

تحسبا لأي انتخابات، حيث تخصص الأحزاب السياسية ميزانيات معتبرة للحملات العلمية

من خلال تمويل الصحف ومختلف وسائل الإعلام بغرض كسب الرأي العام.¹

د الاحتياجات العلمية برزت الحاجة إلى دراسة الجمهور دراسة معمقة لأهداف وأغراض

علمية أكاديمية في النصف الثاني من القرن العشرين، بعد التقدم الهائل في الدراسات

المتعلقة بنظام مصادر الرسائل الإعلامية ومضامينها، وسائل الإعلام والآثار التي تحدثها

في سلوك الأفراد أو الجمهور فالكه الهائل من الدراسات وتوجهات الرأي العام وفرت جوا

للمقاربات الإمبريقية مما دفع بالباحثين الاختيار وإعادة صياغتها من أجل إثراء مشروع

النظرية العلمية للإعلام والاتصال.²

¹ - أحمد بن مرسلني : مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2006،

ص 37.

² - علي قسايسية: مرجع سابق، ص92.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور الخارجي لحماية الغابات

2- تصنيفات الجمهور وأنواعه

أولاً: تصنيفات الجمهور:

هناك أنواع عديدة من الجماهير اختلف الكتاب في تحديدها، ولذا سنتطرق لأكثر التقسيمات شيوعاً وهي:

- تصنيف الجمهور وفق طبيعته:

- الجمهور المثقف: هو الجمهور الذي تعلم ووصل إلى درجة عالية من الثقافة والمعرفة، وهذا الجمهور يجمع أعداد من الناس من ذوي المعرفة والعلم، والخبرة ولديهم من الوسائل ما يجعلهم يناقشون ويجادلون ولا يتوقفون عن الجدال.¹
- الجمهور العنيد ويطلق عليه البعض الجمهور الرفض الذي يرفض كل ما يعرض عليه سواء عن إقناع أو عدم إقناع بل يفترض أن مجرد محاولة الاتصال به مرفوضة وكل ما يقال له مرفوض ويتمسك هذا الجمهور بموقفه.²

¹ - أحمد محمد المصري: العلاقات العامة، د.ط، درب مؤسسة شباب الجامعة، 2006، ص 98.

² - محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007، ص82.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

- الجمهور الذواق وهذا النوع نقول عنه بأنه مرهف الإحساس، متجاوب ويحترم من يتحدث إليه ويستطيع أن يدرك الكلام الصحيح من الكذب، فمعلومات هذا الجمهور أكثر من غيره من الجماهير وأغلبية أفراده من المتعاملين القادرين على الاستيعاب والمناقشة والجدل
- الجمهور الجاهل: فقد يكون أمياً، لذا لا تنفع فيه الوسائل المكتوبة، يؤمن بالنتائج الفورية ولهذا الجمهور عاداته وهو جمهور يهمله يومه دون غده.
- الجمهور البسيط الذي ينفعل ويهدأ بسرعة وليس من الميسور تغيير اتجاهه وأفكاره.
- الجمهور السلبي وأفراده إتكاليون سلبيون بطبيعتهم يتصفون بالخجل والمزاجية وكثرة الأسئلة بطيئون بإعطاء الإجابات على الأسئلة الموجهة إليهم.¹
- تصنيف الجمهور وفق نوعيته :
- الجمهور الداخلي والمقصود به كافة العاملين الذين تضمهم المؤسسة في أقسامها ومستوياتها الإدارية المختلفة.²

¹- يونس طارق الشريف: إدارة العلاقات العامة (مفاهيم ومبادئ وسياسات)، ط1، الأردن، إبراء للنشر والتوزيع، 2008، ص 234

²- غريب عبد السميع الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، د.ط، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 1996، ص104.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

الجمهور الخارجي: ويشتمل على جميع الأفراد الذين يقيمون خارج المؤسسة ويرتبطون بها ارتباطا مباشرا، أو غير مباشر.¹

- تصنيف الجمهور من التأثير الذي يمارسه على المؤسسة:²

- جماهير تهتم بالمنظمة والمنظمة تهتم بها نظرا لوجود اهتمامات ومصالح مشتركة فيما بينها كالبنوك وشركات الاستثمار والمساهمين الحاليين والمرقبين.

- جماهير تهتم بها المنظمة وقد تهتم بالمنظمة ومنها وسائل الإعلام كالصحف والمجلات . تهتم إدارة المنظمة بابرار أوجه نشاطها حتى تتحصل على صورة ذهنية طيبة، ولكن ليس بالضرورة أن تهتم هذه الوسائل الإعلامية بنشر أخبار عن المنظمة.

- جماهير تهتم بالمنظمة ولا ترحب بالمنظمة بهذا الاهتمام مثل: المستهلكين الذين

يقتطعون منتجات المنظمة وجمعيات حماية المستهلك والتي تقوم بدورها الرقابي على ممارسات المنظمة.

ثانيا: أنواع جمهور

ينقسم جمهور العلاقات العامة إلى نوعين جمهور داخلي وجمهور خارجي.

¹ محمود صالح عبد الخارق : العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية د.ط، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2000، ص73.

² - بلخيري جابري: مدخل الاتصال والعلاقات العامة، ط1، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، 2013، ص 149

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

أ- الجمهور الداخلي: يتمثل في كافة العاملين بالمؤسسة على اختلاف مستوياتهم الإدارية والتقنية وتسعى العلاقات العامة من خلال الجمهور الداخلي إلى تحقيق الاستقرار له واندماجه للمؤسسة ضل السياسة الاتصالية المحكمة التي تستعمل من خلالها وسائل معينة ومجدية في الاتصال بهذا النوع من الجمهور يجعله يميل ويدافع ويتبنى سياسات المؤسسة وأهدافها وبهذا تستطيع تكوين مشاعر إنسانية وإشباع حاجات نفسية اجتماعية ومادية لتلك الجماهير وتحقيق التماسك وكسب رضاها.¹

فاهتمام إدارة العلاقات العامة بتنفيذ مخطط اتصال في مؤسسة أمر ضروري لتتفهم جمهورها الداخلي، وتكشف عن احتياجاته ورغباته وتعمل على تنمية العلاقات بينهم وبين رؤسائهم وبين بعضهم البعض وهذا من مقومات نجاح المؤسسة، وهنا يبرز دور العلاقات العامة حيث تمثل وسيط بين الغدارة والعاملين وحتى بين العمال أنفسهم، وهذا ما يخلق علاقة جيدة مع الجمهور الداخلي اتجاه المؤسسة.²

¹ - محمد محفوظ الزهري: العلاقات العامة، ط1، المشكلات والحلول، 2004، ص35

² - محمد عبد الفتاح: العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، د.ط، الإسكندرية، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، ص56.57.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

ب الجمهور الخارجي: ويضم الأفراد خارج المؤسسة من بينهم الموردين، الموزعين

والمستفيدين من خدمة ما، وهذا ما يسمى بال جماهير الخارجية والخاصة أما الجماهير

الخارجية العامة فهي تشمل المجتمع المحلي الذي تتواجد به المؤسسة.¹

ويجب على المؤسسة أن تطبق سياسة اتصالية محكمة وتختار الوسائل الاتصالية المناسبة

لتكون على علاقة دائمة بجمهورها الخارجي، وحتى يبقى هذا الأخير على صلة دائمة

ووطيدة بالمؤسسة، وهكذا ينشأ تفاعل اجتماعي بين المؤسسة وجمهورها الخارجي، وكى

تحافظ على استمرارها، لأن رضا الجمهور عن سياسة المؤسسة وأعمالها يجعله على

استعداد للوقوف مع المجتمع المحلي.²

فالالاتصال الجيد للجمهور الخارجي وكذا الداخلي لتوفير ظروف جيدة للمستخدمين والعناية

بهم يؤدي إلى نجاح المؤسسة وتطورها.

ويمكن تقسيم الجماهير الخارجية إلى قسمين هما: قسم عام وقسم.³

¹ - غريب عبد السميع: مرجع سابق ص 104 105

² - محمد عبد الفتاح: مرجع سابق ص 57 58

³ - إبراهيم إمام: العلاقات العامة والمجتمع، د.ط، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1968، ص 164,165.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

- القسم العام أو الجمهور العام كمواطني الدولة الذين تربطهم روابط مختلفة مثل اللغة، المصالح ويتشعب إلى مجموعات من شتى الجماهير أو الفئات كجمهور الطلبة العمال الموظفين الجيش وغيرها.

- القسم النوعي أو الجمهور الخاص يتمثل في الجمهور النوعي للشركة العامة للخياطة وهم الجماهير الذين يستهلكون المنتجات التي تسوقها الشركة.

3- مكونات الجمهور وخصائصه :

أولاً: مكونات الجمهور

هناك أربعة مركبات سوسيولوجية إذ اجتمعت تكون منها ما يعرف بالجمهور¹:

- تأتي عضوية الجمهور مع جميع مسالك الحياة ومن جميع الطبقات الاجتماعية التي يمكن تمييزها ويمكن أن تضم أناساً مختلفين في المهنة مختلفين في التحصيل الثقافي ومختلفين في الواقع الاجتماعي والانتماء الطبقي.

- الجمهور أناساً كثيرون غير معروفين الاسم والهوية، أو بشكل أدق الجمهور مكون من أفراد مجهولي الاسم والهوية.

¹ - خو رشيد مراد: الاتصال الجماهير والإعلام، التطور، الخصائص النظرية، ط 1 ، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011، ص 103.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

- ليس هناك قدر من التفاعل أو تبادل التجربة بين أعضاء الجمهور، هم في العادة مقفلون جسديا ولكنهم غير معروفين لا تتاح الفرصة لأعضاء الخليط المتجمع المتزاحم من الناس في التفاعل وطحن الفكر والرأي.

- الجمهور مفكك جدا من حيث التنظيم ولا يملك القدرة على التصرف الموحد الذي يميز الخليط المتزاحم.

ثانيا: خصائص الجمهور

هناك مجموعة من الخصائص توصل إليها العديد من علماء النفس، وأهم هذه الخصائص ما يلي:

- التأثير على الجماهير وإقناعها والحصول على رضاها، وتعتبر هذه الخاصية من أهم خصائص نير لأنها تجعل للعلاقات العامة أهمية كبيرة عن طريق التحكم في عواطف الجماهير ومنع استغلالها.¹

- الإيحاء للجماهير باستخدام وسائل الإعلام، فالجماهير تتأثر كثيرا بما يقدم لها لأن الإنسان في يتأثر تفكيره باتجاهاتها، فيجد نفسه منساقا ومندرجا في وسط التفكير الجمعي انسياقا واندماجا يؤدي إلى إتباع سلوك لا يقوم به مطلقا إذا كان بمفرده، وهذه الخاصية

¹ - غريب عبد السميع: مرجع سابق، ص 106

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

يمكن لرجل العلاقات العامة أن يستخدمها فيقومون بإعداد برامج مناسبة وبطريقة مشوقة

ومثيرة تشد انتباه وتفكير الجمهور بما يساعد على نجاح العلاقات العامة.¹

تقاوم الجماهير التغيير ولا تتخلى عن عاداتها وتقاليدها بسهولة ولذلك يجب مراعاة هذه

النقطة عن وضع برامج العلاقات العامة فيجب احترام العادات والتقاليد السائدة ضمانا لنجاح

البرامج ومساندة تأييد الجماهير.²

- لا يعرف الجماهير بعضهم البعض شخصيا، بل يستجيبون لقضية أو مشكلة واحدة

تجمعهم.³

- تتصف الجماهير بالوعي والإدراك لمصالحها المشتركة، وتمثل هذه الجماهير جميع

المواطنين كانوا من الجمهور الداخلي أو الجمهور الخارجي.⁴

¹ - محمد عبد الفتاح: العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية د.ط، مصر. المكتب الجامعي الحديث، 2007، ص83.

² - موسى أحمد محمد العلاقات العامة من المنظور الاجتماعي، د.ط، مصر، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2007، ص 124

³ - محمد فريد الصحن: العلاقات العامة المبادئ والتطبيق د.ط، الإسكندرية، الدار الجامعية 2004، ص 231

⁴ - محمود صالح، عبد الخالق: مرجع سابق، ص 73.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

4- أهمية دراسة الجمهور و كيفية كسب تأييده:

يعتبر الجمهور الهدف الأساسي والنهائي في عملية الاتصال، فإذا لم يكن لدى القائم بالاتصال فكرة عن الجمهور وقدراته العقلية وخصائصه النفسية والعاطفية، وخصائص الأولية فسوف يجد ذلك من قدرته على الوصول إليه وإقناعه مهما كانت الوسيلة أو الرسالة مصممة ت صميما جيدا، ومهما كانت قدرات القائم بالاتصال فهناك العديد من التغيرات التي تؤثر على المضمون الذي سوف يعرض المتلقي نفسه إليه مثل : تفكيره ،عواطفه تعليمه وسنه، وشخصيته، ومزاجه وميوله .¹

ودراسة الجمهور لا تعني التعرف عليها فقط، بل من أجل التوافق معه إذ لا بد من مراعاة اهتمامه، فالكاتب في الصحيفة وغيرها من وسائل الإعلام لا يكتب نفسه بل للقارئ، وهذا القارئ لا يقبل على القراءة إلا إذا وجد الصحيفة تعكس اهتمامه ورغباته ومشكلاته وتوافق آرائه، واتجاهاته ود أفعاله المتوقعة منه لهذا السبب تهتم الصحف بوسائل الإعلام الأخرى بالمحليات والقضايا والحوادث الشخصية والشخصيات المعروفة والقريبة من الجمهور كأحد عوامل الجذب لزيادة توزيع الصحف، أو زيادة الإقبال والتعرض على أساس أن الاستطلاع لدى الجمهور يدفعهم أكثر لمعرفة ما يدور في البيئة الأقرب منه، ولذلك تعتبر خطوة تحديد

¹ - صونية قورادي: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال)، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة بسكرة، دص.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور الخارجي لحماية الغابات

معالم فئات الجمهور خطوة أساسية لازمة لنجاح الاتصال الفعال مع الأخذ في الاعتبار أهمية انسياب المعلومات بدءاً من الجمهور المستهدف وذلك بهدف إمكانية تقديم الرسائل الاتصالية الفعالة التي تتناسب مع طبيعة الجمهور للمستهدف وخصائصه.

أولاً: أهمية تحديد الجمهور بالنسبة للمؤسسة

يعتبر الجمهور المادة الخام التي تتعامل معها العلاقات العامة فلا اتصال دون جمهور إذ تتحدد فعالية الاتصال على كيفية استقبال الجمهور للرسالة وكيف يتصرف إزاء استقبالها؟ ومدى تفاعله معها، وماهي وسائل الاتصال للمناسبة لكل فئة من فئات الجمهور؟ ولمعرفة كل هذا لابد من تحليل وقياس آراء واتجاهات الجمهور اتجاه المؤسسة وبرامجها ومن ثم تحديد خصائصه.

أما دراسة الجمهور ومعرفته فهي مهمة القائم بالعلاقات العامة الأساسية، التي تستلزم فحص الجمهور فحصاً دقيقاً وشاملاً لكل مكوناته واتجاهاته وصفاته والمعروف أن لكل مؤسسة جمهورها الخاص بها حسب نوعية الخدمات والسلع المقدمة من طرفها.¹

¹ - كريمة حاج أحمد العلاقات العامة داخل المؤسسة (دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية Denitex)، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص إعلام واتصال السانبا، كلية العلوم الاجتماعية مدرسة الدكتوراه للعلاقات الاجتماعية والإنسانية جامعة وهران، 2009/2010 د ص

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

كما أن تحديد الجمهور تحديدا دقيقا يساعد أخصائي العلاقات العامة على معرفة الخلفيات الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية السياسية لأفراد الجمهور ومعرفة معتقداتهم واحتياجاتهم، وفي الوقت ذاته التعرف على الاختلافات الجوهرية لأفراد الجمهور، خصائصه ومصالحه لأن مصالح الجمهور قد تختلف من جمهور لآخر، فمصلحة العمال داخل المؤسسة قد تختلف عن مصلحة المستهلكين خارج المؤسسة، بحيث يرغب العمال في الحصول على أعلى المراتب، أما المستهلكين فيرغبون دائما في الحصول على أفضل السلع والخدمات وعليه فإن دور القائم بالعلاقات العامة هو التوفيق بين هذه المصالح ومراعاة تحقيق هذه الرغبات.¹

ثانيا: كيفية كسب تأييد الجمهور

يتوقف النجاح في كسب رأي الجمهور وإقامة علاقات الثقة معه بالدرجة الأولى على احترام مصالحه وإعلامه بالحقيقة المجردة وواقع الأمور وهي كالاتي:

1- احترام مصالح الجمهور:

يؤدي وجود العلاقات بين الإدارة وجمهورها بصورة منطقية وسليمة إلى وجود المصالح الخاصة بالجمهور والإدارة معا، وينبغي على الإدارة أن تسعى إلى تحقيق مصالحها من

¹ - المرجع نفسه، د ص.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

خلال تحقيقها لمصالح الجمهور والإدارة لن تستطيع أن تؤمن غير هذا الطريق، إذ أن استمرار المؤسسة وازدهارها ورواج منتجاتها التي تتصل مباشرة بمصلحتها لا يتحقق إذا لم تراعي تلك المؤسسة المصالح الخاصة بكل مستخدم يعمل في إطارها ومستهلك يهتم بما تقوم بإنتاجه من سلع أو ما تقدمه من خدمات.¹

2 - إعلام الجمهور :

إن إعلام الجمهور بعناصر الحقيقة في كل ما يعود لصالحه وشؤونه، يعتبر من الأمور الأساسية التي يقتضي تحقيقها لأن تلك العناصر هي التي تكون رأيه وما يفكر به إزاء ما يتصل بمصالحه وأوضاعه، ولا تكفي أن تلتزم الإدارة باعتماد الإعلام وسيلة لتتوير الجمهور، وتعتمد إطلاقه بمعزل الشروط والضوابط التي تقتضيها فعاليته وجدواه لابد من وجود بعض الشروط التي يتوجب توافرها لكي يكون إعلام الجمهور فعالا ويحقق أهدافه.²

وتتمثل تلك الشروط فيما يلي:

- أن يقوم الإعلام على الأمور التي تهم الجمهور.
- أن يكون الإعلام في شكله وأساسه متوافق مع مستوى عقلية الجمهور وعاداته وتقاليده.

¹ - فهمي محمد العدوي: مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 87

² - المرجع نفسه، ص 88

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

- أن يتم تنفيذ الإعلام في الوقت الملائم.

- أن يقابله وبنفس القدر من الأهمية إعلام الإدارة عن الجمهور.

5- أساليب دراسة الجمهور:

تنقسم أساليب دراسة الجمهور إلى أساليب تقليدية وأساليب حديثة وهي كالآتي:

1- الأساليب التقليدية لتشخيص ودراسة الجمهور:

في غياب الدراسات حول الجمهور يلجأ أصحاب القرار إلى الوسائل والأساليب التقليدية

وتتمثل في:¹

- الملاحظة المباشرة لسلوك الجمهور أو فئة من الجمهور كأن نلاحظ داخل أسرنا

أفضليات شو، ونعممها على المجتمع الكلي بصفة اعتباطية، أو نتحدث مع بعض الناس

في عدة مناسبات حول ما يقرؤونه أو يشاهدونه ونكون فكرة تقريبية نعممها أيضا على

المجموعة، وتتسم هذه الطريقة بالذاتية، إذ تتكون أساسا من انطباعات وملاحظات متسرة

وغير مراقبة قد تؤدي إلى تعميم ملاحظات لا تخص إلا فئة محدودة من المجتمع.

¹ - المهدي الجندوبي : دراسة الجمهور (مذكرة درس الاتصال)، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، غير منشورة، د.ب،

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

- رسائل يكتبها القراء أو المستمعون أو المشاهدون يعبرون فيها عن اهتماماتهم وتأييدهم

لموقف أو إعجابهم بشخص ما أو بشيء ما، وعن آرائهم ويعتبر المهنيون والمسؤولون

الرسائل مؤشر لنجاح أو إخفاق البرامج أو المؤسسة، إضافة إلى محتوى الرسائل يهتم

الخبراء بما تحمله الرسالة من معلومات حول الباحث أو مرسل الرسالة، وقد يتخيل البعض

أن هذه المؤشرات كافية لتشخيص ملامح الجمهور، لكن هذا الرأي لا يمكن اعتماده لأنه

لوحظ أن عادة العدد القليل من الناس الذين يرسلون المؤسسات الإعلامية لشكرها أو

انتقادها، وقد يتصفون بصفات عديدة قد لا تكون الصفات الغالبة عند الجمهور الكلي.

- المكالمات الهاتفية التي يقوم بها المواطنون: وذلك للتعبير عن مواقف أو آراء إزاء

البرامج أو محتوى معين، وإذا تمكنت مثل هذه الرسائل من الحصول على رجع صدى فإنها

لا يمكن أن تعتمد من قبل المنتجين والمسؤولين داخل المؤسسات لمعرفة آراء عامة الناس،

إذ لا يتوفر الهاتف عند كل فئات الجمهور وإذا توفر فإن الفئة القليلة التي تستعمله ليست

بالضرورة ممثلة لعامة الناس.

- الاعتماد على المبيعات لتحديد الجمهور يعتمد للهنيون المسؤولون على المبيعات لتحديد

ودراسة الجمهور بصفة تقريبية بالنسبة للجرائد والمجلات مع اعتبار أن النسخة الواحدة يمكن

أن يقع تداولها من قبل أكثر من قارئ ويمكن هذا المؤشر من تحديد تقريبي للعدد الإجمالي

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

للقرء ولتوزيع القرء الجهات عندما توفر مصلحة المبيعات جداول المبيعات الجهات، فإنه يبقى قاصرا كلما أردنا تدقيق ملامح القرء.

وولي المنتجون وأصحاب القرار في المؤسسات خاصة في التلفزيون أهمية خاصة لردود أفعال الصحافة التي تنشر إضافة إلى برامج التلفزيون مقالات نقدية حول ما يبث من برامج وأصبح النقد التلفزيوني ركنا في الجرائد والمجلات.

إن مختلف هذه الوسائل والأساليب البدائية وإن تمكن المهني وصاحب القرار من تقليص ول في معرفته للجمهور، فهي تبقى قاصرة ويجب التعامل معها بشكل حذر حتى لا تعوض المجهول بتصور خاطئ، كان نعم رأيا عبر عنه صحفي مثلا انه يعبر عن آراء الجمهور.

2 الأساليب الحديثة لدراسة الجمهور:

هناك ثلاث أساليب تستعمل على نطاق واسع في دراسة الجمهور وهي كالاتي:¹

- أسلوب البحث التجريبي: ويستعمل خاصة في عملية الكشف عن الخصائص

السيكولوجية والاجتماعية والتفاعل الاجتماعي وتأثير السياقات المتنوعة في استجابة

الجمهور للرسالة، ويقوم أساسا على أسلوب التجربة العلمية التي تكشف عن العلاقات

المسببة بين المتغيرات المختلفة التي تتفاعل مع القوى التي تحدث في للموقف التجريبي.

¹ - رحيم يونس، كرو الغواوي منهج البحث العلمي، د.ط، الأردن دار دجلة، 2008، ص 102.103.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

إن أسلوب البحث التجريبي لا يقتصر على إجراء الاختبارات لتحديد أسباب الظاهرة، وإنما يتعدى إلى تنفيذ الإجراءات الأخرى بعناية تامة وبدون هذه الإجراءات فإن عملية الاختبار تصبح لا قيمة لها، وعلى الباحث التجريبي أن يقوم بالخطوات الآتية:

- التعرف على المشكلة وتحديدها.
- صياغة الفروض واستنباط نتائجها.
- وضع تصميم تحريبي يتضمن جميع النتائج وشروطها وعلاقتها .
- أسلوب المسح يقوم أساسا على الاستجابات والاستثمارات لتحديد فئات الجمهور على أساس الجنس السن ومستوى التعليم والوظيفة، والمواقف والآراء.
- إن القائمين بهذا النوع من الدراسات يستعملون وسائل كثيرة للحصول على المعلومات وقد تكون استمارات أو مقابلات.
- لابد في هذا المجال أن ننبه إلى ضرورة الحصول على عامل حساب المتغيرات تؤثر في إجابة المجيبين كالمركز الاقتصادي والاجتماعي.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

- أسلوب دراسة الحالة: ويستخدم الملاحظة ومتابعة الحالة المدروسة لفترة زمنية معينة، والمقابلة الجماعية والفردية والوثائق، وهو أسلوب لبحث ظاهرة معينة في فضاء معين، لكن نتائجها غير قابلة للتعميم.

تعني هذه الطريقة بدراسة شخص أو مجموعة من الأشخاص في نقطة محددة عبر فترة

زمنية محددة نصد الكشف عن سلوك أو بعض جوانب السلوك للفرد أو مجموعة من

الأشخاص، إن دراسة الحالة تختف عن الدراسة المسحية في عدة أمور منها:

- تتجه دراسة الحالة إلى التوصل إلى معلومات عن عدد كبير من العوامل موضوع البحث

بينما تتجه الدراسة المسحية إلى التوصل إلى عدد قليل من المعلومات.

- تنشغل دراسة الحالة بالفحوص في العوامل المحددة للسلوك في حين تنشغل الدراسة

المسحية بالوصف الدقيق لسطح الظواهر .

- تحرص دراسة الحالة باستخدام عدد أكبر من وسائل البحث، في حين تقنع الدراسة

المسحية بأقل ما يمكن من أدوات البحث.

- يغلب على دراسة الحالة الأسلوب النوعي، في حين يغلب على الدراسة المسحية الأسلوب

الكمي.

الفصل الثاني تأثير استراتيجيات الاتصال على الجمهور

الخارجي لحماية الغابات

- تكون العينة صغيرة في دراسة الحالة، بينما تكون كبيرة في الدراسات المسحية.

الفصل الثالث

الجانب الميداني

1- عرض وتحليل النتائج:

بعد تصميم الاستبيان واختباره وتعدياه يتم تعميمه على العينة المستهدفة من الدراسة وبعد جمعه من المبحوثين يتم وهناك عدة برامج للتحليل الإحصائي ولكننا سنستخدم برنامج Statistical Package for Social Sciences المجموعة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS ويسهل لنا البرنامج صنع القرار حيال موضوع الدراسة من خلال إدارته للبيانات وتحليله الإحصائي السريع للنتائج وفيما يلي سنحلل استبيان باستخدام البرنامج.

1 -قياس متغيرات و أبعاد الدراسة :

يعتمد سلم القياس بشكل كبير على التعريفات الإجرامية الموضوعية للبحث وكما هو معلوم فالتعريفات الإجرائية تستمد من الدراسات السابقة ومن نختلف القراءات في المصادر والمراجع ويتم البناء عليها بدقة وأكثر المقاييس شيوعا مقياس ليكرت وهو مجموع الإجابات المحصلة حول "فقرات ليكرت Likert item وهو مقياس يستعمل لتحديد الدرجة.

الاجابة	الدرجة في عملية تحليل الاستبان
نعم	3
لا	2
الى حد ما	1

1-1-معامل الثبات يعني استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه أي أنه يعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة . لإجراء اختبار الثبات لأسئلة الاستبيان نستخدم احد معاملات الثبات مثل معامل " Alpha Cronbach's ومعامل الثبات يأخذ قيما ، تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر . وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام تكون قيمة المعامل تساوي الواحد.

2.1- تحليل عبارات الاستبيان

بعد عملية إسترجاع الموزعة على أفراد العينة المدروسة المتمثلة في الجمهور الخارجي نقوم بتفريغ الاستبيانات من خلال ترتيب البيانات المتحصل عليها في جداول قصد تحليلها و معالجتها ولذلك نقوم بعملية تحليل الاستبيان من خلال النتائج من إجابات الجمهور الخارجي نستنتج ما يلي:

الجدول رقم 01 يوضح إتباع تعليمات مصالح الغابات للجمهور في عدم دخول مناطق غابية محظورة

النسبة المئوية	التكرارات	
30%	6	الى حد ما
00%	0	لا
70%	14	نعم
100%	20	المجموع

تحليل معطيات الجدول -1- : إتباع تعليمات مصالح الغابات للجمهور في عدم دخول مناطق غابية محظورة

- ان قراءتنا لمعطيات الجدول أعلاه نجد أن معرفة نسبة 70 % من أفراد العينة من قالو (نعم) ثم نسبة 30 % من أفراد العينة من قالو (إلى حد ما) وهنا نقول أن أفراد العينة لم يقولو لا وهذا نسبة لتأييدهم على إتباع مصالح تعليمات مصالح الغابة.

الجدول رقم 02 : يوضح عدم استخدام أدوات محظورة

النسبة المئوية	التكرارات	
45.0%	9	الى حد ما
00%	0	لا
55%	11	نعم
100%	20	المجموع

تحليل معطيات الجدول -02- :عدم استخدام أدوات محظورة

- يضيف لنا الجدول أعلاه المتضمن عدم استخدام ادوات محظورة حيث أن أكبر نسبة هي 55 % من افراد العينة من قال نعم بتكرار 11 ونسبة 45 % من أفراد العينة يرون أنه استخدام هذه الادوات المحظورة لست بضرورة أن تكون أو لا تكون لذلك قالو (الى حد ما).

الجدول رقم 03 يوضح عدم الصيد في الأوقات الممنوعة

النسبة المئوية	التكرارات	
%40	8	الى حد ما
%15	3	لا
%45	9	نعم
%100	20	المجموع

تحليل معطيات الجدول -03-: عدم الصيد في الأوقات الممنوعة:

-يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن نسبة 45% من أفراد العينة من قالو (نعم) ونسبة 40% من أفراد العينة من قالو (إلى حد ما) ونسبة 15% من قالو (لا) برغم من أن مصالح إدارة الغابات قد حذرت من الصيغ في الأوقات الممنوعة لأنها مخالفة تستوجب العقوبة وفي الأخير يبقى رأي الجمهور وكل له حرية رأيه .

الجدول رقم 04 : يوضح رمي الأوساخ والفضلات والنفايات الهامدة

النسبة المئوية	التكرارات	
30%	6	الى حد ما
40%	8	لا
30%	6	نعم
100%	20	المجموع

تحليل معطيات الجدول -04-: رمي الأوساخ والفضلات والنفايات الهامدة

هنا نرى أن نسبة 40 % من أفراد العينة من قالو (لا) ونسبة 30 % من أفراد العينة من قالو (نعم) ثم نسبة 30% من أفراد العينة من قالو (إلى حد ما) وهنا نقول أن نسبة أفراد العينة الذين قالو (نعم ولا) ليست نسبة بعيدة من بعضها بنسبة 10 % وهذا راجع على عدم تنبيه فرد المجتمع بالحفاظ على البيئة سواء في الأسر أو المدارس التربوية والتأثير على الفرد من خلال العملية الاتصالية فيما بينهم .

الجدول رقم 05 : يوضح نشر التوعية البيئية في الغابات

النسبة المئوية	التكرارات	
5%	1	الى حد ما
5%	1	لا
90%	18	نعم
100%	20	المجموع

تحليل معطيات الجدول -05-: نشر التوعية البيئية في الغابات :

-نستنتج أن نسبة 90% من أفراد العينة من قالو (نعم) ونسبة 5 % من أفراد العينة من قالو (لا) ثم نسبة 5 % من قال (إلى حد ما) ومن هنا نستنتج أن المؤسسة تقوم بدورها الاتصالي نحو نشر توعية بيئية للحفاظ على بيئة سليمة بعد مؤشر إيجابي يتبع المؤسسة الاستفادة من بيئة غابية محافظة لأداء رسالة للجمهور الخارجي .

الجدول رقم 06 : يوضح إبلاغ عن أي مشكلة و الاتصال بالرقم الأخضر 1070

النسبة المئوية	التكرارات	
30.0%	6	الى حد ما
15%	3	لا
55%	11	نعم
100%	20	المجموع

1- تحليل معطيات الجدول:

يتبين لنا من النتائج المتحصل عليها أن نسبة 5%5% من أفراد العينة من قالو (نعم) ثم نسبة 30% من أفراد العينة من قالو إلى حد ما (ثم نسبة 15% من أفراد العينة من قالو (لا) وهنا نقول أن أفراد العينة إتصالهم بالرقم الأخضر 1070 نسبة متوسطة ومعظمهم لا يقوم بالعملية الإتصالية

الجدول رقم 07 : يوضح إخطار عن وجود حريق في الغابة

النسبة المئوية	التكرارات	
45%	9	الى حد ما
5%	1	لا
50%	10	نعم
100%	20	المجموع

تحليل معطيات الجدول - 07- إخطار عن وجود حريق في الغابة من خلال الجدول رقم 2 يتبين لنا أن نسبة 50% من أفراد العينة من قالو (نعم) والقيام بالعملية الاتصالية عند رؤيتهم بوجود حريق في الغابة ثم نسبة % 45 من أفراد العينة من قالو إلى حد ما (ثم نسبة 5 قالو (لا)

الجدول رقم 08 : يوضح إبلاغ عن المفسدين في الغابة .

النسبة المئوية	التكرارات	
%24	5	الى حد ما
%25	5	لا
%50	10	نعم
%100	20	المجموع

تحليل معطيات الجدول 8- إبلاغ عن المفسدين في الغابة :

يتضح من خلال الجدول أنسبة أفراد العينة من قالو (نعم) % 50 وقيامهم بالعملية الاتصالية وابلغهم عن المفسدين في الغابة ونسبة % 25 من قالو (لا) وكذلك نسبة % 25 من أفراد العينة من قالو إلى حد ما (وهنا يتضح لنا أن نسبة قليلة من أفراد العينة الذين يمكنهم الإبلاغ عن المفسدين في الغابة قالو(نعم).

الجدول رقم 9: يوضح ابلاغ عن وجود حيوانات خطيرة في الغابة.

النسبة المئوية	التكرارات	
30%	6	الى حد ما
50%	10	لا
20%	4	نعم
100%	20	المجموع

تحليل معطيات الجدول -9-: وجود حيوانات خطيرة في الغابة

الملاحظ من خلال الجدول اعلاه ان نسبة 50% من أفراد العينة كان تفاعلهم حول قولهم (لا) وأما نسبة 30% من أفراد العينة كان تفاعلهم لتأييدهم (الى حد ما) في حيث نسبة 20% من قالو (نعم) وهذا يعني أن تفاعل أفراد العينة الأغلبية كان غير ايجابي ربما كان تفاعلهم حسب نوع الموضوع وأن وجود حيوانات خطيرة في الغابة حالة نادرة .

الجدول رقم 10: يوضح الإخطار في حالة تقلب المناخ في الغابة

النسبة المئوية	التكرارات	
30%	6	الى حد ما
35%	7	لا
35%	7	نعم
100%	20	المجموع

تحليل معطيات الجدول -10- :الإخطار في حالة تقلب المناخ في الغابة

من خلال ملاحظتنا للجدول أعلاه المتضمن عن حالة تقلب المناخ في الغابة أن من قالو (نعم) و (لا) يمثلون نسبة كبيرة من أفراد العينة حيث أعلى نسبة قدرت ب 35% من نسبة 30 % من أفراد العينة الذين قالو (الى حد ما) ومن خلال هذه النتائج نرى ان تفاعل المنظورين من تقلب المناخ في الغابة نسبة فوق المتوسط .

الجدول رقم 11 : يوضح تأسيس جمعيات ومنظمات من أجل حماية الغابات

النسبة المئوية	التكرارات	
20%	4	الى حد ما
10%	2	لا
70%	14	نعم
100%	20	المجموع

تحليل معطيات الجدول -11- : تأسيس جمعيات ومنظمات من أجل حماية الغابات

-يتبين لنا من النتائج المتحصل عليها أن نسبة 70 % من أفراد العينة من قالو (نعم) ونسبة 20% من قالو (إلى حد ما) ثم نسبة 10 % من أفراد العينة من قالو (لا) ، وهذا يؤكد أن الجمهور أو فئة من أفراد العينة له تأييد بنسبة كبيرة على تأسيس جمعيات ومنظمات من أجل حماية الغابة أو يبدوا أن المؤسسة الغابية لها دور كبير في نشر التوعية من اجل محافظة وحماية الغابات .

الجدول رقم 12 :يوضح المساهمة في الأنشطة للحفاظ على بيئة غابية سليمة

النسبة المئوية	التكرارات	
55%	11	الى حد ما
0%	0	لا
45%	9	نعم
100%	20	المجموع

تحليل معطيات الجدول -12-:المساهمة في الأنشطة للحفاظ على بيئة غابية سليمة :

تقضي قراءتنا للجدول أعلاه أن المساهمة في الأنشطة للحفاظ على بيئة غابية سليمة كانت نسبة فوق الوسط بنسبة 55 % من افراد العينة من قالوا الى حد ما، والملاحظ أيضا أن نسبة 45 % من افراد من اتفقوا على نعم ونجد هنا أن الجمهور المتفاعل ليس مزود بالمعرفة على الأنشطة للحفاظ على بيئة سليمة أو غير مبالي بها بالمقارنة مع من قالو نعم ومن قالو الى حد ما .

الجدول رقم 13 : يوضح المساهمة في التشجير

النسبة المئوية	التكرارات	
25%	5	الى حد ما
0%	0	لا
75%	15	نعم
100%	20	المجموع

تحليل معطيات الجدول رقم 13: المساهمة في التشجير :

كذلك من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 75 % من أفراد العينة قالو (نعم) حيث أنها أعلى نسبة نلاحظها ثم نسبة 25% من أفراد العينة قالو (إلى حد ما).

ونلاحظ أن الامكانية المساهمة في التشجير من خلال آراء العينة والتعبير عن كيفية ذلك قد كانت بالايجابية وليست بالسلبية، وهذا راجع لنشر التوعية البيئية بين أفراد المجتمع للحفاظ على بيئة ذو منظر جميل وسليم .

2- نتائج الدراسة :

من خلال الدراسة الميدانية في مؤسسة محافظة الغابات لولاية الاغواط بدلية(أفلو) وتحليل بيانات الاستبيان توصلنا إلى النتائج التالية :

1. الاتصال الخارجي واستراتيجياته في محافظة الغابات لولاية الاغواط بدلية(أفلو) هو عبارة عن تبادل المعلومات بين المؤسسة وجمهورها الخارجي إضافة إلى جميع أنشطة الاتصال الموجهة لجمهور المنظمة الخارجي .

2. يؤثر الاتصال الخارجي في محافظة الغابات لولاية الاغواط على تحقيق أهداف المؤسسة بشكل عالي إذ تهتم المؤسسة بإيصال المعلومات للمحيط الخارجي.

3. من أبرز الوسائل التي تعتمد عليها محافظة الغابات لولاية الاغواط في اتصالها بجمهورها الخارجي هي الانترنت .

4. تعد اللافتات من أبرز الاستراتيجيات المعتمدة في الإعلان عن نشاطات مؤسسة محافظة الغابات لولاية الاغواط.

5. تعاني مؤسسة محافظة الغابات لولاية الاغواط من بعض الصعوبات والمتمثلة في الصعوبات البشرية وتليها التنظيمية وأخيرا الصعوبات المادية .

6. من الصعوبات التي واجهت محافظة الغابات لولاية الاغواط في الاتصال بأفراد المجتمع قلة الوعي البيئي لدى المواطنين .

الخاتمة

الخاتمة

تشير نتائج الدراسة إلى الحاجة إلى إيلاء مزيد من الاهتمام النظري و التجريبي لعمليات الاتصال و بناء الصورة - على سبيل المثال- من خلال التعرف على احتياجات الاتصال المحددة لإصحاب المصلحة المختلفين (الجمهور الخارجي) من خلال تبادل المعلومات ثنائية الاتجاه و الاستباقية .

بالإضافة إلى إرسال رسائل صادقة، من المهم إرسال رسائل تدعم الجمهور لإدراك الفوائد المجتمعية لعمليات قطاع الغابات من مختلف المنظورات المجتمعية و القطاعية والشركات واستدامة المنتجات.

يعد تصميم اتصالات قطاع الغابات وبناء الصورة عن طريق إرسال رسائل محددة غلى جماهير محددة جانبا مهما آخر لتحسين الاتصال بقطاع الغابات.

يجب معالجة هذه المسألة من خلال المشاريع البحثية المستقبلية وكذلك من خلال أنشطة الاتصال العملي لهذا القطاع، يمكن استخدام الإطار المطبق في هذه الدراسة لدراسة القطاعات الأخرى (الزراعة، البناء، الصناعات الكيماوية) وكذلك من أجل تقييم الفروق القطاعية في الاتصال على مختلف مستويات الاستدامة الهرمية عند مخاطبة أصحاب المصلحة المختلفين (الجمهور الخارجي)

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولا : المراجع باللغة العربية .

1. إبراهيم إمام: العلاقات العامة والمجتمع، د.ط، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1968،
2. إبراهيم بن عبد العزيز الدعياج: مناهج وطرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع ، الأردن، 2010م،
3. ابن منظور: لسان العرب ، ط3، لبنان، دار صادر، 1999 ، الجزء 4 ،
4. أحمد بدر : مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، د. طه درب دار قباء للنشر والتوزيع، 1998،
5. أحمد بن مرسلي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005م،
6. أحمد بن مرسلي : مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط 2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2006،
7. أحمد محمد المصري: العلاقات العامة، د.ط، درب مؤسسة شباب الجامعة، 2006،
8. أمير يحيوي، " نظرية المال العام "، الطبعة الثالثة، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص 35.
9. بلخيري جابري: مدخل الاتصال والعلاقات العامة، ط 1، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، 2013،
10. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، درط مصر - القاهرة، دار الفكر العربي، 1978،
11. خو رشيد مراد: الاتصال الجماهير والإعلام، التطور، الخصائص النظرية، ط 1 ، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011،

قائمة المصادر والمراجع

12. رحيم يونس، كرو الغواوي منهج البحث العلمي، د.ط، الأردن دار دجلة، 2008، ص 102.103.
13. طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبيحي إدريس: الإدارة الإستراتيجية، دار وائل للنشر و التوزيع، ط1، 2007،
14. عبد السلام أبو قحف، أساسيات الإدارة الإستراتيجية، الدار الجامعية، ط2، 1999،
15. عبد الله محمد عبد الرحمن: سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، النشأة والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية، د.ط، لبنان، بيروت دار المعرفة الجامعية، 2005،
16. غريب عبد السميع الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، د.ط، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 1996،
17. فهمي محمد العدوي: مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011،
18. ليلى زروقي، "محاضرات بعنوان النظام القانوني للأملك الوطنية"، المعهد الوطني للقضاء، ماي 2001،
19. محسن حسين العيساوي و آخرون: الإدارة الإستراتيجية المستدامة، دار الورق للنشر، ط1، 2012،
20. محمد الجوهري، فاطمة الفكياني الإعلان والمجتمع دراسات في علم الاجتماع الإعلامي، در ط، مصر، دار المعرفة الجامعية 1998،
21. محمد اليدوي : دراسات سوسيو إعلامية، د. ط، لبنان، دار النهضة العربية، 2006،
22. محمد بكر نوفل، فريال محمد أبو عواد: التفكير والبحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، دط، الأردن، 2015،
23. محمد عبد الفتاح: العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية د.ط، مصر. المكتب الجامعي الحديث، 2007،

قائمة المصادر والمراجع

24. محمد فريد الصحن: العلاقات العامة المبادئ والتطبيق د.ط، الإسكندرية، الدار الجامعية 2004، ص 231
25. محمد محفوظ الزهري: العلاقات العامة، ط1، المشكلات والحلول، 2004،
26. محمد محمد البادي: التخطيط الإستراتيجي للإتصال، دار المهندس للطباعة، دمياط الجديدة، ط1، 2005 ،
27. محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط 1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007،
28. محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، مصر ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، المجلد 3 ، 2003 ،
29. محمود صالح عبد الخارق : العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية د.ط، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2000.
30. المهدي الجندوبي : دراسة الجمهور (مذكرة درس الاتصال)، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، غير منشورة، د.ب، 1990.
31. موسى أحمد محمد العلاقات العامة من المنظور الاجتماعي، د.ط، مصر، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2007،
32. ناصر دادى عدون: الإتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية(دراسة نظرية و تطبيقية)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004 ،
33. نصر الدين هنونى، "الوسائل القانونية والمؤسسية لحماية الغابات في الجزائر" ، الطبعة الأولى، مطبوعات الديوان الوطني للأشغال التربوية الجزائر، 2001،
34. الهادي مقداد، "قانون البيئة"، مطبعة النجاح الجديدة، الطبعة الأولى، الدار البيضاء، المغرب، 2012،
35. يونس إبراهيم حيدر: الإدارة و الإستراتيجية للمؤسسات و الشركات، دون دار نشر،

قائمة المصادر والمراجع

36. يونس طارق الشريف: إدارة العلاقات العامة (مفاهيم ومبادئ وسياسات)، ط 1، الأردن، إبراء للنشر والتوزيع، 2008،

ثانيا : المذكرات والأطروحات .

1. ثابتي وليد، "الحماية القانونية للملكية العقارية الغابية في التشريع الجزائري"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم القانونية، تخصص قانون عقاري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة - 1 الحاج لخضر، 2016-2017
2. صونية قورادي: اتجاهات الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال)، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة بسكرة، دص.
3. علي قسايسية: المنطلقات النظرية لدراسات التلقي دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور (أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولية في علوم الإعلام علي والاتصال)، جامعة الجزائر، 2005/2006
4. كريمة أوشان، "تسيير الغابات"، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع الإدارة والمالية كلية الحقوق جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2007، 2008
5. كريمة حاج أحمد العلاقات العامة داخل المؤسسة (دراسة حالة مؤسسة الصناعات النسيجية Denitex)، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص إعلام واتصال السانبا، كلية العلوم الاجتماعية مدرسة الدكتوراه للعلاقات الاجتماعية والإنسانية جامعة وهران، 2009/2010

قائمة المصادر والمراجع

ثالثا : المجالات .

1. غيش أحمد ، مقال بعنوان نظام الاستغلال الغابي في التشريع العقاري الجزائري" ، مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية، العدد الثاني، مجلة علمية دورية محكمة تصدر عن مخبر البحث في تشريعات حماية النظام البيئي، كلية العلوم والحقوق السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت الجزائر جوان 2014،

رابعا : القوانين والمراسيم التنفيذية .

2. القانون رقم 90-95 المؤرخ في 18 نوفمبر 1990 ، المتضمن التوجيه العقاري، ج . ر ، ع 49 لسنة 1990، المعدل والمتمم بالأمر رقم 95-26 المؤرخ في 25 سبتمبر 1995.
3. محمد عبد الفتاح: العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، د.ط، الإسكندرية، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية،
4. المرسوم التنفيذي رقم 2000-115 المؤرخ في 24 ماي 2000 ، يحدد قواعد إعداد مسح الأراضي الغابية الوطنية، ج. ر، ع 30.
5. المرسوم التنفيذي رقم 91-454، المحدد لشروط إدارة الأملاك الخاصة والعامة التابعة للدولة وتسييرها ويضبط كفاءات ذلك، المؤرخ في 23 نوفمبر 1991.
6. المرسوم رقم 73-2 المؤرخ في 05 جويلية 1975 المتضمن إلغاء القانون رقم 62-157 المؤرخ في 31 ديسمبر 1962 ، الجريدة الرسمية عدد ، 26،

الملاحق

الملاحق

الملاحق

استبيان عن : دور محافظة الغابات لولاية الأغواط في الحفاظ على الثروة الغابية و الحيوانية .

الهدف من الاستبيان : للوصول للأهداف و النتائج المطروحة في البحث .

عينة البحث: دراسة العينة من الجمهور دائرة افلو نموذجا .

مقدمة الباحث:

هذا البحث بعنوان: استراتيجية الاتصال لدى محافظة الغابات لولاية الأغواط لتأثيرها على الجمهور الخارجي ، ويهدف الي الخروج بنتائج حقيقية حول دور محافظة الغابات في الحفاظ على الثروة الغابية و الحيوانية لتحقيق والوصول للأهداف و النتائج المطروحة في البحث، لذا ارجو من سيادتكم الاجابة بكل موضوعية وشفافية علي الأسئلة والعبارات التي يتضمنها الاستبيان.

ملاحظة: يمكن لمن يريد الاحتفاظ بسرية معلوماته عدم كتابة الاسم.

الرقم	الأسئلة	نعم	لا	الى حد ما
1	نشر التوعية البيئية في الغابات .			
2	. عدم استخدام ادوات محظور مثل المنشار الالي لقطع الاشجار ، اشعال النار			
3	. عدم الصيد في الاوقات الممنوعة			
4	. رمي الأوساخ و الفضلات و النفايات الهامدة .			
5	اتباع تعليمات مصالح الغابات للجمهور في عدم دخول مناطق غابية محظورة .			
6	الاحطار في حالة تقلب المناخ في الغابة .			
7	. احطار عن وجود حريق في الغابة			
8	. ابلاغ عن مفسدين في الغابة			

الملاحق

			وجود حيوانات خطيرة في الغابة	9
			ابلاغ عن اي مشكلة و الاتصال بالرقم الاخضر 1070 .	10
			تأسيس جمعيات و منظمات من أجل حماية الغابات .	11
			المساهمة في الانشطة للحفاظ على البيئة الغابية السليمة .	12
			المساهمة في التشجير .	13

