

جامعة عمارة ثليجي الأغواط



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال



الأساليب الاتصالية لدى موظفي مراكز البريد ودورها في  
تحسين الخدمة العمومية

دراسة ميدانية بمراكز البريد الأغواط

مذكرة لنيل شهادة الماستر إعلام واتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف

د. بن جدو عبد القادر

من إعداد الطالبة:

❖ كعباش خديجة

❖ قازي مريم


الموسم الجامعي 2024/2023

# شكر

الحمد لله دائما وابدا فهو الموفق والمستعان

بعد شكر المولى عز وجل على فضله ونعمته التي من بها علينا نتقدم

بخالص الشكر والامتنان وكذا الاحتراما

"للأستاذ المشرف **بن جدو عبدالقادر**"

على ما قدمه لنا من توجيه ونصح في إنجاز واثراء هذه المذكرة

ونوجه شكرنا وامتنانا إلى اعضاء لجنة المناقشة وإلى كل أساتذة كلية

الإعلام والاتصال

كما لا يفوتنا ان نتقدم بالشكر الخالص الى كل الأساتذة الذين أشرفوا

على تعليمنا من بداية مشوارنا الدراسي إلى غاية هذه المرحلة

والشكر الجزيل لكل من ساهم في مساعدتنا في اعداد هذا الموضوع سواء

من قريب أو بعيد وإلى كل هؤلاء تحية تقدير واحترام

# إهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الانبياء والمرسلين  
إهدي ثمرة عملي هذا الى من وصى بهما الرحمان وامر بطاعتهما  
الى اول من رات عيني واحب قلبي ، الى أول صدر ضمني ، الى التي افرح برؤيتها وأرتاح  
للقائها ، الى مدرستي في الحياة ، الى التي تفرح بنجاحي وتشجعي في كل خطوة  
أخطوها ، إلى "امي الحبيبة"  
إلى الذي رباني على الاخلاق الفاضلة وحب الله والصدق في القول والثبات على المبادئ  
ومهد لي طريق العلم ولم يدخر في تربيتي ، وكان سندا لي في الحياة الى من علمني حب  
العمل وكان عوناً لي لارسم طريق النجاح ، الى من اسمه غالي وشانه عالي "ابي الغالي"  
حفظهما الله ورعاهما واطال في عمرهما بكل خير  
الى من نكن لهم صدق المحبة والوفاء والحنان ، الى من جمعني بهم ظلمة الرحم وكانو  
ولازالو سندا لي طيلة مشوار حياتي " اخواتي الغاليات " وفقهم الله وسدد خطاهم  
الى كل الاصدقاء والاقارب والى طلبة سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة اتمنى لهم  
مشورا موفق بعد الدراسة  
والى كل من حمل لي ذرة ود ومحبة في قلبه

كعباش خديجة



# إهداء

اهدي ثمرة عملي وجهدي المتواضع هذا

إلى من أضاءت لي دربي المظلم إلى من كان حبها زادي وعمادي

إلى من كنت احتمي بدعائها الخالصة وحنانها إلى

**أمي حبيبة**

إلى من زرع في قلبي وروح التحدي والاجتهاد وسقاني بالرعاية والاهتمام وأنار دربي ومنحني الحب إلى

**أبي** اصدق الناس

اسأل الله أن يحفظهما ويديم لهما الصحة والعافية

إلى كل الأحباب والأصدقاء.

إلى كل من قدم لي يد المساعدة

**قازي مريم**

## ملخص دراسة :

هدفت الدراسة الى التعرف على الأساليب الاتصالية لدى موظفي مراكز البريد ودورها في تحسين الخدمة العمومية. حيث هدفت إلى التعرف على الممارسات الاتصالية السائدة وتقييم مدى فعاليتها في تلبية احتياجات الزبائن وتعزيز جودة الخدمات المقدمة. ومن خلال دراسة الميدانية أظهرت نتائج الدراسة امتلاك موظفي البريد لمهارات اتصالية متنوعة تشمل التواصل المباشر، واستخدام الوسائل الرقمية، والاستماع الفعال، والتفاوض والإقناع.

كما أبرزت قدرتهم على التواصل بفعالية مع مختلف الفئات، بما في ذلك الفئات الهشة، من خلال أساليب متخصصة.

أكدت الدراسة على الدور المحوري للأساليب الاتصالية الفعالة في رفع مستوى الخدمات وتعزيز رضا الزبائن وصورة المؤسسة. لكنها كشفت أيضاً عن بعض التحديات المتعلقة بصعوبات التعامل مع بعض الزبائن وفروقات في طبيعة العلاقة بينهم وبين الموظفين.

**الكلمات المفتاحية:** الأساليب الاتصالية، البريد والمواصلات الأغواط ، الخدمة العمومية،

### Résumé de l'étude:

L'étude visait à identifier les techniques de communication utilisées par les employés des bureaux de poste et leur rôle dans l'amélioration du service public. Elle cherchait à identifier les pratiques de communication en vigueur et à évaluer leur efficacité à répondre aux besoins des clients et à améliorer la qualité des services fournis.

À travers une étude de terrain, les résultats ont montré que les employés des bureaux de poste possèdent des compétences de communication variées, notamment la communication directe, l'utilisation des moyens numériques, l'écoute active, la négociation et la persuasion.

Elle a également mis en évidence leur capacité à communiquer efficacement avec différents groupes, y compris les groupes vulnérables, grâce à des techniques spécialisées.

L'étude a confirmé le rôle central des techniques de communication efficaces dans l'amélioration des services, le renforcement de la satisfaction des clients et de l'image de l'institution. Cependant, elle a également révélé certains défis liés aux difficultés de traitement avec certains clients et aux différences dans la nature de la relation entre eux et les employés.

**Mots-clés :** Techniques de communication, Poste et télécommunications Laghouat, Service public.

# فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	شكر وعران إهداءات
	ملخص الدراسة
VII	فهرس الموضوعات
X	قائمة الجداول
XI	قائمة الأشكال
أ-ب	مقدمة
<b>فصل الأول الإطار المنهجي للدراسة</b>	
14	أسباب اختيار الموضوع
15	الإشكالية
15	الفرضيات
16	تحديد المفاهيم
16	الدراسات السابقة
17	أهمية الدراسة
18	أهداف الدراسة
20	الصعوبات الدراسة
<b>الجانب النظري</b>	
<b>الفصل الاول الاساليب الاتصالية</b>	
22	تمهيد

23	المبحث الاول : ماهية الاتصال
23	المطلب الاول: مفهوم الاتصال
26	المطلب الثاني عناصر ومكونات الاتصال
32	المطلب الثالث : أنواع الاتصال
35	المطلب الرابع : مستويات الاتصال
35	المطلب الخامس : أنماط الاتصال
37	المبحث الثاني : الاساليب والأشكال الاتصال في المؤسسة
37	المطلب الأول : الاتصال الداخلي
38	المطلب الثاني : اتصال رسمي
38	المطلب الثالث :اتصال غير رسمي
39	المطلب الرابع :الاساليب الاتصالية
41	خاتمة الفصل
<b>الاجراءات الميدانية للدراسة</b>	
43	تمهيد
44	أولا : لمحة عامة حول مؤسسة البريد والمواصلات الجزائر
48	مجالات الدراسة
49	منهج الدراسة
49	عينة الدراسة
50	أدوات جمع البيانات
57	عرض وتحليل نتائج الدراسة

65	نتائج الدراسة
67	خاتمة
71-69	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	صفحة
1.	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	52
2.	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	53
3.	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية.	54
4.	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى العلمي	55
5.	يوضح الأساليب الاتصالية المساعدة للموظف في إتمام وظيفته	57
6.	يوضح مدى مساهمة الأساليب الاتصالية في رفع مستوى البريد	58
7.	يوضح كيفية التعامل مع فئة كبار السن وقدرة الاتصال بهم	59
8.	يشير إلى مدى استطاعة الموظفين مع فئة الإعاقة الذهنية	60
9.	يوضح طريقة الخطاب مع فئة المعاقين سمعياً	61
10.	يوضح مدى توفر الجانب الأمني في خدمة البريد	62
11.	مدى وجود فروق في طبيعة العلاقة بين الموظف والزبون	63
12.	يوضح الأساليب التي تلجأ إليها المؤسسة البريد في المناسبات	63
13.	يوضح مدى وجود صعوبة في التعامل مع الزبون	64

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
45	الهيكل التنظيمي للوحدة البريدية بولاية الأغواط	01
52	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	02
53	يوضح توزيع العينة حسب السن	03
55	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية	04
56	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى العلمي	05

مقدمة

## مقدمة:

إنّ اختلاف التنظيمات و تعددها و انتشارها الهائل في المجتمع الحديث، استدعى الى الاهتمام بهذه الظاهرة، حيث قاموا بدراستها و تشخيصها وتتبع اثارها ونتائجها على مختلف المستويات نظرا أن الانسان لا يستطيع ان يعيش و يعمل منعزلا عن الآخرين فهو يتبادل معهم الافكار و المشاعر حيث يؤثر فيهم و يتأثر بهم و هذا يعني تنسيق العمل وضبط الجهود ، هذه ببساطة عملية تنظيم النشاط و الادوار و الوظائف ، كما يجمع التنظيم بين الاتصال و الرقابة وفقا لخطة هادفة يخطط لها التنظيم لكي ينفذ و يحقق مختلف ادواره

ويعد الاتصال من الجوانب الأساسية في تسيير المؤسسة الذي يؤثر بشكل كبير على أدائها ونجاحها في تحقيق أهداف فعالية الاتصال تتعلق بالقدرة على تحقيق الهدف الذي وجد الاتصال من أجله ، وتحديد الهدف الذي تم توجيه الاتصال لتحقيقه، خاصة الاتصال الداخلي في المؤسسة من أهم أنواع الاتصال ، فهو يساعد على توحيد رؤية المؤسسة وتحقيق التفاهم بين الموظفين والإدارة وذلك من خلال تبادل المعلومات والأفكار والآراء. بالإضافة إلى ذلك فإن الاتصال الخارجي يعتبر عاملاً حاسماً في تأسيس علاقات جيدة مع الشركاء التجاريين والعملاء والمجتمع المحيط. والمؤسسة باعتبارها مصدر المجتمع أكبر فهي تقوم على جماعات بشرية تربطهم علاقات انسانية و تجمعهم اهداف واغراض مشتركة، وتحكمهم نظم و قوانين مشتركة ايضا ، فالافراد والجماعات يتحركون داخل المؤسسة بغية تحقيق الاهداف والغايات واشباع حاجاتهم ، وهم على ذلك يتبادلون المعلومات والمشاعر والاحاسيس.

وعلى الرغم من أهمية الاتصال في تسيير المؤسسة ، فإن هناك بعض التحديات التي تواجه المؤسسات في استخدام الاتصال بشكل فعال، مثل تفاوت مستوى الاتصال بين الموظفين وعدم وجود أساليب واضحة للتواصل وتقاسم المعلومات. وبالتالي يعتبر تطوير وتحسين الاتصال في المؤسسة مهماً لتحقيق النجاح وتحقيق الأهداف المحددة. وبناءً على هذا يمكن القول ان الاساليب الاتصالية تساعد على اداء الاعمال بطريقة افضل ، فلولا

الاتصال لما استطاع الانسان بناء انظمة اقتصادية واجتماعية ، وتظهر اهمية الاتصال بشكل حيوي في مراكز البريد ولاية الاغواط، وعلى هذا سيتم تسليط الضوء من خلال دراسة الأساليب الاتصالية في مراكز البريد، وقد قسمت هذه الدراسة الى قسمين:

## 1 - قسم نظري و يتضمن فصلين :

يتناول الفصل الأول: موضوع الدراسة وقد تضمن الاشكالية، اهمية الدراسة، اسباب اختيار الموضوع ، اهداف الدراسة ، تحديد المفاهيم ، الدراسات السابقة ، فرضيات البحث.

## الفصل الثاني: العمليات الاتصالية

## 2. قسم ميداني: ويتضمن ما يلي :

قسم الاجراءات الميدانية للدراسة التعريف بالمؤسسة الهيكل التنظيمي مراكز البريد بولاية الاغواط .

القسم الثاني : تحليل نتائج الدراسة على ضوء إستمارة المقابلة مع المبحوثين والتي كانت تكشف الأساليب الإتصالية لدى العاملين بمراكز البريد.

الاطار النظري للدراسة

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

## أسباب اختيار الموضوع :

يرجع اهتمام ورغبة الباحث التي تشده لموضوع ما لدوافع وأسباب متعلقة باعتبارات ذاتية قد تكون في مجال تخصصه أو كموضوع يفرض ذاته على الباحث لاكتشاف الحقائق والتوسع فيه وأخرى موضوعية متعلقة بواقع معاش لكثرة المعلومات العلمية حول هذا الموضوع ومن هنا يمكن تلخيصها في الآتي :

نعم، يمكن تقسيم أسباب اختيار هذا الموضوع إلى مبررات ذاتية ومبررات موضوعية:

## المبررات الذاتية:

1. الاهتمام الشخصي بموضوع الاتصال وأهميته في تحسين الخدمات العمومية.
2. الرغبة في إجراء دراسة ميدانية والاستفادة من الخبرة العملية في هذا المجال.
3. الفضول العلمي للتعلم في فهم أساليب الاتصال لدى موظفي مراكز البريد وتأثيرها.
4. إمكانية الحصول على درجة علمية أو شهادة من خلال هذه الدراسة.
5. اكتساب مهارات جديدة في مجال البحث العلمي والدراسات الميدانية.

## المبررات الموضوعية:

1. أهمية قطاع البريد كخدمة عمومية حيوية للمواطنين.
2. الحاجة إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة في مراكز البريد.
3. الدور المحوري للاتصال الفعال في تحسين تجربة العملاء وجودة الخدمة.
4. الافتقار إلى دراسات متخصصة في هذا المجال على مستوى ولاية الأغواط.
5. إمكانية تقديم توصيات وحلول عملية لتحسين أساليب الاتصال في مراكز البريد.
6. الإسهام في تطوير المعرفة العلمية حول الاتصال التنظيمي والخدمات العمومية.

## إشكالية الدراسة

تعد الاساليب الاتصالية من الدعائم الاساسية للمؤسسة ، وذلك من خلال الدور الذي تقوم به في تسيير و تنظيم العلاقات الانسانية ونشر المعلومات و الافكار ، فيؤدي ذلك الى خلق جو من الثقة المتبادلة بين اعضاء المؤسسة ، فيزيد ذلك من التقارب والانسجام العلمي فهي اساس كل تنظيم ناجح لهذا يعتبر الاتصال من العوامل التي يتوقف عليها سير العمل داخل مؤسسة ، في خلل في العملية التسييرية ينتج عنه وصول المؤسسة الى اهداف غير مرغوب فيها و العكس صحيح و عليه فان حياة اي مؤسسة "مؤسسة البريد بالأغواط هي واحدة من المؤسسات الهامة في الحياة الاجتماعية تعتمد هي الأخرى على الاتصال وذلك من اجل تطويرها و تحقيق متطلبات العاملين و خدمة الصالح العام فان الاتصال له اثر كبير داخل و خارج المؤسسة وعليه فان الاشكالية تبنى كالتالي :

✓ كيف تساهم الأساليب الاتصالية للموظفين في البريد والمواصلات في تحسين خدمة المواطن بالخصوص ( الفئة الهشة ) ؟

ويمكن معالجة هذه الإشكالية من خلال التسؤلات التالية :

- كيف تؤثر القدرة الاقناعية للموظف في تلبية حاجيات الزبائن ؟
- كيف تساهم طريقة الحوار الفعالة مع الموظف مع كبار السن في تحسين خدمتهم ؟
- كيف تؤثر الصفات الشخصية التعاونية في تحسين الخدمة اتجاه المعاقين ؟

## الفرضيات :

- تؤثر القدرة الاقناعية للموظف إيجابيا في تلبية الحاجيات الزبائن ذوي محدودية التعليم
- تساهم طرق الحوار الفعالة في تسهيل العمليات مع كبار السن
- تساعد الصفات الشخصية التعاونية في تحسين الخدمة ورفع مستوى الأداة تجاه المعاقين

تحديد مفاهيم الدراسة :

من المفاهيم المتداولة في هذا الموضوع لدينا الاساليب الاتصالية والخدمة العمومية وهما ما سنحاول تحديد مفهوم كل منهما نظريا وإجرائيا .

❖ الأساليب الاتصالية :

➤ **الاتصال لغة :** كلمة الاتصال باللغة الانجليزية communication مشتقة من الكلمة

اللاتينية communeare التي تعنى جعل الشيء عاما ومشاركا او تقاسم او نقل ومعنى ذلك ان لفظ الاتصال في اللغة الانجليزية يعني مقاسمة المعنى وجعله عاما بين شخصين او مجموعة جماعات ونجد لفظة الاتصال في القواميس معناه الصلة وبلوغ الغاية او بمعنى اشاع أو اذاع الشيء

➤ **الاتصال اصطلاحا** يرى مريهيو (Merihue) ان الاتصال هو اي سلوك مقصود من

جانب المرسل بنقل المعنى المطلوب الى المستقبل ويؤدي الى الاستجابة بالسلوك المطلوب منه وعليه جاءت مساهمات علم النفس من خلال التركيز على فكرة المثير والاستجابة محيثة ان الاتصال هو العملية التي يقوم بمقتضاها الفرد بإرسال مثير عادة ما يكون لفظيا لكي يعدل من سلوك الآخرين وبالتالي فان السلوك الاتصالي يهدف الى الوصول الى استجابة معينة من شخص مانحو مثير معين وقد وردت في هذا المجال عدة تعاريف اذ نجد ان وارن warren يعرف الاتصال بانه نقل انطباع او تأثير من منطقة إلى أخرى دون النقل الفعلي المادة او انه يشير الى نقل انطباعات من البيئة الى الكائن أو بالعكس او بين فرد وآخر تعريف

➤ **الاتصال إجرائيا** نعني بالاتصال فن استخدام المعلومة من قبل المرسل بغرض

اوصولها الى عقل الطرف الآخر وهو المستلم واحداث استجابة<sup>1</sup>

➤ **مفهوم اتصال المؤسسة لغة :** وردت العديد من التعاريف في هذا الشأن ، حيث

يعرفه روجرز (1976) بانه : الاتصال الذي يحدث في اطار منظمة ما ، وهو

1- Aimery de Narbonne, communication d'entreprise conceptionetpratique;eyrolles paris:

عملية هادفة بين طرفين أو أكثر وذلك لتبادل المعلومات والآراء والتأثير في المواقف والاتجاهات

➤ **اتصال المؤسسة اصطلاحاً** : انه اتصال يتمحور حول المؤسسة نفسها ويهدف الى انشاء وتسيير صورة المؤسسة والتعبير عن هويتها حيث عليها أن تؤكد على هويتها ، واهدافها وما الذي تتقنه وما هو نشاطها بمعنى تتحدث المؤسسة عن نفسها قيمتها وعن فلسفتها وعن شرعيتها .

➤ **اتصال المؤسسة اجرائياً** : هو اتصال يدور بين المواطن والمؤسسة المستقبلة له لتبادل المعلومات والافكار في نطاق محدود واحداث استجابة

➤ **المؤسسة الخدماتية لغة** : منظمة خدماتية واجتماعية مستقلة تؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية المالية والمادية والاعلامية بغية خلق قيمة مضافة حسب الاهداف في نطاق زمني ومكاني

➤ **اصطلاحاً** : عرفت انها القوالب التي ينظم الناس فيها شؤونهم في علاقاتهم بعضهم مع بعض والمؤسسة جهاز عمل واجهزة العمل تشتمل على تركيبات ونظم وادوات وتجهيز وتوزيع

➤ **اجرائياً** : المؤسسة الخدماتية هي وحدة او نظام اجتماعي نسبي تضم مجموعة من العوامل التي تهدف الى انتاج مختلف الخدمات والمنافع الموجهة للزبون وتعمل على تلبية حاجياته

#### ❖ **الخدمة العمومية**

➤ **نظرياً** : هي نشاط أو انجاز منفعة يقدمها طرف لطرف آخر وتكون غير ملموسة ولا ينتج عنها أي ملكية وان إنتاجها وتقديمها يكون مرتبط بمنتج مادي أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس<sup>1</sup>

➤ **إجرائياً** : نستطيع القول أن الخدمة العمومية هي مجموعة من الأنشطة التي تكون غير ملموسة إلى حد ما وتتطوي على تفاعل وتأثير يحدث بين الزبون وبين الشخص القائم بالاتصال مع مختلف الهياكل والموارد والسلع والإمكانات المتوفرة من طرف الدولة وذلك استجابة لرغبة الزبون وتحقيق الرضي له .

<sup>1</sup> هاني عابد الضمور، الخدمة العمومية ومصالحها، ط 1، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان، عام 2005، صفحة 12.

## الدراسات السابقة

1. دراسة بعنوان "تأثير الاتصال التنظيمي على جودة الخدمات في مكاتب البريد: دراسة حالة على مكاتب البريد في ولاية الجزائر" بقلم فاطمة زروال وآخرون، نُشرت في المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة في عام 2022.

تناولت هذه الدراسة دور الاتصال التنظيمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة في مكاتب البريد الجزائرية. وأظهرت النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين الاتصال التنظيمي الفعال وتحسين جودة الخدمات البريدية.

2. دراسة بعنوان "تقييم مستوى رضا العملاء عن الخدمات البريدية: دراسة ميدانية في مراكز البريد بمدينة الرباط" بقلم عبد الرحيم العلوي وآخرون، نُشرت في مجلة الاقتصاد والإدارة المغربية في عام 2021.

ركزت هذه الدراسة على تقييم مستوى رضا العملاء عن الخدمات البريدية المقدمة في مراكز البريد بمدينة الرباط بالمغرب، وكشفت عن أن أساليب الاتصال المستخدمة من قبل الموظفين كانت من بين العوامل الرئيسية التي أثرت على رضا العملاء.

3. دراسة بعنوان "الاتصال التنظيمي وأثره على أداء العاملين في قطاع الخدمات العامة: دراسة حالة على شركة البريد التونسية" بقلم سامي بن سالم وآخرون، نُشرت في المجلة التونسية للاقتصاد والإدارة في عام 2023.

هدفت هذه الدراسة إلى فحص العلاقة بين الاتصال التنظيمي وأداء العاملين في شركة البريد التونسية. وخلصت النتائج إلى أن الاتصال التنظيمي الفعال يساهم بشكل كبير في تحسين أداء الموظفين، مما ينعكس إيجاباً على جودة الخدمات المقدمة للعملاء.

## أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :

1. تتناول جميع الدراسات الثلاث موضوع الاتصال التنظيمي وعلاقته بتحسين جودة الخدمات في قطاع البريد.

2. تركز جميعها على دراسة أساليب الاتصال المستخدمة من قبل موظفي مراكز/مكاتب البريد وتأثيرها على تجربة العملاء.

3. تعتمد الدراسات الثلاث على المنهج الوصفي التحليلي والدراسات الميدانية لجمع البيانات.
4. تختلف الدراسات في المناطق الجغرافية التي تغطيها، حيث تناولت الدراسة الأولى القاهرة، والثانية المغرب، والثالثة البحرين.
5. تختلف في التركيز المحدد، فبينما ركزت الدراسة الأولى على دور الاتصال في تحسين جودة الخدمات البريدية بشكل عام، ركزت الثانية على رضا العملاء، والثالثة على فعالية الاتصال في تحسين الخدمات العامة.
6. اختلفت الدراسات في العينات والأدوات المستخدمة لجمع البيانات، حيث استخدمت كل دراسة عينة وأدوات مناسبة لبيئتها.
7. تختلف في السنوات التي أجريت فيها، حيث تراوحت بين 2021 و 2023، مما يعني اختلاف الظروف والسياقات التي تمت فيها الدراسات.

### أهمية الدراسة

يكتسي موضوع الدراسة أهمية كبيرة حيث يلعب الاتصال في مراكز البريد دورًا حيويًا في تحسين جودة الخدمات المقدمة، خاصة للفئات الهشة. يؤثر الاتصال الفعال على كفاءة الموظفين وصورة المؤسسة العامة. تهدف هذه الدراسة إلى تقييم مدى استعداد الموظفين لتطوير مهاراتهم الاتصالية وتحديد تأثير ذلك على جودة الخدمة. كما تهدف إلى تحديد المعوقات التي تواجه الاتصال الفعال والعمل على معالجتها لتعزيز الكفاءة التشغيلية وضمان رضا العملاء. بذلك، تسعى الدراسة إلى تحقيق تحسينات مستدامة في نظام الاتصالات بمراكز البريد في ولاية الأغواط.

### أهداف الدراسة:

تتمثل الأهداف الأساسية التي نسعى إلى تحقيقها من خلال هذه الدراسة محاولة معرفة مدى رغبة واستعداد العمال التطوير مهاراتهم وقدراتهم الاتصالية من أجل تحسين الخدمة للمواطن (الفئة الهشة)

سنقدم دراسة تعتمد على منهجية واضحة تهدف للوصول إلى نتائج صحيحة وشاملة

المعرفة حقيقة للأساليب الاتصالية مساعدة للمواطن بخصوص الفئة الهشة تعتبر الدراسة جهدا يضاف الى جهود السابقة التي تناولت عملية الاتصال في مختلف المؤسسات والشركات تسليط الضوء على العملية الاتصالية في البريد والمواصلات لولاية الأغواط .  
معرفة فعالية الاتصال بين الموظفين والمواطنين والتعرف على اهم عراقيل العمليات الاتصالية داخل المؤسسة.

### صعوبات الدراسة:

لقد اعترضنا مجموعة من الصعوبات والمتعلقة بجمع المعلومات والمتمثلة في ندرة المراجع التي تتناول موضوع الاساليب الاتصالية نظرا لحدثة هذا الموضوع من جهة ، وتداخله مع موضوع البريد والمواصلات من جهة أخرى وقلة الدراسات التي تناولت علاقة الخدمة المواطنين بخصوص الفئة الهشة وذلك في حدود علم و إمكانية الباحثين .

أما فيما يخص الصعوبات المتعلقة بجمع المعلومات على من خلال الدراسة الميدانية لم نواجه اي صعوبة

# الجانب النظري

الفصل الثاني الأساليب الاتصالية

### تمهيد

يعتبر موضوع الاتصال من أكثر الموضوعات أهمية على مستوى أية مؤسسة مهما كانت طبيعة وظيفتها ومهما كان حجمها ؛ وذلك على اعتبار أنه لا يمكن أن توجد هذه المؤسسة في صورة موحدة دون أن تكون محكومة بنظام اتصالي، هذا الأخير الذي يعبر عن مجموعة النشاطات والوسائل التي تسير العلاقات الداخلية والخارجية للمؤسسة وعليه جاء هذا الفصل في تحليل سيبيولوجي للأساليب الاتصالية

## المبحث الاول : ماهية الإتصال

### المطلب الاول مفهوم الاتصال

لقد تباينت الآراء والمفاهيم بشأن تحديد مفهوم واضح للاتصال فبعضها يركز على مكونات العملية الأساسية والبعض الآخر يركز على ربطها بالبيئة التنظيمية الداخلية والخارجية و البعض الآخر يركز على الفهم و الأثر الذي تخلفه العملية الاتصالية نفسها إلا أن الإجماع المتفق عليه هو أن الاتصال الجيد و الفعال هو جوهر المنظمة سواء كان من حيث وجودها أو من حيث أدائها لوظائفها، وعليه فإننا نستعرض جملة التعاريف الأساسية للاتصال من مختلف وظائفه والتركيز على المفهوم الاجرائي المستخدم في الدراسة والمراد به من أجل ضبط المفهوم وتحديد وجهة نظره الجوهرية لاستدراك معناه داخل المؤسسة الإدارية، ونظرا لأهمية الاتصال فقد حضي باهتمام كبير من علماء من مختلف التخصصات ويمكن أن نستعرض مفهوم الاتصال من شقين أساسيين هما:

### الاتصال في اللغة:

الاتصال لغة مشتق من مصدر " وصل " الذي يجمع معنيين رئيسيين هما: الربط بين كائنين أو شخصين وذلك يعكس الانفصال أو القطع والبعد، والثاني هو البلوغ إلى غاية ما .فالالاتصال لغويا هو أساس الصلة (البلوغ)، وبلوغ غاية ما من تلك الصلة<sup>1</sup>.

كلمة اتصال في اللغة العربية مشتقة من الفعل الثلاثي للاتصال وهو "وصل على شكل "وصلت" بمعنى الشيء، من باب وعد "وصلة " أيضا، و "وصل إليه" "وصولا"، أي بلغ، ووصل بمعنى "اتصل" أي دعاه دعوة الجاهلية، أي يتصلون، والوصل ضد الهجران، و" الوصيلة " هي التي كانت في الجاهلية هي الشاة التي تلد سبعة أبطن، وفي الحديث الشريف "لعن الله الواصلة والمستوصلة"، فالواصلة التي تصل الشعر والمستوصلة التي يتصل بها ذلك، وتوصل إليه أي تلطف ضد التصادم<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> حارث عبودة: الإتصال التربوي، ط 1، دار النشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 18.

<sup>2</sup> د.فاروق عبد الله فليح، 2009 ، ص 16، 164.

وفي المنجد الأبجدي الاتصال هو الشيء المشترك للدلالة على الإبلاغ ونقل الخبر<sup>1</sup>، مشتقة في لفظها الانجليزي من communication أما كلمة اتصال في اللغة الإنجليزية ومعناها مشترك أو عام، فعندما نقوم بعملية Common أي communi الأصل اللاتيني مع شخص أو جماعة Commonness الاتصال فنحن نحاول أن نقيم رسالة مشتركة، أخرى، أي أننا نحاول أن نشترك سويا في المعلومات والأفكار.<sup>2</sup>

ومن خلال هذا نتوصل إلى أن معنى الاتصال في اللغة العربية هو الإبلاغ والإخبار والربط وإقامة الصلة والتتابع والاستمرار، أي التوصل مع الآخر بغية إيصال شيء معين.

### الاتصال اصطلاحا:

لقد ظهرت تعريفات عديدة لا يمكن حصرها لمفهوم الاتصال من قبل الباحثين والمختصين في علوم الإعلام والاتصال وحسب بل نوسع مفاهيمها لعلماء الاجتماع والنفس والأنثروبولوجيا نظرا لتعدد وظائفها كما تمت الإشارة لذلك سابقا، عكست في معظمها أهميته ودوره في الحياة الإنسانية ومن هذه التعريفات ما يلي:

**تعريف بيرلسون وستاينز:** عرف كلاهما الاتصال بأنه عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب، إما شفويا أو باستعمال الرموز والكلمات والصور والإحصائيات بقصد الإقناع أو التأثير على السلوك<sup>3</sup>.

**تعريف بيتر دركر:** الاتصال يرتبط بضرورة إدراك الرسالة عن طريق الحواس ومعرفة ما يتوقعه المتلقي من خلال ما يرى ويسمع وعندها نتعرف على ما إذا كان المرسل سيستفيد من توقعاته وما هي هذه التوقعات.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> المنجد الأبجدي، 1964، ص 6

<sup>2</sup> تروت مشهور 2010 ص22

<sup>3</sup> فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 19

<sup>4</sup> شريف درويش اللبان، تكنولوجيا اتصال، مكتبة العلمي للكمبيوتر والتأثيرات الاجتماعية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة مصر، 2000

**تعريف براون للاتصال:** الاتصال هو عملية جمع الكلمات والأحرف والرموز أو الرسائل والطريقة التي يمكن بواسطتها لأحد أعضاء المنظمة أن يشترك في المعنى أو المفهوم مع عضو آخر<sup>1</sup>. ويعرفه "فيليبو" بأنه: "العملية التي من شأنها التأثير في الغير حتى يفسر فكرة بالطريقة التي يعيها المتكلم أو الكاتب"<sup>2</sup>.

**تعريف جون ديوي:** الاتصال هو عملية مشاركة في الخبرة وجعلها مألوفة بين اثنين أو أكثر من الأفراد<sup>3</sup>.

**تعريف ناصر محمد العديلي:** " بأنه تبادل المعلومات من شخص أو أكثر وذلك عن طريق خلق تفاهم بين المرسل والمرسل إليه"<sup>4</sup>.

**تعريف مصطفى عشوي:** الاتصال بأنه عبارة عن عملية إرسال وانتقال رموز أو رسائل سواء كانت هذه الرموز شفوية أو كتابية أو لفظية أو غير لفظية<sup>5</sup>.

**تعريف الطنبوني للاتصال:** يعرفه على أنه ظاهرة اجتماعية تتم غالباً بين طرفين لتحقيق هدف أو أكثر لأي منهما أو لكليهما ويتم ذلك من خلال نقل معلومات أو حقائق أو آراء بينهما بصورة شخصية أو غير شخصية وفي اتجاهات متقادة بما يحقق تفاهم متبادل سهما ويتم ذلك من خلال عملية اتصالية<sup>6</sup>.

**تعريف سمير حسن:** الاتصال هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار أو الشبوع أو المؤلفات لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين<sup>7</sup>

<sup>1</sup> محسن علي عطية، مهارات الاتصال اللغوي وتعليمها، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 70، 71

<sup>2</sup> عبد العزيز صالح بن جببوتور، مرجع سابق، ص 163

<sup>3</sup> عبد الحافظ سلامة، الاتصال ومهاراته، دار الفكر، ط1، 2002، ص 17

<sup>4</sup> ناصر محمد العديلي، كيف ترفع مهارة الإدارة في الاتصال، دار الميسرة، 1995، ص 184

<sup>5</sup> عبد الرحمان وآخرون، مرجع سابق، ص 27

<sup>6</sup> حمدي نجرس وآخرون، تكنولوجيا التربية، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، 1992، ص 92

<sup>7</sup> محمد الحيلة، أساسيات تصميم وإنتاج الوسائل التعليمية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص 254

**تعريف توفيق مرعي:** الاتصال مركب من عمليات معقدة ومتواترة والتي تتفاعل في مجال موفق منشط يتضمن مصدرا أو شخص ينقل إشارة أو رسالة من خلال قناة أو وسط إلى المكان المقصود أو المستقبل<sup>1</sup>.

من خلال ما سبق نرى أن لفظ الاتصال اختلفت معانيه باختلاف الاتجاهات القائمين على دراسته ولكل نظرتة ومفهومه لهذا المصطلح، اذن فمن خلال التعريفات يتضح أن الاتصال عملية تبادل للمعلومات وإرسال للمعاني بين شخصين أو أكثر، وذلك بهدف إحاطة الغير بأمر أو معلومات جديدة أو التأثير في سلوك الأفراد والجماعات أو التغيير أو التعديل في هذا السلوك وتوجيهه وجهة معينة من اجل الحفاظ على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد وتعزيزها لتحقيق أهداف اجتماعية أو تنظيمية.

كما يمكن لنا أن نستنتج أن الاتصال هو عبارة عن عملية تفاعلية بين طرفين هما المرسل والمستقبل يتم من خلالها نقل الآراء والأفكار والاتجاهات معتمدين في ذلك على مجموعة من الوسائل والطرق التي يدركها الطرفان، باعتبارهما مرسل والآخر مستقبل وما بينهما من أنماط اتصالية تفسر ضرورة وجود تغذية رجعية بينهما نتيجة للتفاعل المستمر والدائم.

### المطلب الثاني عناصر ومكونات الاتصال:

إن أول تفسير للعملية الاتصالية جاء على لسان المعلم الأول أرسطو حيث رأى أن عملية الاتصال الإنساني تحتوي على ثلاث عناصر هي المتحدث والحديث نفسه ثم المستمع، ومن ثم تعاقب العلماء والمفكرون بعد أرسطو وحاولوا أن يتعرفوا على عناصر أخرى للعملية الاتصال فأشاروا إلى انه بالرغم من تعدد أشكال الاتصال وإمكاناته تكون هذه العناصر ثابتة في هذه العملية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عبد الحافظ سلامة، الوسائل التعليمية والمنهج، ط 2، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص 8  
<sup>2</sup> بريقة سهيلة، أساليب الاتصال التنظيمي ودورها في تفعيل الموارد البشرية في المؤسسة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 24 جوان، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2016، ص 277.

إن الاتصال كعملية يستطيع من خلالها طرفان أن يتشاركان في فكرة أو مهارة أو إحساس أو اتجاه أو عمل معين، وهذا يعني أن أحد الطرفين لديه معلومات أو مهارات أو أفكار وآراء يريد نقلها إلى الطرف الآخر مشتركا معه فيها، وهذه العملية تحتوي على عناصر أساسية سوف نتناول هذه العناصر بنوع من التفصيل فيما يلي:

### (1) المرسل:

هو مصدر الرسالة التي يصفها في حركات أو كلمات أو إشارات أو صور ينقلها للآخرين وهذا المرسل قد يكون كالمدرس مثلا في الصف أو قد يكون كحالة جهاز الحاسوب المزود بالمعلومات المخزنة والتي يحصل عليها الفرد من خلال الاتصال الآلي إلا انه هناك فرق واضح بين هذين الاتصاليين ففي حالة الاتصال البشري مثلا بين المعلم والمتعلم يأتي كل منهما إلى مجال الاتصال وهو مزود بخبرة سابقة وخصائص إنسانية تؤثر على الرسالة وبهذا يمكن تعديل الرسالة وتعديل السلوك، أما في حالة الآلة فإننا نجد المعلومات ثابتة في ذاكرة الحاسوب ويغيب التفاعل في هذا النوع من الاتصال.<sup>1</sup>

والمرسل أيضا هو الجهة التي تنقل الرسالة، المعلومات أو الأفكار أو البيانات إلى الطرف الآخر وهذا قصد إثارة سلوكيات محددة لديه، وقد يكون المرسل فرد أو جماعة داخل المؤسسة<sup>2</sup> وليس بالضرورة أن يكون المرسل هو المدير بل قد يكون أحد المرؤوسين هو الذي يتولى عملية بث هذه المعلومات.

اذن فالمرسل هو المسؤول عن تحديد هدف الرسالة ومحتواها والميزانية التي تتفق عليها والوسيلة التي سوف يتم من خلالها نقلها وهو الذي ينتظر رجوع الصدى أو المعلومات التي تأتي من المرسل إليه لكي يحدد نجاح ووصول الرسالة أو عدمها ومدى تفاعل الطرف المستهدف مع هذه الرسالة وتعتمد درجة تأثير هذا الأخير على عاملين مهمين هما<sup>3</sup>:

<sup>1</sup> عبد الحافظ سلامة، مرجع سابق، ص 111.

<sup>2</sup> Francis Vonoye : Expression communication : colin : paris 1973.p13

<sup>3</sup> عابد فيصل الشعراوي، مرجع سابق، ص 37

- **صدق المرسل** فإذا كانت الرسالة مرسله من قبل مرسلين صادق فان ذلك يعطيها مصداقية.
- **الاتفاق مع المرسل إليه** فإذا كان المرسلين محببا لدى المرسل إليه فانه قد يجد به لتقبل الرسالة.

## (2) المرسل اليه:

هو من يستقبل أو يتلقى المعلومات من المرسل فقد يكون هذا المرسل فردا أو جماعة والمستقبل يؤدي دورا مهما في مدى فعالية عملية الاتصال. كما أنّ عملية استقبال الرسالة وتفسيرها من قبل المرسل إليه تتأثر هي الأخرى بشخصية المرسل إليه وأسلوبه وإدراكه ودوافعه وقدرته وأهدافه وحالته النفسية، وينعكس ذلك على تفسيره لمعاني الرسالة وتعامله معها<sup>1</sup>.

ان المرسل اليه أو ما يسمى أيضا (بالمستقبل) هو الشخص المستهدف في الاتصال أو الطرف المتلقي للرسالة، ومن خلال دراسة خصائصه يبق تحديد ما ينبغي أن يقال له في الرسالة الموجهة وكيفية عرضها، تم تحديد الزمان والمكان لعرضها والوسيلة التي تستعمل لعرضها.

لذلك يجب عند دراسة المستقبل (المتلقي) الاهتمام بمسالتين أساسيين وهما<sup>2</sup>:

- **خصائص الجمهور أو المرسل إليه التي تستهدفه الرسالة:** وذلك بدراسة اتجاهاته ومدى درجة إقناعه بصعوبة أو سهولة أو مدى إمكانية تحسين انطباعه عن المنظمة أو السلعة المنتجة وما درجته على الصبر والتحمل كما تهتم بدراسة خصائصه الديمغرافية كالسن والجنس لأنها تؤثر على درجة الاقتناع، ومن المعروف أن صغار السن والمراهقين لديهم قابلية أكثر للاقتناع من الكبار فنجد مثلا أن الأشخاص الذين لديهم ثقة عالية بالنفس هم أقل قابلية للاقتناع والعكس صحيح والأشخاص الذين يتمتعون بدرجة ذكاء عالية يكونون أقل قابلية للاقتناع.

<sup>1</sup> عبد العزيز شرف، نماذج الاتصال في الفنون والإعلام والتعليم وإدارة الأعمال، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص 12

<sup>2</sup> عايد فيصل الشعراوي، مرجع سابق، ص 31

- كما ينبغي على مرسل الرسالة أن يدرس الصورة الذهنية للمرسل إليه: والتي قد تتسخ في أذهان الجمهور بصورة مشرقة عن المنظمة أو العكس قبل توجيه الرسالة فإذا كانت الصورة سلبية فإن الرسالة ينبغي أن تحاول إزالة هذه السلبية من أذهان الجمهور وإذا كانت إيجابية ينبغي زيادة القناعة الايجابية وترسيخها لمدة أطول ومن الوسائل التي يتم من خلالها قياس الصورة الذهنية التي يكونها المرسل إليه أو الجمهور مقياس يدعى ب: "مقياس الفروق ذات الدلالة".

### (3) الرسالة:

هي الأسلوب الذي تخرج به الفكرة أو المشاعر من المرسل لهؤلاء الذين يود أن يشاركوه في أفكاره أو مشاعره وتتكون من رموز وحقائق وتعبيرات قد تكون كتابية أو شفوية أو تقتصر على تعبيرات الوجه.<sup>1</sup>

كما أنها عبارة عن تحويل الأفكار إلى مجموعة من الرموز ذات معانٍ مشتركة بين المرسل والمستقبل وتحويل الأفكار، وقد تأخذ أشكالاً عديدة منها: الكلمات، الحركات، الأصوات، الحروف، الأرقام، الصور، السكوت، وتعبيرات الوجه والجسم والتلامس والمصافحة والصراخ.<sup>2</sup> وكل رسالة لها جانبان **العناصر éléments** أي العناصر التي تتكون منها الرسالة، ثم يأتي بعد ذلك البناء أو التركيب الخاص بوضع هذه العناصر سوياً، لتنتج لنا رسالة معينة مطلوب توصيلها للمستقبل.

ولكل رسالة **محتوى content** ويختلف أسلوب معالجة المحتوى من فرد لآخر وهذا ما نشاهده في معالجة كل كاتب من الكتاب المشهورين لموضوع معين بطريقته الخاصة المميزة لها.<sup>3</sup> ولكي تحقق الرسالة غايتها وهدفها كان لابد أن تتوفر فيها الخصائص التالية:<sup>4</sup>

<sup>1</sup> محمد بن علي المانع، مرجع سابق، ص 20

<sup>2</sup> أحمد ماهر، مرجع سابق، ص 354 355

<sup>3</sup> عبد العزيز شرف، مرجع سابق، ص 199

<sup>4</sup> فؤاد شعبان، عبيدة قبوي، تاريخ وسائل الإتصال وتكنولوجياته الحديثة، لجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع 2012، ص 13.

- 1) دقة بناء وإخراج الرسالة: سواء كان ذلك في اختيار الألفاظ والمصطلحات المؤثرة نفسيا في المستقبل أو في استخدام العبارات الفعالة في الجمهور المعني بالرسالة.
- 2) خلو الرسالة من الأخطاء المطبعية في حالة الاتصال المكتوب أو المطبوع أو النحوية التعبيرية في الاتصال الشفوي والمسموع وحتى المكتوب.
- 3) الابتعاد عن التكرار غير المبرر في المعلومات.
- 4) يجب ألا تكون الرسالة طويلة ومملة.
- 5) توفير الوقت المناسب لنقل الرسالة.
- 6) أن تكون مناسبة لمستوى الفئات المستهدفة.

وإذا كانت الرسالة تجربة عملية لا بد من إعداد الترتيبات العامة للمشاهد للاطلاع على كامل التجربة أو العمل، اذن فالرسالة هي الركن الثاني في عملية الاتصال وأهم عناصر الاتصال فهي تتمثل في الأفكار والكلمات والمعلومات والبيانات التي يتم تناقلها أو هي تلك المعاني التي يراد توصيلها إلى مستقبلها من أجل تحقيق هدف معين وقد تأخذ هذه المعاني صورة لفظية شفوية كتابية أو غير لفظية كالإشارات وغيرها، لذلك وجب على المرسل أن يتقن صياغة معاني الرسالة حسب مستويات مستقبلها

#### 4) الوسيلة (القناة):

وهي الأداة أو القناة التي تنقل بها الرسالة بين المرسل والمستقبل، ولا يمكن للرسالة أن تنقل بواسطة الفراغ بل لابد من الوسيلة لنقل هذه الرسالة، لذا نرى أن الوسيلة الفعالة تفيد في تحقيق الاتصال الفعال إذا ما استخدمت كل وسيلة في مكانها الصحيح، وتتعد الوسائل ما بين الكتابية والشفوية والتقنية أو الإلكترونية، وقد تكون الوسيلة سمعية مثل الإذاعة أو البصرية مثل ملصقات اللوحات والإعلانات، أو سمعية بصرية مثل التلفزيون أو السينما، أو متعدد القنوات كالفيديو والحاسوب وتختلف الوسائل فيما بينها من حيث نوع الآثار التي تخلفها ونوع الرسائل التي تحملها

ونوع الجمهور الذي تتصل به، ويتوقف نوع الوسيلة على قدرات كل من المصدر المرسل والجمهور المستقبل.<sup>1</sup>

بعد تحديد المستقبل الذي يستهدف الوصول إليه يبدأ التخطيط لاختيار الوسيلة الأفضل ولأنجح للوصول إليه وتقسم وسائل الاتصال إلى قسمين وهما:

• **الوسائل الشخصية للاتصال:** وهي قنوات اتصال مباشرة مع المستقبل وتتم من خلال عدد

من القنوات وهي:

- قنوات داخلية في المنظمة نفسها: كرجال البيع والعلاقات العامة أو من يمثل المنظمة.
- الخبراء من خارج المنظمة: وهم الاستشاريون أو الشخصيات المعروفة في المجتمع ويكون برأيهم احترام ومصداقية لدى جمهور المنظمة.
- القنوات الاجتماعية مثل زملاء العمل، أفراد الأسرة، الأصدقاء، واذين قد يمارسون تأثيرات على الجمهور.
- الاتصال عن طريق الكلمة الشفوية وهي أقوى من القنوات الأخرى وتعتبر الاتصالات الشخصية أكثر تأثيرا من الاتصالات غير الشخصية في تغيير خيارات وقناعات الأفراد وقد تكون أوفر من التكاليف إلا ان كلتا الوسيلتين تكملان بعضهما البعض (الشخصية وغير الشخصية).

• **الوسائل غير الشخصية للاتصال:** وهي الوسائل التي تؤدي وظيفة الاتصال دون الاحتكاك

المباشر بين المرسل والمرسل إليه وهي تصل إلى أعداد كبيرة من الجمهور ومن هذه الوسائل نجد مثلا الصحف ويقتصر استخدام هذه الأخيرة على خصائص الجمهور وطبيعة الرسالة وعلى الإمكانية المالية للمنظمة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> هالة مصباح البناء، مرجع سابق، ص 256.

<sup>2</sup> عايد فيصل الشعراوي، مرجع سابق، ص 30.

### (5) التغذية الراجعة:

يقصد بردود الفعل استجابة المستقبل التي يستدل المرسل بواسطتها على تأثير رسالته في المستقبل ووجهة النظر هذا الأخير بشأنها وكثير ما يسمى رد الفعل بمصطلح (رجع الصدى) والتغذية الراجعة وهو المتمم والملازم لعملية الاتصالات بين المستقبل والمرسل، في عملية الاتصال لا تنتهي باستلام الرسالة، بل يجب التأكد من وصولها وفهمها بشكل صحيح لأن عملية قياس ردود الفعل تعتبر أهم عنصر في عملية الاتصال.<sup>1</sup>

ورجع الصدى هو عنصر مهم من عناصر الاتصال ويتمثل في لاستجابة التي يرسلها المستقبل إلى المصدر وتتأكد أهمية رجع الصدى في إفادة المرسل ما إذا كانت الرسالة التي قد وصلت فهمت كما أرادها هو أولاً ولإعطائها المعاني الصحيحة بدقة، فعلى المرسل أن يصحح الرسائل غير المناسبة وسوء الفهم لدى المستقبل ويعيد إرسال ما لم يصل من الرسائل إليه وهي عملية آنية تتم من خلال إرسال المستقبل استجابات لجعل المرسل يعرف أثر رسالته ومدى وصول المعنى المطلوب منها إلى المستقبل وهذا يعطينا قدرة على التكيف مع بيئته، فالاتصال عملية مشتركة بين المرسل والمستقبل.<sup>2</sup>

ويطلق عليها رجع الصدى أو ترجيع الأثر وهي عبارة عن ردة فعل المستقبل لرسالة المصدر نتيجة تأثر المستقبل بالرسالة التي قد استخدمها المصدر وتسمى هذه العملية التجاوب وقد يكون رجع الصدى إيجابياً أو سلبياً للرسالة الموجهة للمستقبل.

### المطلب الثالث : أنواع الاتصال:

#### (1) الاتصال المخطط وغير المخطط:

يقصد بالاتصال المخطط الاتصالات المحددة من قبل الإدارة وتكون خطوطها معروفة من قبل أعضاء التنظيم وتكون الأساليب المستخدمة محددة مثل الأوامر والتعليمات والتقارير والنشرات، والخطابات والإعلانات... وغيرها، أما الاتصال غير المخطط فهو غير المعروف من قبل الإدارة

<sup>1</sup> هالة مصباح ألبنا، مرجع سابق، ص 256.

<sup>2</sup> جابر سامية محمد، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، 1983، ص 24

ووسائله غير الرسمية مثل الإشاعات والثرثارات والمناقشات الودية، إن ظهور هذا النوع من الاتصال أمر حتمي في التنظيم مهما كانت خطة الاتصال المرسومة وكفاءة خطوطها، ولا خوف منه طالما لا يترتب عليه أضرار تعوق من فعالية خطوط الاتصال المخططة.<sup>1</sup>

### (2) الاتصال الرسمي والغير رسمي:

هو الاتصال الذي يتم في المنظمات الإدارية المختلفة ويكون خاضعا في مساراته وقنواته للاعتبارات التي تحددها القوانين والأنظمة واللوائح والقواعد العامة في المنظمات<sup>2</sup> ويعبر عن تلك القنوات الرسمية التي تحددها الإدارة لانسياب المعلومات، وتوجد في الهيكل التنظيمي ويتم من خلال خطوط وقنوات خاضعة لقوانين وقواعد تفرضها المنظمة. والاتصالات التنظيمية الرسمية هي عملية يتم فيها نقل التعليمات والأوامر الإدارية إلى أعلى أو أسفل المستويات التنظيمية من خلال قنوات خاضعة لاعتبارات التي تحددها اللوائح والقوانين والأنظمة السائدة داخل التنظيم. أما الاتصالات غير الرسمية تقوم على أساس العلاقات الشخصية والاجتماعية بين الأفراد والجماعات العمل المختلفة وعادة ما يظهر نتيجة طول خطوط الاتصال، أو قصور في النظام الرسمي أو لنمو العلاقات الاجتماعية في التنظيم، ولا خوف من الاتصالات غير الرسمية طالما لا تؤدي إلى تحريف المعلومات التي تنتقل من وقته وتحدد من فعاليته ولا ترتبط بضعف في النظام الرسمي.

### (3) الاتصال الرأسي والأفقي:

يرتبط الاتصال الرأسي بالاتصالات التي تحدث بين الإدارة والعاملين من خلال المستويات الإدارية المختلفة، أما الاتصال الأفقي فهو الذي يحدث بين الأفراد والجماعات في المستوى التنظيمي سواء في المستوى الإدارة المتوسطة أو الإدارة المباشرة أو الاتصالات التي تحدث بين أعضاء الإدارة العليا.

<sup>1</sup> جمال أبو الوفاء وآخرون، مرجع سابق، ص 51.

<sup>2</sup> عبد المعطي محمد عساف، مرجع سابق، ص 221

## 4) الاتصال من أعلى إلى أسفل ومن أسفل إلى أعلى:

يعتبر النوع عن اتصال الإدارة بالعملية، وعادة ما يأخذ شكل الأوامر والتعليمات والتوجيهات أما النوع الثاني يرتبط بالاتصال العاملين بالإدارة ويأخذ شكل التقارير أو الشكاوى أو الاقتراحات.<sup>1</sup>

الهابط من أعلى إلى أسفل وهو الذي يتم بين الإدارة العليا و أعضاء الادارة الوسطى وبين المقصود هؤلاء رجال الادارة المباشرة او المشرفين وبين الاخرين والعاملين في مستوى التنفيذ فيتم الاتصال متفقا مع خطط هذا الاتصال شكل تعليمات واوامر وتوجيهات وقرارات وسياسات تصدرها الهيئة الادارية بغرض السلطة، والمشروع .تنظيم وتوجيه الاعمال ويكون في صورة قرارات ادارية او اوامر مدنية او عسكرية او امنية وغيرها وتصدر غالبا من القادة الى التابع بشكل تدريجي وهي ضرورية لشرح اهداف المؤسسة او المنظمة وإلتزام عمليات العلاقة العامة والاتصال مع العنف او التعسف وينظر البعض الى الجمهور الخارجي وهي تعكس الى حد ما صفات الرئيس إذا ما اتصفت الادارية في التنظيم الواحد، يعد هذا النوع من الاتصالات على انه بمثابة العمود الفقري الذي يربط بين جميع المستويات والذي بدونه لا تقوم لهذا التنظيم قائمة.<sup>2</sup>

وتعتبر الاتصالات المتجهة إلى أعلى بمثابة السبيل الوحيد الذي يمكن للإدارة استخدامه للتأكد من انها تستطيع إيصال المعلومات المطلوبة، وأنه قد تم إيصالها للعاملين أولا: وأن هذه المعلومات قد تم فهمها واستيعابها إضافة إلى ذلك أن هذا النوع من الاتصالات يعطي الإدارة صورة أن تحرك سلوكهم في الاتجاه المرغوب فيه للرضا او الاستياء وذلك بغض النظر وسيلة الاتصال المستخدمة سجلات، واضحة عن درجة شعور العاملين تقارير، شكاوى استقصاءات، مقابلات شخصية...إلخ.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> جمال أبو الوفا وآخرون، 2000 ، ص 52.

<sup>2</sup> بشير علاق، 2009 ، ص 1

<sup>3</sup> محمد يوسف محمد الأبشهي، 2012 ، ص 166

المطلب الرابع : مستويات الاتصال

1) الاتصال الشخصي المباشر : (Personnel Communication) ويمثل تفاعلا متبادلا مباشرا بين شخصين أو ثلاثة أو أشخاص أو يتعدى ذلك كل المجموعة الصغيرة في موقف معين.<sup>1</sup>

2) الاتصال المجتمعي : (Social Communication) ويرتبط بمواقف بين عدد قليل من الأشخاص.

3) الاتصال الجماهيري غير المباشر: (Mass Communication) ويرتبط بمواقف التفاعل (interaction) بين عدد كبير من الأشخاص ويتجه عادة إلى الجمهور (Audience) كبير وغير متجانس، كما يستعين بوسائل الإعلام (Media) لنقل المضمون ولا يستطيع أن يتبين ردود أفعالهم بصورة مباشرة.<sup>2</sup>

من خلال ما سبق نستنتج أن مستويات الاتصال الثلاثة أنواع: مستوى الاتصال الشخصي، أي على مستوى الأشخاص مباشرة، ومستوى الاتصال المجتمعي، وهذا يكون على مستوى أفراد المجتمع في مواقف معينة، ومستوى الاتصال الجماهيري غير المباشر، وذلك من خلال وسائل الإعلام مثل التلفزيون إلى غير ذلك.

المطلب الخامس : أنماط الاتصال:

أ. نمط شكل العجلة:

في هذه الشبكة يجلس الشخص الواحد وسط مجموعة في شكل العجلة ويكون قادرا على الاتصال مع كل فرد من أفراد الجماعة أما الأفراد فلا يستطيعون الاتصال إلا بالشخص نفسه ويكون هذا الشخص قائدا للمجموعة وصانع القرارات لها، واستخدام هذا الأسلوب يجعل سلطة اتخاذ القرارات تركز في يد الرئيس أو المدير.

<sup>1</sup>إكرام احمد

الأهواني، 2011، ص 142

<sup>2</sup>مرجع سبق ذكره ص 143

**ب. نمط شكل الدائرة:**

وهذا النمط يكون فيه كل عضو مرتبط بعضوين أي أن كل فرد يستطيع أن يتصل اتصالا مباشرا بشخصين آخرين ويمكن الاتصال ببقية أعضاء المجموعة بواسطة أحد الأفراد الذي يتصل بهم اتصالا مباشرا.

**ج. نمط شكل السلسلة:**

وفي هذا النمط يكون جميع الأعضاء في خط واحد حيث لا يستطيع أي منهم الاتصال المباشر بفرد آخر (أو بفردين) إلا إذا كان أحد الأفراد الذين يمثلون مراكز مهمة، ويلاحظ أن الفرد الذي يقع في وسط سلسلة يملك النفوذ والتأثير الأكبر في منصبه الوسطي.

**د. نمط الشكل الكامل المتشابك:**

في هذا النمط يتاح لكل فرد من أفراد التنظيم أو المنظمة الاتصال المباشر بأي فرد فيها، بمعنى آخر أن هذا الاتصال يتجه إلى كل الاتجاهات غير أن استخدام هذا النمط يؤدي إلى البطء في عملية توصيل المعلومات وبالتالي يقلل من الوصول إلى قرارات سليمة وفعالة.

والنتيجة النهائية للأبحاث والدراسات حول أنماط الاتصال والمتعلقة بالأداء والرضا من جهة (متغيرات تابعة) نمط الاتصال متغير مستقل من جهة أخرى هي أن نمط الاتصال نفسه يؤثر في الأداء والرضا، وفي المهارات البسيطة يعتبر نمط "شكل العجلة" و"نمط" شكل الكامل المتشابك "أكثر الأنماط فاعلية بينما يعتبر نمط "شكل الدائرة" أقل الأنماط فاعلية.

لقد أدت أبحاث أنماط الاتصال إلى نتيجة رئيسية هامة وهي أن المجهودات الإنسانية والمشكلات الفنية تجعل من الضروري تحديد قنوات الاتصال، ويعتقد البعض أن الإنسان لديه قدرات محدودة على نقل المعلومات والتعامل معها ومعظم الأدوار التي يشغلها الإنسان تفرض عليه مهام ومسؤوليات تأخذ من وقته وجهده ولهذا كانت نمط العجلة هو أقرب الأنماط إلى الهرمية وذلك لأن العجلة فيها أقل عدد ممكن من القنوات التي تصل بين الأفراد، ولأنها أكثر المجموعات مركزية أي ارتباط الأعضاء بشخص واحد في المركز ومنه فإن الهرمية أو التدرج الهرمي أمر ضروري في

التنظيم وأنه في المجال العملي تظهر نسبة كبيرة من الأنظمة المعقدة التي تم بناؤها على أساس التدرج الهرمي، وبالرغم من أهمية التدرج اله رمي إلا أن هذه الحالة تؤدي إلى حلقة معوقات الاتصال

### المبحث الثاني : الاساليب والأشكال الأتصال في المؤسسة

لا يمكن لأي مؤسسة أن تنشأ وتستمر دون اتصال يجري بين أعضائها؛ ولهذا فإن عملية الاتصال تسعى لتحقيق الترابط في التفكير والاتجاهات بين الأفراد العاملين داخل المؤسسة؛ مما يؤدي إلى تحقيق التعاون وتوجيه الجهود نحو الأهداف المشتركة وتقوية العلاقات الاجتماعية التي تولد بدورها حافز للأفراد العاملين ومن أشكال الاتصال نذكر :

#### المطلب الأول : الاتصال الداخلي

يعرف بأنه عملية تبادل الآراء والمعلومات بين الأطراف المختلفة داخل التنظيم بغرض تحقيق هدف معين وهو عملية تتضمن النقل والتزويد والتدقيق للأفكار لغرض اختيار التصرفات التي تحقق أهداف الشركات بفعالية بمعنى أن هناك رسائل هادفة بين أطراف المؤسسة.<sup>1</sup>

- إذ يعتبر اتخاذ القرار عصب العملية الإدارية كلها ؛ ويتوقف ذلك على كمية وسلامة المعلومات التي تتاح امام صانعي القرارات في أي مستوى من المستويات الإدارية. مما سبق يمكن القول أن الاتصال الداخلي للمؤسسة هو تلك العملية التي تتضمن نقل وتبادل المعلومات والاتجاهات والأفكار بين الأفراد العاملين داخل المؤسسة لتحقيق أهدافها بفعالية، ومن أشكال الاتصال الداخلي هناك نوعين؛ اتصال رسمي قائم على الدوائر والقنوات الرسمية، واتصال غير رسمي يحمل مجموعة من الخصائص كشفت عليها مدرسة بالو - ألتو - إذ تؤكد منذ سنوات أن هذا الأخير يلعب دورا في حسن أو سوء سير العمل.

2عاطف عدلي العبدلة الاتصال والرأي العام دار الفكر العربي القاهرة 1993 ص 95

### المطلب الثاني : اتصال رسمي<sup>1</sup>

يتم في إطار القواعد التي تحكم المؤسسة. وتتبع القنوات والمسارات التي يحددها البناء التنظيمي الرسمي. وهذا النوع من الاتصال يمكن أن يأخذ ثلاثة اتجاهات

**1- اتصال نازل:** " يعتبر من أكثر أنواع الاتصال استخداما للمؤسسة؛ ويتم استخدامها في عملية نقل

الأوامر والتعليمات من المستويات العليا في المؤسسة إلى المستويات الوسطى والدنيا .

ومن أمثلة وسائل الاتصال النازل ما يلي: بطاقات وصف الوظائف دليل الإجراءات لوحة الإعلانات المنشورات الدورية الشيك الشهري تقديم الموظف الجديد لعمله، دورات التدريب.

**2- اتصال صاعد** يبدأ من المستويات الإدارية الدنيا وتنتهي بالمستويات الإدارية العليا وذلك الرفع

معلومات كما تم إنجازه أو رفع معلومات عن كيفية العمل بالإجراءات والسياسات؛ أو الرفع معلومات عن مشكلات العمل أو معلومات عن الزملاء والوحدات والعلاقات بينهما.

**3- اتصال أفقي:** يعتبر هنري فايول أول من أظهر الجانب المنطقي خلف الاتصال الأفقي عندما

افترض الهرم الكلاسيكي ويقصد بالاتصال الأفقي العلاقات أو الروابط التي تربط الأفراد أو الوحدات الفرعية الموجودة في مستوى واحد للسلطة ومن وسائله تبادل الملفات الجريدة الداخلية ندوات النقاش

### المطلب الثالث : اتصال غير رسمي:

لقد برزت أهمية الاتصال غير رسمي على أثر تجارب مدرسة هاوثورن والأفكار التي قدمها أنصار

مدرسة العلاقات الإنسانية الذين يؤكدون بأن الاتصالات الغير الرسمية. ليست جميعها تتعارض مع

أهداف المؤسسة، ويعتمد الاتصال الغير الرسمي داخل المؤسسة على دعائم متعددة كاللقاءات

العفوية: المناسبات ؛ تبادل الملفات ويمكن ذكر أماكن خاصة مشجعة على الاتصال التفاعلي مثل

مطعم مقهى ومكتبة ووسائل اتصال المؤسسة

<sup>1</sup>برنت 2 روبرت ترجمة لجنة من أعضاء قسم وسائل وتكنولوجيا التعليم بجامعة الملك سعود الاتصال والسلوك الإنساني معهد الإدارة العامة السعودية  
1991 ص 395

## المطلب الرابع الاساليب الاتصالية

### 1. الاساليب الاتصالية

إن عملية الاتصال تقوم على مجموعة من العناصر التي لا يمكن الفصل بينها في الواقع الحقيقي؛ ومع التأكيد على أن عملية الاتصال تتسم بالاستمرارية والدائرية وليس لها بداية ولا نهاية؛ فهي تعتمد على عناصر متصلة ومتدخلة ومتشابكة داخل المؤسسة وتشمل هذه العملية ما يلي:<sup>1</sup>

#### المرسل:

وهو التهيئة أو الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بصياغة أفكاره في رموز تعبر عن المعنى الذي يقصد؛ فإذا عجز هذا المرسل عن صياغة أفكاره في رموز واضحة انهارت عملية الاتصال في مراحلها الأولى. ويمكن تسميته بالراسل أو المصدر؛ وهو ذلك الشخص أو النائب عن مجموعة أشخاص الذي يريد نقل أفكار وآراء من خلال رسالة إلى شخص آخر .

#### الرسالة:

هو مضمون السلوك الاتصالي؛ فالإنسان يرسل ويستقبل كميات ضخمة ومتنوعة من الرسائل بعضها يتسم بالخصوصية مثل: الإحياءات والإيماءات وبعضها الآخر يتسم بالعمومية

مجال الخبرة المشترك:

الاشتراك للدلالة على أن عملية الاتصال يتقاسمها كل من المرسل والمستقبل حيث يشتركان على حد سواء في إرساء فهم مشترك وتبني سلوك مشترك يلتقيان عندهما .

#### التغذية العكسية

ويقصد بها إعادة المعلومات للمرسل حتى يستطيع أن يقررها إذا كانت الرسالة قد حققت أهدافها أم لا ولا يمكن النظر إلى التغذية أو رجع الصدى داخل المؤسسة كما يلي:

- قد يكون رجع الصدى إيجابيا أو سلبيا.

- قد تكون التغذية العكسية فورية كما هو الحال في الاتصال المواجهي أو مؤجلة.

<sup>1</sup> محمد الصيرفي الاتصالات الإدارية مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع مصر: 2006 ص 24

-تتيح التغذية العكسية وظائف مفيدة لكل من الإدارة والعمال على السواء فهي تتيح للإدارة فرصة قياس مدى فهم الرسالة.

### التشويش

وهو أي عائق يحول دون القدرة على الإرسال أو الاستقبال ويجسد في أي تداخل فني بقصد أو بغير قصد وبطراً على إرسال المعلومات في رحلتها من المرسل إلى المتلقي مثل: استخدام ترددات غير مناسبة في الإرسال أو ضعف حاسة السمع أو البصر عند المتلقي؛ وقد يحدث التشويش نتيجة مؤثر مثل عدم الإحساس بالأنا أو الاستغراق في التفكير.

### بيئة الاتصال

وهي العناصر المحيطة بعملية الاتصال داخل المؤسسة مثل العوامل الخاصة بتصميم الوظيفة : ومقدار السلطة المتاحة؛ والإضاءة والحرارة وظروف العمل وغيرها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>محمد الصيرفي الاتصالات الإدارية مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع مصر: 2006 ص 29

### خلاصة الفصل

إن إدراك أهمية الأساليب الاتصالية وطريقة التواصل ما بين المؤسسة والزيون جعلها لا تستغني عنه وذلك بما يتعلق بها وبين أعضاء الإدارة وذلك لضمان السير الجيد للمؤسسة تجعلها تعمل وتخطط سير عملها على أحسن وجه حيث اتصال المؤسسة خلق علاقات جيدة بين الموظفين والإدارة بتحقيق الثقة بينهم.

الإطار المنهجي للدراسة  
الفصل الأول : إجراءات  
الميدانية للدراسة

تمهيد :

بعد عرض الجانب النظري من الدراسة في الفصلين خصصنا هذا الفصل للدراسة الميدانية والتي بعنوان الأساليب الاتصالية لدى موظفي المراكز البريد ودورها في تحسين الخدمة للمواطن دراسة ميدانية في مراكز البريد الأغواط، ولإلمام أكثر بالدراسة الميدانية

أولا : لمحة مؤسسة بريد الجزائر**1. نشأت مؤسسة بريد الجزائر**

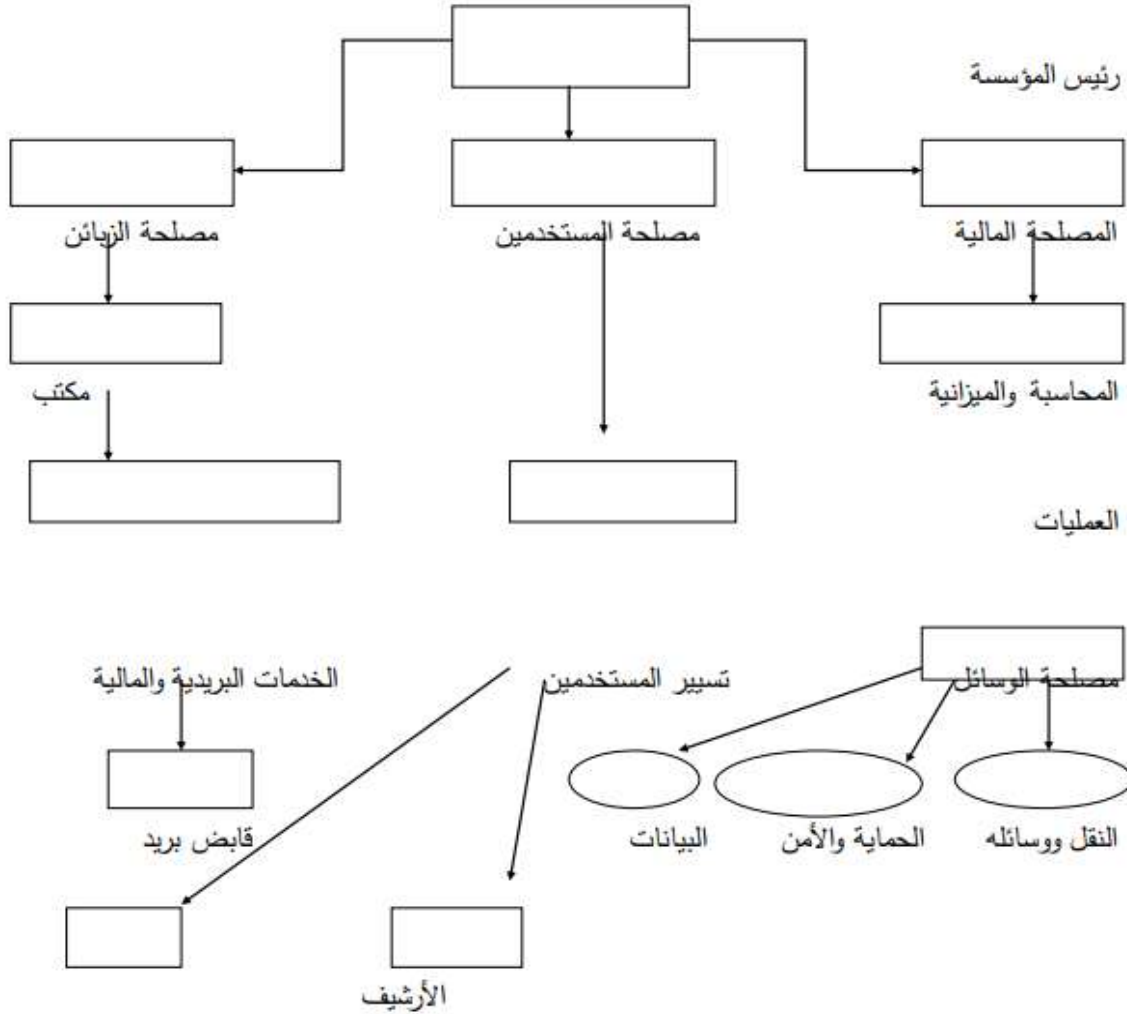
نشأت مؤسسة بريد الجزائر نتيجة لعدة إصلاحات شملت إعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات؛ بحيث أعطت الدولة بذلك حرية التصرف الكاملة لهذا المتعامل الاقتصادي للمشاركة في النمو الاقتصادي والاجتماعي للدولة كانت مؤسسة بريد الجزائر تسيير وفق أحكام الأمر رقم 1975 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975 والمتضمنة قانون البريد والمواصلات.<sup>1</sup>

إن ميلاد بريد الجزائر وبروزها في السوق ليس وليد الصدقة بل هو نتيجة لتضافر عدة جهود وعوامل جلها تاريخية ولا يمكن التحكم فيها ؛ ولا حتى توجيهها من بينها محاولات الجزائر للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة التي تضم أكبر عدد من البلدان والمتحكمة في التجارة العالمية خاصة في إقليم حوض البحر الأبيض المتوسط وما تمليه من شروط على الدول التي ترغب في الانضمام إليها؛ هذا ما يقال على قطاع البريد والمواصلات الذي وضمن تأثيرات البيئة العالمية اليوم تم إعادة هيكلة وإدخال إصلاحات عليه تمخضت عنها ميلاد مؤسستي الجزائر للاتصالات و بريد الجزائر قبل ذلك فإن إدارة البريد والمواصلات الجزائرية قد ورثت عن النظام الفرنسي ما بعد الاستقلال معظم التشريعات المتعلقة بخدمات هذا القطاع واستمر نشاطها بصفة عادية حتى سنة 1975 حيث تم إصدار الأمر رقم 89-75 المؤرخ في 30 سبتمبر 1975 التضمن قانون وزارة البريد والمواصلات من جراء إعادة تنظيم قطاع البريد والمواصلات في إطار سياسة الإصلاح والتطوير القطاع البريد أنشئت مؤسسة بريد الجزائر

<sup>1</sup>الأمر 75/89 المؤرخ في 30/12/1975 المتضمن قانون البريد والمواصلات.

كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري " EPIC " حفاظا على الإرث القديم الوظيفي والرمزي للمؤسسة الأم الذي غدى الذاكرة الجماعية بالكلمة "بريد"<sup>1</sup>

**الشكل 01: الهيكل التنظيمي للوحدة البريدية بولاية الأغواط**



المصدر: من إعداد الطلبة

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 02/143 المتضمن إنشاء بريد الجزائر: 16/01/2002.

## 2. تحليل الهيكل

إن الهيكل التنظيمي عبارة عن مجموعة المهام والمسؤوليات التي تختلف من مؤسسة إلى أخرى فهما لا شك فيه أن السير الحسن لأي مؤسسة يستلزم وجود هيكل تنظيمي مناسب يضمن التوازن بين المسؤوليات واحترام الصلاحيات والهيكل التنظيمي للوحدة البريدية بولاية الأغواط يتمثل في :

**رئيس المؤسسة** هو الشخص المسؤول عن توجيه أعمال الآخرين والذي يرأس الوحدة البريدية بحيث يخول إليه بموجب مسؤوليته الإدارية المهام التالية:

- المراقبة المستمرة لنشاط مختلف المصالح.

-يسهر على اتخاذ وتنفيذ العمل بكل صرامة.

يشرف على تحضير الميزانية ويمثل الوحدة البريدية ويمضي ويبرم العقود.

**المصلحة المالية:** تتكفل بكل الشؤون المالية المتعلقة بالوحدة البريدية ومن مهامها حساب

مداخل الوحدة البريدية وميزانيتها خلال شهر أو سنة.

**مصلحة الزبائن:** مكتب الاستقبال وتتكون من 03 شبابيك شبابيك العمليات وتعد هذه المصلحة

الجزء الحساس للوحدة البريدية حيث نجد أنها أكثر تعاملًا مع الزبائن وتتكون من هيئة من

الموظفين وقابض بريد وموزع.

**مصلحة المستخدمين** وتعد ركيزة المؤسسة والقسم الرئيسي حيث أنه يحدد الوظائف بتسيير

الأجور والتنظيم التخطيط.

**تسيير المستخدمين** حيث يقوم بتطبيق القوانين والمواد المتعلقة بالمستخدمين؛ وتقديم الملفات

المفتشية العمل وتحضير ملفات التكوين والتقاعد والتحقق في حالة الأجور ومن بينها الأرشيف.

الأجور: تحضير ملفات الموظفين وتعديل الأجور بعد كل عملية تطراً على ملفات الموظفين.

مصلحة الوسائل البيانات مكتب مكلف بتوفير مستلزمات المؤسسة والتجهيز المختلف المصالح من أجهزة كمبيوتر وغيرها.

النقل ووسائله مكتب يتكلف بالقيام بتجهيز المؤسسة بدرجات نارية تحت خدماتها وشراء

البنزين وقطع الغيار والصيانة بصفة عامة.

الحماية والأمن هذا المكتب مسؤول عن توفير الحرس الخاص بالمؤسسة وكذا أجهزة مراقبة.

مهام مؤسسة الوحدة البريدية بولاية الأغواط

- ضمان ديمومة الخدمات البريدية المالية.

-تحسين وتوفير الخدمات البريدية الإلكترونية وحوالتك وبريدي موب وفليكسي والبطاقة الذهبية.

-الصدق والمصداقية والجودة في تقديم الخدمات للزبائن وعمل المؤسسة في عطلة الأسبوع. -

-تسهيل عملية المعالجة الرقمية بين الموظف والزبائن.

- دفع الفواتير الكهرباء والغاز ودفع الرواتب الشهرية.

أهدافها :

إرسال واستقبال الرسائل البريدية والأظرفة والصكوك البريدية. تكثيف وعصرنة الشبكة البريدية.

ديمقراطية ولوج كافة السكان لخدمات بريد من خلال تجديد تعزيز وسيط الخدمة الشمولية.

تعزيز التواجد البريدي عبر فتح مكاتب بريد تستجيب للمعايير والمقاييس الدولية في التجمعات الحضرية، الإبتكار والتطوير المستمر للخدمات البريدية والخدمات المالية البريدية من خلال يقظة تكنولوجية ومعيارية.

تحسين آجال إيصال وتوزيع البعثات البريدية بشكل ملموس وذلك باستعمال وسائل عمل

عصرية وتفعيل أنظمة المتابعة والمراقبة، تعزيز الجوارية وتقديم مختلف الخدمات البريدية والمالية بمحل إقامة الزبون.

### ثانيا -مجالات الدراسة :

❖ **المجال الزمني :** حدد المجال الزمني لهذه الدراسة بداية من تاريخ 2024/02/15 الى

غاية تاريخ وضع المذكرة والذي كان في 2024/05/15

### ❖ **المجال المكاني :**

أما فيما يخص المجال المكاني فقد تم دراسة الاساليب الاتصالية لدى موظفي مراكز البريد ودورها في تحسين الخدمة للمواطن بولاية الاغواط

### ❖ **المجال البشري :**

يقصد به عامة المشاركين في الدراسة او العينة او مجتمع الدراسة مع توضيح نسبة العينة في ذلك المجتمع ، وفي مجال دراستنا العلمية التي تناولت موضوع الاتصالية لدى موظفي مراكز البريد ودورها في تحسين الخدمة للمواطن فان المجتمع المدروس هم الافراد المشتركين في موضوع البحث ومشكلته ونقصد بذلك سكان مدينة الاغواط من موظفين عاملين في البريد والمواصلات ، المتعاملين معهم كونهم الاشخاص القائمين.

❖ منهج الدراسة :

ان من اهم الخطوات التي يتبعها الباحث لإنجاز بحثه هو اجتياز منهج ملائم كونه أداة لاختبار الفروض ولا تتم أي دراسة بحثية الا به. كما تعد منهجية البحث من اهم أسباب نجاح البحث العلمي، لذا يوليها الباحث أهمية عظمى، قصد اختيار منهج يلائم طبيعة العمل والموضوع في ان واحد. وتختلف المناهج باختلاف المواضيع فلكل منهج وظيفته وخصائصه التي يستخدمها كل باحث في ميدان اختصاصه<sup>1</sup>

لذا أدرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية المنهج الوصفي لطبيعة الموضوع الذي يتطلب ذلك، فلمنهج الوصفي هو " المنهج الذي يهدف الى جمع الحقائق والبيانات عن الظاهرة او موقف معين مع محاولة تفسير هذه الحقائق تفسيراً كافياً والبحوث الوصفية لا تنحصر اهدافها في مجرد جمع الحقائق، بل ينبغي ان تتجه تصنيف البيانات والحقائق وتحليلها تحليلاً دقيقاً كافياً، ثم الوصول التعميمات بشأن الموقف او الظاهرة موضوع الدراسة"<sup>2</sup>. كما انه "تصوير للوضع الراهن وتحديد للعلاقات التي توجد بين الظاهرات والاتجاهات"<sup>3</sup>

عينة الدراسة:

تعرف العينة بانها " ذلك الجزء من مجتمع البحث الذي سنجع من خلالها المعطيات، في ميدان العلم، ونتطلع ان تسمح لنا العينة المتكونة من بعض العشرات، المئات او الالاف من العناصر وذلك حسب الحالة، والمأخوذة من مجتمع بحث معين بالوصول الى التقديرات التي يمكن تعميمها على كل مجتمع البحث الأصلي.. اي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين "

<sup>1</sup> اعمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1995ص92

<sup>2</sup> عصام حسن احمد الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي اسسه و مناهجه , دار الرضوان للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان 2014، ص149

<sup>3</sup> عصام حسن احمد الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، نفس المرجع السابق، ص150

من أجل دراسة علمية لابد من وضع منهجية تتوافق مع طبيعة البحث، في اطار هذه المنهجية يتم تحديد نوع العينة المختارة كأساس للبحث ، حيث يعرفها "موريس انجرس" انها مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث ، كما انها ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا<sup>1</sup>

نستخدم في دراستنا الحالية العينة القصدية كونها تخدم موضوع البحث وتسلط الضوء على عينات مختارة تساعدنا في جمع معلومات من المبحوثين دون عناء كونها مقصودة ومحددة للمبحوثين، كما أنها تساهم في العمل على مجموعة محددة من الافراد.

### العينة القصدية :

العينة القصدية او يطلق عليها العينة الغير احتمالية احدي انواع العينات في البحث العلمي ويتم تعريفها على انها اسلوب اخذ العينات الذي يختار فيه الباحث العينات بناء على الحكم الذاتي بدلا من الاختيار العشوائي انها طريقة اقل صرامة وتعتمد طريقة اخذ العينات هذه بشكل كبير على خبرة الباحثين ويتم تنفيذها عن طريق الملاحظة.<sup>2</sup>

### أدوات جمع البيانات :

يتوقف نجاح أي دراسة علمية على مدى استعداد الباحث و قدرته على استغلال الأمثل و العقلاني للتقنيات و الأدوات المنهجية التي تدخل في مجال البحث حتى يكون بحثه متكاملًا موضوعيا الى حد ما، اذ تتطلب الدراسات في العلوم الإنسانية و الاجتماعية من الباحث الاستعانة بأدوات معينة لجمع البيانات و المعلومات الضرورية الخاصة بدراسته و تختلف أهمية هذه الأدوات بالنسبة للباحث و ذلك لارتباطها بطبيعة مشكلة البحث و فروض الدراسة و الأهداف المتوخى تحقيقها من هذه الدراسة لذلك يستعين الباحث بأداة او أدوات معينة دونما

<sup>1</sup> محمد در اهم مناهج وعينات وادوات البحث العلمي مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية مؤسسة كنوز الحكمة للنشر

والتوزيع الجزائر العدد 9 عام 2017

<sup>2</sup> موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ت: بوزيد صحراوي واخرون، دار القصبه للنشر طبعة الثانية منقحة، الجزائر 2004-2006، ص 301

غيرها من الأدوات فقد. وعليه قد استخدمنا لدراسة الأساليب الاتصالية لدى موظفي مراكز البريد ودورها في تحسين الخدمة العمومية.

دراسة ميدانية بمراكز البريد الأغواط على الاستتارة تعرف على انها " في شكلها الأكثر شيوعا بسبر الآراء تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الافراد وبطريقة موجهة، ذلك لان صيغ الإجابات تحدد مسبقا، هذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف اكتشاف علاقات رياضية وإقامة مقارنات كمية. ان الاستتار هي وسيلة للدخول في اتصال بالمخبرين بواسطة طرح أسئلة عليهم واحدا واحدا وبنفس الطريقة، بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الافراد، انطلاقا من الأجوبة المتحصل عليها.<sup>1</sup>

### المقابلة المبرمجة أو المقننة:

وهي تعتمد على الأسئلة المحددة والمتسلسلة من قبل الباحث فبالتالي تكون أسئلة ثابتة في كل مقابلة، حيث يكون لدة الباحث قائمة بالأسئلة التي سوف يطرحها لاستخدامها أكثر من مرة، وهذا لا يعني أن الباحث لا يمكنه الاستعانة بأسئلة أخرى إذا دعت الضرورة لذلك.<sup>2</sup> وبنينا المقابلة المقننة على محورين :

❖ المحور الأول: البيانات الشخصية

❖ المحور الثاني: الاساليب الاتصالية لدى موظفي مراكز البريد ودورها في تحسين الخدمة للمواطن

<sup>1</sup>موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ت: بوزيد صحراوي واخرون، دار القصبه للنشر طبعة الثانية منقحة، الجزائر 2004-2006، ص204

<sup>2</sup>ينظر: منذر الضامن أساسيات البحث العلمي. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ص102

مواصفات العينة:

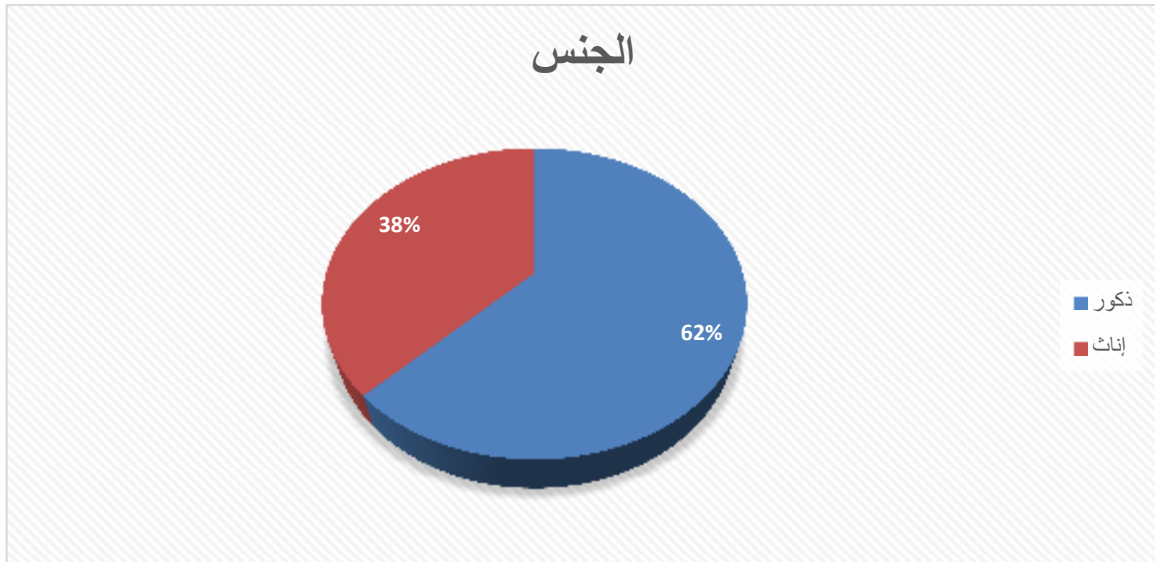
الجدول رقم 01 يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
62,5	5	ذكر
37,5	3	أنثى
100,0	8	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة

من خلال الجدول الموضح أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 62,5% تمثل أفراد العينة الذكور، بينما تشير النسبة 37,5% إلى أفراد العينة الإناث.

الشكل رقم 02 يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.



المصدر : من اعداد الطلبة

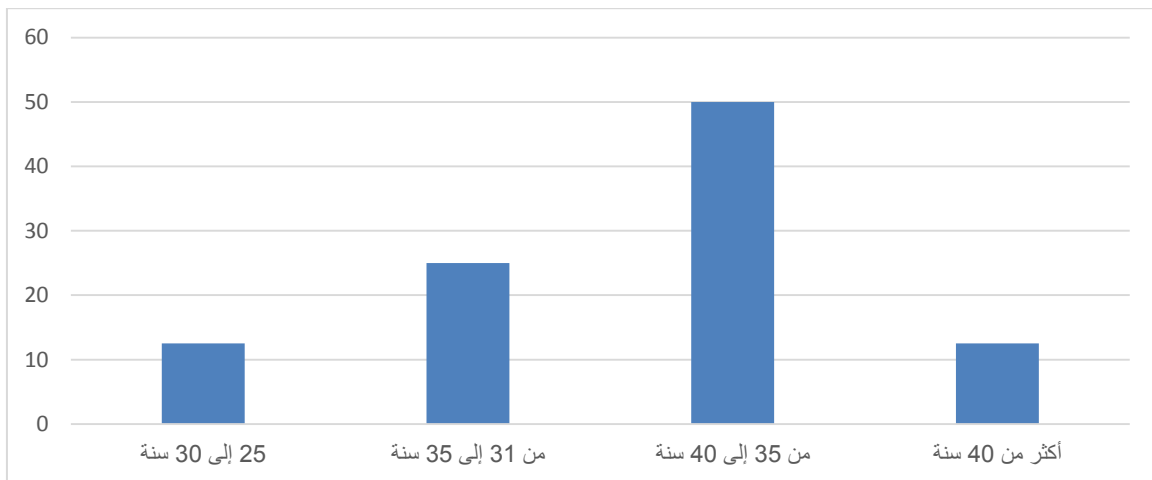
الجدول رقم 02 يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة	التكرار	السن
12,5	1	من 25 إلى 30 سنة
25,0	2	من 31 إلى 35 سنة
50,0	4	من 35 إلى 40 سنة
12,5	1	أكثر من 40 سنة
100,0	8	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة

من خلال الجدول الموضح نلاحظ أن نسبة 50% تمثل الفئة العمرية من العاملين بمركز البريد من 35 إلى 40 سنة، بينما نجد نسبة 25% تشير إلى الفئة العمرية من 31 إلى 35 سنة، في حين نجد أن نسبة 12,5% تشير إلى الفئة العمرية للعاملين من 25 إلى 30 سنة وهي ذاتها النسبة للفئة العمرية أكثر من 40 سنة.

شكل 03 : يوضح توزيع العينة حسب السن



المصدر من اعداد الطلبة

الجدول رقم 03 يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية.

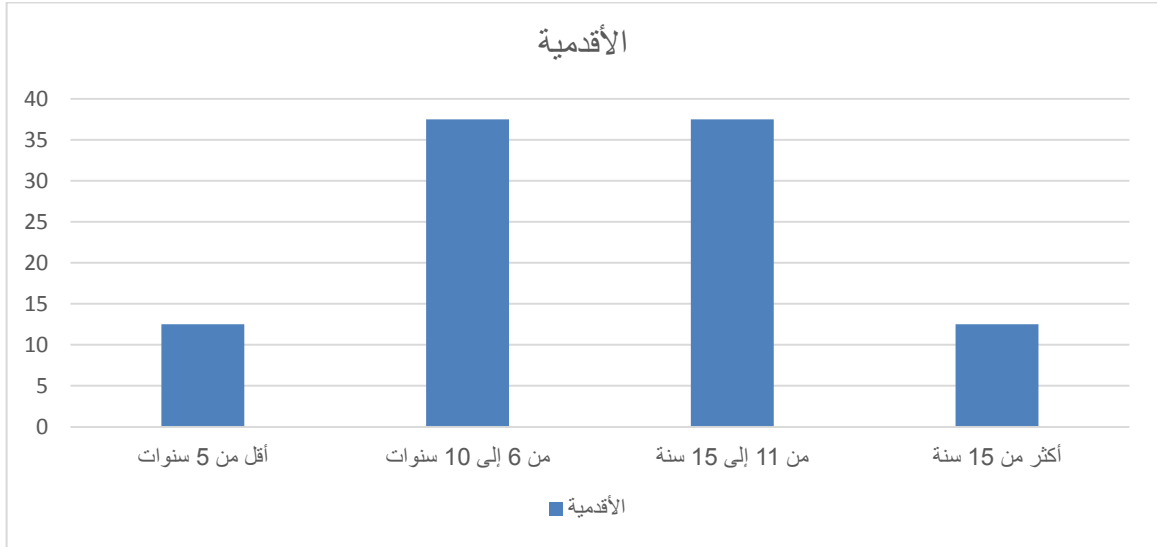
النسبة	التكرار	الأقدمية
12,5	1	أقل من 5 سنوات
37,5	3	من 6 إلى 10
37,5	3	من 11 إلى 15 سنة
12,5	1	أكثر من 15 سنة
100,0	8	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 37,5% تمثل أفراد العينة الذين لديهم خبرة مهنية من 11 إلى 15 سنة، بينما أيضا نجد النسبة 37,5% التي هي بالتساوي، والتي تمثل أفراد العينة الذين لديهم خبرة مهنية من 6 إلى 10 سنوات، أما النسبة 12,5% تشير إلى أفراد العينة الذين لديهم خبرة مهنية أكثر من 15 سنة، وهي ذاتها النسبة 12,5% التي تمثل أفراد العينة الذين لديهم خبرة مهنية أقل من 5 سنوات.

والشكل التالي يوضح بالأعمدة النسب المئوية للخبرة المهنية لدى موظفي البريد:

الشكل رقم 04 يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية



المصدر: من إعداد الطلبة.

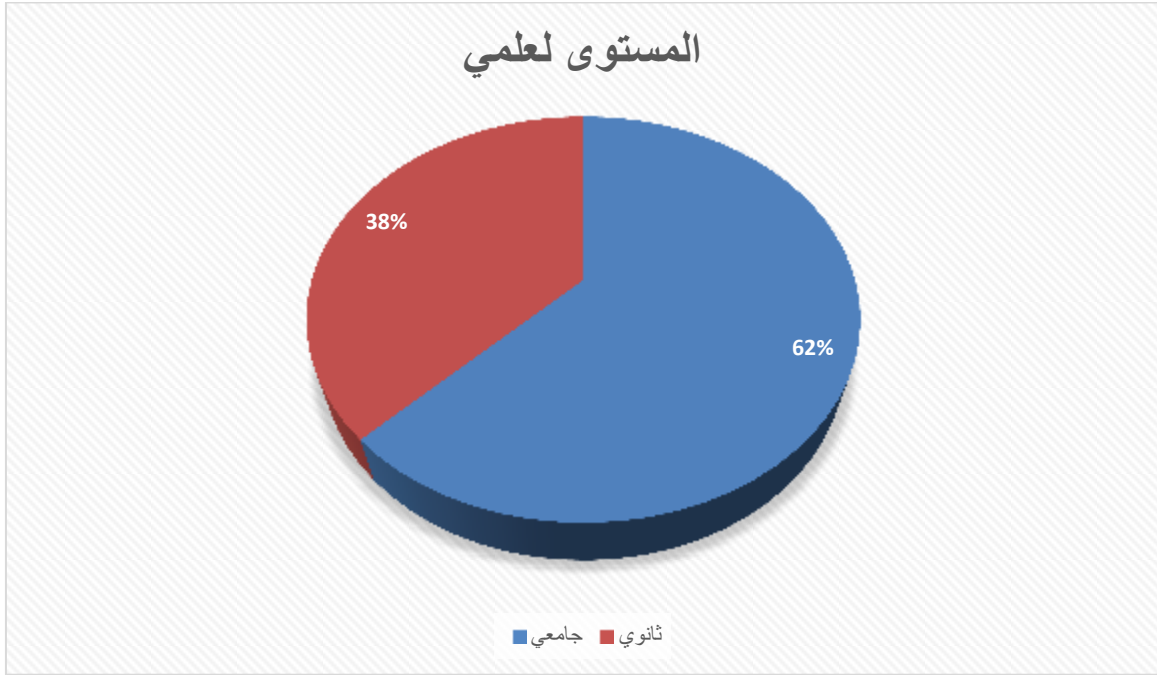
الجدول رقم 04 يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى العلمي

النسبة	التكرار	المستوى العلمي
62,5	5	جامعي
37,5	3	ثانوي
100,0	8	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة

من خلال الجدول الموضح أعلاه يتبين لنا أن النسبة 62,5% مثل أفراد العينة الذين مستواهم العلمي جامعي، في حين نجد النسبة 37,5% تشير إلى أفراد العينة الذين لديهم مستوى علمي ثانوي، وفي هذا إشارة إلى أن مراكز البريد تتطلب مستويات علمية وكفاءات عالية لإدارة المؤسسة وتحقيق أهدافها.

الشكل رقم 05 يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى العلمي



المصدر: من إعداد الطلبة

1. عرض ومناقشة نتائج الدراسة :

من خلال إجابات المبحوثين يتضح لنا أنه يوجد تباين وتفاوت في الإجابات حيث يشير المبحوث الأول إلى أن الأساليب الاتصالية التي تساعد الموظف هي التواصل الواضح والمباشر، واستخدام أبرز وسائل الاتصال الحديثة والاستماع الفعال والتواصل اللفظي، هذا ويشير المبحوث الثاني إلى أن الأساليب الاتصالية التي تساعد الموظف التفاوض والاقناع وإعداد التقارير، ويشير المبحوث الثالث إلى أن الأساليب الاتصالية التي تساعد الموظف، ولتوضيح ذلك نطرح الشكل التالي:

الجدول رقم 05 يوضح الأساليب الاتصالية المساعدة للموظف في إتمام وظيفته

النسبة	التكرار	الأساليب الاتصالية التي تساعد الموظف في اتمام وظيفته؟
25,0	2	التواصل الفعال
50,0	4	وسائل الاتصال الرقمية
25,0	2	الاصغاء والمتابعة
100,0	8	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة

من خلال الجدول الموضح نلاحظ أن نسبة 50% تمثل الموظفين الذين يستخدمون وسائل الاتصال الرقمية كأداة مساعدة لإتمام وظيفته، بينما نجد أن نسبة 25% تشير إلى الموظفين بالبريد يستخدمون وسيلة التواصل الفعال في إتمام الوظيفة، وهي نسبة ذاتها 25% والتي تشير إلى الموظفين الذين يستخدمون وسيلة الاصغاء والمتابعة.

ومنه يتضح لنا أن الأساليب الاتصالية موجودة بالبريد حيث يتعامل الموظفون مع الزبائن حسب حالتهم وحسب درايتهم وفهمهم، فهذه الأساليب كالتواصل الفعال تمكن الموظفين من تعاملهم الجيد وفي هذا دلالة على أنّ الموظفين يقدمون أداءً جيّدًا، وتتنوع الأساليب الاتصالية وتتفاوت في مراكز البريد حسب الموظفين وكفاءتهم وقدرتهم ومدى امتلاكهم لهذه الأساليب.

**الجدول رقم 06 يوضح مدى مساهمة الأساليب الاتصالية في رفع مستوى البريد**

هل الأساليب الاتصالية تساهم في رفع مستوى مؤسسة البريد؟	التكرار	النسبة
نعم	6	75,0
لا	2	25,0
المجموع	8	100,0

**المصدر: من أعداد الطلبة**

من خلال الجدول أعلاه يتضح أنّ نسبة 75% تمثل الموظفين الذين يرون أن الأساليب الاتصالية تساهم في رفع مستوى البريد، في حين نجد أنّ نسبة 25% تشير إلى الموظفين الذين لا يرون بأنّ الأساليب الاتصالية تساهم في رفع مستوى البريد.

إنّ الموظفين بمراكز البريد يتمتعون بكفاءات عالية ومرونة في المعاملة والتسيير لأنّ الأساليب الاتصالية تقتصر على طبيعة التعامل مع الزبون وتلبية حاجياته، وكما هو موضح في الجدول فإنّ الغالبية من الموظفين يرون أن الأساليب تساهم في رفع المستوى وذلك من

خلال رفع مستوى الخدمة للزبائن، كما تسهل العمل وتعزز التعاون بين الموظفين والتي بدورها تحقق أهداف مراكز البريد ويؤدي ذلك إلى رفع مستوى أداء البريد.

الجدول رقم 07 يوضح كيفية التعامل مع فئة كبار السن وقدرة الاتصال بهم

النسبة	التكرار	طريقة التعامل مع فئة كبار السن وما مدى قدرة الاتصال بهم
37,5	3	الليونة والمعاملة الحسنة
25,0	2	التفاعل الجسدي المناسب
37,5	3	التروي ومحاولة الفهم
100,0	8	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 37,5% تمثل الموظفين الذين يتعاملون مع فئة كبار السن عن طريق الليونة والمعاملة الحسنة، في حين نجد أيضا النسبة 37,5% تمثل الموظفين الذين يتعاملون عن طريق التروي ومحاولة الفهم، في حين نجد أن نسبة 25% تشير إلى الموظفين الذين يتعاملون مع فئة كبار السن عن طريق التفاعل الجسدي المناسب.

إنّ امتلاك مهارات وأساليب ووسائل اتصال تساعد الموظفين وتحفزهم على تأدية مهامهم بالالتزام وانضباط بالمؤسسة بحيث أن المؤسسة لا تقتصر على سن معين بل هي مفتوحة لجميع الفئات من أجل الاستفادة من خدمات البريد، وعلى هذا فإنّ فئة كبار السن وكيفية التعامل معهم تتطلب أساليب ووسائل عالية، فالتعامل مع فئة كبار السن تكون باستخدام

لغة بسيطة ومفهومة وواضحة، والاحترام الذي يؤكد مدى امتلاك أساليب مناسبة للتواصل مع مختلف الفئات، كما أنّ لهذه الفئة لها الأولوية أيضا في طلب الخدمات.

الجدول رقم 08 يشير إلى مدى استطاعة الموظفين مع فئة الإعاقة الذهنية

النسبة	التكرار	كيفية التواصل مع فئة الإعاقة الذهنية
25,0	2	التواصل بالإشارات
25,0	2	التواصل بالإيماءات
50,0	4	التواصل مع ذويهم
100,0	8	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة

من خلال الجدول نلاحظ أنّ نسبة 50% تمثل الموظفين الذين لديهم قدرة في التعامل مع فئة الإعاقة الذهنية بحيث يتواصلون مع ذويهم أو مرافقيهم، بينما تشير النسبة 25% إلى الموظفين الذين لديهم قدرة في التعامل مع فئة الإعاقة الذهنية من خلال التواصل بالإشارات، في حين نجد أنّ نسبة 25% تشير إلى الموظفين الذين لديهم قدرة في التعامل مع فئة الإعاقة الذهنية من خلال الإيماءات.

يتضح لنا من خلال النتائج والقراءات الإحصائية أنّ الموظفين بمراكز البريد يتمتعون بحس معرفي ويمتلكون مهارات عالية في التواصل مع مختلف الفئات عموما ومع فئة الإعاقة الذهنية خصوصا، كونها فئة لا يمكن فهمها مباشرة كذلك الخطاب يكون صعب مع هذه الفئة،

فيستخدمون الوسائل الاتصالية الأخرى كالإشارات والايماءات، أو تجنب ذلك من خلال الحديث مع مرافقيهم وذويهم.

**الجدول رقم 09 يوضح طريقة الخطاب مع فئة المعاقين سمعيا**

طريقة خطاب فئة المعاقين سمعيا	التكرار	النسبة
عن طريق الخطاب المباشر	5	62,5
مع المرافق	3	37,5
المجموع	8	100,0

المصدر: من إعداد الطلبة

من خلال الجدول نلاحظ أنّ نسبة 37,5% تشير إلى الموظفين الذين لديهم طريقة خطاب مع فئة المعوقين بصريا بلغة الإشارة، وهي بنفس نسبة 37% التي تمثل الموظفين الذين يلجؤون إلى الخطاب مع المرافق لفئة المعوقين بصريا، في حين نجد أنّ نسبة 25% تشير إلى الموظفين الذين لديهم طريقة خطاب مباشرة مع فئة المعوقين بصريا.

نستنتج من خلال القراءات الإحصائية أنّ الموظفين يمتلكون مهارات عالية في الخطاب خاصة مع الفئات الهشة التي لا تملك قدرة ولديها خلل بنيوي أو جسمي لديهم الأولوية على حساب الزبائن، بالتالي نجد أنّ الموظفين يلجؤون إلى الخطاب المباشر والسلس، أو عن طريق المرافق لتسهيل العملية في أقل وقت ممكن.

## الجدول رقم 10 يوضح مدى توفر الجانب الأمني في خدمة البريد

النسبة	التكرار	مدى توفر الجانب الأمني في خدمة البريد
50,0	4	نعم
25,0	2	لا
25,0	2	أحيانا
100,0	8	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة

من خلال الجدول نلاحظ أنّ نسبة 50% تمثل الموظفين الذين يؤكدون على أن المؤسسة توفر الجانب الأمني في خدمة البريد، بينما نجد أن نسبة 25% تشير إلى الموظفين الذين يرون أن المؤسسة أحيانا توفر الجانب الأمني في خدمة البريد، بخلاف النسبة 25% التي تشير إلى الموظفين الذين لا يرون بأن المؤسسة توفر الجانب الأمني لخدمة البريد.

يتضح لنا من خلال النتائج أن مركز البريد يوفر للموظفين الجانب الأمني لتعزيز خدمات البريد وعدم وقوع مشاكل بالتالي فالمؤسسة تتمتع بحس أمني عالي المستوى من خلال ما أدلو به من إجابات، فالجانب الأمني يؤكد على أن المؤسسة توفر الجانب الأمني لضمان سير العمل ولتفادي مشاكل التي تضر بالمصلحة العامة.

الجدول رقم 11 مدى وجود فروق في طبيعة العلاقة بين الموظف والزبون

هل توجد فروق في طبيعة العلاقة بين الموظف والزبون	التكرار	النسبة
نعم	4	50,0
لا	4	50,0
المجموع	8	100,0

المصدر: من إعداد الطلبة

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 50% تمثل الموظفين الذين يرون بأنه توجد فروق في طبيعة العلاقة بين الموظف والزبون، وهي بالتساوي مع نسبة 50% والتي تشير إلى الموظفين الذين لا يرون بوجود فروق في طبيعة العلاقة بين الموظف والزبون.

الجدول رقم 12 يوضح الأساليب التي تلجأ إليها المؤسسة البريد في المناسبات

الأساليب التي تلجأ إليها المؤسسة البريد في المناسبات	التكرار	النسبة
فتح المكاتب خلال الأعياد والمناسبات	4	50,0
توفير السيولة عبر الموزعات	4	50,0
المجموع	8	100,0

المصدر: من إعداد الطلبة

من خلال الجدول يتضح لنا أن نسبة 50% التي تمثل الموظفين الذين يرون بأن مؤسسة البريد تلجأ في المناسبات إلى فتح المكاتب، وهي ذاتها النسبة 50% التي تشير إلى موظفي البريد الذين يرون بأن مركز البريد في المناسبات يلجأ إلى توفير السيولة عبر الموزعات.

**الجدول رقم 13 يوضح مدى وجود صعوبة في التعامل مع الزبون**

النسبة	التكرار	مدى وجود صعوبة في التعامل مع الزبون
62,5	5	نعم
37,5	3	لا
100,0	8	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة

من خلال الجدول أعلاه نرى أنّ نسبة 62,5% تمثل الموظفين الذين يجدون صعوبة في التعامل مع الزبون، على عكس نسبة 37,5% التي تشير إلى موظفي البريد الذين لا يجدون صعوبة في التعامل مع الزبون.

نتائج الدراسة :

من خلال دراستنا هذه توصلنا الى نتائج التالية أبرزها:

1. تتنوع الأساليب الاتصالية المستخدمة من قبل موظفي مراكز البريد، حيث تشمل التواصل الواضح والمباشر، واستخدام وسائل الاتصال الرقمية الحديثة، والاستماع الفعال، والتفاوض والإقناع، وإعداد التقارير بشكل واضح ومفصل.
2. إمتلاك موظفي مراكز البريد مهارات عالية في التواصل مع مختلف فئات الزبائن، بما في ذلك الفئات الهشة كالمسنين وذوي الإعاقات، حيث يستخدمون أساليب متخصصة كاللغة البسيطة والإشارات والإيماءات والتواصل مع المرافقين لتلبية احتياجات كل فئة.
3. تساهم الأساليب الاتصالية الجيدة بشكل كبير في رفع مستوى خدمات البريد وتحسين التعامل مع الزبائن وتلبية احتياجاتهم بشكل أفضل، كما تعزز من رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة وتدعم صورة المؤسسة الإيجابية لدى الجمهور.
4. توفر مراكز البريد الجانب الأمني بشكل كافٍ لضمان سير العمل بسلاسة وتفاذي المشاكل التي قد تضر بالمصلحة العامة، مما يعزز من ثقة الزبائن في المؤسسة ويساهم في تحسين تجربتهم مع الخدمات المقدمة.
5. بالرغم من المهارات الاتصالية العالية للموظفين، إلا أن هناك صعوبات في التعامل مع بعض الزبائن، مما يستدعي ضرورة تطوير المهارات الاتصالية بشكل مستمر لمواجهة مختلف التحديات.
6. أظهرت النتائج وجود فروقات في طبيعة العلاقة بين الموظفين والزبائن، الأمر الذي قد ينعكس سلباً على عملية الاتصال وجودة الخدمات المقدمة إذا لم يتم التعامل معه بشكل ملائم.

الخاتمة

بناء على الدراسة الميدانية التي قمنا بيها حول الأساليب الاتصالية لدى موظفي مراكز البريد ودورها في تحسين الخدمة العمومية المقدمة للمواطنين.

أظهرت الدراسة امتلاك موظفي مراكز البريد لمجموعة متنوعة من المهارات الاتصالية التي تمكنهم من التعامل بفعالية مع مختلف فئات الزبائن، بما في ذلك الفئات الهشة كالمسنين وذوي الإعاقات. حيث يلجأ هؤلاء الموظفون إلى أساليب متخصصة كالتواصل باللغة البسيطة والإشارات والإيماءات والتواصل مع المرافقين، وذلك بهدف تقديم خدمات مصممة خصيصاً لتلبية احتياجات كل فئة على حدة.

من جانب آخر، أبرزت الدراسة الدور الهام الذي تلعبه الأساليب الاتصالية الفعالة في رفع مستوى الخدمات المقدمة في مراكز البريد، والحفاظ على صورة إيجابية للمؤسسة لدى الجمهور. فالتواصل الجيد مع الزبائن يساهم في تلبية احتياجاتهم بشكل أفضل، ويعزز من رضاهم عن الخدمات المقدمة، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على سمعة المؤسسة ويدعم تحقيق أهدافها.

### لذلك ، توصلت النتائج المقدمة الى:

من الضروري العمل على تطوير المهارات الاتصالية لموظفي البريد بشكل مستمر، من خلال برامج تدريبية متخصصة تركز على طرق التعامل مع مختلف الفئات والحالات الصعبة. كما يجب تعزيز استخدام التكنولوجيا الحديثة في عمليات الاتصال، والعمل على تحسين البيئة الأمنية في مراكز البريد لضمان سلامة الموظفين والزبائن على حد سواء.

علاوة على ذلك، يجب إجراء دراسات دورية لقياس مستوى رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة، وتحليل هذه البيانات لتحديد نقاط القصور في الأساليب الاتصالية وطرق التحسين المناسبة. كما ينبغي تشجيع تبادل الخبرات والممارسات الجيدة مع مراكز البريد الأخرى على المستوى الوطني والدولي، والاستفادة من التجارب الناجحة في هذا المجال، تؤكد هذه الدراسة على الدور المحوري للأساليب الاتصالية في تحسين الخدمة العمومية المقدمة في مراكز البريد، وتسلط الضوء على أهمية الاستثمار في تطوير هذه المهارات لدى الموظفين، بما يضمن تقديم خدمات ذات جودة عالية للمواطنين وتعزيز صورة المؤسسة وتحقيق أهدافها الاستراتيجية.

## قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع :

الكتب :

- جابر سامية محمد، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، دار المعرف الجامعية، الاسكندرية، مصر، 1983
- حارث عبودة: الإتصال التربوي، ط 1، دار النشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009
- حمدي نجرس وآخرون، تكنولوجيا التربية، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، 1992
- شريف درويش اللبان، تكنولوجيا اتصال، مكتبة العلمي للكمبيوتر والتأثيرات الاجتماعية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة مصر، 2000
- عاطف عدلي العبدلة الاتصال والرأي العام دار الفكر العربي القاهرة 1993
- عبد الحافظ سلامة، الاتصال ومهاراته، دار الفكر، ط1، 2002
- عبد الحافظ سلامة، الوسائل التعليمية والمنهج، ط 2، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000
- عبد العزيز شرف، نماذج الاتصال في الفنون والإعلام والتعليم وإدارة الأعمال، الدار المصرية اللبنانية، 2003،
- عصام حسن احمد الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي اسسه و مناهجه , دار الرضوان للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان 2014، ص149
- عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1995، ص92
- فضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر
- فؤاد شعبان، عبيدة قبوي، تاريخ وسائل الإتصال وتكنولوجياه الحديثة، لجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع 2012،
- محسن علي عطية، مهارات الاتصال اللغوي وتعليمها، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008،

- محمد الحيلة، أساسيات تصميم وإنتاج الوسائل التعليمية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002
- محمد الصيرفي الاتصالات الإدارية مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع مصر: 2006
- محمد الصيرفي الاتصالات الإدارية مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع مصر: 2006
- محمد الغريب عبد الكريم مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1999
- موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ت: بوزيد صحراوي واخرون، دار القصة للنشر طبعة الثانية منقحة، الجزائر 2004-2006
- ناصر محمد العديلي، كيف ترفع مهارة الإدارة في الاتصال، دار الميسرة، 1995
- هاني عابد الضمور، الخدمة العمومية ومصالحها، ط 1، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان، عام 2005،

#### المجلات

- محمد در اهم مناهج وعينات وادوات البحث العلمي مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع الجزائر العدد 9 عام 2017
- **المذكرات والرسائل التخرج :**

- برقية سهيلة، أساليب الاتصال التنظيمي ودورها في تفعيل الموارد البشرية في المؤسسة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 24 جوان، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2016
- برنت 2 روبرت ترجمة لجنة من أعضاء قسم وسائل وتكنولوجيا التعليم بجامعة الملك سعود الاتصال والسلوك الإنساني معهد الإدارة العامة السعودية 1991
- **قوانين والمراسيم**
- الأمر 75/89 المؤرخ في 30/12/1975 المتضمن قانون البريد والمواصلات.

المرسوم التنفيذي رقم 02/143 المتضمن إنشاء بريد الجزائر: 16/01/2002.

مراجع باللغة الأجنبية

- Aimery de Narbonne, communication d'entreprise conceptionetpratique; eyrolles paris: 1993
- Francis Vonoye : Expression communication : colin : paris 1973

الملاحق



جامعة عمار ثليجي بالأغواط  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم الإعلام والاتصال  
التخصص: اتصال وعلاقات عامة



## استمارة

في إطار انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر اتصال وعلاقات عامة ، والموسومة بـ :

الأساليب الاتصالية لدى موظفي مراكز البريد ودورها في تحسين الخدمة العمومية  
دراسة ميدانية بمراكز البريد الأغواط

يقدم هذا الاستبيان في إطار نيل شهادة الماستر تخصص (اتصال وعلاقات عامة) يرجى وضع  
العلامة x في مكان الاجابة ومع العلم أن هذه الاجابات تحمل في مجال العلم فقط ونرجو من  
سيادتكم مساعدتنا في ذلك وتقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

إشراف الأستاذ

د. بن جدو عبد القادر

إعداد الطالبين:

❖ كعباش خديجة

❖ قازي مريم

I. المحور الأول: البيانات الشخصية ( ضع علامة X في المكان المناسب )

1- الجنس:

ذكر

أنثى

2. السن:

من 25 إلى 30 سنة

من 31 إلى 35 سنة

من 35 إلى 40 سنة

أكثر من 40 سنة

3. المستوى التعليمي :

جامعي

ثانوي

أذكرها .....

أخرى

4. الأقدمية

أقل من 5 سنوات

من 6 إلى 10

من 11 إلى 15 سنة

أكثر من 15 سنة

II. المحور الثاني: الاساليب الاتصالية لدى موظفي مراكز البريد ودورها في تحسين الخدمة للمواطن

4. ماهي الاساليب الاتصالية التي تساعد الموظف في اتمام وظيفته ؟

.....

5. هل الاساليب الاتصالية تساهم في رفع مستوى مؤسسة البريد

نعم

لا

6. كيف تكون طريقة التعامل مع فئة كبار السن وما مدى قدرة الاتصال بهم ؟

.....

7. كيف تستطيع التواصل مع الإعاقة الذهنية ؟

.....

8. ماهي طريقة التواصل مع الزبائن (ذوي الإعاقة السمعية )

.....

9. كيف تكون طريقة الخطاب مع فئة المعاقين بصريا

.....

10. هل جانب الأمني متوفر لدى خدمة البريد ؟

نعم  لا  أحيانا

11. ماهي خطتكم لتجنب حدوث أزمة نقص في السيولة ؟

.....

12. هل توجد فروق في طبيعة العلاقة بين الموظف والزبون ؟

نعم  لا

13. ماهي الاساليب التي تلجأ اليها مؤسسة البريد في المناسبات ، ايام العطل ؟

.....

14. هل توجد صعوبة في التعامل مع الزبائن ؟

نعم  لا

### الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	5	62,5	62,5	62,5
	أنثى	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

### السن

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 25 إلى 30 سنة	1	12,5	12,5	12,5
	من 31 إلى 35 سنة	2	25,0	25,0	37,5
	من 35 إلى 40 سنة	4	50,0	50,0	87,5
	أكثر من 40 سنة	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

### الأقدمية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 5 سنوات	1	12,5	12,5	12,5
	من 6 إلى 10	3	37,5	37,5	50,0
	من 11 إلى 15 سنة	3	37,5	37,5	87,5
	أكثر من 15 سنة	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

### المستوى العلمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	جامعي	5	62,5	62,5	62,5
	ثانوي	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

ما هي الاساليب الاتصالية التي تساعد الموظف في اتمام وظيفته؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	التواصل الفعال	2	25,0	25,0	25,0
	وسائل الاتصال الرقمية	4	50,0	50,0	75,0
	الإصغاء والمتابعة	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

هل الأساليب الاتصالية تساهم في رفع مستوى مؤسسة البريد؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	6	75,0	75,0	75,0
	لا	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

كيف تكون طريقة التعامل مع فئة كبار السن ومامدى قدرة الاتصال بهم؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	اليونة والمعاملة الحسنة	3	37,5	37,5	37,5
	التفاعل الجسدي المناسب	2	25,0	25,0	62,5
	التروي ومحاولة الفهم	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

كيف تستطيع التواصل مع فئة الاعاقة الذهنية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	التواصل بالإشارات	2	25,0	25,0	25,0
	التواصل بالإيماءات	2	25,0	25,0	50,0
	التواصل مع ذويهم	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

ما هي طريقة التواصل مع الزبائن (ذوي الإعاقة السمعية)؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لغة الاشارة	3	37,5	37,5	37,5
	عن طريق الكتابة	2	25,0	25,0	62,5
	مع المرافق	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

كيف تكون طريقة الخطاب مع الفئة المعاقين بصريا؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	التواصل عن طريق الخطاب المباشر	5	62,5	62,5	62,5
	التواصل مع مرافقهم	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

هل الجانب الأمني متوفر لدى خدمة البريد؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	4	50,0	50,0	50,0
	لا	2	25,0	25,0	75,0
	أحيانا	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

هل توجد فروق في طبيعة العلاقة بين الموظف والزبون؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	4	50,0	50,0	50,0
	لا	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

الأساليب الاحصائية التي تلجأ إليها المؤسسة البريد في المناسبات مثل الاعياد ، ايام العطل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	فتح المكاتب خلال الأعياد والمناسبات	4	50,0	50,0	50,0
	توفير السيولة عبر الموزعات	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

هل توجد صعوبة في التعامل مع الزبون؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	5	62,5	62,5	62,5
	لا	3	37,5	37,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	