

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمّار ثلجي بالأغواط
كلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة
قسم علوم الاعلام والاتصال



الموضوع:

القائم بالإتصال في المؤسسة الإقتصادية الخدمية الجزائرية ودوره في تحفيز العمال دراسة حالة: مؤسسة سونلغاز بالأغواط

إشراف الدكتور:

* طريف عطا الله

من اعداد:

✓ تواتي تواتي

✓ مصيطفى بوبكر

لجنة المناقشة:

1- الجودي بن قيطر..... رئيسا

2- طريف عطاالله..... مقرا

3- بن دهقان طاهر..... مناقشا

السنة الجامعية: 2019/2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

أهدي تخرجي إلى من تمنوا لي النجاح والتوفيق
أخي وأخواتي الأعزاء إلى كل من سانديني من قريب
وبعيد وإلى كل من تمنى لي الخير والنجاح عائلتي
وأصدقائي وزملائي والشكر الكبير لأعظم
شخصين أبي أمي شكراً لكم بحجم السماء إليهم
جميعاً أهدي تخرجي راجياً من الله الإطالة
بأعمارهم وأن يبارك فيهم ويحفظهم ربّي بعينه التي
لا تنام كان يوم ليس كسائر الأيام انه الدمع
يذرف فرحاً.

مصطفى بوبكر

إهداء

لابد لنا و نحن نخطو خطواتنا الاخيرة في الحياة
الجامعية من وقفة نعود الى اعوام قضيناها في
رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا
الكثير باذلين بذلك جهودا كبيرة في بناء جيل الغد
لتبعث الامة من جديد وقبل أن نمضي أتقدم
بأسمى آيات الشكر و الإمتنان والتقدير والمحبة الى
الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة الي الذين مهدوا
لنا طريق العلم و المعرفة الى كل أساتذتنا الافاضل.

تواتي تواتي

شكر و تقدير

قال الله تعالى: (لئن شكرتم لأزيدنكم)

صدق الله العظيم

الحمد لله رب العالمين نحمده حمد الشاكرين ونشكره
شكر الحامدين

اللهم صلي وسلم وبارك على المبعوث رحمة للعالمين
رسولك محمدا وعلى آله وصحبه أجمعين

و عرفانا منا بالجميل تجاه من ساهم من قريب أو من بعيد
في انجاز مذكرتنا هذه نتقدم بالشكر الجزيل الى الأستاذ
المشرف طريف عطالله

وكل أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال

الى جميع طلبة قسم الاتصال والعلاقات العامة

دفعة 2019/2018

المخلص:

تهدف دراستنا هاته الى التعريف بالقائم بالاتصال ومدى دوره في تحفيز أداء العمال حيث أجريت دراستنا هاته بمؤسسة سونلغاز بولاية الأغواط.

حيث تم الاعتماد على الدراسات الوصفية عن طريق المسح ومنهج دراسة حالة واستخدام اسلوب المقارنة مع استخدام الاستبيان والمقابلة كأدوات بحثية.

حيث توصلت دراستنا الى أن للقائم بالاتصال دور فعال في تحفيز أداء العمال وذلك من خلال التوجيهات والتعليمات التي يقدمها الى الموظفين المرتبطة أساسا بمهامهم ومدى فعاليته في زيادة انتاج المؤسسة وتمثيلها تمثيل جيد .

كما توصلت الى أنه توجد علاقة ارتباط موجبة بين أداء العمال وتوجيهات القائم بالاتصال في مؤسسة سونلغاز بالأغواط.

توجد علاقة ارتباط موجبة قوية بين الهيكل التنظيمي واداء القائم بالاتصال.

توجد علاقة ارتباط موجبة بين التحفيز وأداء القائم بالاتصال في مؤسسة سونلغاز بالأغواط.

: Résumé

Cette étude a pour objectif de présenter le communicateur et son rôle dans la stimulation de la performance des travailleurs. Cette étude a été menée à la Fondation Sonlgaz de Laghouat..

Les études descriptives étaient basées sur l'enquête, la méthodologie des études de cas et l'utilisation de la méthode de comparaison avec l'utilisation du questionnaire et de l'entretien en tant qu'outils de recherche..

Notre étude a révélé que le communicateur avait un rôle efficace à jouer dans la stimulation de la performance des travailleurs grâce aux instructions qu'il donnait aux employés, principalement en ce qui concerne leurs tâches et leur efficacité à augmenter la production de l'institution et à bien les représenter..

Il a également constaté une corrélation positive entre la performance des travailleurs et les conseils de la personne de contact à la Fondation Sonlegaz de laghouat..

Il existe une forte corrélation positive entre la structure organisationnelle et les performances de communication.

Il existe une corrélation positive entre la motivation et la performance de la personne de contact à la Fondation Sonlegaaaz de laghouat..

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان	الرقم
أ	شكر و تقدير	01
ب	ملخص الدراسة بالعربية	02
ج	ملخص الدراسة بالفرنسية	03
د - ذ	فهرس المحتويات	04
ر - ز	فهرس الجداول	05
10		06
الإطار العام للدراسة		
13	1- اشكالية الدراسة	07
13	2- تساؤلات الدراسة	08
14	3- أسباب اختيار الدراسة	09
14	4- أهداف الدراسة	10
15	5- منهج الدراسة	11
15	6- أهمية الدراسة	12
15	7- تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة	13
17	8- حدود الدراسة	14
17	9- الدراسات السابقة	15
الفصل الأول: القائم بالاتصال		
22	- المبحث الأول: مدخل الى الاتصال والقائم بالاتصال	16
22	-المطلب الأول: تعريف الأتصال	17
23	-المطلب الثاني: تعريف القائم بالاتصال	18
26	- المبحث الثاني: العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال و سماته الخاصة ومهامه	19
26	-المطلب الأول: العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال	20
34	-المطلب الثاني: السمات الخاصة بالقائم بالاتصال	21
40	-المطلب الثالث: مهام القائم بالاتصال في المؤسسة	22
الفصل الثاني: المؤسسة الاقتصادية الخدمية الجزائرية (مؤسسة سونلغاز بالأغواط)		
45	المبحث الأول: المؤسسة الاقتصادية الخدمية في الجزائر	23
45	المطلب الأول: تعريف المؤسسة الاقتصادية	24
26	المطلب الثاني: أهداف و وظائف المؤسسة الاقتصادية	25
51	المبحث الثاني: مدخل حول مجمع سونلغاز بالجزائر	26
51	المطلب الأول: التطور التاريخي لمجمع سونلغاز	27

54	المطلب الثاني: نصوص تنظيمية لنشاط مؤسسة سونلغاز	28
56	المطلب الثالث: المهام الموكلة لمديرية التوزيع بالأغواط	29
الفصل التطبيقي: تصميم الدراسة وخطواتها الإجرائية		
64	المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة	30
64	المطلب الأول: منهج الدراسة	31
64	المطلب الثاني: أدوات الدراسة وجمع البيانات	32
65	المبحث الثاني: تفسير و تحليل نتائج الاستبيان	33
65	المطلب الأول: تحليل نتائج الإستبيان	34
77	المطلب الثاني: تحليل نتائج المقابلة	35
80	خاتمة	36
82	قائمة المراجع	37
	قائمة الملاحق	38

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
65	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
66	توزيع أفراد العينة حسب العمر	02
66	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
67	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	04
67	توزيع أفراد العينة حسب أقدمية العمل	05
68	توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	06
68	يوضح اجابات الموظفين في وضع المؤسسة لهم حسب قدراتهم و مؤهلاتهم	07
69	وضح مدى تحفيز المؤسسة على أداء فعال من خلال قدرات و كفاءات الموظف	08
69	يوضح مدى تحفيز الموظف من خلال الترقية	09
69	يوضح مختلف اجابات الموظفين من خلال فرص الترقية و التكوين و التدريب من طرف المؤسسة	10
70	يوضح مختلف اجابات الموظفين حول مدى اكتساب قدرات جديدة من خلال التدريب و التكوين	11
70	يوضح مختلف اجابات الموظفين مدى تحفيز الأجور المرتفعة على بذل جهد أكبر	12
71	يوضح مختلف اجابات الموظفين عن مدى رضاهم في الأجر المقدم من طرف المؤسسة	13
71	يوضح مختلف اجابات الموظفين بخصوص العمل الفردي و الجماعي في الأداء الفعال	14
71	يوضح مختلف اجابات الموظفين بخصوص علاقاتهم مع زملائهم	15
72	يوضح مختلف اجابات الموظفين بخصوص التقصير المادي لهم	16
72	يوضح اجابات الموظفين حول التقديرات و العلاوات بين المؤسسة و الموظف	17
73	يوضح اجابات الموظفين حول أهمية الحوافز المعنوية و دورها بالنسبة للموظف	18
73	يوضح اجابات الموظفين حول أهمية التحفيز بالنسبة للموظف	19
73	يوضح اجابات الموظفين حول المعلومات و الرسائل المنشورة بين الموظف و القائم بالإتصال	20
74	يوضح اجابات الموظفين حول دور القائم بالإتصال في حياة الموظف	21
74	يوضح اجابات الموظفين حول ضرورة القائم بالإتصال في	22

	المؤسسة	
75	يوضح اجابات الموظفين حول دور الاتصال بين الموظفين والقائم بالاتصال في التحفيز	23
75	يوضح اجابات الموظفين حول دور القائم بالاتصال في التوظيف	24
75	يوضح اجابات الموظفين حول دور القائم بالاتصال في تطوير المهارات	25
76	يوضح مختلف اجابات الموظفين حول الوسائل الاتصالية المعتمدة من طرف القائم بالاتصال.	26
76	يوضح مختلف اجابات الموظفين حول المعوقات الاتصالية التي تحول دون تحفيز العاملين من وجهة نظر القائم بالاتصال.	27
77	يوضح مختلف اجابات الموظفين حول نوع المحفزات التي يعتمدها القائم بالاتصال.	28
77	يوضح مختلف اجابات الموظفين مدى رضا الموظفين حول أداء القائم بالاتصال.	29

مقدمة

تعد القوى العاملة باعتبارها رأس المال البشري، من أهم الموارد التي تقاس بها إمكانيات وتنظيم ، والاجتماعية، الثقافية، بل يمكن اعتبارها الدعامة الأساسية سواء من بنيتها وتركيبها من حيث قدرتها ومؤهلاتها في تحقيق إستراتيجيات التنمية والتحديث في زمن ثورة المعلومات (In Formation Explosion) التي تسعى بدورها إلى إعادة القيم والأفكار فضلاً عن تأهيل البشر بما يتناسب والتحولات التقنية للعام في تطوره الراهن.

ومن هذا المنطلق أصبح ميدان القوى البشرية في أي منظمة من المنظمات أياً كانت أهدافها وأياً كان مجال نشاطها هو الذي يحرك أداءها وهو المحدد لفعالية استخدام عناصر الإنتاج والأدوات الأخرى.

كما تزايد الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في العلاقات العامة في عالم اليوم بتزايد الطلب على الاستعانة بخدمات هؤلاء القائمين بالاتصال في تحقيق المواهب بين الأنشطة الاتصالية للمؤسسة وبين الحاجات المتغيرة للجماهير التي تتلازم مع زيادة سكان العالم على نحو مستمر، وكلما زادت حاجتها وجود عدد من الأفراد المتخصصين في مجال العلاقات العامة يمكنهم إعداد وتصنيف البرامج الاتصالية للمؤسسة مع تلك الجماهير.

وتجدر الإشارة إلى أن العلاقات العامة قد ينتج عن ممارستها آثار إيجابية أو سلبية، ويتوقف نوع هذه الآثار مع قدرات ومهارات الممارسين واتجاهاتهم نحو المهنة التي ينتسبون إليها.

ولكي تحقق العلاقات العامة أهدافها في خدمة المنظمات والمنشأة المعاصرة و تحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية.

حيث يلعب القائم بالاتصال دورا كبيرا وفعالاً في تحفيز أداء العمال لزيادة الانتاجية ومن خلال هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة التي تحاول أن تدرس القائم بالاتصال في المؤسسة الاقتصادية الخدمية ومدى دوره في تحفيز أداء العمال لهذا قمنا بتقسيم بحثنا هذا الى جانبين نظري وآخر تطبيقي حيث اشتمل الجانب النظري على مايلي:

الفصل الأول: تطرقنا في هذا الفصل الى اشكالية الدراسة وأهميتها وأهدافها وأسباب اختيار الموضوع والدراسات السابقة.

الفصل الثاني : حيث تناولنا في هذا الفصل تعريف القائم بالاتصال

والعوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال وكذا السمات الخاصة بشخصية القائم بالاتصال في العلاقات العامة وتناولنا السمات الخاصة بمهارات القائم بالاتصال في العلاقات العامة و مهام القائم بالاتصال في المؤسسة.

الفصل الثالث: في هذا الفصل تطرقنا الى اعطاء لمحة عن التطور التاريخي لمجمع المؤسسة على المستوى المحلي وأشرنا الى أسباب إنشاء المديرية سونلغاز وكذلك تطور بالأغواط بالإضافة الى نصوص تنظيمية لنشاط مؤسسة سونلغاز

الفصل الرابع: في فصلنا التطبيقي الأخير قمنا باجراء تطبيقي لاثبات محور دراستنا مستعنيين في دراستنا بالمقابلة والاستبيان لتحليل دور القائم بالاتصال في تحفيز أداء العمال في مؤسسة سونلغاز بالأغواط.

الإطار العام للدراسة

1/ اشكالية الدراسة

2/ تساؤلات الدراسة

3/ أسباب اختيار الدراسة

4/ أهداف الدراسة

5/ نوع الدراسة

6/ أهمية الدراسة

7/ تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة

8/ حدود الدراسة

9/ الدراسات السابقة

1/ اشكالية الدراسة:

تعد مهنة العلاقات العامة من أكثر المجالات الخلافية التي يدور الجدل حول مفهومها ودورها في المجتمع، و يرجع ذلك إلى قصور فهم المبادئ التي تقوم عليها العلاقات العامة بالإضافة إلى وجود بعض أشكال القصور في ممارستها، وأيضاً التفاني الكامل من قبل العاملين بالمهنة في خدمة المصلحة العامة، و أخيراً قبول الجماهير لفائدتها في المجتمع وتوجد أدلة واضحة على عدم الفهم الكامل لطبيعة مهنة العلاقات العامة بين القائمين بالاتصال .

وقد ظهرت المؤسسات الاقتصادية دون الاعتماد على الاتصال ودون مراعاته بصفة منتظمة وبعد التطورات الاقتصادية والصناعية الكبرى ظهرت الحاجة الملحة بالاعتماد عليه ومن بين المؤسسات نجد المؤسسات الجزائرية التي سعت جاهدة الى الاهتمام بهذا الجانب , وقد اختلف الباحثون حول الدور المنوط للقائم بالاتصال في تحفيز العمال والنهوض بمردودية المؤسسات ومن بين المؤسسات الجزائرية الاقتصادية نجد مؤسسة سونلغاز ولهذا طرح السؤال : ما دور القائم بالاتصال في تحفيز العمال في مؤسسة سونلغاز ؟

2/ تساؤلات الدراسة

وعليه فقد طرحنا في بحثنا هذا مجموعة من التساؤلات في بداية هذا البحث وحاولنا أن نجد لها الحلول والإجابات من خلال الدراسة وهي على نحو التالي :

1. ما هي الوسائل الاتصالية المعتمدة من طرف القائم بالاتصال في تحفيز العاملين بمؤسسة سونلغاز الاغواط ؟

2. ما هي المعوقات الاتصالية التي تحول دون تحفيز العاملين من وجهة القائم بالاتصال ؟

3 . ماهي المحفزات التي يعتمدها القائم بالاتصال للعاملين بمؤسسة سونلغاز؟

4 . ما مدى رضا العاملين حول أداء القائم بالاتصال في مؤسسة سونلغاز؟

3/ أسباب اختيار الموضوع :

إن اختيار موضوع بحث وتحديد إشكاليته يكون نتيجة لمجموعة من الأسباب ، ولقد كانت الأسباب مقسمة إلى ذاتية وأخرى موضوعية والتي نلخصها فيما يلي:

1-أسباب ذاتية:

-الاهتمام الشخصي بالقائم بالاتصال في المؤسسة الخدمية وكيف يعمل .. الميل الشخصي للمؤسسة الخدمية سونلغاز .

-الفضول هو احد الأسباب التي دفعتنا إلى محاولة معرفة واقع عمل القائم بالاتصال في المؤسسة الخدمية سونلغاز .

2-أسباب موضوعية:

الأهمية التي تتبوؤها دراسات القائم بالاتصال في العملية الاتصالية .

الرغبة في إثراء وتدعيم الدراسات الإعلامية للقائم بالاتصال وتسليط الضوء عليه في المؤسسة الاقتصادية والتي بقيت الدراسات المتعلقة به شبه نادرة والتي لم تتل حظها من البحوث و الدراسات الإعلامية .

4/ أهداف البحث:

1/ تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي وهو تقييم العملية لمستوى الأداء الفعلي للعاملين في مجال العلاقات العامة وصولاً إلى تقييم فاعلية أداء العلاقات العامة ووظيفة العلاقات العامة.

2/ الوقوف على الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في تحفيز أداء العاملين في مؤسسة اقتصادية خدمية وهي مؤسسة سونلغاز.

3/ معرفة الدور الفعلي الذي يلعبه القائم بالاتصال في المؤسسة الاقتصادية ومدى ايجابيته داخل المؤسسة وخارجها.

4/ رصد الأدوار والمسؤوليات المنوطة بالقائم بالاتصال في المؤسسة الاقتصادية. 5. إلقاء الضوء على الضغوط والمشكلات التي تعترض القائم بالاتصال في المؤسسة الاقتصادية.

5/ منهج البحث:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية عن طريق المسح و منهج دراسة حالة مع استخدام الاستبيان و المقابلة كأدوات بحثية.

6/ أهمية البحث:

- الاحتياج الأساسي لتحسين الأوضاع المهنية للقائم بالاتصال مما ينعكس على مستوى أدائه بالكفاءة المطلوبة و يكفل تحقيق مهامه و أعبائه.

- التعرف على المهارات والأدوار والمسؤوليات المنوطة للقائم بالاتصال في اطار ممارساته المهنية والإستبصار بطبيعة الظروف التي يعمل في اطارها وأثر استخدام التكنولوجيا الحديثة على الأداء المهني له.

- تتبع أهمية الدراسة من الدور الجوهرى للقائم بالاتصال في العملية الاتصالية.

7/ المفاهيم و مصطلحات الدراسة:

1القائم بالاتصال : من يقوم بالأمر ويؤسسه، وكتاب قيم نوقية¹، يقال أيضاً قام بالأمر أي فعله، وقام على الأمر أي راقبه وداوم عليه ثبت². ويقتضي الأمر التميز بين

¹ المعجم الوجيز، القاهرة، مجمع اللغة العربية، 1992م، ص521.
² أحمد العابد وآخرون، المعجم العربي الأساسي، (تونس المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم)، 1424هـ - 2003م، ص15.

كل من مفهوم القائم بالاتصال و المصدر حيث يثور الخلط، فالمصدر هو المؤسسة أو المنشأة وهي تمارس دورها من خلال أفراد أو مجموعة تتولى إنتاج وصياغة الرسائل الاتصالية حيث يكون لديهم القدرة على التأثير بشكل أو آخر في الأفكار والآراء وهم يعتبرون القائمين بالاتصال بالمعنى الدقيق، و يضم العناصر البشرية التي تمثل دعامة العمل و يكون لهم دورهم المباشر في الإنتاج الذهني والجهد اللازم¹.

و يقصد الباحث القائمين بالاتصال في العلاقات العامة كافة المشاركين في إنتاج المضمون الاتصالي للعلاقات العامة بأدوارهم المختلفة سواء كان عبر وسائل الاتصال الشخصي أو الجماعي أو الجماهيري مع التركيز في هذه الدراسة على جانب العاملين في العلاقات العامة - من غير مديري العلاقات العامة.

2- المؤسسة الإقتصادية: تعتبر المؤسسات الاقتصادية بمثابة النواة الأساسية في النشاط الاقتصادي للمجتمع، كما أنها تعبر عن علاقات اجتماعية، لأن العملية الإنتاجية تتضمن مجموعة من العناصر البشرية متعاملة فيما بينها من جهة والعناصر المادية وعناصر أخرى معنوية من جهة ثانية كما يشمل تعاملها المحيط، ولقد اتخذت المؤسسات الاقتصادية عبر التاريخ أشكالاً مختلفة، وبالأخص في القرن العشرين، حيث تطورت بصفة كبيرة تجاوزت الدورين الاقتصادي والاجتماعي لتقتحم الدور السياسي (الشركات متعددة الجنسيات).

3- التحفيز: التحفيز هو ممارسة إدارية للمدير للتأثير في العاملين من خلال تحريك الدوافع والرغبات والحاجات لغرض إشباعها و جعلهم أكثر استعداد لتقديم أفضل ما عندهم بهدف تحقيق مستويات عالية من الأداء و الإنجاز في المنظمة².

4- الأداء: يعبر مفهوم الأداء على المستوى الذي يحققه الفرد العامل عند قيامه بعمله من حيث كمية وجودة العمل المقدم من طرفه و الأداء هو المجهود الذي يبذله كل عامل في المؤسسة¹.

¹ أسماء حسين الحافظ، القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية المصرفية للبحوث، الإعلام العدد العاشر، مارس 2001م.
² صالح مهدي محسن العامري وطاهر منصور الغالبي، الدارة والعمال، دار وائل للنشر، ط1، عمان، الأردن، 2007ص459

*دراسة الباحثة "عيواج عذراء". بعنوان: واقع العلاقات العامة في الإدارة محلية- دراسة ميدانية "بلدية قسنطينة"- مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة، قامت الباحثة بتقييمها سنة 2009 بجامعة منتوري. قسنطينة - قامت الباحثة بتسليط الضوء حول واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية التي تحمل على عاتقها وظائف كبيرة، و بينت الحاجة الكبرى إلى جهاز من شأنه مساعدة الإدارة المحلية الاتصال و استقطاب جماهيرها الداخلية و الخارجي. انطلقت من التساؤل التالي/ ما هو واقع العلاقات العامة في الإدارة المحلية الجزائرية؟.

نتائج الدراسة :توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج ، أهمها - :وجود جهاز العلاقات العامة في الإدارة المحلية مهمة الاهتمام الدائم المستمر بالموظفين - .من بين المشاكل التي تعاني منها العلاقات العامة في الإدارة المحلية :إهمال وظائف العلاقات العامة، ضعف استعمال الوسائل الاتصالية الحديثة في ميدان العلاقات العامة، غياب المختصين في الاتصال.

*دراسة بعنوان: العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية- دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن سينا- إعداد الطالب الباحث: مسيلي ياسين- مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال و العلاقات العامة- إشراف د/ صالح بن نوار- المرسم الجامعي 2009/2008.

نتائج الدراسة: لا يوجد جهاز مختص بالعلاقات العامة وإنما يوجد مكتب للإعلام والاتصال توكل له المهام مع الإشارة أنه ليس مرتبط مباشرة مع المديرية العامة، وهو ليس مناسب لمكانة العلاقات العامة، إن المديرية تحتكر هذا المجال وتضيق على هذا المكتب وتحصر وظائفه في أنشطة لا تعبر فعلا عن أنشطة العلاقات العامة - .توصل إلى أن مسؤول مكتب الإعلام والاتصال لا تتوفر فيه شروط القائم بالعلاقات العامة - .إن الإعلانات هي الوسيلة الأكثر استعمالا من طرف المستشفى لإعلام الأفراد بنشاطاته - .فهم العلاقات العامة بالنسبة للمسؤولين والعمال فهم سطحي - .إتضح أن العلاقات العامة لا زالت مهمة لا تحضى بأهمية كبيرة ولا تحتل مكانتها التي تستحقها كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى.

*هدفت دراسة (يونس :2005)إلى معرفة العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية الحكومية في ظل تصاعد المنافسة الإعلامية . اعتمدت الدراسة على نظرية حارس البوابة ، ومدخل الممارسة المهنية ، واستخدم الباحث في دراسته المنهج الاستطلاعي الوصفي ، ومن أهم النتائج : أن أغلبية الصحفيين ممن لديهم خلفية تعليمية

¹ حمداوي وسيلة، إدارة الموارد البشرية، ط1، مديريةية النشر الجامعية، قلمة، 2004، ص123

مناسبة ، وأكثر من نصفهم من خريجي التخصصات الإعلامية ، وأيضاً يستخدم أغلبيتهم تكنولوجيا المعلومات في الممارسة الصحفية ، ويتأثر أداؤهم بعدة عوامل منها بيئة العمل الصحفي داخل الصحيفة.

*دراسة نجوى الفوال بعنوان قراءة في دراسات القائم بالاتصال 1995 . استهدفت الدراسة تحليل البحوث التي تناولت القائمين بالاتصال بصفة عامة من حيث خصائصهم المهنية والمجتمعية والضغوط التي يتعرض لها في البيئة العمل الإعلامي وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- رصد البدايات الأولى لدراسات القائم بالاتصال في كل من المكتبة الأجنبية والمكتبة العربية بصفة عامة .

- كما استخدمت غالبية هذه الدراسات في المجتمعات الغربية المختلفة وبين أوضاع في العالم العربي و العالم النامي نجد أن الدراسات العربية لا تزال تعاني من ندرة شديدة في هذا المجال.¹

*دراسة غازي حسن عوده الحلابية (2013) بعنوان : أثر الحوافز في تحسين الأداء لدى العاملين في مؤسسات القطاع العام في الأردن : دراسة تطبيقية على أمانة عمان الكبرى . تناولت هذه الدراسة الإشكالية الآتية : ما أثر الحوافز في تحسين الأداء لدى العاملين في القطاع العام في الأردن؟ وقد كانت فرضيات هذه الدراسة كما يلي :

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للحوافز المادية في تحسين الأداء لدى موظفي أمانة عمان الكبرى .

- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية للحوافز في تحسين الأداء لدى موظفي أمانة عمان الكبرى.

¹ نجوى الفوال: قراءة في دراسات القائم بالاتصال، كلية الإعلام، القاهرة، 1995

لقد بلغت عينة الدراسة (150موظف) تضم (المديرين، رؤساء الأقسام، والموظفون الإداريون) ونتائج هذه الدراسة هي : تبين أن حيازة كل من الحوافز المادية على المستوى المنخفض، وكذلك وجود علاقة خطية و ترابطية قوية بين أبعاد الحوافز و تحسين الأداء لدى موظفي أمانة عمان الكبرى¹.

*الدراسات الأجنبية التي تناولت التحفيز :

-Kiyoshi Takashi(2006) " : Effect of Wage and Promotion Incentives
Motivation Levels of Japanese Employees

تناولت هذه الدراسة الإشكالية التالية : ما أثر حوافز الأجور و الترقية على رضا العاملين؟
لقد كان غرض هذه الدراسة معرفة أثر حوافز الأجور والترقية عن رضا العاملين، كما تم إجراء هذه الدراسة على 1832 مستخدم ياباني يعملون في مجموعة شركة تويوتا منهم 818 فني و 928 موظف إداري. حيث أظهرت نتائج الدراسة : أن الترقية والأجور تؤثر في دافعية الموظفين للعمل، وأن الترقيات السليمة تؤثر أكثر من مستوى الأجور أو الزيادة في الأجور في حث الموظفين على القيام بأعمالهم².

-Naima Abdullahi Gure(2010 "): The Impact of Motivation on
Employee Performance: A study of Nationlinl Telecom Somalia

تلخصت هذه الدراسة في الإشكالية التالية : ما تأثير التحفيز على أداء الموظفين؟
حيث هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين محفزات العمل والرضا عن العمل وأداء الموظف، ولتحقيق أغراض الدراسة قام الباحث بإجراء المسح البياني . كما قام باستخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة الخطية بين المتغيرات المستقلة وغير

¹ غازي حسن عوده الحلابية، أثر الحوافز في تحسين الأداء لدى العاملين في مؤسسات القطاع العام في الأردن : دراسة تطبيقية على أمانة عمان الكبرى، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الأعمال، 2013 ، غير منشورة.

² Kiyoshi Thashi، Effects of Way and Promotion incentives on The Motivation Levels of Japnes Employees ، Journal Articale ,Kobe university Respository :Kernel ,2006.

مستقلة، إلى أن التحفيز له أثر إيجابي قوي على أداء العاملين، وكذلك الحوافز المادية لها
أثر كبير في تحسين الأداء للعاملين.¹

¹ Naima Abdullahi Gure ,The Impact of Motivation on Employee performance : A study of Nationlink Telocome Somalia ,Master of Science Management ,University Utara Malaysia ,2010.

الفصل الأول: القائم بالاتصال

- المبحث الأول: مدخل الى الأتصال والقائم بالاتصال

المطلب الأول: تعريف الأتصال

المطلب الثاني: تعريف القائم بالاتصال

- المبحث الثاني: العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال وسماته

الخاصة ومهامه

المطلب الأول: العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال

المطلب الثاني: السمات الخاصة بالقائم بالاتصال

المطلب الثالث: مهام القائم بالاتصال في المؤسسة

تمهيد:

يعتبر القائم بالإتصال أو مصدر الرسالة كأهم حلقة في عملية الإتصال فهو يمثل مبتدأ العملية الإتصالية وترتكز عليه في نجاحها في تحقيق أهداف الإتصال بصورة كبيرة وهامة وهو الشخص الذي يتولى ادارة العملية الاتصالية وتسييرها وفي فصلنا هذا سنتطرق الى تعريف القائم بالعملية الاتصالية والعوامل التي تؤثر عليه وبعض السيمات التي تشغل شخصيته ومهامه في المؤسسة.

المبحث الأول: مدخل الى الاتصال والقائم بالاتصال

المطلب الأول: تعريف الاتصال

تعريف الاتصال:

لغة: يرجع أصل كلمة الإتصال Communication إلى الكلمة اليونانية communis معنى عام أو مشترك أو المشاركة sharing فالإتصال هنا يعني الإشتراك في المعلومات والمشاعر و الإتجاهات أي أنه يتضمن التفاهم حول شيء أو إتجاه أو فكرة أو سلوك أو فعل ما.

و يعرف قاموس "أوكسفورد" oxford الإتصال بأنه نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات الكلام أو بالإشارات... ويتم تبادل المعلومات أو الأفكار بين مرسل ومستقبل¹.
إصطلاحا: *يعرف "فلويد بروكر" Floyd proker الإتصال هو عملية نقل فكرة أو مهارة أو حكمة من شخص لآخر².

*ويعرف "ماكفارلاند" الإتصال بأنه عملية تفاعل ذات مغزى بين الافراد³.

*كما يعرفه "فليبو" Flepo بأنه العملية التي من شأنها التأثير في الغير حتى يفسر فكرة بالطريقة التي يعينها المتكلم أو الكاتب⁴.

وعرفه أيضا "albert henry" الإتصال بأنه نقل المعنى من شخص لآخر من خلال علامات و الإشارات أو الرموز من نظام لغوي مفهوم ضمنيا للطرفين⁵.

عرفه "PIERRE-G- BERGERON" الإتصال أنه صيرورة الرسالة من المرسل إلى المستقبل بهدف إفهامه الرسالة و التأثير على سلوكه.

¹ معين محمد عباصرة , مروان محمد نبي احمد , القيادة و الرقابة والاتصال الإداري , دار حامد، 2008 ص 162
² السيد محمد الفهمي , فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية , دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر, الإسكندرية 2006 ص23
³ محمد الصرفي, الإتصالات الإدارية , مؤسسة حورس الدولية , الإسكندرية 2008, ص15.
⁴ محمد أبو سمرة , الإتصال الإداري والإعلامي , دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان , 2009, ص 9
⁵ ناصر دادي عدون , الإتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية , دار المحمدية العامة , الجزائر 2004 ص 13

المطلب الثاني: تعريف القائم بالاتصال

- القائم بالاتصال:

يقوم هذا الجزء بتقديم تعريفات بعض الباحثين للقائم بالاتصال، انطلاقاً من أنه يعتبر جزءاً مهماً في عملية جمع، انتقاء و نشر الأخبار و المعلومات، وسوف نشرح ذلك من خلال العناصر التالية:

1- القائم بالاتصال في المدرستين الفرنسية و الأمريكية.

2- القائم بالاتصال في الدراسات الإعلامية.

- تعريف القائم بالاتصال:

إن للقائم بالاتصال الذي يقدم الإنتاج الإعلامي أهمية كبيرة و دوراً فعالاً و مباشراً في إنتاج الرسالة الإعلامية لا تقل بأي حال من الأحوال عن الرسالة أو الوسيلة في فهم التنبؤ بتأثير الاتصال. فتصور المتلقي للقائم بالاتصال أو المصدر يلعب دور أساسياً في تحديد نتائج عملية الإقناع¹.

يعرف محمد عبد الحميد القائم بالاتصال على أنه الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها نو قد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة أو الرأي أو المعلومات وقد لا يكون مصدرها، وقد يكون المصدر فرداً آخر كما يظهر واضحاً في حركة عملية الاتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات أو الأخبار حتى يقوم، و يرى أن هذا المفهوم ممتد كثيراً بصياغتها أو إعدادها للنشر أو الإذاعة و إرسالها مرة أخرى إلى

¹ سعودي أمال: القائم بالاتصال في المؤسسات الإذاعية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة، 2016، ص26.

جمهور المتلقين إلى كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار و المواقع¹.

ويعرف القائم بالاتصال في الصحافة بأنه " احد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية، و يتسع مفهومه ليشمل أعضاء الجهاز التحريري الصحفي محررين، ومندوبين، وكتاب ومراسلين، ومصورين، ورسامين، و أيضا مختصين بالإخراج، و حيث يتخذون الصحافة مهنة لهم يمارسوا على سبيل الاحتراف.

ومن هنا يمكن القول بان القائم بالاتصال " هو أي شخص أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد إلى آخر عبر الوسيلة الإعلامية أو أي فرد آخر له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسيلة الاعلامية²، و رغم أن القائم بالاتصال يعد من وجهة نظر كثير من الباحثين من أهم العناصر التي تتحكم في عملية الاتصال الجماهيري، خاصة في مجال الصحافة، مما يستلزم الاهتمام بهذا العنصر في شتى جوانب الممارسة الصحفية بصفة عامة، و الإخبارية بصفة خاصة، إلا أن بداية اهتمام الدراسات الإعلامية هذا العنصر جاءت متأخرة، إذ يعود بداية اهتمام المدرسة الأمريكية بدراسة القائم بالاتصال إلى النصف الثاني من القرن العشرين حيث لاحظ الدارسون في مجال الإعلام أن الاكتفاء بدراسة المضمون الصحفي لن يتيح إلا دراسات محدودة الأثر لأنها تهمل منتج هذا المضمون ولا توفر معرفة الأسباب والظروف التي على ضوءها تم اختيار هذا . و نستطيع أن نرصد البدايات التاريخية لدراسة القائم المضمون دون غيره من الخيارات المتاحة أمام الصحفيين³ و نستطيع أن نرصد البدايات التاريخية لدراسة القائم بالاتصال بدراسة ليوروستن Leo c Rosten. عن مراسلي واشنطن عام 1937 ، والتي تشير إلى أن الصحفيين نوي

التوجه المهني يختلفون في سلوكهم وفي رؤيتهم لذواهم عن بقية زملائهم. وتعتبر هذه الدراسة من ولى الدراسات التي أجريت على الصحفيين كقائمين بالاتصال. ثم تبعتها العديد

¹ نفس المرجع، ص26.

² أمال كمال: التوجه المهني لدى القائم بالاتصال، المجلة الاجتماعية القومية، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية – المجلد30 - العدد2 و 3 ، 1993 ، ص81.

³ سعودي أمال، القائم بالاتصال في المؤسسات الإذاعية الجزائرية، مرجع سابق، ص27.

من الدراسات التي اهتمت بالقائم بالاتصال، كأحد الأطراف الأساسية في تشكيل الرسالة الإعلامية.

أما بالنسبة لدراسة القائم بالاتصال في المدرسة الفرنسية التي تتبنى بصفة عامة لفظ الوسيط ** جاءت متأخرة بالمقارنة مع المدرسة الأمريكية، و مختلفة من حيث الطرح، وترجع قلة الدراسات الفرنسية للقائم بالاتصال إلى عدة أسباب لعل من أهمها، اختلاف النظام الإعلامي في فرنسا عنه في الولايات المتحدة الأمريكية من ناحية النشأة و التطور، فبينما نشأة النظام الأمريكي في ظل الإعلان و المؤسسة التجارية، ارتبط النظام الفرنسي منذ بداياته و لفترة بالدولة ومؤسساتها وهو ما كان له أثره في اختلاف طبيعة المشكلات المطروحة للبحث والمناهج و الأدوات المستخدمة فالاتجاه السائد في المدرسة الفرنسية ظل لفترة طويلة يتناول الاتصال كشكل من أشكال ممارسة السلطة في المجتمع¹.بالإضافة إلى اختلاف نشأة دراسات الاتصال ذاتها، فقد ارتبطت في المدرسة الأمريكية بالاتجاه الامبريقي منذ هوفلاند Hovland ولازرسفيلد lazars feld بينما نشأة الاهتمام بالاتصال وعلومه في أوروبا في إطار عل الاجتماع و اتخذ طابعا نظريا و اتسمت العلاقة بين المدرستين الامبريكية من ناحية و الأوروبية من ناحية أخرى بالقطيعة الابستمولوجية، و تبادلت كل من المدرستين التهوين من شأن القيمة العلمية للدراسات التي تجريها الأخرى، ولعل عبارة عالم الاجتماع الفرنسي Robert Merton تعكس ذلك، فقد قال " نحن لا نؤكد أن ما نقول هو الحقيقة لكنه على الأقل ذو معنى " ولكن رد الامبريقيين " نحن لا نؤكد أن ما نقوله ذو معنى، و لكن على الأقل موجود في الواقع.

" تهتم المدرسة الفرنسية شأنها في ذلك شأن المدرسة الأمريكية برصد خصائص القائم بالاتصال ولكنها تضيف نشأة الحقل الصحفي la champs journalistique وتطوره في علاقته مع المجتمع وفي بنيته الداخلية اعتمادا على أن الاكتفاء بدراسة خصائص القائم

¹ عواطف عبد الرحمان، ليلي عبد المجيد، نجوى كامل: القائم بالاتصال في الصحافة المصرية ، سلسلة دراسات صحفية (جامعة القاهرة كلية الإعلام) - مطابع كلية الإعلام، دون نشر، ص 84

بالإتصال هو أقرب إلى رصد حالات فردية، وكان كل منها يعمل بشكل منفصل ويتمتع بالحرية التامة في التعبير عن رؤيته و إدراكه، بينما الصحفي، وهو أيضا جزء من كل يتنازل في مقابل انتمائه إلى هذا " الكل " عن بعض اتجاهاته الخاصة، كما أن سمات الحقل العامة تحدث تغيرات في تكوين الصحفي على مدى عمله بحيث يحدث في النهاية التقاء بين الخصائص الفردية للقائم بالإتصال وخصائص الحقل .

المبحث الثاني: العوامل التي تؤثر على القائم بالإتصال وسماته الخاصة ومهامه

المطلب الأول: العوامل التي تؤثر على القائم بالإتصال

- **العوامل التي تؤثر على القائم بالإتصال :**

أولا: الضغوط الداخلية التي يتعرض لها القائم بالإتصال

1- تأثير القيم الشخصية على القائم بالإتصال : وتمثل معايير ذاتية تشمل على عوامل التنشئة الاجتماعية، و التعليم، والاتجاهات، والميول، والانتماءات، والجماعات المرجعية. لعب الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالإتصال دورا في ممارسة دور حارس البوابة الإعلامية مثل : النوع، والعمر، والدخل ، والطبقة الاجتماعية ، والتعليم ، والانتماءات الفكرية أو العقائدية ، و الإحساس بالذات Esteem Self، ويعد الانتماء عنصرا محددًا من محددات الشخصية ، لأنه يؤثر في طريقة التفكير أو التفاعل مع العالم المحيط بالفرد ، كما أن الفرد ينتمي إلى بعض الجماعات : التعليمية ، والاجتماعية ، والسياسية ، والاقتصادية . وتعد هذه الجماعات بمثابة جماعات مرجعية Reference Groups يشارك الفرد أعضائها في الدوافع والميول والاتجاهات ، و تتمثل قيمهم ومعاييرهم في اتخاذ قراراته أو القيام بسلوك معين .

وقد اهتم الخبراء بالإطار الدلالي والخبرات المختزنة للقائم بالاتصال التي تؤثر في أفكاره ومعتقداته ، والتي تحدد له السلوك المتوقع في المواقف الاتصالية المختلفة وتحديد ما يجب وما لا يجب¹.

يرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل الأمريكي الجنسية كرت لوين Kurt Lewin في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية "حارس البوابة" حيث توصل لوين إلى أن المادة الإخبارية تمر عبر عدة محطات أو نقاط أو بوابات يتخذ فيها القرار بشأن نقل الرسالة أو استبعادها ، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في وسيلة الإعلام تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة الفرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التغييرات عليها أي أن دراسة " حراس البوابة " هي دراسة لسلوك أولئك الذين يسيطرون في نقاط مختلفة على مصير القصص الإخبارية² ، وابتسط أنواع " البوابات " أو "السلاسل " هي سلسلة الاتصال المواجهي بين فردين ولكن هذه السلاسل في حالة الاتصال الجماهيري تكون طويلة جدا حيث تمر المعلومات بالعديد من الحلقات أو الأنظمة المتصلة كما هو الحال في الصحف والراديو والتلفزيون.

وقدر المعلومات الذي يخرج من بعض تلك الحلقات قد يكون اكبر مما يدخل فيها وهذا ما يطلق عليه " شانون " أجهزة التقوية³.

2- الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال: لا يوجد لحد الآن اتفاق حول تعريف محدد لمعنى

الرضا الوظيفي، حيث مازال هذا الموضوع موضع جدل ونقاش كبير ، ويرجع ذلك في الحقيقة إلى تعدد الكتابات عنه وتناوله من جهات متعددة . كما يعتبر الرضا الوظيفي أو الرضا المهني أو الرضا عن العمل من المفاهيم التي تتطوي على عدت جوانب متداخلة ومترابطة ، يؤثر كل منها على الآخر - وفي ضوء ذلك ، تعددت التعريفات والمفاهيم والنظريات المتعلقة بتعريف الرضا الوظيفي وطرق قياسه ، فيرى البعض أن إشباع حاجات

¹ حسن عماد المكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط7 ، مصر ، الدار المصرية اللبنانية، 2008 ، ص 175.

² حسن عماد المكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق ص 179.

³ سعودي أمال، القائم بالاتصال في المؤسسات الإذاعية الجزائرية، مرجع سابق، ص34.

العملين هو أهم محددات تحقيق الرضا ، ويعطي البعض الآخر الأهمية للعلاقات الاجتماعية في تحقيق الرضا الوظيفي ، بينما يعطي فريق ثالث الأهمية إلى طبيعة ونمط الإشراف¹ .

3- الضغوط المهنية والإدارية للقائم بالاتصال: يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوطات المهنية التي تؤثر في عمله ، وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها ، والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال . وتتضمن المعايير المهنية سياسة الوسيلة الإعلامية، و مصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه، وذلك على النحو التالي:

أ - سياسة المؤسسة الإعلامية: تتعدد ضغوط المؤسسة بشكل اكبر مما تقترحه الدراسات التي تناولتها، وتتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية، ونعني بالعوامل الخارجية: موقع الوسيلة من النظام الاجتماعي القائم، ومدى ارتباطها بمصالح معينة مثل: وجود محطات منافسة.

أما العوامل الداخلية فتشمل: عقد الملكية، وأساليب السيطرة، والنظم الإدارية، وضغوط الإنتاج. و تلعب هذه العوامل دورا مهما وملموسا في شكل المضمون الذي يقدم للجمهور، كما أنها تنتهي بالقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة. وفي كثير من الأحيان لا يكون للتقييم الذاتي لمحرر الأخبار دور أساسي وإنما تعتبر آراء صاحب العمل هي المؤشر الأساسي فالمحررون يشعرون بأنهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء ، ويكون لكل وسيلة إعلامية سياستها الخاصة ، سواء اعترفت بذلك أم لم تعترف ، وقد تظهر هذه السياسة في تحريف بعض الموضوعات الإخبارية ، أو في إهمالها لقصص معينة.

¹ نفس المرجع، ص 34.

ب- مصادر الأخبار: أشارت اغلب الدراسات في هذا المجال إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره وصعوبة استغنائه عن مصادره ، وأثبتت عدة دراسات عن الصحفيين السياسيين في الولايات المتحدة قوة تأثير المصادر الصحفية على القائم بالاتصال إلى حد احتوائه بالكامل مؤكدين أن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادر الأخبار عملية شاقة للغاية ، وتتمثل تأثيرات المصادر على القيم الإخبارية والمهنية فيما يلي :

1- تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الأنباء على أخبار معينة بطرق عديدة.

2- تؤثر الوكالات على طريقة تقييم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مندوبيهم و مراسليهم.

3- تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحداث الهامة.

4- تصدر وكالات الأنباء سجلا يوميا بالأحداث المتوقع حدوثها في المدن الكبرى

5- تقدم وكالات الأنباء - بشكل غير مباشر - النموذج الذي يتعرض له المسؤولين عن التحرر.

ج - علاقات العمل وضغوطه: يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية Group Pure بالنسبة للقائم بالاتصال .وبالتالي نجدهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة، ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخل الجماعة ، وهذا ما يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي ، وتظهر أهمية علاقات العمل في أن وظيفة القائم بالاتصال في حد ذاتها هي وظيفة تنافسية بطبيعتها ، حيث يستهدف كل صحفي تحقيق السبق للوصول إلى اكبر عدد من الجمهور وكسب ثقة المتلقين لأسباب اقتصادية أو فكرية وعقائدية . ولذلك فإنه

على الرغم من اعتناق جميع الصحفيين نفس المعايير المهنية ، إلا انه يظل لكل منهم معاييرها الخاصة.

وبجانب إكساب القائم بالاتصال المعايير المهنية ، تقوم علاقات العمل على مساعدته على تجاوز مخاطر المهنة وتحقيق الرضا الوظيفي Gob Satisfaction والذي يؤثر بالتالي في الدافعية والانجاز¹.

وعادة ما تكون هذه السياسة ضمنية لأنها غالبا ما تكون ضد الأنماط الأخلاقية للعمل الإخباري ، لأن المستويات القيادية في المؤسسة الإخبارية لا تريد أن تتهم بإصدار تعليمات صريحة بالتعريف ، ومن جانب آخر يتأثر عمل القائم بالاتصال بالسياسات والتوجهات الخارجية التي تصدر عن مشرعين أو مسؤولين عن العمل أو المهنة ، وتحدد أيضا ما يجب وما لا يجب في إطار رؤية هؤلاء المشرعين أو المسؤولين لأهداف المؤسسات الإعلامية في المجتمع ، باعتبارها هي التي تبلور القوانين والتشريعات والنظم ، لضمان ضبط العملية الإعلامية من وجهة نظر السلطة².

4 - تأثير المساحة والوقت: قد لا نجد أخبار تحتوي قيما خبرية جيدة فرصة للنشر تحت ضغط محدودية ويؤدي ضغط عامل الوقت وما يتطلبه المساحة وهذا يعود إلى أن هناك باستمرار أخبارا أكثر مما يمكن نشرها ، من إصرار في انجاز الأخبار و دفعها للنشر في توقيتات دقيقة ، إلى غياب الدقة في بعض ترجمات القصص الإخبارية وتشويهها³.

ثانيا الضغوط الخارجية التي يتعرض لها القائم بالاتصال:

إلى جانب الضغوط الداخلية التي شرحناها في المطلب الأول، و انطلاقا من أن قدرة القائم بالاتصال على أداء دوره لا تنشأ من فراغ وإنما هي محصلة لعوامل خارجية عديدة تشمل العناصر التالية:

¹ حمد حسني محمد حسن: مشكلات القائم بالاتصال في الأنشطة الإعلامية و علاقتها بالرضا الوظيفي والاستفادة الطلابية، رسالة دكتوراه غير منشورة، 2005، ص 199

² محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، ط3، مرجع سابق، ص ص 177 ، 178.

³ خليل صابات: الصحافة رسالة و استعداد و فن وعلم، ط2، القاهرة، دار المعارف، 1959، ص 256.

1- تأثير السلطة: إن اختلاف الأنظمة الفكرية والاجتماعية والاقتصادية لها دور كبير في تحديد العلاقة بين السلطة السياسية ووسائل الإعلام ، فممكن لهذه الأخيرة أن تكون السلطة الرابعة ، فيما يمكنها أن تكون جهازا من أجهزة الدولة وتختلف آليات السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام من نظام إلى آخر ورغم هذا الاختلاف والتباين إلا أن هناك مكامنات متفق عليها بين مختلف الأنظمة وأهمها:

- ميكانيزم الرقابة : يرى الباحثون أن الرقابة ليست شرا خالصا ، لأنها قد تكون مطلبا جماهيريا يهدف إلى حماية الأخلاق والآداب العامة¹.

- ميكانيزم احتكار المعلومات : يؤكد خليل صابات أن الحكومات تتعامل مع الصحافة بأساليب مختلفة في مسألة المعلومات ، ففي بعض الأحيان تعطي المعلومات بطريقة " احائية " دون أن تصرح رسميا بذلك، ومرة تعطي المعلومة وتشتترط أن تنشر بأسلوب معين ، وفي حالة أخرى تحجب المعلومة وكل ذلك يحدث لأغراض ودوافع سياسية².

2- تأثير المصدر: يتوقع الجمهور من الصحافة أن تعطي الأخبار بشكل نقدي وان تقيمها بشكل مستقل ويتطلب هذا أن تبقى الصحافة حرة من أي تأثيرات تفرضها المؤسسات الاجتماعية الأخرى ، وان يبقى الصحفي مستقلا عن الضغوط التي تأتي من مصادر الأخبار ومتحررا بقدر الإمكان من جميع القيود التي تتدخل في أدائه لعمله وعلى نقله للأخبار انطلاقا من الدور الذي من المفروض أن تقوم به الصحافة أو التي وجدت من اجله ، والمتمثل في خدمت الجمهور ومن هذا المنطلق يعد جهاز جمع الأخبار وبيروقراطية جمع الأخبار وسائل لخدمت الجمهور .فاحتياجات الجمهور هي الأهداف التي يجب أن تبذل المساعي لتوفيرها³.

¹ عزيز عبده: الإعلام السياسي و الرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2004 ،ص 72.

² جيهان مكاوي: حرية الفرد و حرية الصحافة، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، 1981 ،ص 64 .

³ خليل صابات: نفس المرجع، ص 256.

يطرح الباحثون عددا من النماذج التفسيرية محاولين إعطاء توصيف لعلاقة القائم بالاتصال بالمصدر. إن وصف هذه العلاقة يظهر أكثر في تأثيرها على المحتوى الإعلامي ومراكز الاهتمام.

و أهم هذه النماذج ، النموذج العلمي الذي طرحه الباحثان " جيير وشانون " أن الجدار القائم بين الصحفيين و المسؤولين هو جدار وهمي ليس له أساس في الواقع¹.

3 - تأثير جمهور المتلقين : إن القائم بالاتصال يحتاج أولا إلى معرفة جمهوره وان يكون لديه فكرة عن يوجه إليه رسالته وعادة يكون لدى الفرد تصور ذهني للجمهور الذي يريد أن يصل إليه أو أن يتجنبه . فهناك بعض الاتفاق في أن القائمين بالاتصال يقومون بحل مشكلة عدم معرفتهم بجمهورهم عن طريق بناء صور ذهنية تمثل في معظمها نظرة محدودة إلى حد الإفراط المشوه للجمهور الذي يكتبون له.

وقد يعاني القائم بالاتصال الذي يعمل في مؤسسة جماهيرية من صعوبة تصور أو إدراك جمهوره . ولأن مؤسسات الاتصال تتسم بالتعقيد وتستخدم عددا كبيرا من البشر ليس في تعليمهم و خلفيتهم جوانب كثيرة مشتركة مع السواد الأعظم من الجمهور ، لذلك نجد أن قيم أولئك العاملين يلعب دورا هاما في الطريقة التي وبناء على عدد من الدراسات التي اهتمت بتحليل علاقة الصحفيين بالجمهور يصنف سيؤدي بها عملهم²، ماكويل هذه العلاقة في إطار ثلاثة نماذج تفسيرية : "نموذج الهيمنة-نموذج التوحد-نموذج تدعيم القائم بالاتصال لعلاقته بالجمهور".

4 - تأثير قيم المجتمع وتقاليده : يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال. فأى نظام اجتماعي ينطوي على قيم و مبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، ويرتبط ذلك بوظيفة

¹ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 169

² رفس المرجع، ص 170

التنشئة الاجتماعية أو التطبيع، و تعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الثقافية و الاجتماعية السائدة.

و يرى الباحث وارين بريد Waren Breed انه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله . وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير أو انه عمل سلبي، ولكن يغفل القائم بالاتصال أحيانا تقديم بعض الأحداث إحساسا منه بالمسؤولية الاجتماعية، و للحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو اجتماعية . فقد تضحي وسائل الإعلام أحيانا بالسبق الصحفي : أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي هتم الجماهير، وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع و تقاليده،

كذلك تعمل وسائل الإعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل : الرأسالية، و الولاء للوطن، واحترام رجال الدين، و القضاة، والمجتمعات المحلية، وتوفير كبار السن و القادة، و الأمهات، ورجال القوات المسلحة، و غالبا ما تتجنب وسائل الإعلام انتقاد الأفراد الذين يقومون بتلك الأدوار لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع.

يحرص حارس البوابة الإعلامية في الدول العربية على مراعاة الاعتبارات الثقافية للجمهور العربي ، وكذلك الخلفيات الاجتماعية والسياسية ، فعند تحديد الاعتبارات الأيديولوجية والاجتماعية والدينية ، يكون من السهل انتقاء الأخبار التي تقابل هذه الاحتياجات ، وبالتالي تعد هذه القيم محددات قوية في اختيار الأخبار وتقييمها¹.

وكذلك يرى وارين بريد أن وسائل الإعلام التي تحترم التقاليد والنظام تضحي أحيانا بالسبق الصحفي أو تتسامح وتفرض بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي هتم الجماهير ففي بعض الأحيان يقيم القائمون بالاتصال الأخبار اخذين في الاعتبار النتائج الاجتماعية التي ستترتب على نشرها ، وقد تهمل الأخبار في بعض الأحيان أو تدفن

¹ حسن عماد المكاوي: الأخبار في الراديو و التلفزيون، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1989، ص 283.

في الصفحات الداخلية وذلك محافظة على قيم المجتمع الأساسية وتجنب لكل ما يشوه تلك القيم.

المطلب الثاني: السمات الخاصة بالقائم بالاتصال

السمات الخاصة بشخصية القائم بالاتصال في العلاقات العامة: تتعلق هذه السمات بتوافر مجموعة من الإستعدادات الطبيعية لدى ممارس العلاقات العامة والتي تساعد في تطبيق الأصول العلمية للمهنة تطبيقاً سليماً.¹

ويرى الباحث أن السمات والخصائص المرتبطة بشخصية القائم بالاتصال تعتمد بالدرجة الأولى على المهارات الذاتية التي يتمتع بها وبالتالي كلما زاد تمتع القائم بالاتصال بالصفات الشخصية الإيجابية والمهارات الفردية كلما زاد قدرته على توصيل الرسالة الإتصالية إلى الجمهور المستهدف بنجاح.

ويمكن أن تتمثل أهم أنواع السمات والخصائص المرتبطة بشخصية القائم بالاتصال في مجال العلاقات العامة في الآتي:

1. صفات ظاهرية ومنها: الجاذبية:

ويقصد بها سماحة الوجه وتناسق القوام وحسن الهندام والمظهر الحسن الذي يؤدي إلى تقبل الآخرين لشخصية ممارس المهنة خاصة بعض فيئات الجماهير يحكمون على العالين بالمهنة من خلال المظهر فقط.

ويعني المظهر العام مجموعة من الجوانب هي:

-النظافة و الأمانة الشخصية.

-الملبس و المظهر المناسب للحالة.

¹ جيهان مكاوي: مرجع سابق، ص 69

-الصحة النفسية و البدنية.

وتمثل هذه الجوانب مجموعة من الصفات الخارجية التي تعكس مظهر المتحدث "القائم بالاتصال" وترجع أهميتها إلى أنها أحد المداخل الرئيسية للنفس البشرية فكثير من المهن والأعمال تحتاج لأن تمنح الأمان والإستقرار والهدوء لمن يتعاملون معها، أما البشاشة فترجع أهميتها إلى أنها تخلق جواً إجتماعياً بين المتحدث ومستمعيه ملؤه التعاطف والمشاركة والرضا والحب والصدقة والألفة، كما أنها تعبر عن الأدب والذوق وحسن التربية وتؤثر في المستمعين.

ويرى الباحث أن الصفات الظاهرية هي التي تعطي الإنطباع الأول عن شخصية القائم بالاتصال في العلاقات العامة، فكلما كان على درجة عالية من الهدام والرقية في التعامل، و الحديث وبشاشة الوجه كلما كان الإنطباع إيجابي عن المؤسسة أو المنظمة التي يمثلها القائم بالاتصال.

2.صفات نفسية و منها:

1. الثقة بالذات:

وهي القدرة الفائقة في التعبير عن الذات بطلاقة وسهولة كتابة لا شفاهة¹. ويرى الباحث أن القائم بالاتصال الناجح هو الذي يثق بنفسه وبما يقدمه للآخرين من رسائل إتصالية تحمل في ثناياها مؤثرات علمية وعقلية لها القدرة على إقناع الآخرين بما يبثه أو ينشره.

2.حب الإستطلاع:

لابد من تتوافر للمستقبل بالعلاقات العامة الرغبة المستمرة في أن يعرف عناصر الأحداث ماذا، لماذا، كيف، متى، أين، من، فبدون ذلك لن يحصل على الحقائق ولن يكون قادراً على تفسير الأحداث¹.

¹ علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط4، القاهرة عالم الكتب، 2002م، ص53.

فمن اللازم أن يتحلى أخصائي العلاقات العامة بالقدرة على ضبط النفس وعدم الإنفعال، وهي معوقات لا غنى عنها للمشتغلين في عمليات الإتصال الفردي والجماهيري والذي يتعرض فيه المرء إلى أنواع من الجماهير تختلف في ثقافتها وطباعها .

3. الإهتمام بالآخرين:

بمعنى أن يكون القائم بالإتصال بهذه الوظيفة محباً للآخرين مقبلاً عليهم لكي يتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير عليهم.

ويرى الباحث أن القائم بالإتصال في مجال العلاقات العامة لكي يكون ناجحاً في عمله لابد أن تتوفر لديه النزعة الإنسانية ومحبة الآخرين والرغبة في تقديم الخدمات إليهم وتوفر الإحساس العام لديه بالأحداث والمواقف والقدرة على التعاطف مع جمهوره والتوحد معه².

4. الإستمالة:

حيث أن الهدف من التأثير في الآخرين يتضمن تغيير أفكارهم فلا بد لرجل العلاقات العامة أن يكون قادراً على إستمالة الغير للأفكار التي تعبر عنها، وعليه أن يحلل وجهات النظر المعارضة ويكشف ما فيها من ثغرات قبل أن يقدم أفكاره بطريقة مقنعة.

السمات الخاصة بمهارات القائم بالإتصال في العلاقات العامة:

وتتمثل أهم هذه المهارات فيما يلي:

1المهارات الاتصالية (Skills of Communication):

المهارة في اللغة هي الحذق والبراعة وهي مرتبة متقدمة من الخبرات والتجارب والقدرة على التفوق والتجويد في القيام بعمل ما أو أدائه بشكل متميز وغير عادي والمهارة في

¹ نفس المرجع ص54

² عواطف عبد الرحمان، مرجع سابق، ص88

المفهوم الغربي تمثل إلى جانب العملي أكثر من النظري فهي تعرف بأنها فن أو حرفة أو علم يقتضي إستعمال الأيدي والجسد .

ان السمات والخصائص التي تخص شخصي القائم بالإتصال هي سمات أغلبها فطري لازم للشخصية، أما المهارات الإتصالية التي نحن بصدد الحديث عنها هي مهارات يمكن لأي قائم بالإتصال إكتسابها من خلال الخبرة و التدريب و التعليم و الممارسة و تشمل المهارات الإتصالية التي لا بد من إكتسابها¹.

1مهارة القراءة(Reading) :

القارئ الجيد هو الذي يقرأ ويستوعب ما قد قرأه من أفكار وعبارات من خلال القدرة على تميز الأفكار المتعلقة بالموضوع المراد توصيله من الأفكار غير المتعلقة بالموضوع كما أن القارئ الجيد ينبغي أن يكون موضوعياً في الحكم على الأمور وأن لا يطلق العنان لخيالاته و إنطباعاته الشخصية للتأثير على أحكامه.

وترجع أهمية مهارة القراءة للقائم بالإتصال في العلاقات العامة لسببين:

-الحصول على المعلومات المطلوبة من المصادر المنشورة أو الخطبة وفهم ما تتضمن هذه المعلومات من إتجاهات مؤثرة على المؤسسة .

-لكي يلم بعناصر اللغة تماماً حتى يكون قادراً على إستخدام المصطلحات والعبارات السهلة وليتحسن أسلوب تفكيره وتعبيره عند تحديد المقالات والأخبار الصحفية والخطب العامة فيصبح أسلوبه وتفكيره منطقياً منظماً.

ويذكر د. محمد منير حجاب مجموعة من القواعد التي تساعد القائم بالإتصال في تحسين مهارته في القراءة وهي كالاتي :

¹ محمد الصرفي, الإتصالات الإدارية , مؤسسة حورس الدولية , الإسكندرية 2008,ص 19.

1 تحديد أولويات القراءة وهي خطوة أولية وهامة تحتاج من القائم بالإتصال إلى إختيار وتحديد المادة المقروءة الأكثر أهمية والتي تمثل إضافة جديدة لديه حتى يهدر وقته بقراءة أشياء لا تعود عليه بالفائدة .

2 الإنتباه أثناء القراءة.

3 أفهم ما تقرأ .

4 توفير البيئة المناسبة للقراءة.

5 مهارة الإستماع والإصغاء:

تتضمن مهارة مهارة الإستماع واليقظة التامة لما يقال وفهمه والقدرة على توجيه الأسئلة الصحيحة سواء كان ذلك في إستطلاع للآراء أو التوجيه للمناقشة.

فرجل العلاقات العامة هو الذي يراقب الناس وهو يستمع إليهم فالأفراد غالباً ما يعكسون أنفسهم من خلال إيماءاتهم وتعبيراتهم المصاحبة بكلماتهم أو حتى من خلال صمتهم وجميع صور الإتصال غير اللفظي التي تصدر عنهم والإستماع نصف عملية الإتصال وهي مهارة يمكن تنميتها من خلال تكوين عادات إتصال جيدة وهو ليس مجرد لباقة إجتماعية وإنما فرصة لإستيعاب أكبر قدر من المعلومات، وتتضمن عملية الإنصات الإستماع بتركيز إلى ما يقوله الآخرون وعدم الإنشغال بأداء أية أمور أخرى أثناء الإستماع¹.

و قد قام (I.Ksteir) و زملائه بإقتراح عشرة وصايا يجب توفرها في عملية الإصغاء حتى تكون ناجحة وهي:

1.تتبع المجالات التي تهتك أثناء الكلام

2.أحكم على المحتويات أو المضمون لا على طريقة الكلام

¹ محمد الصرفي, مرجع سابق, ص 29.

3. لا تصدر حكمك إلا بعد إنتهاء الكلام

4. أنصت إلى الأفكار جميعها بما فيه الحقيقية وغير الحقيقية

5. كن مرناً ولا تستمع فقط إلى وجهة نظر واحدة

6. ابتعد عن كل ما يشتت إنتباهك

7. لا تتأثر بالكلمات الرنانة أو العاطفية

8. أنصت بإمعان وأبذل جهدك في ذلك

9. إستمع إلى جميع ما يقال أمامك سواء كان سهل الفهم أو صعب الفهم

10. فكر أثناء الإتصال وقيم ما يقال.

أن الإنصات أو الإصغاء الجيد يبدو واضحاً على ملامح الشخص المنصت مما يشجع المتكلم على مواصلة حديثه و إبداء وجهة نظره بدون تردد.¹

2.مهارات إدارية (وظيفية):

يشير د. علي عجوه إلى مجموعة من المهارات الإدارية التي ينبغي أن تتوفر لدى القائم بالإتصال في العلاقات العامة وذلك على النحو التالي :

-المطاولة (القدرة على مواجهة الصعاب): لأن مهمات العلاقات العامة تحتاج إلى الصبر ورباطة الجأش ومواجهة الآخرين، وكذلك قبول التعارض في المواقف والإستجابة المناسبة والمرونة لموقعهم ومحاولة إيجاد المنافذ الإيجابية لبناء جسور الثقة وخلق القناعة وتجديدها.

¹ عواطف عبد الرحمان، مرجع سابق، ص92

-التنظيم (القدرة على هيكلة العمل): لوصف الوظائف وإختيار المهارات المناسبة للعمل، يحتاج رجل العلاقات العامة إلى سرعة البديهة والمرونة لمعالجة التنظيم عادة والقدرة على التوثيق وتحديث المعلومات.

-صنع القرارات و إتخاذها والقدرة على تحديد البدائل وإختيار المناسب منها.

-القدرة على التعامل مع المفاهيم الإدارية حيث يتطلب العمل في مجال العلاقات العامة¹.

وفي ذات السياق يرى بعض أساتذة وخبراء العلاقات العامة أن ممارس العلاقات العامة يجب أن تتوفر فيه المهارات الإدارية التالية :

- القدرة على إدارة البرامج بفعالية وإقناع الإدارة العليا بها ووضعها موضع التنفيذ.

- القدرة على تفهم طبيعة سير العمل وتوافر قدرات حسن التخطيط وتدبير الكتابة الدقيقة والعمل في حدود الوقت والميزانية .

- توافر مهارات القيادة والتحفيز ومهارات وضع الميزانية وتحليل التقارير وإتقان أساليب التفاوض والعمل كجزء من فريق .

- القدرة على إتخاذ القرارات السليمة في العمل ومهارة كتابة التقارير الوظيفية الدقيقة.

المطلب الثالث: مهام القائم بالاتصال في المؤسسة

مهمة القائم بالاتصال في المؤسسة:

جملة المهام التي يؤديها القائم بالاتصال سواء داخل المؤسسة أو خارجها.

أ- الإتصال الداخلي: ويتمثل في:

- وضع مجلة للمؤسسة.

¹ علي عجوة. مرجع سابق. ص58.

- الإشراف على سير عملية الاتصال النازل بين أقسام المؤسسة.
 - التحضير للاجتماعات التي تقام في المؤسسة.
 - القيام بالرد على كل ما يسمى بصورة المؤسسة.
- ب- الاتصال الخارجي و يتمثل في:**
- البرمجة للحملات التحسيسية المختلفة.
 - تمثيل المؤسسة في مختلف وسائل الإعلام .
 - تقديم المعلومات والمستجدات للصحفيين والإذاعة بالمعلومات مثلا عند حدوث شيء.

خلاصة الفصل:

و في ختام الفصل نستخلص أن شخصية القائم بالاتصال تبني بعدة عوامل و أن قدرة القائم بالاتصال على أداء دوره لا تنشأ من فراغ ، و إنما هي محصلة لعوامل عديدة منها ما هو متعلق بقيمه الشخصية ومنها ما يتعلق بالمؤسسة ذاتها و ما يدور داخلها من تفاعلات و يتوفر لديها من إمكانيات تقنية أو بشرية.

الفصل الثاني: المؤسسة الاقتصادية الخدمية الجزائرية (مؤسسة سونلغاز بالأغواط)

المبحث الأول: المؤسسة الاقتصادية الخدمية في الجزائر

المطلب الأول: تعريف المؤسسة الاقتصادية

المطلب الثاني: أهداف ووظائف المؤسسة الاقتصادية

المبحث الثاني: مدخل حول مجمع سونلغاز بالجزائر

المطلب الأول: التطور التاريخي لمجمع سونلغاز

المطلب الثاني: نصوص تنظيمية لنشاط مؤسسة سونلغاز

المطلب الثالث: المهام الموكلة لمديرية التوزيع بالأغواط

تمهيد:

تعتبر المؤسسة الاقتصادية النواة الأساسية والمحور الأساسي الذي يدور حوله أي اقتصاد حيث تعمل من خلال وظائفها المختلفة إلى بلوغ وتحقيق أهداف اقتصادية واجتماعية متعددة حيث سنتناول في فصلنا هذا التعريف بالمؤسسة الاقتصادية وسنتطرق الى اهدافها و سنأخذ مؤسسة سونلغاز بالأغواط كنموذج للمؤسسة الاقتصادية الخدمية في الجزائر.

المبحث الأول: المؤسسة الاقتصادية الخدمية في الجزائر

المطلب الأول: تعريف المؤسسة الاقتصادية

إن عملية إعطاء ووضع تعريف موحد وواضح للمؤسسة الاقتصادية يعتبر أمر بالغ الصعوبة، فقد تعددت وتباينت آراء الاقتصاديين حول مفهوم المؤسسة الاقتصادية، و هناك جملة من الأسباب التي أدت إلى عدم الوقوف على تعريف موحد للمؤسسة الاقتصادية أهمها:

- التطور المستمر الذي شهدته المؤسسة الاقتصادية في طرق تنظيمها، وفي أشكالها القانونية منذ ظهورها، وخاصة في هذا القرن.

- تشعب واتساع نشاط المؤسسة الاقتصادية، سواء الخدماتية منها أو الصناعية، وقد ظهرت عدة مؤسسات تقوم بعدة أنواع من النشاطات في نفس الوقت، وفي أمكنة مختلفة مثل المؤسسات المتعددة الجنسيات والاحتكارات.

- اختلاف الاتجاهات الاقتصادية والإيديولوجية، حيث أدى ذلك إلى اختلاف نظرة الاقتصاديين في النظام الاشتراكي إلى المؤسسة عن نظرة الرأسماليين، وعليه إعطاء تعريف مختلفة للمؤسسة. ومن هنا جاءت تعريف شاملة تشمل مختلف أنواع المؤسسات، سواء من ناحية الأنظمة الاقتصادية أو نوعية النشاط والأهداف.

وفيما يلي ندرج بعض التعاريف الشاملة الخاصة بها:

تعرف على أنها «اندماج عدة عوامل بهدف إنتاج أو تبادل سلع وخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين، وهذا في إطار قانوني ومالي اجتماعي معين، ضمن شروط تختلف تبعا لمكان وجود المؤسسة وحجم ونوع النشاط الذي تقوم به، ويتم هذا الاندماج لعوامل الإنتاج بواسطة تدفقات نقدية حقيقية وأخرى معنوية وكل منها يرتبط ارتباطا وثيقا بالأفراد. و تتمثل

الأولى في الوسائل والمواد المستعملة في نشاط المؤسسة، أما الثانية فتتمثل في الطرق والكيفيات والمعلومات المستعملة في تسيير ومراقبة الأولى.

و تعرف كذلك على أنها شكل اقتصادي وتقني وقانوني واجتماعي لتنظيم العمل المشترك للعاملين فيها وتشغيل أدوات الإنتاج وفق أسلوب محدد لقيم العمل الاجتماعي بهدف إنتاج سلع أو وسائل الإنتاج أو تقديم خدمات متنوعة.

كما تعرف أنها مجموعة من الطاقات البشرية والموارد المادية (طبيعية كانت أو مادية أو غيرها) والتي تشغل فيما بينها وفق تركيب معين وتوليفة محددة قصد إنجاز أو أداء المهام المنوطة بها من طرف المجتمع.¹

المطلب الثاني: أهداف ووظائف المؤسسة الاقتصادية

أولاً: أهداف المؤسسة الاقتصادية

إن أصحاب المؤسسات الاقتصادية سواء كانت عمومية منها أو خاصة، يسعون وراء إنشائهم للمؤسسة، إلى تحقيق جملة من الأهداف والتي تختلف وتتعدد، باختلاف أصحاب وطبيعة وميدان نشاط المؤسسات، ويمكن تلخيص هذه الأهداف في النقاط التالية:

1- الأهداف الاقتصادية:

1-1 تحقيق الربح:

يعتبر تحقيق الربح المبرر الأساسي لوجود المؤسسة لأنه يسمح لها بتعزيز طاقتها التمويلية الذاتية التي تستعملها في توسيع قدراتها الإنتاجية و تطويرها أو على الأقل الحفاظ عليها وبالتالي الصمود أمام منافسة المؤسسات الأخرى و الاستمرار في الوجود.

¹ بلعور سليمان: أثر استراتيجية الشراكة على الوضعية المالية للمؤسسة الاقتصادية. حالة مجمع صيدال، رسالة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 2004. ص 57.

1-2 عقلنة الإنتاج:

أي الاستعمال الرشيد لعوامل الإنتاج و رفع إنتاجياتها من خلال التخطيط المحكم و الدقيق للإنتاج و التوزيع ثم مراقبة تنفيذ الخطط و البرنامج و ذلك بهدف تفادي الوقوع في المشاكل الاقتصادية و المالية و الإفلاس في آخر المطاف نتيجة لسوء استعمال عوامل الإنتاج.¹

1-3 تغطية المتطلبات التي يحتاجها المجتمع:

و هذا من خلال تحقيق كامل عناصر الإنتاج لتلبية الحاجات المتزايدة، ويجب أن يحقق الإنتاج ما يلي:

مستوى عالي من المرونة.

أن يتم الإنتاج في وقته المحدد دون تقديم أو تأخير.

أن يتم تسليمه لطالبيه في الوقت المحدد.

2- الأهداف الاجتماعية: من بين الأهداف الاجتماعية التي تسعى المؤسسة الاقتصادية

على تحقيقه ما يلي:

1-2 ضمان مستوى مقبول من الأجور: يعتبر العمال في المؤسسة من بين المستفيدين الأوائل من

نشاطها، حيث يتقاضون أجورا مقابل عملهم بها، ويعتبر هذا المقابل حقا مضمونا قانونا وشرعا وعرفا، إذ يعتبر العمال العنصر الحيوي والحي في المؤسسة إلا أن مستوى وحجم هذه الأجور تتراوح بين الانخفاض والارتفاع حسب طبيعة المؤسسة وطبيعة النظام الاقتصادي ومستوى المعيشي.

2-2 تحسين مستوى معيشة العمال: إن التطور السريع الذي شهدته المجتمعات في الميدان التكنولوجي

يجعل العمال أكثر حاجة إلى تلبية رغبات تتزايد باستمرار بظهور منتجات جديدة بإضافة إلى التطور الحضاري لهم.

¹ رزاي سعاد: إشكالية البيئة في إطار التنمية المستدامة، رسالة ماجستير، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008، ص33.

2-3 توفير تأمينات ومرافق للعمال: تعمل المؤسسات على توفير بعض التأمينات مثل التأمين الصحي والتأمين ضد حوادث العمل وكذلك التقاعد، بالإضافة إلى المرافق العامة مثل تعاونيات الاستهلاك والمطاعم... الخ .

2-4 تأهيل العمال: حيث يتم تدريب وتطوير العاملين ورفع مستويات مهاراتهم المهنية، و هذا عن طريق إخضاع العمال إلى دورات تكوين وتدريب من أجل رفع المستوى المهني، و التخصص حسب القدرة المهنية للعمال.

3- الأهداف التكنولوجية:

من بين الأهداف التكنولوجية التي تؤديها المؤسسة:

البحث والتنمية: حيث مع تطور المؤسسات عملت على توفير إدارة أو مصلحة خاصة بعملية تطوير الوسائل والطرق الإنتاجية علميا، وترصد لهذه العملية مبالغ قد تزداد أهمية لتصل إلى نسبة عالية من الأرباح، ويمثل هذا البحث نسبا عالية من الدخل الوطني في الدول المتقدمة، وخاصة في السنوات الأخيرة، إذ تتنافس المؤسسات فيما بينها على الوصول إلى أحسن طريقة إنتاجية وأحسن وسيلة، تؤدي إلى التأثير على الإنتاج ورفع المردودية الإنتاجية في المؤسسة.¹

كما أن المؤسسة الاقتصادية تؤدي دورا مساندا للسياسة القائمة في البلاد في مجال البحث والتطور التكنولوجي نظرا لما تمثله من وزن في مجموعها وخاصة الضخمة منها من خلال الخطة التنموية العامة للدولة المتوسطة الأجل، التي يتم من خلالها التنسيق بين العديد من الجهات ابتداء من مؤسسات البحث العلمي، والجامعات والمؤسسات الاقتصادية.

¹ رزاي سعاد: نفس المرجع ص37.

ثانيا: وظائف المؤسسة الاقتصادية

للمؤسسة عدة وظائف تمكنها من أداء دورها الاقتصادي و الاجتماعي:

1-الوظيفة المالية:

تعتبر الوظيفة المالية من أهم الوظائف في المؤسسة، فالمؤسسة لا تقوم بنشاطها من إنتاج و تسويق.. دون توافر الأموال اللازمة لتمويل أوجه النشاط المختلفة و أوجه الإنفاق. و تعرف الوظيفة المالية على أنها مجموعة من المهام والعمليات، التي تسعى في مجموعها إلى البحث عن الأموال في مصادرها الممكنة بالنسبة للمؤسسة، بعد تحديد الحاجات التي تريدها من الأموال من خلال برامجها وخططها الاستثمارية.

2-وظيفة التمويل:

التمويل كمجموعة من مهام والعمليات، يعني العمل على توفير مختلف عناصر المخزون المحصل عليا من خارج المؤسسة، بكميات وتكاليف ونوعيات مناسبة طبقا لبرامج وخطط المؤسسة.¹

ومن هذا التعريف يتضح لنا أن وظيفة التمويل تنقسم إلى مهمتين فرعيتين: مهمة الشراء ومهمة التخزين.

أ- مهمة الشراء:

هي مجموعة من الإجراءات والأعمال التي تقوم بها المؤسسة على أساس أنظمة محكمة، و وفق صيغ معينة وعبر أجهزة مختصة، لتأمين الإمداد المستمر بالمستلزمات السلعية لعمليات التشغيل في الزمن المحدد وبالكميات والنوعية المطلوبتين.

¹ بلعور سليمان:مرجع سابق.ص58.

3-وظيفة الإنتاج:

يعتبر الإنتاج الوظيفة الأساسية للمؤسسات الإنتاجية فهو المبرر لوجودها و الحافز على استمرارها و بقاءها كون الإنتاج يرتبط بإشباع الحاجات الإنسانية و بالتالي فإنه يستمر ما دامت الحاجة الإنسانية قائمة .ويمكن تعريفها بأنها "عملية إنتاج المنفعة أو المنافع التي يقام العمل من أجل خلقها وبيعها كوسيلة لتحقيق الربح.

4-وظيفة التسويق:

يعد التسويق من المفاهيم التي استقطبت انتباه و اهتمام العديد من الاقتصاديين و الباحثين خلال العقود الأربعة الأخيرة و تركز هذا الاهتمام حول كيفية تعريف مفهوم التسويق.

ويعرف التسويق على أنه مجموع العمليات و المجهودات التي تبذلها المؤسسة من اجل معرفة أكثر لمتطلبات السوق، و ما يجب إنجازه في مجال مواصفات المنتج الشكلية و التقنية حتى تستجيب أكثر لهذه المتطلبات من جهة، و كل ما يبذل من جهود في عملية ترويج و توفير المنتج للمستهلك في الوقت المناسب و بالطريقة الملائمة حتى تبيع أكبر كمية ممكنة منه و بأسعار ملائمة تحقق أكثر أرباحا لها.¹

5-وظيفة الموارد البشرية:

تحتل وظيفة الموارد البشرية مكانة هامة في المؤسسة، فهذه الأخيرة لها أموال، زبائن، تكنولوجيا، أسواق...ولتشغيل كل هذا فهي بحاجة إلى محرك أساسي وهو الأفراد .وتعرف وظيفة الموارد البشرية على أنها مجموعة النشاطات المتعلقة بحصول المؤسسة على احتياجاتها من الموارد البشرية، وتطويرها وتحفيزها والحفاظ عليها، بما يمكن من تحقيق الأهداف بأعلى مستويات الكفاءة والفعالية.

¹ رزاي سعاد:مرجع سابق.ص 39.

المبحث الثاني: مدخل حول مجمع سونلغاز بالجزائر

المطلب الأول: التطور التاريخي لمجمع سونلغاز

التطور التاريخي لمجمع " سونلغاز " :

مر مجمع "سونلغاز" منذ تاريخ تأسيسه بالمحطات التالية :

• كهرباء وغاز الجزائر EGA " 1947 - 1969":

في هذه المرحلة ظهرت المؤسسة تحت اسم كهرباء و غاز الجزائر EGA و التي تجمع بين إنتاج و توزيع الكهرباء و الغاز الطبيعي و كان ذلك تحديدا بتاريخ 05 جوان 1947 .

مرحلة (1969-1991) : و تبدأ تحديدا بتاريخ 29 جويلية 1969 أي تاريخ تأميم مؤسسة سونلغاز مثلها مثل المؤسسات الأخرى و هذا بموجب الأمر رقم 69/54 المؤرخ في 29 جويلية 1969 و الذي نشر في الجريدة الرسمية بتاريخ 10 أوت 1996 الذي ينص على حل EGA و تأسيس الشركة الوطنية للكهرباء و الغاز رسميا ، وما لبثت أن أضحت مؤسسة ذات حجم هام، فقد بلغ عدد العاملين فيها نحو 6000 عون. وكان الهدف المقصود من تحويل الشركة هو إعطاء المؤسسة قدرات تنظيمية و تسييرية لكي يكون في مقدورها مرافقة و مساندة التنمية الاقتصادية للبلاد¹.

والمقصود بوجه خاص هو التنمية الصناعية. وحصول عدد كبير من السكان على الطاقة الكهربائية (الإنارة الريفية) وهو مشروع يندرج في مخطط التنمية الذي أعدته السلطات العمومية.

¹ Sonelgaz 40 ans d'histoire, sonelgaz , revue NOOR , n° 8 , juillet 2009, P.23

و في سنة 1991 تحولت سونلغاز إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري
لتنتمتع بذلك بصفة " الصناعي -التاجر" و هذا تماشياً مع متطلبات البيئة الخارجية
(السوق) و تطبيقاً لإستراتيجية المؤسسة التجارية و الصناعية باعتبارها مؤسسة منتجة
بالدرجة الأولى.

الشركة الجزائرية للكهرباء و الغاز 2002

بموجب القانون رقم 01/02 المؤرخ في 06 فيفري 2002 المتعلق بالكهرباء

وتوزيع الغاز بواسطة القنوات تم فتح نشاطات انتاج الكهرباء على المنافسة.وضمن

الهدف نفسه أصبحت المؤسسة في سنة 2002 شركة مساهمة¹

و هذه الترقية تمنح المؤسسة سونلغاز إمكانية توسيع أنشطتها لتشمل ميادين أخرى تابعة
لقطاع الطاقة كما تتيح لها إمكانية التدخل خارج حدود الجزائر.

و باعتبارها شركة مساهمة، فإنه يتعين عليها حيازة حافضة أسهم وقيم أخرى منقولة، مع
إمكانية امتلاك أسهم في شركات أخرى. وهذا ما ينبئ عن تطور آلت إليه سونلغاز في
سنة 2004 حيث أضحت مجمعا.

قامت سونلغاز خلال السنوات من 2004 الى 2006 وقد أصبحت مجمعا

مهيكلة نفسها في شكل شركات متفرعة مكلفة بالنشاطات الأساسية:

- سونلغاز إنتاج الكهرباء (SPE)
- مسير شبكة نقل الكهرباء (GRTE)
- مسير شبكة نقل الغاز (GRTG)

¹ - وزارة الطاقة و المناجم، القانون رقم 01/02 المؤرخ في 06 فيفري 2002، الجريدة الرسمية، عدد 8

وفي سنة 2006 تمت هيكلة وظيفة التوزيع في أربع شركات فرعية :

- سونلغاز توزيع الجزائر
- سونلغاز توزيع الوسط
- سونلغاز توزيع الشرق
- سونلغاز توزيع الغرب

ومن وراء هذا التطور يبقى ضمان الخدمة العمومية هي المهمة الجوهرية لسونلغاز ذلك أن توسيع مجال أنشطتها وتحسين نمط تسييرها الاقتصادي يفيدان في المقام الأول هذه المهمة التي تشكل الأساس الراسخ لثقافتها كمؤسسة.

تطور المؤسسة على المستوى المحلي:

مقاطعة الواحات الأغواط : وفق الهيكل التنظيمي لسنة 1996 كانت سونلغاز الأغواط عبارة عن مقاطعة تحت تسمية مقاطعة الواحات والتي كانت تابعة للمديرية الجهوية لورقلة إلى غاية سنة 1989.

مركز التوزيع الأغواط : وهذا وفق للتقسيم الذي تم سنة 1985 والذي أصبح تابعا لمنطقة التوزيع ورقلة وذلك إلى غاية سنة مارس 2005 أين تم ترقية المركز إلى مديرية جهوية.¹

الشركات فرعية للأشغال التابعة لشركة الأم " سونلغاز " spa

تزودت المؤسسة في سنة 1983 بخمس شركات فرعية للأشغال المتخصصة :

- كهريف - شركة الأشغال الكهربائية
- كهركيب - للتركيبات والمنشآت الكهربائية
- قناغاز - لإنجاز شبكات نقل الغاز
- إينرغا - للهندسة المدنية

¹ Monographie sur le Centre de distribution de Laghouat, portes ouvertes sur sonelgaz Laghouat, juin 2006, P.2

• التركيب - للتركيب الصناعي

الشركات فرعية المحيطية التابعة لشركة الأم " سونلغاز " spa

- مركز البحث والتنمية في الكهرباء والغاز CREDEG
- معهد التكوين في الكهرباء والغاز
- فندق سامي تال H M P
- الصيانة وخدمات السيارات M P V
- صات أنفو SAT INFO
- شركات خدمات المحولات الكهربائية SKMK
- شركة أعمال الصيانة للتجهيزات الصناعية M E I
- سونلغاز طب العمل S M T
- شركة الوقاية والعمل في كنف الأمن والسلامة SPAS
- المصرف الجزائري للمعدات الكهربائية والغازية CAMEG
- شركة النقل والصيانة الاستثنائيين للتجهيزات الصناعية والكهربائية TRANSMEX

فبفضل هذه الشركات المتفرعة أصبحت سونلغاز تمتلك حاليا منشآت أساسية كهربائية

وغازية تفي باحتياجات التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد

المطلب الثاني: نصوص تنظيمية لنشاط مؤسسة سونلغاز

نصوص تنظيمية لنشاط مؤسسة سونلغاز:

- مهام و واجبات:

سونلغاز شركة ذات أسهم تتوفر على رأسمال 150 مليار دينار جزائري موزعة على 150 ألف سهم طبقا للمرسوم الرئاسي رقم 02-195 المتضمن القانون الأساسي للشركة الجزائرية للكهرباء والغاز المسماة "سونلغاز ش.ذ.أ" التي تهدف إلى¹:

✓ إنتاج الكهرباء و نقلها وتوزيعها و تسويقها.

✓ نقل الغاز لتلبية حاجيات السوق الوطنية

✓ توزيع الغاز عن طريق القنوات سواء في الجزائر أو في الخارج وتسويقه

✓ تطوير وتقديم الخدمات الطاقوية بكل أنواعها

✓ دراسة كل شكل ومصدر للطاقة وترقيته وتثمينه.

✓ تطوير كل نشاط له علاقة بالصناعات الكهربائية

- النصوص التي تسيّر هذه النشاطات : نذكر جملة من القوانين و المراسيم التي تسيّر

نشاطات مؤسسة سونلغاز، منذ بداية مخططات الهيكلية التنظيمية:

- القانون رقم 85-07 المؤرخ في 06 أوت 1985 والخاص بإنتاج ونقل وتوزيع الطاقة

الكهربائية وكذلك توزيع الغاز الطبيعي إلى غاية سنة 2002.

- القانون رقم 02-01 المؤرخ في 05 فيفري 2002 يتعلق بالكهرباء وتوزيع الغاز بواسطة

القنوات.

- المرسوم الرئاسي رقم 02-195 المؤرخ في 01 جوان 2002 المتضمن القانون

الأساسي للشركة الجزائرية للكهرباء والغاز المسماة "سونلغاز ش.ذ.أ" .

- المرسوم التنفيذي رقم 02-194 المؤرخ في 28 ماي 2002 المتضمن دفترالشروط

المتعلق بشروط التموين بالكهرباء والغاز بواسطة القنوات.

¹ Saléha bellout Sekhri , **processus de restructuration de sonelgaz** , ECHO Sonelgaz, numéro spécial , juillet 2009, P.4

وبموجب القانون رقم 01-02 الذي فتح مجال المنافسة في مجال الكهرباء والغاز وبالرغم من رفع الاحتكار تبقى شركة سونلغاز الموزع الوحيد في السوق للطاقة الكهربائية والغازية إلى يومنا هذا¹.

المطلب الثالث: المهام الموكلة لمديرية التوزيع بالأغواط

المهام الموكلة لمديرية التوزيع بالأغواط:

يؤمن في إطار مالي محدد مسبقاً من طرف المديرية العامة للتوزيع ، المصاريف و التكاليف المتعلقة بالخدمات الكمية و النوعية للمديرية عند مزاوله نشاطاتها و التي يمكن إيجازها فيما يلي²:

- ✓ تطبيق السياسة التجارية المتبعة و التي تخص الزبائن الدائمين ، أي تلبية حاجاتهم من منتوجي الكهرباء و الغاز بأسعار معقولة و بصفة مستمرة و بنوعية رفيعة مراعية في ذلك القواعد الأمنية المعمول بها دولياً. كما تسعى المؤسسة ، من خلال المديرية لتخفيض كلفة منتوجاتها أو بعبارة أخرى ، سعر تكلفة الوحدة الواحدة من المنتج.
- ✓ تسيير الموارد البشرية و المادية الموضوعة تحت تصرف المؤسسة من أجل تحقيق الأهداف العامة للمؤسسة.

✓ تعتبر المديرية همزة وصل بين المديرية العامة و الوكالات اللامركزية.

من المهام الموكلة للمديرية الجهوية أيضاً ، توسيع شبكات التوزيع (الكهرباء و الغاز) و صيانة المنشآت الكهربائية و الغازية قصد ضمان نوعية و استمرارية في الخدمات و

¹ Saléha bellout Sekhri, ibid, p.5

² Monographie sur le Centre de distribution de Laghouat, Op cit, p.4

المشاركة في التنمية المحلية عن طريق إدارة المصانع و الورشات و بالتالي خلق مناصب شغل متخصصة و متميزة ، مساهمةً في ذلك في تقليص نسبة البطالة.

- المهام الموكلة لوكالات التوزيع:

تعتبر وكالات التوزيع الوحدات التنظيمية اللامركزية و المتواجدة على المستوى المحلي ، قصد التقرب من المستهلك و الاستجابة لطلباته و السهر على استمرارية تقديم المنتج بجودة و نوعية و أمان.

من أهم المهام الموكلة لهذه الوكالات نذكر:

- ✓ متابعة ملفات الزبائن.
- ✓ معاينة عدادات استهلاك الطاقة.
- ✓ متابعة تحصيل فواتير الدفع.
- ✓ قطع و إعادة التموين بالكهرباء و الغاز.
- ✓ إنجاز أشغال الربط البسيط من المنبع إلى العمود.
- ✓ متابعة و صيانة شبكة الكهرباء و الغاز.
- ✓ الاستماع إلى انشغالات الزبائن و الرد عليها.

تحليل الهيكل التنظيمي :

يظهر لنا من خلال الهيكل التنظيمي لمديرية توزيع الكهرباء و الغاز أنها من النوع الوظيفي المهني الذي يتسم بالتقسيم الوظيفي الأفقي و هذا استجابة لتعدد الوظائف و تقسيمها ، كما

يمكن أن يظهر خطوط الاتصال الأفقي ، و هذا النوع من الهياكل كما يشير "هنري مينتزرغ" Henry Mintzberg يصلح للمنظمات البيروقراطية المهنية ذات التركيز العالي للسلطة و قوة مركزية نسبيا لإتخاذ القرارات .

مدير التوزيع : يعتبر المسؤول الأول على جميع العمليات المتعلقة بتسيير و تنظيم المديرية حيث يقوم بالمتابعة و الاشراف و التنسيق بين جميع الهياكل التابعة إدارياً للمديرية ، بما يقدمه من توجيهات ، و من مهامه نذكر :

- يتعهد أمام المدير العام بإنجاز ما جاء في الوثيقة المسماة " عقد التسيير " بناء على الموازنة التقديرية *contrat de gestion*

له بعض الصلاحيات المتعلقة بالعمليات المالية منها:

- الأمر بالصرف في حدود 12 مليون دينار.
- الإمضاء على الوثائق المحاسبية التي تتعلق بكل العمليات المالية للمديرية.
- يقوم بالتقييم السنوي للميزانية الإختامية للمديرية.
- يشرف على الموازنات التقديرية.
- يمثل المنظمة لدى السلطات المحلية.
- إصدار القرارات المتعلقة بتسيير المستخدمين (علاوات، ترقية، ...)

مكلف بالإعلام : لقد تم استحداث هذا المنصب عقب صدور القانون الجديد المحدد

لصلاحيات شركة توزيع الكهرباء و الغاز ، و هذا استجابة لإستراتيجية المنظمة و التي تقضي بالتكيف مع متغيرات البيئة الخارجية للمنظمة و الانفتاح على المحيط و المتمثل

في المتعاملين مع المنظمة سواء كانوا زبائن ، شركاء ، مؤسسات الدولة، الإدارات العمومية منافسين..

مكلف بالشؤون القانونية: يهتم بمتابعة المسائل المتعلقة بالمنازعات و تمثيل المؤسسة لدى الجهات القضائية و كذلك متابعة اللجان المكلفة بتسيير الصفقات.

مكلف بالأمن: يسهر على تسيير الشؤون المتعلقة بحفظ النظام العام داخل محيط المؤسسة و مراقبة ممتلكاتها.

قسم العلاقات التجارية: يعتبر هذا القسم الواجهة الرئيسية للمؤسسة من حيث علاقاته المباشرة بالزبائن و الإدارات العمومية و كل الفاعلين في البيئة الخارجية عموماً. حيث يقوم هذا القسم بتسيير ملفات الزبائن و المشتركين و الرد على طلبات الربط في الشبكتين الكهربائية و الغازية.

قسم الموارد البشرية : يهتم هذا القسم بتسيير شؤون الموظفين و كل ما يتعلق بحياتهم المهنية و تطبيق جميع القوانين و التنظيمات و اللوائح التي تخص حركة الموظفين من تاريخ توظيفهم إلى تاريخ خروجهم نهائياً من المؤسسة ، كما يحضر اجتماعات اللجان المتساوية الأعضاء (المديرية ، النقابة، ممثلي العمال) قصد دراسة الموظفين في حالة التثبيت أو الترقية أو إعداد المسابقات المهنية كما تقوم بالتصريح السنوي للموظفين لدى صندوق الضمان الاجتماعي و تتابع كذلك في إطار التسيير الإداري للحياة المهنية للعمال: قرارات التعيين ، التنصيب، الترسيم، الترقية، الإحالة على التقاعد، و إعداد سندات العطل و شهادات العمل و تسوية وضعيات العمال و إنجاز عقود العمال المؤقتين و المتعاقدين.

كما يهدف قسم الموارد البشرية إلى تنمية الموارد البشرية من خلال تطبيق خطط المديرية العامة و المتمثلة في برامج التوظيف و التدريب و الترقية والعمل على تحفيز العمال عن طريق تطوير نظام العلاوات و التعويضات و المنح.

قسم أستغلال شبكات الكهرباء : يعتبر هذا القسم من بين الأقسام العملية structure opérationnelle التي لها علاقة مباشرة بنشاط المؤسسة نظراً لما تقوم به من متابعة و صيانة شبكة توزيع الكهرباء و تسيير التدخلات الخاصة بإصلاح الأعطاب و التعطلات التي تمس شبكة التوزيع و هذا لتحسين و ضمان إستمرارية الخدمة.

قسم أستغلال شبكات الغاز : يعتبر هذا القسم كذلك من بين الأقسام العملية structure opérationnelle التي لها علاقة مباشرة بنشاط المؤسسة حيث يسهر على متابعة و صيانة شبكة توزيع الغاز و إصلاح الأعطاب و التعطلات التي تمس شبكة التوزيع.

قسم الدراسات و الأشغال : يقوم هذا القسم ، باعتباره أحد الأقسام العملية ، بإعداد الدراسات و الكشوفات التقديرية لمشاريع الربط في الشبكتين الكهربائيتين و الغازية و له مهمة متابعة ورشات المقاولين الذين وكلت لهم مهام إنجاز مشاريع الربط.

قسم أنظمة الإعلام الآلي : يتمثل دور هذا القسم بتسيير و تحيين قاعدة المعلومات المتعلقة بالمستخدمين (الإدماج ، الاستهلاك، ...) و يقوم كذلك بإصدار الفواتير الخاصة باستهلاك الطاقنين لجميع أصناف المستخدمين (العاديين، الإدارات العمومية، الصناعيين،...).

شعبة الوسائل العامة : تقوم هذه الشعبة ، باعتبارها أحد الأقسام الداعمة لنشاط المديرية، بتوفير الوسائل و المعدات المكتبية و ذلك لضمان السير الحسن لباقي المصالح و الأقسام.

قسم الموارد البشرية بمديرية توزيع الكهرباء و الغاز بالأغواط :

التعريف بالقسم :

أنشأ قسم الموارد البشرية عقب صدور قانون إعادة الهيكلة الداخلية لمؤسسات توزيع الكهرباء

و الغاز سنة 2002 (المرسوم الرئاسي رقم 02- 195 المؤرخ في 01 جوان 2002

المتضمن القانون الأساسي للشركة الجزائرية للكهرباء والغاز المسماة "سونلغاز ش.ذ.أ " ،

و ذلك بعدما كانت عبارة عن مصلحة وظيفية تؤدي أدوار بسيطة و روتينية تتمثل أساساً

في :

✓ تسيير إجراءات التوظيف

✓ تسيير الأجور و ما يتبعها من علاوات و منح

✓ متابعة تطبيق النظام الداخلي

✓ إعداد الكشوف الخاصة بالحياة المهنية للمستخدمين

لقد سمح القانون المذكور أعلاه بإعطاء قسم الموارد البشرية صلاحيات أكثر و نطاق

إشراف أوسع تماشياً مع الإستراتيجية العامة للمؤسسة التي تدعو للاهتمام أكثر بالموارد

البشرية من حيث استقطابها و اختيارها و صيانتها و تحفيزها نحو تحقيق الأهداف

الإستراتيجية للمؤسسة.

خلاصة الفصل:

من خلال تطرقنا لهذا الفصل فقد أعطينا تعريف المؤسسة الاقتصادية ومهامها أهدافها نظرا لأهميتها كما ناقشنا مراحل التطور التاريخي الذي مر به مجمع سونلغاز وتطور مؤسسة سونلغاز بالأغواط وحللنا الهيكل التنظيمي للمؤسسة انطلاقا من أهميته و أهمية هياكله وتعرفنا على مختلف أقسام الهيكل.

الفصل الثالث: تصميم الدراسة وخطواتها الإجرائية

منهجية الدراسة

مجتمع الدراسة

عينة الدراسة

أدوات الدراسة وجمع البيانات

الاستبيان

محاوّر الأستبيان

تفسير وتحليل نتائج الاستبيان

المقابلة

منهجية الدراسة:

تعتبر منهجية الدراسة الخطوة الأولى لدراسة خصائص العينة، وتتضح فيما يلي:

مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة هو كل ما يمكن أن تعمم عليه نتائج البحث، وحصر مجتمع الدراسة يعد ضروريا لتبرير الاختصار على العينة بدلا من تطبيق البحث على مجتمعه، وكذلك معرفة مدى قابلية نتائج الدراسة للتعميم و تأكيد تمثيل العينة للمجتمع. لما كان توجه الدراسة الحالية هو معرفة دور القائم بالاتصال في المؤسسة الاقتصادية الخدمية (مؤسسة سونلغاز بالأغواط) في تحفيز أداء العاملين.

عينة الدراسة:

حيث يتم اللجوء لاختيار عينة من المجتمع ما إذا تعذر إجراء الدراسة على جميع أفراد مجتمع البحث، لهذا فقد تم أخذ عينة من موظفي مؤسسة سونلغاز بالأغواط حيث تم توزيع الاستبيان على الأفراد العاملين في المؤسسة أجرينا فيها الدراسة، وعلى هذا الأساس تم توزيع (70 استبيان) على عينة الدراسة وتم الحصول على (60 استبيان) بنسبة استرجاع تقدر ب 85.71 %.

أدوات الدراسة وجمع البيانات:

تم اللجوء إلى استخدام مجموعة من الأدوات التي أملت لها طبيعة الموضوع، وأيضا المعلومات في حد ذاتها. وقد تم جمع البيانات من المصادر التالية:

1-الأستبيان:

لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة تم اللجوء إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات الميدانية لما لها من أهمية في توفير الوقت و الجهد، و تم تصميمه بالاعتماد على الأستاذ المشرف ومن أهم الاعتبارات المنهجية التي اعتمدت في اختيار هذه الأداة كوسيلة أساسية في جمع البيانات الميدانية هو أن الاستبيان يعد أداة منظمة ومضبوطة لجمع بيانات الدراسة من خلال صياغة نموذج من الأسئلة التي توجه لأفراد المؤسسة للحصول على بيانات معينة، بالإضافة إلى الاتساق والتكامل بين استخدام هذه الأداة و الإطار العام لموضوع البحث و كذا حجم العينة.

و في إعداد و تصميم الاستبيان تم مراعاة التدرج في الأسئلة والتسلسل المنطقي، و أن تكون الأسئلة محددة ودقيقة ومتجانسة ومضمونها واضح.

محاور و أبعاد الاستبيان: يتكون هذا الاستبيان من ثمانية محاور هي كما يلي:

المحور الأول: يتعلق بالمعلومات الشخصية والوظيفية: الجنس، السن ، المستوى التعليمي، الوظيفة الأقدمية في العمل، الحالة المدنية.

المحور الثاني: يتعلق بمختلف أسئلة المنصب المهني.

المحور الثالث: أسئلة حول المسار الوظيفي

المحور الرابع: أسئلة حول الأجور

المحور الخامس: أسئلة الود والتعاون بين العمال

المحور السادس: أسئلة عن الحوافز التي تقدمها المؤسسة لعمالها

المحور السابع: الوسائل الاتصالية

المحور الثامن: أسئلة تتعلق بتحفيز القائم بالاتصال للعمال

الوسائل الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها اعتمدنا على مجموعة من الأساليب الإحصائية بما يتلاءم مع طبيعة الدراسة و توجهاتها، وتمثلت هذه الأساليب في التكرارات و النسب المئوية.

تفسير و تحليل نتائج الاستبيان:

المحور الأول: دراسة المعلومات الشخصية لأفراد عينة الدراسة:

الجنس:

الجدول (01): توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

النسبة المئوية	التكرار	
80	48	ذكر
20	12	أنثى
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

يتبين من خلال الجدول أن النسبة العالية من أفراد العينة كانت ذكورا، حيث بلغ عددهم 48

من مجموع 60 بنسبة مئوية تقدر ب 80 % من عينة الدراسة، في حين بلغ عدد الإناث 12 بنسبة مئوية تقدر ب 20 % ،وبهذا فإن عينة الدراسة يغلب عليها الطابع الذكوري كون المؤسسة ذات طابع إنتاجي.

نستنتج أن نسبة الذكور في العينة أكبر من نسبة الإناث بمعدل 80%.

السن:

الجدول (2): توزيع أفراد العينة حسب العمر

النسبة المئوية	التكرار	
30	18	أقل من 30 سنة
60	36	ما بين 30 و 49 سنة
10	6	أكبر من 50 سنة
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من الجدول أن النسبة العالية لأفراد العينة ما بين 30 و 49 سنة تمثل 60 % وتعود هذه إلى خبرة أفراد هذه الفئة داخل المؤسسة بينما تأتي بعدها فئة الأقل من 30 سنة تمثل 30 % كون المؤسسة تعتمد بدرجة كبيرة على تشغيل الشباب، أما فئة الأكثر من 50 سنة تمثل 10 % وهذا راجع إلى تطلب إدارة المؤسسة إلى أفراد ذوي خبرة عالية.

نستنتج أن الفئة العمرية التي تتواجد أكثر هي ما بين 30 و 49 سنة نظرا للخبرة هاته الفئة.

المستوى التعليمي:

الجدول(3):توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	
20	12	ابتدائي
16.66	10	متوسط
20	12	ثانوي
43.33	26	جامعي
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول أن النسبة العالية في المستوى التعليمي لفئة ذوي المستوى الجامعي بنسبة تقدر 43.33 % تليها فئة ذوي المستوى الثانوي والابتدائي بنسبة تقدر ب 20 % ثم في الأخير فئة المستوى المتوسط بنسبة تقدر ب 16.66%.

نستنتج أن المستوى التعليمي الغالب في المؤسسة هو لفئة الجامعيين بنسبة 43.33% نظرا لأهمية الشهادة في تسيير المؤسسة.

الوظيفة :

الجدول(4):توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

النسبة المئوية	التكرار	
20	12	متعاقد
80	48	منصب دائم
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول أن النسبة العالية لموظفي مؤسسة سونلغاز هي نسبة الموظفين في مناصب عمل دائمة بنسبة تقدر 80 % نظرا لأهمية المؤسسة واحتياجاتها ثم تليها نسبة العمال المتعاقدين بنسبة تقدر ب 20%.

نستنتج أن العمال الذين يشغلون مناصب عمل دائما هم الأكثر تواجدا في المؤسسة بنسبة 80% نظرا لأهمية هاته الفئة.

الأقدمية في العمل:

الجدول(5):توزيع أفراد العينة حسب أقدمية العمل

النسبة المئوية	التكرار	
13.33	8	أقل من 5 سنوات
46.66	28	من 5 سنوات الى 20
40	24	أكثر من 20 سنة
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول أن النسبة العالية لأقدمية موظفي مؤسسة سونلغاز هي نسبة الموظفين ذوي أقدمية من 5 سنوات الى 20 سنة بنسبة تقدر ب 46.66 % نظرا لأهمية هاته الفئة وخبرتها في المجال ثم تليها نسبة الموظفين ذوي الأقدمية أثار من 20 سنة بنسبة 40% نظرا أهمية هاته المجموعة وخبرتهم قبل أن يحالون على التقاعد وفي الأخير تأتي فئة أقل من 5 سنوات بنسبة تقدر ب 13.33 % كموظفين جدد.

نستنتج أن العمال ذوي الأقدمية في العمل هي نسبة الموظفين ذوي أقدمية من 5 سنوات الى 20 سنة بنسبة تقدر ب 46.66 % نظرا لأهمية هاته الفئة وخبرتها في المجال.

الحالة العائلية:

الجدول(6):توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية

النسبة المئوية	التكرار	
23.33	14	أعزب
63.33	38	متزوج
5	3	أرمل
8.33	5	مطلق
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول أن النسبة العالية التي سادت المجموعة في الحالة العائلية هي فئة المتزوجين بنسبة مئوية تقدر ب 63.33 % وهذا راجع لسن الموظفين وحالتهم المادية المستقرة وعدة عوامل ثم نسبة الأعزب بنسبة 23.33 % وهي نسبة راجعة لسن هاته الفئة و عدم الاستقرار المادي وأغلبيتهم من المتعاقدين نظرا لعدم استقرار الوظيفة ثم المطلقين بنسبة تقدر ب 8.33 % ويعود ذلك لأسباب اجتماعية خارج نطاق المؤسسة وفي الأخير نسبة الأرامل بنسبة تقدر ب 5 %.

نستنتج أن النسبة العالية التي سادت المجموعة في الحالة العائلية هي فئة المتزوجين بنسبة مئوية تقدر ب 63.33 % وهذا راجع لسن الموظفين وحالتهم المادية المستقرة وعدة عوامل.

المحور الثاني: أسئلة حول المنصب المهني

السؤال الأول: هل المؤسسة قامت بوضعك في الشغل لقدراتك ومؤهلاتك ؟

الجدول (7): يوضح اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
80	48	نعم
20	12	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ أن نسبة 80 % من العمال أن المؤسسة وضعتهم في المكان المناسب لقدراتهم ومؤهلاتهم فيما هنال نسبة معينة تقدر ب 20 % لم يوضعوا في مكانهم المناسب.

نستنتج أن أن نسبة 80 % من العمال أن المؤسسة وضعتهم في المكان المناسب لقدراتهم ومؤهلاتهم.

السؤال الثاني: هل إعتراف المؤسسة بكفاءاتك وقدراتك يحفزك على أداء فعال ؟

الجدول (8): يوضح اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
93.33	56	نعم
6.66	4	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ أن معظم العمال وبالتحديد نسبة 93.33 % يقبلون فكرة الاعتراف والتقدير بجدارتهم المهنية وتحفزهم على أداء فعال في حين نسبة 6.66 % ترى العكس.

نستنتج أن معظم العمال وبالتحديد نسبة 93.33 % يقبلون فكرة الاعتراف والتقدير بجدارتهم المهنية وتحفزهم على أداء فعال.

المحور الثالث: أسئلة حول المسار الوظيفي

السؤال الأول: هل الترقية لمنصب أعلى تعمل على تحفيزك للعمل أكثر ؟

الجدول (9): يوضح مختلف اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
70	42	نعم
30	18	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ ان نسبة 70 % من عمال المؤسسة بأن الترقية تحفزهم على العمل أكثر فيما هنالك نسبة 30 % ترى العكس.

نستنتج أن نسبة 70 % من عمال المؤسسة بأن الترقية تحفزهم على العمل أكثر.

السؤال الثاني: هل تقدم لك المؤسسة فرص الترقية والتكوين أو التدريب ؟

الجدول (10): يوضح مختلف اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
76.66	46	نعم
23.33	14	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ أن المؤسسة تقدم فرص الترقية والتكوين وكذلك التدريب استنادا لنسبة الإجابة التي قدرت ب 76.66 % اما نسبة 23.33 % فهم العمال الذين لا يحصلون على هذه الفرص.

نستنتج أن المؤسسة تقدم فرص الترقية والتكوين وكذلك التدريب استنادا لنسبة الإجابة التي قدرت ب 76.66 %.

السؤال الثالث: هل التدريب والتكوين يساعدانك لإكتساب قدرات جديدة ؟

الجدول (11): يوضح مختلف اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
75	45	نعم
25	15	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

من خلال الجدول نلاحظ أن معظم عمال المؤسسة يوافقون هذه الفكرة وهي متمثلة بنسبة 75 % في حين نسبة 25 % ليست موافقة وترى العكس.

نستنتج أن معظم عمال المؤسسة يوافقون على فكرة أن التدريب والتكوين يساعدهم لإكتساب قدرات جديدة وهي متمثلة بنسبة 75 %.

المحور الرابع: أسئلة حول الأجور

السؤال الأول: هل الأجور المرتفعة تحفزك على بذل جهد أكبر ؟

الجدول (12): يوضح مختلف اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
96.66	58	نعم
3.33	2	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

ما يمكن قوله من خلال ملاحظتنا للجدول هو أن نسبة 96.66 % من مجموع أفراد العينة ترى أنه من الطبيعي أن الأجور المرتفعة تحفزهم على بذل جهد أكبر غير أن نسبة 3.33 % ترى العكس.

نستنتج أن نسبة 96.66 % من مجموع أفراد العينة ترى أنه من الطبيعي أن الأجور المرتفعة تحفزهم على بذل جهد أكبر.

السؤال الثاني: هل ترضى بالأجر الذي يقدم لك في المؤسسة ؟

الجدول (13): يوضح مختلف اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
81.66	49	نعم
18.33	11	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 81.66 % ترضى بالأجر الذي يقدم لها في هذه المؤسسة عكس ما تراه النسبة الممثلة ب 18.33 %.

نستنتج أن نسبة 81.66 % ترضى بالأجر الذي يقدم لها في هذه المؤسسة.

المحور الخامس: أسئلة الود والتعاون بين العمال

السؤال الأول: هل عمالك فرديا يحفزك على أداء فعال أم العمل ضمن الجماعة ؟

الجدول (14): يوضح مختلف اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
26.66	16	نعم
73.33	44	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية العمال بالتحديد نسبة 73.33 % لا توافق العمل الفردي بل العمل الجماعي هو الذي يحفزهم على بذل أكبر لأداء فعال في حين نسبة 26.66 % ترى العكس.

نستنتج أن أغلبية العمال بالتحديد نسبة 73.33 % لا توافق العمل الفردي بل العمل الجماعي هو الذي يحفزهم على بذل أكبر لأداء فعال.

السؤال الثاني: كيف هي علاقتك مع زملائك هل هي علاقة طيبة ؟

الجدول (15): يوضح مختلف اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
96.66	58	نعم
3.33	2	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من الجدول أن معظم العمال علاقتهم مع زملائهم هي علاقة طيبة وحسنة وتمثل 96.66 % في حين 3.33 % ترى العكس.

نستنتج أن معظم العمال علاقتهم مع زملائهم هي علاقة طيبة وحسنة وتمثل
96.66%.

المحور السادس: أسئلة عن الحوافز التي تقدمها المؤسسة لعمالها.

السؤال الثاني: هل ترى بأن الحوافز المعنوية كالعطل والترقيات تجعلك راضي وتبذل
جهد أكبر؟

الجدول (17): يوضح مختلف اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
95	57	نعم
5	3	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 95 % من عمال المؤسسة يوافقون على أن الحوافز المعنوية كالعطل والترقيات تجعلهم راضين ويبدلون جهد أكبر في حين نسبة 5 % ترى العكس.

نستنتج أن نسبة 95 % من عمال المؤسسة يوافقون على أن الحوافز المعنوية كالعطل و الترقيات تجعلهم راضين ويبدلون جهد أكبر .

السؤال الرابع: هل ترى بأن التحفيز شيء مهم بالنسبة لك ؟

الجدول (19): يوضح مختلف اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
91.66	55	نعم
8.33	5	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة تمثل العمال الذين يرون أن التحفيز شيء مهم بالنسبة لهم ب 91.66 % في حين 8.33 % منهم يرون العكس.

نستنتج أن أكبر نسبة تمثل العمال الذين يرون أن التحفيز شيء مهم بالنسبة لهم ب 91.66%.

المحور السابع : الوسائل الإتصالية

كيف يتم حصولك على المعلومات والرسائل المنشورة ؟

الجدول (20): يوضح مختلف اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
36.66	22	تعليمات ادارية
20	12	هاتف
26.66	16	ملصقات
16.66	10	ايميل
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب الموظفين يحصلون على المعلومات والرسائل المنشورة بنسب متقاربة من خلال نوع طريقة الحصول على المعلومة فنجد أن نسبة 36.66 % يحصلون عليها من خلال التعليمات الادارية و نسبة 20 % يحصلون عليها من خلال الهاتف ونسبة 26.66 % يحصلون عليها من خلال الملصقات ونسبة 16.66 % يحصلون عليها من خلال الايميل.

نستنتج أن أغلب الموظفين يحصلون على المعلومات والرسائل المنشورة بنسب متقاربة من خلال نوع طريقة الحصول على المعلومة وأغلبهم يحصل عنها عن طريق التعليمات الإدارية.

المحور الثامن : أسئلة تتعلق بتحفيز القائم بالإتصال للعمال

السؤال الأول: هل يلعب القائم بالإتصال دورا في حياتك المهنية ؟

الجدول (21): يوضح مختلف اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
86.66	52	نعم
13.33	8	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول أن القائم بالإنترنت يلعب دورا كبيرا في الحياة المهنية للموظفين وذلك بنسبة 86.66 % ترى ذلك في حين أن نسبة 13.33 % ترى العكس.

نستنتج أن القائم بالإنترنت يلعب دورا كبيرا في الحياة المهنية للموظفين وذلك بنسبة 86.66 % من الإجابات.

السؤال الثاني: هل تعتبر وجود القائم بالإنترنت في المؤسسة ضرورة أو لا ؟

الجدول (22): يوضح مختلف اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
95	57	نعم
5	3	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

من خلال الجدول نلاحظ أن وجود القائم بالإنترنت في المؤسسة ضرورة وهذا من خلال اجابات الموظفين التي كانت أغلبيتها اجابة بنعم بنسبة 95 % في حين نسبة 5 % ترى العكس.

نستنتج أن وجود القائم بالاتصال في المؤسسة ضرورة وهذا من خلال اجابات الموظفين التي كانت أغليبتها اجابة بنعم بنسبة 95 %.

السؤال الثالث: هل يؤدي اتصالك به الى التحفيز للعمل ؟

الجدول (23): يوضح مختلف اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
61.66	37	نعم
38.33	23	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول إتصال الموظفين بالقائم بالاتصال يؤدي الى التحفيز للعمل وذلك من خلال اجاباتهم بنسبة 61.66 % الى أن نسبة 38.33 % ترى عكس ذلك.

نستنتج أن إتصال الموظفين بالقائم بالاتصال يؤدي الى التحفيز للعمل وذلك من خلال اجاباتهم بنسبة 61.66 % ترى ذلك .

السؤال الرابع : من حيث تطوير مهاراتك في العمل هل يلعب القائم بالاتصال دورا في إطلاعكم على جديد العمل ؟

الجدول (25): يوضح مختلف اجابات الموظفين

النسبة المئوية	التكرار	
71.66	43	نعم
28.33	17	لا
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

من خلال الجدول يتضح لنا دور القائم بالاتصال في تطوير مهارات العمل للموظفين بإطلاعهم على كل جديد في العمل حيث كانت اجابات غالبيتهم بنعم بنسبة تقدر ب 71.66 % في حين ترى نسبة 28.33 % عكس ذلك.

نستنتج أن للقائم بالاتصال دور في تطوير مهارات العمل للموظفين بإطلاعهم على كل جديد في العمل.

المقابلة:

تعتبر المقابلة من الأدوات الرئيسية لجمع المعلومات والبيانات في دراسة الأفراد والجماعات الإنسانية. وتعد أكثر الوسائل جمع المعلومات شيوعا وفاعلية في الحصول على البيانات الضرورية لأي بحث والمقابلة ليست بسيطة بل مسألة فنية وتعرف بأنها محادثة موجهة يقوم بها فرد مع آخر أو مع أفراد بهدف حصوله على أنواع من المعلومات لاستخدامها في بحث عملي أو الاستعانة بها في عمليات التوجيه والتشخيص والعلاج . وقد أجرينا مقابلة مع موظفي المؤسسة بغية الحصول على معلومات تساعدنا في فهم مدى دور القائم في المؤسسة الاقتصادية الخدمية في تحفيز أداء العمال وكان محتواها كالتالي:

س1- ماهي الوسائل الاتصالية المعتمدة من طرف القائم بالإتصال في تحفيز العاملين بمؤسسة سونلغاز بالأغواط؟

ج1- من بين الوسائل الاتصالية المعتمدة من طرف القائم بالاتصال في تحفيز العمال هي الملصقات والمناشير التي تلتصق في لوحة الاعلانات والتي تخص التحفيز والعلاوات والترقيات والرحلات وغيرها من هاته المحفزات بالاضافة الى وسائل اخرى كالاتصال الهاتفي او عن طريق البريد والدعم المعنوي للعمال ووسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك عبر صفحة للمؤسسة .

س2- ماهي المعوقات الإتصالية التي تحول دون تحفيز العاملين من وجهة نظر القائم بالاتصال؟

ج2- تتعلق هاته بالمعوقات بالفروق الشخصية بين العاملين بالاضافة الى المعوقات التنظيمية تتمثل في الهيكل التنظيمي للمؤسسة وصعوبة الاتصال ونقل المعلومة والتواصل وصعوبة اللغة بين الأفراد العاملين نظرا لمستوياتهم وتعدد المستويات داخل المؤسسة والفروق الشخصية مثل اختلاف العادات والقيم.

س3- ماهي المحفزات التي يعتمدها القائم بالإتصال مع العاملين في مؤسسة سونلغاز بالأغواط؟

ج3- تتمثل هاته المحفزات في محفزات مادية وأخرى معنوية وتتمثل المحفزات المادية في العلاوات والترقيات والرحلات والزيادة في الأجر وتنظيم مسابقات مثل العمرة المجانية...والمحفزات المعنوية مثل المدح وإتاحة الفرصة الإنتقال من قسم الى آخر والتنافس وتوحيد الأجور للأعمدة الواحدة....

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل عرض و تحليل و مناقشة نتائج الدراسة و منهجية العمل و التحليل التي تهدف أساسا معرفة دور القائم بالإتصال في المؤسسة الاقتصادية الخدمية (مؤسسة سونلغاز بالأغواط) في تحفيز أداء العمال فجاءت أغلب اجابات الموظفين بالإيجابية لدور القائم بالإتصال وهذه الردود تعكس رضا الموظفين على الدور الفعال الذي يلعبه القائم بالاتصال وما يقدمه من تحفيز للموظفين على أداء مهامهم على أتم وجه فالتحفيز هو قوة محرّكة خارجية تستخدم لحث الانسان على الجهد والقيام بالعمل بالشكل المطلوب والتميز بمعنى أنها بمثابة المقابل للأداء المتميز. وبالتالي فإن للتحفيز تأثيرا كبيرا ومباشرا على توجيه السلوك وتحديد الاتجاهات و زيادة الانتاجية.

الإستنتاج العام:

توصلت دراستنا هاته الى عدة استنتاجات أهمها:

نستنتج أن نسبة الذكور في العينة أكبر من نسبة الإناث بمعدل 80%. نستنتج أن الفئة العمرية التي تتواجد أكثر هي ما بين 30 و 49 سنة نظرا للخبرة هاته الفئة.

نستنتج أن المستوى التعليمي الغالب في المؤسسة هو لفئة الجامعيين بنسبة 43.33% نظرا لأهمية الشهادة في تسيير المؤسسة.

نستنتج أن العمال الذين يشغلون مناصب عمل دائما هم الأكثر تواجدا في المؤسسة بنسبة 80% نظرا لأهمية هاته الفئة.

نستنتج أن العمال ذوي الأقدمية في العمل هي نسبة الموظفين ذوي أقدمية من 5 سنوات الى 20 سنة بنسبة تقدر ب 46.66 % نظرا لأهمية هاته الفئة وخبرتها في المجال.

نستنتج أن النسبة العالية التي سادت المجموعة في الحالة العائلية هي فئة المتزوجين بنسبة مئوية تقدر ب 63.33 % وهذا راجع لسن الموظفين وحالتهم المادية المستقرة وعدة عوامل.

نستنتج أن نسبة 80 % من العمال أن المؤسسة وضعتهم في المكان المناسب لقدراتهم و مؤهلاتهم.

نستنتج أن معظم العمال وبالتحديد نسبة 93.33 % يقبلون فكرة الاعتراف والتقدير بجدارتهم المهنية وتحفزهم على أداء فعال.

نستنتج أن نسبة 70 % من عمال المؤسسة بأن الترقية تحفزهم على العمل أكثر.

نستنتج أن المؤسسة تقدم فرص الترقية والتكوين وكذلك التدريب استنادا لنسبة الإجابة التي قدرت ب 76.66 %.

نستنتج أن معظم عمال المؤسسة يوافقون على فكرة أن التدريب والتكوين يساعدهم لإكتساب قدرات جديدة وهي متمثلة بنسبة 75 %.

نستنتج أن نسبة 96.66 % من مجموع أفراد العينة ترى أنه من الطبيعي أن الأجور المرتفعة تحفزهم على بذل جهد أكبر.

نستنتج أن نسبة 81.66 % ترضى بالأجر الذي يقدم لها في هذه المؤسسة.

نستنتج أن أغلبية العمال بالتحديد نسبة 73.33 % لا توافق العمل الفردي بل العمل الجماعي هو الذي يحفزهم على بذل أكبر لأداء فعال.

نستنتج أن معظم العمال علاقتهم مع زملائهم هي علاقة طيبة وحسنة وتمثل 96.66 %.

نستنتج أن نسبة 95 % من عمال المؤسسة يوافقون على أن الحوافز المعنوية كالعطل و الترقيات تجعلهم راضين و يبذلون جهد أكبر.

نستنتج أن أكبر نسبة تمثل العمال الذين يرون أن التحفيز شيء مهم بالنسبة لهم ب 91.66 %.

نستنتج أن أغلب الموظفين يحصلون على المعلومات والرسائل المنشورة بنسب متقاربة من خلال نوع طريقة الحصول على المعلومة وأغلبهم يحصل عنها عن طريق التعليمات الإدارية.

نستنتج أن القائم بالإتصال يلعب دورا كبير في الحياة المهنية للموظفين وذلك بنسبة 86.66 % من الإجابات.

نستنتج أن وجود القائم بالاتصال في المؤسسة ضرورة وهذا من خلال اجابات الموظفين التي كانت أغليبيتها اجابة بنعم بنسبة 95 %.

نستنتج أن إتصال الموظفين بالقائم بالإتصال يؤدي الى التحفيز للعمل وذلك من خلال اجاباتهم بنسبة 61.66 % ترى ذلك .

نستنتج أن للقائم بالاتصال دور في تطوير مهارات العمل للموظفين بإطلاعهم على كل جديد في العمل.

خاتمة

من خلال تطرقنا إلى فصول بحثنا هذا تعرفنا على المؤسسة الاقتصادية و مفهومها و كانت مؤسسة سونلغاز بالأغواط نموذجا عنها.

و تعرفنا كذلك على الدور الفعال و الايجابي الذي يلعبه القائم بالاتصال في حياة الموظف و دوره كذلك في المؤسسة و ذلك من خلال التحفيز المادي و المعنوي الذي يقدمه و مختلف المساعدات الذي يقدمها و متابعة للموظفين من أجل ادلاء جيد و ايجابي و من أجل النهوض بالمؤسسة و تحسين مردودية الانتاج و تمثيلها أحسن تمثيل فلقائم بالاتصال دور كبير في تحفيز الموظف و في حياته المهنية أين تجلى ذلك في إجابات الموظفين من خلال الاستبيان المقدم لها حيث كانت إيجابية تبلور مدى أهمية هذا الأخير في حياتهم المهنية.

المراجع

قائمة المصادر و المراجع

الكتب:

- 1/أحمد العابد وآخرون، المعجم العربي الأساسي، (تونس المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم)، 1424هـ - 2003م.
- 2/جيهان مكاوي: حرية الفرد و حرية الصحافة، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، 1981 .
- 3/حسن عماد المكاوي: الأخبار في الراديو و التلفزيون، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1989.
- 4/حسن عماد المكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط7 ، مصر ، الدار المصرية اللبنانية، 2008 .
- 5/حمدأوي وسيلة، إدارة الموارد البشرية، ط1، مديرية النشر الجامعية، قامة، 2004.
- 6/خليل صابات: الصحافة رسالة و استعداد و فن وعلم، ط2 ، القاهرة، دار المعارف، 1959.
- 7/السيد محمد الفهمي , فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية ,دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر , الإسكندرية 2006.
- 8/صالح مهدي محسن العامري و طاهر منصور الغالبي، الدارة والعمال، دار وائل للنشر، ط1، عمان، الأردن، 2007.
- 9/عزيز عبده: الإعلام السياسي و الرأي العام، دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2004 .
- 10/علي عجوة ، الأسس العلمية للعلاقات العامة ، ط4، القاهرة عالم الكتب ، 2002م

- 11/عواطف عبد الرحمان، ليلي عبد المجيد، نجوى كامل: القائم بالاتصال في الصحافة المصرية ، سلسلة دراسات صحفية (جامعة القاهرة كلية الإعلام) - مطابع كلية الإعلام، دون نشر.
- 12/محمد أبو سمرة، الإتصال الإداري والإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 13/محمد الصرفي، الإتصالات الإدارية، مؤسسة حورس الدولية، الإسكندرية، 2008.
- 14/المعجم الوجيز، القاهرة، مجمع اللغة العربية، 1992م.
- 15/معين محمد عياصرة، مروان. محمد نبي احمد، القيادة و الرقابة والاتصال الإداري، دار حامد، 2008.
- 16/ناصر دادي عدون، الإتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية، دار المحمدية العامة، الجزائر 2004.
- 17/نجوى الفوال: قراءة في دراسات القائم بالاتصال، كلية الإعلام، القاهرة، 1995
- 18/وزارة الطاقة و المناجم، القانون رقم 01/02 المؤرخ في 06 فيفري 2002، الجريدة الرسمية، عدد 8.

المجلات:

- 19/أسماء حسين الحافظ، القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية المصرفية للبحوث، الإعلام العدد العاشر، مارس 2001م.
- 20/أمال كمال: التوجه المهني لدى القائم بالاتصال، المجلة الاجتماعية القومية، القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية - المجلد 30 - العدد 2 و 3، 1993.

الرسائل والمذكرات:

21/ حمد حسني محمد حسن: مشكلات القائم بالاتصال في الأنشطة الإعلامية و علاقتها بالرضا الوظيفي والاستفادة الطلابية، رسالة دكتوراه غير منشورة ،2005.
22/سعودي أمال :القائم بالاتصال في المؤسسات الإذاعية الجزائرية, مذكرة مكملة لنيل ش هادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة,2016.

23/ عرفاوي صالح,حضري ايمان,بكوش سمية:الرضا الوظيفي عند القائم بالاتصال,مذكرة لنيل شهادة الماستر تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع,جامعة قالمة,2015.

24/غازي حسن عوده الحلابية، أثر الحوافز في تحسين الأداء لدى العاملين في مؤسسات القطاع العام في الأردن : دراسة تطبيقية على أمانة 17/ عمان الكبرى، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الأعمال، 2013 ، غير منشورة.

- 25/ Kiyoshi Thashi, Effects of Way and Promotion incentives on The Motivation Levels of Japnes Employees ,Journal Articale , Kobe university Respository :Kernel ,2006.
- 26/ Monographie sur le Centre de distribution de Laghouat, portes ouvertes sur sonelgaz Laghouat , juin 2006.
- 27/ Saléha bellout Sekhri , **processus de restructuration de .sonelgaz** , ECHO Sonelgaz, numéro spécial , juillet 2009.
- 28/Sonelgaz 40 ans d'histoire, sonelgaz , revue NOOR , n° 8 , juillet 2009.
- 29/ The Impact of Motivation on , Naima Abdullahi Gure Employee performance : Astudy of Nationlink Telocome University Utara ,Master of Scince Management ,Somalia .2010 ,Malaysia

الملاحق

الملحق رقم 1

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الاسلامية والحضارة
قسم علوم الاعلام والاتصال
فرع : الاتصال والعلاقات العامة

إِستبـيـان

في إطار التحضير لمذكرة نهاية الدراسة للحصول على شهادة
الماستر في الاتصال والعلاقات العامة حول موضوع القائم
بالاتصال في المؤسسة الخدمية الاقتصادية الجزائرية ودوره في
تحسين أداء العمال ، قمنا بصياغة الاستبيان التالي، وذلك بهدف
دراسة دور القائم بالاتصال في تحفيز أداء العمال في هذه المؤسسة
ومدى تأثيره على العمال . سيكون هذا الاستبيان لخدمة البحث
العلمي، لذلك نرجو منكم الإجابة بصراحة وباقتناع عن الأسئلة
المطروحة فيه .نشكركم جزيل الشكر على تفهمكم ومساهمتمكم في
خدمة هذا البحث.

ملاحظة: من فضلك ضع علامة أمام الخانة المناسبة (x) .

المحور الأول: المعلومات الشخصية

1/ الجنس:

ذكر انثى

2/ السن:

3/ المستوى التعليمي: ابتدائي ثانوي متوسط

5/ الوظيفة:

6/ لأقدمية في العمل:

7/ الحالة العائلية: أعزب متزوج أرمل مطلق

المحور الثاني: أسئلة حول المنصب المهني

1/ هل المؤسسة قامت بوضعك في الشغل لقدراتك و مؤهلاتك؟

نعم لا

2/ هل اعتراف المؤسسة بكفاءاتك و قدراتك يحفزك على أداء فعال

نعم لا

المحور الثالث: أسئلة حول المسار الوظيفي

1/ هل الترقية لمنصب أعلى تعمل على تحفيزك للعمل أكثر؟

نعم لا

2/ هل تقدم لك المؤسسة فرص للترقية و التكوين او التدريب؟

نعم لا

3/ هل التدريب و التكوين يساعدانك لاكتساب قدرات جديدة؟

نعم لا

المحور الرابع: أسئلة حول الأجور

1/ هل الأجور المرتفعة تحفزك على بذل جهد أكبر؟

نعم لا

2/ هل ترضى بالأجر الذي يقدم لك؟

نعم لا

المحور الخامس: أسئلة حول الود و التعاون بين العمال

1/ هل عملك فرديا يحفزك على أداء فعال أم العمل ضمن مجموعة؟

نعم لا

2/ كيف هي علاقتك مع زملائك، هل هي علاقة طيبة؟

نعم لا

المحور السادس: أسئلة حول الحوافز التي تقدمها المؤسسة لعمالها

1/ هل ترى المؤسسة مقصرة معك في الدعم المادي؟

نعم لا

2/ هل تتلقى هدايا و تقديرات من مؤسستك لإتقانك لعملك؟

نعم لا

3/ هل ترى بأن الحوافز المعنوية كالعطل و الترقيات تجعلك راضي، و تبذل جهد أكبر؟

نعم لا

4/ هل ترى بأن التحفيز شيء مهم لك؟

نعم لا

المحور السابع: حول الوسائل الاتصالية

1/ كيف يتم حصولك على المعلومات و الرسائل المنشورة:

تعليمات
إدارية هاتف
ملصقات

المحور الثامن: أسئلة تتعلق بتحفيز القائم بالاتصال للعمال

1/ هل يلعب القائم بالاتصال دورا في حياتك المهنية؟

نعم لا

2/ هل تعتبر وجود القائم بالاتصال في المؤسسة ضرورة أم لا؟

نعم لا

3/ هل يؤدي اتصالك به إلى التحفيز على العمل؟

نعم لا

4/ هل كان للقائم بالاتصال بالمؤسسة دورا في توظيفك؟

نعم لا

5/ من حيث تطوير مهاراتك في العمل هل يلعب القائم بالاتصال دورا في اطلاعكم

على جديد العمل

نعم لا

المحور التاسع: أسئلة تتعلق بالوسائل الإتصالية والتحفيزية.

1/ ما هي الوسائل الاتصالية المعتمدة من طرف القائم بالاتصال في تحفيز العاملين

بمؤسسة سونلغاز الاغواط ؟

الهاتف وسائل التواصل الإجتماعي

2/ ما هي المعوقات الاتصالية التي تحول دون تحفيز العاملين من وجهة القائم بالاتصال ؟

المستوى التعليمي الفروق الفردية

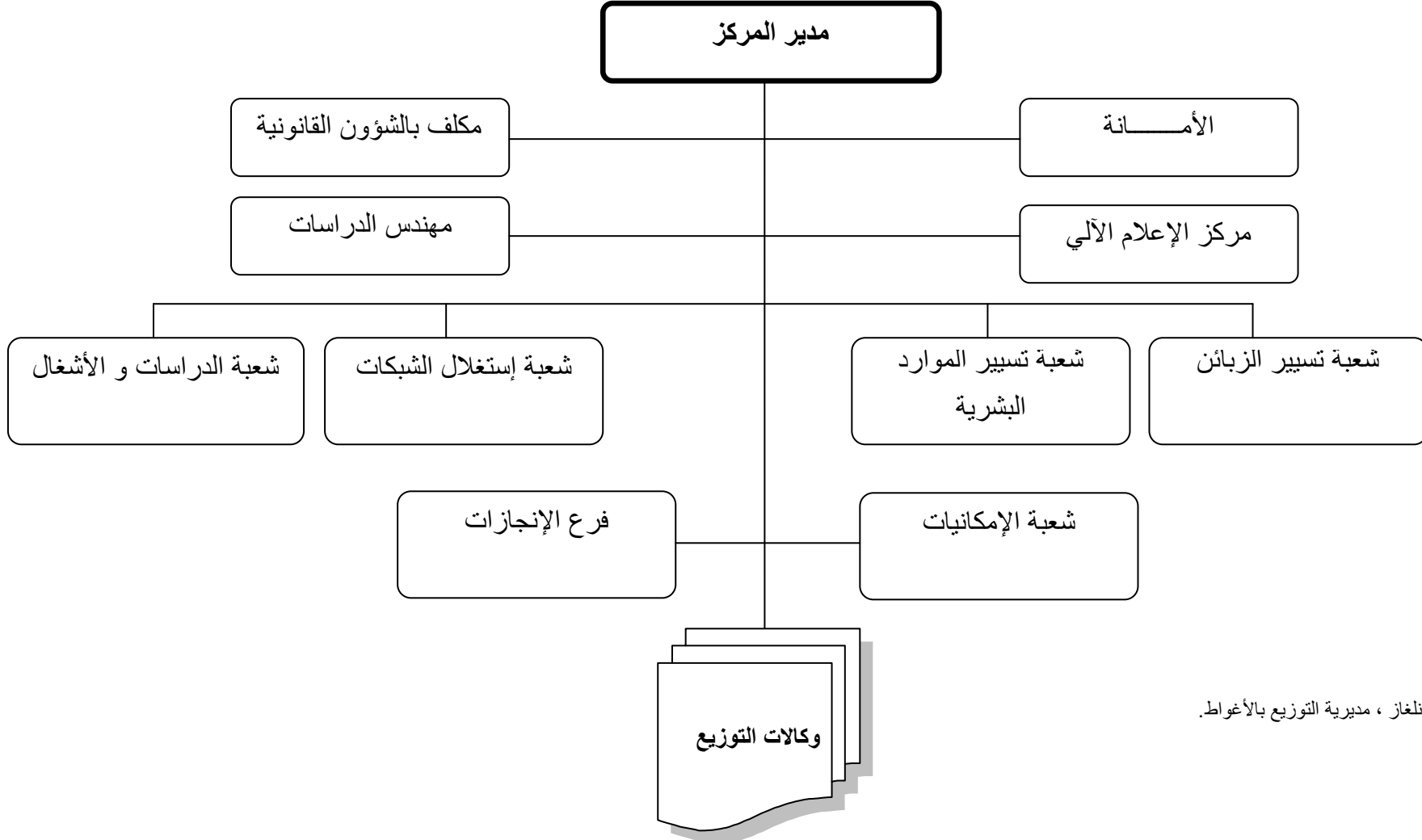
3/ ماهي المحفزات التي يعتمدها القائم بالاتصال للعاملين بمؤسسة سونلغاز؟

مادية معنوية

4/ ما مدى رضا العاملين حول أداء القائم بالاتصال في مؤسسة سونلغاز؟

راضي جدا غير راضي

الملحق رقم 2



(*) المصدر : سونلغاز ، مديرية التوزيع بالأغواط.

