

جامعة ملحد خيضر بسكرة  
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية  
قسم العلوم الإنسانية



# مذكرة ماستر

الميدان: العلوم الإنسانية  
الفرع: علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: اتصال وعلاقات عامة  
رقم: تسلسل المذكرة

إعداد الطالب: **قنفود صبرينة** **حمير منى**  
يوم: 27/06/2021

**عوامل صداقية الاتصال الرسمي في المؤسسة الخدمائية الجزائرية**  
**\_دراسة مسحية على عينة من اتجاهات مؤسسة موبيليس Mobilis\_**

## لجنة المناقشة:

مقرر	أ. مح ب	محمد خيضر بسكرة	بوزيد رملي
رئيس	أ. مح ب	محمد خيضر بسكرة	فرزولي مختار
مناقش	أ. مح ب	محمد خيضر بسكرة	فورار محمد الأمين

السنة الجامعية : 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر و عرفان

الحمد والشكر لله على دوام فضله وإحسانه وتوفيقه.

ثم الشكر والعرفان إلى:

المشرف: د. بوزيد رملي، على ما قدمه من مساعدة من أجل إنجاز

هذه المذكرة.

كل الطاقم الإداري والبيداغوجي لشعبة علوم الإعلام والاتصال.

إلى كل من قد يد العون من قريب أو بعيد.

# إهداء

باسم خالق الإنسان ومنسي المموم والأحزان

ألفه شكر وحمدا لك يا رحمان على قوة أنعمتنا بها، فجعلت من أفكارك في طريق الظلام ها نحن  
بها نحقق الأمل، والصلاة والسلام على خير الأنام محمد بن عبد الله.

إلى ملاكي في الحياة... إلى معنى العنان والتفاني... إلى بسمة الحياة والسر الوجود...

إلى من كل دعائها سر نجاحي وحنانها بسلام الجراح... إلى أغلى الحبايب أمي الغالية أطال الله في عمرها.

إلى من أحمل اسمه بكل فخر

إلى الروح التي طالما حلمت أن تراني أتخطى درجات العلم والنجاح

إلى من افتقدته العام الماضي....

إلى الروح أبي الطاهرة أسكنه الله فسيح جنانه

إلى أخوتي الغاليين على قلبي وسندي إلى يوم الدين نذير، أحمد، زياد، حنين، عبد الجليل.

إلى من ألقاهم معهم الحياة بجلوها ومرها أعمامي وأولادهم وأخوالي وأولادهم

إلى صديقاتي العمر وزميلاتي سميرة، خولة، سارة، الخامسة، عبير، سودة، ليلي، صبرينة، يمينة، هدى

ندي، أسماء، أمال، رانيا.

إلى أستاذي الذي كان عوناً لي في هذا العمل بوزيد رملي

إلى كل من همم وأسعده نجاحي... إلى كل هؤلاء أهدي عملي.

منى

# إهداء

" ربي اشرح لي صدري وبسر لي امري واحلل عقدة من لساني يفقه قلبي "

نشكر الله ونحمده على توفيقه لنا في انجاز هذا العمل

اهدي ثمرة جهدي و تعبى كل هذه السنوات اهدي نجاحي الى سبب وجودي في هذه الحياة

الى ائلى البشر واعز الناس الى من الجنة تحت قدميها

امى ... ثم امى ... ثم امى

فاطمة

اهدي نجاحي الى من تعب وسهر الى من سقط ونهض ليبراني اليوم ناجحة

الذي اشرف على حسن تربيته و اخلاقي

الى عيون ابي ... وقلبي ابي

زخوان اتشرف بك والدا

الى من ساندني وصبر على مشقات هذا العمل

سدي وشريكي في الحياة زوجي الغالي ... ووحيد

الى اختي و امى الثانية ... سهيلة

الى اختي حنان وابنها مزيان

الى فنري ومصدر قوتي اخوتي...عبد الناصر ,ميلود ,عبد المالك, سعيد.

الى كل افراد عائلة زوجي حفظهم الله ورعاهم

الى من يستحق الاهداء مصدر الامل والابن الثاني الاستاذ المشرف

الدكتور بوزيد رملي

الى صديقاتي الغاليات ... يمينة ,منى ,عبيد ,خولة ,لخامسة ,سودة ,راضيا ,روميساء ,يسرى

صبرينة

# فهرس المحتويات

# فهرس المحتويات

شكر وعران

الاهاء

فهرس المحتويات

مقدمة: ..... أ

## الإطار المنهجي

1. الاشكالية: ..... 4
- 2- الاسئلة الفرعية: ..... 5
- 3- أسباب اختيار الموضوع: ..... 5
- 4- أهداف الدراسة: ..... 5
- 5- أهمية الدراسة: ..... 6
- 6- تحديد المفاهيم والمصطلحات: ..... 7
- 7- الدراسات السابقة: ..... 10
- 8- المنهج المستخدم: ..... 13
- 9- أدوات جمع البيانات: ..... 14
- 10- مقياس الصدق والثبات: ..... 16
- 11- مجتمع الدراسة وعينته: ..... 17
- 12- الحدود الزمانية والمكانية للدراسة: ..... 19

## فهرس المحتويات

### الإطار النظري

- 21..... الفصل الأول: مدخل إلى المصداقية ومكوناتها عند القائم بالاتصال
- 21..... المبحث الأول: المصداقية والقائم بالاتصال
- 21..... المطلب الأول: مفهوم المصداقية
- 23..... المطلب الثاني: مفهوم القائم بالاتصال
- 24..... المطلب الثالث: الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال
- 25..... المبحث الثاني: مكونات المصداقية عند القائم بالاتصال
- 25..... المطلب الأول: الثقة
- 26..... المطلب الثاني: الخبرة
- 27..... المطلب الثالث: الامانة
- 28..... المطلب الرابع: الصدق
- 30..... الفصل الثاني: الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي وعلاقتها بالاتصال الرسمي
- 30..... المبحث الأول: ماهية الصورة الذهنية
- 30..... المطلب الأول: مفهوم الصورة الذهنية:
- 31..... المطلب الثاني: خصائص وسمات الصورة الذهنية
- 33..... المطلب الثالث: الصورة الذهنية والصورة النمطية:
- 35..... المطلب الرابع: علاقة الصورة الذهنية بالمفاهيم الأخرى:
- 38..... المبحث الثاني: الاتصال الرسمي:
- 38..... المطلب الأول: مفهومه:
- 39..... المطلب الثاني: شروط الاتصال الرسمي
- 39..... المطلب الثالث: أهدافه



## فهرس المحتويات

---

40.....	المطلب الرابع: أشكال الاتصال الرسمي:
	الاطار التطبيقي
47.....	المبحث الأول: تحليل الكمي والكيفي للجداول
117.....	المبحث الثاني: النتائج العامة للدراسة:
120.....	الخاتمة:

## فهرس الجداول

16	لجدول رقم(01): يمثل نموذج لمقياس ليكرت
17	الجدول رقم(02): يمثل اختبار ألفا كرومباخ بالنسبة لمحاور الدراسة
47	لجدول رقم(03): يوضح الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس حسب الجنس
50	الجدول رقم(05): يوضح الجدول نسبة الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس حسب المستوى التعليمي
51	الجدول(06): يمثل النسب التي تعبر عن اجابات المبحوثين حول البند الذي ينص على المصادقية التي تؤكدها مؤسسة موبيليس من خلال العروض والخدمات
56	الجدول رقم(07): يمثل الجدول إجابات المبحوثين على البند الذي ينص الصدق ومطابقة الأقوال للأفعال عند عمال مؤسسة موبيليس
61	الجدول رقم(08): يمثل الجدول الكفاءة والخبرة عند القائمين على مؤسسة موبيليس
67	الجدول رقم(09): يمثل الجدول الأمانة التي تتسم بها الخدمات والعروض المقدمة من مؤسسة موبيليس
72	الجدول رقم(10): يمثل الجدول إجابات المبحوثين عن البند الذي ينص على نزاهة المؤسسة وصورتها وسمعتها الطيبة وخدماتها المعروضة تجعلك تثق بما تعرضه
77	الجدول رقم(11): يمثل الأرقام والنسب المتحصل عليها من البند السادس والتي تعبر عن إجابات المبحوثين حول طريقة استقبال الزبائن من طرف القائمين على مؤسسة موبيليس
82	الجدول رقم (12) : جدول يتضمن الأرقام والنسب المئوية التي تعبر عن إجابات الجمهور حول البند السابع

## فهرس الجداول

102	الجدول رقم(16): يمثل الارقام والنسب المئوية المعبرة عن اجابات المبحوثين حول البند الذي ينص على : تستخدم وسائل الاتصال كالهاتف والبريد الالكتروني للتواصل مع القائمين على المؤسسة لتلبية حاجياتك
105	الجدول رقم (17) :يمثل الارقام والنسب المئوية التي تعبر عن اجابات المبحوثين حول البند الذي ينص على: تفضل زيارة الوكالة والتعامل المباشر مع القائمين على المؤسسة
109	الجدول رقم (18) : يمثل الارقام والنسب المئوية التي تعبر عن اجابات المبحوثين حول البند الذي ينص على الاستمرار في التعامل مع هذه المؤسسة يمنحك مزايا اضافية
112	الجدول رقم (19): يمثل الارقام والنسب المئوية التي تعبر عن اجابات المبحوثين حول البند الذي ينص على المنافسة بين مؤسسة موبيليس ومؤسسات الاتصالات منافسة شريفة

## فهرس الاشكال

الصفحة	الشكل
41	الشكل رقم (01) يوضح الاتصال الرسمي واتجاهاته
42	الشكل (02): يوضح الاتصال الرسمي النازل
43	الشكل (03): يوضح الاتصال الرسمي الصاعد
45	الشكل (04) يوضح الاتصال الرسمي الافقي
48	الشكل (05) يوضح توزيع البياني للمجتمع البحث حسب الجنس
53	الشكل رقم (06): تمثيل بياني يمثل إجابات المبحوثين على البند الذي ينص مصداقية التي تؤكدها مؤسسة موبيليس من خلال العروض والخدمات
58	الشكل رقم(07): اعمدة بيانية تمثل اجابة المبحوثين حول البند الصدق ومطابقة الأقوال للأفعال عند عمال مؤسسة موبيليس
63	الشكل رقم(08): اعمدة بيانية حول البند المتعلق ب الكفاءة والخبرة عند القائمين على مؤسسة موبيليس
68	التمثيل البياني رقم(09): يمثل الأمانة التي تتسم بها الخدمات والعروض المقدمة من مؤسسة موبيليس
74	الشكل رقم(10): يمثل إجابات المبحوثين عن البند الذي ينص على نزاهة المؤسسة وصورتها وسمعتها الطيبة وخدماتها المعروضة تجعلك تثق بما تعرضه
79	الشكل البياني رقم (11): اعمدة بيانية توضح إجابات المبحوثين حول البند السادس
88	الشكل رقم (12): أعمدة بيانية توضح إجابات المبحوثين حول البند الثامن
92	الشكل رقم (13): أعمدة بيانية توضح إجابات المبحوثين حول البند المتعلق بسلوك العمال
96	الشكل رقم (14):أعمدة بيانية توضح إجابات المبحوثين حول العروض

## فهرس الاشكال

	والخدمات التي تقدمها موبيليس
100	الشكل رقم (15): أعمدة بيانية توضح إجابات المبحوثين حول الاتصال الرسمي في موبيليس
104	الشكل رقم (16): أعمدة بيانية توضح إجابات المبحوثين حول البند رقم عشرة
107	الشكل رقم (17): أعمدة بيانية توضح اجابات المبحوثين حول البند ثالث عشر
111	الشكل رقم (18): أعمدة بيانية توضح الاجابات التي تعبر عن اجابات المبحوثين حول البند الذي ينص على الاستمرار في التعامل مع هذه المؤسسة يمنحك مزايا اضافية.
114	الشكل رقم (19): أعمدة بيانية توضح إجابات المبحوثين حول البند خامس عشر

### مقدمة:

يعتبر الاتصال أداة اجتماعية يتم من خلالها التفاهم بين الأفراد والجماعات في المؤسسة، والاتصال وسيلة رئيسية من الوسائل التي تستخدم لتحقيق أهداف المؤسسة، التي لا يتوقف نجاحها على كفاءة العاملين فيها فقط وإنما أيضا على مدى نجاح العملية الاتصالية داخل وخارج المؤسسة ولذا تتم عملية الاتصال بصفة مستمرة لنقل المعلومات حيث أن بين أهم وظائف المؤسسة تزويد الجمهور بالمعلومات الدقيقة والأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة بما يؤدي الى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والإحاطة الشاملة لدى الجمهور لذلك يشار الى الاتصال على أنه شبكة تربط كل أعضاء التنظيم ببعضهم البعض خاصة الاتصال الرسمي والذي يمكن للمؤسسة الاعتماد عليه للحصول على ميزة اتصالية تكسب بها جمهورها الخارجي من خلال مجموعة عوامل تتحكم فيه انطلاقا من القائمين على العملية الاتصالية كالخبرة، الكفاءة، الصدق، الثقة حتى يكون الاتصال ذو مصداقية المطلوبة التي هي موضع دراستنا والتي من خلالها يصبح الاتصال الرسمي تأثير وهذا التأثير يتمثل في حفظ العلاقات بين المؤسسة وجمهورها الخارجي واستمرارها.

ولذلك سنتناول في هذه الدراسة عوامل مصداقية الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس لدى جمهورها الخارجي حيث تمثل المصداقية أهم خاصية في الاتصال حتى يكون ذو فعالية وبدونها تفشل العملية الاتصالية فكلما كان الاتصال ذو مصداقية في أي مؤسسة كلما استطاعت أن تحقق أهدافها بشكل أسرع وأسهل.

كما أن صورة المؤسسة تقف على مدى مصداقيتها التي تدل نزاهتها وإن غابت المصداقية في التعامل مع الجمهور هذا سيثوه صورتها، حيث أن ذهنية الجمهور هي التي تقرر درجة الوثوق بما تقدمه المؤسسة وإدراك الجمهور الخارجي لمصداقية ما تقدمه مؤسسة

على الأخرى زاد من حدة المنافسة بين المؤسسات حيث تسعى كل المؤسسة الى إثبات صدقها وأمانتها فيما تقدمه سواء كان عبارة عن خدمات أو معلومات.

لذا عنيت الدراسة الحالية بقياس مؤشرات معايير مصداقية الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيلي معتمدين في ذلك على اتجاهات جمهورها الخارجي.

احتوت هذه الدراسة على فصلين فالبدائية كانت بالإطار المنهجي، تناولنا فيه إشكالية الدراسة، التساؤلات الفرعية، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، والمفاهيم المستخدمة في دراستنا، والمنهج المعتمد وهو المنهج المسحي، وادوات جمع البيانات ومجتمع البحث والعينة و كذلك الدراسات السابقة، وأخير حدود الدراسة.

الفصل الاول تناولنا فيه المصداقية وعواملها عند القائم بالاتصال مقسما الى مبحثين: الاول عالجا فيه مفهوم المصداقية ومفهوم القائم بالاتصال والشروط الواجب توفرها لدى القائم بالاتصال، والمبحث الثاني فضم محددات ومكونات المصداقية لدى القائم بالاتصال. والفصل الثاني تناولنا فيه مقسما ايضا الى مبحثين المبحث الاول عالجا ماهية الصورة الذهنية مؤسسة موبيليس من حيث التعريف والخصائص وغيرها من العناصر الأخرى، أما المبحث الثاني تناول الاتصال الرسمي من خلال تعريفه وشروطه وأهدافه وأنواعه. وفي الأخير تحليل البيانات من حيث عرضها على شكل جداول وتحليل وتفسير النتائج وفي الأخير وضع خلاصة عامة وتوصيات ومقترحات تفتح الباب لدراسات أخرى في المستقبل.

# الإطار المنهجي



### 1. الإشكالية:

لقد أصبحت الصورة الذهنية تشكل رهان كبير ومحوري للمؤسسات التي تعمل لضمان بقائها واستمرارها وتميزها عن غيرها من المنافسين ومن بين هذه المؤسسات المؤسسة الخدمائية، التي تسعى الى ان تخطى بالفعالية في مجال نشاطها من خلال المصداقية، حيث أكدت الدراسات أنه كامل حظيت المؤسسة بثقة جمهورها الخارجي واحترامه وعدم انحيازه كلما ازدادت مصداقيتها التي تتشكل من خلال الاتصال الذي يعتبر من اكثر المتغيرات اهمية على مستوى أية مؤسسة مهما كانت طبيعة وظيفتها وذلك على اعتبار أنه لا يمكن أن توجد هذه المؤسسة دون أن تكون محكومة بنظام اتصالي يمارس باحترافية يتصف بالصدق والأمانة.

ولعلى الاتصال الرسمي من بين أهم أساليب الاتصال التي تتبعها المؤسسة للاتصال بجمهورها الخارجي، حيث أصبح هذا الأخير في العصر الحالي يشترط أن يعلم ويفهم ويستوعب ويقتنع ليصدق ما تقدمه المؤسسة من معلومات وخدمات ليصبح حليفا للمؤسسة وحتى تكسب المؤسسة هذا الحليف سواء كزبون عادي أو متعامل يجب أن تكون ذات خبرة التي تؤثر من خلالها على الجمهور الخارجي بصفة مباشرة حيث تمنح الخبرة للمؤسسة الخدمائية قوة الفعالية وبالتالي تكون ذات سلطة على هذا الجمهور وأكثر تأثيرا على اتجاهاته وعلى الصورة الذهنية للمؤسسة لديه.

ونظرا لهذا اقتضت الضرورة البحثية إلى التطرق عن محددات وعوامل مصداقية الاتصال الرسمي لدى مؤسسة الاتصالات الجزائرية موبيليس انطلاقا من التساؤل التالي:

ماهي محددات مصداقية الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس لدى جمهورها الخارجي؟

### 2- الاسئلة الفرعية:

- ماهي اهم عناصر التصديق التي يعتمد عليها الجمهور الخارجي لتأكد من مصداقية الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس؟
- ماهي المظاهر والعناصر السلوكية في الاتصال الرسمي لدى الجمهور الخارجي؟
- فيما تتمثل اتجاهات الجمهور حول مصداقية الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس؟

### 3-أسباب اختيار الموضوع:

#### الأسباب الذاتية:

- اهتماماتنا الشخصية بموضوع الاتصال الرسمي في المؤسسة والفضول العلمي الذي دفعنا إلى معرفة ماهي عوامل مصداقية الاتصال الرسمي بصفة عامة وفي مؤسسة موبيليس بصفة خاصة.

#### الأسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات فيما يتعلق بمصداقية الاتصال داخل المؤسسات.
- التماس العلاقة الوطيدة بين مجال اهتمامنا ومجال تخصصنا في الموضوع المطروح.
- الاهمية التي يحظى بها الموضوع كونه يركز على الاتصال كظاهرة إنسانية مرتبطة بمختلف المجالات تتناول الجانب الأكثر حساسية وهو المصداقية.

### 4-أهداف الدراسة:

- محاولة رصد عناصر ومكونات التصديق التي يعتمد عليها الجمهور الخارجي لتأكد من مصداقية الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس.
- التعرف على المظاهر السلوكية التي من خلالها تظهر مصداقية الاتصال الرسمي لدى جمهورها الخارجي لمؤسسة موبيليس.

- استكشاف اتجاهات الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس من حيث المصادقية في التعامل.

### 5-أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تتناول جانبا من الجوانب الأساسية بالنسبة للاتصال الرسمي، حيث تبرز الدراسة مدى أهمية المصادقية في الاتصال الرسمي كعامل مهم لكسب ثقة الجمهور من ناحية ان المصادقية العالية التي تتمتع بها المؤسسة تؤثر بشكل فوري على الجمهور الخارجي وتجذبه إليها.

فمن خلال هذه الدراسة تتضح للمؤسسات الطرق الاتصالية الأكثر سهولة للوصول الى الجمهور الخارجي والتمكن من إقناعه حيث يصبح القائمين على المؤسسة بفضل مصداقيتهم في أعين جماهيرهم كخبير يقدم الخدمة ويوفر المعلومات الصحيحة وينقلها بدون تحيز وبالتالي تصبح أكثر قربا من جمهورها.

بالإضافة الى ان هذه الدراسة تحل أهم مشكلة تواجهها المؤسسة وهي اللبس والغموض الذي قد يقع بين المنظمة وجمهورها الخارجي وتحل بالتعرف على أهم عوامل مصداقية الاتصال الرسمي وتتمكن مؤسسة موبيليس من خلال هذه الدراسة من تحقيق أهدافها بنجاحة.

### 6-تحديد المفاهيم والمصطلحات:

أولاً: المصداقية

**لغة:** هي اشتقاق من كلمة الصدق، ومعناها في معجم المعاني الجامع "مصدر من مصداق"، مطابقة الفعل للقول جدارة الشخص أو الأمر بأن يكتسب الثقة.

**اصطلاحاً:**

يعرفها الصحفي حسين هيكل على أنها "درجة قابلية السلوك طرف معين يصدقه الآخر"<sup>1</sup>

ويعرفها محمود علم الدين: "بأنها واحدة من العوامل المؤثرة في الاعلام والعملية الاتصالية، وقد اختلفت رؤى الباحثين حول مفهومها فيرى البعض منهم أنها تعني الثقة في الوسيلة أو إمكانية الاعتماد عليها وآخرين يرون أنها تعني احترام الوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل وآخر يعتقد تعني رضا الجمهور عن أداء الوسيلة لذا فإن المصداقية عن البعض تعني الأداء الصائب للوسيلة"<sup>2</sup>

**المفهوم الاجرائي:** هي احدى العوامل التي تجعل القائم بالاتصال مؤثراً في زيادة الثقة للجمهور الخارجي لدى المؤسسة الخدمائية.

**ثانياً: مفهوم الثقة:**

تعرف الثقة على أنها "ممارسة إجتماعية وليست مجموعة معتقدات انما مظهر للثقافة ونتاج التهذيب والرعاية وليست مجرد علم نفس فردي او موقف"<sup>3</sup>

• تهيمش من منظور مدرسة شيكاغو أنظر كتاب عامر مصباح، منهجية اعداد البحوث العلمية "مدرسة شيكاغو".  
<sup>1</sup> منير حجاب، المعجم الاعلامي (القاهرة: ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004)، ص490.  
<sup>2</sup> محمود علم الدين، مصداقية الاتصال (القاهرة: دار الوزان للطباعة والنشر، 1989)، ص11.  
<sup>3</sup> روبرت سي سولومون فرناند و فلوريس، ترجمة فاطمة عصام صبري، بناء الثقة في مجال الاعمال والسياسة والعلاقات والحياة (مكتبة العبيكان، 2004)، ص34.

## الإطار المنهجي

وتعرف أيضا بانها "مسألة قطع العمود والالتزام بها ومشكلة الثقة ليست إضاعة الاعتداد والائتمان ولكنها الاخفاق في رعاية العهود المبرمة"

**المفهوم الاجرائي:** هي كسب رضا المتلقي والقائم بالاتصال ومشاركة الاتصال الرسمي في المؤسسة الخدمائية.

### ثالثا: مفهوم الامانة:

**لغة:** الامانة ضد الخيانة، واصل الامن: طمأنينة النفس وزوال الخوف والامانة مصدر أمن بالكسر أمانة فهو أمين.

**اصطلاحا:** هي كل حق لزمك أدائه وحفظه

وقيل هي: "التعفف عما يتصرف الانسان فيه من مال وغيره، وما يوثق به عليه من الاعراض والحرم مع القدرة عليه، ورد ما يستودع الى مودعه"<sup>11</sup>

**المفهوم الاجرائي:** هي درجة الثقة لدى القائم بالاتصال في نقل الرسالة الاتصالية من المصدر إلى الجماهير الخارجية بمهنية وموضوعية دون تشويه الرسالة.

### رابعا: مفهوم الخبرة:

**لغة:** بكسر الخاء وضمها، هي العلم بالشيء، يقال خبر الشيء إذا علمه وعرفه حقيقته.

**اصطلاحا:** الخبرة هي معرفة أدائية أو معرفة خاصة تكتسب من خلال الممارسة او عن طريق التجربة.

<sup>1</sup> منقول من [www.dorar.net](http://www.dorar.net) ، بيوم 2021/03/22، على الساعة 13:30 .

## الإطار المنهجي

**المفهوم الاجرائي:** هي مدركات الجمهور الخارجي عن معرفة مدى مصداقية القائم بالاتصال في المؤسسة الخدماتية تعتمد هذه الخبرة على القدرة والذكاء والانجاز المهني، فالشخص الخبير هو الذي يملك معلومات الصادقة والحقيقية عن هذه المؤسسة.

### خامسا: مفهوم الصدق:

يعرفه ارسطو بأنه: "القول بأن ما يوجد يكون صادقا وما لا يوجد لا يكون صادق

عن عبد الله بن مسعود رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: "ان الصدق يهدي الى البر، وان البر يهدي الى الجنة، وان الرجل ليصدق حتى يكون صديقا، وان الفجور يهدي الى النار، وان الرجل ليكذب حتى يكتب عند الله كذابا". رواه البخاري

ويعرف بانه من الخصال الحميدة مثل الامانة والاستقامة والوفاء والاخلاص وهو سمة حسنة لها مكانة عظيمة عند اغلب المجتمعات وفي العديد من الاديان والمعتقدات.<sup>1</sup>

**المفهوم الاجرائي:** هو الالتزام بالحقيقة في المؤسسة الخدماتية بدون تحيز وبطريقة موضوعية للجمهور الخارجي لدى مؤسسة موبيليس.

### سادسا: مفهوم الاتصال الرسمي:

يعرف بأنه "هو ذلك الاتصال الذي يتم داخل التنظيم حسب ما تقره اللوائح التنظيمية داخل الهيكل التنظيمي الرسمي".

كذلك هو الطريقة أو القناة التي تحدد مسبقا بصفة رسمية، ملزمة بجميع العاملين في المنظمة الإدارية، من أجل إتباعها في جميع اتصالاتهم أثناء أدائهم لمختلف النشاطات داخل المؤسسة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> منقول من [www.modee.com](http://www.modee.com) ، بيوم 2021/03/22، على الساعة 13:30.

<sup>2</sup> رضوان بلخيري- سارة جابري، مدخل للاتصال والعلاقات العامة (الجزائر: جسر للنشر والتوزيع، 2013)، ص 40.

## الإطار المنهجي

إجرائيا: هو ذلك الاتصال الذي يتم وفق خطوط السلطة الرسمية بين المؤسسة الخدمائية وجمهورها الخارجي بناء على قواعد وضوابط وإجراءات محددة رسميا.

سابعا: مفهوم المؤسسة الخدمائية:

تعرف على أنها "تلك المؤسسة التي تناط بها مهمة تقديم الخدمات بغية تلبية حاجيات المستهلكين كالمؤسسات التجارية ومؤسسات التأمين وغيرها".<sup>1</sup>

كما تعرف أيضا على أنها: "المؤسسات التي تقدم خدمات معينة كمؤسسات النقل مؤسسات البريد والمواصلات، المؤسسات الجامعية ومؤسسات الأبحاث العلمية..... إلخ أي هو كل مؤسسة يتحدد عرضها الأساسي في تقديم الخدمات للعملاء".

إجرائيا: يمكن القول بأن المؤسسة الخدمائية هي عبارة عن هيكل تنظيمي منظم يقدم خدمات للجماهير، كمؤسسات الاتصالات الجزائرية التي تعمل على تلبية وحاجيات ورغبات جمهورها الخارجي.

### 7- الدراسات السابقة:

تقتضي الدراسات العلمية السليمة في مجال البحث العلمي ضرورة وقوف الباحث على التراث العلمي أو ما يسمى بالدراسات السابقة، ليتمكن من التوصل إلى الحقائق النتائج والتعليمات والتي فصلت إلى هذه الدراسة، والاستفادة بها على مستوى الدراسات اللاحقة وبالنظر لموضوعنا محل الدراسة فإنه لم يحظى من قبل بالاهتمام والدراسات الوافية لإبراز مختلف جوانبه، وبالنظر كذلك لضيق الوقت وقلة المراجع عن عوامل المصادقية فقد اعتمدنا عن دراسة واحدة مشابهة لدراستنا والتي نوجزها حسب الأهمية التالية:

أ/ الدراسة الأولى:

<sup>1</sup> قداش سمية، أثر التسيير التوقعي للوظائف والكفاءات على الخدمة المقدمة (جامعة ورقلة: رسالة ماجستير في علوم الاقتصاد، 2011)، ص 47

مراح سمية وحمري جهاد، مصداقية الاعلام الجديد.<sup>1</sup>

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال، بجامعة خميس مليانة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الانسانية  
شعبة الاعلام والاتصال تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، سنة 2016/2017.

ضمن الاطار الفكري والعلمي تظهر اهمية موضوع في المؤسسات الاعلامية ذات طابع اعلامي التي تعتمد على الانترنت لترويج اخبارها وتزود جمهورها بالمعلومات والاخبار، ومن هنا تظهر ملامح إشكالية هذه الدراسة في مدى مصداقية مضمون النهار أون لاين من وجهة نظر الطلبة الجامعيين، بحيث انطلقت هذه الدراسة من 3 اسئلة فرعية تضمنت العادات وأنماط استخدامات الطالب الجامعي خميس مليانة لموقع النهار اون لاين بالإضافة الى الدوافع والاشباكات المحققة من خلال تصفح موقع النهار اون لاين، كذلك كيف يقيم الطالب الجامعي مصداقية مضمون النهار اون لاين.

وعلى هذا فإن الاهداف الرئيسية التي استخدمتهم هذه الدراسة هي:

- التعرف على مدى اعتماد طلبة على الاعلام الجديد للترود بالأخبار.
- الكشف على مدى استخدام الطلبة الجامعيين للصحف الإلكترونية الجزائرية.
- الكشف على مدى مصداقية النهار اون لاين.
- توضيح عادات واستخدامات الطلبة الجامعيين لموقع النهار اون لاين.

تندرج هذه الدراسة ضمن المسحي الوصفي فهو يصور مصداقية الصحافة الالكترونية الجزائرية، ومن بين ادوات جمع البيانات التي وظفتها هذه الدراسة الاستبيان والمقابلة وأداة الملاحظة، اشتملت استمارة الاستبيان على 4 محاور.

<sup>1</sup> مراح سمية - حمري جهاد، مصداقية الاعلام الجديد، مذكرة ماستر (الجزائر، جامعة خميس مليانة، شعبة الاعلام والاتصال).



## الإطار المنهجي

**المحور الأول:** البيانات الشخصية تناولت فيه الدراسة الجنس، السن، المستوى التعليمي.

**المحور الثاني:** عادات وأنماط استخدام أفراد العينة لموقع النهار أون لاين تناولت فيه الدراسة ايضاً 7 أسئلة.

**المحور الثالث:** الدوافع والإشباعات المحققة لدى الطلبة جامعة خميس مليانة من خلال تصفح موقع النهار أون لاين وظفت فيه هذه الدراسة 4 أسئلة.

**المحور الرابع:** تقييم أفراد العينة لمصداقية موقع النهار أون لاين: هنا لجأت الدراسة الى مقياس ليكرت " أوافق لا أوافق".

أداة المقابلة ساعدتهم على تحصيل المعلومات قد يصعب الوصول عليها، وهي تعد وسيلة مساعدة تختصر الوقت والجهد بالتوجه إلى مصدر المعلومة مباشرة.

أما الملاحظة تم الاعتماد عليها لأن الطلبة يحتاجونها في تقييمهم لمصداقية النهار.

### نتائج الدراسة:

ان الهدف الرئيسي من القيام بهذه الدراسة هو معرفة مدى اعتماد الطلبة على الاعلام الجديد والكشف عن مصداقية النهار اون لاين، بالإضافة الى معرفة الاشباعات والدوافع المحققة من خلال تصفح أفراد العينة لمصداقية موقع النهار أون لاين بالإضافة ايضاً الى الكشف عن عادات وأنماط استخدام افراد العينة لموقع النهار اون لاين.

وخلاصة القول كانت هذه النتائج وفقاً لوجهة نظر أفراد العينة لموقع، بمعنى ان

الصحيفة الإلكترونية "النهار أون لاين" تتسم بالمصداقية.

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة السابقة و دراستنا:

## الإطار المنهجي

من خلال عرض ما تناولناه في الدراسة السابقة وجدنا انها تتوافق مع دراستنا في بعض النقاط وتختلف عنها في نقاط أخرى:

### نقاط التشابه:

- استخدامها للمنهج المتبع الا وهو المنهج المسحي.
- استخدمها على العينة القصدية الحصصية.
- تتوافق في مفهوم المصادقية.

### نقاط الاختلاف:

- استخدمت مفهوم المصادقية في الجانب الاعلامي اما دراستنا في الجانب الاتصالي.
- درست الصحيفة الالكترونية في مؤسسة النهار اون لاين اما دراستنا الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس.
- درست مدى مصادقية مضمون النهار اون لاين من وجهة نظر الطلبة اما دراستنا درست عوامل مصادقية الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس لدى جمهورها الخارجي.

### 8- المنهج المستخدم:

يعتبر المنهج الطريقة التي يتبعها الباحث لدراسة الظاهرة، وتختلف المناهج باختلاف الظواهر المدروسة كما أن طبيعة البحث تفترض على الباحث إتباع منهج معين، وذلك كونه الخطوة الاساسية والمهمة في المسار العلمي والبحث العلمي.

ويعرف المنهج بأنه: " الطريقة التي يسلكها الباحث للوصول الى نتيجة معينة".

## الإطار المنهجي

وبصورة عامة فإن المنهج هو أسلوب منظم أو خطة استراتيجية تستند الى مجموعة من الأسس والقواعد والخطوات التي تفيد في تحقيق أهداف البحث، باتخاذها منحنى علميا يتميز بجمع المعلومات والوقائع عن طريق الملاحظة العلمية الموضوعية والمنظمة.<sup>1</sup>

قد اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي باعتباره المنهج المناسب والذي يتوافق مع طبيعة الموضوع المتمثل في عوامل مصداقية في المؤسسة الخدمائية، بحيث يعد المنهج المسحي هو الأكثر استخداما في البحوث العلمية، ويعرف بأنه: "ذلك النوع من البحوث الذي يتم بواسطته استجواب جميع أفراد مجتمع البحث أو عينة كبيرة منهم، وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها، دون أن يتجاوز ذلك دراسة العلاقة أو استنتاج الأسباب"<sup>2</sup>، ويعرفه الباحث محمد زيان عمر بأنه: "دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية كما هو الحال في المنهج التجريبي"<sup>3</sup>. وقد استخدمنا في دراستنا على مسح الرأي العام لأنها من الاساليب المنتشرة، بحيث تهدف الى التعرف على اتجاهات الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس نحو مكونات مصداقية الاتصال الرسمي.

وبذلك يتم الاعتماد عليه في هذه الدراسة بجمع المعلومات والبيانات ودراسة عوامل ومحددات ومكونات مصداقية الاتصال الرسمي لدى المؤسسات مؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية التي تعمل على تحقيق أهدافها المنشودة لجمهورها الخارجي.

### 9- أدوات جمع البيانات:

حتى يتمكن الباحث من الوصول الى النتائج الموضوعية بالنسبة لإشكالية البحث يستلزم من الباحث استخدام أدوات وطرق في عملية جمع المعلومات وهذه الأدوات هي

<sup>1</sup> علي معمر عبد المؤمن، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية- الاساسيات والتقنيات والأساليب- (القااهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2008)، ص14.

<sup>2</sup> محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي (صنعاء: ط3، دار الكتب، 2015)، ص52.

<sup>3</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2003)، ص286.

## الإطار المنهجي

يستخدمها الباحث في عملية جمع البيانات المستهدفة في البحث ضمن منهج معين ومن بين أدوات البحث العلمي المناسبة لدراستنا هذه هي:

### استمارة الاستبيان:

وتعرف بأنها: " أداة للحصول على البيانات والمعلومات والحقائق المرتبطة بواقع معين أو ظاهرة محددة، وذلك في ضوء مجموعة من الأسئلة يطلب من المبحوثين الذين توجه لهم استمارة الاستبيان الإجابة عليها".<sup>1</sup>

### - مقياس الاتجاهات ليكرت LiKert:

يعتمد مقياس ليكرت على عدد كبير من الفقرات، التي تجمع من المبحوثين بعد تحديد مكونات أو عناصر الموضوع المراد قياسه، ثم توجيه استمارة استطلاعية لعينة من مجتمع البحث، حيث يطلب من أفراد العينة الإجابة عن الأسئلة مفتوحة النهاية نحو الموضوع المقاس، وتوضع كل عبارة بدائل متدرجة للإجابة قد تكون ثلاثية أو خماسية، وقد تكون البدائل عددية أو رمزية أو لفظية، حيث يتحقق من صدق مقاييس الاتجاهات بعد عدة طرائق، كالصدق البناء.

### الجدول رقم(01): يمثل نموذج لمقياس ليكرت<sup>2</sup>

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
05	04	03	02	01

قمنا في هذه الدراسة باستخدام طريقة مقياس ليكرت الخماسي من خلال الاستبيان في جمع البيانات والمعلومات، وقد تم تقسيم الاستبيان الى أربعة محاور يتضمن كل محور مجموعة من التساؤلات الأساسية للدراسة

<sup>1</sup> سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2018)، ص170.  
<sup>2</sup> عباس محمود عوض، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق (الإسكندرية: ( د، ب) 1998)، ص38

## الإطار المنهجي

**المحور الأول:** يتعلق بالمعلومات الشخصية للعينة حسب المتغير الجنس والسن والمستوى التعليمي، بحيث هنا استخدمنا استبيان المقابلة مع متغير المستوى لفئة دون مستوى وفئة الابتدائي.

**المحور الثاني:** يحتوي على معلومات حول عناصر التصديق التي يعتمد عليها الجمهور الخارجي للكشف عن مصداقية الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس لدى جمهورها الخارجي تضمن مجموعة من العبارات من 1 إلى 5.

**المحور الثالث:** يتعلق بالمظاهر السلوكية للعمال في مؤسسة موبيليس والتي تشير مدى مصداقية الاتصال الرسمي وتضمن 5 بنود.

**المحور الرابع:** تضمن مجموعة من البنود التي تمحور حول اتجاهات الجمهور حول مصداقية الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس وتضمن هذا المحور 6 بنود.

### 10- مقياس الصدق والثبات:

قمنا بالتحقق في دراستنا هذه من صدق وثبات مقياس الاتجاهات ليكرت من خلال برنامج spss، بحيث قمنا بتوزيع هذا المقياس على عينة من الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس لمعرفة اتجاهاتهم اخترنا (200) فرد.

### الجدول رقم (02): يمثل اختبار ألفا كرومباخ بالنسبة لمحاور الدراسة

اسم المحور	عدد العبارات أو البنود	ألفا كرومباخ
المحور الأول:	05	0.747
المحور الثاني:	05	0.597
المحور الثالث:	06	0.624

0.846	16	المجموع
-------	----	---------

### 11-مجتمع الدراسة وعينته:

من أجل الاجابة على اشكالية الدراسة، قمنا بتسليط الموضوع على عينة من الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس لمعرفة اتجاهاتهم، وذلك كعينة ممثلة لمجتمع الدراسة، وقد اقتصرت الدراسة على هذه العينة نظرا لمتطلبات الوقت والجهد والتكلفة والظروف الصحية التي تمر بها البلاد.

**أ/مجتمع الدراسة:** نقصد به جميع أفراد الظاهرة المقصودة دراستها.

قد عرف مجتمع البحث بأنه "مصطلح علمي منهجي يراد به جميع المفردات التي قد تكون محلا للدراسة، أو هو عبارة عن جميع الأفراد أو الأشياء التي تكون موضوع للدراسة"<sup>1</sup>. وينقسم مجتمع الدراسة إلى:

**مجتمع أصلي:** هو المجتمع الحقيقي الذي يود الباحث بالفعل أن يعمم نتائجه عليه.

**مجتمع متاح:** هو المجتمع الذي يكون في متناول وقدرة الباحث على إجراء بحثه فيه بعد اختيار جزء ممثل أو يعبر عنه.

أما في هذه الدراسة فالمجتمع أصلي هو الجمهور الخارجي لدى مؤسسة موبيليس، وتم تحديد هذا المجتمع على أساس موضوع الدراسة.

<sup>1</sup> محمود أحمد الخطيب، أصول المنهجية في بحوث العلوم الإدارية (مصر: سلسلة المعرفة الإدارية، 2010)، ص106

### عينة الدراسة:

تعرف عينة الدراسة على أنها " نموذجاً يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث وتكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسته كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي".<sup>1</sup>

كما تعرف بأنها "جزءا من الكل بمعنى أنها تأخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع الأصلي".

وفي دراستنا اعتمدنا على العينة القصدية الحصصية المساحية حيث تم الاختيار قصديا حسب طبيعة الموضوع بمعنى اخترنا الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس كمجتمع أصلي حسب بلدية طولقة.

**بحيث تعرف العينة القصدية:** وتعرف بأن الباحث يقوم بإختيار هذه العينة اختيارا حرا على أساس تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها.<sup>2</sup>

**تعرف العينة الحصصية:** هي طريقة أخذ عينات غير احتمالية والتي يقوم فيها الباحثين بتشكيل عينة تتضمن أفرادا يتم اختيارهم وفقا للصفات أو الخصائص.

### تحديد حجم العينة:

تضمنت عينة الدراسة 200 فرد من الجماهير الخارجية لمؤسسة موبيليس لبلدية طولقة - ولاية بسكرة - لمعرفة اتجاهاتهم خلال فترة زمنية وجيزة قدرت بأسبوع نظرا لوضع الراهن والوقت المحدود، وتوزيع المقياس لمعرفة الاتجاهات الجمهور حسب الجنس والسن والمستوى التعليمي.

<sup>1</sup> عمار قند ليجي، وآخرون، البحث العلمي الكمي والنوعي (الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر، 2009)، ص 255.

<sup>2</sup> عبد الرحمن برفوق، وآخرون، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية (الجزائر: حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة، 2017)، ص 284.

### 12-الحدود الزمانية والمكانية للدراسة:

1-الحدود المكانية: اجريت هذه الدراسة على الجمهور الخارجي لمؤسسة الخدماتية

"موبيليس" لبلدية طولقة والبلديات المجاورة لها.

2-الحدود الزمانية: انجزت هذه الدراسة ضمن المراحل التالية:

- تم اختيار موضوع الدراسة في شهر جانفي 2021.
- تمت المعالجة الجانب المنهجي في شهر فيفري 2021 مع الأستاذ المشرف.
- كما حدد تاريخ 30 مارس 2021 لجلسة " ايام الماستر الأولى" التي تم اطلاق عليها من طرف اللجنة مع مراعاة السير الحسن لتحضير المذكرة.
- في الفترة التالية تم جمع الاطار النظري وتصميم الاستمارة التي تضمنت مقياس ليكرت وتم عرضه على الأستاذ المشرف، ومن ثم تم توزيع هذا المقياس على الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس وفي شهر جوان 2021 تم تفرغ البيانات وعرضها على الأستاذ.



# الإطار النظري

### الفصل الأول: مدخل إلى المصداقية ومكوناتها عند القائم بالاتصال

تعد المصداقية من أبرز العناصر التي تجعل القائم بالاتصال مؤثراً في إقناع الجمهور وهي قوة الإيحاء بالصدق، وسمة شخصية ومهنية حاسمة، فالمصداقية لها أهمية كبيرة في القدرة على التأثير على الآخرين فهو أمر جوهري لنجاح القائم بالاتصال لأنه يحتاج لتحفيز فريقه وهي أساسية للإقناع بحيث يقول أرسطو: "لكي يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور عليه أن يظهر على أنه شخص جيد"، ويعتمد قياس مصداقية القائم بالاتصال على مكونات وعناصر أساسية من بينها الخبرة وزيادة الثقة في القائم بالاتصال، والصدق والأمانة.

### المبحث الأول: المصداقية والقائم بالاتصال

#### المطلب الأول: مفهوم المصداقية

منذ بداية دراسة المصداقية كتن الباحثون يزداد اهتمامهم بتحديد مفهوم لها وقد اعطوا مفهوماً غير واضح وغير دقيق اذ تم ربطها فقط بالثقة عند الجمهور والخبرة لدى القائم بالاتصال وبعد ثلاثة عقود من الدراسات اضافة العديد من المعايير. وقد كانت الدراسة لأربعة مؤسسات امريكية قد توصلت الى ان المصداقية تتكون من المفاهيم التالية:<sup>1</sup>

(الدقة، الاكتمال، تغطية الحقائق والوقائع، عدم التحيز والتوازن والعدالة والموضوعية، الامانة والمستويات الاخلاقية، استقلالية الاعلام، السمات المميزة لأداء الصحافة، الثقة في المؤسسات، نقل الحقيقة والصواب).

وتعد المصداقية واحدة من العوامل المؤثرة في الاعلام والعملية الاتصالية، وقد اختلفت روى الباحثين حول مفهومها فيرى البعض منهم انها تعني الثقة في الوسيلة او امكانية الاعتماد عليها واخرين يرون انها تعني احترام الوسيلة وتقديرها وتقضيها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل ويعتقد الآخرون

<sup>1</sup> عزة عبد العزيز عثمان، مصداقية الاعلام العربي المفاهيم والمعايير(القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، 2006) ص11.

إنها تعني رضا الجمهور عن أداء الوسيلة لذا فإن المصداقية عند البعض تعني الأداء الصائب للوسيلة.

يعرفها خليل أبو صبع " بأنها المدى الذي يتم فيه رؤية المصدر على أنه يعرف الجواب الصحيح كخبير وأنه يتصل مع الآخرين بدون تحيز باعتباره موضع ثقة، والتي تتكون بوجود واحد من ثلاث عوامل وهي: المصداقية، الجاذبية، السلطة، والتي تجعل المصدر مؤثرا في إقناع الجمهور حيث تؤدي مصداقية الى تفاعلنا الداخلي مع الأفكار الجديدة وتؤدي جاذبية المصدر الى التقمص وتؤدي القوة (السلطة/ النفوذ) الى الاذعان".<sup>1</sup>

وضع فوج Fogg " تعريفا للمصداقية وأكد على أن المصداقية تعني درجة الثقة التي يمنحها الافراد لأشخاص معينة أو لمعلومات ما، وأضاف أن هناك عنصران أساسيان يسهمان في توضيح مفهوم المصداقية:

العنصر الأول: المصداقية هي إدراك النوعية، فهي لا تكمن في موضوع أو شخصيته أو معلومة، لذلك حين تتم مناقشة مصداقية شيء ما فإنه في الواقع يتم مناقشة مدى إدراك الأفراد لمصداقيتها.

العنصر الثاني: اتفق العلماء على أن إدراك المصداقية ينتج عن تقييم مجموعة من الابعاد المركبة معا بشكل متزامن.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> خليل أبو صبع، الإعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة (عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2006)، ص227

<sup>2</sup> BJ Fogg, al, what makes web sites Credible? A Report on a large quantitative, CHI, vo 103,no 01,2001,p61,62.

### المطلب الثاني: مفهوم القائم بالاتصال

تتفاوت التعريفات التي وضعتها المدارس الاعلامية للقائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض الدراسات الى تعريف القائم بالاتصال من منظور القدرة على التأثير المتلقي، فعرف بأنه " يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الافكار والآراء".

حيث يعرفه محمد عبد الحميد القائم بالاتصال على انه الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي او المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها قد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة أو الرأي أو المعلومات وقد لا يكون مصدرها، وقد يكون المصدر فردا اخر كما يظهر واضحا في حركة عملية الاتصال من خلال المؤسسات الاعلامية التي يقوم افرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات او الاخبار حتى يقوم بصياغتها او اعدادها للنشر والاذاعة وارسالها مرة اخرى الى جمهور المتلقين.<sup>1</sup>

ويعرف ايضا على أنه الجهة التي ترسل المعلومات لتحقيق هدف ما، وتتعدد الأهداف وتتنوع حسب طبيعة الموقف والهدف الذي يرغب بتحقيقه.<sup>2</sup>

أما بعض الدراسات عرفته على أنه الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، وعلى الضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء.

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف القائم بالاتصال بأنه اي شخص داخل فريق عمل ينتمي لإحدى المؤسسات، ويضطلع بمسؤولية ما، في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية بدءا من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاء بإخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير (القاهرة، ط1، عالم الكتب 1997)، ص91.

<sup>2</sup> طلال عبد الله الزغبى وآخرون، مهارات الاتصال الجماهيري (ط1، عالم الكتب الحديث، دب، 2010)، ص117.

### المطلب الثالث: الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال

الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال كما حددها "ديفيد بيرلو" فهي:

- توافر مهارة الاتصال و هي خمسة: مهارة الكتابة، مهارة الحديث، مهارة القراءة، مهارة الانصات ،و القدرة على التفكير السليم لتحديد اهداف الاتصال.
- اتجاه القائم بالاتصال نحو نفسه، ونحو الموضوع ونحو المتلقي وكلما كانت هذه الاتجاهات الايجابية زادت فعالية القائم بالاتصال
- مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته.
- مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي و الثقافي وطبيعة الادوار التي يؤديها، والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال.<sup>1</sup>
- المقدرة على صياغة رسالة تحقق رصد الأثر الاتصالي.
- المقدرة على تصميم وصياغة المفاهيم والربط بين الافكار.
- الاهتمام بمجموعة الافكار النظرية التي تعد أساسية للآراء الحديثة في الاتصال تتعلق بالبنية التي تحدث فيها معالجة المعلومات.
- تنمية القدرة على الانتباه والملاحظة والبحث.<sup>2</sup>
- الالهام الكامل بأساليب وتقنيات الاتصال بالجمهير لاسيما، الأساليب المتطورة مهنية وممارسة الأساليب بحرية تامة ولكن مع الالتزام بمسؤولية الاجتماعية.
- يجب أن يكون رجل الاعلام متمرسا على أداء عمله الاعلامي من خلال موقف اتصالي شامل بمعنى أن يكون قادرا على تفهم وتقدير التفاعل مع كافة الظروف والعناصر المحيطة.

<sup>1</sup> منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال (عمان، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012)، ص252.

<sup>2</sup> عبد المنعم ثابت، المنهج التخطيطي لمهارات الاتصال (د. ط)، (د. د. ن)، (د. ب. ن)، (د. س. ن)، ص110.

### المبحث الثاني: مكونات المصداقية عند القائم بالاتصال

#### المطلب الاول: الثقة

مفهوم الثقة يصعب تحديده لأنه يختلف من شخص لأخر، ومع ذلك كانت هناك عدة عناصر متفق عليها في تعريف الثقة، اذ غالبا ما يتم ربطها بمفهومي الطمأنينة والاعتماد على الآخرين سواء على النحو المعنوي او المادي.

يعرفها **Roosevelt** بأنها "مجموعة من التوقعات المشتركة بين طرفين اذا ينظر إليها بعد الاتفاق عليها، بانها عقد روحي (Contract psychological) غير مكتوب بينهما مع الالتزام به سلوكيا وعلائقيا، يتولد عن هذا الاتفاق للعقد النفسي ثقة متبادلة تحكم العلاقة بين الطرفين".

واخر وصفها بأنها " مستوى خاصا لاحتمالية الموضوعية التي بموجبها يخمن الواثق بان الموثوق الآخر او مجموعة الموثوقين سوف ينفذون فعلا خاصا كلاهما قبل ان يستطيع مراقبة هذا الفعل وفي السياق الذي بموجبه يؤثر في فعله".

لذا عندما نقول نحن نثق بشخص ما وأن شخصا ما هو جدير بالثقة فنحن نعني ضمنا بأن الاحتمالية أنه سوف ينفذ الفعل الذي هو مفيد او على الأقل ليس ضار لنا.

وتعني أيضا هي رغبة شخص ما في زيادة تأثره بأنشطة و افعال شخص آخر والذي يكون سلوكه غير مسيطر عليه.<sup>1</sup>

وتعتبر الثقة من اهم العناصر والمكونات الأساسية للمصداقية لأنها تعمل على خلق صدق لجميع الروابط البشرية في العلاقات المختلفة وبالتالي تحكم جميع التفاعلات التي تتم بين الناس، وتشجع على تكوين ثقافة مؤيدة الى التعاون والعمل

<sup>1</sup> سعد العنزي، الثقة بين الاطار الشخصي لها والمفهوم التنظيمي الحديث (بغداد، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد)، ص 2-3.

بروح فريق العمل، وعلى الجانب الآخر يستمع العاملون الى إرشادات القادة الذين يتقنون فيهم ويقبلونها.

ويشير عنصر الثقة أيضا، الى تصور المتلقي عن القائم بالاتصال بأنه يشارك في الاتصال بشكل موضوعي وبلا تحيز، ذلك المصدر الموثوق فيه هو ذلك الذي يقدم معلومات صحيحة وموضوعية لما يجري في الواقع، ومن ثم فإن هذه المعلومات يمكن تصديقها، والمسألة هنا تبقى رهنا بتصورات المتلقي بشأن موضوعية الوسيلة أو القائم بالاتصال، بأنه يقدم رسالته بشكل موضوعي ومتوازن وغير متحيز.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: الخبرة

لقد تعددت التعاريف الاصطلاحية التي أعطيت للخبرة، لأن لفظ الخبرة من الألسنة والأقلام، ويقال أيضا: ان فلانا يعتبر خبيرا في حرفة او مهنة معينة.<sup>2</sup> فالخبرة هي معرفة مكتسبة خلال التطبيق المنظم في التجارب المنجزة، من اجل دراسة ظاهرة كتكوين خبرة في الكيمياء، كلها مدركة من طرف الحواس لتأسيس عنصر المعرفة الإنسانية.

هذا التعريف يوحي ان ادراك الخبرة ووصولها يكون عن طريق الحواس باعتبارها أهم عنصر في تكوين المصادقية والمعرفة.

يعرف **غليفيك** الخبرة بأنها "مجموعة ميكانيزمات يجندها الشخص من أجل تحقيق مستوى عالي من الأداء".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> رواء هادي الدهان، وسائل الاعلام ومستويات الثقة (الأردن: ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013)، ص54.

<sup>2</sup> يوسف ميخائيل أسعد، سيكولوجية الخبرة (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2000)، ص3.

<sup>3</sup> سعودي ملحة، الخبرة المهنية وتخطيط الفعل في النسق الميكانيكي، (الجزائر: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير جامعة الجزائر بوزريعة، 2008)، صص 39، 40،

ويعرفها لوبلا بأنها "مستوى معين من المهارة والكفاءة".<sup>1</sup>

ويفسر مفهوم الخبرة بمدركات المتلقي عن معرفة القائم بالاتصال للإجابة الصحيحة عن السؤال أو القضية المطروحة وموقفه السليم منها وهذه تعتمد على التدريب، التجربة، القدرة، الذكاء، الانجاز المهني والشخص الخبير هو الذي يملك المعلومات الصادقة والحقيقة عن الموضوع، لهذا يتم قياس مصداقية القائم بالاتصال بالخبرة.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: الامانة

يشار إلى الأمانة على أنها قيمة عليا من القيم الإنسانية، وخلق رفيع من الأخلاق الكريمة، فهي أعظم حلية يتحلى بها الإنسان وأكرم صفة يتصف بها البشر، ويتوسع مفهوم الأمانة في القرآن الكريم ليشمل أكثر من افق لقوله عز وجل: " والذين هم لأماناتهم وعهدهم راعون".<sup>3</sup>

فالأمانة هي صفة تدعو صاحبها إلى حفظ كل ما يؤتمن عليه في جميع الأشياء المادية والمعنوية بالسر والعلن.

وتعرف الأمانة في الجانب المهني بأنها قيام كل صاحب وظيفة خاصة كانت او حكومية، بعمله على الوجه المطلوب وتعدد الوظائف لتشمل كل مجالات الحياة، ويمكن إدراج أصحاب الأعمال تحت هذا التقسيم، وتتمثل الأمانة بقيام كل صاحب وظيفة أو عمل بدوره بشكل مسؤول وبما يحقق الغاية منه، أي أن الأمانة تعني الحرص على أداء الواجب كاملا في العمل، وأن يبذل الإنسان كل سعيه وجهد لإتمامه على أحسن وجه.

<sup>1</sup> ريان كريمة، الخبرة ونشاط التخطيط، مذكرة ماجستير (الجزائر: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، بوزريعة، 2009)، ص19.

<sup>2</sup> رواء هادي الدهان، وسائل الاعلام ومستويات الثقة (عمان: ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2013)، ص54.

<sup>3</sup> القرآن الكريم، سورة المعارج، آية38.



وتعد الأمانة درجة الثقة التي يحظى بها القائم بالاتصال في نقل المعلومة<sup>1</sup>، و يجب على القائم بالاتصال أن يكون أميناً في نقل الرسالة الاتصالية من المصدر بمهنية وموضوعية دون تشويه أو حجب أو زيادة أو نقصان.

### المطلب الرابع: الصدق

قال الله تعالى: "يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وكونوا مع الصادقين"<sup>2</sup>.

يعتبر الصدق من ضروريات استقامة حياة الفرد في المجتمع، فهو من الأخلاق الحميدة الذي وصف بها الرسول صلى الله عليه وسلم، والصدق هو قول الحقيقة المتقنة مع اللسان والقلب، كما أن هذا القول يكون متقفاً مع الواقع، وهو عكس الكذب.

ويرى أرسطو أن الصدق والكذب لا ينتسبان للأشياء، بل الأفكار والأقوال، ويعرف الصدق بأنه: "القول بأن ما يوجد يكون صادقاً وما لا يوجد لا يكون صادقاً، وعلى العكس من ذلك يكون الكذب"<sup>3</sup>.

والمتحدث الصادق هو بالطبع الأكثر تأثيراً في مستمعيه، والصدق يعني أن يعكس حديثك حقيقة مشاعرك وأفكارك وأرائك.....، ويعني من ناحية أخرى مطابقة الأقوال للأفعال، والتصرفات، وهناك ومن دراسات عديدة تبين أثر صدق المتحدث

ومن الأبحاث التي أجريت حول هذه الصفة، تبين مضمون الرسائل الموجهة من مصادر يقل تصديق المستقبل أو المستمع لها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> حسين دبي حسان الزوبتي، "أولويات التحكم القيمي لأداء القائم بالاتصال في معالجة موضوعات العنف"، (كلية الاعلام، جامعة بغداد، العدد. 200)، ص 1018.

<sup>2</sup> القرآن الكريم، سورة التوبة، آية 119.

<sup>3</sup> محمود محمد علي محمد، مفهوم الصدق عند ألفريد تارسكي (أسيوط: دار الوفاق للطباعة والنشر، 2010)، ص 3.

<sup>4</sup> بوزيد شيماء، سمات القائم بالاتصال عبر الفضائيات العربية العامة واستقطابها الجمهور، (الجزائر: كلية علوم الاعلام والاتصال، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، 2016/2017)، ص 34.

### الفصل الثاني: الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي وعلاقتها بالاتصال الرسمي

يتضمن هذا الفصل ما يوضح أهمية العمل من أجل تشكيل الصورة الذهنية وبناء سمعة طيبة بالنسبة للمؤسسات، حيث تقوم على التصور الفعلي للجمهور الخارجي سواء من خلال التعرض المباشر أو الغير مباشر لخصائص ومميزات مؤسسة موبيليس، حيث تعمل هذه المؤسسة على ترسيخ صورة ذهنية جيدة لها لدى الجمهور الخارجي من خلال الاتصال الرسمي.

المبحث الاول: الصورة الذهنية

المطلب الاول: مفهوم الصورة الذهنية:

مصطلح الصورة الذهنية مكون من كلمتين هما الصورة التي تعني ظاهر الشيء وشكله الذي يتميز به. والذهنية التي تعني الذهن أي العقل والفهم والمقصود بها فهم الشيء، والمصطلح بشكل عام يعني الانطباع الذي يتكون في الذهن عن شخص معين أو قيمة معينة أو كيان معين ومن وسائل التي تساعد على تكوين الصورة الذهنية وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة.

الصورة الذهنية لها تعريفات عديدة مشتركة جميعها في ان الصورة الذهنية تتكون غالبا لدى الجماهير عن طريق مما سبق رؤيته أو سماعه من الآخرين أو من خلال التجربة أو التنشئة.

بحيث يعرفها د. علي عجوة في كتابة ( العلاقات العامة والصورة الذهنية): " هي الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة وقد تكون

عقلانية أو غير رشيدة وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو الإشاعات والأقوال غير الموثقة، لكنها في النهاية تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم".<sup>1</sup>

ويعرفها حسين محمد بأنها: " هي صورة رمزية تتجمع فيها احتياجات الجماهير ومطالبها، واهتماماتها تطلعاتها، والرغبة القادرة على الوفاء الجماهير بكل هذا وأكثر منه، وهذه الصورة لا يمكن أن تتشكل بين يوم وليلة، إذ أن مادتها تترسب في العقول قطرة، كما أنها ليست ترجمة لأفعال وسلوك أي مؤسسة، وأقوال الفعل مسؤولين عنها بقدر ما هي ترجمة لردود الفعل التي تحدثها الأفعال وتلك الاقوال".

يعرفها إبراهيم "على أنها تلك التي تقوم على الإدراك العقلي السابق دون أن تكون لها انعكاسات سلبية على تفاعل للأفراد والمجموعات لان معظم تلك الصور الذهنية عاطفية يصيبها النسيان أو التحوير أو إعادة النظر بمرور الزمن لاعتمادها على الخيال بالدرجة الاولى".<sup>2</sup>

من خلال التعريفات السابقة نرى بأن الصورة الذهنية هي مجموعة الانطباعات التي تتكون عن الجماهير الخارجية للمؤسسة بغض النظر عن صحة هذا الانطباع من عدمه.

### المطلب الثاني: خصائص وسمات الصورة الذهنية

هناك العديد من السمات والخصائص المختلفة التي تتسم بها الصورة الذهنية. نذكر من بينها ما يلي:

- **عدم الدقة:** ذهب كثير من الباحثين إلى أن الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة، لعل مرجع ذلك أساسا هو أن الصورة الذهنية لا تعبر بالضرورة عن الواقع

<sup>1</sup> علي عوجة، العلاقات العامة والصورة الذهنية (القاهرة، ط1، عالم الكتب، 1983)، ص 5.

<sup>2</sup> إبراهيم الداوقني، صورة الأتراك لدى العرب (بيروت، د. ط، مركز دراسات الوحدة العربية، 2001)، ص 17.

الكلي، ولكنها تعبر في معظم الأحيان عن جزئية من الواقع الكلي، لاسيما وان الأفراد عادة يلجئون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات الكاملة.

- **الثبات والمقاومة للتغيير:** فالصورة الذهنية تميل إلى الثبات ومقاومة التغيير، وتتعدد العوامل التي تحدد وتؤثر في كمية وكيفية التغيير المحتمل في الصورة الذهنية، وبعض هذه المتغيرات تتعلق بالصورة ذاتها، وبعضها الآخر يتعلق بالرسائل الواردة من خلالها.

- **التعميم وتجاهل الفروق الفردية:** تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه، ونظرا لذلك فالأفراد يفترضون بطريقة آلية أن كل فرد من أفراد الجماعة موضوع الصورة تنطبق عليه صورة الجماعة ككل على الرغم من وجود اختلافات وفروق فردية.

- **التنبؤ بالمستقبل:** تسهم الصورة الذهنية على التنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور تجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة، فالصورة الذهنية المنطبقة لدى الأفراد باعتبارها انطباعات واتجاهات لدى الأفراد حول الموضوع والقضايا والأشخاص يمكن أن تنبئ بالسلوكيات التي قد تصدر عن الجماهير مستقبلا.

- **تخطي حدود الزمان والمكان:** تتسم الصورة بتخطيها لحدود الزمان و المكان.

للصورة الذهنية عند حدود معينة بل يتخطاها ليكون صورا عن بلدة ثم العالم الذي يعيش فيه، وعلى مستوى الزمان. فالإنسان يكون صور ذهنية عن الماضي، ويكون صور ذهنية عن الحاضر، إضافة إلى المستقبل، وبذلك

يتضح أن الإنسان يكون صورا ذهنية عن الأزمنة والأماكن المختلفة، وفقا لمعارفه ومذكراته ومشاهداته إضافة إلى قدرته على التخيل والاستساخ.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: الصورة الذهنية والصورة النمطية:

لقد اندثرت الآراء التي كانت تعتبر الإعلام مرآة عاكسة للمجتمع بل الواقع يؤكد أن وسائل الإعلام تبني واقعا مغايرا وأحيانا مختلفة تماما عن الواقع، فصورة الآخرين ليست هي الآخر.

و كذلك مفهوم الصورة الذهنية حيث ظهر المفهوم في الخمسينات، وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية ليعبر عن حالة أو منزلة الفرد أو الحزب أو البلد في الحياة العامة.

وأستكمل علماء النفس البحث في الموضوع وصلته بالتفكير وبهذا تعد الصورة إحدى أدوات التفكير الثلاث (الصور، الرموز، والمفاهيم) ويؤكد الباحثون أن الصورة الذهنية ترتبط بالنظام المعرفي الخاص بالفرد فالصورة الذهنية عملية تكونت سيكولوجيا وهي إحساسات تكونت في الذاكرة بعدما أزيلت المؤثرات التي تسببها، فمعجم العلوم السيكلوجية يعرفها بأنها نسخة ذهنية تتبع من ذاكرة تجربة حسية في غياب التحفيز الحسي وتعرف بأنها خبرة ذهنية في غياب المؤثر الحسي، كما أن الاختلاف بين الصورة والأحاسيس الأصلية هي كمية وليست نوعية وأن الصور نستدعيها من خبراتنا هي أقل شدة من المثير إن الإدراك الحسي هو صورة معادة إلى صورة خاطئة تؤطرها.

أما الصورة النمطية وتعني باليونانية الصلب والقوي لتشير إلى ذلك النوع من الطباعة الصفائح المعدنية لتكون سجلات يمكن تغييره.

<sup>1</sup> صالح الشيخ، تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها (سوريا: الجمعية الدولية العامة 2009)، ص 6-8.

والصورة النمطية هي ليست ظاهرة حديثة بل هي قلبية ومورست منذ أقدم العصور نظرا للأفكار والصورة التي كانت تحملها الشعوب عن بعضها البعض فتظهر أهميتها من نواح عديدة منها (التواصلية، أي التواصل التاريخي) وبما أن النمطية سواء كانت أنماطا أصلية عابرة للتاريخ أم مستحدثة غالبا لا يمكن تتبع بدايتها وتطورها.<sup>1</sup>

وتختلف الصورة الذهنية عن الصورة النمطية في نقطتين مهمتين:

- أن الصورة الذهنية يمكن تغييرها حيث انها تتسم بالثبات النسبي، أما الصورة النمطية فهي تقاوم التغيير فمن الصعب تغييرها.
- غالبا ما تكون الصورة النمطية متحيزة فهي في الغالب سلبية عكس الصورة الذهنية التي تكون أحيانا ايجابية وفي ظروف أخرى تكون سلبية.<sup>2</sup>

وعلى وفق ما سبق يمكن القول أنه على الرغم من شمولية مصطلح الصورة النمطية وانطوائه على العديد من المفاهيم إلا أنه جزء من مفهوم، أوسع وأشمل هو الصورة الذهنية لأن الصورة النمطية لا تتكون إلا بوجود صورة ذهنية مسبقة وبعبارة أخرى أن النمطية بحاجة إلى الصورة الذهنية ليتم لتكرارها وتعميمها ومن ثم تنميطها فقولبتها، أما الصورة الذهنية فليست بحاجة التنميط لبنائها.

<sup>1</sup> معمري أمينة، دور الاتصال الداخلي في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية، (الجزائر: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، 2015/2014)، ص68.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة ( القاهرة: ط1، دار المعرفة للنشر والتوزيع، 2007)، ص 176.

المطلب الرابع: علاقة الصورة الذهنية بالمفاهيم الأخرى:

### أولاً: التخيل والمخيلة

يمكن وصف عملية التخيل على أنها إيجاد أشكال أو تصورات جديدة لمضامين قديمة يحملها الشخص في ذهنه وذلك نتيجة لمروره بخبرات تعليمية متراكمة أسست له بناء معرفي، يتمكن من خلال استرجاعها على وفق متطلبات الموقف الذي يمر به أن يبتكر أشياء غير مألوفة في الواقع.

يشير (حيدر) في وصفه للمخيلة بأنها "تبنى من تراكم الصورة المحسوسة المتراكمة في الذاكرة يمكن استدعائها على وفق متطلبات الموقف لإغناؤه، لذلك فهي تعد ملكة ابتكارية شائعة في الفنانين والعلماء وكبار القادة والسياسيين والمتصفين بالأذهان النيرة والأدبية، كونها منطلق الاكتشافات والاختراعات منذ اقدم الازمنة الى وقتنا الحاضر".

من خلال عملية التخيل وآليات المخيلة، وكذلك الخبرة المستتدة على آليات التفكير وتراكم الصور الذهنية كمخزون ثري يقوم الشخص بتنظيم ما يقدمه الوعي بمنظوماته إضافة الى متراكم المعرفة، وضمن آليات القصد وأفعال الموازنة الإدارية والتي تقود حتما الى تشكيل الصور الذهنية الإبداعية التي يظهرها في نتاجه.<sup>1</sup>

يعد التخيل من تلك الصور الذهنية المتعددة عندما تتماسك فيما بينها لتؤدي معنى جديداً ويتدخل التخيل في أغلب الوظائف العقلية للإنسان لأن التفكير لا يتم إلا بعد تحويل العالم المادي الخارجي إلى صور غير مادية يقوم العقل بإسباغ المعاني المختلفة عليها حسب اتفاق وإجماع أفراد المجتمع.

<sup>1</sup> ماجد نافع الكنانى، نضال ناصر ديوان، "وظيفة التربية في تنمية التخيل وبناء الصور الذهنية لدى المتعلم وإسهامها في تمثيل التفكير البصري" (بغداد: كلية الفنون الجميلة، العدد 2012، 201)، ص ص 590-591.

### ثانياً: التصور

يعرف بأنه هو عملية يتم من خلالها إعادة الصورة الى الحواس/ الادراك هو تصور شيء او مفهوم حاضرا بواسطة صورة شكل او رمز. يشير مصطلح التصور في علم النفس المعرفي على انه العملية التي يتم فيها اعداد البدائل النفسية للأشياء والاحداث. يعرف فاغر عاقل التصور بأنه: "احياء الخبرات السابقة بصورة داخلية، اي على شكل صورة او مجموعة صور". اما عبد الحميد الهاشمي فيعرف التصور على انه: " استحضار الانسان لمذكراته الحسية الماضية في ذهنه كالوقت الحاضر، كما يرى ان الصورة الذهنية ليست صورا بصرية فقط بل تتخذ اشكالا مختلفة كالأصوات والحركات....الخ". وعليه تتفق تعريفات التصور في عدد من النقاط من بينها:

- عملية ذهنية.
- ناتج تفاعل الفرد مع المحيط
- تكوين نماذج داخلية لمواضيع العالم الخارجي.
- استحضار ذهني لموضوع غائب.<sup>1</sup>

التصور يعد نشاط عقلي طبيعي للذهن يفترض وجود عالم حقيقي ليتحرك من خلاله العقل لمعالجة وفهم موضوع ما دون ان يكون هذا الموضوع بالضرورة حقيقي ولكن المعالجة تبدو حقيقية منتجة صور ذهنية قابلة للانتقال بواقعية الى الوجود الفعلي دون أن تصدم باللاواقعية، وهنا يمكننا أن نفهم التصورات الذهنية على أنها نشاط معرفي للعقل الذي يخترق بقدرة تكيفية وتكوينية عالم الوجود المادي إلى ما هو خارج نطاقه ولكن يرتبط به برابط الإمكان.

<sup>1</sup> تشيكو حميدة، دور التصور الذهني حسب نظرية كوسلين في اكتساب البنية الفضائية عند الاطفال تريز وميا (الجزائر: اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم الار طو فونيا، 2017/2018)، ص ص52-54.



### ثالثاً: التمثل

ان كل التعريفات لمفهوم التمثل تكاد تلتقي حول أن التمثل يتركز عللا استحضار شيء أو مفهوم أو صورة غائبة. والتمثل هو شكل من أشكال المعرفة الاجتماعية التي تمكننا من التفاعل مع الواقع اليومي وعندما يتحول هذا الواقع الى تمثيل فإننا نقوم ببنائه وإعادة بنائه بشكل آخر يختلف في شكله الاصلي، وتتدخل في هذه الصيرورة الابعاد السيكولوجية والابعاد الاجتماعية وهذا ما يجعل التمثلات تتخذ بعدا علميا حيث أنها تسهل التواصل وكذلك التحكم في المجال الاجتماعي والمادي وكذلك الفكري.

والتمثل في معناه العام هو الكيفية التي ينظم بها الفرد فهمه للواقع والحقيقة التي يعكسها وتعبير آخر هو تنظيم فردي لحقيقة جماعية ولكن هذا التنظيم الذاتي أو إعادة البناء ذهنيا لحقيقة اجتماعية لا يتم احتياطيا وإنما يستند الى أطر مرجعية تستمد قوتها من حضوره ضمن مجالات عديدة في المجتمع.

بمعنى أن الرموز التي يستند اليها الفرد هي تشكيل صورة ذهنية عن موضوع أو حدث غائب يستحضره العقل حاليا في واقع الأمر رموز محددة تاريخيا ثقافيا واجتماعيا وهذا يؤكد أن المعايير تمثل أهم مكونات التمثل الاجتماعي.

ومن خلال ما سبق ذكرناه سنحاول تقديم تعريف اجرائي لهذا المفهوم، التمثل هو مجموعة الافكار والتصورات والمعتقدات الذهنية التي يكتسبها الفرد خلال مسار حياته متأثرا بالوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> جميل صليبا، المعجم الفلسفي (لبنان: ج 1، الكتاب اللبناني، 1982)، ص341.

المبحث الثاني: الاتصال الرسمي:

المطلب الاول: مفهومه:

الاتصال الرسمي هو الذي يتم من خلال شبكة الاتصالات الرسمية عبر خطوط السلطة التي تربط كافة أجزاء المنظمة بعضها البعض، وبالتالي فهو يمكن أن يتم من الأعلى إلى الأسفل وفي هذه الحالة ينقل أوامر وتعليمات وتوجيهات من المستويات الإدارية الأعلى للمستويات الأدنى.

يعرف بأنه "هو كافة صور الاتصال التي تجري، داخل المنظمات الحكومية و غير الحكومية بين المستويات الادارية المختلفة المتضمنة في الخريطة التنظيمية للمنظمة".<sup>1</sup>

أيضا " يتم هذا النوع من الاتصالات من خلال الخطوط السلطة الإشراف تأخذ المعلومات التي تداول في شكل أوامر، تعليمات والاستشارات في نطاق التساؤلات، من الإدارة العليا الى المستويات الأدنى من أعلى إلى الأسفل أو على شكل أفقي بين مختلف الأشخاص من المستوى الواحد".<sup>2</sup>

يعرف بأنه " هو اتصال مباشر بين مرسل الرسالة والمستقبل لها، ويتم هذا النوع في إطار القواعد التي تحكم المنظمة، وتتبع المسارات التي يحددها البناء التنظيمي الرسمي".<sup>3</sup>

يمكن أن نعرف الاتصال الرسمي هو الاتصال الذي يتم بطرق رسمية، في محيط العمل أي أنه يقوم أساسا على الهيكل التنظيمي للمنظمة ويتم ذلك عن طريق خطوط وقنوات خاضعة لقوانين وقواعد تفرضها المنظمة.

<sup>1</sup> قروي بو حنية، الاتصالات الادارية داخل المنظمة المعاصرة (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010)، ص47.

<sup>2</sup> محمد الصيرفي، عبد الغاني حامد، الاتصالات الدولية ونظم المعلومات (البحرين، مؤسسة العالمية للشؤون الجامعية، 2006)، ص65.

<sup>3</sup> فرحاتي لويذة، الاتصال الرسمي وعلاقته بالحوافز المعنوية، ( جامعة الحاج لخضر باتنة: كلية العلوم الاقتصادية بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير وعلوم التسيير، 2007/2008)، د. ص.

يعتمد هذا النوع من الاتصالات على المذكرات أو التقارير و الاجتماعات الرسمية، وقد يكون صاعد أو نازل أو أفقي، أو محوري.

### المطلب الثاني: شروط الاتصال الرسمي

- ينبغي أن خط الاتصال معلوما على وجه التحديد وأن تعرف خطوط السلطة.
- يجب أن يكون هناك خط اتصال رسمي محدد لكل عضو في المنظمة.
- يجب أن يكون خط اتصال كاملا بمعنى أن يمر خط الاتصال على جميع مراكز السلطة.
- يجب أن يتميز الأشخاص الذين يقعون في مراكز الاتصال بكفاءة اللازمة.
- إمكانية التحقق من كل الاتصالات، بمعنى أن الشخص الذي يجري الاتصال يجب أن يمثل فعلا مركز السلطة.<sup>1</sup>
- لا بد أن يكون الاتصال مزدوجا بحيث يتفاعل المستمع مع المتكلم ليتأكد من المعلومات التي يستلمها.
- يجب أن يكون الاتصال مفتوحا من جميع الجهات، اي معرفة آثار المواقف والبيئات والثقافات المختلفة على استجابات المستمعين.
- ضرورة توفر قدر من مهارات الاتصال، بل العمل على تنمية مهارات الاتصال وتنمية القدرات الخاصة بحسن الاستماع والإنصات والحديث لدى جميع العاملين في مختلف المستويات الإدارية، وكذلك مهارات التفكير والكلام والفهم والتحليل في المستويات الإدارية العليا، وكذلك الكتابة والقراءة خاصة في المستويات الدنيا قدر المستطاع.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: أهدافه

- نشر أهداف ومبادئ وقيم وسياسات المنظمة.

<sup>1</sup> محمد الصهر في، وظائف المدير العام (القاهرة: دار الكتاب القانوني للنشر والتوزيع، ج2، 2007)، ص.50.

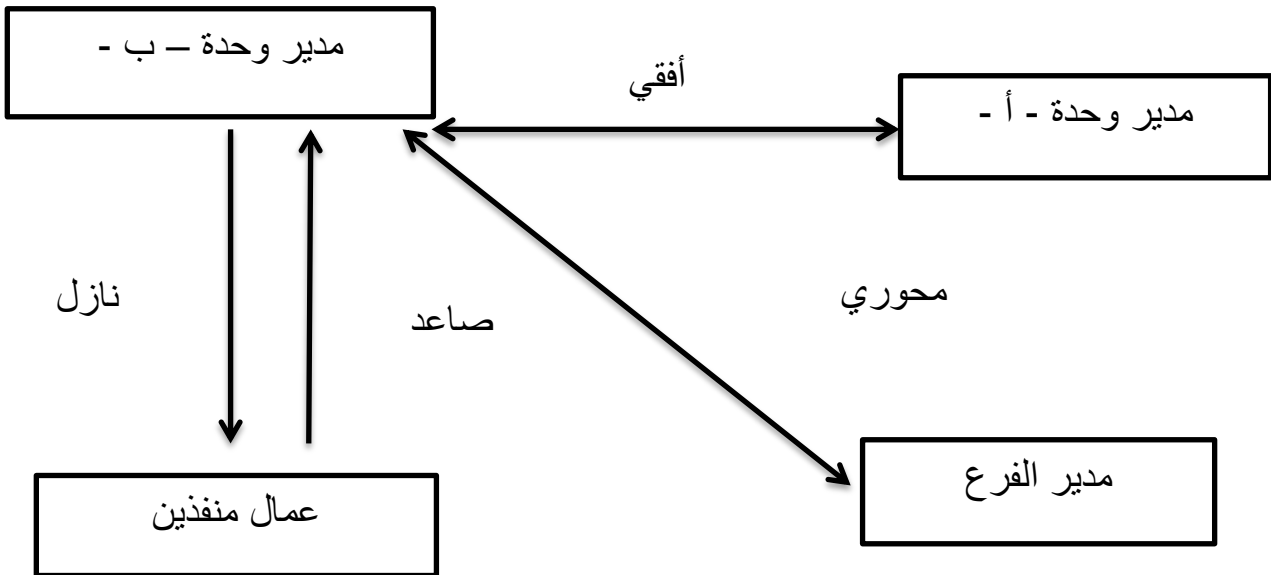
<sup>2</sup> بشار حزي، الاتصال التنظيمي (سوريا: الجامعة الافتراضية السورية، د. ط. 2020)، ص.39.

## الإطار النظري

- إبلاغ الأوامر والتعليمات إلى المرؤوسين.
- إصدار التوجيهات بشأن خطوات العمل، وتسلسله وإجراءاته.
- التعرف على استفسارات المرؤوسين بشأن إجراءات العمل وخطواته.
- التعرف على رغبات الجمهور المتعاملين مع المنظمة.
- إرسال نتائج العمل وأفكارهم اتجاه المنظمة.
- اطلاع العاملين على التغييرات المزعم إحداثها.<sup>1</sup>

### المطلب الرابع: أشكال الاتصال الرسمي:

يتخذ هذا النوع أربع أشكال، ويمكن إبراز ذلك في الشكل التالي



### شكل رقم (01) يوضح الاتصال الرسمي واتجاهاته<sup>2</sup>

ومن خلال الشكل السابق نستعرض بالتفصيل إلى أنواع الاتصال الرسمي وأشكاله:

<sup>1</sup> محمد الصهر في، المرجع السابق، ص 509.

<sup>2</sup> عبد الغفار حنفي، السلوك التنظيمي وإدارة الفاعلين (الاسكندرية: الدار الجامعية، 1990)، ص.547.

### 1-الاتصال النازل:

ويطلق عليه البعض الاتصال الموجه إلى الأسفل، وبناء عليه تتدفق الرسائل من قمة التنظيم أو أعلى التنظيم إلى أدناه، وقد تكون هذه الاتصالات من الإدارة العليا إلى الإدارة الوسطى أو قد تكون من الإدارة الوسطى إلى الإدارة الدنيا، أو من العليا إلى الدنيا مباشرة، ولذلك فإن هذا النوع من الاتصالات يستخدم في الأمر والتوجيه والتعليم.

وللاتصال النازل هدفان هما:

- توصيل المعلومات إلى المرؤوسين بطريقة صحيحة وواضحة حتى يمكن إدراكها وفهمها.
- قبول المتلقين للمعلومات عن طريق الإقناع الشخصي من الرئيس إلى المرؤوس.<sup>1</sup>



شكل رقم (02) يوضح الاتصال الرسمي النازل

<sup>1</sup> محمد يسري إبراهيم دسيس، الاتصال والسلوك الإنساني (الاسكندرية: سلسلة 18، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، 1999)، ص183.

### ثانياً: الاتصال الصاعد:

ويقصد به الرسائل القادمة من مستويات التنظيم الدنيا إلى المستويات العليا، ويعد هذا الاتصال حاسماً ومهماً لنمو وتطوير التنظيم.

ويمكن تلخيص محتوى هذا النوع من الاتصال حسب ما جاء به كل من ليسلي وليود في أربع نقاط والمتمثلة في:

- 1- معلومات حول أداء المرؤوس ومدى تقدمه وخطته المستقبلية.
- 2- مشكلات العمل التي تحتاج وقفة من المدير والتي تتضمن جملة الشكاوي والمشاكل التي يعاني منها الفاعل.<sup>1</sup>
- 3- أفكار حول تحسين سبل العمل لطلب توضيحات واستفسارات عن بعض النقاط الغامضة في سياسة التنظيم أو أداء عملها.
- 4- معلومات حول مشاعر العاملين نحو جوانب العمل المختلفة.



الشكل رقم (03) يمثل الاتصال الرسمي الصاعد

<sup>1</sup> بشار حزي، المرجع السابق، ص ص 21.18.

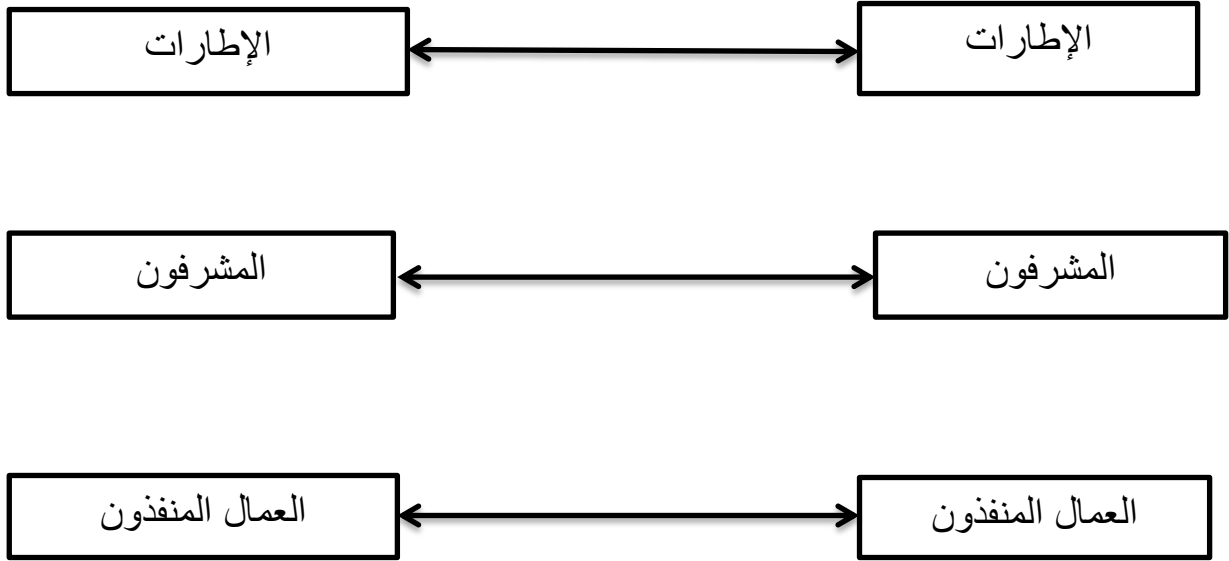
### ثالثاً: الاتصال الأفقي:

ويتم هذا النوع من الاتصالات بين الأفراد على نفس المستوى الإداري، كما أن هذا النوع من الاتصال يسمح بوصول المعلومات والآراء والمقترحات من كل جانب الأمر الذي يسمح ويعطي للمديرين فرصة للحصول على ما يلزم لاتخاذ قراراتهم بالاستناد إلى معلومات كافية.<sup>1</sup>

ويمكن إجمال أهم وظائف الاتصال الأفقي فيما يلي:

- التنسيق للقيام بمهمة.
- حل المشاكل وذلك في محاولة الاجتماع لحل مشاكل تعرضت لها المنظمة.
- تبادل المعلومات.
- حل الصراع ويتمثل ذلك في اجتماع أعضاء إدارة أو إدارتين ليناقشوا صراعا قد نشب بين أعضاء كل إدارة أو إدارتين، حيث أن الاتصال الأفقي في مثل هذه الحالة يسهل عملية التنسيق بين الإدارات المختلفة، ويقلل من الجهد والوقت اللازمين لتبادل المعلومات بينها.

<sup>1</sup> محمد يسري إبراهيم دعيس، مرجع سابق، ص 188-189.



الشكل رقم(04) يوضح الاتصال الرسمي الأفقي<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> بشار حزي، المرجع السابق، ص22.



# الإطار التطبيقي

## الإطار التطبيقي

### الإطار التطبيقي:

بعد إنهاء الدراسة النظرية لدراستنا هذه، وذلك بالاستعانة بالمراجع والمصادر المتمثلة في الكتب والمقالات ومختلف المذكرات التي ساعدتنا في الجوانب الخاصة لدراسة فإننا نتحول الى الجانب التطبيقي الذي سنحاول فيه أن نحيط بالموضوع من هذا الجانب، وذلك بالقيام بدراسة مسحية عن طريق توزيع مقياس ليكرت لقياس اتجاهات الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس لولاية بسكرة الذي يتمحور على 16 عبارة، ثم القيام بمناقشة وتحليل النتائج التي حصلنا عليها، بحيث قمنا بوضع جداول لهذه النتائج تتضمن الاجابات والنسب المئوية المرافقة لها وكذلك تمثيلها في دوائر نسبية ، وفي الأخير قمنا بعرض النتائج.

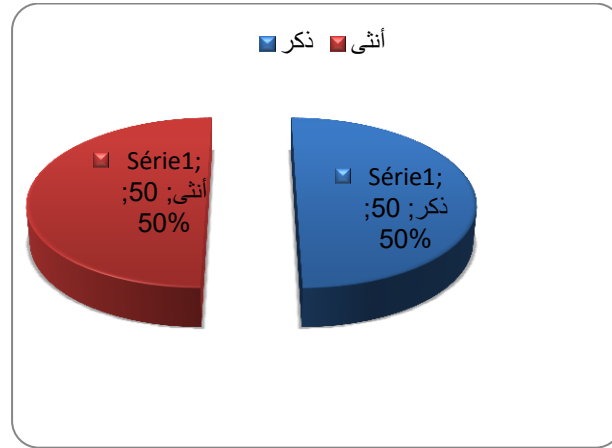
### المبحث الأول: تحليل الكمي والكيفي للجداول

#### 1. الجنس:

الجدول رقم(03): يوضح الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	100	50
أنثى	100	50
المجموع	200	100

## الإطار التطبيقي



الشكل البياني رقم(05): يوضح التوزيع البياني لمجتمع البحث حسب الجنس

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق تبين أن نسبة الجمهور الخارجي الذكور يمثل 50% من المجتمع البحث، أما نسبة الإناث قد تساوي نسبة الذكور تشكل أيضا 50% .

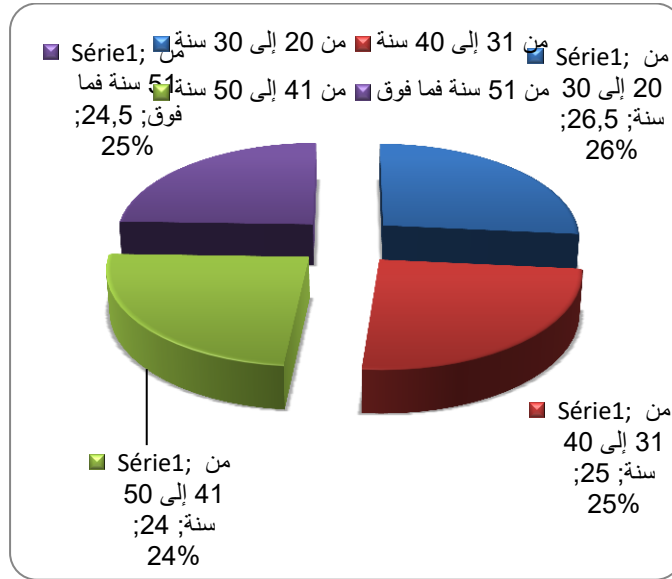
من خلال التحليل السابق نستخلص أن نسبة الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس لدى الذكور والإناث متساوية، والدليل على ذلك مبينا في الجدول.

## 2. السن

الجدول رقم(04): يوضح توزيع الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس حسب السن:

السن	التكرار	النسبة المئوية
من 20 إلى 30 سنة	53	26,5
من 31 إلى 40 سنة	50	25
من 41 إلى 50 سنة	48	24
من 51 سنة فما فوق	49	24,5
المجموع	200	100

## الإطار التطبيقي



الشكل البياني(06): يمثل التمثيل البياني للجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس حسب السن

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق، نستنتج أن نسبة الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس الذين تتراوح أعمارهم من 20 سنة الى 30 سنة تمثل نسبة 26.5%، تليها نسبة الجمهور الخارجي الذين تتراوح من 31 سنة الى 40 سنة بنسبة 25%، وبعدها 24% نسبة الجمهور الخارجي الذي يتراوح أعمارهم من 41 سنة الى 50 سنة، بينما لدى الجمهور الخارجي الذي يتراوح أعمارهم من 50 سنة فما فوق وذلك بنسبة لا تتعدى 24.5%.

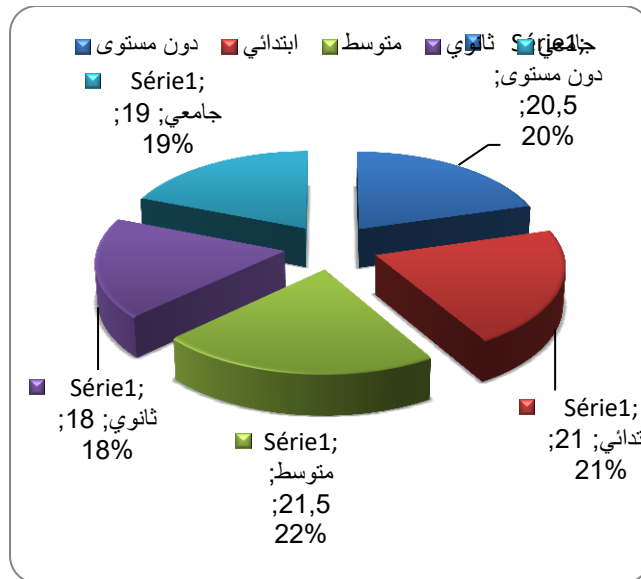
## الإطار التطبيقي

### المستوى التعليمي:

الجدول رقم(05): يوضح الجدول نسبة الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس حسب

### المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
20,5	41	دون مستوى
21	42	ابتدائي
21,5	43	متوسط
18	36	ثانوي
19	38	جامعي
100	200	المجموع



الشكل البياني رقم(06): يمثل الرسم البياني الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس حسب

### المستوى التعليمي

من خلال النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول السابق، نستنتج أن نسبة

الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس فكانت أكثر اجابة على المقياس لمستوى المتوسط

## الإطار التطبيقي

بنسبة 21.5%، تليها نسبة 21.5% لمستوى الإبتدائي، وبنسبة 20.5% للجمهور دون مستوى، بينما تمثل نسبة 19% للجمهور ذومستوى جامعي، بينما أقل نسبة بلغت 18 % لمستوى الثانوي.

الجدول(06): يمثل النسب التي تعبر عن اجابات المبحوثين حول البند الذي ينص على المصدقية التي تؤكدتها مؤسسة موبيليس من خلال العروض والخدمات

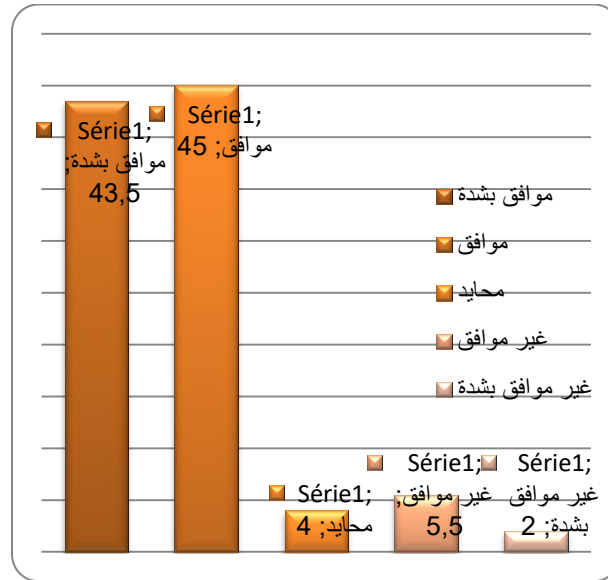
الإحزاب العمياري	المتوسط الحسابي	المجموع	تقوم مؤسسة موبيليس على المصدقية التي تؤكد من خلالها العروض والخدمات التي تطلقها في كل مرة					التكرار	النسبة المئوية	الجنس
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق			
0.91	1.78	100	0	4	2	55	39	التكرار		إنا
		100,00%	0,00%	4,00%	2,00%	55,00%	39,00%	%	النسبة المئوية	
		100	4	7	6	35	48	التكرار		إنا
		100,00%	4,00%	7,00%	6,00%	35,00%	48,00%	%	النسبة المئوية	
		200	4	11	8	90	87	التكرار		المجموع
		100,00%	2,00%	5,50%	4,00%	45,00%	43,50%	%	النسبة المئوية	
		53	0	6	0	26	21	التكرار		من 20 إلى 30 نسبة
		100,00%	0,00%	11,30%	0,00%	49,10%	39,60%	%	النسبة المئوية	
		50	2	1	2	19	26	التكرار		من 40 إلى 50 نسبة
		100,00%	4,00%	2,00%	4,00%	38,00%	52,00%	%	النسبة المئوية	

## الإطار التطبيقي

		0%			%			النسبة المئوية	50 من 41 إلى سنة	
		48	2	3	5	16	22	التكرار		
		100,0 0%	4,20%	6,20%	10,40 %	33,30%	45,80%	% النسبة المئوية	من 51 سنة فما فوق	
		49	0	1	1	29	18	التكرار		
		100,0 0%	0,00%	2,00%	2,00 %	59,20%	36,70%	% النسبة المئوية	المجموع	
		200	4	11	8	90	87	التكرار		
		100,0 0%	2,00%	5,50%	4,00 %	45,00%	43,50%	% النسبة المئوية	دون مستوى	
		41	0	4	3	14	20	التكرار		
		100,0 0%	0,00%	9,80%	7,30 %	34,10%	48,80%	% النسبة المئوية	ابتدائي	
		42	3	1	1	18	19	التكرار		
		100,0 0%	7,10%	2,40%	2,40 %	42,90%	45,20%	% النسبة المئوية	متوسط	
		43	0	1	1	23	18	التكرار		
		100,0 0%	0,00%	2,30%	2,30 %	53,50%	41,90%	% النسبة المئوية	المستوى التعليمي	
		36	0	0	1	16	19	التكرار		
		100,0 0%	0,00%	0,00%	2,80 %	44,40%	52,80%	% النسبة المئوية	ثانوي	

## الإطار التطبيقي

		38	1	5	2	19	11	التكرار		
		100,0 0%	2,60%	13,20%	5,30 %	50,00%	28,90%	% النسبة المئوية	الذكور	
		200	4	11	8	90	87	التكرار		
		100,0 0%	2,00%	5,50%	4,00 %	45,00%	43,50%	% النسبة المئوية	المجموع	



الشكل رقم (06): تمثيل بياني يمثل إجابات المبحوثين على البند الذي ينص مصداقية التي تؤكدها مؤسسة موبيليس من خلال العروض والخدمات

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 200 فرد الذين تمحورت إجاباتهم على البند رقم (01) والذي نص على "المصداقية التي تؤكدها مؤسسة موبيليس من خلال العروض والخدمات التي تطلقها كل مرة"، أولاً على مستوى الجنس فكانت أكبر نسبة في الموافقة بلغت 45.00%، أما نسبة الجماهير الذين



## الإطار التطبيقي

أجابوا على البند **بموافق بشدة** قد بلغت 43.50%، وتمثلت نسبة **الغير موافقة** ب7%، تليها أقل نسبة الذين أجابوا على العبارة **بغير موافق بشدة** 2.00%.

أما بالنسبة للفئة السن انقسمت الى 4 فئات فتمثلت أول فئة من 20 سنة الى 30 سنة فكانت أكبر نسبة تمثلت في **الموافقة** بلغت 49.10%، في حين نلاحظ أن الجماهير الخارجية الذين أجابوا على البند **بالموافق بشدة** أن نسبتهم قد بلغت 39.60% بينما كانت نسبة الجماهير الذين أجابوا على العبارة **بغير موافق** فكانت 11.30%، أما بالنسبة للمحايدون وغير موافقون بشدة فكانت أقل نسبة وقد بلغت 0.00%. أما بالنسبة للفئة الثانية للسن هي من 31 سنة الى 40 سنة فكانت أكبر نسبة عند الذين أجابوا **بموافق بشدة** 52.00%، أما نسبة **الموافقة** قد بلغت 38.00%، و تليها نسبة 4% كانت عند المحايدون وغير الموافقين بشدة، أما أقل نسبة فكانت لغير موافقين فقدرت نسبتهم 2.0%.

أما الفئة الثالثة للعمر هي من 41 سنة الى 50 سنة فكانت أكبر نسبة لديهم في اجابة **موافق بشدة** بنسبة 45.80%، تليها نسبة **الموافقة** عند هذه الفئة قدرت 33.30%، أما بالنسبة للمحايدون فكانت نسبتهم 10.40%، وبالنسبة 6.20% كانت عند الجماهير الذين أجابوا على البند **المطروح بغير موافق**، أما أقل نسبة كانت للذين أجابوا على البند **بغير موافق بشدة** وبلغت 4.20%، وتمثلت اخر فئة في 51 سنة فما فوق فكانت أكبر نسبة لديهم في **الموافقة** والتي بلغت 59.20%، أما النسبة التي تليها فكانت في **الموافق بشدة** وقدرت ب36.70%، ونسب المحايدون وغير الموافقين بلغت 2.00%، تليها أقل نسبة 0.00% عند غير موافق بشدة.

كما نلاحظ من الجدول أعلاه أن افراد هذه العينة انقسمت الى خمسة مستويات تعليمية تمثل المستوى الأول في الافراد الذين ليس لديهم مستوى فكانت اجاباتهم على البند **بالبديل اوافق بشدة** وقد بلغ عددهم (20) فرد بنسبة مئوية قد بلغت 48.80%، وعند الافراد

## الإطار التطبيقي

الذين اجابوا **بالبديل موافق** بلغ عددهم (14) فردا بنسبة بلغت 34.10%، يليها عدد الأفراد الذي بلغ عددهم (4) فرد اجابوا على **البديل غير موافق** قدرت نسبتهم ب 9.80%، أما **المحايدون** الذين بلغ عددهم (3) أفراد كانت نسبتهم المئوية 7.30% أما **الغير موافقين بشدة** نسبتهم 0.00% أي لا يوجد أي فرد أجاب على **البند بغير موافق**. أما المستوى الثاني فيتمثل في الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس ذو مستوى ابتدائي، فكانت أكبر نسبة عند الأفراد الذين كانت إجاباتهم **بالبديل موافق بشدة** عند الأفراد الذين بلغ عددهم (19) بلغت نسبتهم المئوية 45.20%، ويليهما الأفراد الذين اجابوا **بالبديل على موافق** وبلغ عددهم (18)، حيث قدرت نسبتهم 42.90%، بينما كانت نسبة **الغير موافقين بشدة** 7.10%، أما بالنسبة **للمحايدين وغير موافقين** فبلغت نسبتهم 2.40%. ونلاحظ من خلال الجدول أن المستوى الثالث وهو المستوى المتوسط حيث كانت الإجابات مختلفة عند الأفراد، فكانت أكبر نسبة لديهم عند الإجابة **بالبديل موافق** بلغت ب 53.50%، ومثلت نسبة 41.90% للأفراد الذين اجابوا **موافق بالشدة**، بينما بلغت نسبة **المحايدون وغير موافقون** ب 2.30% أما بالنسبة **للغير موافق بشدة** لم تكن اجابات حيث بلغت النسبة 0.00%، في حين يمثل مستوى الثانوي عند الأفراد الذين كانت اجاباتهم **بالبديل موافق بشدة** والذين بلغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت ب 52.80%، في الحين نلاحظ أن الأفراد الذين اجابوا على **البديل موافق** بلغ عددهم (16) فرد فكانت نسبتهم المئوية 44.40%، أما بالنسبة للأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على هذا **البند بالبديل محايد** والذين بلغ عددهم (01) فرد فكانت نسبتهم تقدر ب 2.80%، أما بالنسبة **للغير موافقون وغير موافقون بشدة** لم تكن هناك اجابات بحيث نسبتهم بلغت 0.00%، أما المستوى الخامس والذين تمثل عن الجامعيون، بحيث كانت إجابات الأفراد **بالبديل موافق** والذين بلغ عددهم (19) فرد بنسبة مئوية قدرت ب 50.00%، وأما الأفراد الذين كانت اجاباتهم على هذا **البند بالبديل أوافق بشدة** قد بلغ عددهم (11) فئة بنسبة مئوية قدرت ب 28.90%، أما بالنسبة للأفراد الذين اجابوا **بالبديل**

## الإطار التطبيقي

غير موافق كان عددهم (5) بنسبة بلغت 13.20%، بينما تمثل الإجابات عند الأفراد بالبديل محايد والذين بلغ عددهم (02) بنسبة مئوية قدرت بـ 5.30%، أما أقل نسبة كانت عند الأفراد الذين أجابوا بالبديل غير موافق بشدة فكان عددهم (1) بنسبة قدرت بـ 2.60%.

ومن خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول نستنتج أن أكبر نسبة من أفراد الجمهور والمقدرة نسبتهم بـ 45.00%، وبالمتوسط الحسابي بلغ 1.78، الذين يتفاعلون مع البند (01)، والانحراف المعياري 0.91، بينما تمثلت أقل نسبة عند أفراد الجمهور الخارجي الذين لا يتفاعلون مع البند بلغت 2.00%.

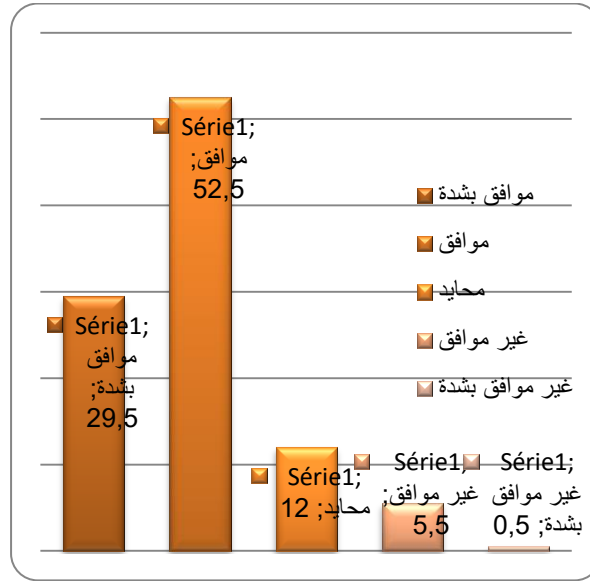
الجدول رقم (07): يمثل الجدول إجابات المبحوثين على البند الذي ينص الصدق ومطابقة الأقوال للأفعال عند عمال مؤسسة موبيليس

الاتجاه المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	يتصف العمال في مؤسسة موبيليس بالصدق من خلال قول الحقيقة ومطابقة الأقوال وللأفعال واحترام العقود وتنفيذها المطلوب في تعاملهم مع الزبائن					التكرار	النسبة % المئوية	بلا	بعض
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة				
0.82 5	1.9 5	100	0	5	13	58	24	التكرار			
		100,00	0,00	5,00%	13,00	58,00	24,00	النسبة % المئوية			
		%	%	%	%	%	%				
		100	1	6	11	47	35	التكرار			
		100,00	1,00	6,00%	11,00	47,00	35,00	النسبة % المئوية			
		%	%	%	%	%	%				
		200	1	11	24	105	59	التكرار			
		100,00	0,50	5,50%	12,00	52,50	29,50	النسبة % المئوية			
		%	%	%	%	%	%				
		المجموع									
		53	0	5	3	30	15	التكرار			
		100,00	0,00	9,40%	5,70%	56,60	28,30	النسبة % المئوية			
		%	%	%	%	%	%				

## الإطار التطبيقي

		50	1	2	3	26	18	التكرار	من 31 إلى 40 سنة	المستوى التعليمي	
		100,00 %	2,00 %	4,00%	6,00%	52,00 %	36,00 %	النسبة % المئوية			
		48	0	2	9	23	14	التكرار	من 41 إلى 50 سنة		
		100,00 %	0,00 %	4,20%	18,80 %	47,90 %	29,20 %	النسبة % المئوية			
		49	0	2	9	26	12	التكرار	من 51 سنة فما فوق		
		100,00 %	0,00 %	4,10%	18,40 %	53,10 %	24,50 %	النسبة % المئوية			
			1	11	24	105	59	التكرار	المجموع		
		100,00 %	0,50 %	5,50%	12,00 %	52,50 %	29,50 %	النسبة % المئوية			
		41	0	1	9	17	14	التكرار	دون مستوى ابتدائي		
		100,00 %	0,00 %	2,40%	22,00 %	41,50 %	34,10 %	النسبة % المئوية			
		42	1	2	3	24	12	التكرار	ابتدائي		
		100,00 %	2,40 %	4,80%	7,10%	57,10 %	28,60 %	النسبة % المئوية			
		43	0	1	6	21	15	التكرار	متوسط		
		100,00 %	0,00 %	2,30%	14,00 %	48,80 %	34,90 %	النسبة % المئوية			
		36	0	2	3	22	9	التكرار	ثانوي		
		100,00 %	0,00 %	5,60%	8,30%	61,10 %	25,00 %	النسبة % المئوية			
		38	0	5	3	21	9	التكرار	جامعي		
		100,00 %	0,00 %	13,20 %	7,90%	55,30 %	23,70 %	النسبة % المئوية			
		200	1	11	24	105	59	التكرار	المجموع		
		100,00 %	0,50 %	5,50%	12,00 %	52,50 %	29,50 %	النسبة % المئوية			

## الإطار التطبيقي



الشكل رقم (07): اعمدة بيانية تمثل اجابة المبحوثين حول البند الصدق ومطابقة الأقوال للأفعال عند عمال مؤسسة موبيليس

من خلال الجدول رقم (07) نلاحظ ان اجابات افراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (200) فرد الذين تمحورت اجاباتهم عن البند رقم (02) والذي ينص على " عمال مؤسسة موبيليس يتصفون بالصدق من خلال قول الحقيقة ومطابقة الأقوال للأفعال".

أولا على مستوى الجنس فتمثلت أكبر نسبة لدى الأفراد من خلال اجاباتهم على البند بالبديل موافق والذين بلغ عددهم (105) فرد بنسبة مئوية 52.60%، بينما الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم بالبديل موافق بشدة والذين بلغ عددهم (59) بنسبة مئوية قدرت 29.50% أما بالنسبة للأفراد التي تمحورت اجاباتهم على البديل محايد بلغ عددهم (24) قدرت نسبتهم 12.00%، وتمثل الاجابات عند الافراد الذين اجابوا على البند بالبديل غير موافق بلغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت 5.50%، أما أقل نسبة فتمثلت عند الأفراد الذين اجابوا على البديل غير موافق بشدة حيث كان عددهم (01) بنسبة مئوية بلغت ب0.50%.

نلاحظ أيضا من خلال الجدول أعلاه أن افراد عينة الدراسة والذي بلغ عددهم (200) قد انقسمت حسب السن الى 4 فئات، بحيث تمحورت الفئة من 20 سنة الى 30 سنة بحيث

## الإطار التطبيقي

كانت اجابات الأفراد على البديل **موافق** قدرت نسبتهم 56.60%، أما بالنسبة للذين اجابوا على البديل **موافق بشدة** بلغت نسبتهم 28.30%، وتمثلت نسبة 9.40% عند الأفراد الذين اجابوا على البديل غير **موافق بشدة** بحيث كان عددهم (05)، أما نسبة 5.70% كانت عند الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل **محايد** بحيث بلغ عددهم (03)، بينما تمثلت النسبة المئوية عند البديل غير **موافق بشدة** ب 0.00% أي لا أحد أجاب على هذا البديل.

أما الفئة الثانية كانت من السن 31 سنة الى 40 سنة بحيث كانت إجابات الأفراد الذين اجابوا على البند بالبديل **موافق** بلغت نسبتهم 52.00%، بينما الذين اجابوا على البديل **موافق بشدة** قدرت نسبتهم ب 36.00%، بينما نسبة **المحايدون** قدرت ب 6.00%، وبلغت نسبة **الغير موافقين** 4.00%، أما أقل نسبة تمثلت عند الذين اجابوا على البديل غير **موافق بشدة** بحيث بلغت نسبتهم 2.00%. وأما الفئة الثالثة كانت من 41 سنة الى 50 سنة بحيث كانت اجابات الأفراد الذين اجابوا على **موافق** قدرت نسبتهم 47.90%، أما الذين اجابوا على **موافق بشدة** بلغت نسبتهم المئوية 29.20%، بينما نسبة **المحايدون** قدرت نسبتهم 18.80%، وتمثلت أقل نسبة عند الذين اجابوا بالبديل غير **موافق** بحيث بلغت نسبتهم 4.20%، بينما البديل غير **موافق بشدة** لم تكن هناك إجابات. وتمثلت آخر فئة في سن 51 سنة فما فوق بحيث كانت اجاباتهم مختلفة، فكانت اكبر نسبة لديهم عند البديل **موافق** بحيث قدرت 59.20%، بينما قدرت نسبتهم عند البديل **موافق بشدة** ب 36.70%، أما بالنسبة للمحايدين وغير **موافقون** فكانت نسبتهم متساوية بحيث بلغت 2.00%، أما غير **موافقون بشدة** لم تكن هناك اجابات على البند المطروح.

ونلاحظ أيضا أن عدد الأفراد عينة الدراسة انقسم حسب المستوى التعليمي، بحيث تمثلت أول فئة في دون مستوى بحيث كانت اجابات الأفراد في هذه الفئة على البديل **موافق** بشدة بلغت نسبتهم 48.80%، أما الذين اجابوا على **موافق** قدرت نسبتهم 34.10%، بينما

## الإطار التطبيقي

تمثلت نسبة 9.80% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل غير موافق، وتمثلت اخر نسبة عند الذين أجابوا على البديل محايد بحيث بلغت 7.30%، أما بديل غير موافق بشدة لم تكن هناك اجابات على البند. وتمثلت الفئة الثانية في المستوى الابتدائي كانت اكبر نسبة في الاجابات عند البديل موافق بشدة بحيث قدرت 45.20%، وتليها نسبة 42.90% عند الأفراد الذين أجابوا على بديل موافق، بينما كانت نسبة الذين أجابوا على غير موافق بشدة بلغت 7.10%، وتمثلت نسبة المحايدون وغير موافقون بأقل نسبة بحيث بلغت 2.40%. أما الفئة الثالثة فهي مستوى المتوسط بلغت اكبر نسبة عندهم 53.50% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق، تليها نسبة 41.90% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق بشدة، وتليها أقل نسبة عند الذين أجابوا على البديل محايد بحيث بلغت نسبتهم 2.80%، بينما البديل غير موافق بشدة لم تكن هناك اجابات. نأتي لمستوى الثانوي بلغت أكبر نسبة لديهم عند للذين اجابوا على البديل موافق بشدة بحيث قدرت نسبتهم 52.80%، تليها نسبة 44.40% عند الأفراد الذين أجابوا على البند بالبديل موافق، تليها أقل نسبة عند الذين اجابوا على البند بالبديل محايد بحيث بلغت نسبتهم 2.80%، بينما البديل غير موافق وغير موافق بشدة لم تكن هناك إجابات. وتمثلت الفئة الأخيرة في المستوى الجامعي بحيث بلغت أكبر نسبة عند الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم بالبديل موافق بحيث قدرت نسبتهم المئوي 55.30%، تليها نسبة 23.70% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق بشدة، بينما كانت نسبة الأفراد الذين أجابوا على البند بالبديل غير موافق بلغت 13.20%، تليها أقل نسبة عند الأفراد الجامعيون الذين أجابوا على البند بالبديل محايد قدرت نسبتهم المئوية ب 7.90%، أما بالنسبة للبديل غير موافق بشدة لم تكن هناك اجابات.

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق نستنتج أن نسبة عاملين في مؤسسة موبيليس يتسمون بالصدق وذلك من خلال أكبر الموافقة قدرت ب 52.50%

## الإطار التطبيقي

وبالمتوسط الحسابي 1.95، أما الانحراف المعياري قدر بـ 0.825، بينما أقل نسبة بلغت 0.50% عند الأفراد الذين أجابوا على غير موافق بشدة.

الجدول رقم (08): يمثل الجدول الكفاءة والخبرة عند القائمين على مؤسسة موبيليس

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	القائمين على مؤسسة موبيليس ذوي خبرة وكفاءة عاليتان					التكرار	النسبة المئوية	السن
			غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
0.827	1.94	100	1	3	7	54	35	التكرار	%	إلى
		100,00 %	1,00%	3,00%	7,00%	54,00%	35,00%	النسبة المئوية		
		100	1	4	22	46	27	التكرار	%	إلى
		100,00 %	1,00%	4,00%	22,00%	46,00%	27,00%	النسبة المئوية		
		200	2	7	29	100	62	التكرار	%	المجموع
		100,00 %	1,00%	3,50%	14,50%	50,00%	31,00%	النسبة المئوية		
		53	2	3	3	25	20	التكرار	%	من 20 إلى 30 سنة
		100,00 %	3,80%	5,70%	5,70%	47,20%	37,70%	النسبة المئوية		
		50	0	1	9	28	12	التكرار	%	من 31 إلى 40 سنة
		100,00 %	0,00%	2,00%	18,00%	56,00%	24,00%	النسبة المئوية		
		48	0	1	11	21	15	التكرار	%	من 41 إلى 50 سنة
		100,00 %	0,00%	2,10%	22,90%	43,80%	31,20%	النسبة المئوية		

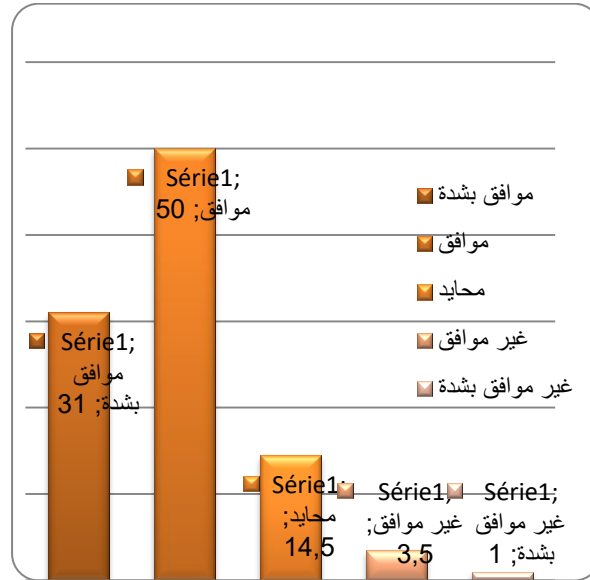


## الإطار التطبيقي

							من 51 سنة فما فوق	
	49	0	2	6	26	15	التكرار	%
	100,00 %	0,00%	4,10%	12,20 %	53,1 0%	30,6 0%	النسبة المئوية	
المجموع	200	2	7	29	100	62	التكرار	
	100,00 %	1,00%	3,50%	14,50 %	50,0 0%	31,0 0%	النسبة المئوية	
دون مستوى	41	0	2	6	17	16	التكرار	
	100,00 %	0,00%	4,90%	14,60 %	41,5 0%	39,0 0%	النسبة المئوية	
ابتدائي	42	0	1	5	20	16	التكرار	
	100,00 %	0,00%	2,40%	11,90 %	47,6 0%	38,1 0%	النسبة المئوية	
متوسط	43	0	1	6	28	8	التكرار	
	100,00 %	0,00%	2,30%	14,00 %	65,1 0%	18,6 0%	النسبة المئوية	
ثانوي	36	1	1	3	16	15	التكرار	
	100,00 %	2,80%	2,80%	8,30%	44,4 0%	41,7 0%	النسبة المئوية	
المستوى التعليمي جامعي	38	1	2	9	19	7	التكرار	
	100,00 %	2,60%	5,30%	23,70 %	50,0 0%	18,4 0%	النسبة المئوية	
المجموع	200	2	7	29	100	62	التكرار	
	100,00 %	1,00%	3,50%	14,50 %	50,0 0%	31,0 0%	النسبة المئوية	

## الإطار التطبيقي

									المئوية
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---------



الشكل رقم(08): اعمدة بيانية حول البند المتعلق ب الكفاءة والخبرة عند القائمين على مؤسسة موبيليس

نلاحظ من خلال الجدول رقم(08) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً(200)، والذين تمحورت إجاباتهم على البند رقم(03) والذي ينص على "القائمين على مؤسسة موبيليس ذوي خبرة وكفاءة عاليتين" انقسمت اجاباتهم على خمس فئات، أولاً فئة الجنس فكانت أكبر نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق فقدرت نسبتهم المئوية ب50.5%، بينما كانت نسبة الافراد الذين أجابوا على البديل موافق بشدة31.0%، تليها نسبة14.50% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل محايد، أما الأفراد الذين أجابوا على البديل غير موافق قدرت نسبتهم ب3.50%، تليها أقل نسبة تمثلت عند الأفراد الذين أجابوا على البديل غير موافق بشدة بحيث قدرت نسبتهم ب1.00%. أما الفئة الثانية فتمثلت في السن بحيث انقسم السن الى 4 أعمار، بداية بالعمر من 20 سنة الى 30 سنة فتمثلت أكبر نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق بلغت 47.20%، أما نسبة

## الإطار التطبيقي

37.70% تمثلت عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **موافق بشدة**، أما الأفراد الذين أجابوا على البديل **محايد** والبديل **غير موافق** فكانت نسبهم متساوية بحيث بلغت 5.70%، تليها أقل نسبة 3.80% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق بشدة**. أما الفئة الثانية تمثلت في عمر 31 سنة الى 40 سنة فكانت أكبر نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **موافق** بحيث قدرت نسبتهم 56.00%، تليها نسبة الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل **موافق بشدة** بحيث بلغت 24.00%، أما نسبة 18.00% تمحورت عند الأفراد الذين أجابوا على البديل محايد، تليها أقل نسبة عند الأفراد الذين اجابوا على البديل **غير موافق** قدرت نسبتهم المئوية 2.00% أما البديل **غير موافق بشدة** لم تكن هناك إجابات على البند رقم(03). أما الفئة الثالثة تمثلت في عمر 41 سنة الى 50 سنة بحيث كانت نسبة الإجابات الأفراد على البديل **موافق** بلغت 43.80%، أما الأفراد الذين أجابوا على البديل **موافق بشدة** بلغت نسبتهم 31.20%، تليها نسبة 18.00% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **محايد**، تليها أيضا أقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق** بحيث بلغت نسبتهم المئوية 2.00%، بينما البديل **غير موافق بشدة** لم تكن هناك اجابات. أما الفئة الأخيرة فتمثلت في عمر 51 سنة فما فوق بلغت أكبر نسبة لديهم عند البديل **موافق** بحيث قدرت 53.10%، أما نسبة 30.60% عند الذين اجابوا على البند **بموافق بشدة**، تليها نسبة 12.20% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **محايد**، تليها أيضا أقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق** بلغت نسبتهم المئوية 4.10%، أما البديل **غير موافق بشدة** لم تكن هناك اجابات.

نلاحظ أن الأفراد انقسموا أيضا على حسب المستوى التعليمي بحيث تمثلت اول فئة بدون مستوى حيث كانت نسبة الإجابات الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل **موافق** بلغت نسبتهم 41.50%، تليها نسبة 39.00% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **موافق بشدة**، أما بالنسبة للذين أجابوا على البديل **محايد** قدرت نسبتهم 14.50%، بينما الأفراد

## الإطار التطبيقي

الذين أجابوا على البديل **غير موافق** بلغت نسبتهم ب4.90%، أما البديل **غير موافق بشدة** لم تكن هناك اجابات. اما الفئة الثانية فتمثلت في المستوى الابتدائي حيث كانت نسبة الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل **موافق** قدرت ب47.50%، اما الافراد الذين أجابوا على البند **بموافق بشدة** بلغت نسبتهم المئوية 38.10%، تليها نسبة 11.90% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **محايد**، اما أقل نسبة تمثلت عند الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على البديل **غير موافق** بحيث بلغت 2.40%، بينما البديل **غير موافق بشدة** لم تكن هنا اجابات. نأتي الى الفئة الثالثة من المستوى تمثل في مستوى المتوسط كانت أكبر نسبة عند الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل **موافق** بحيث قدرت نسبتهم المئوية 65.10%، أما نسبة 18.60% تمثلت عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **موافق بشدة**، بينما كانت نسبة الأفراد الذين أجابوا على البديل **محايد** قدرت ب 14.00%، تليها أقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق** بحيث بلغت 2.80%، بالإضافة الى البديل **غير موافق بشدة** لم تكن هناك اجابات على البند المطروح. أما الفئة الرابعة من المستوى تمثلت في المستوى الثانوي حيث كانت أكبر نسبة الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على البديل **موافق** قدرت ب44.40%، أما الأفراد الذين أجابوا على البديل **موافق بشدة** قدرت نسبتهم 41.70%، بينما كانت نسبة الافراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل **محايد** بلغت نسبتهم 8.30%، تليها نسبة الأفراد الذين اجابوا على البديل **غير موافق** والبديل **غير موافق بشدة** بلغت نسبهم ب2.80% بحيث كانت متساوية في الاجابات. أما الفئة الأخيرة تمثلت عند الجامعيون او المستوى الجامعي فتمثلت اكبر نسبة لديهم في البديل **موافق** بحيث قدرت 50.00%، تليها نسبة الذين أجابوا على البديل **محايد** بحيث بلغت نسبتهم 23.70%، بينما كانت نسبة الأفراد الذين أجابوا على البديل **موافق بشدة** 18.40%، تليها نسبة الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق بشدة** بحيث قدرت ب5.30%، تليها أيضا أقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق بشدة** بحيث قدرت ب2.60%.

## الإطار التطبيقي

---

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول السابق نستنتج ان نسبة كبيرة من الأفراد أجابوا بأن القائمين على مؤسسة موبيليس ذوي خبرة وكفاءة بحيث قدرت نسبتهم 50.00%، وبالمتوسط الحسابي 1.94 والانحراف المعياري 0.827، بينما كانت أقل نسبة 1.00% من الأفراد الذين أجابوا على غير موافق بشدة.

ومن خلال ما سبق يمكن تفسير أن الخبرة والكفاءة عند عمال مؤسسة موبيليس تعتبر عاملا وعنصرا مهما، فالعمال من خلال خبراتهم يمكنهم كسب ثقة الجماهير الخارجية للمؤسسة.

## الإطار التطبيقي

الجدول رقم (09): يمثل الجدول الأمانة التي تتسم بها الخدمات والعروض المقدمة من مؤسسة موبيليس

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الخدمات والعروض المقدمة من مؤسسة موبيليس تتسم بالأمانة								
		المجموع	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
1.00 3	2.3 3	100	2	14	28	43	13	التكرار	الجنس ذكر	
		100,00	2,00	14,00	28,00	43,00	13,00	النسبة % المئوية		
		%	%	%	%	%	%			
		100	5	6	14	51	24	التكرار		الجنس أنثى
		100,00	5,00	6,00%	14,00	51,00	24,00	النسبة % المئوية		
		%	%	%	%	%	%			
		200	7	20	42	94	37	التكرار	المجموع	
		100,00	3,50	10,00	21,00	47,00	18,50	النسبة % المئوية		
		%	%	%	%	%	%			
		53	1	4	9	23	16	التكرار		السن
		100,00	1,90	7,50%	17,00	43,40	30,20	النسبة % المئوية		
		%	%	%	%	%	%			
		50	3	4	8	24	11	التكرار	من 20 إلى 30 سنة	
		100,00	6,00	8,00%	16,00	48,00	22,00	النسبة % المئوية		
		%	%	%	%	%	%			
		48	3	6	10	21	8	التكرار		من 31 إلى 40 سنة
		100,00	6,20	12,50	20,80	43,80	16,70	النسبة % المئوية		
		%	%	%	%	%	%			
		49	0	6	15	26	2	التكرار	من 41 إلى 50 سنة	
		100,00	0,00	12,20	30,60	53,10	4,10%	النسبة % المئوية		
		%	%	%	%	%	%			
		200	7	20	42	94	37	التكرار		من 51 سنة فأفوق
		100,00	3,50	10,00	21,00	47,00	18,50	النسبة % المئوية		
		%	%	%	%	%	%			
200	7	20	42	94	37	التكرار	المجموع			
100,00	3,50	10,00	21,00	47,00	18,50	النسبة % المئوية				
%	%	%	%	%	%					

## الإطار التطبيقي

	41	0	4	12	15	10	التكرار	دون مستوى	المستوى التطبيقي
							النسبة %		
	100,00	0,00	9,80%	29,30	36,60	24,40	المئوية		
	%	%		%	%	%			
	42	4	5	3	21	9	التكرار	الابتدائي	
							النسبة %		
	100,00	9,50	11,90	7,10%	50,00	21,40	المئوية		
	%	%	%		%	%			
	43	1	1	13	22	6	التكرار	متوسط	
							النسبة %		
	100,00	2,30	2,30%	30,20	51,20	14,00	المئوية		
	%	%		%	%	%			
36	0	2	6	17	11	التكرار	ثانوي		
						النسبة %			
100,00	0,00	5,60%	16,70	47,20	30,60	المئوية			
%	%		%	%	%				
38	2	8	8	19	1	التكرار	جامعي		
						النسبة %			
100,00	5,30	21,10	21,10	50,00	2,60%	المئوية			
%	%	%	%	%					
200	7	20	42	94	37	التكرار	المجموع		
						النسبة %			
100,00	3,50	10,00	21,00	47,00	18,50	المئوية			
%	%	%	%	%	%				

التمثيل البياني رقم(09): يمثل الأمانة التي تتسم بها الخدمات والعروض المقدمة من مؤسسة موبيليس

نلاحظ من خلال الجدول رقم(09) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً(200) والذين تمحورت إجاباتهم على البند رقم(04) والذي نص على "الخدمات والعروض المقدمة من مؤسسة موبيليس تتسم بالأمانة"، انقسمت اجاباتهم على خمس فئات، أولاً فئة الجنس فكانت أكبر نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق فقدرت نسبتهم 47.00%، ونسبة الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على البديل محايد بلغت 21.00% بينما نسبة 18.50% تمثلت عند الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على

## الإطار التطبيقي

البديل **موافق بشدة**، أما الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق** 10.00%، تليها أقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق بشدة** بحيث قدرت نسبتهم المئوية 3.50%. أما الفئة الثانية فتمثلت في السن بحيث انقسم السن الى 4 أعمار، بداية بالعمر من 20 سنة الى 30 سنة فتمثلت أكبر نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **موافق** بلغت 43.40%، أما نسبة 30.20% تمثلت عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **موافق بشدة**، وتمثلت نسبة 17.00% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **محايد**، بينما نسبة 7.50% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق**، تليها أقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق بشدة** بحيث قدرت ب 1.90%. أما الفئة الثانية تمثلت في عمر 31 سنة الى 40 سنة فكانت أكبر نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **موافق** بحيث قدرت نسبتهم 48.00%، تليها نسبة 22.00% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **موافق بشدة**، أما نسبة 16.00% عند الأفراد الذين أجابوا على البند **بمحايد**، بينما كانت نسبة الذين أجابوا على غير موافق بلغت نسبتهم 8.00%، تليها أقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق بشدة** قدرت نسبتهم ب 6.00%. أما الفئة الثالثة تمثلت في عمر 41 سنة الى 50 سنة بحيث كانت نسبة الإجابات الأفراد على البديل **موافق** بلغت 43.80%، أما الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق بشدة بلغت نسبتهم 16.70%، تليها نسبة 20.80% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **محايد**، تليها أيضا نسبة الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق** بحيث بلغت نسبتهم المئوية 12.50%، بينما البديل **غير موافق بشدة** قدرت نسبتهم 6.20%. أما الفئة الأخيرة فتمثلت في عمر 51 سنة فما فوق بلغت أكبر نسبة لديهم عند البديل **موافق** بحيث قدرت 53.10%، أما نسبة 30.60% عند الذين اجابوا على البند **بمحايد**، تليها نسبة 12.20% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق**، تليها أيضا أقل نسبة عند الأفراد الذين



## الإطار التطبيقي

أجابوا على البديل **موافق بشدة** بلغت نسبتهم المئوية 4.10%، أما البديل غير **موافق بشدة** لم تكن هناك اجابات.

ونلاحظ أن الأفراد عينة الدراسة انقسموا أيضا على حسب المستوى التعليمي بحيث تمثلت اول فئة بدون مستوى حيث كانت نسبة الإجابات الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل **موافق** بلغت 36.60%، بينما بلغت نسبهم عند البديل **محايد** 29.30%، أما الذين أجابوا على البديل **موافق بشدة** بلغت نسبتهم 24.40%، تليها اقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق** 9.80%، أما البديل **غير موافق بشدة** لم تكن هناك اجابات. اما الفئة الثانية فتمثلت في المستوى الابتدائي حيث كانت نسبة الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل **موافق بشدة** قدرت ب 45.20%، اما الافراد الذين أجابوا على البند **بموافق** بلغت نسبتهم المئوية 42.90%، تليها نسبة 7.10% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق بشدة**، اما أقل نسبة تمثلت عند الأفراد الذين تمحورت إجابتهم على البديل **غير موافق** والبديل **محايد** بحيث بلغت 2.40%، بمعنى أن نسب الأفراد الذين أجابوا على البديلين **محايد** و**غير موافق** متساويين. نأتي الى الفئة الثالثة من المستوى تمثل في مستوى المتوسط كانت أكبر نسبة عند الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل **موافق** بحيث قدرت نسبتهم المئوية 53.50%، أما نسبة 41.90% تمثلت عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **موافق بشدة**، بينما كانت نسبة الأفراد الذين أجابوا على البديل **محايد** والبديل **غير موافق** قدرت ب 2.30%، بالإضافة الى البديل **غير موافق بشدة** لم تكن هناك اجابات على البند المطروح. أما الفئة الرابعة من تمثلت في المستوى الثانوي حيث كانت أكبر نسبة الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على البديل **موافق بشدة** قدرت ب 52.80%، أما الأفراد الذين أجابوا على البديل **موافق** قدرت نسبتهم 44.40%، بينما كانت نسبة الافراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل **محايد** بلغت نسبتهم 2.80%، أما البديل **غير موافق** والبديل **غير موافق بشدة** لا توجد اجابات عن البند. أما الفئة الأخيرة تمثلت عند الجامعيون

## الإطار التطبيقي

أو المستوى الجامعي فتمثلت أكبر نسبة لديهم في البديل **موافق** بحيث قدرت بـ 45.00%، تليها نسبة الذين أجابوا على البديل **موافق بشدة** بحيث بلغت نسبتهم 43.50%، بينما كانت نسبة الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق** 5.50%، تليها نسبة الأفراد الذين أجابوا على البديل **محايد** بحيث قدرت بـ 4.00%، تليها أيضا أقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل **غير موافق بشدة** بحيث قدرت بـ 2.00%.

من خلال التحليل السابق نستخلص أن أكبر نسبة عند البند رقم (04) والذي ينص على الخدمات والعروض المقدمة من مؤسسة موبيليس تتسم بالأمانة قدرت بـ 47.00%، أي أن نسبة 47.00% يتفاعلون مع البند المطروح بموافق، وبالمتوسط الحسابي 2.33 والانحراف المعياري 1.003، بينما كانت أقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البند بلغت نسبتهم المئوية بـ 3.50%.

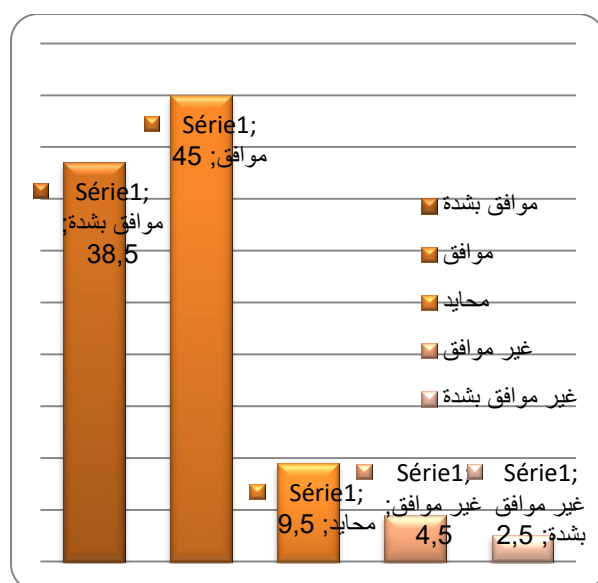
## الإطار التطبيقي

الجدول رقم(10): يمثل الجدول إجابات المبحوثين عن البند الذي ينص على نزاهة المؤسسة وصورتها وسمعتها الطيبة وخدماتها المعروضة تجعلك تثق بما تعرضه

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نزاهة المؤسسة صورتها الحسنة وسمعتها الطيبة وخدماتها المعروضة تجعلك تثق بما تعرضه									
		المجموع						التكرار	النسبة % المئوية		
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة				
0.935	1.88	100	0	4	11	46	39	التكرار	تكر		
		100,00 %	0,00%	4,00 %	11,00 %	46,00 %	39,00 %	النسبة % المئوية			
		100	5	5	8	44	38	التكرار	تكر	الظن	
		100,00 %	5,00%	5,00 %	8,00 %	44,00 %	38,00 %	النسبة % المئوية			
		200	5	9	19	90	77	التكرار	المجموع		
		100,00 %	2,50%	4,50 %	9,50 %	45,00 %	38,50 %	النسبة % المئوية			
		53	0	2	6	19	26	التكرار	من 20 إلى 30 سنة		
		100,00 %	0,00%	3,80 %	11,30 %	35,80 %	49,10 %	النسبة % المئوية			
		50	1	2	4	24	19	التكرار	من 31 إلى 40 سنة		
		100,00 %	2,00%	4,00 %	8,00 %	48,00 %	38,00 %	النسبة % المئوية			
		48	3	2	5	22	16	التكرار	من 41 إلى 50 سنة		
		100,00 %	6,20%	4,20 %	10,40 %	45,80 %	33,30 %	النسبة % المئوية			
		49	1	3	4	25	16	التكرار	من 51 سنة فما فوق		
		100,00 %	2,00%	6,10 %	8,20 %	51,00 %	32,70 %	النسبة % المئوية			
		200	5	9	19	90	77	التكرار	المجموع		
		100,00 %	2,50%	4,50 %	9,50 %	45,00 %	38,50 %	النسبة % المئوية			
		41	1	1	5	17	17	التكرار	ك	ح	ج

## الإطار التطبيقي

		100,00 %	2,40%	2,40 %	12,20 %	41,50 %	41,50 %	النسبة المئوية %		
		42	2	2	4	18	16	التكرار	الابتدائي	
		100,00 %	4,80%	4,80 %	9,50 %	42,90 %	38,10 %	النسبة المئوية %		
		43	0	2	1	22	18	التكرار	متوسط	
		100,00 %	0,00%	4,70 %	2,30 %	51,20 %	41,90 %	النسبة المئوية %		
		36	1	1	3	15	16	التكرار	ثانوي	
		100,00 %	2,80%	2,80 %	8,30 %	41,70 %	44,40 %	النسبة المئوية %		
		38	1	3	6	18	10	التكرار	جامعي	
		100,00 %	2,60%	7,90 %	15,80 %	47,40 %	26,30 %	النسبة المئوية %		
		200	5	9	19	90	77	التكرار	المجموع	
		100,00 %	2,50%	4,50 %	9,50 %	45,00 %	38,50 %	النسبة المئوية %		



## الإطار التطبيقي

الشكل رقم(10): يمثل إجابات المبحوثين عن البند الذي ينص على نزاهة المؤسسة وصورتها وسمعتها الطيبة وخدماتها المعروضة تجعلك تثق بما تعرضه

نلاحظ من خلال الجدول رقم(10) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً(200) والذين تمحورت إجاباتهم على البند رقم(05) والذي نص على "نزاهة المؤسسة وصورتها وسمعتها تجعلك تثق بما تعرضه"، انقسمت اجاباتهم على خمس فئات، أولاً فئة الجنس فكانت أكبر نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق فقدرت 45.00%، ونسبة الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على البديل موافق بشدة بلغت 38.50% بينما نسبة 9.50% تمثلت عند الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل محايد، أما الأفراد الذين أجابوا على البديل غير موافق قدرت ب4.50%، تليها أقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل غير موافق بشدة بحيث قدرت نسبتهم المئوية 2.50%. أما الفئة الثانية فتمثلت في السن بحيث انقسم السن الى 4 أعمار، بداية بالعمر من 20 سنة الى 30 سنة فتمثلت أكبر نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق بشدة بلغت 49.10%، أما نسبة 35.80% تمثلت عند الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق، وتمثلت نسبة 11.30% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل محايد، بينما نسبة 3.80% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل غير موافق، أما البديل غير موافق بشدة لم تكن هناك إجابات. أما الفئة الثانية تمثلت في عمر 31 سنة الى 40 سنة فكانت أكبر نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق بحيث قدرت نسبتهم 48.00%، تليها نسبة 38.00% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق بشدة، أما نسبة 8.00% عند الأفراد الذين أجابوا على البند بمحايد، بينما كانت نسبة الذين أجابوا على غير موافق بلغت نسبتهم 4.00%، تليها أقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل غير موافق بشدة قدرت نسبتهم ب 2.00%. أما الفئة الثالثة تمثلت في عمر 41 سنة الى 50 سنة بحيث كانت نسبة الإجابات الأفراد على البديل موافق بلغت 45.80%، أما الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق بشدة بلغت

## الإطار التطبيقي

نسبتهم 33.30%، تليها نسبة 10.40% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل محايد، تليها أيضا نسبة الأفراد الذين أجابوا على البديل غير موافق بحيث بلغت نسبتهم المئوية 4.20%، بينما البديل غير موافق بشدة قدرت نسبتهم 6.20%. أما الفئة الأخيرة فتمثلت في عمر 51 سنة فما فوق بلغت أكبر نسبة لديهم عند البديل موافق بحيث قدرت 51.00%، أما نسبة 32.70% عند الذين اجابوا على البند بموافق بشدة، تليها نسبة 8.20% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل محايد، تليها أيضا نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل غير موافق بلغت نسبتهم المئوية 6.10%، بينما كانت أقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل بغير موافق بشدة بلغت 2.00%.

ونلاحظ أن الأفراد عينة الدراسة انقسموا أيضا على حسب المستوى التعليمي بحيث تمثلت اول فئة بدون مستوى حيث كانت نسبة الإجابات الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل موافق و البديل موافق بشدة بلغت 41.50%، بينما بلغت نسبهم عند البديل محايد 12.20%، تليها اقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل غير موافق والبديل غير موافق بشدة بحيث قدرت ب 2.40%. اما الفئة الثانية فتمثلت في المستوى الابتدائي حيث كانت نسبة الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل موافق قدرت ب 42.90%، اما الافراد الذين أجابوا على البند بموافق بشدة بلغت نسبتهم المئوية 38.10%، تليها نسبة 9.50% عند الأفراد الذين أجابوا على البديل غير موافق بشدة، اما أقل نسبة تمثلت عند الأفراد الذين تمحورت إجابتهم على البديل غير موافق والبديل غير موافق بشدة بحيث بلغت 4.80%، بمعنى أن نسب الأفراد الذين أجابوا على البديلين غير موافق وغير موافق بشدة متساويين. نأتي الى الفئة الثالثة من المستوى تمثل في مستوى المتوسط كانت أكبر نسبة عند الأفراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل موافق بحيث قدرت نسبتهم المئوية 51.20%، أما نسبة 41.90% تمثلت عند الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق بشدة، بينما كانت نسبة الأفراد الذين أجابوا على البديل غير موافق قدرت ب 4.70%، بالإضافة

## الإطار التطبيقي

الى البديل محايد بلغت نسبتهم 2.30%، أما البديل غير موافق لم تكن هناك إجابات. أما الفئة الرابعة تمثلت في المستوى الثانوي حيث كانت أكبر نسبة الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على البديل موافق بشدة قدرت ب 44.40%، أما الأفراد الذين أجابوا على البديل موافق قدرت نسبتهم 41.70%، بينما كانت نسبة الافراد الذين تمحورت اجاباتهم على البديل محايد بلغت نسبتهم 8.30%، أما البديل غير موافق والبديل غير موافق بشدة بلغت نسبهم المئوية 2.80%. أما الفئة الأخيرة تمثلت عند الجامعيين او المستوى الجامعي فتمثلت اكبر نسبة لديهم في البديل موافق بحيث قدرت 47.40%، تليها نسبة الذين أجابوا على البديل موافق بشدة بحيث بلغت نسبتهم 26.30%، بينما كانت نسبة الأفراد الذين أجابوا على البديل محايد قدرت ب 15.80%، تليها نسبة الأفراد الذين أجابوا على البديل غير موافق بحيث بلغت 7.90%، تليها أيضا أقل نسبة عند الأفراد الذين أجابوا على البديل غير موافق بشدة بحيث قدرت ب 2.50%.

من خلال نتائج المتحصل عليها من الجدول السابق نستنتج أن أكبر نسبة بلغت 45.00% عند الأفراد الذين يتفاعلون مع البند رقم (05)، وبالمتوسط الحسابي 1.88 والانحراف المعياري الذي بلغ 0.935، بينما قدرت أقل نسبة عند الجماهير 2.50% ويمكن تفسير ذلك بأن نزاهة المؤسسة وسمعتها الطيبة تجعل الفرد يثق فيما تقدمه مؤسسة موبيليس من خدمات وعروض.

## الإطار التطبيقي

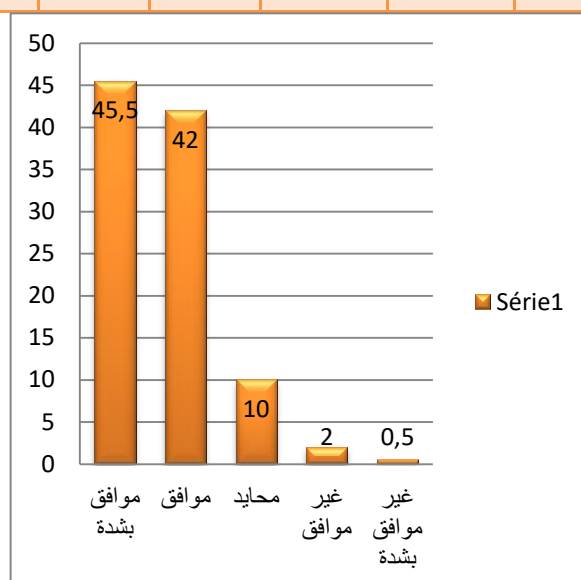
الجدول رقم(11): يمثل الأرقام والنسب المتحصل عليها من البند السادس والتي تعبر عن إجابات المبحوثين حول طريقة استقبال الزبائن من طرف القائمين على مؤسسة موبيليس

الاحصاف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	يستقبل القائمين على مؤسسة موبيليس زبائنهم بأسلوب حسن وراقي في وكالاتهم											
			موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة							
0.77 0	1.7 0	100	0	3	7	45	45	التكرار	الجنس ذكر					
		100,00	0,00	3,00	7,00%	45,00	45,00	النسبة % المئوية						
		%	%	%		%	%							
		100	1	1	13	39	46	التكرار				الجنس أنثى		
		100,00	1,00	1,00	13,00	39,00	46,00	النسبة % المئوية						
		%	%	%	%	%	%							
		200	1	4	20	84	91	التكرار	المجموع					
		100,00	0,50	2,00	10,00	42,00	45,50	النسبة % المئوية						
		%	%	%	%	%	%							
		53	0	3	1	21	28	التكرار				السن		
		100,00	0,00	5,70	1,90%	39,60	52,80	النسبة % المئوية						
		%	%	%		%	%							
		50	1	1	2	26	20	التكرار	من 20 إلى 30 سنة					
		100,00	2,00	2,00	4,00%	52,00	40,00	النسبة % المئوية						
		%	%	%		%	%							
		48	0	0	8	20	20	التكرار				من 31 إلى 40 سنة		
		100,00	0,00	0,00	16,70	41,70	41,70	النسبة % المئوية						
		%	%	%	%	%	%							
49	0	0	9	17	23	التكرار	من 41 إلى 50 سنة							
100,00	0,00	0,00	18,40	34,70	46,90	النسبة % المئوية								
%	%	%	%	%	%									
200	1	4	20	84	91	التكرار				من 51 سنة فما فوق				
100,00	0,50	2,00	10,00	42,00	45,50	النسبة % المئوية								
%	%	%	%	%	%									
200	1	4	20	84	91	التكرار	المجموع							
100,00	0,50	2,00	10,00	42,00	45,50	النسبة % المئوية								
%	%	%	%	%	%									



## الإطار التطبيقي

	41	0	1	7	13	20	التكرار	دون مستوى	المستوى التطبيقي
							النسبة % المئوية		
	100,00	0,00	2,40	17,10	31,70	48,80			
	%	%	%	%	%	%			
	42	1	1	2	16	22	التكرار	المتالي	
							النسبة % المئوية		
	100,00	2,40	2,40	4,80%	38,10	52,40			
	%	%	%		%	%			
	43	0	0	3	22	18	التكرار	متوسط	
							النسبة % المئوية		
	100,00	0,00	0,00	7,00%	51,20	41,90			
	%	%	%		%	%			
36	0	1	2	14	19	التكرار	ثانوي		
						النسبة % المئوية			
100,00	0,00	2,80	5,60%	38,90	52,80				
%	%	%		%	%				
38	0	1	6	19	12	التكرار	جامعي		
						النسبة % المئوية			
100,00	0,00	2,60	15,80	50,00	31,60				
%	%	%	%	%	%				
200	1	4	20	84	91	التكرار	المجموع		
						النسبة % المئوية			
100,00	0,50	2,00	10,00	42,00	45,50				
%	%	%	%	%	%				



الشكل البياني رقم (11): اعمدة بيانية توضح إجابات المبحوثين حول البند السادس

## الإطار التطبيقي

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه والذي تضمن إجابات المبحوثين حول مدى موافقتهم على حسن استقبال القائمين على مؤسسة موبيليس لزبائنهم ان اغلب المبحوثين اتجهوا إلى إن زبائن هذه المؤسسة يحظون باستقبال حسن وراقي.

حيث أجاب الذكور بالبديل **موافق بشدة** بنسبة 45 % والذي بلغ عددهم 45 شخص وبالبديل **موافق** بنسبة 45% أيضا ، أما بالنسبة للإناث فقد اتفق 46% منهم على الإجابة بالبديل **موافق بشدة** والذي بلغ عددهم 46 شخص و39% كانت إجاباتهم **بموافق**. أما بقية الإجابات ( محايد ، غير موافق ، غير موافق بشدة) فقد نالت نسب ضئيلة جدا حيث قدرت بالترتيب كما يلي (7% ، 3% ، 0%) بالنسبة للذكور. إما بالنسبة للإناث فقد كانت نسب إجاباتهم على بقية الاختيارات كما يلي بالترتيب ( 13% . 1% . 1%)

أما بالنسبة للتقسيم العمري فقد كانت أعلى نسبة إجابة الذين أعمارهم بين ( 20 إلى 30) سنة حيث اتفقوا على الإجابة **بموافق بشدة** بنسبة قدرت ب 52،80% . أما الذين أعمارهم بين ( 31 إلى 40 سنة ) فقد انقسمت إجاباتهم إلى 40% **"موافق بشدة"** و 52% للإجابة **"بموافق"** . وحصل البديل **"محايد"** على نسبة 4% من نسب الموجبين تليها نسبة 2% لكل من البديل **"غير موافق"** و **"غير موافق بشدة"**. وبخصوص المبحوثين الذين أعمارهم بين ( 41 إلى 50 سنة) تعادل فيهم عدد الموجبين على العبارة **"موافق وموافق بشدة"** بعدد قدر ب 20 فردا أما الذين أجابوا بالبديل **"محايد"** بلغ عددهم 8 أفراد بنسبة قدرت ب 16،70% . أما الإجابة على البند بالبديل **غير موافق وغير موافق بشدة** قدرت ب 0،00% من مجموع المبحوثين أما الفئة العمرية الأخيرة من 50 سنة فما فوق كانت إجاباتهم على البند: يستقبل القائمين على مؤسسة موبيليس زبائنهم بأسلوب راقى وحسن على النحو التالي: الإجابة **بموافق بشدة** بعدد قدر ب 23 فرد والذين قدرت نسبتهم ب 46،90% وهي أعلى نسبة في هذه الفئة تليها نسبة الموجبين **بموافق** بعدد قدر ب 17 فردا أما بالنسبة

## الإطار التطبيقي

للمحايدین لهذا البند فعددهم 9 أفراد بنسبة قدرت ب 18,40% تليها نسبة الموجبين بالبديل **غير موافق وغير موافق بشدة** بنسبة 0,00% . ألان نستخلص النتائج المتعلقة بفئة المستوى التعليمي والتي قسمناها إلى 5 مجموعات المجموعة الأولى دون مستوى والتي أجاب اغلب عناصرها **بموافق** بعدد قدره 20 فرد بنسبة قدرت ب 48,80% تليها نسبة الإجابة **بموافق** بعدد 13 فردا . اما بالنسبة للمحايدین عن هذه العبارة فقدرت نسبتهم ب 17,10% والذين أجابوا بالبديل غير **موافق وغير موافق** بشدة لهما اقل نسبة قدرت ب (2,40% 0,00%).

أما المجموعة الثانية تخص المستوى الابتدائي قسمت إلى 5 فئات حسب إجاباتهم الفئة الأولى أجابت **بموافق** بعدد قدر ب 22 فردا أما الفئة الثانية التي أجابت **بموافق بشدة** بعدد قدر ب 16 فردا قدرت نسبتهم ب 38,10% أما بالنسبة لكل من البديل **محايد وغير موافق وغير موافق بشدة** فقد تراوح عدد الموجبين بين 1 و 2 فردا . أما ذوي المستوى الثانوي فقد كانت إجاباتهم على النحو التالي **موافق بشدة** بعدد 19 فردا و**موافق** بعدد 14 فردا أما المحايدین لهذه العبارة في المستوى الثانوي و فعددهم 2 فردا و قدرت نسبتهم ب 5,20% أما بالنسبة للإجابة بالبديل غير **موافق** نسبتها 2,80% وغير **موافق بشدة** بنسبة 0,00% .

أما المجموعة الخامسة فتخص الجامعيين والذين انقسموا بإجاباتهم إلى خمس فئات كانت نتائجهم كالتالي الفئة الأولى أجابت **بموافق بشدة** بنسبة قدرت ب 31,60% أما الذين أجابوا **بموافق** قدر عددهم ب 19 فردا نسبتهم 50,00% أما البديل **محايد** فقد حصل على إجابة 6 أفراد من مجموع الموجبين . اما الذين أجابوا **بغير موافق** في المستوى الجامعي فعددهم فردا واحدا وحصل البديل غير **موافق بشدة** على ادني نسبة قدرت ب 0,00% .

من خلال هذه القراءة للجدول الذي يحمل نتائج ونسب الإجابات للجمهور على البند رقم (6) نستخلص مجموعة من النتائج أهمها : اتفق كل من الإناث والذكور بمختلف

## الإطار التطبيقي

مستوياتهم التعليمية والعمرية على إن مؤسسة موبيليس تستقبل زبائنهم بشكل راقى وأسلوب حسن، حيث عبرت إجاباتهم بموافق وموافق بشدة على البند الذي يتمحور حول: استقبال القائمين للمؤسسة موبيليس لزبائنهم بأسلوب راقى وحسن بنسب جد مرتفعة تبرز رضاهم على طريقة الاستقبال التي يحظى بها جمهور مؤسسة موبيليس وهذا يدل على ان القائمين على مؤسسة موبيليس يولون اهتمام كبير لزبائنهم عند زيارتهم لوكالات هذه المؤسسة مما يجعلهم يشعرون بالارتياح ومدى أهميتهم بالنسبة لهذه المؤسسة كما تدل إجاباتهم أيضا على مدى إعجاب الجمهور الخارجي بمعاملة القائمين على المؤسسة لهم.

كما نستنتج أيضا أن القائمين على مؤسسة موبيليس يعملون على إرضاء جمهورهم الخارجي بداية بحسن استقبالهم كما تدل قيمة الوسيط الحسابي المقدرة ب 1،70 على مدى موافقة الجمهور على هذه العبارة كما تدل على اتجاهه نحو التعامل مع مؤسسة موبيليس بشكل جيد. و هذا تظهره الأعمدة البيانية أدناه بشكل أوضح حيث تظهر النسب المرتفعة "الموافق وموافق بشدة " تدعم البند.

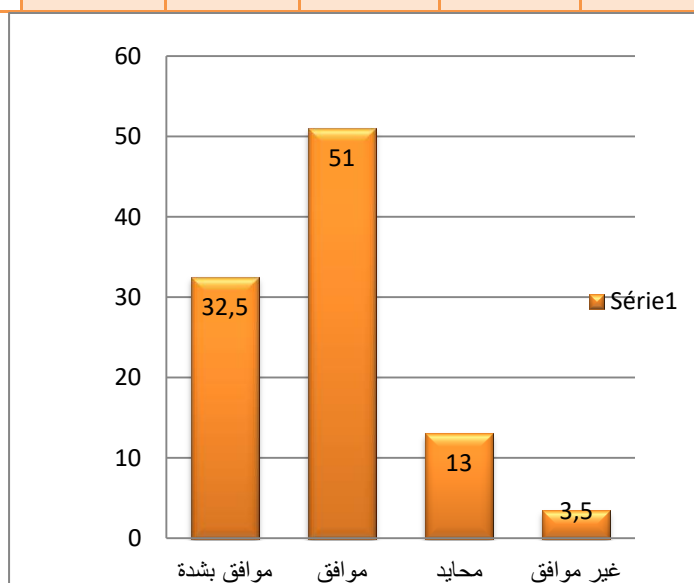
## الإطار التطبيقي

**الجدول رقم (12) : جدول يتضمن الأرقام والنسب المئوية التي تعبر عن إجابات الجمهور حول البند السابع**

المعيار	الالتزام	المجموع	عند زيارتك لوكالات موبيليس يتم توضيح إجراءات وشروط الخدمة عند الحاجة لذلك				التكرار	النسبة % المئوية	الجنس
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق			
0.763	1.88	100	5	12	55	28	التكرار	ذكر	
		100,00%	5,00%	12,00%	55,00%	28,00%	النسبة % المئوية		
		100	2	14	47	37	التكرار	أنثى	
		100,00%	2,00%	14,00%	47,00%	37,00%	النسبة % المئوية		
		200	7	26	102	65	التكرار	المجموع	
		100,00%	3,50%	13,00%	51,00%	32,50%	النسبة % المئوية		
		53	1	7	27	18	التكرار	من 20 إلى 30 سنة	
		100,00%	1,90%	13,20%	50,90%	34,00%	النسبة % المئوية		
		50	2	2	33	13	التكرار	من 31 إلى 40 سنة	
		100,00%	4,00%	4,00%	66,00%	26,00%	النسبة % المئوية		
		48	1	7	22	18	التكرار	من 41 إلى 50 سنة	
		100,00%	2,10%	14,60%	45,80%	37,50%	النسبة % المئوية		
		49	3	10	20	16	التكرار	من 51 سنة فما فوق	
		100,00%	6,10%	20,40%	40,80%	32,70%	النسبة % المئوية		
		200	7	26	102	65	التكرار	المجموع	

## الإطار التطبيقي

		100,00%	3,50%	13,00%	51,00%	32,50%	النسبة % المئوية		
		41	2	10	16	13	التكرار	دون مستوى	
		100,00%	4,90%	24,40%	39,00%	31,70%	النسبة % المئوية		
		42	2	5	21	14	التكرار	ابتدائي	
		100,00%	4,80%	11,90%	50,00%	33,30%	النسبة % المئوية		
		43	1	5	21	16	التكرار	متوسط	
		100,00%	2,30%	11,60%	48,80%	37,20%	النسبة % المئوية		
		36	0	1	23	12	التكرار	ثانوي	
		100,00%	0,00%	2,80%	63,90%	33,30%	النسبة % المئوية		
		38	2	5	21	10	التكرار	جامعي	المستوى التعليمي
		100,00%	5,30%	13,20%	55,30%	26,30%	النسبة % المئوية		
		200	7	26	102	65	التكرار	المجموع	
		100,00%	3,50%	13,00%	51,00%	32,50%	النسبة % المئوية		



## الإطار التطبيقي

### الشكل رقم (12): اعمدة بيانية توضح اجابات المبحوثين حول البند السابع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً ( 200 ) فرداً قد انقسمت على أساس الجنس ، السن ، والمستوى التعليمي حيث كانت إجابات الذكور على البند الذي تمحور حول : **عند زيارتك لوكالات مؤسسة يتم توضيح إجراءات وشروط الخدمة عند الحاجة لذلك بالبدل موافق** بنسبة 55,00 % بعدد قدره 55 فرداً وهي أعلى نسبة تليها نسبة الإجابة بالبدل **موافق بشدة** قدرت ب 28,0 % أما الذين أجابوا بالبدل **محايد** فقد كانت نسبتهم مرتفعة قليلاً قدرت ب 12,00 % أما الذين أجابوا بالبدل **غير موافق** و **غير موافق بشدة** فنسبتهم منخفضة تتراوح بين ( 5% ، 0,00% ) .

أما الإناث فقد كانت كذلك نسبة إجاباتهم بالبدل **موافق** هي أكبر نسبة قدرت ب 47,00 % أما الإناث الذين اختاروا الإجابة بالبدل **موافق بشدة** قدرت نسبتهم ب 37,00 % اما الذين اختاروا الإجابة بالبدل **محايد** فبلغ عددهم 14 فرداً وهو عدد كبير قليلاً . أما الذين أجابوا بالبدل **غير موافق** فعددهم 2 فرداً من مجموع أفراد العينة ، اما **الغير موافق بشدة** فنسبتها حسب الجدول 0,00 %

أما بالنسبة لفئة السن فحسب الجدول مجموع إجاباتهم من العمر ( 20 سنة إلى 50 سنة ) فما فوق بالبدل **موافق** وهي أعلى نسبة قدرت ب 51 % تليها نسبة الإجابة بالبدل **موافق بشدة** بنسبة 34,00 % وتليها نسبة الإجابة بالبدل **محايد** بنسبة 13,00 % بعدد قدر ب 26 فرداً أما البديل **غير موافق** حسب الجدول نسبة الإجابة فيه 3,50 % أما البديل **غير موافق بشدة** يظهر الجدول بنسبة 0,00 %

وبخصوص فئة المستوى التعليمي فمجموع الإجابات من أفراد العينة دون المستوى إلى المستوى الجامعي الذين أجابوا **بموافق** وهي أعلى نسبة قدرت ب 51,00 % بعدد 102 فرداً تليها نسبة الذين أجابوا بالبدل **موافق بشدة** حسب مجموع الإجابات لجميع المستويات

## الإطار التطبيقي

32,5% وكذلك تليها نسبة الإجابة بالبديل محايد بجموع إجابات قدر ب 26 فردا ثم الإجابة بالبديل غير موافق بنسبة 3,5% بعدد قدر ب 7 أفراد أما البديل الغير موافق بشدة فهو كباقي الفئات حصل على نسبة 0,00% وكانت أعلى نسبة إجابة للبديل موافق عند ذوي المستوى الثانوي وقدرت ب 63,90% أما ادني نسبة موجبين بهذا البديل من أفراد العينة دون المستوى وقدرت ب 00,39%

من خلال هذا التحليل والقراءة للجدول نستطيع أن نستخلص مجموعة من النتائج حول البند السابع انطلاقا من إجابات المبحوثين. حيث تثبت النسب المرتفعة للإجابة بالبديل موافق والبديل موافق بشدة مدى موافقة الجمهور على العبارة التي تنص على ما يلي: **عند زيارتك لوكالات موبيليس يتم توضيح إجراءات وشروط الخدمة عند الحاجة لذلك.** وبالتالي نستنتج أن الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس عند حاجته لتوضيح أو شرح لأي خدمة من خدمات موبيليس فانه يتجه لوكالات هذه المؤسسة ويحظى بالخدمة التي يريدها هذا من جهة ومن جهة أخرى نستنتج أن الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس يثني بحسن التعامل الذي يحظى به من طرف القائمين على هذه المؤسسة . ومنه نستنتج أيضا أن القائمين على مؤسسة موبيليس يلبنون حاجيات جماهيرهم ويسهلون عليهم طرق استغلال الخدمات التي توفرها هذه المؤسسة وهذا ما أثبتته النتائج في الجدول أعلاه حيث تؤكد سعي العمال داخل المؤسسة لخدمة زبائنهم وارتياح الجماهير وعدم تعرضهم لسوء المعاملة او تذرر الفاعلين في هذه المؤسسة.

غير أننا نلاحظ أن هناك نسبة مرتفعة قليلا من المحايدين عن العبارة أي الذين أجابوا بمحايد والتي قدرت نسبتهم ب 13,20% وهذا يمكن تفسيره بحجتين الأولى أما إن أفراد العينة الذين أجابوا بهذا البديل لم يسبق وان زاروا وكالات مؤسسة موبيليس من اجل هذه الخدمة وبالتالي لا يستطيعون إبداء آراءهم أو إطلاق حكم معين . إما السبب الثاني الذي يمكن أن نفسر به هذه النسبة هو تعامل الجمهور الخارجي مع هذه الوكالات بالاتصال



## الإطار التطبيقي

الغير مباشر أي عند الحاجة لشرح خدمة معينة فهو يقوم بالاتصال الغير مباشر كالاتصال هاتفيا أو عبر البريد الالكتروني .

إلا أن نسبة المتوسط الحسابي المرتفعة لحد ما والتي قدرت ب 1,88 تؤكد هي الأخرى اتجاه الجمهور واتفاقه حول ما ينص عليه البند وبالتالي عند زيارة احد أفراد الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس و وكالاتها يتم توضيح إجراءات وشروط الخدمة .

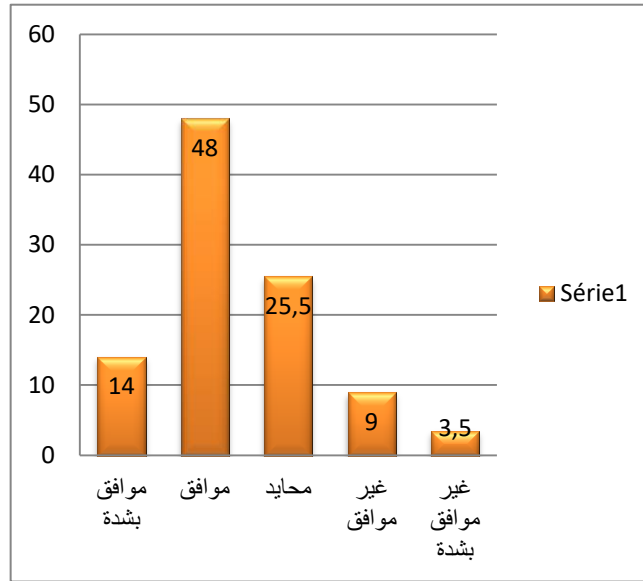
الجدول رقم (12): جدول يوضح إجابات المبحوثين حول الشفافية وسرعة انجاز الخدمة في هذه المؤسسة.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	تملك رؤية إيجابية حول الشفافية وسرعة إنجاز الخدمة في هذه المؤسسة					التكرار	النسبة % المئوية	الفترة
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
0.956	2.40	100	2	10	42	40	6	التكرار	إلى	المجموع
		100,00%	2,00%	10,00%	42,00%	40,00%	6,00%	النسبة % المئوية		
		100	5	8	9	56	22	التكرار	إلى	المجموع
		100,00%	5,00%	8,00%	9,00%	56,00%	22,00%	النسبة % المئوية		
		200	7	18	51	96	28	التكرار	من 20 إلى	المجموع
		100,00%	3,50%	9,00%	25,50%	48,00%	14,00%	النسبة % المئوية		
		53	2	5	15	24	7	التكرار	من 30 سنة	المجموع
		100,00%	3,80%	9,40%	28,30%	45,30%	13,20%	النسبة % المئوية		
		50	2	2	15	24	7	التكرار	من 31 إلى 40 سنة	المجموع
		100,00%	4,00%	4,00%	30,00%	48,00%	14,00%	النسبة % المئوية		
48	3	5	11	24	5	التكرار	من 41 إلى	المجموع		

## الإطار التطبيقي

		100,00%	6,20%	10,40%	22,90%	50,00%	10,40%	النسبة % المئوية		
		49	0	6	10	24	9	التكرار		
		100,00%	0,00%	12,20%	20,40%	49,00%	18,40%	النسبة % المئوية	من 51 سنة فما فوق	
		200	7	18	51	96	28	التكرار		
		100,00%	3,50%	9,00%	25,50%	48,00%	14,00%	النسبة % المئوية		المجموع
		41	0	2	11	22	6	التكرار		
		100,00%	0,00%	4,90%	26,80%	53,70%	14,60%	النسبة % المئوية	دون مستوى	
		42	3	4	9	19	7	التكرار		
		100,00%	7,10%	9,50%	21,40%	45,20%	16,70%	النسبة % المئوية	ابتدائي	
		43	2	3	13	19	6	التكرار		
		100,00%	4,70%	7,00%	30,20%	44,20%	14,00%	النسبة % المئوية	متوسط	
		36	1	3	7	17	8	التكرار		
		100,00%	2,80%	8,30%	19,40%	47,20%	22,20%	النسبة % المئوية	ثانوي	
		38	1	6	11	19	1	التكرار		
		100,00%	2,60%	15,80%	28,90%	50,00%	2,60%	النسبة % المئوية	جامعي	
		200	7	18	51	96	28	التكرار		
		100,00%	3,50%	9,00%	25,50%	48,00%	14,00%	النسبة % المئوية		المجموع

## الإطار التطبيقي



الشكل رقم (12): أعمدة بيانية توضح إجابات المبحوثين حول البند الثامن

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات المبحوثين حول الشفافية وسرعة انجاز الخدمة في مؤسسة موبيليس والبالغ عددهم إجمالاً (200) فرداً. وقد انقسمت إجاباتهم حسب الجدول على أساس الجنس ، السن ، المستوى التعليمي.

حيث كانت إجابات الذكور على البند بالبديل **محايد** وهي أعلى نسبة عند الذكور قدرت ب 42,0% بعدد قدره 42 فرداً تليها نسبة الذين أجابوا بالبديل **موافق** قدرت نسبتهم ب 40,00% ثم تليها نسبة الذين أجابوا بالبديل **الغير موافق** 10,00% ثم تليها نسبة الإجابة بالبديل **موافق بشدة** بنسبة 6,00% ثم الإجابة بالبديل **غير موافق** بشدة بنسبة وهي نسبة ضئيلة تساوي 2,00% . أما الإناث فقد كانت إجابتهن بالبديل **موافق** وهي أعلى نسبة على عكس الذكور حيث قدرت ب 56,00% بعدد 56 فرداً تليها نسبة الإناث الذين أجابوا **بموافق بشدة** بنسبة 22,00% ثم تليها نسبة أفراد العينة الذين أجابوا بالبديل **غير موافق** بشدة بنسبة 5,00% .

أما فئة السن فحسب الجدول مجموع إجاباتهم بالبديل **موافق** من العمر ( 20 إلى 50 سنة فما فوق) يقدر ب 48,00% بعدد 96 فرداً وهي أعلى نسبة تليها نسبة الإجابة بالبديل

## الإطار التطبيقي

**محايد** وتقدر بـ 25,5% ثم تليها نسبة الإجابة بالبديل **موافق بشدة** حيث تقدر بـ 14,00% ثم تليها ادني نسبة للبديل **غير موافق بشدة** وتقدر بـ 3,50% .

وبخصوص فئة المستوى التعليمي فقد كان مجموع إجابات أفراد العينة من ذوي دون المستوى إلى الجامعيين بالبديل **موافق** بنسبة قدرت بـ 48,00% تليها نسبة مجموع الإجابات لجميع المستويات بالبديل **محايد** بنسبة 25,00% بعدد قدر بـ 18 فردا ثم تليها نسبة الإجابة بالبديل **موافق بشدة** والتي قدرت بـ 14,00% حسب الجدول بعدد 28 فردا ، أما نسبة الذين أجابوا بالبديل **غير موافق** قدرت بـ 69,00% بعدد 18 فردا أما الذين أجابوا بالبديل **غير موافق بشدة** فعددهم 7 أفراد من مجموع أفراد العينة.

نستخلص من خلال قراءتنا للجدول الذي تضمن الأرقام والنسب المئوية التي تعبر عن إجابات المبحوثين على البند الذي تمحور حول :تملك رؤية ايجابية حول الشفافية وسرعة انجاز الخدمة في هذه المؤسسة مايلي: أجاب الذكور بنسبة جد مرتفعة بالبديل محايد على هذه العبارة ونستنتج من هذا أن أغلبية أفراد العينة من جنس الذكور لا يملكون رؤية ايجابية حول الشفافية وبالتالي القائمين على مؤسسة موبيليس في تعاملاتهم مع الرجال أو جنس الذكر لا يتصرفون بشكل جيد وهم بالنسبة للجمهور الخارجي لا يتعاملون بمصداقية كافية ولا يتحلون بالشفافية كما أن هؤلاء الأفراد من العينة لا يحظون بميزة سرعة انجاز الخدمة كما أجاب عدد قريب من السابق من الذكور بالبديل **موافق** على البند والذي قدر بـ 40% وبالتالي انقسم أفراد عينة الذكور إلى **موافق** على البند وبالتالي يملكون رؤية ايجابية عن المؤسسة ويتجهون إلى أن موبيليس ذات مصداقية وتتعامل مع زبائنها بشفافية ومن جهة أخرى محايد للبند . وبالتالي لا يوجد اتفاق فكل حسب وجهة نظره . أما الإناث فكانت إجابتهن بالبديل **موافق** عالية جدا والتي قدرت بـ 56,00% وبالتالي يملكون رؤية ايجابية حول الشفافية كما يحظون بسرعة انجاز الخدمة ومؤسسة موبيليس بالنسبة للإناث هي مؤسسة ذات شفافية ومصداقية في تعاملها معهم.

## الإطار التطبيقي

ومنه نستنتج أن هناك فرق بين وجهة نظر الإناث والذكور حيث تملك الإناث رؤية ايجابية عن المؤسسة على عكس الذكور وهذا قد يدل أيضا على أن هناك اختلاف في الطريقة التي يتعامل بها القائمين على المؤسسة بين الجنسين .

أما بقية الفئات فهي متقاربة النتائج وهذا ما يبرر ارتفاع شدة المتوسط الحسابي الذي يؤكد اتجاه المبحوثين حول هذه العبارة متقارب وبالتالي شدة الوسيط الحسابي المقدرة ب 40،2 دليل على مدى شفافية مؤسسة موبيليس وسرعتها في انجاز خدمة زبائنها

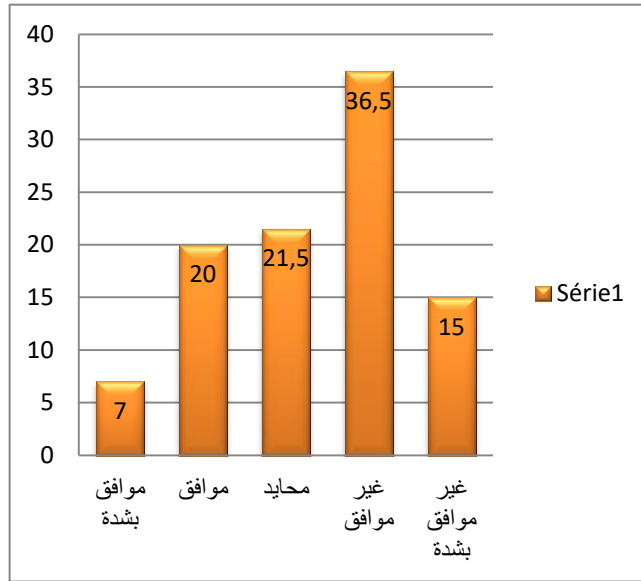
الجدول رقم(13) : يمثل الأرقام والنسب المئوية التي تعبر عن إجابات المبحوثين حول البند الذي تمحور حول سلوك العمال في مؤسسة موبيليس .

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	سبق وأن صدفت سلوك غير لائق من طرف عمال في هذه المؤسسة					التكرار	النسبة %	المئوية	
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة				
1.1 6	3.3 3	100	20	38	33	8	1	التكرار			
		100,00	20,00	38,00	33,00	8,00%	1,00%	النسبة %	إناث		
		%	%	%	%			المئوية			
		100	10	35	10	32	13	التكرار			
		100,00	10,00	35,00	10,00	32,00	13,00	النسبة %	ذكور		
		%	%	%	%	%	%	المئوية			
			200	30	73	43	40	14	التكرار		
			100,00	15,00	36,50	21,50	20,00	7,00%	النسبة %	المجموع	
			%	%	%	%	%	%	المئوية		
			53	8	17	11	11	6	التكرار	من 20 إلى 30 سنة	
			100,00	15,10	32,10	20,80	20,80	11,30	النسبة %		
			%	%	%	%	%	%	المئوية	40 إلى السن	
		50	6	18	8	15	3	التكرار			
		100,00	12,00	36,00	16,00	30,00	6,00%	النسبة %			

## الإطار التطبيقي

							المئوية			
		%	%	%	%	%	التكرار	من 41 إلى 50 سنة	المجموع	
		48	9	19	13	5	2			
		100,00	18,80	39,60	27,10	10,40	4,20%	النسبة % المئوية	من 51 سنة فأفوق	المجموع
		%	%	%	%	%	6,10%			
		49	7	19	11	9	3	التكرار		
		100,00	14,30	38,80	22,40	18,40	6,10%	النسبة % المئوية		
		200	30	73	43	40	14	التكرار		
		100,00	15,00	36,50	21,50	20,00	7,00%	النسبة % المئوية		
		41	4	11	12	9	5	التكرار	دون مستوى	
		100,00	9,80%	26,80	29,30	22,00	12,20	النسبة % المئوية		
		42	3	15	9	12	3	التكرار	ابتدائي	
		100,00	7,10%	35,70	21,40	28,60	7,10%	النسبة % المئوية		
		43	4	21	7	10	1	التكرار	متوسط	
		100,00	9,30%	48,80	16,30	23,30	2,30%	النسبة % المئوية		
		36	14	6	7	5	4	التكرار	ثانوي	
		100,00	38,90	16,70	19,40	13,90	11,10	النسبة % المئوية		
		38	5	20	8	4	1	التكرار	جامعي	
		100,00	13,20	52,60	21,10	10,50	2,60%	النسبة % المئوية		
		200	30	73	43	40	14	التكرار	المجموع	
		100,00	15,00	36,50	21,50	20,00	7,00%	النسبة % المئوية		

## الإطار التطبيقي



الشكل رقم (13): أعمدة بيانية توضح إجابات المبحوثين حول البند المتعلق بسلوك العمال

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه إجابات المبحوثين المتعلقة بالبند التاسع والبالغ عددهم إجمالاً ( 200 ) مبحوث . وقد انقسمت إجاباتهم أساس فئات الدراسة حسب الجنس ، السن ، المستوى التعليمي . حيث أجاب الذكور والإناث بالبديل **غير موافق** بنسبة 36,5% بعدد قدر ب 73 فرد تليها نسبة الإجابة بالبديل **محايد** قدرت ب 21,5% بعدد 43 فرد . أما الذين أجابوا بالبديل **موافق** فنسبتهم 20,00% تليها نسبة الإجابة **بغير موافق بشدة** بنسبة 15% أما الذين كانت إجابتهم بالبديل **موافق** فعددهم 7 أفراد .

أما بخصوص فئة السن فقد كانت إجاباتهم وبالترتيب على النحو التالي من العمر (20 سنة إلى 50 سنة) فما فوق مجموع إجاباتهم بالبديل **غير موافق** والذي حصل على أعلى نسبة قدرت 36,5% تليها نسبة الذين أجابوا بالبديل **محايد** و قدرت نسبتهم 21,5% ثم تليها نسبة الإجابة بالبديل **موافق** بنسبة 20,00% وتقدر نسبة الذين أجابوا بالبديل **غير موافق بشدة** ب 15,00% من مجموع أفراد العينة أما أدنى نسبة فكانت للذين أجابوا بالبديل **موافق بشدة** بنسبة 7,00% .

## الإطار التطبيقي

وفيما يتعلق بالمستوى التعليمي فأجاباتهم كالتالي : أعلى نسبة أفراد أجابوا بالبديل **موافق بشدة** من ذوي دون المستوى قدرت ب 12,00% أما أدنى نسبة للإجابة بهذا البديل فكانت لذوي المستوى المتوسط 2,30% . أما أعلى نسبة إجابة بالبديل **موافق**

لذوي المستوى الابتدائي و قدرت ب 28,60% أما أدنى نسبة للإجابة بهذا البديل فكانت لذوي المستوى الجامعي بعدد 4 أفراد ونسبة قدرت ب 10,50% كما أجاب أفراد العينة دون المستوى بالبديل **محايد** بأعلى نسبة قدرت ب 29,30% أما أدنى نسبة للإجابة بهذا البديل فكانت لذوي المستوى المتوسط قدرت ب 16,30% . أما إذا نظرنا إلى إجابات المبحوثين على البند بالبديل **غير موافق** فأعلى نسبة تعبر عن اتجاه المبحوثين ذوي المستوى الثانوي بعدد 6 أفراد ونسبة 16,70% أما البديل **الغير موافق بشدة** فنسبة المبحوثين الذين أجابوا به تقدر ب 38,90% وهي أعلى نسبة لذوي المستوى الثانوي أما ادني نسبة تقدر ب 7,10% تعبر عن اتجاه المبحوثين ذوي المستوى الابتدائي .

نستخلص من خلال قراءتنا لهذا الجدول أهم النتائج أولها أن الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس يعبر من خلال إجابته على هذا البند عن استحسانه لسلوك العمال في مؤسسة موبيليس .

كما تبرز النتائج رضا الجمهور عن أسلوب التعامل بين القائمين على مؤسسة بين القائمين على مؤسسة موبيليس وزبائنهم . وبالتالي عموما لم يسبق وان صادف احد الزبائن سلوك غير لائق من طرف عمال هذه المؤسسة كما تؤكد شدة الوسيط الحسابي المقدر 3,33 على مدى اتفاق الرأي العام للجمهور وان لهم وجهة نظر واتجاه واحد حول سلوك العمال . الذي حسب إجاباتهم عند تطلعاتهم نال رضاهم وإعجابهم على عكس شدة الانحراف المعياري المقدر ب 1,16 وهي منخفضة مقارنة بشدة الوسيط الحسابي والتي تعبر عن تشتت آراء المبحوثين حول البند السابق ومنه نلاحظ أن نسبة المبحوثين الذين اتفقوا على رأي واحد



## الإطار التطبيقي

حول البند حيث أنهم لم يسبق وأن صادفوا سلوك غير لائق من العمال أكثر من نسبة الذين آراءهم متشعبة .

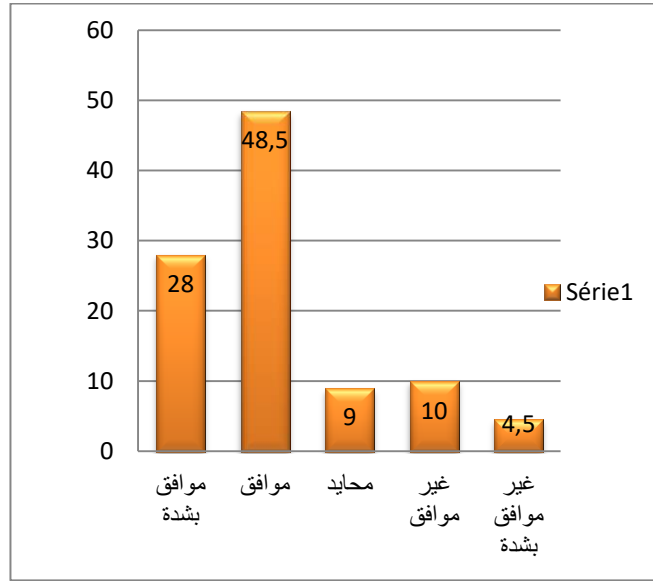
الجدول رقم (14): يمثل الأرقام والنسب المئوية التي توضح إجابات المبحوثين حول البند الذي نص على الخدمات والعروض المقدمة من طرف موبيليس تستجيب لمتطلباتكم .

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	الخدمات والعروض المقدمة من طرف مؤسسة موبيليس تستجيب لمتطلباتكم					التكرار	النسبة % المئوية	السن
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
1.07 7	2.15	100	3	8	12	59	18	التكرار	إلى	المجموع
		100,00 %	3,00%	8,00%	12,00 %	59,00 %	18,00%	النسبة % المئوية		
		100	6	12	6	38	38	التكرار	إلى	المجموع
		100,00 %	6,00%	12,00 %	6,00%	38,00 %	38,00%	النسبة % المئوية		
		200	9	20	18	97	56	التكرار	إلى	المجموع
		100,00 %	4,50%	10,00 %	9,00%	48,50 %	28,00%	النسبة % المئوية		
		53	4	5	4	23	17	التكرار	من 20 إلى	السن
		100,00 %	7,50%	9,40%	7,50%	43,40 %	32,10%	النسبة % المئوية	30 سنة	
		50	1	7	1	27	14	التكرار	من 31 إلى	
		100,00 %	2,00%	14,00 %	2,00%	54,00 %	28,00%	النسبة % المئوية	40 سنة	
		48	3	3	7	22	13	التكرار	من 41 إلى	
		100,00 %	6,20%	6,20%	14,60 %	45,80 %	27,10%	النسبة % المئوية	50 سنة	
		49	1	5	6	25	12	التكرار	سنة	

## الإطار التطبيقي

	100,00 %	2,00%	10,20 %	12,20 %	51,00 %	24,50%	النسبة المئوية		
	200	9	20	18	97	56	التكرار	المجموع	
	100,00 %	4,50%	10,00 %	9,00%	48,50 %	28,00%	النسبة المئوية		
	41	0	5	5	19	12	التكرار	دون مستوى	
	100,00 %	0,00%	12,20 %	12,20 %	46,30 %	29,30%	النسبة المئوية		
	42	3	5	3	18	13	التكرار	المتالي	
	100,00 %	7,10%	11,90 %	7,10%	42,90 %	31,00%	النسبة المئوية		
	43	0	1	2	28	12	التكرار	متوسط	
	100,00 %	0,00%	2,30%	4,70%	65,10 %	27,90%	النسبة المئوية		
	36	0	1	3	19	13	التكرار	ثانوي	
	100,00 %	0,00%	2,80%	8,30%	52,80 %	36,10%	النسبة المئوية		
	38	6	8	5	13	6	التكرار	جامعي	المستوى التعليمي
	100,00 %	15,80%	21,10 %	13,20 %	34,20 %	15,80%	النسبة المئوية		
	200	9	20	18	97	56	التكرار	المجموع	
	100,00 %	4,50%	10,00 %	9,00%	48,50 %	28,00%	النسبة المئوية		

## الإطار التطبيقي



الشكل رقم (14): أعمدة بيانية توضح إجابات المبحوثين حول العروض والخدمات التي تقدمها موبيليس

من خلال الجدول اعلاه والمتضمن اجابات المبحوثين البالغ عددهم اجمالا 200 فردا نلاحظ ان نسبة الاناث والذكور اجمالا الذين اجابوا بالبديل **موافق بشدة** على البند المتمحور حول الخدمات والعروض المقدمة من طرف موبيليس تقدر بـ 28,00% كما اجاب كل من الاناث والذكور بالبديل **موافق** بنسبة 54,00% اما نسبة الاجابة بالبديل **غير موافق** تقدر بـ 14,00% تليها نسبة الاجابة بالبديل **محايد وغير موافق** بشدة نسبة كل منهما 2,00% ومنه نلاحظ ان اعلى نسبة اجابة بالبديل **موافق بشدة** كانت عند الاناث هي اعلى نسبة تقدر بـ 38,00% واعلى نسبة للإجابة بالبديل **موافق** عند الذكور وتقدر بـ 59,00% اما بقية الاجابات فهي متقاربة عن بقية الفئات.

اما فئة السن فحسب الجدول اعلى نسبة اجابة بالبديل **موافق بشدة** تقدر بـ 32,10% عند ذوي العمر من 20 سنة الى 30 اما ادنى نسبة اجابة بهذا البديل عند ذوي العمر من 50 سنة فما فوق وتقدر بـ 24,50%، وتقدر اعلى نسبة اجابة بالبديل **موافق** بـ 54,00% عند ذوي العمر من 31 الى 40 سنة وادنى نسبة اجابة بهذا البديل تقدر بـ 43,40% عند

## الإطار التطبيقي

ذوي العمر من 20 الى 30 سنة، اما نسبة الاجابة بالبديل **محايد** فأعلى نسبة تساوي 14,60% عند ذوي العمر من 41 الى 50 سنة وادنى نسبة اجابة بهذا البديل تقدر ب2,00% عند ذوي العمر من 31 الى 40 سنة. كما نلاحظ ان نسبة الذين اجابوا بالبديل **غير موافق** من العمر 31 الى 40 سنة تقدر 14,00% وهي اعلى نسبة اما ادنى نسبة لذوي العمر من 41 الى 50 سنة فما فوق وتقدر ب 3 افراد وبخصوص البديل **غير موافق** بشدة فأجابوا ذوي العمر من 41 الى 50 سنة بأعلى نسبة تقدر ب 6,20% وادنى نسبة لذوي العمر من 31 الى 40 سنة وتقدر ب 2,00%.

وفيما يتعلق بفئة المستوى التعليمي فأجابوا افراد العينة دون المستوى بأعلى نسبة بالبديل **موافق بشدة** وتقدر ب29,30% وادنى نسبة اجابة بهذا البديل لأصحاب المستوى الجامعي وتقدر ب 15,80%، وبخصوص البديل **موافق** اعلى نسبة اجابة عند ذوي المستوى المتوسط بنسبة 65,10% اما الاجابة بالبديل **محايد** اجاب ذوي المستوى بأعلى نسبة وتقدر ب 12,20% اما ادنى نسبة لذوي المستوى الثانوي وتقدر ب 2,30% اما الاجابة بالبديل **غير موافق** و**غير موافق بشدة** فهي متقاربة غير ان الذين اجابوا بالبديل غير موافق اكثر من الذين اجابوا بالبديل **غير موافق بشدة**.

من خلال قراءتنا لهذا الجدول نستخلص مجموعة من النتائج اهمها : اجاب كل من الاناث والذكور وبقية الفئات الاخرى بالبديل موافق وموافق بشدة بأعلى النسب حيث يقدر مجموع الاجابة بالبديل موافق بشدة ب 28,00% وبالبديل موافق 48,50%

وهذا دليل على مدى موافقة افراد الجمهور الخارجي للبند كما نستنتج ان الخدمات والعروض التي تقدمها مؤسسة موبيليس تنال اعجاب جمهورها . كما نستنتج ان ما توفره مؤسسة موبيليس لجمهورها يلبي حاجياتهم ويستجيب لمتطلباتهم.

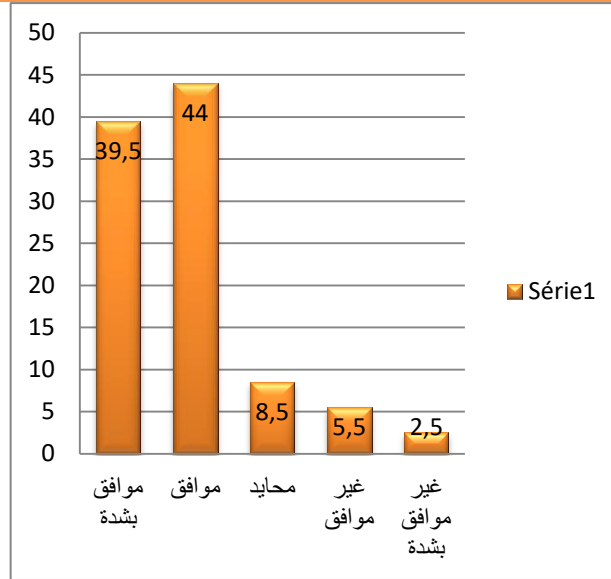
## الإطار التطبيقي

الجدول رقم (15) : يتضمن الأرقام والنسب المئوية التي تعبر عن إجابات المبحوثين حول البند الذي ينص على الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس ذو فعالية عالية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس ذو فعالية عالية								
		المجموع	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
0.956	1.88	100	1	8	10	51	30	التكرار	الجنس	ذكر
		100,00%	1,00%	8,00%	10,00%	51,00%	30,00%	النسبة المئوية %		
		100	4	3	7	37	49	التكرار	الجنس	أنثى
		100,00%	4,00%	3,00%	7,00%	37,00%	49,00%	النسبة المئوية %		
		200	5	11	17	88	79	التكرار	المجموع	
		100,00%	2,50%	5,50%	8,50%	44,00%	39,50%	النسبة المئوية %		
		53	2	3	3	21	24	التكرار	السن	من 20 إلى 30 سنة
		100,00%	3,80%	5,70%	5,70%	39,60%	45,30%	النسبة المئوية %		
		50	2	2	2	24	20	التكرار	السن	من 31 إلى 40 سنة
		100,00%	4,00%	4,00%	4,00%	48,00%	40,00%	النسبة المئوية %		
		48	0	2	6	21	19	التكرار	السن	من 41 إلى 50 سنة
		100,00%	0,00%	4,20%	12,50%	43,80%	39,60%	النسبة المئوية %		
		49	1	4	6	22	16	التكرار	السن	من 51 فما فوق
		100,00%	2,00%	8,20%	12,20%	44,90%	32,70%	النسبة المئوية %		
		200	5	11	17	88	79	التكرار	المجموع	
		100,00%	2,50%	5,50%	8,50%	44,00%	39,50%	النسبة المئوية %		

## الإطار التطبيقي

							المئوية	
41	1	0	5	16	19	التكرار	النسبة % المئوية	دون مستوى
42	2	3	3	16	18	التكرار	النسبة % المئوية	ابتدائي
43	0	1	1	23	18	التكرار	النسبة % المئوية	متوسط
36	0	1	2	13	20	التكرار	النسبة % المئوية	ثانوي
38	2	6	6	20	4	التكرار	النسبة % المئوية	جامعي
200	5	11	17	88	79	التكرار	النسبة % المئوية	المجموع



## الإطار التطبيقي

الشكل رقم (15): أعمدة بيانية توضح إجابات المبحوثين حول الاتصال الرسمي في

### موبيليس

من خلال الجدول اعلاه والمتضمن اجابات المبحوثين البالغ عددهم اجمالا 200 فرد نلاحظ بالنسبة لفئة الجنس ان نسبة الذكور والاناث الذين اجابوا على البند بموافق بشدة تقدر ب 39,30% اما الذين اجابوا بالبديل **موافق** من الاناث والذكور تقدر ب 44,00% اما الذين اجابوا **بمحايد** فنسبتهم 8,50% اما الذين اجابوا بالبديل **غير موافق** فنسبتهم 5,50% اما بالنسبة للإجابة بالبديل **موافق بشدة** فتقدر ب 2,50% .

وبخصوص فئة السن حسب الجدول اعلى نسبة اجابة بالبديل **موافق بشدة** عند افراد العينة من العمر 20 الى 30 سنة حيث تقدر ب 45,30%. اما ادنى نسبة عند ذوي العمر من 50 سنة فما فوق وتقدر ب 32,70% اما اعلى نسبة عند ذوي العمر. اما اعلى نسبة اجابة بالبديل **موافق** تقدر ب 48,00% عند ذوي العمر من 31 الى 40 سنة وادنى نسبة تقدر ب 39,60% عند ذوي العمر من 20 الى 30 سنة اما الذين اجابوا بالبديل **محايد** تقدر نسبتهم ب 12,50% عند ذوي العمر من 41 الى 50 سنة وادنى نسبة اجابة عند ذوي العمر من 31 الى 40 سنة وتقدر ب 4,00%. اما الاجابة بالبديل **غير موافق بشدة** فتقدر ب 8,20% عند ذوي العمر من 50 سنة فما فوق اما ادنى نسبة تساوي 4,00% وهي اعلى نسبة عند ذوي العمر من 31 الى 40 سنة اما ادنى نسبة اجابة فتقدر ب 0,00% عند ذوي العمر من 41 الى 50 سنة .

اما بالنسبة لفئة المستوى التعليمي يمثل ذوي المستوى الثانوي اعلى نسبة اجابة بالبديل **موافق بشدة** تقدر ب 55,60% اما ادنى نسبة اجابة فتقدر ب 10,50% عند ذوي المستوى الجامعي. اما الاجابة بالبديل **موافق** تساوي اعلى نسبة ب 53,50% لذوي المستوى المتوسط وادنى نسبة تقدر ب 36,10% لذوي المستوى الثانوي وبخصوص الاجابة

## الإطار التطبيقي

بالبديل محايد فتقدر اعلى نسبة ب 15،80% لذوي المستوى الجامعي وادنى نسبة تقدر ب 2،30% لذوي المستوى المتوسط، وتقدر اعلى نسبة اجابة بالبديل غير موافق ب 15،80% لذوي المستوى الجامعي وادنى نسبة تقدر ب 0،00% لذوي دون المستوى وكذلك بالنسبة للبديل غير موافق بشدة حيث تقدر اعلى نسبة ب 5،30% عند ذوي المستوى الجامعي اما ادنى نسبة تقدر ب 0،00% عند كل من ذوي المستوى المتوسط والثانوي .

نستخلص من خلال قراءتنا لهذا الجدول النتائج التالية:

يتفق اغلبية افراد العينة من الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس على ان الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس ذو فعالية عالية. وهذا ناتج عن سهولة التعامل بالوسائل الرسمية للاتصال عند الحاجة لذلك كما وجد الجمهور ميزة الفاعلية في التعاملات الرسمية مع هذه المؤسسة خاصة عند فئة الاناث وذوي المستوى الثانوي وهذا ما تظهره النسب المرتفعة للإجابة بموافق وموافق بشدة في الجدول السابق.



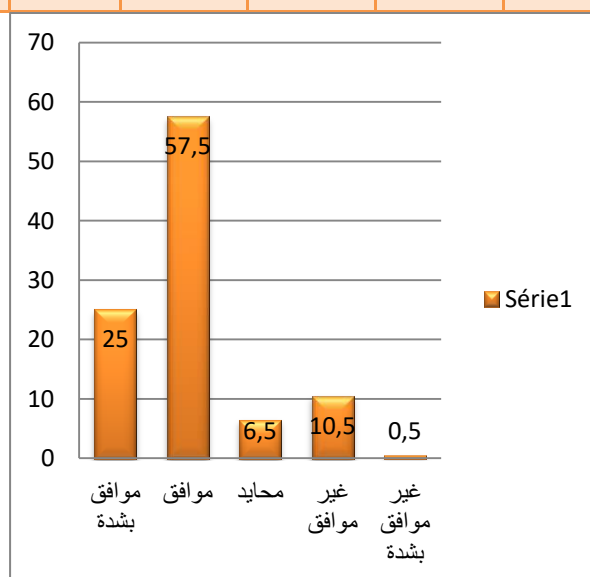
## الإطار التطبيقي

الجدول رقم(16): يمثل الأرقام والنسب المئوية المعبرة عن إجابات المبحوثين حول البند الذي ينص على : تستخدم وسائل الاتصال كالهاتف والبريد الإلكتروني للتواصل مع القائمين على المؤسسة لتلبية حاجياتك.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	تستخدم وسائل الاتصال كالهاتف والبريد الإلكتروني للتواصل مع القائمين على المؤسسة								
		المجموع	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
0.884	2.04	100	1	8	9	60	22	التكرار	نظري	
		100,00%	1,00%	8,00%	9,00%	60,00%	22,00%	النسبة المئوية		
		100	0	13	4	55	28	التكرار	تجريبي	
		100,00%	0,00%	13,00%	4,00%	55,00%	28,00%	النسبة المئوية		
		200	1	21	13	115	50	التكرار	المجموع	
		100,00%	0,50%	10,50%	6,50%	57,50%	25,00%	النسبة المئوية		
		53	0	5	5	31	12	التكرار	من 20 إلى 30 سنة	
		100,00%	0,00%	9,40%	9,40%	58,50%	22,60%	النسبة المئوية		
		50	0	5	1	33	11	التكرار	من 31 إلى 40 سنة	
		100,00%	0,00%	10,00%	2,00%	66,00%	22,00%	النسبة المئوية		
		48	1	7	3	25	12	التكرار	من 41 إلى 50 سنة	
		100,00%	2,10%	14,60%	6,20%	52,10%	25,00%	النسبة المئوية		
		49	0	4	4	26	15	التكرار	من 51 سنة فما فوق	
		100,00%	0,00%	8,20%	8,20%	53,10%	30,60%	النسبة المئوية		
		200	1	21	13	115	50	التكرار	المجموع	

## الإطار التطبيقي

		100,00%	0,50%	10,50%	6,50%	57,50%	25,00%	النسبة المئوية %		
		41	0	6	5	20	10	التكرار	دون مستوى	
		100,00%	0,00%	14,60%	12,20%	48,80%	24,40%	النسبة المئوية %		
		42	0	3	1	27	11	التكرار	الابتائي	
		100,00%	0,00%	7,10%	2,40%	64,30%	26,20%	النسبة المئوية %		
		43	0	2	1	30	10	التكرار	متوسط	
		100,00%	0,00%	4,70%	2,30%	69,80%	23,30%	النسبة المئوية %		
		36	0	3	0	22	11	التكرار	ثانوي	
		100,00%	0,00%	8,30%	0,00%	61,10%	30,60%	النسبة المئوية %		
		38	1	7	6	16	8	التكرار	جامعي	
		100,00%	2,60%	18,40%	15,80%	42,10%	21,10%	النسبة المئوية %		
		200	1	21	13	115	50	التكرار	المجموع	
		100,00%	0,50%	10,50%	6,50%	57,50%	25,00%	النسبة المئوية %		



## الإطار التطبيقي

الشكل رقم (16): أعمدة بيانية توضح إجابات المبحوثين حول البند رقم عشرة

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه والمتضمن اجابات المبحوثين البالغ عددهم اجمالا 200 فردا حول البند تستخدم وسائل الاتصال كالهاتف النقال والبريد الالكتروني للتواصل مع القائمين على المؤسسة لتلبية حاجياتك. ان اجاباتهم كانت كالتالي: اجابوا كل من الاناث والذكور بالبديل **موافق بشدة** بنسبة 25,00% اما الاجابة بالبديل **موافق** فتقدر نسبتها ب 57,00% اما الاجابة بالبديل **محايد** فتقدر ب 6,50% اما الاجابة بالبديل **غير موافق** فتقدر ب 10,50% و **غير موافق بشدة** تقدر 0,50%

اما فئة السن تقدر اعلى نسبة اجابة بالبديل **موافق بشدة** ب 30,60% لذوي العمر من 50 سنة فما فوق وادنى نسبة اجابة بهذا بالبديل تقدر ب 22,00% لذوي العمر من 31 الى 40 سنة اما الاجابة بالبديل **موافق** تقدر اعلى نسبة ب 66,00% من ذوي العمر 31 الى 40 سنة وادنى نسبة تقدر ب 52,20% من العمر 41 الى 50 سنة اما الاجابة بالبديل محايد فتقدر اعلى نسبة ب 9,40% من ذوي العمر 20 الى 30 سنة اما ادنى نسبة تقدر ب 2,00% للذوي العمر من 31 الى 40 سنة اما الاجابة بالبديل **غير موافق** فتقدر ب 14,60% لذوي العمر من 41 الى 50 سنة وهي اعلى نسبة اما ادنى نسبة فتقدر ب 8,20% لذوي العمر من 50 سنة فما فوق اما البديل **غير موافق بشدة** فنسبة الاجابة فيه 0,00% في اغلب الفئات .

نستخلص من خلال قراءتنا للجدول السابق مجموعة من النتائج اهمها :

توضح النسب المرتفعة لإجابة المبحوثين بالبديل موافق ثما تليها نسب الاجابة بالبديل موافق بشدة ان اغلب افراد الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس يستخدمون وسائل الاتصال الرسمية كالهاتف والبريد الالكتروني للتواصل مع الفاعلين في مؤسسة موبيليس .

## الإطار التطبيقي

كما نستنتج ان الذكور هم الاكثر استعمالا لهذه الوسائل من الفئة العمرية 31 الى 40 سنة من ذوي المستوى المتوسط .

كما تظهر النتائج ان جمهور مؤسسة موبيليس من الجماهير التي تشجع التعامل عن بعد من خلال الوسائل الاتصالية المختلفة

الجدول رقم (17): يمثل الارقام والنسب المئوية التي تعبر عن اجابات المبحوثين حول البند الذي ينص على: تفضل زيارة الوكالة والتعامل المباشر مع القائمين على المؤسسة.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	تفضل زيارة الوكالة والتعامل المباشر مع القائمين على المؤسسة								
		المجموع	موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
1.122	2.26	100	3	14	15	44	24	التكرار	بدا	
		100,00%	3,00%	14,00%	15,00%	44,00%	24,00%	النسبة المئوية %		
		100	3	18	11	36	32	التكرار	نها	
		100,00%	3,00%	18,00%	11,00%	36,00%	32,00%	النسبة المئوية %		
		200	6	32	26	80	56	التكرار	المجموع	
		100,00%	3,00%	16,00%	13,00%	40,00%	28,00%	النسبة المئوية %		
		53	2	10	7	19	15	التكرار	من 20 إلى 30 سنة	
		100,00%	3,80%	18,90%	13,20%	35,80%	28,30%	النسبة المئوية %		
		50	2	4	5	24	15	التكرار	من 31 إلى 40 سنة	
		100,00%	4,00%	8,00%	10,00%	48,00%	30,00%	النسبة المئوية %		
48	2	9	6	19	12	التكرار	من 41 إلى 50 سنة			

## الإطار التطبيقي

		100,00%	4,20%	18,80%	12,50%	39,60%	25,00%	النسبة % المئوية		
		49	0	9	8	18	14	التكرار		
		100,00%	0,00%	18,40%	16,30%	36,70%	28,60%	النسبة % المئوية	من 51 سنة فما فوق	
		200	6	32	26	80	56	التكرار		
		100,00%	3,00%	16,00%	13,00%	40,00%	28,00%	النسبة % المئوية	المجموع	
		41	0	12	6	15	8	التكرار	دون مستوى	
		100,00%	0,00%	29,30%	14,60%	36,60%	19,50%	النسبة % المئوية		
		42	2	3	5	14	18	التكرار	ابتدائي	
		100,00%	4,80%	7,10%	11,90%	33,30%	42,90%	النسبة % المئوية		
		43	1	8	6	20	8	التكرار	متوسط	
		100,00%	2,30%	18,60%	14,00%	46,50%	18,60%	النسبة % المئوية		
		36	1	2	3	17	13	التكرار	ثانوي	
		100,00%	2,80%	5,60%	8,30%	47,20%	36,10%	النسبة % المئوية		
		38	2	7	6	14	9	التكرار	جامعي	المستوى التعليمي
		100,00%	5,30%	18,40%	15,80%	36,80%	23,70%	النسبة % المئوية		
		200	6	32	26	80	56	التكرار	المجموع	
		100,00%	3,00%	16,00%	13,00%	40,00%	28,00%	النسبة % المئوية		

## الإطار التطبيقي



الشكل رقم (17): أعمدة بيانية توضح اجابات المبحوثين حول البند ثالث عشر

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه والمتضمن اجابات المبحوثين البالغ عددهم اجمالا 200 فردا حيث كانت اجاباتهم كالتالي : اجاب كل من الاناث والذكور بالبديل **موافق بشدة** بنسبة 28,00% اما نسبة الاجابة بالبديل **موافق** لدى هذه الفئة تقدر 40,00% اما نسبة الاجابة بالبديل **محايد** فتقدر ب 13,00% كما اجابوا بالبديل **غير موافق** بنسبة 16,00% اما الاجابة بالبديل **غير موافق بشدة** تقدر ب 3,80%.

بخصوص فئة السن اعلى نسبة اجابة بالبديل **موافق بشدة** لذوي العمر من 31 الى 40 سنة وتقدر ب 30,00% اما ادنى نسبة للإجابة بهذا البديل تقدر ب 25,00% . اما اعلى نسبة اجابة بالبديل **موافق** تقدر 48,00% لذوي العمر من 31 الى 40 سنة وادنى نسبة اجابة بهذا البديل تقدر ب 35,80% من 20 الى 30 سنة . وتقدر اعلى نسبة اجابة بالبديل **محايد** ب 16,30% عند ذوي العمر من 50 سنة فما فوق وادنى نسبة اجابة بهذا البديل عند ذوي العمر من 31 الى 40 سنة وتقدر ب 10,00% . واعلى نسبة للإجابة بالبديل **غير موافق** عند ذوي العمر من 20 الى 30 سنة وتقدر ب 18,90% اما ادنى نسبة اجابة تقدر ب 8,00% من العمر 31 الى 40 سنة . واعلى نسبة اجابة بالبديل **غير موافق**

## الإطار التطبيقي

بشدة تقدر ب 4,00% عند ذوي العمر من 31 الى 40 سنة اما ادنى نسبة اجابة تقدر ب0,00% عند ذوي العمر من 50 سنة فما فوق. اما فئة المستوى التعليمي فقد اجاب ذوي المستوى الابتدائي بأعلى نسبة بالبديل موافق بشدة تقدر ب 90,42% اما ادنى نسبة اجابة بهذا البديل تقدر ب 18,60% لذوي المستوى المتوسط. كما اجاب ذوي المستوى الثانوي بأعلى نسبة بالبديل **موافق** وتقدر ب 47,20% اما ادنى نسبة اجابة بهذا البديل تقدر ب 33,30% لذوي المستوى الابتدائي. اما اعلى نسبة اجابة بالبديل **محايد** تقدر ب 15,80% لذوي المستوى الجامعي وتقدر ادنى نسبة اجابة بهذا البديل ب 8,30%. اما اعلى نسبة اجابة بالبديل **غير موافق** تقدر ب 29,30% لذوي دون المستوى و ادنى نسبة اجابة بهذا البديل تقدر ب 5,60% لذوي المستوى الثانوي. اعلى نسبة اجابة بالبديل **غير موافق بشدة** تقدر ب 5,30% وادنى نسبة اجابة بهذا البديل تقدر ب 0,00% لذوي دون المستوى.

من خلال قراءتنا لهذا الجدول نستخلص مجموعة من النتائج اهمها :

انقسمت اجابات المبحوثين حول البند السابق الى موافق بشدة وموافق ومحايد وغير موافق بنسب جد متقاربة وهذا يدل على ان هؤلاء المبحوثين فيهم من يفضل وبشدة زيارة وكالة موبيليس بشكل مباشر للقيام بما يحتاج اليه وهناك من يفضل كذلك زيارة الوكالة لكن ليس بشكل دائم الا عند الضرورة اما الافراد الذين اجابوا بمحايد فهؤلاء ليس بموافقين ولا بغير موافقين بل احتفظوا برايهم بالإضافة الى ان هناك نسبة كبيرة اجاب بغير موافق وبالتالي هم يفضلون التواصل مع القائمين على الوكالة عن بعد للإجابة عن انشغالاتهم . وهذا يدل ايضا على ان الاتصال عن بعد بالوكالات ذو فعالية وناجح يوفر على الزبائن عناء التنقل الى المراكز الخاصة بموبيليس.

## الإطار التطبيقي

الجدول رقم (18) : يمثل الأرقام والنسب المئوية التي تعبر عن اجابات المبحوثين حول البند الذي ينص على الاستمرار في التعامل مع هذه المؤسسة يمنحك مزايا اضافية .

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاستمرار في التعامل مع هذه المؤسسة يمنحك مزايا إضافية (كالحصول على رصيد إضافي أو انترنت مجاني)								
		المجموع	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	التكرار	النسبة % المئوية	نوع
			موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
1.276	2.83	100	16	30	27	22	5	التكرار		
		100,00%	16,00%	30,00%	27,00%	22,00%	5,00%	النسبة % المئوية		
		100	6	20	5	42	27	التكرار	النسبة % المئوية	النسبة
		100,00%	6,00%	20,00%	5,00%	42,00%	27,00%			
		200	22	50	32	64	32	التكرار	النسبة % المئوية	المجموع
		100,00%	11,00%	25,00%	16,00%	32,00%	16,00%			
		53	6	12	4	18	13	التكرار	النسبة % المئوية	من 20 إلى 30 سنة
		100,00%	11,30%	22,60%	7,50%	34,00%	24,50%			
		50	4	9	9	18	10	التكرار	النسبة % المئوية	من 31 إلى 40 سنة
		100,00%	8,00%	18,00%	18,00%	36,00%	20,00%			
		48	7	16	8	14	3	التكرار	النسبة % المئوية	من 41 إلى 50 سنة
		100,00%	14,60%	33,30%	16,70%	29,20%	6,20%			
		49	5	13	11	14	6	التكرار	النسبة % المئوية	من 51 سنة فما فوق
		100,00%	10,20%	26,50%	22,40%	28,60%	12,20%			
200	22	50	32	64	32	التكرار		المجموع		



## الإطار التطبيقي

	100,00%	11,00%	25,00%	16,00%	32,00%	16,00%	النسبة % المئوية		
	41	5	7	8	16	5	التكرار	دون مستوى	
	100,00%	12,20%	17,10%	19,50%	39,00%	12,20%	النسبة % المئوية		
	42	3	11	6	16	6	التكرار	الابتالي	
	100,00%	7,10%	26,20%	14,30%	38,10%	14,30%	النسبة % المئوية		
	43	7	11	8	13	4	التكرار	متوسط	
	100,00%	16,30%	25,60%	18,60%	30,20%	9,30%	النسبة % المئوية		
	36	5	4	8	9	10	التكرار	ثانوي	
	100,00%	13,90%	11,10%	22,20%	25,00%	27,80%	النسبة % المئوية		
	38	2	17	2	10	7	التكرار	جامعي	
	100,00%	5,30%	44,70%	5,30%	26,30%	18,40%	النسبة % المئوية		
	200	22	50	32	64	32	التكرار	المجموع	
	100,00%	11,00%	25,00%	16,00%	32,00%	16,00%	النسبة % المئوية		



## الإطار التطبيقي

الشكل رقم (18): أعمدة بيانية توضح الاجابات التي تعبر عن اجابات المبحوثين حول البند الذي ينص على الاستمرار في التعامل مع هذه المؤسسة يمنحك مزايا اضافية.

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه اجابات المبحوثين البالغ عددهم اجمالا 200 فردا حول البند السابق حيث اجاب الذكور والاناث بالبديل **موافق بشدة** بنسبة 16,00% اما نسبة الاجابة بالبديل **موافق** تقدر ب 32,00% اما الاجابة بالبديل **محايد** فتقدر ب 16,00% اما نسبة الاجابة بالبديل **غير موافق** تقدر ب 25,00% اما نسبة الموجبين من الاناث والذكور بالبديل **غير موافق** بشدة فتقدر ب 11,00% .

بخصوص فئة السن فأعلى نسبة اجابة بالبديل **موافق بشدة** تساوي 24,50% من ذوي العمر من 20 الى 30 سنة اما ادنى نسبة اجابة بهذا البديل تقدر ب 6,20% لذوي العمر من 41 الى 50 سنة . و اعلى نسبة اجابة بالبديل **موافق** فتقدر ب 36,00% من العمر 31 الى 40 سنة اما ادنى نسبة اجابة فتقدر ب 28,60% لذوي العمر من 51 سنة فما فوق . واعلى نسبة اجابة بالبديل **محايد** فتقدر ب 22,40% لذوي العمر من 51 سنة فما فوق وادنى نسبة اجابة بهذا البديل فتقدر ب 7,50% لذوي العمر من 20 الى 30 سنة، أما اعلى نسبة اجابة بالبديل **غير موافق** فتقدر ب 33,30% من ذوي العمر من 41 الى 50 سنة وادنى نسبة تقدر ب 18,00% لذوي العمر من 31 الى 40 سنة.

اما اعلى نسبة اجابة بالبديل **غير موافق بشدة** فتقدر ب 14,60% لذوي العمر من 41 الى 50 سنة .

كما نلاحظ من خلال هذا الجدول اجابات المبحوثين من المتعلقة بالمستوى التعليمي حيث تقدر اعلى نسبة اجابة بالبديل **موافق بشدة** ب 27,80% لذوي المستوى الثانوي اما ادنى نسبة للإجابة بهذا البديل فتقدر ب 9,30% لذوي المستوى المتوسط . واعلى نسبة اجابة بالبديل **موافق** فتقدر ب 39,00% لذوي دون المستوى اما ادنى نسبة اجابة بهذا البديل

## الإطار التطبيقي

فتقدر ب 25،00% لذوي المستوى الثانوي. وعلی نسبة اجابة بالبديل محايد تقدر ب 22،20% لذوي المستوى الثانوي اما ادنى نسبة اجابة فتقدر ب 5،30% لذوي المستوى الجامعي . وتقدر اعلى نسبة اجابة بالبديل غير موافق بشدة ب 12،20% لذوي دون المستوى اما ادنى نسبة فتساوي 7،10% لذوي المستوى الابتدائي .

نستخلص من خلال قراءتنا لهذا الجدول ما يلي : تظهر النسب المئوية المرتفعة للإجابة بالبديل موافق ومحايد وغير موافق انا هناك فئة من جمهور مؤسسة موبيليس لهم الحظ في الحصول على امتيازات كما تمنحهم موبيليس احيانا كمكافئة على اشتراكهم مزايا اضافية تقديرا لهم كالفوز برحلة او الحصول على رصيد مجاني او انترنت لفترة معينة . غير ان هناك فئة اخرى التي اجابت بمحايد ويمكن تفسير ذلك بان هؤلاء متعاملين جدد مع مؤسسة موبيليس وبالتالي لا يستطيعون الحكم على البند لان فترة تعاملهم مع المؤسسة قصيرة و لم يصادفوا اي امتيازات بعد اما الفئة الثالثة فهم الذين اجابوا بالبديل غير موافق ويمكن تفسير ذلك بأن هؤلاء الافراد من العينة لم يحالفهم الحظ في الحصول على اي مزايا اضافية ولذلك كانت اجابتهم بالبديل غير موافق.

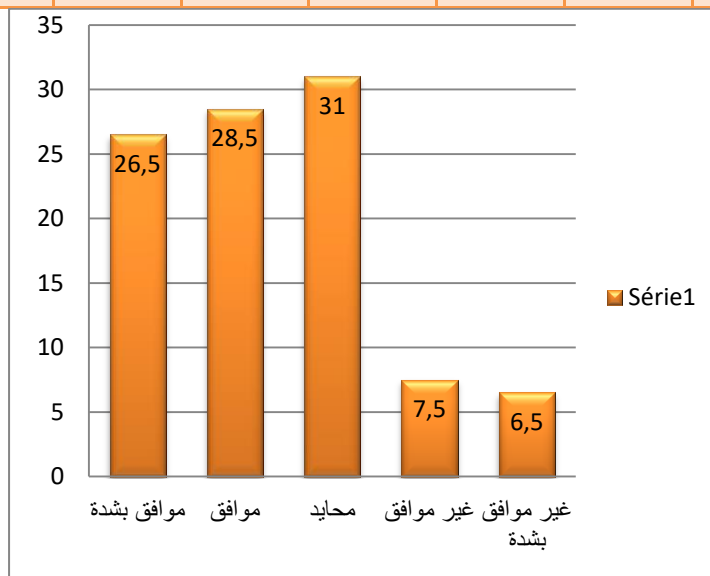
## الإطار التطبيقي

الجدول رقم (19): يمثل الأرقام والنسب المئوية التي تعبر عن إجابات المبحوثين حول البند الذي ينص على المنافسة بين مؤسسة موبيليس ومؤسسات الاتصالات منافسة شريفة .

الإحزاب المعيارية	المتوسط الحسابي	المجموع	المنافسة بين مؤسسة موبيليس ومؤسسات الاتصالات الأخرى منافسة شريفة					التكرار	النسبة % المئوية	تكر	الجنس	المجموع	التكرار	النسبة % المئوية	التكرار	النسبة % المئوية	التكرار	النسبة % المئوية	التكرار	النسبة % المئوية	التكرار	النسبة % المئوية	التكرار	النسبة % المئوية	التكرار	النسبة % المئوية	التكرار	النسبة % المئوية	التكرار	النسبة % المئوية		
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة																									
			موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	غير موافق																									
1.147	2.39	100	13	14	40	26	7	التكرار																								
		100,00%	13,00%	14,00%	40,00%	26,00%	7,00%	النسبة % المئوية																								
		100	0	1	22	31	46	التكرار																								
		100,00%	0,00%	1,00%	22,00%	31,00%	46,00%	النسبة % المئوية																								
		200	13	15	62	57	53	التكرار																								
		100,00%	6,50%	7,50%	31,00%	28,50%	26,50%	النسبة % المئوية																								
		53	1	3	8	25	16	التكرار																								
		100,00%	1,90%	5,70%	15,10%	47,20%	30,20%	النسبة % المئوية																								
		50	3	4	15	11	17	التكرار																								
		100,00%	6,00%	8,00%	30,00%	22,00%	34,00%	النسبة % المئوية																								
		48	5	4	22	11	6	التكرار																								
		100,00%	10,40%	8,30%	45,80%	22,90%	12,50%	النسبة % المئوية																								
		49	4	4	17	10	14	التكرار																								
		100,00%	8,20%	8,20%	34,70%	20,40%	28,60%	النسبة % المئوية																								

## الإطار التطبيقي

		13	15	62	57	53	التكرار	المجموع
		100,00%	6,50%	7,50%	31,00%	28,50%	26,50%	
	41	2	4	14	11	10	التكرار	دون مستوى
	100,00%	4,90%	9,80%	34,10%	26,80%	24,40%	% النسبة المئوية	
	42	2	1	15	12	12	التكرار	الابتدائي
	100,00%	4,80%	2,40%	35,70%	28,60%	28,60%	% النسبة المئوية	
	43	3	4	12	11	13	التكرار	متوسط
	100,00%	7,00%	9,30%	27,90%	25,60%	30,20%	% النسبة المئوية	
	36	4	2	7	13	10	التكرار	ثانوي
	100,00%	11,10%	5,60%	19,40%	36,10%	27,80%	% النسبة المئوية	
	38	2	4	14	10	8	التكرار	جامعي
	100,00%	5,30%	10,50%	36,80%	26,30%	21,10%	% النسبة المئوية	
	200	13	15	62	57	53	التكرار	المجموع
	100,00%	6,50%	7,50%	31,00%	28,50%	26,50%	% النسبة المئوية	



## الإطار التطبيقي

الشكل رقم (19): أعمدة بيانية توضح إجابات المبحوثين حول البند خامس عشر

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه والمتضمن اجابات المبحوثين البالغ عددهم إجمالاً 200 فرد حول البند الذي ينص على ان المنافسة بين مؤسسة موبيليس ومؤسسات الاتصالات الأخرى منافسة شريفة . ان إجاباتهم كانت كالتالي : أجاب الذكور والإناث **بالبديل موافق** بشدة بنسبة 26,50 % أما نسبة الإجابة **بالبديل موافق** فتقدر ب 28,50 % ونسبة إجابتهم **بالبديل محايد** تقدر ب 31,00 % كما أجابوا **بالبديل غير موافق** بنسبة 7,50 % أما نسبة الإجابة **بالبديل غير موافق بشدة** تقدر ب 6,50 %

وبخصوص فئة السن فتقدر أعلى نسبة إجابة **بالبديل موافق بشدة** بنسبة 34,00%

لذوي العمر من 31 إلى 40 سنة وأدنى نسبة إجابة بهذا البديل تقدر ب 12,50 % لذوي العمر من 41 إلى 50 سنة . وأعلى نسبة إجابة **بالبديل موافق** تقدر ب 47,20% لذوي العمر من 20 إلى 30 سنة وادني نسبة إجابة تقدر ب 20,40% لذوي العمر من 51 سنة فما فوق . و أعلى نسبة إجابة **بالبديل محايد** تقدر ب 45,80% لذوي العمر من 41 إلى 50 سنة أما ادني نسبة إجابة بهذا البديل تقدر ب 15,10% لذوي العمر من 20 إلى 30 سنة . وأعلى نسبة إجابة **بالبديل غير موافق** تقدر ب 8,20% لذوي العمر من 51 سنة فما فوق وادني نسبة إجابة بهذا البديل تقدر ب 5,7% لذوي العمر من 20 إلى 30 سنة . و اعلي نسبة إجابة **بالبديل غير موافق بشدة** تقدر ب 10,40% لذوي العمر من 41 إلى 50 سنة أما أدنى نسبة إجابة فتقدر ب 1,90 % .

وإذا نظرنا إلى فئة المستوى التعليمي فقد أجاب ذوي المستوى المتوسط **بموافق بشدة** بأعلى نسبة تقدر ب 30,20% أما أدنى نسبة إجابة بهذا البديل تقدر ب 21,10 % لذوي المستوى الجامعي . وأعلى نسبة إجابة **بالبديل موافق** تقدر ب 26,80 % لذوي دون المستوى . كما أجاب ذوي المستوى الابتدائي بأعلى نسبة **بالبديل محايد** تقدر ب 35,70%

## الإطار التطبيقي

وإدني نسبة إجابة بهذا البديل تقدر ب 19،40 لذوي المستوى الثانوي. وأعلى نسبة إجابة بالبديل محايد تقدر ب 36،80 % لذوي المستوى الثانوي. كما أجاب ذوي المستوى الجامعي بأكبر نسبة تقدر ب 10،50% بالبديل غير موافق وتقدر أدنى نسبة إجابة بهذا البديل ب 2،40% لذوي المستوى الابتدائي. أما بخصوص الإجابة بالبديل غير موافق بشدة فأعلى نسبة إجابة تقدر ب 6،50% لذوي المستوى الثانوي أما ادني نسبة إجابة بهذا البديل تقدر ب 4،80% لذوي المستوى الابتدائي.

نستخلص من خلال قراءتنا لهذا الجدول واستظهار النسب الموجودة فيه النتائج التالية أن أغلب إجابات المبحوثين على هذا البند كانت بالبديل موافق و موافق بشدة بمعنى أن الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس يعبر عن مصداقية المؤسسة وأمانتها وهذا ما يدل على منافستها الشريفة مع المؤسسات الأخرى ويفسر ثقة جمهورها فيما تقدمه من عروض وخدمات.

## الإطار التطبيقي

### النتائج العامة للدراسة:

- أكد المبحوثين على فعالية المصادقية في مؤسسة موبيليس mobilise التي تؤكد من خلالها العروض والخدمات بنسبة تقدر 45.00%.
- عمال مؤسسة موبيليس والموظفين بداخلها يتصفون بصفة الصدق ومطابقة أقوالهم لأفعالهم وهذا راجع لرؤية الجمهور الخارجي أي لديهم رؤية إيجابية لعمال مؤسسة موبيليس.
- تعد الخبرة والكفاءة من أبرز المكونات التي صادق عليها الجمهور الخارجي، لأنها تميزت بالفعالية بحيث بلغت نسبتها 50.00%.
- يحظى جمهور مؤسسة موبيليس بحسن الاستقبال في وكالاتها كما توفر لهم الجو الملائم الذي يجعلهم يشعرون بالارتياح في تعاملهم مع القائمين على هذه المؤسسة .
- تفتح مؤسسة موبيليس أبوابها لزبائنها عند حاجتهم لتوضيح أي شرط من شروط الخدمة التي توفرها، وطرق وإجراءات الاشتراك في العروض التي تطلقها وكيفية استخدامها .
- تتمتع مؤسسة موبيليس برضا جمهورها وذلك ناتج عن تعاملها بشفافية معه كما تعمل على توفير ميزة سرعة انجاز الخدمة لكي تكون دائما عند تطلعاتهم .
- يعبر الجمهور الخارجي لمؤسسة موبيليس عن المعاملة الجيدة التي يحظى بها من طرف العمال في هذه المؤسسة حيث تظهر النتائج أن اغلب أفراد الجمهور لم يسبق وان لاحظوا سلوك غير لائق داخل مؤسسة موبيليس .
- تقدم مؤسسة موبيليس عروض وخدمات مختلفة تسعى بها إلى إرضاء زبائنها كما تظهر النتائج استجابة هذه الخدمات لمتطلبات الجمهور الخارجي وحاجياتهم ولذا تلقى تفاعل وإعجاب المشتركين.



## الإطار التطبيقي

- تعتمد مؤسسة موبيليس على الاتصالات الرسمية سواء في الاتصال لخدمة جمهورها من خلال الهاتف النقال أو البريد الإلكتروني أو في إطلاق عروضها الجديدة عن طريق الإشهار والإعلانات.
- انقسم جمهور مؤسسة موبيليس إلى من يفضل زيارة الوكالة والتعامل المباشر مع القائمين على المؤسسة ويعبر عن استحسانه لاستقبال القائمين على المؤسسة لهم , حيث يحققون طلبهم بطريقة سهلة وسريعة بصفة مباشرة سواء بأسلوب مباشر أو غير مباشر. أما بقية أفراد الجمهور يفضلون التعامل عن بعد من خلال الاتصال الرسمي غير مباشر.
- تلمي مؤسسة موبيليس متطلبات جمهورها من خلال الخدمات التي توفرها غير انه حسب النتائج نادرا ما تضع بين أيدي زبائننا امتيازات إضافية غير التي يتم شراؤها.
- تؤكد إجابات المبحوثين على نزاهة مؤسسة حيث تخلق مكانة لنفسها في سوق العمل وتتنافس مختلف المؤسسات التي في نفس ميدانها التجاري بطرق قانونية وشريفة وذلك لان القائمين على المؤسسة يركزون على كسب اكبر قدر من الجمهور ونيل ثقته والعمل على إرضائه والمحافظة عليه.

الخلاصة

### الخاتمة:

في دراستنا هاته التي تمحورت حول عوامل مصداقية الاتصال الرسمي حاولنا إبراز محددات المصداقية المتمثلة في الصدق والأمانة، الثقة، الخبرة والمسؤولية الاجتماعية بالنسبة للاتصال الرسمي لدى الجمهور الخارجي وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو المؤسسات الخدمائية وتشكيل الصورة الذهنية .

وقد خلصنا إلى أن مصداقية الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس جد عالية وذلك انطلاقا من ثقة الجمهور فيها و خبرة عمالها والقائمين عليها وتعاملهم مع زبائنهم بصدق وأمانة .

وقد استنتجنا من دراستنا هذه أن مصداقية الاتصال عامة والاتصال الرسمي خاصة في المؤسسات، في المؤسسات تتحدد من خلال تبليغ الزبائن بالمعلومات الصادقة وتقديم الخدمات بأمانة بدون غش أو احتيال مما يجعلها تكسب ثقة جمهورها وتكون لديه صورة ذهنية جيدة تساعد على البقاء في الميدان والاستمرار بفعالية.

# قائمة المراجع

القرآن الكريم

أ- المراجع:

1. ابو صبع خليل، الاعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة، ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان 2006.
2. برقوق عبد الرحمن وآخرون، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة، 2017.
3. بلخيري رضوان - جابري سارة ، مدخل للاتصال والعلاقات العامة جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
4. بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
5. بو حنية قوي، الاتصالات الادارية داخل المنظمة المعاصرة ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
6. ثابت عبد المنعم ، المنهج التخطيطي لمهارات الاتصال، (د. ط)، (د. د. ن)، (د. ب ن)، (د. س. ن).
7. حجاب محمد منير، الاتصال الفعال للعلاقات العامة ط1، دار المعرفة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007 .
8. حجاب منير ، المعجم الاعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة 2004.
9. حزي بشار، الاتصال التنظيمي الجامعة الافتراضية السورية، د. ط. سوريا 2020.
10. حنفي عبد الغفار، السلوك التنظيمي وإدارة الفاعلين، الدار الجامعية، الاسكندرية ، 1990.

## قائمة المراجع

11. الخطيب محمود أحمد ، أصول المنهجية في بحوث العلوم الإدارية، سلسلة المعرفة الإدارية، مصر، 2010.
12. الداوقى إبراهيم ، صورة الاتراك لدى العرب ، د. ط، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001.
13. دعيس محمد يسري إبراهيم ، الاتصال والسلوك الإنساني الاسكندرية: سلسلة 18، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، 1999.
14. روبرت سي سولومون فرناند و فلوريس، ترجمة فاطمة عصام صبري، بناء الثقة في مجال الاعمال والسياسة والعلاقات والحياة مكتبة العبيكان، 2004.
15. الزغبى طلال عبد الله وآخرون، مهارات الاتصال الجماهيري، ط1، عالم الكتب الحديث، د.ب، 2010.
16. سرحان محمد علي المحمودي، مناهج البحث العلمي ط3، دار الكتب، صنعاء 2015.
17. سلمان المشهداني سعد ، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2018.
18. صليبا جميل ، المعجم الفلسفي، ج 1، الكتاب اللبناني لبنان، 1982.
19. الصهر في محمد ، وظائف المدير العام، دار الكتاب القانوني للنشر والتوزيع، ج2، القاهرة، 2007 .
20. الصيرفي محمد، عبد الغاني حامد، الاتصالات الدولية ونظم المعلومات، مؤسسة العالمية للشؤون الجامعية، البحرين، 2006.
21. عجوة علي ، العلاقات العامة والصورة الذهنية ، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1983

## قائمة المراجع

22. عزة عبد العزيز عثمان، مصداقية الاعلام العربي المفاهيم والمعايير، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006.
23. علم الدين محمود ، مصداقية الاتصال، دار الوزان للطباعة والنشر، القاهرة ، 1989.
24. علي معمر عبد المؤمن، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية- الاساسيات والتقنيات والأساليب، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2008.
25. عوض عباس محمود ، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية ( د، د،ن) 1998.
26. قند ليجي عمار، وآخرون، البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري العلمية للنشر، الأردن، 2009.
27. محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ، ط1، عالم الكتب، القاهرة 1991.
28. محمود محمد علي محمد، مفهوم الصدق عند أفريد تارسكي، دار الوفاق للطباعة والنشر، أسيوط، 2010 .
29. ميخائيل أسعد يوسف ، سيكولوجية الخبرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة، 2000.
30. هادي الدهان رواء، وسائل الاعلام ومستويات الثقة، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
31. هلال المزاهرة منال ، نظريات الاتصال ، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

ب-المراجع باللغة الأجنبية:

- 1 BJ Fogg, al, what makes web sites Credible? A Report on a large quantitative, CHI, vo 103,no 01,2001.

مذكرات:

1. تشيكو حميدة، دور التصور الذهني حسب نظرية كوسلين في اكتساب البنية الفضائية عند الاطفال تريز وميا 12، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم الار طو فونيا الجزائر، 2017/2018
2. ريان كريمة، الخبرة ونشاط التخطيط، مذكرة ماجستير: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، بوزريعة الجزائر، 2009.
3. سعودي ملحة، الخبرة المهنية وتخطيط الفعل في النسق الميكانيكي، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير جامعة الجزائر بوزريعة، الجزائر، 2008 .
4. فرحاتي لويزة، الاتصال الرسمي وعلاقته بالحوافز المعنوية، كلية العلوم الاقتصادية بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير وعلوم التسيير جامعة الحاج لخضر باتنة، 2007/2008،
5. قداش سمية، أثر التسيير التوعوي للوظائف والكفاءات على الخدمة المقدمة ، رسالة ماجستير في علوم الاقتصاد، جامعة ورقلة، 2011.
6. مراح سمية - حمري جهاد، مصداقية الاعلام الجديد، مذكرة ماستر ، جامعة خميس مليانة، شعبة الاعلام والاتصال، الجزائر.



## قائمة المراجع

7. معمري أمينة، دور الاتصال الداخلي في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، الجزائر، 2015/014

### المقالات:

1. بوزيد شيماء، سمات القائم بالاتصال عبر الفضائيات العربية العامة واستقطابها الجمهور، كلية علوم الاعلام والاتصال، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر. الجزائر، 2017/2016 .

الجمعية الدولية العامة، سوريا 2009.

2. الزوبتي حسين دبي حسان، "أولويات التحكم القيمي لأداء القائم بالاتصال في معالجة موضوعات العنف"، كلية الاعلام، جامعة بغداد، العدد. 200.

3. الشيخ صالح، تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها

4. العنزي سعد، الثقة بين الاطار الشخصي لها والمفهوم التنظيمي الحديث، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد.

5. نافع الكناني ماجد، نضال ناصر ديوان، "وظيفة التربية في تنمية التخيل وبناء الصور

الذهنية لدى المتعلم وإسهامها في تمثيل التفكير البصري بغداد: كلية الفنون الجميلة

،العدد2012،201.

### مواقع الالكترونية:

1- [www.dorar.net](http://www.dorar.net)

2- [www.modee.com](http://www.modee.com)

الملاحق

جامعة محمد خيضر بسكرة - قطب شتمة -

كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

تخصص اتصال وعلاقات عامة



مقياس إتجاهات ( ليكرت Likert)

عوامل مصداقية الاتصال الرسمي في المؤسسة الخدمائية

\_دراسة مسحية على عينة من اتجاهات الجمهور الخارجي لمؤسسة

\_Mobilis

يندرج هذا المقياس لمعرفة اتجاهك حول أهم عناصر أو عوامل مصداقية الاتصال الرسمي لدى المؤسسة الخدمائية "موبيليس"، وذلك في اطار إنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، ولذا فإن نجاح هذا البحث يرتكز على مدى مساعدتك ومساهمتك في الإجابة بكل صدق عن الأسئلة، ونعلمكم بأن إجاباتكم ستظل سرية ولا تستعمل الا لغرض علمي، ونشكركم سلفا على مساعدتكم ودعمكم.

ملاحظة: ضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة.

اشراف الأستاذ:

د/ بوزيد رملي

من اعداد الطالبتين:

منى حمير

صبرينة قنفود

السنة الجامعية: 2021/2020

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس:

- أنثى

- ذكر

2- السن

من 31 إلى 40 سنة

من 20 إلى 30 سنة

من 51 سنة فما فوق

من 41 إلى 50 سنة

3- المستوى التعليمي:

متوسط

ابتدائي

دون مستوى

جامعي

ثانوي

المحور الثاني: عناصر التصديق التي يعتمد عليها الجمهور الخارجي لتأكد من مصداقية الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس:

الرقم	البند	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	تقوم مؤسسة موبيليس على المصداقية التي تؤكد من خلالها العروض والخدمات التي تطلقها في كل مرة					
02	يتصف العمال في مؤسسة موبيليس بالصدق من خلال قول الحقيقة ومطابقة الأقوال للأفعال واحترام العقود وتنفيذها المطلوب في تعاملهم مع الزبائن					
03	القائمين على مؤسسة موبيليس ذوي خبرة وكفاءة عاليتان					
04	الخدمات والعروض المقدمة من مؤسسة موبيليس تتسم بالأمانة					
05	نزاهة المؤسسة صورتها الحسنة وسمعتها الطيبة وخدماتها المعروضة تجعلك تثق بما تعرضه					

المحور الثالث: المظاهر السلوكية للعمال في مؤسسة موبيليس

الرقم	البند	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
06	يستقبل القائمين على مؤسسة موبيليس زبائنهم بأسلوب حسن وراقي في وكالاتهم					
07	عند زيارتك لوكالات موبيليس مؤسسة موبيليس يتم توضيح اجراءات وشروط الخدمة عند الحاجة لذلك					
08	تملك رؤية ايجابية حول الشفافية وسرعة إنجاز الخدمة في هذه المؤسسة					
09	الخدمات المقدمة من مؤسسة موبيليس غير مناسبة					
10	الخدمات والعروض المقدمة من طرف موبيليس تستجيب لمتطلباتكم					

المحور الرابع: اتجاهات الجمهور حول مصداقية الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس.

الرقم	البند	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
11	الاتصال الرسمي في مؤسسة موبيليس ذو فعالية عالية					
12	تستخدم وسائل الاتصال كالهاتف والبريد الالكتروني للتواصل مع القائمين على المؤسسة لتلبية حاجياتك					
13	تفضل زيارة الوكالة والتعامل المباشر مع القائمين على المؤسسة					
14	تشعر بالرضا تجاه ما توفره مؤسسة موبيليس من خدمات					
15	الاستمرار في التعامل مع هذه المؤسسة يمنحك مزايا اضافية (كالحصول على رصيد اضافي أو انترنت مجانا)					
16	المنافسة بين مؤسسة موبيليس ومؤسسات الاتصالات الأخرى منافسة شريفة					