



جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية

مذكرة ماستر

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال
التخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبين

جودي إسلام غضاب يوسف عبد الرزاق

نُوقشت وأُجيزت يوم: 2023/06/18

دور الاتصال الخارجي في تحسين أداء الخدمة العمومية

-دراسة ميدانية بولاية أولاد جلال-

لجنة المناقشة

رئيسا	محاضر "ب" جامعة بسكرة	نجاة علمي
ممتحنا	محاضر "أ" جامعة بسكرة	إيمان نوي
مشرفا ومقررا	محاضر "أ" جامعة بسكرة	طلحة مسعودة

السنة الجامعية: 2023/2022



تشكرات

الحمد والشكر لله العلي العظيم الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعطانا قدرة الصبر ووقفنا لإنجاز هذا البحث المتواضع - تبارك الله ذو الجلال والإكرام - و عرفانا بالجميل أتقدم بأسمى عبارات الشكر والعرفان إلى من ساندتني وأثرت علي بنصائحها القيمة ومعارفها ولم تبخل علي بإرشاداتها ونصائحها من خلال إشرافها على هذا العمل خطوة بخطوة وبكل جدية وتفاني، إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة " طلحة مسعدة " .

كما أتقدم بالشكر الخالص إلى لجنة المناقشة التي ستناقش هذا الموضوع، وكل من قدم لي يد العون وساهم من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا العمل المتواضع.



ملخص الدراسة:

بحثت هذه الدراسة في موضوع دور الاتصال الخارجي في تحسين أداء الخدمة العمومية بولاية أولاد جلال. ولتحقيق أهدافها تم الاعتماد على منهج المسح، وعلى استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بها، بحيث تم توزيعها على عينة عرضية مكونة من 80 مواطنا. وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية:

_ أن وسائل الاتصال الخارجي تساهم في تحسين الخدمة العمومية بولاية -أولاد جلال

ومن أهمها الوسائل المكتوبة التي تستعملها الولاية في نشر معلوماتها واستقبال انشغالات المواطنين هي الإعلانات والملصقات. كما تعتمد الإذاعة المحلية كوسيلة سمعية، والاجتماعات كوسيلة شفوية للتواصل مع المواطنين.

-الصفحة الرسمية للولاية عبر الفايسبوك هي الوسيلة الجديدة التي تتواصل بها الولاية مع المواطنين من أجل تحسين خدماتها العمومية.

_ تستعمل الولاية وسائل مختلفة للرد على انشغالات المواطنين، إلا أنها تميل إلى الاحتكاك المباشر بالمواطنين وتقريبهم من خدماتها قصد الاستجابة لانشغالاتهم وطمأنتهم، وتعتمد أسلوب المقابلات كأحسن سبيل لحل مشكل تحسين الخدمة العمومية .

_ تتمثل أهم معوقات الاتصال الخارجي في تحسين أداء الخدمة العمومية لولاية -أولاد جلال من وجهة نظر المواطنين في عدم رد وتلقي معلومات واضحة، وكذا في البيروقراطية.

_ يواجه مواطنو ولاية أولاد جلال عدة عراقيل في التواصل مع مصالح الولاية طلبا للخدمة العمومية وتكمن أهمها في أن موظفي الاستقبال والإعلام والتوجيه غير مؤهلين، إضافة إلى تدني مستوى الخدمة العمومية.

الكلمات المفتاحية:

1- الاتصال الخارجي. 2- الخدمة العمومية. 3- المرفق العام

Summary

Cette étude a examiné le rôle de la communication externe dans l'amélioration des performances de la fonction publique dans l'État d'Olad Jalal. Pour atteindre ses objectifs, le programme de l'enquête et le questionnaire ont été utilisés comme outil clé de collecte de données et d'information, qui a été distribué à un échantillon occasionnel de 80 citoyens. L'étude a produit les résultats suivants :

_ Les moyens de communication externes contribuent à l'amélioration du service public dans l'État de Jalal

_ Parmi les moyens écrits les plus importants utilisés par l'État pour diffuser ses informations et recevoir les préoccupations des citoyens figurent les publicités et les affiches. La radio locale est également adoptée comme support audio et les réunions comme moyen de communication orale avec les citoyens.

- La page Facebook officielle de l'État est le nouveau moyen par lequel l'État communique avec les citoyens afin d'améliorer son service public.

_ L'État utilise divers moyens pour répondre aux préoccupations des citoyens, mais il tend à prendre contact directement avec les citoyens et à les rapprocher de ses services afin de répondre à leurs préoccupations et de les rassurer, et adopte les entrevues comme la meilleure façon de résoudre le problème de l'amélioration de la fonction publique.

_ Les principaux obstacles à la communication externe sont l'amélioration des performances de la fonction publique de l'État de Jalal du point de vue des citoyens en l'absence de réponse et de réception d'informations claires, ainsi que dans la bureaucratie.

_ Les citoyens de l'Etat d'Olad Jalal sont confrontés à plusieurs obstacles dans la communication avec les intérêts de l'Etat afin de rechercher un service public, le plus important étant que le personnel d'accueil, d'information et d'orientation n'est pas qualifié, en plus du faible niveau de service public.

Mots clés :

la communication externe, Service public, Annexe publique.

الموضوع:	
ملخص باللغة العربية	
ملخص باللغة الأجنبية	
فهرس المحتويات	
قائمة الجداول	
قائمة الأشكال	
مقدمة	
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
03	إشكالية الدراسة.
04	تساؤلات الدراسة.
05	أهداف الدراسة.
05	أهمية الدراسة.
06	أسباب اختيار الموضوع.
06	مصطلحات مهمة في الدراسة.
11	دراسات سابقة.
13	منهجية الدراسة.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
21	المبحث الأول: الاتصال الخارجي
21	المطلب الأول: ماهية الاتصال الخارجي
24	المطلب الثاني: أنواع ووسائل وأهداف الاتصال الخارجي
37	المطلب الثالث: مبادئ ووظائف الاتصال الخارجي
40	المطلب الرابع: استراتيجيات ومعوقات الاتصال الخارجي
47	المبحث الثاني: الخدمة العمومية
47	المطلب الأول: ماهية الخدمة العمومية
52	المطلب الثاني: أهداف وأنواع الخدمة العمومية
57	المطلب الثالث: المطلب الثالث: أنظمة ومعايير الخدمة العمومية
الفصل الثالث : الإطار التطبيقي للدراسة	
67	المبحث الأول : تحليل وتفسير نتائج البيانات الأولية للدراسة
67	المطلب الأول:تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بأنواع الاتصال الخارجي بولاية أولاد جلال لتحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين.
	المطلب الثاني : تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بوسائل الاتصال الخارجي المستخدمة من طرف ولاية أولاد جلال في تحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين.
	المطلب الثالث: تحليل وتفسير نتائج المتعلقة بمعوقات الاتصال الخارجي لولاية أولاد جلال في تحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين.
	المبحث الثاني: تحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب المتغيرات (السن، الجنس، المستوى التعليمي، المستوى المعيشي، مكان الإقامة)

	المطلب الأول: تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بأنواع الاتصال الخارجي بولاية أولاد جلال لتحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين حسب المتغيرات.
	المطلب الثاني: تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بوسائل الاتصال الخارجي المستخدمة من طرف ولاية أولاد جلال في تحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين حسب المتغيرات.
	المطلب الثالث: تحليل وتفسير نتائج المتعلقة بمعوقات الاتصال الخارجي لولاية أولاد جلال في تحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين حسب المتغيرات.
	المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة
	المطلب الأول: النتائج الأولية للدراسة
	المطلب الثاني: نتائج الدراسة حسب المتغيرات
	المطلب الثالث: الإجابة على أسئلة الدراسة
	النتائج العامة للدراسة
	توصيات الدراسة
	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

2/ قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الشكل	
69	جدول رقم (1): يوضح خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	1
70	جدول رقم (2): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب العمر	2
71	جدول رقم (3): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	3
72	جدول رقم (4): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب مكان الإقامة	4
73	جدول رقم (5): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي	5
74	جدول رقم (6): يوضح لماذا يقصد مواطنون أولاد جلال الولاية	6
75	جدول رقم (7): يوضح أسلوب الاتصال الذي يربط المواطن بالولاية	7
76	جدول رقم (8): يوضح هدف الاتصال الاجتماعي بالولاية	8
78	جدول رقم (9): يوضح حضور المواطنين لإحدى المناسبات أو التظاهرات التي تحييها الولاية	9
79	جدول رقم (10): يوضح نوع المناسبة أو التظاهرة التي حضرها المواطن من قبل	10
80	جدول رقم (11) يوضح الخدمات التي تقدمها ولاية أولاد جلال للمواطنين	11
81	جدول رقم (12): يوضح وسائل الاتصال الخارجي لولاية أولاد جلال سهلت الاحتكاك بالولاية.	12
83	جدول رقم (13): يوضح الوسائل المكتوبة التي تستخدمها ولاية أولاد جلال	13
84	جدول رقم (14): يوضح نوع الوسائل السمعية والبصرية التي تستخدمها ولاية أولاد جلال لتواصلها مع المواطنين	14

85	جدول رقم(15):يوضح الوسائل الشفوية التي تستخدمها ولاية أولاد جلال للتواصل مع مواطنيها	15
86	جدول رقم(16): يوضح الوسائل الجديدة التي تتواصل بها ولاية أولاد جلال مع مواطنيها	16
87	جدول رقم(17): يوضح كيف تتصل بك الولاية في حال الرد على إنشغالاتك	17
89	جدول رقم(18): أسلوب التواصل الذي تتبعه ولاية أولاد جلال مع المواطنين لتحسين الخدمة العمومية	18
90	جدول رقم(19): الوسائل التي تستخدمها ولاية أولاد جلال في التواصل مع المواطنين لتحسين الخدمة العمومية	19
91	جدول رقم(20):يوضح ما الذي يواجهك عند محاولة تواصلك بالولاية من أجل الإجابة على إنشغالاتك أو حل مشاكلك كمواطن	20
93	جدول رقم (21): يوضح العوائق التي تواجهك في التواصل مع مصالح ولاية أولاد جلال طلبا لخدمة معينة	21
94	جدول رقم(22):يوضح أفضل الأساليب التي تلجأ إليها الولاية لحل مشاكل تحسين الخدمة العمومية لولاية أولاد جلال	22
97	جدول رقم(23):يوضح تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بأنواع الاتصال الخارجي بولاية أولاد جلال حسب المتغير	23
99	جدول رقم(24): يوضح تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بوسائل الاتصال الخارجي بولاية أولاد جلال سهلت الاحتكاك أكثر بالولاية	24
101	جدول رقم(25):يوضح تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بوسائل الاتصال الخارجي من وجهة نظر المواطنين حسب المتغيرات(كيف تتصل بك الولاية في حال الرد على إنشغالاتك)	25
103	جدول رقم(26):يوضح تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بمعوقات الاتصال الخارجي لولاية أولاد جلال في تحسين الخدمة العمومية حسب المتغيرات	26

الصفحة	عنوان الشكل	
69	شكل رقم (1): يوضح يوضح خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	1
70	شكل رقم(2):خصائص أفراد عينة الدراسة حسب العمر	2
71	شكل رقم(3):خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	3
72	شكل رقم(4):خصائص أفراد عينة الدراسة حسب مكان الإقامة	4
73	شكل رقم(5):خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي	5
74	شكل رقم(6):يوضح لماذا يقصد مواطنون أولاد جلال الولاية	6
75	شكل رقم(7):يوضح أسلوب الاتصال الذي يربط المواطن بالولاية	7
77	شكل رقم(8):يوضح هدف الاتصال الاجتماعي بالولاية	8
78	شكل رقم(9): يوضح حضور المواطنين لإحدى المناسبات أو التظاهرات التي تحييها الولاية	9
79	شكل رقم(10):يوضح نوع المناسبة أو التظاهرة التي حضرها المواطن من قبل	10
80	شكل رقم(11):يوضح الخدمات التي تقدمها ولاية أولاد جلال للمواطنين	11
82	شكل رقم(12):يوضح وسائل الاتصال الخارجي لولاية أولاد جلال سهلت الاحتكاك بالولاية.	12
83	شكل رقم(13):يوضح الوسائل المكتوبة التي تستخدمها ولاية أولاد جلال	13
84	شكل رقم(14):يوضح نوع الوسائل السمعية والبصرية التي تستخدمها ولاية أولاد جلال لتواصلها مع المواطنين	14
86	شكل رقم(15):يوضح الوسائل الشفوية التي تستخدمها ولاية أولاد جلال للتواصل مع مواطنيها	15
87	شكل رقم(16): يوضح الوسائل الجديدة التي تتواصل بها ولاية أولاد جلال مع مواطنيها	16
88	شكل رقم(17): يوضح كيف تتصل بك الولاية في حال الرد على انشغالاتك	17
89	شكل رقم(18): أسلوب التواصل الذي تتبعه ولاية أولاد جلال مع المواطنين لتحسين الخدمة	18

	العمومية	
91	شكل رقم(19): الوسائل التي تستخدمها ولاية أولاد جلال في التواصل مع المواطنين لتحسين الخدمة العمومية	19
92	شكل رقم(20): يوضح ما الذي يواجهك عند محاولة تواصلك بالولاية من أجل الاجابة على إنشغالاتك أو حل مشاكلك كمواطن	20
93	شكل رقم (21): يوضح العوائق التي تواجهك في التواصل مع مصالح ولاية أولاد جلال طلبا لخدمة معينة	21
94	شكل رقم(22): يوضح أفضل الأساليب التي تلجأ إليها الولاية لحل مشاكل تحسين الخدمة العمومية لولاية أولاد جلال	22

مقدمة

مرت الخدمة العمومية بعدة مراحل كانت السبب في إحداث تغييرات جذرية على مستوى جميع قطاعاتها، فبعد أن كانت ملكا لشاغلها تباع وتشتري، أصبحت خدمة عامة تظم مجموعة من الاختصاصات والمسؤوليات يمارسها شاغلها للصالح العام، وقد تزايد الاهتمام بها من خلال تكوين أو إنشاء دساتير لها وللموظف العام وذلك لفرض قوانين وإجراءات تساهم في تنظيم تسييرها، وبالرغم من التطورات التي شهدتها الخدمة العمومية إلا أنها مازالت تواجه مشكلات وأزمات معقدة وحادة نتيجة التطور الهائل والسريع الذي يعيشه العالم المعاصر، مما استوجب بالضرورة تجديد وتطوير مفهوم الخدمة العمومية بغية الوصول إلى إدارة عامة وفعالة مسلحة بوسائل تقنية حديثة كفيلة بجعل هذه الأخيرة قادرة على القيام بالأعباء الملقة جميعها على الدولة المعاصرة . ولهذا لا بد من توافر عناصر متعددة للوصول إلى إدارة عامة حديثة وفعالة ،منها القيادة الإدارية الجيدة التنظيم الإداري العلمي الموضوعي تبسيط العمل والإجراءات، التخطيط الإداري السليم، بالإضافة وجود أشخاص ذو درجة عالية من الكفاءة والمهارة للقيام بالأعباء الإدارية المختلفة وهم مقتنعون بأن المصالح التي كلفوا بها هي فوق كل مصلحة أخرى، وفخورون بالانتماء إلى الوظيفة العمومية.

ويعتبر الاتصال وبالأخص الاتصال الخارجي واجهة بالغة الأهمية تعتمد عليه المؤسسات، من أجل تحسين أدائها الخدماتي، وذلك بالتواصل مع محيطها الخارجي من أفراد ومؤسسات بمختلف قطاعاتها، وذلك بالاعتماد على مختلف الوسائل والقنوات المتنوعة والتطبيق الفعال لها وبالتالي تقديم خدمات جيدة تتماشى ورغبات واحتياجات الجمهور الخارجي، وهو يساعد في بناء صورة جيدة عن المؤسسة في أذهان أفراد المجتمع، لذلك فهذا النوع من الاتصال يرتبط بشكل أو بآخر مع عملية ترويج الخدمات ،إذ تعد هذه العملية من العمليات الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات خصوصا الخدمية منها في تقديم عروضها

وخدماتها ومنتجاتها لأكبر عدد ممكن من الزبائن، وذلك عن طريق وسائل الاتصال المختلفة.

ومما سبق جاءت هذه الدراسة للبحث في موضوع دور الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية بولاية أولاد جلال ، كمرفق عام ناشئ يسعى لتقديم خدمة عمومية نوعية تحافظ على رابط الثقة بين المواطن والإدارة العمومية وخصصت لهذه الدراسة ثلاث فصول رئيسية تناول الأول الإجراءات المنهجية للدراسة بدءاً بإشكالياتها وتساؤلاتها وأهدافها وأهميتها مروراً بمفاهيم الدراسة وأدبياتها السابقة ومقارنتها النظرية مع التركيز على المنهج المعتمد عليه وأدوات البحث المستخدمة في بحث عينته.

فيما تناول الفصل الثاني الجانب النظري حيث عرض للجانب المعرفي المتعلق بالاتصال الخارجي من حيث الوسائل والاستراتيجيات والعوائق، ولم نفوت الحديث عن الخدمة العمومية أساسياتها ومتطلباتها.

أما الفصل الأخير فخصص للإجراءات التطبيقية للدراسة حيث اشتمل على تحليل وتفسير بيانات الدراسة الأولية ثم ربطها بالمتغيرات واستخلاص نتائجها والإجابة على أسئلتها المحددة في البداية وانتهت الدراسة بخاتمة وقائمة المراجع والملاحق.

الفصل الأول: الإطار

المنهجي للدراسة

1-الإشكالية:

لقد أصبح الاتصال يعد الاتصال من العمليات الاجتماعية الضرورية للحياة البشرية، حيث يعد حاجة إنسانية مهمة تتطور عبر مراحل الحياة الإنسانية، لا يمكن الاستغناء عنه لأنه مطلب لا بد من توفره حتى تعمل المؤسسة الى تحقيق أهدافها. فالاتصال في المؤسسة هو العامل الأساسي لتبادل المعارف والتجارب والتقنيات والخبرات بين العمال والمؤسسة، فهو يعمل على ربط علاقة صلة بين المؤسسة و جماهيرها الخارجية، وهو موجه لتحسين صورة المؤسسة.

الخارجي يحظى باهتمام كبير لكونه أحد العوامل التي تسعى من خلالها المؤسسة لتحقيق أهدافها والوصول إلى حل لمختلف مشاكلها، فهو يعمل على تنظيم العلاقات داخل وخارج المؤسسة، ويمثل عملية الانتقال وتبادل الأفكار والآراء للمساعدة على تحسين أداء الأعمال بطريقة أفضل وجعل هاته الأفكار تفهم بوضوح في الوقت المناسب.

وللاتصال أهمية وفعالية في الربط بين مختلف المؤسسات، وأهميته وفاعليته لا تقل عنها خارج المؤسسة التي لا تقوم إلا عليه، فالاتصال الخارجي ضرورة حتمية لا بد منها، وتعد وسائل الاتصال وسيلة أساسية في هذه العملية حيث تلعب دورا هاما في نجاحها ونظرا لظهور وتطور تكنولوجيا الاتصال فمن المؤكد لها تأثير على الاتصال بمختلف أشكاله ومستوياته، وتعد المؤسسة من بين المتأثرين بوسائل الاتصال الحديثة.

وفي هذا الإطار تعد الخدمة العمومية من أهم القضايا التي تحظى بأهمية بالغة بحكم أن الخدمات هي مخرجات المؤسسة العمومية وباعتبارها مسألة جوهرية وحيوية في حياة المواطنين تقتضي على تلبية تطلعاتهم وحاجياتهم والاستفادة من الخدمات المقدمة للدولة.

وبناء على هذا الطرح فإن إشكالية هاته الدراسة تدور حول محاولة معرفة العلاقة الموجودة بين الاتصال الخارجي والخدمة العمومية في المؤسسة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

ما دور الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية لولاية؟ - أولاد جلال -

2- الأسئلة الفرعية:

1- هل تساهم وسائل الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية لولاية - أولاد جلال-؟

2- ما هي أنواع الاتصال الخارجي المتواجدة في تحسين الخدمة العمومية لولاية - أولاد جلال-؟

3- ما معوقات الاتصال الخارجي في تحسين أداء الخدمة العمومية لولاية - أولاد جلال-؟

3- أهداف الدراسة:

- تهتم الدراسة بإبراز دور الاتصال الخارجي لتحسين أداء الخدمة العمومية بولاية أولاد جلال.

- معرفة مكانة الاتصال الخارجي في تنظيم وسير أداء الخدمة العمومية بالولاية.

- تقديم دراسة عن أنواع الاتصالات الخارجية في المؤسسة وعلاقتها بأداء الخدمة العمومية.

- إبراز المكانة التي يحققها الاتصال الخارجي في تحسين أداء الخدمة العمومية بالولاية.

- إبراز أهم العراقيل التي تتعرض لها العمليات الاتصالية خارج بالولاية.

- محاولة الوصول بولاية أولاد جلال إلى ممارسة للاتصال الخارجي بالمستوى الذي ييسر ويحسن الخدمة العمومية للأفضل.

4- أهمية الدراسة:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في الكشف عن دور الاتصال الخارجي باعتباره عنصراً تسعى من خلاله المؤسسة العمومية لتحقيق أهدافها وبيان أهميته، ولأبي مدى يؤثر الاتصال في تسيير وتحقيق أهدافها المرجوة. دون إغفال إشعار الموظفين بأهميتهم وضرورة اطلاعهم على كل الأمور وتحفيزهم.

- إشعار الموظفين بأهميتهم وضرورة اطلاعهم على كل الأمور وتحفيزهم على العطاء أكثر.

- أهمية الدراسة تكمن في أهمية الاتصال الخارجي بالمؤسسة الخدمائية(الولاية) كونها مؤسسة لا تستمر إلا عن طريق التواصل بالجمهور الخارجي وبالمؤسسات الأخرى هذا من جهة. ومن جهة أخرى تكمن أهمية الخدمة العمومية الموجهة لعامة الناس كونها المهمة الأساسية التي تقوم عليها الولاية.

-نقص الاهتمام بموضوع الاتصال الخارجي وعلاقته بالخدمة العمومية مما يجعل هذا الموضوع يكتسبه الغموض، وتكمن أهمية هذا الموضوع في محاولة توضيحه والإلمام بجوانبه ودوره في تحسين الخدمة العمومية.

5-أسباب اختيار الموضوع:

- البحث في الجانب الإتصالي في المؤسسات العمومية.
- معرفة ما مدى تطبيق الاتصال في المؤسسات العمومية وخاصة في المرفق العام.
- الدور المتزايد الذي يلعبه الاتصال خارج المؤسسة وكيف يحافظ على استقرار العلاقة بين المواطن والمرفق العام.
- قابلية هذا الموضوع للدراسة والبحث الميداني.

6-مفاهيم الدراسة:

أ-الاتصال:

-لغة:تباينت آراء العلماء حول تعريف مفهوم الاتصال، وترجع كلمة اتصال حسب معاجم اللغة العربية إلى الفعل الثلاثي(وصل) ويقال(وصل الشيء) أو(وصل إلى الشيء وصولاً) أي بلغه وانتهى إليه، وتعود أصل كلمة اتصال إلى الأصل اللاتيني(Communise) والتي تعني يذيعه أو الشيء المشترك.¹

-اصطلاحاً:

عرفته جيهان رشتي عام 1975م بأنه:العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة -كائنات حية أو بشرا أو آلات- في مضامين اجتماعية معينة، حيث يتم خلال هذا التفاعل نقل أفكار ومعلومات ومنبهات عن قضية معينة ومعنى مجرد أو دافع معين.²

عرف مايكل ويستون الاتصال:نقل المعاني وتبادلها بأي أسلوب يفهمه أطراف الاتصال

ويتصرفون وفقه بشكل سليم ويؤكد Stanley أن الاتصال عبارة عن عملية تبادل تفاعلي بين الأطراف ذات لغة مشتركة، وليس عملاً فردياً منعزلاً، حيث يقاس واقع الاتصال في ضوء قدرة عملية تبادل على أحداث حالات تفاعل، وتناغم وانسجام وفهم مشترك للرموز والمتبادلة.³

ب/الاتصال الخارجي:

¹مجدي راشد جيوسي و آخرون،مهارات الاتصال بين النظرية و التطبيق، جامعة فلسطين التقنية،دب،2021،ص4.

²هشام الفولي،الاتصال من الإشارة إلى الميتافيرس، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، القاهرة-مصر-،2022،ص12.

³سامية عواج،الاتصال في المؤسسة، مركز الكتاب الأكاديمي،عمان،2019،ص8.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

يعرف الاتصال الخارجي بأنه وسيلة حديثة بواسطتها تستطيع المؤسسة بتطوير نفسها، ولهذا نجد الاتصال الخارجي "يخص كل الاتصالات التي تهدف إلى ترويج سمعة المؤسسة وصورتها لدى جمهورها أو زبائنها".¹

ويعرف أيضا على أنه: هو مجموعة من العمليات الاتصالية المقصودة و التي تتم بين المؤسسة كمرسل ومحيطها كمستقبل، حيث ترسل جملة من الرسائل والمعلومات التي تتعلق بالمؤسسة أو منتوجاتها وخدماتها في شكل رموز، أو أنشطة اتصالية معتمدة في ذلك على تخصصات وتقنيات الاتصال المختلفة تكون مندمجة في إطار الاتصال الإعلاني او العلاقات العامة التي تربط المؤسسة ببيئتها الخارجية.²

-إجراءات:

الاتصال الخارجي هو حلقة الوصل بين الولاية والمجتمع المحيط بها، قائمة لتحقيق غايات ووظائف معينة لها صلة بأفراد المجتمع، ولا تتمكن هذه الولاية من القيام بأعمالها حتى تكون ثقة متبادلة بينها و بين جماهيرها.

- الخدمة العمومية:

تعتبر الخدمة العمومية مدخلا رئيسيا في تحديد علاقة الدولة بالمجتمع من خلال درجة الاستجابة لمختلف المتطلبات المجتمعية، وتزداد أهمية هذا المدخل في عصر التكنولوجيا

¹أسهمان مومني، إستراتيجية الاتصال الخارجي في الشركات متعددة الجنسيات-دراسة حالة مجموعة كوكا كولا-،مذكرة ماجستير علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسي والإعلام، جامعة الجزائر، 2012،ص8.

² بوهدة شهرزاد،الاتصال الخارجي أداة لتعزيز علاقات مؤسسات التعليم العالي بمحيطها الخارجي، قراءة لبعض نماذج من مؤسسات التعليم العالي الجزائرية، المدرسة الوطنية العليا للصحافة و علوم الإعلام والاتصال،

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

والعولمة الذي أتاح للفرد المعلومات وسبل المقارنة مع مجتمعات أخرى في مستوى أداء الدول وتقديم الخدمات لمواطنيها.¹

تعريف الخدمة العمومية: هي جميع أنواع الخدمات التي من الممكن استغلالها إلا في إطار جماعي تتوفر بشكل إجباري وفق قاعدة المساواة التي ينص عليها القانون ويكون من الضروري استغلالها بمعزل عن قواعد السوق، وتحمل الدولة مسؤولية توفيرها والقيام من حيث أدائها ومراقبتها.²

وتعرف الخدمة العمومية على أنها مجموعة من النشاطات الموجهة للمصلحة العامة تكون في متناول أكبر شريحة ممكنة بأسعار معقولة وفي ظروف مماثلة.³

إجرائيا:

يقصد بمصطلح الخدمة العمومية على أنها الصلة بين الإدارة العامة والمواطنين وذلك عن طريق تلبية وإشباع حاجيات الأفراد من طرف الوحدات الإدارية والمنظمات العامة.

-المرفق العام (الولاية):

يعد المرفق العام من المفاهيم التي شغلت اهتمام المفكرين و الباحثين، نظرا لارتباطه بالقطاعات الإستراتيجية التابعة للدولة، خاصة وأنه يمثل المظهر الايجابي لنشاط الإدارة، باعتباره يسعى لتحقيق وإشباع الحاجات الهامة والأساسية لأفراد المجتمع، فالمرفق العام

¹ كريمة لعرايبي، تحسين أداء الخدمة العمومية في الجزائر وفق مقاربة التسيير العمومي الحديث، مجلة أفاق علمية، المجلد 11، العدد 03، 2019، ص 190.

² ضالع بخالد، آليات تحسين الخدمة العمومية في الجزائر، مذكرة ماستر في العلوم السياسية تخصص ادارة و تسيير الجماعات المحلية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، سعيدة، 2018، ص 10.

³ عشور عبد الكريم، دور الإدارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009، ص 40.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

يشكل مرآة الدولة لأنه يرتبط بشكل عام بنشاطات ذات علاقة بسيادة الدولة و دوره الأساسي هو توفير الحاجيات الأساسية للمواطنين، تحقيقاً للأمن والاستقرار.¹

يقصد بالمرفق العام حسب المعيار العضوي الهيكل أو الهيئة أو المؤسسة أو التنظيم المتكون من مجموعة من الأشخاص والأموال الذي ينشأ ويؤسس لإنجاز مهمة عامة معينة مثل: الجامعة، المستشفى، وحدات وأجهزة الإدارة العامة.²

إجرائياً: يقصد بالمرفق العام كل مشروع أو مؤسسة تديرها الدولة بنفسها أو تحت إشرافها لإشباع حاجات العامة للمواطنين، بما يحقق المصلحة العامة. وفي دراستنا هاته اخترنا أحد المرافق العامة للدولة وهي الولاية (أولاد جلال) باعتبارها مؤسسة تقوم بخدمة المواطنين وتشبع حاجاتهم.

7- المقاربة النظرية

النظرية الوظيفية:

تعد النظرية الوظيفية أحد المداخل الأساسية لدراسة وسائل الإعلام. ووظائفها المختلفة وكذا الآثار المترتبة عن استعمالها سواء للفرد أو المجتمع.³

أما مفهوم النظرية الوظيفية تقوم هذه النظرية على أن تنظيم المجتمع وبناءه، هو ضمان استقرار، وذلك نظراً لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكل متوازن يحقق الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر.⁴

¹ ميلاس محمد الزين، النظام القانوني للمرفق العام، دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد 5، العدد 02، 2021، ص 244.

² بن يكن عبد المجيد، المرافق العامة و نظامها القانوني في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، العدد 11، 2018، ص 590.

³ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، طبعة 3، دار النهضة العربية، القاهرة-مصر، 2006، ص 99.

⁴ مي عبد الله نظريات الاتصال دار النهضة العربية بيروت-لبنان 2010 ص 93

فرضيات النظرية:

انطلقت النظرية كغيرها من النظريات من مجموعة أسس وافترضات نظرية حتى تبرر توجهها وتدافع عنه، وبما أن محور اهتمام هذه النظرية يقوم على دراسة الانساق الاجتماعية وتحليلها ومعرفة الوظائف التي تؤديها للحفاظ على توازن استقرار المجتمع، فإن الافتراضات كانت في أغلبها تحسب في هذا المحور البحثي، يتفق الباحثون على عدد من الفروض الخاصة بهذه النظرية وهي:

النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة، وتنظيم نشاط هذه العناصر بشكل متكامل.

يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن، ومجموع عناصره تضمن استمراره ذلك بحيث لو حدث خلل في هذا التوازن، فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.

كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام.

الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لاستمرار وجوده وهذا الاستمرار مرهن بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة لتلبية حاجاته.

الانتقادات الموجهة لنظرية البنائية الوظيفية:

تعرضت البنائية الوظيفية إلى ثورة انتقادا كبرى. إذ أخذ على هذا الاتجاه أنه أحادي النظرة، بمعنى أنه لا يرى ويبحث في النسق الاجتماعي إلا أبعاد التوازن والوظائف وتحقيق الأهداف، فلا يهتم بتحليل أبعاد أخرى للظاهرة الاجتماعية. مثل أبعاد التغيير والاضطراب والأمراض والمشكلات الاجتماعية. كما انصب التركيز على الجوانب الثابتة من النسق الاجتماعي، والأبعاد الشفافية للنسق كانت أكثر استخداما في التفسير من غيرها من مكونات

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

النسق، وهناك إهمال غير مقبول لعنصر أساسي في فهم تغير وتطور المجتمعات والتمثل في موضوع الصراع الاجتماعي.¹

لم تعترف بما يحدث داخل النسق الاجتماعي من مشكلات عدم التوافق بين الأجزاء الكل. صعوبة فهم الأفكار العامة التي تقوم عليها بعض المفاهيم النظرية خاصة مفهوم البناء والوظيفة لتعقد أسلوب كتابات الموظفين

إخفاق رواد النظرية البنائية في وضع نظرية متكاملة وموحدة بالرغم من أن بعضهم طرح نظرة كبرى فكان ان رزت على جوانب فردية دون الاهتمام بجموع العوامل التي تتداخل في تفسير الواقع وتشكيلة مما صعب من الوصول إلى نظرية عامة. دعمت الوظيفية الأفكار التي تؤمن بالتمايز البنائي الذي يمكن الرجوع إليه في وضع الفروض والمستلزمات التي تقوم عليها النظرية.²

وتم الاعتماد على النظرية الوظيفية في دراستنا وذلك من أجل تسليط الضوء على الاتصال دور الخارجي وفعاليته في أداء الخدمة العمومية بولاية اولاد جلال، بحكم أن الولاية مؤسسة عمومية تعمل على خدمت المواطنين من خلال الأداء الجيد للموظفين وطريقة تعاملهم. وأن دورها هذا من شأنه أن يحقق توازن أو عدم توازن أداء الخدمة العمومية.

8- الدراسات السابقة:

¹ غربي محمد، قلواز إبراهيم، النظرية البنائية الوظيفية: نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 01، العدد 03، سبتمبر 2019، ص 179.

² محمد الرحمن محمد عبد الله، نظرية في علم النظرية السيسولوجيا المعاصرة، ج2، 2006، ص 76.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

الدراسة الأولى: دراسة "إيناس رغييس" بعنوان الاتصال العمومي الجوّاري ودوره في تحسين الخدمة العمومية، انطلقت الباحثة من التساؤل الرئيسي مفاده: ما دور الاتصال العمومي الجوّاري في تحسين الخدمة العمومية على مستوى الإدارة الإقليمية الجزائرية؟
ويتفرع عن التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية الآتية:

1- هل تمكين المواطن من المعلومات التي تخص الصالح العام يساهم في تحسين مستوى الخدمة العمومية؟

2- هل يتم إشراك المواطن في تحسين الخدمة العمومية بالإدارة الإقليمية؟

3- ما هي إسهامات وسائل الإعلام المحلية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين الخدمة العمومية المقدمة بالإدارة الإقليمية الجزائرية؟

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لأنه يستهدف تقرير خصائص معينة لظاهرة ودراسة الظروف التي تحيط بها، أي الكشف عن الحقائق الراهنة المتعلقة بالظاهرة، كما اعتمدت على مجموعة من الأدوات وهي الملاحظة والاستمارة والمقابلة.

توصلت الباحثة في دراستها الى مجموعة من النتائج:

- أن الاتصال العمومي يساهم في تحسين الخدمة العمومية عبر تحسين تداول المعلومات المختلفة و تحقيق مشاركة المواطنين غير أن الطريقة التي يتم بها توظيف الاتصال العمومي لا يكرس شفافية المعلومات الخاصة بالخدمات العمومية وتدفعها باستمرار بسبب عدم التأسيس للوظيفة الاتصالية على مستوى البلديات.

- الممارسة الارتجالية في الاتصال العمومي وهو ما يمكن التأشير في غياب المعلومات ذات الصلة بالخدمات العمومية ذات الطابع النهائي التي تتستر عليها المصادر الرسمية بما فيها

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

الجماعات المحلية دون توفير المعلومات والشروط الكافية وتعتمد التكتم. كما تتجلى مؤشرات هذه الارتجالية والعفوية في عدم توحيد المعلومات للمواطنين.

- أبانت الدراسة أيضا أن الإجراء التنظيمي لصالح الاتصال على المستوى الإقليمي، إنما هو وليد قرارات إدارية فوقية مركزية وليس استجابة لتشخيص علمي دقيق قائم على مراعاة تقديم المعلومات الخاصة بالخدمات العمومية لمختلف الفواعل المحليين.

- كشفت الدراسة من جانب آخر أن عملية تقديم المعلومات لا يخضع لأي هيكلية تنظيمية ولا لأي تحديد الأدوار ولا توضيح المهام، فالموظفون يعملون بأوامر إدارية أكثر منها بمساهمات فردية كما أن المهام المسندة في تقديم المعلومات تبدو في غاية العمومية والاتساع يتولاها أي موظف في البلدية.¹

الدراسة الثانية:

دراسة كريمة لعرايى بعنوان: أداء الخدمة العمومية في الجزائر وفق مقارنة التسيير العمومي الحديث انطلقت الباحثة بطرح الإشكال والذي مفاده: ما هي الآليات الكفيلة بضمان جودة الخدمة العمومية الجزائرية من ناحية، والاقتصاد في الإنفاق العمومي من ناحية أخرى؟

ويتفرع تحت هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية:

1- ما واقع الخدمة العمومية في الجزائر؟

2- ما هي الآليات المعتمدة لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر؟

3- هل حققت الإصلاحات المعتمدة الثانية: جودة الخدمة-تقليل التكاليف؟

¹ إيناس رغييس، الاتصال العمومي و دوره في تحسين الخدمة العمومية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة محمد دباغين، سطيف، 2019.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، إضافة إلى الاقتراب القانوني لعرض مختلف القوانين والتشريعات المتخذة لإصلاح الإداري الجزائري.

توصلت إلى النتائج التالية:

- لتغير الثقافة الإدارية التقليدية لدى المسيرين العموميين الجزائريين، لا بد من التركيز على مقارنة الجودة بدءاً من تحسين طرق استقبال المواطن إلى تقديم الخدمات التي يطلبها وبالنوعية التي تليق بدافعي الضرائب. ولبلوغ ذلك لا بد من الاستعانة بمجموعة من الآليات كالمركزية، تحديث طرق ووسائل العمل، الشراكة بين القطاع العام والخاص..... الخ
- لترشيد الإنفاق العمومي لا بد من تفعيل مدخل الرقابة والمحاسبة، وتجسيد الموازنة المفتوحة لضمان شفافية توزيع المخصصات المالية وتسييرها.¹

9- الإجراءات المنهجية للدراسة:

- منهج الدراسة:

ويعني الأساليب والإجراءات أو المداخل التي تستخدم في جمع البيانات والوصول من خلالها إلى نتائج أو تفسيرات أو شروح أو تنبؤات تتعلق بموضوع البحث. وينبغي على الباحث عند تقديمه خطة البحث أن يحدد المنهج الذي اختاره لبحثه. ويجب أن يذكر في خطته نوع منج البحث الذي سيستخدمه في دراسة موضوعه، (وقد يحتاج لاستخدام أكثر من منهج)، والمبررات التي أدت لاعتماد على هذا المنهج.²

¹ كريمة لعراي، تحسين أداء الخدمة العمومية في الجزائر وفق مقارنة التسيير العمومي الحديث، مجلة أفاق علمية، المجلد 11، العدد 03، 2019.

² سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، جامعة كريت الإمارات، 2017، ص 42.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

يعرف المنهج على أنه الأسلوب الذي يستخدمه الباحث في دراسة ظاهرة معينة والذي من خلاله يتم تنظيم الأفكار المتنوعة بطريقة تمكنه من علاج مشكلة البحث¹.

اعتمدنا في دراستنا هاته على منهج المسح الاجتماعي لاقتربه من موضوع الدراسة وملائمته للدراسات الوصفية. فهو أحد الطرق العلمية الممكنة من اكتشاف العلاقات الناتجة عن تداخل عدد من المتغيرات التي تؤثر سلبيا وإيجابيا على الظاهرة مما يستوجب تفصي الحقائق عنها بإجراء مسح شامل للمجتمع المستهدف بالبحث أو الدراسة وهذا المنهج الذي يطلق عليه بالمسح العام عندما لا تستثني أي مفردة من مفردات المجتمع².

يعرف المسح الاجتماعي: بأنه أحد مناهج البحوث الوصفية التي تقوم على جمع و تحليل البيانات الاجتماعية عن طريق أدوات بحثية كالمقابلة أو الاستمارة من أجل الحصول على معلومات من عدد كبير من الناس المعنيين بالظاهرة محل البحث. وتهدف المسوح الاجتماعية عادة إلى الكشف عن معدل توزيع بعض الخصائص الاجتماعية، كالمهنة والدخل، والسن، والميول السياسي وغيرها، أي أنها تهدف إلى توفير المعلومات حول موقف أو مجتمع أو جماعة، وتحليلها لمعرفة العلل والأسباب ووضع القوانين والتعليمات³.

ويعني أيضا تجميع منظم للحقائق عن جماعة معينة و معظم المسوح تعتمد من الناحية العلمية استمارات الاستبيان المكتوبة و المقابلة من أجل جمع أنواع من البيانات الكمية التي يمكن تحليلها⁴.

- نوع الدراسة:

¹ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، الطبعة 3، دار الكتب، الجمهورية اليمنية، 2019، ص 35.

² عقيل حسين عقيل خطوات البحث العلمي، دار ابن كثير،

³ إبراهيم براش، المنهج العلمي و تطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق، عمان، 2008، ص 152.

⁴ محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاح، مناهج البحث في علوم الإعلام و الاتصال و طريقة إعداد البحوث، دار الحامد، جامعة قطر، 2019، ص 130.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تستهدف الدراسات الوصفية تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف تغلب عليه صفة التحديد وتعتمد على جمع الحقائق وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها. وتصل عن طريق ذلك إلى إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها.¹

تعود هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية كونه يعتمد على جمع البيانات والمعلومات ثم تحليلها بطريقة علمية وموضوعية من خلال أدوات البحث المنهجية، إنه يتلاءم مع هاته الدراسة التي استهدفت معرفة دور الاتصال الخارجي في تحسين أداء الخدمة العمومية بولاية أولاد جلال.

- **مجالات الدراسة:** تقوم الدراسة الميدانية على تحليل الميان الذي يجري فيه البحث لهذا يتطلب تحديد مجالات الدراسة المختلفة من مجال مكاني وزماني و بشري.

المجال الزماني:

تم الانطلاق في إعداد دارستنا بداية السداسي الثاني لعام 2023.

المجال المكاني:

ونعني به النطاق الجغرافي محل الدراسة واقتصرت دارستنا على الولاية -أولاد جلال-
أجرينا هذه الدراسة بولاية أولاد جلال.

- المجال الموضوعي:

اقتصرت دارستنا على متغيرين أساسيين هما الاتصال الخارجي و أداء الخدمة العمومية.

-مجتمع البحث و العينة:

¹ عاطف علي، المنهج المقارن مع دراسات تطبيقية، المؤسسة الجامعية للدراسات، بيروت- لبنان، 2006، ص21.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

يعرف مجتمع البحث على أنه هو مجموع الوحدات التي يمكن ان يتعامل معها الباحث في سبيل جمع بياناته البحثية، وهو بذلك تعبير عن كتلة ليست محصورة ومحددة بالضرورة من حيث عدد أو أسماء وحداتها، لكنها محددة من حيث توفرها على سمات ومعايير عامة ومشاركة عليها الباحث في بناء المقاييس الأولية لإطار العينة¹.

إن مجتمع البحث التي ستقوم عليه دراستنا يتمثل في موظفي ولاية أولاد جلال.

-عينة الدراسة:

يهدف البحث العلمي إلى التعرف على المجتمع ومشاكله، وإيجاد حلول لهذه المشاكل، أو خلق معرفة نظرية تكتشف ما كان مجهولاً من وقائع وحقائق إلا أن الباحث الميداني عند تناوله موضوعات ومشاكل لا يستطيع الاتصال بجميع أفراد المجتمع ووحداته، وذلك لكثرة عدد وحدات المجتمع المبحوث وكثرة التكاليف وصعوبة الاتصال، الأمر الذي يدفع الباحثين إلى التعيين، أي اختيار عينة من المجتمع المراد بحثه راعي فيها التمثيل الصحيح للمجتمع المبحوث يجري عليه عملية البحث، ثم تعميم نتائج البحث على جميع وحدات المجتمع، أو الحالات الأخرى المشابهة.²

اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية التي طبقت على الجمهور الخارجي لولاية أولاد جلال.

-أدوات جمع البيانات:

يمكن أن تحدد أدوات جمع البيانات بطبيعة المنهج في البحث، فالبحث التاريخي أو الوثائقي مثلاً يحتاج إلى المصادر والوثائق المكتوبة والمطبوعة أو الإلكترونية وغير المطبوعة أو الإلكترونية وغير المطبوعة في جمع البيانات المطلوبة لبحثه ومن ثم تنظيمها أو تبويبها،

¹ سعد الحاج جخل، العينة و المعاينة -مقدمة منهجية قصيرة جدا-، دار البداية، عمان، 2019، ص17.

² إبراهيم براش، المنهج العلمي وتطبيقاته، دار الشروق، عمان، 2008، ص245.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

وتحليلها واستتباط النتائج المطلوبة منها. أما المنهج المسحي فيحتاج إلى الاستبيان في جمع المعلومات بالدرجة الأولى، وقد يستعين المنهج المسحي بالمقابلة أيضاً، كأداة لجمع المعلومات لوحدها منفردة، أو لوسيلة الاستبيان.¹

وفي دراستنا هاته اعتمدنا على أدوات جمع البيانات الضرورية وهي:

الاستبيان:

وهو أحد الوسائل العلمية التي يعتمد عليها الباحث في تجميع المعلومات من مصادرها. إلا أن هذه المعلومات المشار إليها قد لا تعكس الواقع بالتمام أو ما يتوقعه الباحث ولكنها تعطي مؤشرات ينبغي عدم الإغفال عنها.²

ويعرف أيضاً بأنه وسيلة للاتصال بين شخص يسمى الباحث وأفراد عينة يسمون بالمبحوثين أو المفحوصين للإجابة عن أسئلة في الاستمارة. الغرض منها جمع بيانات أو معلومات عن موضوع معين يحدد أهداف البحث.³

الاستبيان: هو أداة لجمع المعلومات تتكون من مجموعة محاور، وتدرج تحت كل محور عبارات تغط البيانات المراد الحصول عليها. حيث يقوم الباحث شخصياً باستجواب المبحوثين جميعاً بأن يجتمع بهم في قاعة كبرى فيملاً الاستبيان ويأخذ منهم في الوقت نفسه، وقد يرسل إليهم من خلال شخص أو بريد فيجيبون عليه ويرسلونه مرة أخرى للباحث.⁴ (الملحق رقم 1)

¹ عامر قندلجي، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات، الطبعة الثانية، دار اليازوري، عمان، 2007، ص147.

² عقيل حسين عقيل، خطوات البحث العلمي، دار ابن كثير، د.ب، د.س، ص209

³ عصام حسن الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي أسسه و مناهجه، دار الرضوان، عمان، 2014، ص92.

⁴ سناء محمد سليمان، أدوات جمع البيانات، عالم الكتب، القاهرة-مصر، 2010، ص17.

الفصل الثاني:

الإطار النظري للدراسة

تمهيد

يعتبر الاتصال الخارجي واجهة بالغة الأهمية تعتمد عليه المؤسسات، من أجل تحسين أدائها والتواصل مع محيطها الخارجي، وذلك بالاعتماد على مختلف الوسائل والقنوات المتنوعة والتطبيق الفعال لها وبالتالي تقديم خدمات جيدة تتماشى ورغبات واحتياجات الجمهور الخارجي، و هو يساعد في بناء صورة جيدة عن المؤسسة في أذهان أفراد المجتمع، لذلك فهذا النوع من الاتصال يرتبط بشكل أو بآخر مع عملية ترويج الخدمات.

إذ تعد هذه العملية من العمليات الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات- خصوصا الخدماتية منها - في تقديم عروضها وخدماتها ومنتجاتها لأكبر عدد ممكن من الزبائن، وذلك عن طريق وسائل الاتصال المختلفة .

ولذلك سنتناول في هذا الفصل:

المبحث الأول: ماهية الاتصال الخارجي

المبحث الثاني: أنواع ووسائل الاتصال الخارجي

المبحث الثالث: مبادئ الاتصال الخارجي

المبحث الأول: الاتصال الخارجي

إن الاتصال الخارجي للمؤسسة في كونه يهتم بالجمهور الخارجي ويعمل على تحسين صورة المؤسسة في نظره ويحاول تطويرها من خلال تجسيد أهدافها.

المطلب الأول: ماهية الاتصال الخارجي

الفرع الأول: تعريف الاتصال الخارجي

وهو محاولة غزو أسواق جديدة لها جماهيرها المختلفة والتميزه ببعض الصفات ولها تقاليدھا وعاداتها ومعتقداتها الخاصة.¹

أو هو مجموعة من الخطوات التواصلية التي تقوم بها المؤسسة بهدف التواصل مع محيطها الخارجي ، فالوظيفة الإنتاجية للمؤسسة لم تعد كافية ولم تعد المحدد الأساسي لعملها، إذ صار من اللازم مواكبة المجهود الإنتاجي بوظيفة تواصلية تستطيع من خلالها الانفتاح على الشركاء والزبائن وخلق جو من الثقة معهم².

كما تعرفه ماري إيلين وستفالين بأنه "جميع العمليات الاتصالية الموجهة نحو الجمهور الخارجي للمؤسسة:

الجمهور الواسع، الصحفيين، الممولين، الإداريين، العملاء، الجماعات المحلية ... الخ .

بمعنى اتصال المؤسسة بجمهورها وذلك من خلال تلبية رغباتهم وتقديم خدماتها عن طريق الاستراتيجية التي تتبناها المؤسسة في إطار الاتصال الخارجي و التي تساعدھا على تحسين صورتها وتطوير أدائه.

¹ أحمد محمد المصري ، الإدارة الحديثة ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية، 2000 ، ص 140

² فضيل دليو ، اتصال المؤسسة ، إشهار ، علاقات عامة ، علاقات مع الصحافة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

كذلك يعرفه ألكس موشيلي على أنه "وسيلة حديثة بواسطتها تستطيع المؤسسة تطوير نفسها"¹. ولهذا نجد الاتصال الخارجي يخص الاتصالات التي تهدف إلى ترويج سمعة المؤسسة وصورتها لدى الجمهور المستهدف أو زبائنه.

ويندرج الاتصال الخارجي في إطار الاتصال المؤسساتي، وهو يعني بالأساس "اتصالا تتكون بواسطته صورة المؤسسة لدى محيطها الخارجي وعن طريقه يتم التعريف بها بما يسعى لإنجازه وما تستطيع انجازه وما ننجزه".

حيث يتضح لنا أن الاتصال الخارجي يساهم في تكوين صورة معينة عن المؤسسة تريدها هذه الأخيرة ايجابية بطبيعة الحال محيطها الخارجي الذي يشمل الزبائن، وسائل الإعلام، المستهلكين والمؤسسات.

كما يعمل على التعريف بالمؤسسة بمجال أفاقها ومشاريعها المستقبلية بما في مقدورها تحقيقه من مشاريع وما تقوم به من أنشطة وأعمال في الوقت الراهن وبهذا تصبح للمؤسسة شخصية تتمكن بواسطتها من خلق مكانة لها ضمن النسيج المؤسساتي وكسب ثقة زبائنها ومختلف المتعاملين الخارجيين معها وجعلهم أوفياء لها.²

الفرع الثاني: أهمية الاتصال الخارجي

إن المؤسسة تعمل على أن تكون علاقتها مع جمهورها الخارجي مبني على التفاهم المتبادل، ولهذا تسعى إلى تطوير اتصالها الخارجي لما له من أهمية في تكوين هذه العلاقة، من هنا نجد أن الاتصال الخارجي له أهمية بالغه تتمثل في:

¹ صالح خليل أبو إصبع، العلاقات والاتصال الإنساني، دار الشروق، 1998، الأردن، ص46

² تامر البكري، الاتصالات التسويقية والترويج، دار الحامد للنشر، الأردن، . 2014، ص151

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- يعمل على تحقيق شهرة المؤسسة في تكوين صورة ايجابية عنها بتركيز وتطوير وضمان انتشار النماذج الخاصة بالمؤسسة من اسم المؤسسة والعلامة والمشاركة في المناسبات كالمعارض والمؤتمرات.
- تعريف الرأي العام بسياسة المؤسسة والخدمات والمنتجات وتقييمها لها من خلال ما يقوم به الاتصال الخارجي من شعارات وملصقات.
- تقدم المعلومات التي يرغب الجمهور الخارجي في معرفتها وهذه المعلومات إما عن المنتج أو الخدمة عن طريق وسائل الاتصال الخارجي من شعارات وملصقات .
- يساهم في توضيح رفاهية المؤسسة أي أكثر من تحقيق الربح والكسب المادي من خلال تقنيات الاتصال الخارجي من أعمال خيرية ومساعدات مادية .
- إقناع الجمهور بأفكار معينة فالاتصال الخارجي يعمل على إقناع بالمنتج أو الخدمة ليدفع بهما نحو رضا الجمهور، وبالتالي يحصل على الرضا على المؤسسة.
- تحقيق التفاهم والانسجام بين المنظمة والجمهور الخارجي، فالاتصال الخارجي لا يقتصر على الأفراد بل حتى على المؤسسات التي تسعى المؤسسة إلى بعث التعاون المشترك بينها وبين المؤسسات الأخرى، ويساهم في توضيح رفاهية المؤسسة أي أكثر من تحقيق الربح والكسب المادي من خلال تقنيات الاتصال الخارجي من مساعدات مادية وأعمال خيرية لها تأثير إيجابي على صورة المؤسسة.¹

¹ عبد الفتاح محمد دويدات ، سيكولوجيا السلوك الإنساني بيروت دار النهضة العربية ،بيروت، 1995 ، ص284

الفرع الثالث: خصائص الاتصال الخارجي

يتميز الاتصال الخارجي بعدة خصائص نذكر منها:

- تتكون شبكة الاتصال في صورها من ثلاث عناصر المرسل والرسالة والمستقبل، وقد يكون المرسل أو المستقبل فردا أو جماعة كما قد يكون المستقبل نوعيات متعددة من الجماهير.
- يتخذ الاتصال الخارجي اتجاها يتأثر شكل الاتصال، وهو أما اتجاه واحد في معظم حالات الاتصال الجماهيري، أو اتجاهين كما في معظم حالات الاتصال الشخصي أو الجماعي، ولو أن الاتصال ذو اتجاهين هو النمط الأمثل في عمليات الاتصال بأشكالها المختلفة.
- الرسالة الاتصالية تتكون مطبوعة أو مسموعة أو مرئية مسموعة كما قد تكون علامة أو شعار أو رمز، والاتصال الخارجي يتكون من ثلاث خطوات رئيسية هي:
 - الترميز : تلك العملية التي يقوم بها المرسل وتشمل وضع الفكرة في شكل الرسالة أي صياغة الكلمات والصور والرموز في شكل يمكن بثه.
 - بث الرسالة : وتشير هذه العملية التي يقوم بها المرسل وتعني إرسال الرسالة الاتصالية إلى المستقبل (فرد أو جماعة أو جمهور) سواء بطريقه شخصيه أو باستخدام وسائل الاتصالية¹.
 - استقبال الرسالة : وهي عملية تتم في عقل المستقبل أو جمهور المستقبلين وتتمثل في تلقي الرسالة وتفسيرها وفهمها.

¹ بدوي هناء حافظ ، الاتصال بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003 ، ص68

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المطلب الثاني: أنواع ووسائل الاتصال الخارجي

الفرع الأول: أنواع الاتصال الخارجي

تختلف أنواع الاتصال الخارجي بحسب طبيعة عمل المؤسسة ومجالاتها ولكن رغم اختلاف أنواعه إلا أنها و الجمهور الخارجي للمؤسسة والمتمثل في زبائنها وعملائها و المستفيدين من خدماتها تستهدف جمهورا واحدا وتساعد هذه الأنواع على التعريف بالمؤسسة وتحسين صورتها لدى جمهوره . وتتمثل أنواع الاتصال الخارجي فيما يلي :

أولا: الاتصال المؤسسي

هو نقل وإذاعة البيانات و المعلومات الضرورية لممارسة الوظائف المختلفة للإدارة والهدف من الاتصالات المتنوعة التي تتم في إطار الإدارة:¹

- هو توجيه وتعديل أو تغيير سلوك العاملين في اتجاهات محددة التي ترسمها الإدارة.
- تسهيل عملية اتخاذ القرارات عن طريق اتخاذ المعلومات اللازمة للأفراد والجماعات داخل مكان العمل.
- يسعى إلى تحقيق التنسيق بين الأفعال والتصرفات فبدون اتصال تصبح المؤسسة عبارة عن مجموعة من الموظفين يعملون منفصلين بعضهم.
- يساهم في تدعيم العلاقات الإنسانية في العمل وتقديم النموذج الجيد في تلقي وإبلاغ الأخبار والموضوعات ذات الروح الاجتماعية بالنسبة لجماعات العمل.
- متابعة الإنجاز وتقييم الأداء على المستويين الجماعي والفردى.

¹ مصطفى حجازي، الاتصال في العلاقات الإنسانية، ط 2، دار الطليعة للنشر والتوزيع، لبنان، 1992، ص 19

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- يهدف الاتصال داخل المؤسسة على تحسين سير العمل وتوضيح الواجبات وتحديد خطوط السلطة والمسؤولية ودعم التفاهم والتعاون بين الموظفين في مكان العمل.
- يحقق نظام الاتصال الإداري نظام الشورى وتبادل الرأي بين التنظيم كما يحقق فرصة الشعور بالديمقراطية في العمل.

ثانياً: الاتصال الاجتماعي

يقصد به الدكتور جمال مجدي حسنين أنه "نسق معين، يدخل في إطاره فرضين على الأقل أولاً، وثانياً قيمة ما هي أساس هذا الاتصال و ثالث تفاعل ما هو مرتبط بهذه القيمة " ¹، وهو وسيلة لتحقيق أهداف وغايات مجتمعية عبر التأثير في سلوك الفرد و تغييره بما يتوافق مع هذه الأهداف، كما يندرج ويتطابق الاتصال الاجتماعي مع المنحنى الديمقراطي الذي تشكله المجتمعات الحديثة، فلا يكاد يخلو من هيئة مختصة في الاتصال الاجتماعي، تتولى تخطيط ووضع برامج مختلفة لمعالجة المشاكل والآفات التي يمكن أن يكون الاتصال الاجتماعي وسيله ناجحة في حلها، فالجانب الاجتماعي في المؤسسات من الجوانب التي لا يمكن إغفال أهميتها فكما تعقد الهيكل التنظيمي للمؤسسة كلما اتسع حجم جمهورها، وكلما زادت مسؤوليتها الاجتماعية نحو ذلك المجتمع وذلك الجمهور بحيث تراعي المؤسسة الصالح العام وتلتزم بمسئوليتها إزاء المجتمع بصفه عامة وجمهورها بصفة خاصة.

فالالاتصال الاجتماعي يسعى إلى مساعدة كل من المجتمع والتنظيم على تنميته الوعي بالاهتمامات المتبادلة والمصالح الخاصة بكليهما ومساعدته الجمهور الداخلي للمؤسسة على التغلب على كافة مظاهر الاغتراب أو سوء التكيف أو عدم الرضا الوظيفي في العمل ².

¹ عزيب عبد السميع غريب، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص 16.

² شدون علي شبية، العلاقات العامة بين النظري والتطبيق، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص 197.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

وهذا الاتصال الاجتماعي هو أحد الأساليب التي يستعملها الإنسان في حل مشاكله فهو يعتبر ركيزة لتغيير الآراء إلى الأفضل وتعديل السلوك المعاكس.

ثالثا: الاتصال التجاري

هو جزء من الاتصال الخارجي، يهدف إلى الاتصال التجاري لصالح المؤسسة، وذلك عن طريق ما تنبئه المؤسسة من رسائل ومعلومات والتي تتعلق بالمنتج أو الخدمة وتقوم المؤسسة بالاتصال بجمهورها حيث تقدر احتياجاتهم وتتعرف على آرائهم فيما يخص خدماتها مما يسمح لها بتلبية رغباتهم وأذواقهم ويشجعها على تقديم أحسن خدمة لتحسين أهدافها التسويقية.¹

وقد عرفه بيار هود بأنه " مجموعة التقنيات والأساليب المستعملة بغرض بناء صورة المؤسسة وتتمثل هذه التقنيات في العلاقات العامة، الإعلان، تنشيط المبيعات ".²

فالالاتصال التجاري يهتم بدراسة السوق وصناعة المنتج والتوزيع، فالمؤسسة لا تكفي بالاتصال الشخصي للتعريف بمنتجاتها وخدماتها للمحيط الخارجي بل تتخذ عدة وسائل، هناك وسائل الإعلام كالتلفزيون، الإذاعة، الصحافة... إلخ، كما نجدها تعتمد على فئات أخرى كترويج المبيعات، العلاقات العامة، تسويق المنتجات، والغاية من هذه العمليات هو التعريف بالمنتج، وإثارة رغبة الشراء لدى المستهلكين عن طريق إعداد وتصميم رسائل إخبارية تجذب انتباههم وتدفعهم إلى الاقتناء باستمرار، وتبقى الغاية الأساسية من الاتصال التجاري هو الارتقاء بالمؤسسة وبأهدافها التسويقية وكسب ثقة الجمهور وبذلك إرضاء جميع الأطراف.³

¹ Dictionaries commercial, **academies des sciences commercial**, Hachette, Paris, P35.

² Jean-marie decaudin .**la communication marketing**, concepts techniques stratégies, economic , 3eme edition , Paris, 2003, P11.

³ Claude Dememe .**Marketing**, 3eme édition, Eddaloz, Paris, 2001, P229.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

الفرع الثاني: وسائل الاتصال الخارجي

إن نجاح العملية الاتصالية مرتبط بمدى اختيار الوسيلة الأنسب لهذه العملية وقدرتها على تحقيق أهدافها ومن بين أهم الوسائل التي تستخدمها المؤسسة للتعريف بمنتجاتها والترويج لخدماتها ما يلي:

أولاً: الوسائل المكتوب

تعتبر من أهم الوسائل التقليدية وأشهرها في نشر المعلومات والترويج للخدمات وتعني كل ما يطبع من وثائق خاصة بالمؤسسة وتتمثل في :

1/ الصحافة المكتوبة

تشكل الصحافة المكتوبة أهم الوسائل وأكثرها استعمالاً من طرف المؤسسات على اختلاف أحجامها ونشاطاتها باعتبارها الوسيلة الأكثر انتشاراً من أي وسيلة أخرى وتتميز بالمصداقية حيث تحوز على جمهور كبير فالصحافة المكتوبة تمتاز بسرعة الانتشار وهذا ما يمكن القائم بالاتصال في أية مؤسسة أو منظمة الاعتماد عليه.¹

ولهذا يلاحظ في الصحف اليومية حيزاً كبيراً للإشهار الخاص بالشركات والمؤسسات وهذا للتعريف عن هويتها وتحسين صورتها في السوق.

2/ مطبوعات المؤسسة

هي كل ما تصدره المؤسسة من تقارير سنوية حول إنجازات وإنتاج المؤسسة والذي يهدف إلى زيادة ثقة الجماهير في المؤسسة وزيادة حجم المبيعات والخدمات كما تكتسي مطبوعات المؤسسة أهمية كبيرة للاتصال بين المؤسسات والأشخاص وذلك لنفس تكلفتها بالمقارنة مع وسائل الاتصال الأخرى وتتمثل هذه المطبوعات في :

¹ هناء حافظ بدوي ، العلاقات العامة والخدمات الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية 2001 ، ص 165

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

-مجلة خاصة بالعاملين وتوزع على مستوى المنشأة.

-مجلة عامة توزع على جميع المستويات من عاملين موزعين ووكلاء.

-مطبوعات دورية أو مناسبة تهدف إلى التعريف بمنتجات المنشأة من سلع وخدمات¹.

توجد أيضا المطبوعات الخاصة بالمعارض والزيارات بهدف تعريف الزوار وذلك بصورة موجزة وجذابة بألوان مختارة بعناية، وتكون عادة من الحجم الصغير الذي لا يتطلب تركيزا كبيرا، ويتم إصدار هذه المطبوعات لبلوغ عدة أهداف منها :

-بناء وتدعيم شهرة المؤسسة بين العاملين بها وجمهور المتصلين بها.

-اختبار جمهور المؤسسة من مستهلكين لسلعها أو مستفيدين من خدماتها والمتعاملين معها بأهم التطورات في سياسات المؤسسة.

-إرشاد جمهور مستهلكي سلعها وخدماتها إلى أحسن الطرق لاستعمالها.²

3/ جريدة المنظمة

تعتبر من أهم الوسائل في المؤسسة تصدرها يوميا أو أسبوعيا أو شهريا وقد تأخذ شكل اليومية أو الأسبوعية وقد تكون أيضا من صفحة واحدة كما يمكن أن تبلغ ثلاثين صفحة لكن معدلها من اثنان وعشرون إلى أربعة وعشرون صفحة، تحتوي على صحف داخلية وخارجية موجهة للجمهور الداخل والخارجي معا.³

ثانيا: الوسائل السمعية والبصرية

1/ التلفزيون

¹ محمود فهمي العطرزي ، مرجع سابق ، ص330

² محمد علي ، العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1996 ، ص 178

³ محمد علي ، مرجع سابق ، ص 201

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

يعتبر من أنجح الوسائل الإعلامية على الإطلاق وأكثرها شعبية وله خصائص لا يمكن إنكارها فهو "وسيلة سمعية بصرية تجتذب العين والأذن، وتعتمد على الصورة المتحركة والتلفزيون هو أسير الزمن ولا يحتمل البطء ويعتبر وسيلة معقدة وذات تكلفة تشغيل عالية كما أنه يعتمد كثيرا على مصادر الإعلان التجاري".

ويتميز التلفزيون بكونه الوسيلة الاتصالية الوحيدة التي تملك قدرة كبيرة على التأثير وتوضيح المعاني ما يجعل أغلب المؤسسات تفضل هذه الوسيلة لتمير رسائلها عن طريق ومضات إشهارى منتظمة، رغم تكاليفها الباهظة، والملاحظ أن تقنيات الإشهار المستخدمة في التلفزيون تتطور باستمرار باستخدام آخر التقنيات في مجال الصور.

إن التلفزيون وسيلة تمكن من إيصال الرسالة الإعلامية بالصورة الثابتة والمتحركة الملونة وغير الملونة بالرسومات البيانية والإحصائية وكذا الأصوات التعبيرية، مما يحدث أثرا بالغا في نفس المتلقي لذلك يعتبر من أكثر الوسائل أهمية لنقل الرسالة الإعلامية خاصة وأنه في متناول الجميع.¹

2/ الإذاعة

تتميز الإذاعة باتساع رقعة انتشارها وسرعة وصول الرسالة الإشهارية إلى جمهورها حيث لديها القدرة على مخاطبة كل المستهلكين حتى أولئك الذين لا يجيدون القراءة، هذا فضلا عن إمكانياتها في التأثير بفضل المؤثرات الصوتية والموسيقى إلى جانب خاصية التكرار الذي تتميز به برامجها ما يعزز الرسالة أكثر ويرسخها لدى المتلقين حيثما كانوا.

ثالثا: الوسائل السمعية والبصرية

1/ الانترنت

¹ جمال مجاهد ، العلاقات العامة رؤية نظرية، دار المعرفة الجامعية،الإسكندرية، 2011، ص 55

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

تعتبر الإنترنت مصدر ووسيلة هامة تخدم كل الأنواع الصحفية التي تتطلب التعمق في التحليل وغزارة المعلومات وقوة الإقناع والتأثير وهو ما أصبحت تهتم به الصحافة أي التحاليل والدراسات والتعليقات الجادة فقد اختلفت ثورة الانترنت كوسيلة اتصال حديثة على الثورات التي أحدثتها سابقتها من وسائل الاتصال ، فهي تجمع تكنولوجيات مختلفة استطاعت أن تتخطى الحواجز الجغرافية وحتى اللغوية كما يرى بعض الباحثين.¹

وما يميز الإنترنت عن باقي تكنولوجيات الاتصال هو اعتماد الشخص على نفسه للوصول إلى مصادر المعلومة، فهي تقوم على التفاعل والمشاركة، بالإضافة إلى أنها جعلت في متناول القائم بالاتصال بنك من المعلومات وملايين الأشخاص يستطيع التعامل معه وهو ما يخدم مهنته ويساعده في تقديم خدمات أحسن وأشمل تفيد الجمهور، فقد أصبحت وسيلة للتقارب بين المرسل والمستقبل ومن ثم تطوير وتنمية عملية التواصل بين أفراد المجتمع.

وتحمل الإنترنت كما هائلا من الرسائل الإشهارية التي تبثها الشركات الطامحة إلى الحصول على نصيب أكثر من الأسواق العالمية وتعد من أهم وأسرع وسائل الإعلام وتمثل وسيلة اتصال جماهيرية عالمية كما تعتبر أحد مظاهر الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال التي اصطلح على تسميتها بالثورة الصناعية الثالثة والتي كانت أبرز من نتائجها بروز القرية الكونية.²

وقد جعلتها شبكتها المعلوماتية الهائلة و مواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني وخدمات الصوت والصورة وسيلة إعلام ذات أهمية خاصة لاسيما في مجال الإعلانات والترفيه والتسويق والتجارة الالكترونية.³

¹ بيان هاني حرب ،مبادئ التسويق، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان . ط 1 ، 1999 ، ص275

² محمود عبد الله ، الإعلام وإشكاليات العولمة، دار أسامة للنشر، الأردن، 2010 ، ص62

³ فاروق خالد ، الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، ط2 ، دار أسامة للنشر، الأردن، 2009 ، ص 117

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

وتعتمد المؤسسة على البريد الإلكتروني الخاص بالمستهلكين وهذا للتبادل السريع للتقارير والمراسلات كما أنها كثيرا ما تستخدمه أثناء حملاتها الاتصالية وهذا لنشر الرسالة الإشهارية الخاصة بها (المؤسسة).

لقد ألغى عصر الإنترنت كل القيود والحواجز وجعل من العالم قرية صغيرة وهذا للتحول الكبير والحاصل في أسلوب الاتصال والتواصل سواء على مستوى الأفراد أو المؤسسات . ويتميز هذا العصر بقدر كبير من الحداثة وقوة التأثير نظرا للأساليب المبتكرة والمستخدم لتبادل المعلومات والبيانات.

2/ الهاتف المحمول

أصبح الهاتف المحمول يكتسي أهمية بالغة في تقريب المسافات، فقد أضحت المؤسسات تستخدم الهاتف المحمول كوسيلة تضمن السرعة والانتشار في عملية الاتصال مع الجماهير والمتعاملين عبر رسائل ترويجية أسلوبها جذاب وهذا بهدف استمالتهم وإعلامهم.

3/ الصحافة الإلكترونية

هي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الانترنت سواء كانت مطبوعة أو إصدارات إلكترونية لصحف مطبوعة أو كجرائد ومجلات إلكترونية ليس لها إصدارات عادية، وهي تتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية والمقالات والمساحات الإشهارية كذلك، وتعرف بأنها " منشور إلكتروني يحتوي على الأحداث الجارية يتم قراءتها من خلال الكمبيوتر وغالبا ما تكون متاحة على شبكة الانترنت".¹

¹ جمال محمد أبو شنب، الإعلام الدولي والعولمة، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2011 ، ص 124

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

وتعرف أيضا بأنها " مجموعة من المنشورات التي تستعمل الانترنت كوسيلة لنشر الأخبار والمواضيع وهي تتميز بالعالمية من حيث مجال تخصصها وطريقة نشرها بالنظر لإمكانية تصفح مواد الصحيفة التي تعمل بتقنية الرقمنة في كل أنحاء المعمور ".¹

رابعاً: الوسائل الشفوية

هي الوسائل التي تستعملها المؤسسة في سياستها الاتصالية ويتم التعامل شفويا عن طريق المعارض، الندوات، الملتقيات،....

1/ المعارض

تعتبر المعارض فكرة متطورة عن الأسواق وتستخدم لأسباب إعلامية إلى جانب أغراضها التسويقية المعروفة فهي تفيد في الاتصال بجمهور المؤسسة وإعلامه بدورها، كما تقدم المؤسسة أثناء تنظيم المعارض نشرات وكتيبات إلى الزوار، مهمتها التفسير والشرح، وحضور المؤسسة في معرض يهدف أيضا إلى تسجيل تواجدها وإبراز مكانتها في التسوق والمعاينة عن قرب لما تعرضه المؤسسات المنافسة، وهو ما يجعل من المعرض مصدرا لإستقاء المعلومات كما يعتبر فرصة لتقديم وعرض المنتجات الجديدة في إطار مناسب ولجمهور واسع في وقت محدد²

نبغي على المؤسسة قبل أن تشارك في المعارض أن تحدد الهدف والفائدة المرجوة من المشاركة، كما عليها كذلك أن تراعي إذا كان زمان ومكان المعرض يناسب المؤسسة من حيث موسم العرض، توفر المواصلات، سعة مساحة العرض، تناسب مكان العرض مع الميزانية المخصصة للعرض، لأنه عادة ما يتم التفريق بين نوعين من المعارض :

¹ جمال محمد أبو شنب، مرجع سابق ، ص 150

² هناء حافظ بدوي ، مرجع سابق ، ص 189

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

-لمعارض الدولية والعالمية : أين يكون الهدف هو التصدير والاحتكاك بالمؤسسات الأجنبية.

-معارض الجمهور العام

-معارض خاصة بالمحترفين.

القول بأن المعارض تقدم مزايا هامة للمؤسسة كالحفاظ على العلاقة الطيبة مع الزبائن والمتعاملين ومحاولة تطويرها ومناسبة لجذب زبائن ومتعاملين جدد إلى جانب تجديد التعريف بالمؤسسة والتطورات الحاصلة بها من مختلف الجوانب وتبادل الآراء والخبرات بدعوة الأخصائيين داخل وخارج المؤسسة.¹

2/ الملتقيات والأيام الإعلامية

أصبحت وسيلة فعالة للاستفادة من بحوث خبرات المختصين وسيلة هامة للاتصال بالهيئات التي تجمعها بالمؤسسة مصالح علمية أو مهنية مشتركة وهي تهدف أساسا إلى تعميق معارف المؤسسة وتبادل الآراء حولها لكون الملتقيات والأيام الدراسية يحصرها المختصون الوطنيون والدوليون وتمثل كذلك وسيلة مناسبة لدراسة المشاكل وانشغالات المؤسسة لاقتراح حلول لها.

إلى جانب عرض آخر الابتكارات وفرصة لتأهيل إطارات المؤسسة في مجالات التسيير والإدارة وبالتالي تبرز أهمية هذه الملتقيات والأيام الراسية في الاحتكاك بالعالم الخارجي، خاصة مع المؤسسات المناسبة والمشاركة وبالتالي هي فرصة أمام المؤسسة لتقييم إنتاجها وصورتها.²

3/ المؤتمرات

¹ محمد علي، مرجع سابق ، ص 196

² محمد علي، مرجع سابق ، ص 206

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

وتعتبر وسيلة فعالة لمناقشة وتبادل الأفكار والمعلومات حول موضوع أو قصة تخص المؤسسة وتتنوع المؤتمرات بحسب الأهداف الاتصالية لها فنجد المؤتمرات كمصادر للمعلومات وفيها تمدد المؤسسة أعضاء المؤتمر بالمعلومات والبيانات الخاصة بها ونجد مؤتمرات تبادل المعلومات والتي يكون الهدف منها التعرف على وجهات النظر المختلفة حول الموضوع الخاص بالمؤسسة صاحبة المؤتمر.¹

ويمكن القول أن المؤتمرات هي وسيلة فعالة وسريعة لنشر المعلومة وتستخدمها المؤسسة حين تريد إطلاع جمهورها على حقيقة بعض القضايا أو حتى إنجازها إنجازا هاما يستدعي الإعلان عنها عن طريق هذه الوسيلة.

الفرع الثالث: أهداف الاتصال الخارجي

تختلف أهداف ووظائف الاتصال الخارجي من مؤسسة إلى أخرى تبعا لاختلاف الهدف والوظيفة التي تمارسها المؤسسة إلا أنه من حيث المبادئ الأساسية يستلزم تحقيق التعاون بين المؤسسات وجمهور المواطنين وبالتالي فالالاتصال الخارجي يهدف إلى تحقيق:

-تحسين سمعة أو الصورة الذهنية لدى الجماهير عن المؤسسة بشرح سياستها.

- تقييم الاتجاهات العامة نحو المنشأ .

- توفير المعلومات للإدارة عن الجماهير أو أطراف التعامل مع المنظمة .

- شرح دود المنظمة أو المؤسسة في تحقيق الصالح العام .

- استيعاب الكفاءات البشرية المتميزة والمناسبة للعمل بالمنظمة.

- تعميم الرؤية والرسالة والأهداف والقيم الجوهرية .

¹ محمد منير حجاب ، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2001، ص463

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- دعم سياسة المؤسسة وتقبل الجمهور لها.
- إقامة الثقة بين المؤسسة ومعاملتها باعتبارها أساس استقرارها¹.
- تأسيس هوية وصورة قيادية للمؤسسة في السوق.
- زيادة تفضيل المؤسسة على غيرها.
- توسيع مجالاتها، خدماتها وأسواقها.
- اطلاع المعنيين على انجازات المؤسسة .
- تبادل المعرفة بين المعنيين.
- مشاركة المعنيين بخطط المؤسسة المستقبلية لتمثل أعمال ومشاريع المؤسسة.
- الحصول على التغذية الراجعة من المعنيين وذلك من أجل :
- تحديد استيعاب المعنيين .
- قياس رضا المعنيين .
- الحصول على الاقتراحات ، الشكاوي .
- تعريف العملاء بحقيقة الجهود التي تبذل داخل المنشأة في سبيل تطوير الإنتاج والخدمات لمصلحتهم.
- التعرف على وجهة نظر العملاء فيما تتجه المنشأة من سلع او خدمات من اجل تطويرها.²

¹ صالح خليل أبو الأصبع، العلاقات العامة الاتصال الإنساني، دار الشروق، ط1، الأردن، 1998 ، ص95

² صالح خليل أبو الأصبع ، مرجع سابق ، ص95

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

أما الدكتور محمد فهمي العطروزي فقد شمل أهداف الاتصال الخارجي في النقاط التالية:¹

- الكشف عن اتجاهات وميول جمهور المؤسسة.
- وضع برامج تتلاءم مع الأهداف العامة للمؤسسة والتعريف بالخدمات التي تؤديها.
- تعبئة الجماهير وتنمية الفهم المشترك والتعاون المتميز بينه وبين المؤسسة.
- كسب تأييد الجماهير وخلق نوع من التكامل معه، بالرفع من مستوى الخدمات وتحسين أدائها.
- تصحيح الأفكار الخاطئة عن المؤسسة ومحاربة الإشاعات التي تمسها.
- خلق علاقات التعاون بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى.

المطلب الثالث: مبادئ ووظائف الاتصال الخارجي

الفرع الأول: وظائف الاتصال الخارجي

للاتصال الخارجي وظائف متعددة تتمثل في :

أولاً: وظائف متعلقة بالمؤسسة

- إحاطة المنظمة بكل ما يطرأ من تغيير بالرأي العام عن طريق البحوث من خلال تحليل آراء المواطنين وتقديم التقارير وهذا الرسم سياسة تهتدي بها المؤسسة.
- تزويد وسائل الإعلام بالبيانات والمعلومات عن المنظمة سواء كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية.

¹ محمد فهمي العطروزي ، العلاقات الإدارية والمؤسسات العامة، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص 320 .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- تنظيم الأحداث التي تقوم بها المنظمة مثل : المعارض والمؤتمرات الصحفية والزيارات وذلك لتأكد من سياسة المؤسسة وأهدافها ونشأتها تجد الاهتمام الكافي من جانب جماهير مختلفة.

- إعداد المطبوعات، والملصقات التي لها علاقة بالمنظمة مثل Les cartvizit¹

ثانياً: وظائف متعلقة بالجمهور

-التعريف بالمنظمة وأهدافها وإعداد الإعلانات المتعلقة بذلك .

-تعريف الجمهور بخدمات ومنتجات المؤسسة إلى جانب نشاطها .

-توضيح سياسة المنظمة للجمهور وتعريفهم بالتغيرات والتعديلات التي تطرأ .

-التأكد من صحة وسلامة الأخبار التي تنشر عن المنظمة ومساعدة الجمهور على تكوين أفكار سليمة ومعلومات صحيحة عنها.

-العمل على تهيئة جو ملائم في استقبال وإرشاد زوار المنظمة والترحيب بهم.²

كما قد أشار أيضا جاسم فخري وآخرون بأن هناك كذلك خمسة وظائف أساسية متمثلة في:

-**البحث** : وهنا يقصد به قياس اتجاهات الرأي العام بين جماهير المؤسسة من خلال دراسة اتجاهات الرأي العام حول الخدمة المقدمة من طرف المنظمة أو تحليل الحملات الإعلامية والإعلانية الموجهة لهذا الجمهور من خلال وسائل النشر كالصحف، الإذاعة والتلفزيون.

-**التخطيط** :هو التدبير الرامي لمواجهة المستقبل بخطط منظمة سلفا لتحقيق أهداف معينة، فبعد عملية تقصي الحقائق في المؤسسة لابد من رسم سياسة اتصالية من خلال تحديد

¹ كرشك محمد بهجت، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003 ، ص48

² جاسم فخري وآخرون ، العلاقات العامة، دار الكتابة للنشر و التوزيع، بغداد، 1981 ، ص 30

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

الأهداف وتوقيت برنامج الإعلام والإعلان وتحديد الميزانية المتطلبة لذلك وتوزيع المهام على العاملين.

-**التنسيق**: ويقصد به تنسيق عملية الاتصال في الداخل مع مسؤولي الأقسام والموظفين وفي خارج مع الجماهير والمنظمات الأخرى والصحافة من خلال التزويد بالمعلومات والأخبار المتعلقة بالمؤسسة خاصة تلك التي تؤثر على سمعة وصورة المؤسسة.

-**الإدارة**: فهي تعتبر أداة مساعدة على أداء الوظائف المتعلقة بالجمهور مثل إدارة الأفراد فهي تساعد على جذب الكفاءات الممتازة للعمل من خلال اختيار العمال وتدريبهم والعناية بهم.

-**الإنتاج**: يقصد به مثلاً إنتاج الأفلام السينمائية التي تستخدم لأغراض كثيرة داخل المؤسسة مثل التدريب للعاملين وبيان طرق الوقاية من الحوادث، أما خارج المؤسسة فهي موجهة إلى الجمهور من خلال التعريف بالخدمة ونوعية الإنتاج.¹

الفرع الثاني: مبادئ الاتصال الخارجي

1-التواجد " existence "إن العديد من المنظمات لا تملك استراتيجية حقيقية للاتصال، و لكن تكفي بالقرارات التكتيكية فقط.

2-الاستمرارية" continuité "استراتيجية الاتصال عملية دائمة و مستمرة، ولتحقيق الأداء الناجع لا بد أنه تكون لعدة سنوات، كما يجب أن تكون مواكبة للتغيرات الهامة و الدائمة في الاتصال.

3-الشفافية و الوضوح " clarité " تكون الاستراتيجية مفهومة، و ذات فعالية، لا بد من وضوح و بساطة الاتصال ، وأن يكون سهل الفهم بالنسبة للمستهدفين.

¹ جاسم فخري وآخرون ، مرجع سابق، ص31

4- الواقعية " R alisme " لابد أن يكون الاتصال متماسك مع الحقيقة ليكون مقبول من طرف العاملين ، فالإتصال الخادع أو الغير واقعي و كنتيجة له ترفض رسائله كما يساهم في تاويه صورة المنظمة.

5- التماسك " coh rence " يجب أن يكون الإتصال منسجما و متماسكا مع قرارات المنظمة ككل.

6- القبول الداخلي " Acceptabilit  Interne " قبول هذه الاستراتيجية من قبل كل المسؤولين في المنظمة و كل العاملين بها.¹

المطلب الرابع: استراتيجيات ومعوقات الإتصال الخارجي

الفرع الأول: استراتيجيات الإتصال الخارجي

لتحديد إستراتيجية الإتصال السليمة للمؤسسة و جب على رجل الإتصال أن يحدد الأهداف المرجوة من عملية الإتصال مع تبين أساليب العمل في هذه العملية، وهناك عدة أنواع من الاستراتيجيات الاتصالية الأساسية و على القائم بالاتصال أن يختار الإستراتيجية المناسبة لحل المشاكل التي يواجهها، وفيما يلي بعض أنواع الإستراتيجيات الاتصالية التي يمكن إتباعها:

أولا: إستراتيجية الانتشار والتوسع

هناك مؤسسات خاصة تهدف إلى الربح، وتتبع في إستراتيجيتها مبدأ الغزو السريع للجمهور بمعنى البدء ببرنامج واسع، شامل تبذل فيه طاقة مادية وفنية كبيرة، وتستخدم فيه كافة أساليب التأثير والتسويق للوصول إلى تأييد الجمهور لإنتاج المؤسسة ، ثم يعقب ذلك التوسع

¹ Jean- marc Decaupin, " La communication marketing ", cenceptes, techniques , strategies 2eme edition economica, Paris , p p :39

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

نوع من الانكماش التدريجي بعد أن تتوطد أركان المؤسسة، وهذا المبدأ لا يتفق مع أهداف العلاقات العامة وأخلاقياتها، ولا يأخذ هذا المبدأ سوى مؤسسات تجعل من الوصول إلى أقصى حد من الريح وبأي وسيلة مهما كانت غاية نشاطها، أما المؤسسات التي تحرص على كسب ثقة الجمهور واستمرار هذه الثقة و نموها فإنها تسير وفقا لمبدأ آخر، وهو مبدأ الانتشار والتوسع، يقوم هذا المبدأ على أساس البدء في حدود ضيقة باختيار عينات من جميع فئات الجمهور كي تكون محلا لتجربة البرنامج والوقوف على أنسب أساليب الإعلام التي يمكن التوسع في إتباعها ، وبهذا يمكن تدارك نواحي القصور والخطأ والتدرج في تنفيذ البرنامج، تدرجا زمنيا ومكانيا حتى يغطي البرنامج الإعلامي والاتصالي كافة فئات الجمهور وكافة المناطق.¹

ثانيا: إستراتيجية التوقيت

تعتمد على اختيار الوقت المناسب لبدأ الحملة الإعلامية، فإذا لم يراع التوقيت الدقيق بالنسبة لأنشطة الإعلام والاتصال فقد تضيع جهود وأموال سدى، وتستخدم استراتيجيات التوقيت في بعض الأحيان لإعلان قرارات تستهدف إرضاء المواطنين في مناسبات الأعداد والاحتفالات، كما أن سياسة رفع الأسعار أو خفضها في أي صناعة كثيرا ما تتعلق بهذه الإستراتيجية بالذات لأن الكثير يتوقف على مدى إسراع الشركة أو تأخرها في الإقدام على عمل بالمقارنة مع الشركات المنافسة له.²

ثالثا: إستراتيجية الصبر والاحتمال

في بعض الأحيان تتعرض بعض المؤسسات لحمولات من التشكيك والهجوم من مؤسسات أخرى تعمل في نفس المجال، وقد أثبتت الأبحاث أن إستراتيجية الاحتمال وعدم الاستجابة لمحاولات جر المؤسسة إلى معارك جانبية كانت هي الحكمة الباقية، فمن المعلوم أنه كلما

¹ عبد السلام أبو قحف، هندسة الإعلان والعلاقات العامة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، دط، مصر، دس، ص215

² صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط1 ، دار المجدلوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2006 ، ص409

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

ارتفع شأن مؤسسة ما توقع منها الرأي العام إلا وتعين عليها الرد بالرجوع إلى إستراتيجية الصبر والاحتمال.¹

رابعاً: إستراتيجية المفاجآت

وهذا النوع من الاستراتيجيات مألوف في المجال السياسي، حيث تستخدم في اللحظات الأخيرة التي تسبق الانتخابات حين تقدم معلومة جديدة تقلب الموازين لصالح أحد المرشحين وتحدث أيضاً عندما يدلي أحد رجال الدولة بمعلومات هامة في توقيت معين للتأثير على اتجاهات الجماهير لكسب تأييدهم لموقف معين أو لتحويل اهتمامهم عن بعض المشاكل التي يواجهها النظام.

كما تستخدم أيضاً هذه الإستراتيجية في مجال التسويق حين تكتم موعد بدأ الحملة لمنتج جديد عن المنافسين حتى لا يعرض المنتج الجديد في الأسواق في طوفان مفاجئ من الإعلانات والنشرات من السلع المنافسة.²

خامساً: إستراتيجية المشاركة

ترتكز هذه الإستراتيجية على مبدأ تشجيع الأفراد على تقديم اقتراحاتهم وإتاحة الفرصة أمامهم للتعبير عن آرائهم، وهذه الإستراتيجية تزاول في وسائل الاتصال المختلفة عندما يسأل متابعوها عن أحب الموضوعات والأنشطة والهوايات إليهم كما تزاولها المؤسسات التي تدعوا عملائها إلى وضع اقتراحاتهم في صندوق معين.

سادساً: إستراتيجية الارتباط والاقتران

وهي الإستراتيجية التي يتم فيها اقتران اسم منتج باسم شخصية بارزة بمقتضى هذه الإستراتيجية يتاح لرجل الاتصال والعلاقات العامة أن يعرض بضاعته أو قضية بلسان

¹ عبد الفتاح محمد سعيد، التسويق، دار النهضة العربية، لبنان، 1983، ص41

² حسين عبد الحميد أحسن رشوان، العلاقات العامة والإعلام، المكتب الحديث، الإسكندرية، مصر، 2004، ص27

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

شخص آخر، وهي خطوة في الاتجاه السليم لأنها تحول الجمهور من الاهتمام بشيء مادي إلى الاهتمام بشخص مرموق، والمفترض أن الجمهور يود كثيرا أن يقرن اسمه باسم ذلك الشخص، وهناك أيضا طريقة أخرى في إستراتيجية الاقتران وذلك عن طريق الارتباط ببرنامج محلي أو برنامج اجتماعي كأن يقوم منتج معين بالاقتران بتمويل وإجراء حملة لصالح عمل خيري يخدم المجتمع والمقصود هنا من وراء إنفاق المال ليس العمل الخيري في ذاته، ولكن الهدف تسويقي باقتران اسمه بهذا العمل أو البرنامج.¹

سابعا: إستراتيجية ملتقى الطرق

وتعنى هذه الإستراتيجية بتنفيذ خطة مرسومة تنفيذًا دقيقًا، ومن شأن الخطة الاتصالية أن يضع الفرد نفسه أو مؤسسته أو مشروعه في ملتقى القوى متوقعا من وراء ذلك تحقيق مزايا واقعية ومراعيًا المخاطر التي يمكن أن تستهدفه وتتم هذه الإستراتيجية باختيار الأماكن والمؤتمرات والمواسم التي يلتقي في أكبر عدد من الناس لتقديم أنشطة الاتصال والعلاقات العامة بالإضافة إلى التعرف على الشخصيات المؤثرة وتوثيق الصلة بهم، هذه بعض الأساليب والإستراتيجيات الاتصالية التي يلجأ إليها رجال الاتصال والعلاقات العامة لتحقيق أهدافهم، ومن المهم أن نؤكد على ضرورة دراسة الموقف قبل اختيار الإستراتيجية المناسبة.²

الفرع الثاني: معوقات الاتصال الخارجي

تبين الدراسات المتعلقة بوسائل الاتصال الحديثة أن عملية انتشار وسائل الاتصال قد ترافقت بتحولات عميقة، تعلقت بطبيعة هذا المجال ويحدث الانفجار الإعلامي واقعا جديدا يستدعي اهتمام المؤسسات ويثير مشاكل متعددة وي طرح عدة معوقات، منها:

أولا: مسألة التحكم في التقدم التكنولوجي

¹ جمال مجاهدة، العلاقات العامة رؤية نظرية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005 ، ص68

² جمال مجاهدة، مرجع سابق ، ص69

أصبح اليوم التحكم في التقدم التكنولوجي من المسائل الصعبة نتيجة للغزو الفوضوي للمعدات والبرمجيات في مجال المعلوماتية والاتصال والقطاع السمعي البصري في أغلب بلدان العالم.¹

ثانيا: مسألة الأمن

إن تشعب مجال الشبكات الكبرى للاتصال ولا سيما الشبكات ذات الموجات العريضة التي تقوم بإيصال أنواع مختلفة من الإشارات، جعل هذه الأخيرة قابلة للاختراق أكثر فأكثر ويزيد ترابط الأنظمة من هشاشتها وكل اضطراب أو خلل في نقطة معينة يمثل في حد ذاته أخطارا كبيرة ذات انعكاسات متتالية.

بالإضافة إلى هذه النواقص الفنية يمكن أن نشير إلى الأخطار ذات الطابع الإجرائي تتمثل خاصة في إمكانية الغش عن طريق المعلوماتية أو في تحطيم وإفساد عن بعد لنظم كبرى للمعطيات المعلوماتية.²

إضافة إلى هذه المسائل هناك أيضا عوائق تقف في طريق إيصال الفكرة، من بينها³ :

1-مدى التعرض للاتصال:

قد لا تصل الرسالة الإعلامية إلى هدفها لأنها لا تصل الجمهور المعني بسبب ضعف أو انعدام الوسيلة كصعوبة الإرسال الإذاعي أو عدم قدرة الفرد على اقتناء الوسيلة.

2-طبيعة الوسيلة الإعلامية:

يجب استخدام وسيلة مؤثرة وفعالة في نقل الرسالة وهذا الأمر يتطلب المعرفة الدقيقة لخصائص ومميزات الوسيلة والجمهور معا وطريقة تعامله مع الوسائل.

¹ عبد السلام أبو قحف ، أساسات الإدارة الاستراتيجية ، الدار الجامعية، الإسكندرية ، 1999 ، ص 125

² رضوان بلخيري وسارة جابري، مدخل للاتصال والعلاقات العامة، دار جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 70

³ فاروق ناجي محمود ، استراتيجية الاتصال مع الآخر، دار النفاس ، العراق، 2002، ص 201- 202

3- طبيعة الرسالة:

قد تكون فكرة الرسالة صعبة ومعقدة ويسهل فهمها أو مختصرة يصعب شرح جزئياتها أو طويلة للغاية مما يضطر القارئ المستعجل إلى تركها.

4- طبيعة الجمهور:

درجة الذكاء الجمهور واهتمامه وثقافته ربما تكون معوقا من معوقات الاتصال وقد تدخل عوامل أخرى كالسن، الجنس.... الخ.

5- اتجاهات الجمهور:

إن اتجاهات الجمهور نحو الرسالة الإعلامية لها أكبر أثر في تلقي الرسالة، فالأفراد الذين يتسمون بعدم المبادلات أو الخوف من الأفكار الجديدة، فهم معرضون لعدم الاستفادة من الرسائل التي ترد إليهم.¹

6- الإعلام المضاد:

إذا كان هناك إعلام معاكس أو منافس لفكرة أو سلعة أو خدمة ما، هذا ما يشوه الرسالة الإعلامية.

بالإضافة إلى عدم فعالية فلسفة إدارة المؤسسة مع الجمهور، عدم تفهم الإدارة لطبيعة ودور الاتصال وضعف السياسة للمؤسسة ونقص الأطارات المتخصصة في الاتصال.²

ثالثا: المعوقات التنظيمية

¹ فاروق ناجي محمود مرجع سابق ، ص223

² فاروق ناجي محمود، مرجع سابق ، ص202

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

إن للملامح التنظيمية تأثير كبير على نوعية الاتصال السائد ، و من ذلك¹:

-غموض الأدوار و عدم تحديد الصلاحيات أو عدم مناسبة نطاق الإشراف الذي يؤدي إلى تشويش الاتصالات.

-مركزية التنظيم التي تحتم ضرورة رجوع الأفراد لشخص واحد يمتلك قدرا كبيرا من المعلومات رغم بعده عن مراكز التنفيذ ، الأمر الذي يقلل من سرعة الاتصالات و يزيد من وجود احتمالات كثيرة لضياع المعلومات و عدم صحتها.

-تعدد المستويات الإدارية الذي ينجر عنه طول المسافة القاعدة و قمة الهرم في الهيكل التنظيمي، ومرور المعلومات بسلسلة من المستويات الإدارية مما يعرض المعلومات لعملية التحريف.

- عدم الاستقرار التنظيمي و التغيرات المتتالية في فترات متقاربة لا يوفر المناخ الملائم للاتصال الجيد.

- عدم وجود إدارة للمعلومات أو قصور فيها مما يؤدي إلى عجز في جمع المعلومات و تصنيفها و توزيعها بحيث تسهم في رفع كفاءة الاتصال.

- القصور في ربط المنظمة بالبيئة الخارجية، فالبيئة من يزود المنظمة بالمعلومات عن المستهلكين و الموردين وسوق العمل.

¹ محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال ، ط 2 ، عمان ، دار ، وائل للنشر ، 2004 ،ص253

المبحث الثاني: الخدمة العمومية

الخدمة العمومية تضم مجموعة كبيرة غير متجانسة من الخدمات الجماعية المنظمة من طرف الدولة، خدمات إدارية مثل استخراج جوازات السفر أو التسجيل في الحالة المدنية، أما الخدمات الاجتماعية مثل تلك الخدمات المقدمة في المستشفيات، وكذا الخدمات الصناعية والتجارية مثل الخدمات التي تقدمها شركات المياه والكهرباء والغاز، هي كلها خدمات عمومية مضمونة من خلال المؤسسات العامة أو الخاصة، مؤسسات البلدية، الإدارات المركزية وكذا الخدمات العمومية المحلية كمراسيم الجناز وتوزيع المياه.

المطلب الأول: ماهية الخدمة العمومية

الفرع الأول: تعريف الخدمة العمومية

تعرف الخدمة العمومية بأنها جميع أنواع الخدمات التي من غير الممكن استغلالها إلا في إطار جماعي تتوفر بشكل إجباري وفق قاعدة المساواة التي ينص عليها القانون و يكون من الضروري استغلالها بمعزل عن قواعد السوق ، وتتحمل الدولة مسؤولية توفيرها والقيام بها من حيث أدائها ومراقبتها.¹

كما عرف خبراء الإدارة العامة الخدمة العمومية بأنها² الحاجات الضرورية لحفظ حياة الإنسان وتأمين رفاهيته والتي يجب توفيرها بالنسبة لغالبية الشعب والالتزام في منهج

¹ ضالع بخالد، آليات تحسين الخدمة العمومية في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية تخصص إدارة وتسيير الجماعات المحلية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة ، 2018 ، ص 10 .

² العرب بوعمامة ، الاتصال العموم والإدارة الالكترونية رهانات ترشيد الخدمة العمومية ، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، العدد 9، جامعة الوادي ، ديسمبر 2014 ، ص 40

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

توفيرها على أن تكون مصلحة الغالبية من المجتمع هي المحرك الأساسي لكل سياسة في شؤون الخدمات بهدف رفع مستوى المعيشة للمواطنين".

أما بالنسبة للمشروع الجزائري نجد أنه حاول وضع تعريف للخدمة العمومية في مجال السمع البصري وذلك بموجب القانون رقم 04-14 المؤرخ في 2014/02/24 المتعلق بقانون السمع البصري، حيث عرفت المادة 07 منه الفقرة السادسة الخدمة العمومية للسمع البصري هي " نشاط للاتصال السمع البصري ذات المنفعة العامة التي يضمنها كل شخص معنوي يشغل خدمة الاتصال السمع البصري في ظل احترام مبادئ المساواة والموضوعية والتكليف والاستمرارية".

كما نصت المادة 08 منه على أنه " يتشكل القطاع العمومي للسمع البصري في الهيئات والمؤسسات الأخرى التي تمتلك فيها الدولة كافة الأسهم، وتضطلع في إطار المنفعة العامة بمهام الخدمة العمومية".¹

وقد عرف الميثاق الإفريقي لقيم ومبادئ الخدمة العامة والإدارة المعتمد بأديس أبابا بتاريخ 31 جانفي 2011 الخدمة العمومية في نص المادة الأولى منه على أنها " أي خدمة أو نشاط متعلق بالمصلحة العامة يتم القيام بها تحت سلطة الإدارة".²

ومن خلال التعاريف السابقة يستنتج أن العناصر المشتركة لمفهوم الخدمة العمومية تتلخص بشكل عام في :

-الخدمة العمومية تتصل مباشرة بإشباع حاجة لفائدة المصلحة العامة .

¹ المادة 06/07 و المادة 08 من القانون رقم 04-14، المؤرخ في 2014/02/24، المتعلق بقانون السمع البصري، الجريدة الرسمية العدد 16، المؤرخة في 2014/03/23، ص 08

² المرسوم الرئاسي رقم 12-415 المؤرخ في 2012/12/11، يتضمن التصديق على الميثاق الإفريقي لقيم ومبادئ الخدمة العامة والإدارة، المعتمد بأديس أبابا بتاريخ 2011/01/31، الجريدة الرسمية، العدد 68، مؤرخة في 2012/12/16، ص 05

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

-الخدمة العمومية تصدر عن السلطات العمومية سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة .

تجدر بنا الإشارة هنا إلى أنه في تعريف الخدمة العمومية يمكن تمييز زاويتين ينظر

منهما إلى الخدمة العمومية تتمثلان في النظر إلى الخدمة العمومية كعملية والخدمة

العمومية كنظام، وهو ما سنوضحه من خلال الآتي:¹

1/ الخدمة العمومية كعملية :

حيث يمكن اعتبار الخدمة التي تقدمها المنظمات الحكومية أو العامة على أنها تمثل

عمليات ذات طابع تكامل ، تتطوي على مدخلات وتشغيل ومخرجات ، وبالنسبة للمدخلات

فإن هناك ثلاثة أنواع يمكن أن تجرى عليها عمليات التشغيل لإنتاج الخدمة المطلوبة وهي:

- الأفراد : إذ يمثل المواطن طالب الخدمة احد أنواع المدخلات في عمليات الخدمة العامة أي

عندما تؤدي هذه العمليات على المواطن بذاته كعمليات العلاج والوقاية ومختلف

الخدمات الصحية التي تجري عليه.

- الموارد : حيث يمكن أن تصبح مختلف الموارد والأشياء هي أحد أنواع المدخلات

في عمليات الخدمة المقدمة من المنظمات العامة، أي عمليات الخدمة التي يتم إجراؤها

على الأشياء ، وليس على الأفراد وتسمى عمليات الأشياء المملوكة ، مثل خدمات رخص

مرور السيارات....

-المعلومات : تمثل أحد أنواع المدخلات في عمليات الخدمة العامة و يطلق عليها

¹ عبد الكريم عاشور ، دور الإدارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية تخصص الديمقراطية والرشادة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2010/2009 ، ص 41 .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

عمليات تشغيل المعلومات ، و يعكس هذا النوع الجانب الحديث للخدمة العامة كمحصلة

للتطور في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مثل خدمات تحليل البيانات في مراكز

المعلومات، وعمليات تشغيل البيانات في مراكز البحوث والجامعات.¹

2/ الخدمة العمومية كنظام :²

انطلاقا من مفهوم النظم يمكن النظر إلى الخدمة التي تقدمها المنظمات العامة كنظام

يتكون من أجزاء مختلفة تشمل ما يلي:

-نظام عمليات تشغيل أو إنتاج الخدمة : وفق هذا النظام تتم عمليات التشغيل على مدخلات الخدمة لإنتاج العناصر الخاصة بالخدمة.

-نظام تسليم الخدمة : ووفق هذا النظام تيم تجميع نهائي لعناصر الخدمة ، ثم التسليم

النهائي للخدمة وإيصالها للمواطن طالب الخدمة ، ويتضمن مفهوم الخدمة العامة كنظام

شكلين:

-خدمة عامة مرئية أو منظورة لمستقبل الخدمة (المواطن).

-خدمة عامة غير مرئية أو غير منظورة ، ويطلق عليها جوهر الخدمة الفن .

ولتوضيح مفهوم الخدمة العامة كنظام يمكن تقديم أحد الأمثلة انطلاقا من الخدمات التي تقدمها

المنظمات العامة في المجتمع، فقد يتوجه مواطن لتسجيل سيارته أو استخراج رخصة لها ،

فيقوم بتقديم مختلف الوثائق والأوراق اللازمة لدى مكتب الخدمة ويسدد ما هو

¹ عبد الكريم عاشور، مرجع سابق، ص41

² ثابت عبد الرحمان ادريس ، مرجع سابق ، ص458

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

مخصص ومطلوب من نفود لمثل هذه الوثائق في الخزينة ثم عليه بالانتظار لكي تنتهي الخدمة، وهنا يمكن القول أن هذا الجزء من الخدمة يمثل الجزء المرئي للمواطن لأنه يرى الإدارة والموظفين والمعدات الإدارية والأجهزة، غير أنه وحتى يحصل على الخدمة المطلوبة يتطلب الأمر مهام وأعمال أخرى تجرى داخل مكتب الخدمة العامة مثل الفحص في الدفاتر أو الحاسب الآلي عن تاريخ السيارة والمخالفات، التسجيل، المراجعة الداخلية، وكل هذه الأعمال تتم في المكتب الخلفي الذي لا يراه المواطن وهو أمر ضروري لاستكمال الخدمة وتقديمها.

الفرع الثاني: خصائص الخدمة العمومية

إن للخدمة العمومية مجموعة من الخصائص التي يمكن ذكرها كآتي :¹

- إتاحة الخدمة العمومية الى فرد يحتاجها في ظل ظروف محددة إلا في حالات يتعذر الهيآت تقديم الخدمة .

-المساواة في تقديم الخدمة العمومية و حصول أفراد المجتمع على الخدمة العامة.

-إتاحتها لجميع أفراد المجتمع دون استثناء و بصورة عادلة .

تلبية الحاجات الجد الضرورية.

- مساواة كل الأشخاص الذين يجدون أنفسهم في الاتصال مع المصالح العمومية دون أن يكون لهم صفة .

-الخدمة العمومية يجب أن تتلاءم مع المصلحة العمومية.

¹ ضالع بخالد، مرجع سابق، ص105

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- تلاءم الخدمة العمومية مع التطورات والتغيرات والعمل الجيد على تحسين نوعية وكمية أدائها.

- استمرارية الخدمة العمومية بصورة منتظمة وبدون انقطاع مهما كانت الظروف.

الفرع الثالث: أهمية الخدمة العمومية

إن للخدمة العمومية أهمية كبيرة في أي مجتمع كان والتي يمكننا أن نختصرها كالاتي:

- توطيد العلاقات بين الأفراد والمؤسسة الخدمائية.

- تساهم في زيادة الوعي الاجتماعي الشامل.

-الاستقرار في المجتمع وذلك بإقامة العدل الاجتماعي.

- استمرار التجديد والتنويع في البرامج.

- التدريب على حسن التصرف في المواقف القيادية.

- تساعد الخدمة العمومية المجتمع على تحمل وتنمية قدراته

- تحمل المسؤولية والاعتماد على النفس.

- احترام العمل اليدوي.

- اكتساب مهارات وخبرات ومعلومات جديدة.

- تنظيم الوقت في نشاط مفيد.¹

¹ مصطفى حجازي، مرجع سابق، ص 55

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المطلب الثاني: أهداف وأنواع الخدمة العمومية

الفرع الأول: أهداف الخدمة العمومية

تسعى الدولة إلى تحقيق عدة أهداف حسب نوع المؤسسة التي تسيروها وتتمثل هذه الأهداف فيما يلي:¹

- تلبية المصلحة العامة للمجتمع.

- المساهمة في تنظيم وتسيير الخدمات الاجتماعية والثقافية.

- تحقيق الربح حيث ان استمرار المؤسسة العمومية مرهون بتحقيقها لمستوى أدنى من الربح يضمن لها إمكانية رفع رأسمالها بأقل التكاليف الممكنة وبالتالي توسيع نشاطها حتى يصمد أمام المؤسسات الأخرى واستعمال الربح المحقق لتسديد وتوزيع الأرباح وتكوين مؤونات لتغطية الخسائر.

- تلبية متطلبات المجتمع إذ أن تحقيق الدولة لنتائجها يمر عبر عملية تصريف أو بيع إنتاج المؤسسة العمومية وهو يغطي طلبات المجتمع.

- تحسين مستوى المعيشة للعمال نظرا لتطور السريع الذي تشهده المجتمعات يجعل من العمال أكثر حاجة لمنتج جديد.

- توفير التأمينات ومرافق العمل وتتمثل في التأمينات الاجتماعية

- السهر على تنظيم وتماسك العمال.

- تدريب العمال المبتدئين.

- توفير الوسائل الترفيهية الثقافية

¹ ناصر داداي عدون ، اقتصاد المؤسسة ، ط 2 ، دار المحمدية العامة ، الجزائر ، 1988 ، ص 18

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

الفرع الثاني: أنواع الخدمة العمومية

تشمل الخدمة العمومية مجموعة كبيرة من الخدمات المنظمة من طرف الدولة والتي يمكن تصنيفها من حيث طبيعة نشاط الخدمة وكذلك من حيث طبيعة الخدمة المقدمة وأخيرا من حيث طبيعة تحمل تكلفة الخدمة وهو ما سنوضحه من خلال الفروع الثلاث الآتية:¹

أولا : من حيث طبيعة نشاط الخدمة

تصنف الخدمة العمومية من حيث طبيعة نشاط الخدمة إلى خدمات إدارة وأخرى ذات طابع اقتصادي وخدمات اجتماعية وثقافية.

1/ الخدمات الإدارية :

هي الخدمات التي تقدمها الإدارات العمومية أو المرافق العمومية الإدارية سواء على المستوى المركزي أو المستوى المحلي مثل خدمات مرفق الحالة المدنية وغيرها من الخدمات الأخرى التي تقدمها الإدارة العمومية، و يعد هذا النوع من الخدمات العمومية الأكثر انتشارا.

2/ الخدمات ذات الطابع الاقتصادي (الصناعية والتجارية)

ظهرت هذه الخدمات مع التطور الملحوظ لدور الدولة في الحياة الاقتصادية وفي تحقيق رفاهية المواطن في مجال احتياجاته الأساسية، وهي تتمثل في الخدمات التي توفرها المؤسسات العمومية الصناعية والتجارية، مثل خدمات مؤسسة المياه ومؤسسات الكهرباء

¹ قوادري عائشة و شيرروف سارة ، دور الاتصال الخارج في تحسين الخدمة العمومية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ،تخصص اتصال وعلاقات عامة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة 8 ماي 1945 قالمة ، 2016/2017 ، ص 52.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

والغاز، والصرف الصحي وتوزيع الوقود وغيرها، وهي خدمات تتعلق بمستلزمات الحياة الضرورية و يتم إدارتها على أسس تجارية حيث تطبق عليها معايير الربحية التجارية.

3/ الخدمات الاجتماعية والثقافية :

وهي تتمثل في الخدمات التي تقدمها المؤسسات العمومية ذات الطابع الاجتماعي والثقافي مثل خدمة التمدرس والخدمات الصحية وغيرها، وهي خدمات يفترض أن تقدمها الدولة مهما ارتفعت تكلفتها لأنها ضرورية لبقاء المجتمع وسلامته، وقد تطورت هذه الخدمات

بصورة ملحوظة منذ منتصف القرن التاسع عشر¹.

ثانيا : من حيث طبيعة الخدمة المقدمة

تنقسم الخدمة العمومية من حيث طبيعة الخدمة المقدمة إلى خدمات فردية وخدمات
جماعية :²

1/ خدمات فردية :

تتمثل في الخدمات التي يتحصل عليها الفرد دون ارتباطه بجماعة، حيث يقوم بطلب توفيرها أو يعمل للحصول عليها، مثل الخدمة الصحية التي يحظى بها بمفرده.

2/خدمات جماعية :

وهي الخدمات التي يحصل عليها الأفراد في إطار جماعة دون أن يقوم الفرد بطلب توفيرها
مثل توفير الإنارة العمومية

¹ قوادري عائشة و شيروف سارة، مرجع سابق، ص53

و12 11 ص ، سابق مرجع ، بخالد ضالع²

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

ثالثا: حسب المنفعة

وتنقسم إلى¹:

1/ خدمات للصالح العام: وهي الخدمات التي تقدمها الإدارة المحلية بهدف الصالح العام مثلا : الصرف الصحي، المياه، صيانة الطرق والحدائق..

2/ خدمات ذات النفع الفردي: وهي الخدمات التي ينتفع بها كل فرد على حدا مثل :خدمات الصحة، التعليم، الترفيه الاجتماعي..

3/ خدمات ذات صلة بتطوير البنية التحتية: تتضمن تهيئة الأراضي، إنشاء المباني العامة، حماية البيئة. .

4/ خدمات متعلقة بالسيادة والأمن الداخلي: وهي الخدمات التي ترتبط عموما بالدور التقليدي للدولة كخدمات القضاء، والأمن..

رابعا: من حيث طبيعة تحمل تكلفة الخدمة

تؤخذ الخدمة العمومية من حيث طبيعة تحمل تكلفة الخدمة ثلاثة أشكال²:

1/ خدمة مجانية :

وهي الخدمات التي تقدم دون مقابل، تتحمل تكلفتها كليا الخزينة العمومية للدولة كإدارة الشوارع، الأمن العمومي، حملات التلقيح....الخ.

2/ خدمة بالمقابل :

¹ Alain–serge Mescheriakoff. ،**Droit des services publics**. France : Presses Université de France.

1997. P125

² قوادري عائشة و شيروف سارة ، مرجع سابق ، ص 52

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

وهي الخدمات التي يتحملها كليا وبشكل مباشر المستفيد منها مثل خدمة الهاتف العمومي كهرباء المنازل....الخ.

3/خدمة مدعمة :

وهي نوع يجمع بين النوعين السابقين بحيث يتحمل تكلفة هذه الخدمة جزئيا المستفيد منها والباقي يكون على شكل دعم حكومي مثل النقل العمومي، السلع الاستهلاكية الأساسية.... الخ

المطلب الثالث: معايير الخدمة العمومية وأنظمة

الفرع الأول: معايير الخدمة العمومية

من خلال نتائج الأعمال والدراسات التي خلص إليها معظم العلماء والباحثين في مجال التسيير العمومي (علم الإدارة العمومية) ، أكدوا أن كل عملية التسيير لنشاطات الخدمة العمومية ينبغ عليها أن تستخدم قواعد مشتركة، تعد بمثابة قيم تستمد منها شرعيتها وصفاتها والمتمثلة في المعايير التالية:¹

أولا: معيار المساواة

و يعبر هذا المعيار عن عدم التمييز بين المواطنين على أساس الأصل أو المعتقد أو اللون أو الانتماء الحزبي... الخ ، فهذا المعيار يفرض المساواة بين المستفيدين في حالة وجودهم في وضعيات متماثلة، ويستمد هذا المبدأ وجوده من الدساتير والمواثيق العامة وإعلانات الحقوق التي تقتض بالمساواة أمام القانون وبذلك أمام المرافق العمومية.

ثانيا: معيار التطور أو التكيف

¹ قوادري عائشة و شيروف سارة ،ص 54-55

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

هذا المعيار يسمح بتكيف محتوى الخدمة العمومية مع التطور الاجتماعي والتقدم التقني من جهة واحتياجات المستفيدين من جهة أخرى، مثل الانتقال من الاعتماد على الإدارة الورقية إلى الإدارة الإلكترونية، لمجاراة التطورات التكنولوجية وسرعة انتقال المعلومات والمعطيات.

ثالثا: معيار الاستمرارية

والذي يعني ضمان استمرارية الخدمة العمومية بصورة منتظمة كونها مرتبطة بحاجات متواصلة لعموم الناس مما يتطلب من الدولة وضع خطط تحفظ الخدمة العامة عن التوقف.

رابعا: معيار المجانية النسبية

امتدادا لمعيار المساواة بين المواطنين في حالة اختلاف وضعياتهم المادية، يتم اعتماد سلم بين هذا الاختلاف في أعلاه تدرج الخدمات العمومية التي يكون الوصول لها مجانيا كالصحة والأمن، ثم ترتيب تنازلي حسب نوعية الخدمة.

ومستوى دخل المستفيد، بحيث تتعدد التغيرات وتندرج إلى غاية أسفل السلم أين يقتضي معيار المساواة في التعامل بالوصول على الخدمة العمومية بمقابل مثل أغلبية الخدمات ذات الصفة التجارية والصناعية.

خامسا: معيار الشمولية

انطلاقا من مفهوم الخدمة العمومية كونها خدمة أساسية يكون حق الاستفادة منها مكفولا لكل مواطن لأنها تعتبر ضرورية ومن ثم فإن هذه الخدمة ينبغي أن تكون في متناول جميع المواطنين والسماح لهم بالوصول إليها بشروط مواتية لقدراتهم ومستويات معيشتهم.

سادسا: معيار الفعالية

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

يعتبر الخدمة العمومية هي كل الأنشطة التي يثبت فيها عجز السوق في التصحيح الذي يحصل في حالات الاستغلال غير المتوازن بين مناطق الوطن، فتوفير بعض الخدمات العمومية الجوارية في مجال النقل أو الغاز أو الكهرباء... الخ، في المناطق ذات الكثافة السكانية الضعيفة يسهم في خلق التوازن الجهوي والحفاظ على مزاولة النشاطات الاقتصادية خارج التجمعات السكانية الكبرى، وعليه فان مثل هذه الخدمات تجعل تهيئة وتنمية هذه المناطق أكثر فعالية¹.

سابعا: معيار التضامن

تعتبر الخدمة العمومية تعبير عن التضامن الاجتماع بين المواطنين تتولى الدولة قيادته وتجسيده ميدانيا، بالمساهمة بتقليص الفوارق بين المواطنين بسبب الدخل أو الإعاقة الصحية، الفقر والحرمان، لذا تصنف الخدمة العمومية لثلاث مهام وفق معيار التضامن وهو كالاتي:

أ -مهام تهدف لجعل الخدمة العمومية مادية ومالية في متناول المواطنين المهددين بالفقر والتهميش.

ب - مهام تهدف للمحافظة على الانسجام الاجتماعي والشعور بالمواطنة.

ج- مهام تهدف للمساهمة في تشجيع الاستعمال الفعال والعادل للموارد المشتركة.²

الفرع الثاني: أنظمة الخدمة العمومية

يمكن تقسيم نظم الخدمة العمومية كما هو معمول به في مجال الوظيفة لدى المجتمعات المعاصرة إلى نظامين هما:

أولا: الخدمة العمومية في النظام المفتوح

¹ قوادري عائشة و شيروف سارة ،ص 56-57

² ضالع بخالد ، مرجع سابق ، ص 13 .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

إن الوظيفة في هذا النظام ينظر إليها كمهنة مجتمعية يتم إعداد الفرد لها و يتفرع لممارستها طوال حياته العملية، ولمعرفة الخدمة في هذا النظام يستلزم التطرق إلى نشأة وتطور هذا النظام.

1/النشأة والتطور¹:

إن هذا المفهوم للوظيفة العامة هو مفهوم الوظيفة الإدارية نفسه الذي تبنته المدرسة الأنجلو سكسونية وكان أول ظهور له في الولايات المتحدة الأمريكية ثم انتشر في كل من كندا وسويسرا والدول الاشتراكية سابقا يعود سبب ظهور أسس هذا النظام إلى الظواهر التاريخية التي عرفتھا هذه الأخيرة منذ القرن الثامن عشر ، ومن بين هذه العوامل نذكر:

- ثقافة المجتمع الأمريكي المتأثر بالمذاهب الاجتماعية والاقتصادية السائدة في القرن التاسع عشر، كالحرية الفردية ومنح الإدارة امتيازات لا يقرها القانون في المعاملات الخاصة .

-نظرة المجتمع الأمريكي للإدارة، حيث يعتبرونها مصدرا تهديدا للمبادئ التي ناضلوا من أجلها ،كمبادئ العدالة، الديمقراطية، الحرية ومحاربة الفساد والبيروقراطية.

- نبذ المواطن الأمريكي فكرة تفضيل القطاع العام (الإداري) عن القطاع الخاص (الاقتصادي).

لهذه الأسباب طبق في الولايات المتحدة الأمريكية في المراحل الأولى التي مر بها هذا النظام مبدأ تداول الوظيفة الذي يمنع بقاء الموظفين أكثر من أربع سنوات في الخدمة، وبعد انقضاء هذه المدة يرجع الموظف إلى الحياة العامة.

2/ خصائص هذا النظام

و من خصائص هذا النظام نجد:

¹ عبد الله طلب ، الوظيفة العامة في دول عالما المعاصر، دار النهضة العربية، الإسكندرية، 1981، ص 32

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

أ/ البساطة : فإدارة وظيفة عامة من هذا النوع تتطلب فعال جهد كبير في سبيل تصنيف المناصب والوظائف التي يوفرها الهيكل التنظيمي للإدارة وتحديد الموصفات والمؤهلات اللازمة لكل منها ، ويتوجب أيضا أن تتناسب الأجر مع متطلبات السوق التجارية وهذا يعني أن هذه الأجر لا يمكن تحديدها بشكل تعسفي واستبدادي .

- لا تبذل المؤسسة جهدا في إعداد الموظفين الذين يتوجب عليهم إعداد أنفسهم وتحمل نفقات هذا الأعداد.

- لا مسؤولية للإدارة عن التدريب أثناء العمل سواء تعلق الأمر بدورات تدريبية أو غيرها

ب/ المرونة: فالإدارة العامة إذا وجدت أنها لم تعد بحاجة إلى فئة معينة من الموظفين فإنه لا يقع على كاهلها مهمة تأمين وظائف أخرى بل تستطيع أن تفصلهم عن العمل بكل بساطة أما إذا أرادت الإدارة إنشاء وظائف جديدة فما عليها إلا إن تعين مواصفاتها وتحدد المؤهلات اللازمة لشغلها . كما يعطي هذا النظام هامش من الحرية للموظف كي يبحث عن وظيفة أخرى تتناسب مع ميوله واستعداداته أو تضمن له عائدا اكبر.¹

ج/ اقتصادية النظام: إن الإدارة تختار عددا معينة من المرشحين المؤهلين لوظائف معينة بذاتها وغالبا ما يكون هؤلاء المرشحين قد تتقلوا بين وظائف القطاعين العام والخاص وبذلك اعتادوا على طرق تحقيق الدخل والإيرادات المتبعة في المشروعات الخاصة ونقلها الى أعمال الإدارة العامة.

- عنصر الانفتاح على المجتمع وعدم التمييز العاملين الحكوميين عن غيرهم في القطاعات الأخرى.

*عيوبه:

¹ عبد الله طلب، مرجع سابق، ص 34-35

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- إن هذا النظام لا يمكن تطبيقه في جميع المجتمعات : لأنه يفترض وجود إدارة غنية جدا بالأخصائيين وهذا ليس دائما بل هنالك أعمال كثيرة تتطلب اختصاصات محددة ولكن هذه الأعمال لا تتطلب اختصاصات محددة بذاتها بل تتطلب نوعا من التدريب والتهيئة والخبرة العلمية .

- الإدارة العامة ليست في حقيقتها مشروعا كباقي المشاريع الخاصة : لأن هدفها لا ينحصر في تحقيق الدخل والفائدة بل هي تسعى إلى تحقيق نوع من التوازن بين المصلحة العامة والمصالح المختلفة للأفراد، إذن فان تجربة مشروع خاص متمركز حول أحسن الطرق والوسائل التي يمكنها أن تؤمن اكبر قدر ممكن الإيرادات والفوائد لا يمكنها أن تكون صالحة الدارة مشاريع الدولة حيث إن هذه الأخيرة تعمل على تحقيق المصلحة العامة وإعداد تقديرات ورسم الخطط لمدى طويل.¹

إن الخدمة العامة في النظام المفتوح يقتضي في النهاية وجود شرطين لنجاحه وهما:

- أن هذا النظام يقتضي وجود نظام تعليمي كثير التغير والتنوع.
- إن هذا النظام يفترض أيضا وجود قطاع خاص ناشط جدا، بحيث يتضمن مشاريع كبيرة مزودة بأشخاص أخصائيين في جميع الميادين ، وبالتالي فان هؤلاء يستطيعون التنقل بين المشاريع والإدارة العامة.

ثانيا : الخدمة العمومية في النظام المغلق

وفق هذه التسمية تقوم الإدارة غالبا بعمليات إعداد الموظفين قبل التحاقهم بالعمل واستمرار التدريب أثناء العمل بغية رفع المستويات المهنية وتنمية القدرات كما ان القاعدة العامة للنظام

¹ غالبي بوزيد ، مفهوم المؤسسة العمومية ، رسالة ماجستير في القانون العام .جامعة العربي بن مهدي أم البواقي ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، 2010-2011، ص 156

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المغلق في الخدمة العمومية هي الاستمرارية عمل الموظف مع الإدارة ضمن توازن في الحقوق والواجبات .

1/ النشأة و التطور:

ظهر هذا التيار في فرنسا وطبقته في كل مستعمراتها ويعود سبب تبني الإيديولوجية الفرانكفونية خاصة بعد الثورة الفرنسية التي ألغت مبدأ التمييز الذي يعتمد على فكرة المتاجرة في الوظائف وأقرت مبدأ تمتع كل المواطنين بحقهم في التوظيف وهذا حسب المؤهلات والكفاءة.

ومن هنا بدأت الوظيفة العمومية تفرض نفسها كمجموعة اجتماعية قائم على الهرمية وأصبحت العالقات والروابط الشخصية تتلاشى شيئاً فشيئاً و تحولت إلى روابط تنظيمية، وبدا تطبيق الحجم الساعي للعمل وسلم المرتبات وكلفت خزينة الدولة بدفع أجور الموظفين كل هذا أعطى مفهوم جديد للوظيفة العمومية كمهنة تقوم على احترام السلطة الهرمية هدفها خدمة الصالح العام.¹

2/ عناصر نظام الخدمة العمومية

ويرتكز نظام الخدمة العمومية المغلقة على عنصرين أساسيين هما :

أ- نظام العمل:

¹ البسيوني رضا إسماعيل، إدارة عامة ، ط.1 ، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، القاهرة ، 2007، ص 210

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

فانه يهدف الى وضع قواعد خاصة بالوظيفة العامة بحيث يكون وضع الموظفين العاملين مغايرا لوضع العمال والمستخدمين العاديين وبالتالي فانه يكون لهؤلاء الموظفين حقوق وواجبات يحددها نظامهم العام كما أنهم يتلقون تكوينهم المهني خلال خدمتهم في الوظيفة العامة. فقانون الموظفين ينطوي على خاصة تتعلق بالتعيين والمعاملة المالية والانجازات والمنافع المادية والمعنوية المختلفة ، وتختلف الإجراءات الجزائية الخاصة بإهمال أي شرط من شروط العمل في الخدمة العمومية.

ب- السلوك الوظيفي:

إن العمل في خدمة الإدارة العامة ليس مقصورا على القيام بأعباء ووظيفية معينة بذاتها بل القيام بأعباء مجموعة من الوظائف والمناصب المنتظمة والمتدرجة وهذا ما يترتب عنه الزيادة في التعويضات بشكل مستمر، وما سيتبعه أيضا اللجوء إلى إجراءات وأصول خاصة بنظام الترقية مما يضطر بهؤلاء الموظفين الانتقال إلى هيئات ومؤسسات عليا بغية بلوغ قمة مراتب الوظيفة العامة.¹

مميزاته:

- إمكانية الحصول على الموظفين القادرين على تجاوز مع الإدارة و تفهم أهدافها.
- رعاية الموظفين وتنمية الحس الوظيفي لديهم أي الشعور والالتزام بالمصلحة العامة.
- الإعداد والتدريب لدى الإدارة يجعلها تحصل على كل احتياجاتها من العناصر البشرية دون الاعتماد على عناصر خارجية، مثل سوق العمل.²

- عيوبه :

¹ البسيوني رضا إسماعيل، مرجع سابق، ص 215

² غالبي بوزيد، مرجع سابق، ص 162

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

-صعوبة قيام الإدارة بعمليات ترتيب الوظائف والترقيات والعلاقات مما يضفي التعقيد في الهياكل الإدارية.

-إشكالات قياس الإنتاجية ومقارنتها بين القطاع العام والخاص.

- كثرة الحقوق والامتيازات للعاملين تؤدي إلى كثرة الخمول والالتكالية والقضاء على عنصر التجديد والابتكار مع إشكالات الرواتب وإمكانية استقطابها للكفاءات والخبرات التي تحتاجها الإدارة.¹

¹ غالبي بوزيد، مرجع سابق، ص 163

الفصل الثالث:

الاطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

بعد اتمام الجانب النظري من الدراسة ومحاولة الإلمام بكل المفاهيم المتعلقة بها سنقوم في هذا الفصل التطرق إلى الجانب الميداني للدراسة، وذلك من خلال تقديم المؤسسة محل الدراسة، حيث تم توزيع الاستبانة على المواطنين بولاية أولاد جلال ومن ثم استعادتها بعد اجابتهم على الفقرات المطروحة فيها.

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

المبحث الأول: تحليل وتفسير النتائج الأولية للدراسة

المطلب الأول: تحليل خصائص عينة الدراسة:

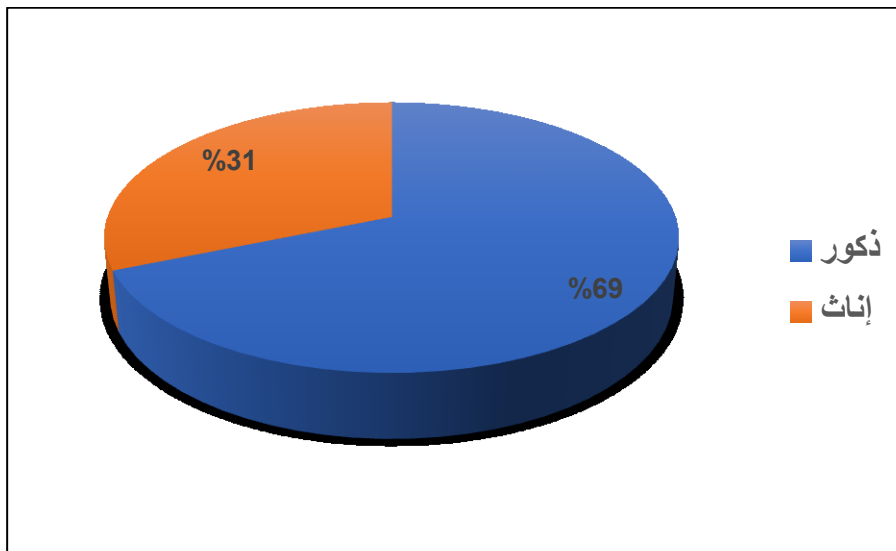
سنقوم في هذا المطلب بتحليل خصائص عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية وتتمثل كالتالي:

1- خصائص أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

جدول رقم (01): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	55	68.8
	إناث	25	31.3
	المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS25



الشكل رقم (01): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

يوضح الجدول (01) أن عينة الدراسة اشتملت 80 فرد حيث تمثلت في 55 عامل من جنس الذكور أي بنسبة بلغت 68.8%، بينما نلاحظ أن عدد الإناث بلغ 25 أي بنسبة بلغت 31.3%، وهذا ما يدل على أن عينة الذكور فاقت عدد الإناث في هذه الدراسة.

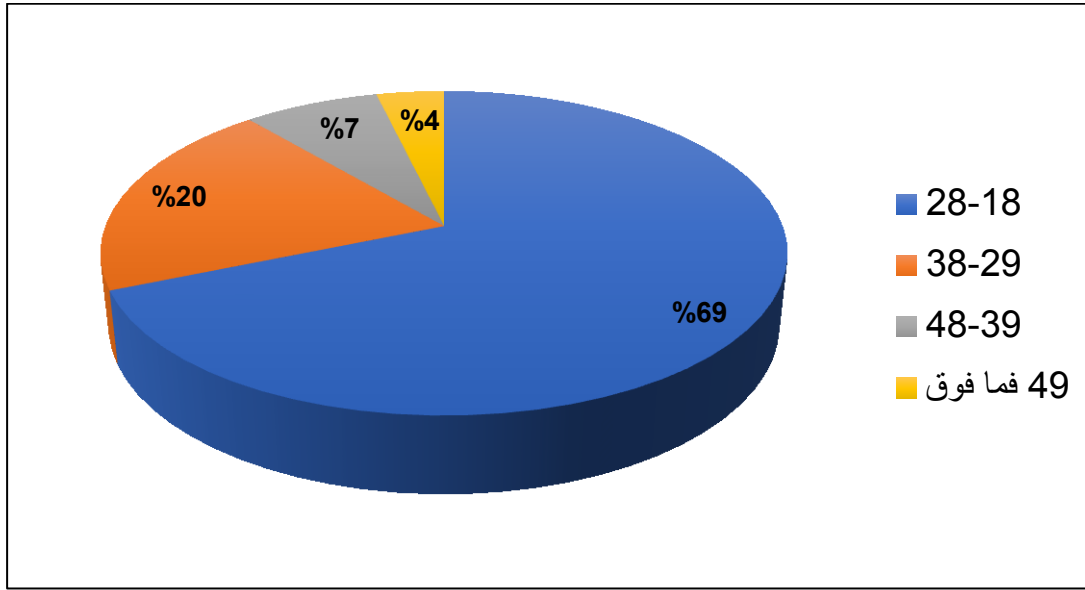
الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

2- خصائص أفراد عينة الدراسة حسب العمر

جدول رقم (02): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب العمر

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
العمر	28-18	55	68.8
	38-29	16	20
	48-39	06	7.5
	49 فما فوق	03	3.8
	المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS25



الشكل رقم (02): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب العمر

يوضح الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة من حيث العمر، حيث يتبين أن 68.8% من عينة الدراسة أعمارهم تتراوح بين 18 إلى 28 سنة وهي تمثل النسبة الأعلى، و20% أعمارهم من 29 إلى 38 سنة، أما الافراد الذين تتراوح أعمارهم بين 39-48 سنة فكانت النسبة لديهم

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

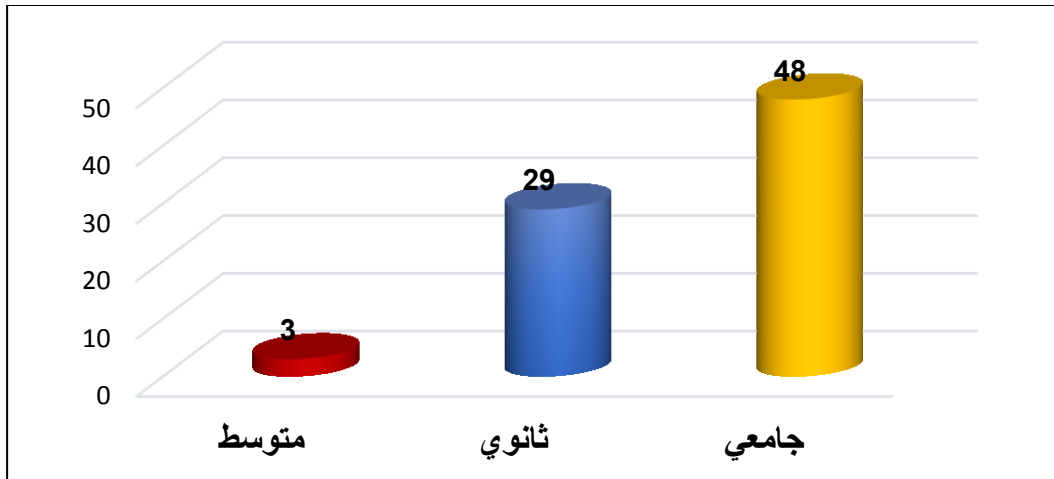
7.5%، وأخيرا بنسبة 3.8% جاءت للأفراد الذين عمرهم من 49 سنة فما فوق وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة أغلبها أكبر من متوسطي العمر.

3- خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

جدول رقم (03): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
المستوى الدراسي	متوسط	03	3.8
	ثانوي	29	36.3
	جامعي	48	60
	المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS25



الشكل رقم (03): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

يوضح الجدول (03): أن نسبة 60% من العينة لديهم مستوى جامعي ويعتبرون في المرتبة الأولى، بينما 36.3% من العينة لديهم مستوى ثانوي، وأخيرا بالنسبة للأفراد ذوي المستوى المتوسط فتمثلت في 03 أفراد أي بنسبة 3.8% فقط، وهذا يعني أن العينة شملت فئات متعددة من المجتمع، وأن أغلبية الأفراد لديهم مستوى جامعي.

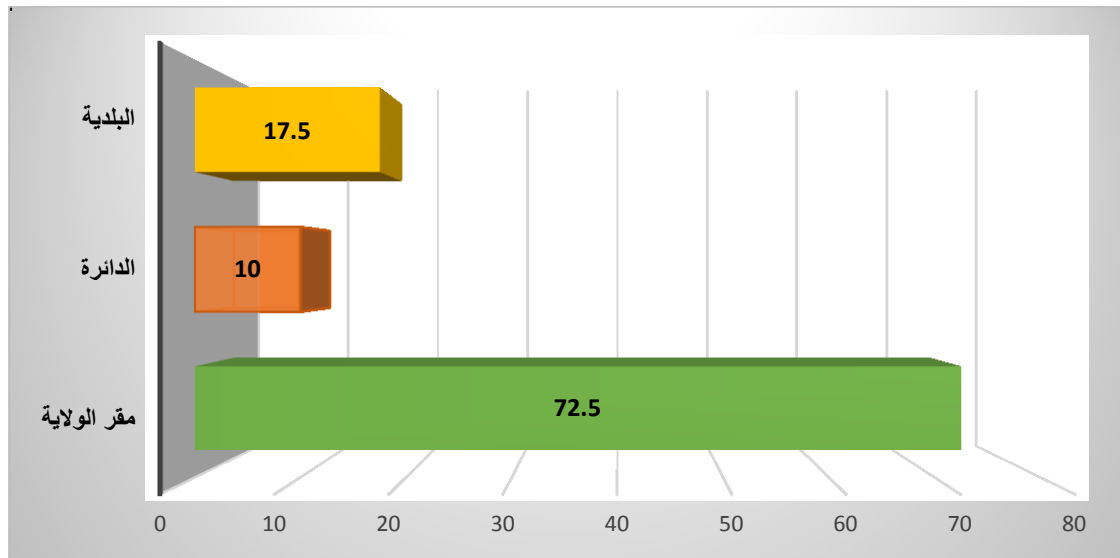
الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

4- خصائص أفراد عينة الدراسة حسب مكان الإقامة:

جدول رقم (04): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب مكان الإقامة

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
مكان الإقامة	مقر الولاية	58	72.5
	الدائرة	08	10
	البلدية	14	17.5
	المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS25



الشكل رقم (04): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب مكان الإقامة

يوضح الجدول رقم (04) أعلاه أن أغلبية أفراد عينة الدراسة مكان اقامتهم مقر الولاية حيث بلغت نسبتهم 72.5%، تليها فئة من يقيمون في البلدية بنسبة 17.5% وأخيرا فئة من مكان اقامتهم الدائرة بنسبة 10%، وهذا ما يعني أن أغلبية عينة الدراسة تكمن اقامتهم في مقر الولاية.

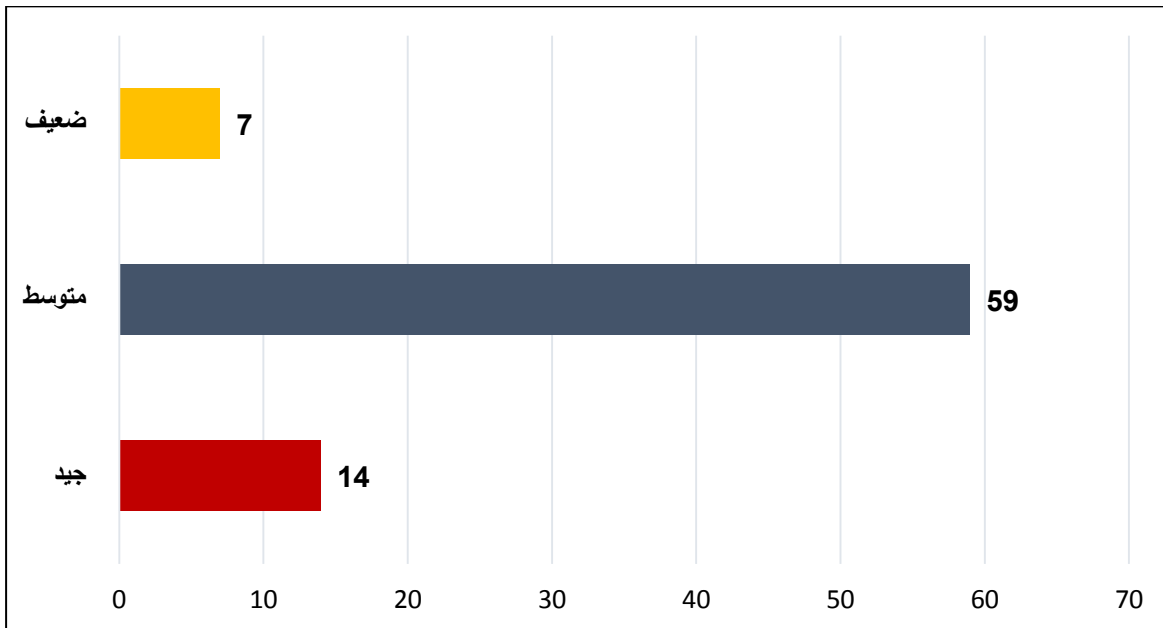
الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

5- خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي

جدول رقم (05): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
المستوى المعيشي	جيد	14	17.5
	متوسط	59	73.8
	ضعيف	07	8.8
	المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS25



الشكل رقم (05): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي

يوضح الجدول (05): أن نسبة 73.8% من العينة مستواهم المعيشي (متوسط) ويعتبرون في المرتبة الأولى، بينما 17.5% من العينة مستواهم (جيد)، وأخيرا بالنسبة للأفراد ذوي مستوى معيشي ضعيف فقد جاؤوا بنسبة 8.8% فقط، وهذا يعني أن أغلب أفراد عينة الدراسة ذوي مستوى معيشي متوسط.

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

المطلب الثاني: تحليل البيانات الخاصة بمحاور الاستبيان

سوف نقوم في هذا المطلب بتحليل نتائج إجابات الاستبيان وذلك لمناقشة أبعاد الدراسة عن طريق حساب تكرارات والنسب لكل فقرة من فقرات الاستبيان.

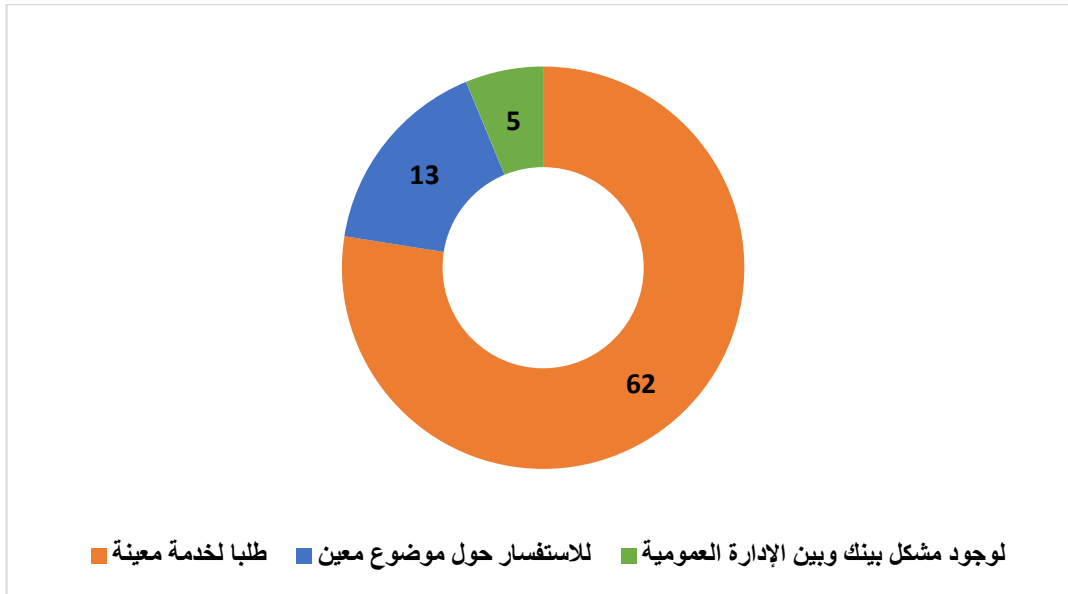
المطلب الأول : تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بأنواع الاتصال الخارجي بولاية اولاد جلال لتحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين.

1-لما تقصد ولاية أولاد جلال؟

جدول رقم (06) :

التكرار والنسبة	طلبا لخدمة معينة	للاستفسار حول موضوع معين	لوجود مشكل بينك وبين الإدارة العمومية	المجموع
التكرار	62	13	05	80
النسبة	%77.5	%16.3	%6.3	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الشكل رقم (06):

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

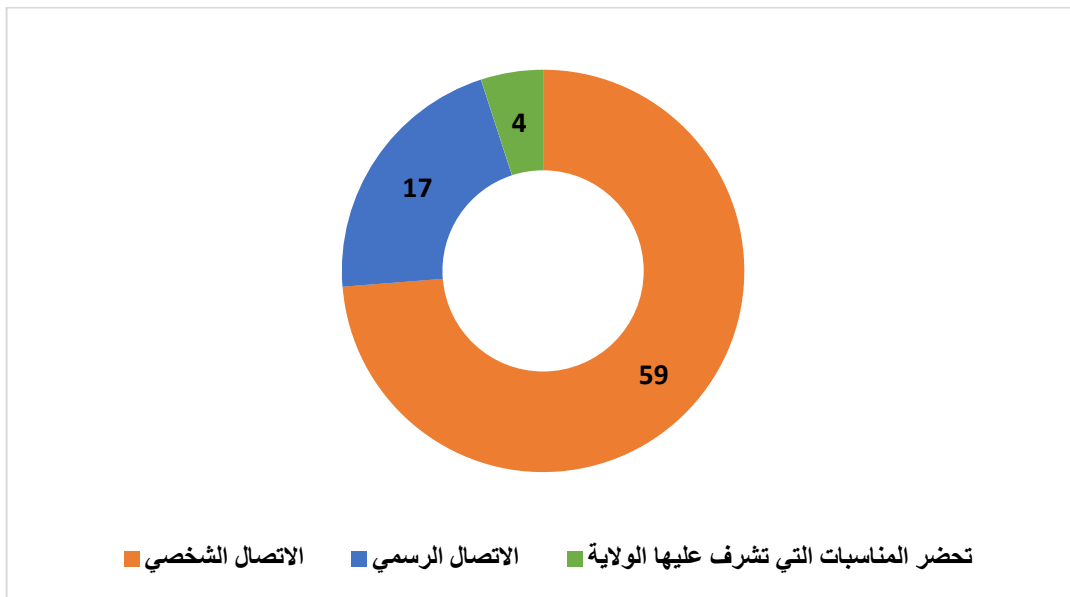
من خلال الجدول السابق نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (لما تقصد ولاية أولاد جلال؟) تمثلت في 77.5% أي بعدد 62 فرد أجابوا بـ "طلبا لخدمة معينة" أما الأفراد الذين أجابوا بـ "للاستفسار حول موضوع معين" فكان عددهم 13 فرد أي ما يمثل نسبة 16.3%، من العينة. وهذا يدل على أن أغلب الأفراد بعينة الدراسة يقصدون الولاية طلبا لخدمة معينة. هذا لأنها مرفق عام ووجدت أساسا لتسهيل الخدمة العمومية.

2- ما هو أسلوب الاتصال الذي يربطك بولاية أولاد جلال؟

الجدول رقم (07):

المجموع	تحضر المناسبات التي تشرف عليها الولاية	الاتصال الرسمي	الاتصال الشخصي	التكرار والنسبة
80	04	17	59	التكرار
100	%05	%21.3	%73.8	النسبة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الشكل رقم (07):

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

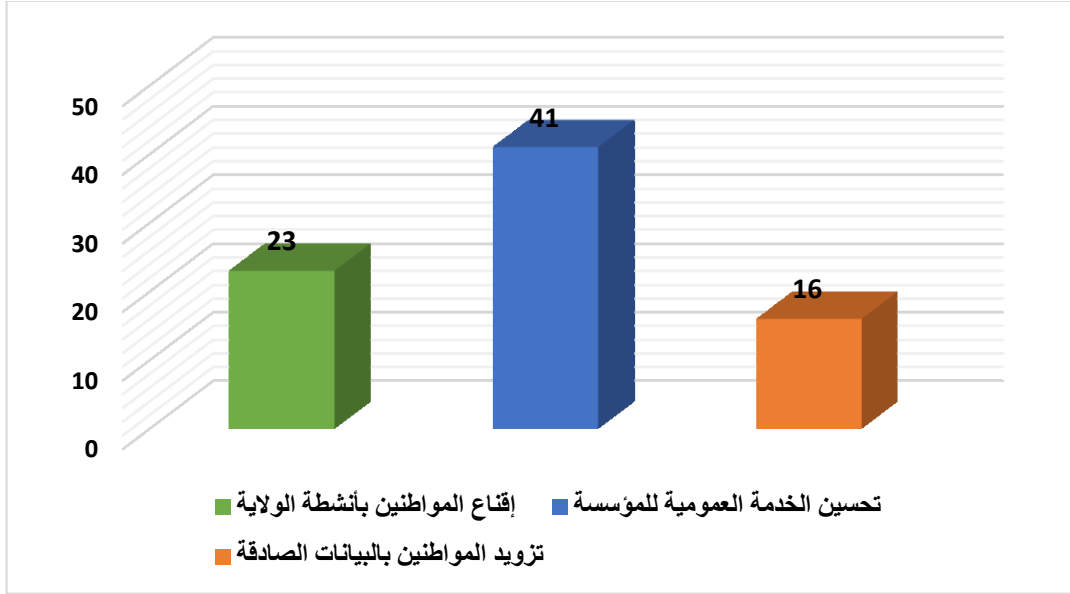
تشير نتائج الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (ما هو أسلوب الاتصال الذي يربطك بولاية أولاد جلال؟) تمثلت في 73.8% أي بعدد 59 فرد أجابوا بـ "الاتصال الشخصي" أما الأفراد الذين أجابوا بـ "الاتصال الرسمي" فكان عددهم 17 فرد أي ما يمثل نسبة 21.3%، من العينة. وأخيرا الأفراد الذين أجابوا "تحضر المناسبات التي تشرف عليها الولاية" بنسبة 05%، وهذا يدل على أن أسلوب الاتصال المستخدم بولاية أولاد جلال هو الاتصال الشخصي.

3- ما هو هدف الاتصال الاجتماعي بالولاية؟

الجدول رقم (08):

المجموع	تزويد المواطنين بالبيانات الصادقة	تحسين الخدمة العمومية للمؤسسة	إقناع المواطنين بأنشطة الولاية	التكرار والنسبة
80	16	41	23	التكرار
100	20%	51.2%	28.7%	النسبة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الشكل رقم (08):

يتضح من الجدول السابق أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (ما هو هدف الاتصال الاجتماعي بالولاية؟) تمثلت في 51.2% أي بعدد 41 فرد أجابوا بـ "تحسين الخدمة العمومية للمؤسسة" تلتها نسبة 28.7% من الأفراد الذي أجابوا بـ "إقناع المواطنين بأنشطة الولاية"، أما الأفراد الذين أجابوا بـ "تزويد المواطنين بالبيانات الصادقة" فكان عددهم 16 فرد أي ما يمثل نسبة 20%، من العينة. وهذا يدل على أن هدف الاتصال الاجتماعي بالولاية هو تحسين الخدمة العمومية للمؤسسة.

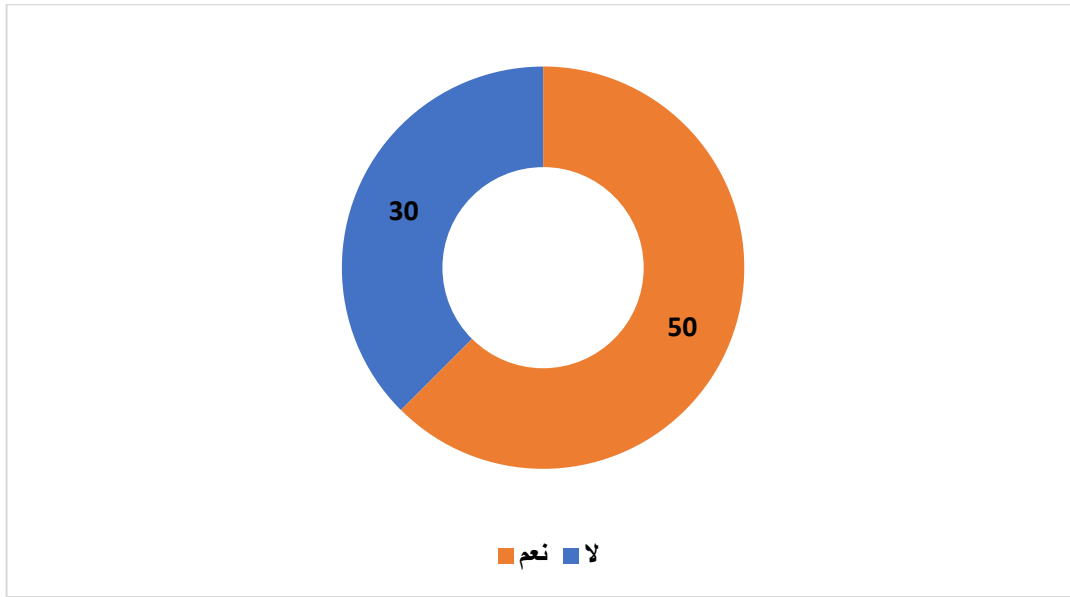
الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

4- هل سبق وحضرت إحدى المناسبات أو التظاهرات التي أحييتها أو أشرفت عليها ولاية أولاد جلال؟

الجدول رقم (09):

التكرار والنسبة	نعم	لا	المجموع
التكرار	50	30	80
النسبة	%62.5	%37.5	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الشكل رقم: (09):

يتضح من الجدول السابق أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (هل سبق وحضرت إحدى المناسبات أو التظاهرات التي أحييتها أو أشرفت عليها ولاية أولاد جلال؟) تمثلت في 62.5% أي بعدد 50 فرد أجابوا بـ "نعم" تليها نسبة 37.5% من الأفراد الذي أجابوا بـ "لا"، من العينة. وهذا يدل أن أكثر من نصف العينة سبق وحضروا

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

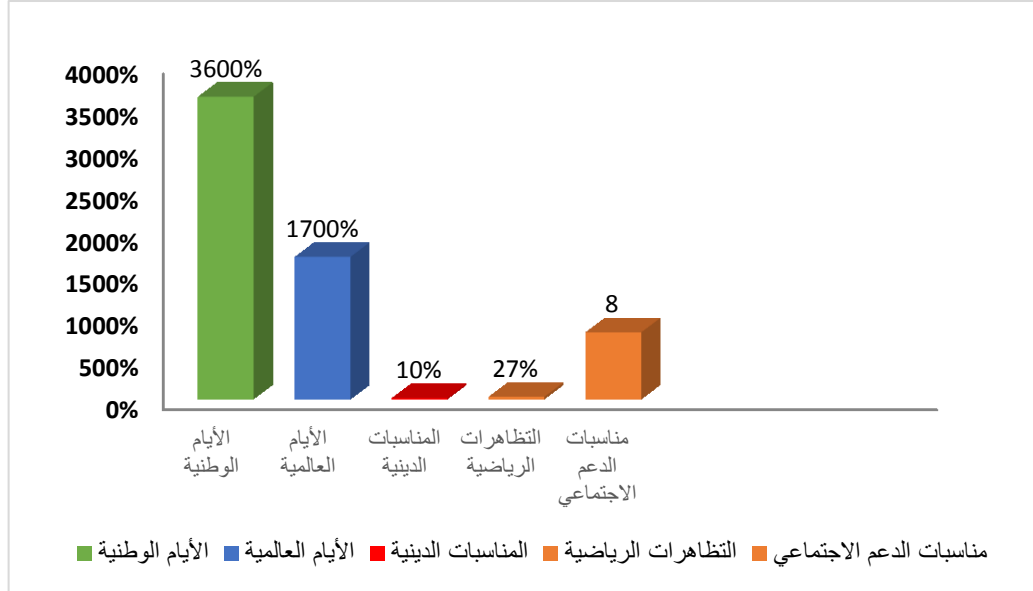
المناسبات أو التظاهرات التي أحييتها أو أشرفت عليها ولاية أولاد جلال. ودليل على أن هذ النوع من محاولة الولاية التواصل بالمجتمع المحلي يلاقي إقبالا.

5- ما كان نوع المناسبة أو التظاهرة التي حضرتها من قبل؟

الجدول رقم (10):

التكرار والنسبة	الأيام الوطنية	الأيام العالمية	المناسبات الدينية	التظاهرات الرياضية	مناسبات الدعم الاجتماعي	المجموع
التكرار	29	14	08	22	07	80
النسبة	36.3%	17.5%	10%	27.5%	8.8%	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الشكل رقم (10):

تشير نتائج الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (ما كان نوع المناسبة أو التظاهرة التي حضرتها من قبل) تمثلت في 36.3% أي بعدد

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

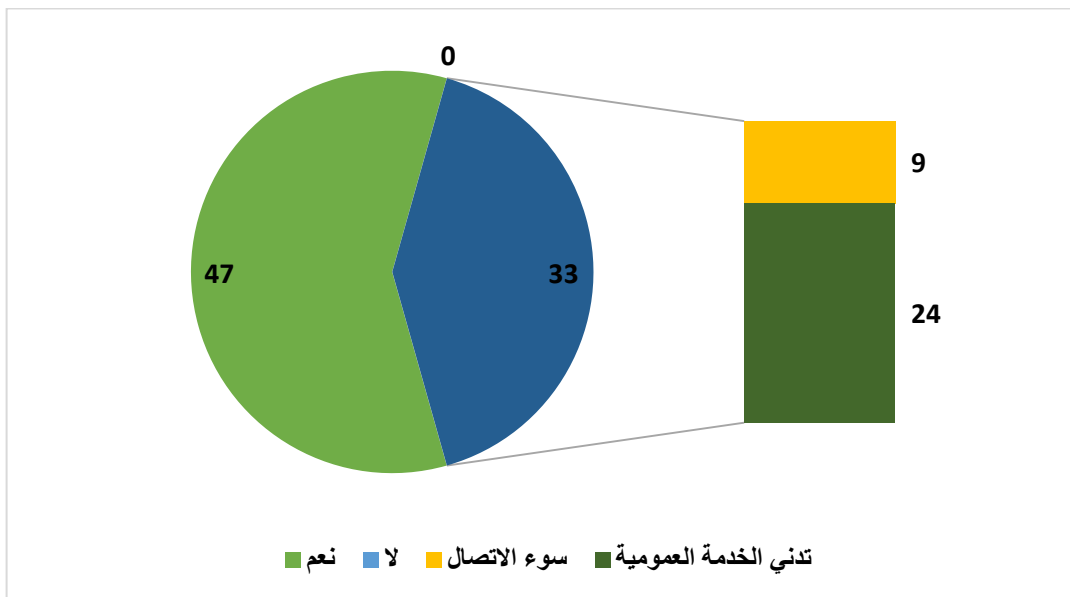
29 فردا أجابوا بـ " الأيام الوطنية"، جاء بعدها الأفراد الذين أجابوا بـ " التظاهرات الرياضية" فكان عددهم 22 أفراد أي ما يمثل نسبة 27.5%، من العينة. ثم وبنسبة 17.5% الأفراد الذين أجابوا بـ "الأيام العالمية" وأخيرا الأفراد الذين اختاروا "مناسبات الدعم الاجتماعي" بنسبة 8.8% والبالغ عددهم 07 أفراد، وهذا يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة حضروا الأيام الوطنية والتظاهرات الرياضية التي أشرفت عليها ولاية أولاد جلال.

6- هل الخدمات التي تقدمها ولاية أولاد جلال للمواطنين كونت لديكم صورة حسنة عنها.

الجدول رقم (11):

المجموع	نعم	لا		التكرار والنسبة
		تدني الخدمة العمومية	سوء الاتصال	
80	47	24	09	التكرار
100	%58.8	%30	%11.3	النسبة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

الجدول (11):

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (هل الخدمات التي تقدمها ولاية أولاد جلال للمواطنين كونت لديكم صورة حسنة عنها) تمثلت في 58.8% أي بعدد 47 مفردة أجابوا بـ "نعم" مقابل 33 مفردة ممن أجابوا بـ "لا" وقد قسمت إجابات الطلبة، بحيث أن 30% من أفراد العينة والبالغ عددهم 24 فردا اختاروا الإجابة "تدني الخدمة العمومية"، تليها نسبة 11.3% أي عدد 09 فرد من اختاروا الإجابة "سوء الاتصال". وهذا يدل على أن أغلب الأفراد عينة الدراسة لديهم صورة حسنة عن الخدمات التي تقدمها ولاية أولاد جلال، أما باقي العينة الذين أجابوا بـ "لا"، فيرون أن الخدمات التي تقدمها الولاية تتسم بتدني الخدمة العمومية.

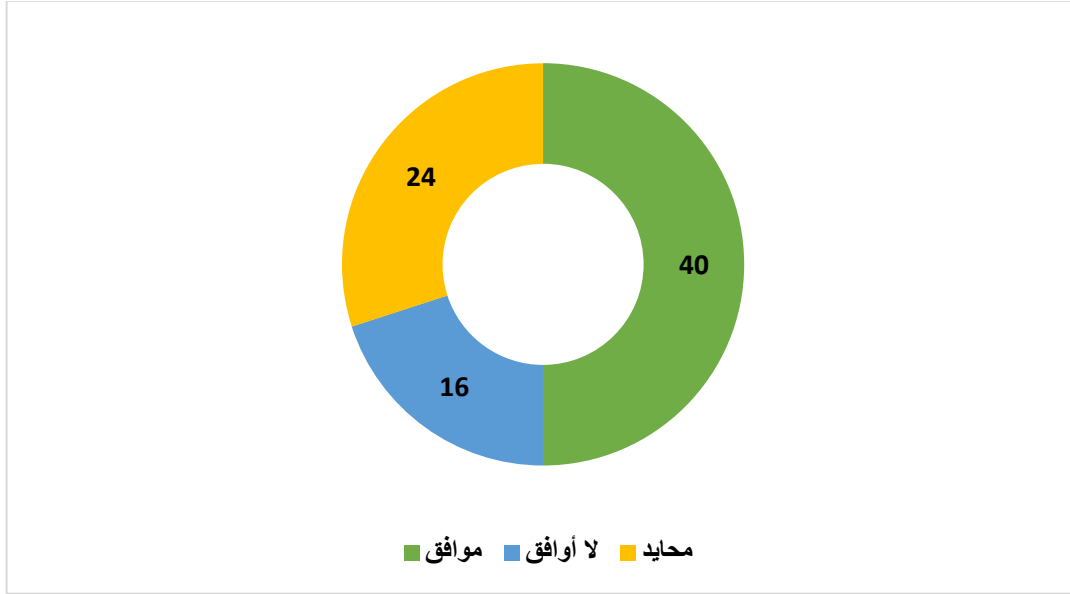
المطلب الثاني: تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بوسائل الاتصال الخارجي المستخدمة من طرف ولاية أولاد جلال في تحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين.

1- وسائل الاتصال الخارجي لولاية أولاد جلال سهلت للمواطنين الاحتكاك أكثر بالولاية

الجدول رقم (12):

التكرار والنسبة	موافق	لا أوافق	محايد	المجموع
التكرار	40	16	24	80
النسبة	50%	20%	30%	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الشكل رقم (12):

يتضح من نتائج الجدول السابق أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (وسائل الاتصال الخارجي لولاية أولاد جلال سهلت للمواطنين الاحتكاك أكثر بالولاية)، تمثلت في 50% أي بعدد 40 فرد أجابوا بـ "موافق"، جاء بعدها الأفراد الذين فضلوا الإجابة بـ "محايد" فكان عددهم 24 فردا أي ما يمثل نسبة 30%، من العينة. ثم ونسبة 20% الأفراد الذين أجابوا بـ "لا أوافق". وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة غير متفقين ما إذا كانت وسائل الاتصال الخارجي لولاية أولاد جلال تسهل للمواطنين الاحتكاك أكثر بالولاية أم لا.

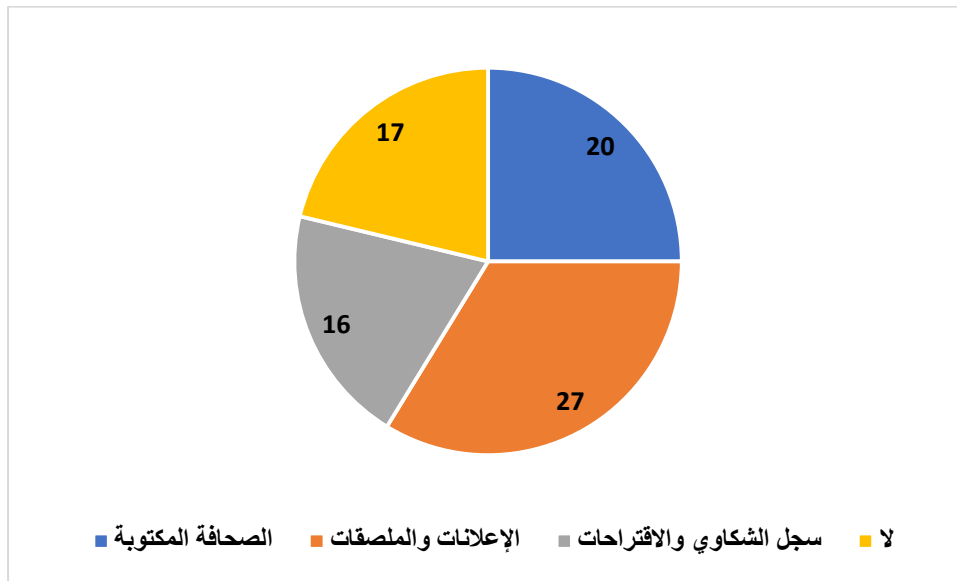
2- هل تستخدم ولاية أولاد جلال الوسائل المكتوبة في نشر معلوماتها واستقبال انشغالات المواطنين؟

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم (13):

المجموع	لا	نعم			التكرار والنسبة
		سجل الشكاوي والاقتراحات	الإعلانات والملصقات	الصحافة المكتوبة	
80	17	16	27	20	التكرار
100	21.2%	20%	33.8%	25%	النسبة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الشكل رقم (13):

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (هل تستخدم ولاية أولاد جلال الوسائل المكتوبة في نشر معلوماتها واستقبال انشغالات المواطنين) تمثلت في 78.8% أي بعدد 63 فرد أجابوا بـ "نعم" مقابل 17 من أجابوا بـ "لا" وقد قسمت اجابات الطلبة، بحيث أن 33.8% من أفراد العينة والبالغ عددهم 27 فرد اختاروا الاجابة "الإعلانات والملصقات"، تليها نسبة 25% أي عدد 20 فرد من اختاروا

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

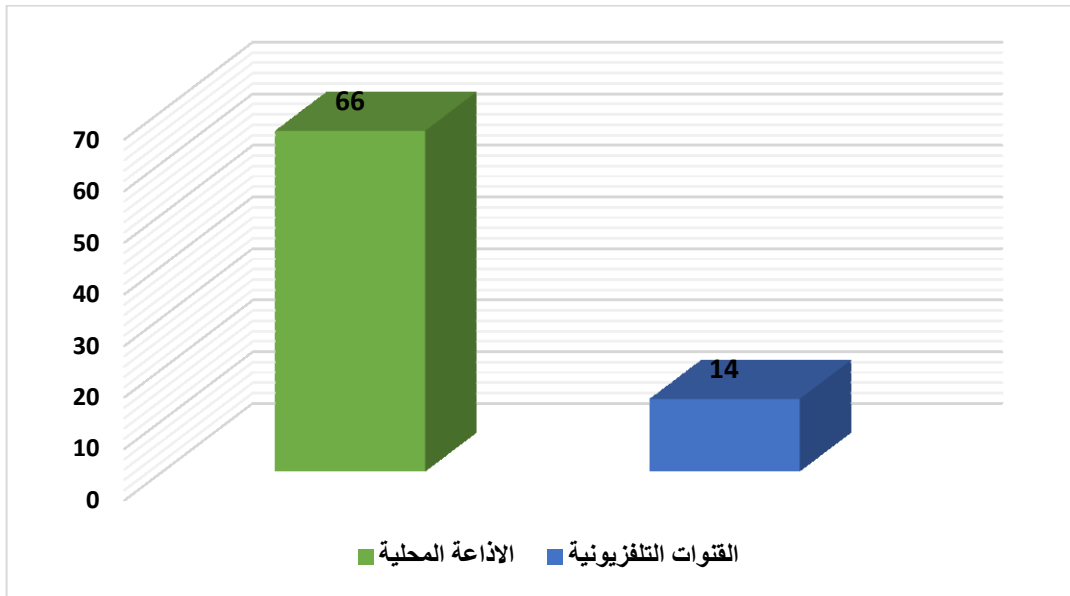
الإجابة "الصحافة المكتوبة" وأخيرا نسبة 20% كانت للأفراد الذين اختاروا الإجابة "سجل الشكاوي والاقتراحات". وهذا يدل على أن من أهم الوسائل المكتوبة التي تستعملها ولاية أولاد جلال في نشر معلوماتها واستقبال انشغالات المواطنين هي الإعلانات والملصقات.

3- ما نوع الوسائل السمعية والبصرية التي تستخدمها ولاية أولاد جلال لتواصلها مع المواطنين؟

الجدول رقم (14):

التكرار والنسبة	الإذاعة المحلية	القنوات التلفزيونية	المجموع
التكرار	66	14	80
النسبة	%82.5	%17.5	%100

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الشكل رقم (14):

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

يتضح من نتائج الجدول السابق أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (ما نوع الوسائل السمعية والبصرية التي تستخدمها ولاية أولاد جلال لتواصلها مع المواطنين)، تمثلت في 82.5% أي بعدد 66 فرد أجابوا بـ "الإذاعة المحلية"، جاء بعدها الأفراد الذين أجابوا بـ "القنوات التلفزيونية" فكان عددهم 14 أفراد أي ما يمثل نسبة 17.5%، من العينة. وهذا يدل على اتفاق أغلب عينة الدراسة على أن ولاية أولاد جلال تستخدم الإذاعة المحلية كالوسيلة السمعية والبصرية للتواصل مع المواطنين. وهذا لأنها مرفق عمومي جوارى فلا بد أن يستغل ويستخدم وسائل الإعلام الجوارية والمتمثلة في هذا الصدد في إذاعة بسكرة الجهوية.

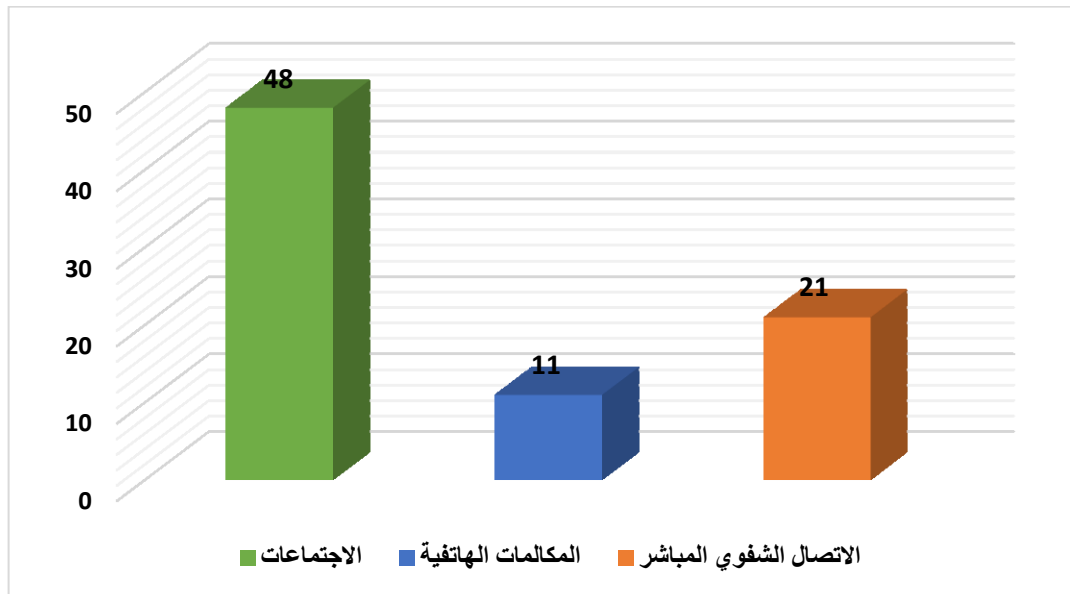
الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

-ماهي الوسائل الشفوية التي تستخدمها ولاية اولاد جلال لتواصلها مع المواطنين؟

الجدول رقم (15):

التكرار والنسبة	الاجتماعات	المكالمات الهاتفية	الاتصال الشفوي المباشر	المجموع
التكرار	48	11	21	80
النسبة	%60	%13.8	%26.3	%100

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الشكل رقم (15):

يتضح من نتائج الجدول السابق أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (ماهي الوسائل الشفوية التي تستخدمها ولاية اولاد جلال لتواصلها مع المواطنين)، تمثلت في 60% أي بعدد 48 فرد أجابوا بـ "الاجتماعات"، جاء بعدها الأفراد الذين أجابوا بـ "الاتصال الشفوي المباشر" فكان عددهم 21 أفراد أي ما يمثل نسبة 26.3%، من العينة. ثم وبنسبة 13.8% الأفراد الذين أجابوا بـ "المكالمات الهاتفية". وهذا يدل على أن الاجتماعات هي أهم وسيلة شفوية تستخدمها ولاية اولاد جلال لتواصلها مع المواطنين.

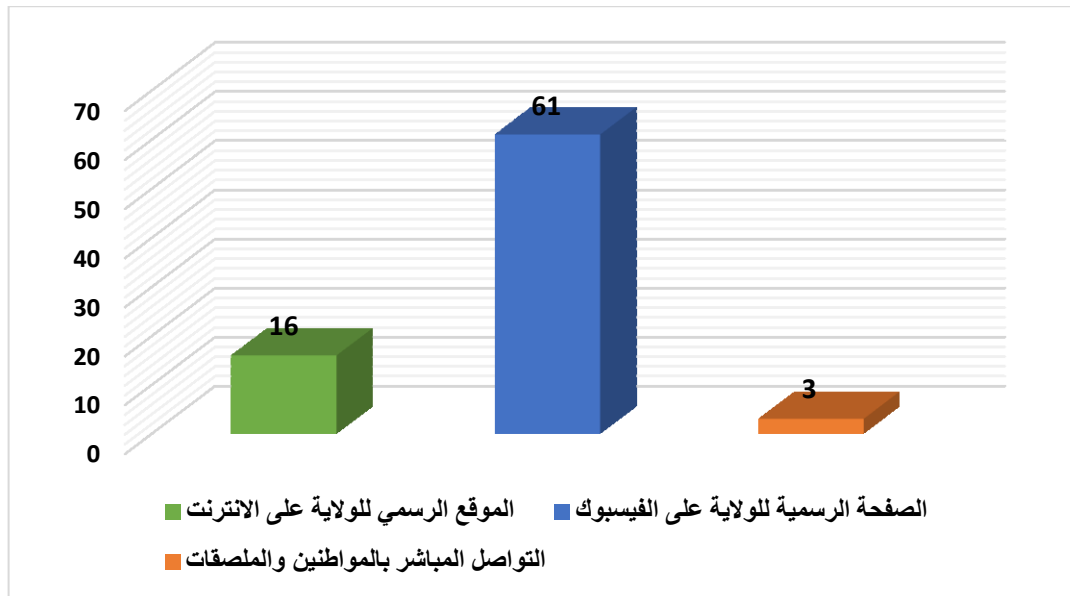
الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

5- حسب رأيك ماهي الوسائل الجديدة التي تتواصل بها الولاية مع المواطنين من أجل تحسين خدماتها العمومية؟

الجدول رقم (16):

التكرار والنسبة	الموقع الرسمي للولاية على الانترنت	الصفحة الرسمية للولاية على الفيسبوك	التواصل المباشر بالمواطنين والملصقات	المجموع
التكرار	16	61	03	80
النسبة	%20	%76.3	%3.7	%100

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الشكل رقم (16):

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (حسب رأيك ماهي الوسائل الجديدة التي تتواصل بها الولاية مع المواطنين من أجل تحسين خدماتها العمومية) تمثلت في 76.3% أي بعدد 61 فرد أجابوا بـ "الصفحة الرسمية للولاية على الفيسبوك"، تليها نسبة 20% أي عدد 16 فردا ممن اختاروا الإجابة "الموقع

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

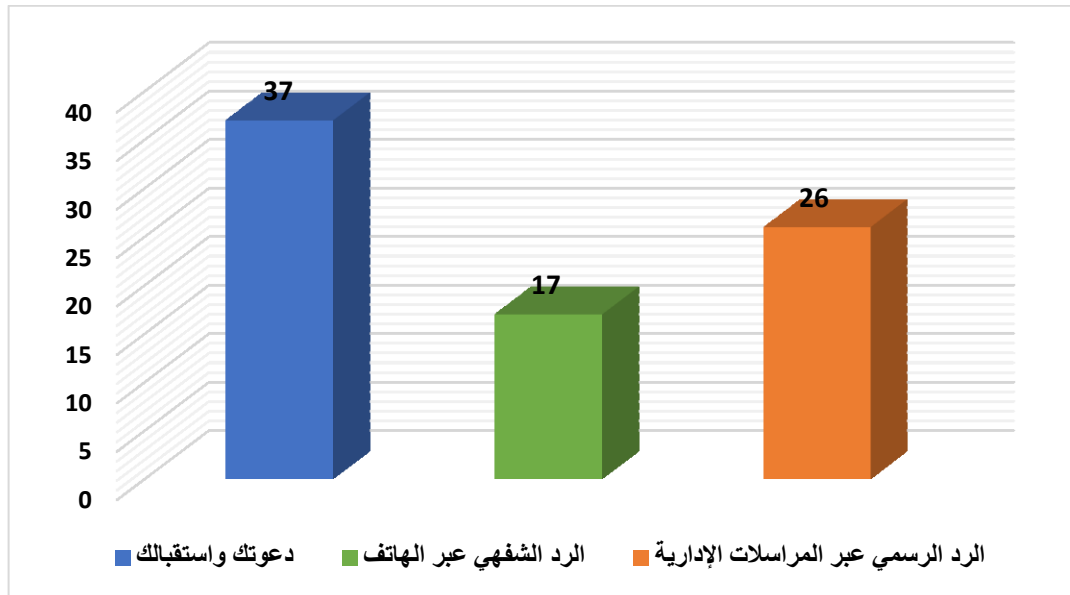
الرسمي للولاية عبر الانترنت" وأخيرا نسبة 3.7% كانت للأفراد الذين اختاروا الإجابة "التواصل المباشر بالمواطنين والملصقات". وهذا يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة يتفقون على أن الصفحة الرسمية للولاية عبر الفيسبوك هي الوسيلة الجديدة التي تتواصل بها الولاية مع المواطنين من أجل تحسين خدماتها العمومية.

6- كيف تتصل بك الولاية في حال الرد على انشغالاتك؟

الجدول رقم (17):

المجموع	الرد الرسمي عبر المراسلات الإدارية	الرد الشفهي عبر الهاتف	دعوتك واستقبالك	التكرار والنسبة
80	26	17	37	التكرار
%100	%32.5	%21.3	%46.3	النسبة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الشكل رقم (17):

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (كيف تتصل بك الولاية في حال الرد على انشغالاتك) تمثلت في 46.3% أي بعدد 37 فردا أجابوا بـ "دعوتك واستقبالك"، تليها نسبة 32.5% أي عدد 26 أفراد من اختاروا الإجابة "الرد الرسمي عبر المراسلات الإدارية" وأخيرا نسبة 21.3% كانت للأفراد الذين اختاروا الإجابة "الرد الشفهي عبر الهاتف". وهذا يدل على أن الوسائل التي ترد بها الولاية على انشغالات المواطنين تختلف ما يدل على استعمالها لعدة وسائل. كما أن الولاية تميل إلى الاحتكاك المباشر بالمواطنين وتقريبهم من خدماتها قصد الاستجابة لانشغالاتهم وطمأنتهم.

المطلب الثالث: تحليل وتفسير نتائج المتعلقة بمعوقات الاتصال الخارجي لولاية اولاد جلال في تحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين.

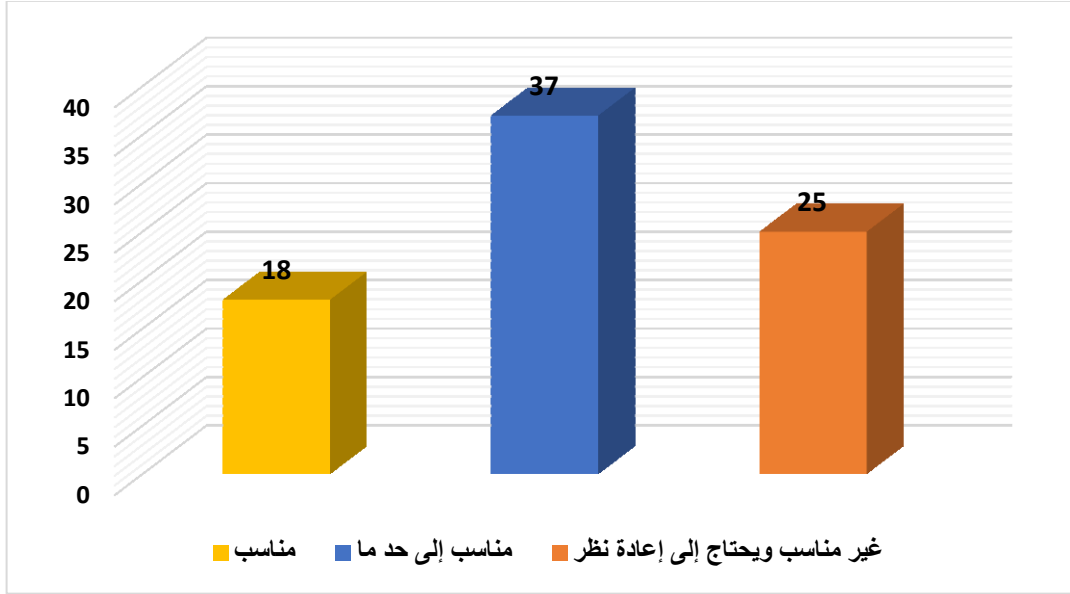
1- هل ترى بأن أسلوب التواصل الذي تتبعه ولاية أولاد جلال مع المواطنين من أجل تحسين الخدمة العمومية؟

الجدول رقم (18):

التكرار والنسبة	مناسب	مناسب إلى حد ما	غير مناسب ويحتاج إلى إعادة نظر	المجموع
التكرار	18	37	25	80
النسبة	22.5%	46.3%	31.3%	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (18):

يتضح من نتائج الجدول السابق أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (هل ترى بأن أسلوب الاتصال الذي تتبعه ولاية أولاد جلال مع المواطنين من أجل تحسين الخدمة العمومية)، تمثلت في 46.3% أي بعدد 37 فرد أجابوا بـ "مناسب إلى حد ما"، جاء بعدها الأفراد الذين أجابوا بـ "غير مناسب ويحتاج إلى إعادة النظر" فكان عددهم 25 أفراد أي ما يمثل نسبة 31.3%، من العينة، وأخيرا نسبة 22.5% للأفراد الذين اختاروا "مناسب" وهذا يدل على أن أكثر من نصف أفراد عينة البحث متفقين على أن الأسلوب الذي تتبعه ولاية أولاد جلال مع المواطنين لأجل تحسين الخدمة العمومية مناسب أو مناسب إلى حد ما.

2- هل الوسائل التي تستخدمها ولاية أولاد جلال في التواصل مع المواطنين لتحسين الخدمة العمومية؟

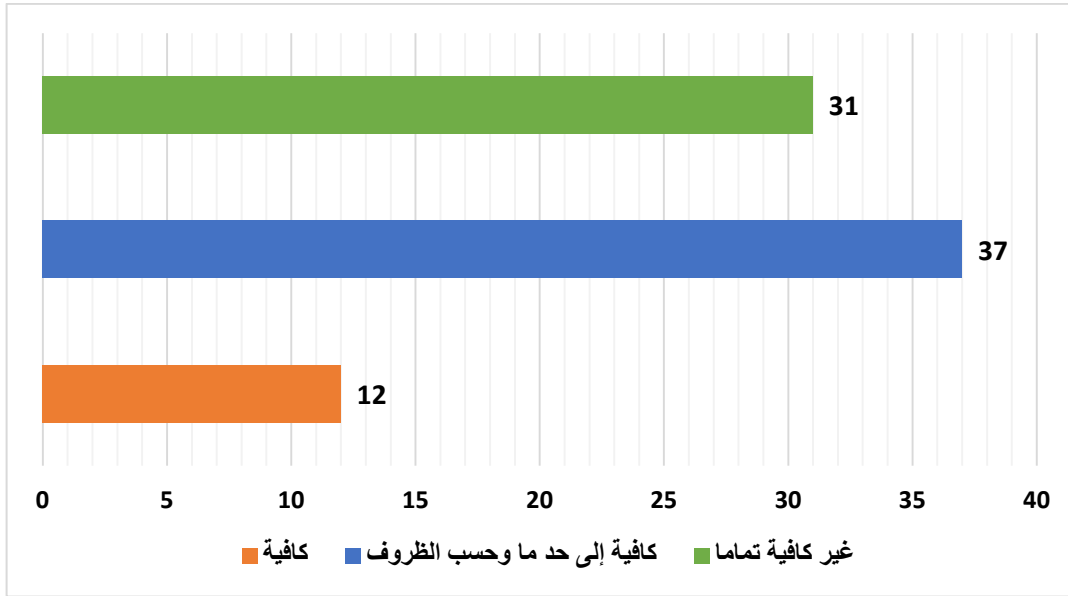
الجدول رقم (19):

التكرار والنسبة	كافية	كافية إلى حد ما وحسب الظروف	غير كافية تماما	المجموع

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

80	31	37	12	التكرار
%100	%38.8	%46.3	%15	النسبة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الشكل رقم (19):

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (هل الوسائل التي تستخدمها ولاية أولا جلال في التواصل مع المواطنين لتحسين الخدمة العمومية) تمثلت في 46.3% أي بعدد 37 فرد أجابوا بـ "كافية إلى حد ما وحسب الظروف"، تليها نسبة 38.8% أي عدد 31 فرد من اختاروا الإجابة "غير كافية تماما" وأخيرا نسبة 15% كانت للأفراد الذين اختاروا الإجابة "كافية". ومن هنا نجد أن أكثر من نصف العينة يتفقون على أن الوسائل التي تستخدمها ولاية أولاد جلال في التواصل مع المواطنين لتحسين الخدمة العمومية إما كافية أو كافية إلى حد ما وحسب الظروف.

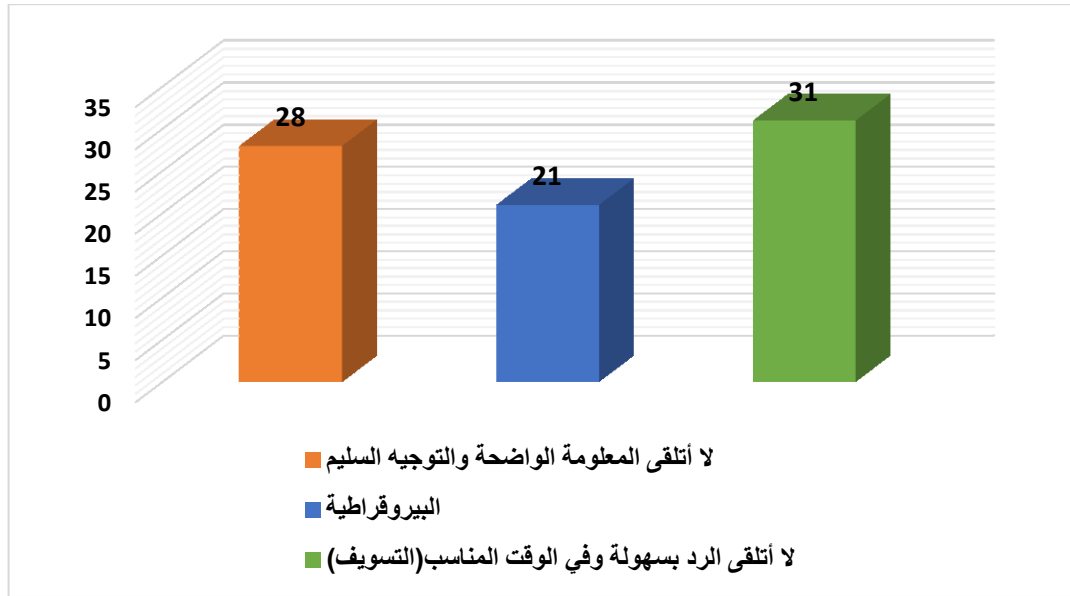
الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

3- ما الذي يواجهك عند محاولة تواصلك بالولاية من أجل الإجابة على انشغالاتك أو حل مشاكلك كمواطن؟

الجدول رقم (20):

المجموع	لا أتلقى الرد بسهولة وفي الوقت المناسب (التسويق)	البيروقراطية	لا أتلقى المعلومة الواضحة والتوجيه السليم	التكرار والنسبة
80	31	21	28	التكرار
%100	%38.8	%26.3	%35	النسبة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الشكل رقم (20):

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (ما الذي يواجهك عند محاولة تواصلك بالولاية من أجل اجابة على انشغالاتك أو حل مشاكلك كمواطن؟) تمثلت في 38.8% أي بعدد 31 فرد أجابوا بـ "لا أتلقى الرد بسهولة وفي الوقت المناسب (التسويق)"، تليها نسبة 35% أي عدد 28 فردا من اختاروا الإجابة بـ "لا

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

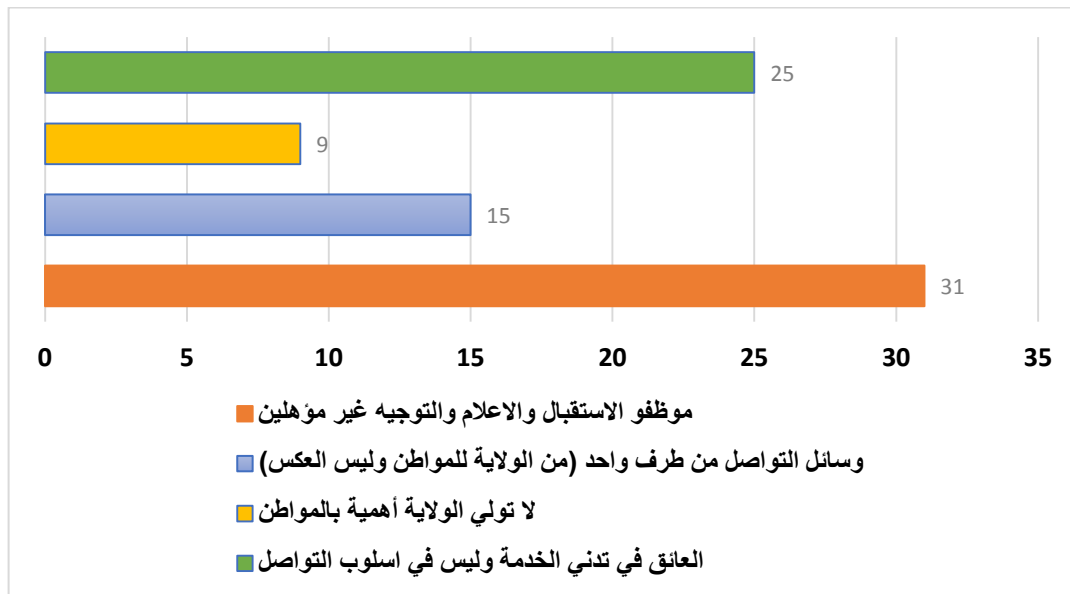
أُتلقى المعلومة الواضحة والتوجيه السليم"، وأخيرا نسبة 26.3% كانت للأفراد الذين اختاروا الإجابة "البيروقراطية". وهذا يدل على أن المواطن تواجهه عوائق مختلفة عند محاولته التواصل بالولاية لحل مشاكله تتمثل في عدم رد وتلقي معلومات واضحة، وكذا في البيروقراطية.

4- ماهي العوائق التي تواجهك في التواصل مع مصالح ولاية أولاد جلال طلبا للخدمة العمومية؟

الجدول رقم (21):

التكرار والنسبة	موظفو الاستقبال والاعلام والتوجيه غير مؤهلين	وسائل التواصل من طرف واحد (من الولاية للمواطن وليس العكس)	لا تولي الولاية أهمية بالمواطن	العائق في تدني الخدمة وليس في أسلوب التواصل	المجموع
التكرار	31	15	09	25	80
النسبة	%38.8	%18.8	%11.3	%31.3	%100

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25



الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

الشكل رقم (21):

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (ماهي العوائق التي تواجهك في التواصل مع مصالح ولاية أولاد جلال طلبا للخدمة العمومية؟) تمثلت في 38.8% أي بعدد 31 فرد أجابوا بـ "موظفو الاستقبال والاعلام والتوجيه غير مؤهلين"، تليها نسبة 31.3% أي عدد 25 فرد من فضلوا الإجابة "العائق في تدني الخدمة وليس في اسلوب التواصل"، كما نجد الأفراد الذين اختاروا الإجابة "وسائل التواصل من طرف واحد" بنسبة 18.8% وأخيرا وبنسبة 11.3% كانت للأفراد الذين اختاروا "لا تولي الولاية أهمية بالمواطن". وهذا يدل على أن مواطني ولاية أولاد جلال يواجهون عدة مشاكل في التواصل مع مصالح ولاية طلبا للخدمة العمومية وتكمن أهمها في أن موظفي الاستقبال والاعلام والتوجيه غير مؤهلين، كما يواجهون عائق تدني الخدمة.

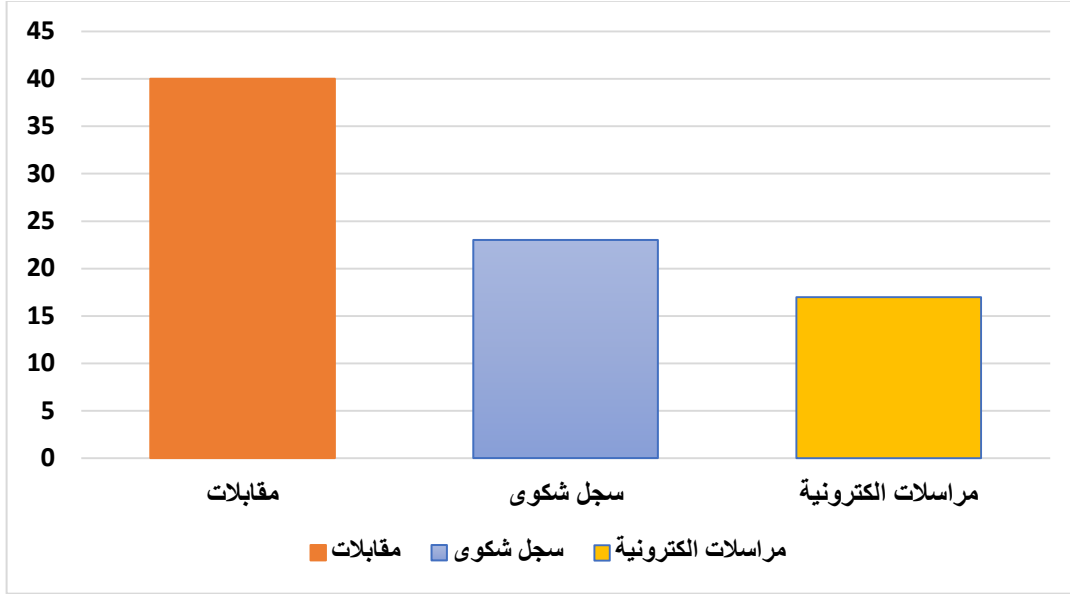
5-ماهي أفضل الأساليب التي تلجأ إليها المؤسسة لحل مشكل تحسين الخدمة العمومية لولاية أولاد جلال من وجهة نظر المواطنين؟

الجدول رقم (22):

التكرار والنسبة	مقابلات	سجل شكوى	مراسلات الكترونية	المجموع
التكرار	40	23	17	80
النسبة	50%	28.7%	21.3%	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (22):

تشير نتائج الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 50 فردا حول العبارة (ماهي أفضل الأساليب التي تلجأ إليها المؤسسة لحل مشكل تحسين الخدمة العمومية لولاية أولاد جلال من وجهة نظر المواطنين؟)، تمثلت في 50% أي بعدد 40 فرد أجابوا بـ "مقابلات"، تليها الأفراد الذين اختاروا الإجابة "سجل شكوى" بنسبة 28.7% بالمقابل وبنسبة 21.3% تتمثل في الأفراد الذين أجابوا "مراسلات الكترونية"، وهذا يدل على أن أغلب أفراد عينة البحث يختارون أسلوب المقابلات كأحسن حل لمشكل تحسين الخدمة العمومية لولاية أولاد جلال. وربما لأن المواطنين لا يقتنعون بحل مشاكلهم إلا بأسلوب الاتصال الشخصي عبر المقابلات التي تضمن حسبهم فعالية حل المشكلة.

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

المطلب الثالث: تحليل وتفسير نتائج الدراسة حسب المتغيرات (السن، الجنس، المستوى التعليمي، المستوى المعيشي، مكان الإقامة)

المطلب الأول: تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بأنواع الاتصال الخارجي بولاية أولاد جلال لتحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين حسب المتغيرات.

- هل الخدمات التي تقدمها ولاية أولاد جلال للمواطنين كانت لديك صورة حسنة عنها.

الجدول رقم (23):

هل الخدمات التي تقدمها ولاية أولاد جلال للمواطنين كانت لديك صورة حسنة عنها								الإجابة	
المجموع		تدني الخدمة		سوء الاتصال		نعم		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
100	55	30,90	17	12,72	07	56,36	31	نكر	الجنس
100	25	28	07	8	02	64	16	أنثى	
100	80	30	24	11.2	09	58.8	47	المجموع	
100	55	29,09	16	12,72	07	58,18	32	18-28	السن
100	16	37,5	06	12,5	02	50	08	29-38	
100	06	16,66	01	0	00	83,33	05	39-48	
100	03	33,33	01	0	00	66,66	02	49 فما فوق	
100	80	30	24	11.2	09	58.8	47	المجموع	
100	03	33,33	01	0	00	66,66	02	متوسط	المستوى التعليمي
100	29	20,68	06	10,34	03	68,96	20	ثانوي	
100	48	35,41	17	12,5	06	52,08	25	جامعي	
100	80	30	24	11.2	09	58.8	47	المجموع	
100	58	34,48	20	10,34	06	55,17	32	مقر الولاية	مكان الإقامة
100	08	12,5	01	25	02	62,5	05	الدائرة	
100	14	21,42	03	14,28	02	64,28	09	البلدية	
100	80	30	24	11.2	09	58.8	47	المجموع	
100	14	28,57	04	21,42	03	50	07	جيد	المستوى المعيشي
100	59	32,20	19	8,47	05	59,32	35	متوسط	
100	07	14,28	01	14,28	01	71,42	05	ضعيف	
100	80	30	24	11.2	09	58.8	47	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

يتبين من بيانات الجدول السابق، فيما يخص إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (هل الخدمات التي تقدمها ولاية أولاد جلال للمواطنين كونت لديكم صورة حسنة عنها؟) فإن نسبة 58.8% منهم اختاروا الإجابة (نعم)، بينما قسمت إجابات الأفراد الذين اختاروا "لا" بين 30% لمن أجابوا "بسبب تدني الخدمة العمومية" ونسبة 11.2% اختاروا "سوء الاتصال".

نلاحظ من خلال النتائج ان هناك إختلاف بين الجنسين في ما يخص الخدمات التي تقدمها ولاية أولاد جلال حيث بلغت النسبة عند الإناث ب64%، أما الذكور قدرت ب56,36% بحيث أجابوا بنعم حول الخدمات التي تقدمها ولاية أولاد جلال للمواطنين وأنها كونت صورة حسنة لديهم.

ويمكن استفسار ذلك في أن الخدمات التي تقدمها ولاية أولاد جلال للمواطنين كونت لديهم صورة حسنة عنها بحيث أنها تقدم للمواطنين كل الاحتياجات الخاصة بهم والتي تقضي مصالحهم على أكمل وجه لكونها مرفق عمومي يقوم بخدمة المواطنين.

ويوضح الجدول أعلاه الذي يتعلق بمتغير السن أن يوجد اختلاف لدى أصحاب العينة حيث أن نسبة 83,33% من الفئة بين (48-39 سنة) الذين أقرروا بأن الخدمات التي تقدمها ولاية أولاد جلال كونت صورة حسنة لديهم وتليها نسب 37,5% من الفئة الأولى من (من 29 إلى 38) الذين أجابوا بأن هناك تدني في الخدمة المقدمة من الولاية، في حين نجد تماثل بين أصحاب الفئتين من (من 39 إلى 48) بنسبة 0% وفئة (من 49 فما فوق) بنسبة 0% الذين أجابوا أن هناك سوء فالالاتصال في تقديم الخدمة.

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

أما فيما يخص متغير المستوى التعليمي يتضح أن هناك تقارب بين النسب وذلك بنسبة 68,96% للمستوى الثانوي و 66,66 للمستوى متوسط، أما بالنسبة للمستوى الجامعي فقدرت اجاباتهم بنسبة 52,08%.

ومنه نستنتج أنه كلما زاد المستوى التعليمي كلما زاد استيعابهم للخدمات المقدمة إليهم وتمييزهم للصحيح.

أما بالنسبة لمكان الإقامة فكان هناك تقارب بين النسب وبين البلدية والتي قدرت ب64,28% والدائرة بنسبة 62,5%، في حين بلغت نسبة مقر الولاية ب34,48% والذين أجابوا بتدني الخدمة وان الولاية لا تقوم بتحسين خدماتها العمومية.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن نسب المتغير المستوى المعيشي أن فئة (ضعيف) جاءت بأعلى قيمة أي بنسبة 71,42% من العينة، ثم تليها فئة (متوسط) بنسبة 59,32% وأخيرا فئة (جيد) بنسبة 50% الذين أجابوا (بنعم)، أما فيما يخص الإجابات عن "سوء الاتصال" فنجد فئة (جيد) تحتل المرتبة الاولى بنسبة 21,42% ثم تليها فئة (ضعيف) بنسبة 14,28% وأخيرا فئة (متوسط) بنسبة (8,47%)، في حين نجد الإجابات عن تدني الخدمة تحتل فئة (متوسط) المرتبة الأولى بنسبة 32,20%، ثم تليها فئة (جيد) بنسبة 28,57% وأخيرا فئة (ضعيف) بنسبة 14,28%

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

المطلب الثاني : تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بوسائل الاتصال الخارجي المستخدمة من طرف ولاية اولاد جلال في تحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين حسب المتغيرات.

-كيف تتصل بك الولاية في حال الرد على انشغالاتك؟

كيف تتصل بك الولاية في حال الرد على انشغالاتك؟								الإجابة	
المجموع		المراسلات الإدارية		عبر الهاتف		دعوتك واستقبالك		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
100	55	34,54	19	16,36	09	49,09	27	ذكر	الجنس
100	25	28	07	32	08	40	10	أنثى	
100	80	32,5	26	21,3	17	46,3	37	المجموع	
100	55	30,90	17	25,45	14	43,63	24	18-28	السن
100	16	37,5	06	18,75	03	43,75	07	29-38	
100	06	33,33	02	00	00	66,66	04	39-48	
100	03	33,33	01	00	00	66,66	02	49 فما فوق	
100	80	32,5	26	21,3	17	46,3	37	المجموع	
100	03	66,66	02	00	00	33,33	01	متوسط	المستوى التعليمي
100	29	20,68	06	17,24	05	62,06	18	ثانوي	
100	48	37,5	18	18,75	12	37,5	18	جامعي	
100	80	32,5	26	21,25	17	46,25	37	المجموع	
100	58	27,58	16	20,68	12	51,72	30	مقر الولاية	مكان الإقامة
100	08	25	02	25	02	50	04	الدائرة	
100	14	57,14	08	21,42	03	21,42	03	البلدية	
100	80	32,5	26	21,3	17	46,3	37	المجموع	
100	14	35,7	05	21,42	03	35,71	05	جيد	المستوى المعيشي
100	59	35,59	21	22,03	13	42,37	25	متوسط	
100	07	00	00	00	00	100	07	ضعيف	
100	80	32,5	26	21,3	17	46,3	37	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

يتبين من بيانات الجدول السابق، أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول العبارة (كيف تتصل بك الولاية في حال الرد على انشغالاتك؟) أن نسبة 46.3% من مفردات عينة الدراسة اختاروا الإجابة (دعوتك واستقبالك)، يليها الأفراد الذين فضلوا الإجابة (الرد الرسمي عبر المراسلات الإدارية) بنسبة 32.5% من عينة الدراسة، وأخيرا الأفراد الذين اختاروا "عبر الهاتف" بنسبة 21.3%.

يشير هذا الجدول إلى مجموعة معطيات التي تظهر إجابات عينة حول كيفية رد الولاية على انشغالات المواطنين حيث أظهرت النتائج المتوصل إليها وحسب ما ادل به عينة الدراسة أن وجود تقارب في النسب من الجنسين موزعة على نسبة 49,09% من الذكور و 40% من الإناث الذين أجابوا ب"دعوتك و إستقبالك"، في حين كانت نسبة 32% بالنسبة للإناث من خلال اجاباتهم على فئة "مكالمات هاتفية" على عكس الذكور الذي قدرت نسبتها ب16,36% في حين كانت الاجابة على "مرسلات إدارية" نسبة الذكور ب"34,54% أما الإناث فكانت ب 28%.

كما يشير الجدول إلى أن هناك تشابه بين فئات العمرية من (39 إلى 48) و من (49 فما فوق) في اجاباتهم حول "دعوتك واستقبالك" بنسبة 66,66% ، وكذلك بالنسبة للإجابة على المراسلات الادارية بنسبة 33,33% في كلا الفئتين، في حين تمثل نسبة 00% للإجابة عن عبر الهاتف. كما يوجد تقارب في الاجابات حول "دعوتك واستقبالك" وكذلك تشابه ما بين فئة (18 إلى 29) بنسبة 43,63% و (29 إلى 38) بنسبة 43,75%، كما يوجد تقارب في النسب بين نفس الفئات في الإجابة عن "المراسلات الإدارية" أما بالنسبة للإجابة عبر الهاتف فكانت بنسبة 25,45% للفئة من (18 إلى 29) أما الفئة من (29 إلى 38) فقدت ب 18,75%.

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

أما بخصوص المستوى التعليمي لعينة الدراسة تفر فئة ذات (مستوى متوسط) بنسبة 66,66% بأن الولاية ترد على انشغالاتها عن طريق "المراسلات الإدارية"، ونسبة 62,06% من فئة (مستوى ثانوي) والتي تفر أنها تتلقى رد على انشغالاتها "دعوتك واستقبالك"، وأخيرا نسبة من أقرروا أن يتم الرد على انشغالاتهم "عبر الهاتف" وذلك بنسبة 18,75% في فئة (المستوى متوسط). نفسر هذا التباين بين المستويات أن المواطنين يفضلون الوسائل الحديثة وذلك لريح الوقت وسرعة في تلقي المعلومات.

مكان الإقامة أيضا كان متغير مهم في الرد على انشغالات المواطنين، حيث تقاربت نسب بين فئات ما بين (مقر الولاية) بنسبة 51,72% و (الدائرة) بنسبة 50% وأخيرا فئة (البلدية) 21,42% بنسبة كانت إجابتهم "دعوتك واستقبالك".

وكذلك الحال بالنسبة لمتغير المستوى المعيشي، حيث نجد نسبة 100% من الفئة (ضعيف) يفضلون الرد عن انشغالاتهم عن طريق "دعوتك واستقبالك"، في حين هناك تقارب بين فئة (متوسط) بنسبة 35,59% وبين فئة (جيد) بنسبة 35,7% يفضلون الرد على انشغالاتهم بالمراسلات الإدارية. أما الاجابة الذين يفضلون الرد عبر الهاتف فكانت نسبهم متقاربة بين فئة (جيد) بنسبة 21,42% وفئة (متوسط) بنسبة 22,03%. ومن هذا نفسر أن معظم المواطنين يفضلون الرد عن طريق الاتصال الشخصي وهذا راجع لوجود لعراقيل في الوسائل الأخرى.

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

المطلب الثالث: تحليل وتفسير نتائج المتعلقة بمعوقات الاتصال الخارجي لولاية اولاد جلال في تحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين حسب المتغيرات.

-هل ترى بأن أسلوب التواصل الذي تتبعه ولاية اولاد جلال مع المواطنين من لأجل تحسين الخدمة العمومية؟
الجدول رقم (26):

الإجابة								المتغيرات	
المجموع		غير مناسب		مناسب إلى حد ما		مناسب			
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
100	55	36,36	20	45,45	25	18,18	10	ذكر	الجنس
100	25	20	05	48	12	32	08	أنثى	
100	80	31.3	25	46.3	37	22.5	18	المجموع	
100	55	29,09	16	45,45	25	25,45	14	18-28	السن
100	16	37,5	06	50	08	12.5	02	29-38	
100	06	33,33	02	33,33	02	33,33	02	39-48	
100	3	33,33	01	66,66	02	00	00	49 فما فوق	
100	80	31.3	25	46.3	37	22.5	18	المجموع	
100	3	33,33	01	66,66	02	00	00	متوسط	المستوى التعليمي
100	29	27,58	08	41,37	12	31,03	09	ثانوي	
100	48	33,33	16	47,91	23	18,75	09	جامعي	
100	80	31.3	25	46.3	37	22.5	18	المجموع	
100	58	32,75	19	43,10	25	24,13	14	مقر الولاية	مكان الإقامة
100	08	12,5	01	62,5	05	25	02	الدائرة	
100	14	35,71	05	50	07	14,28	02	البلدية	
100	80	31.3	25	46.3	37	22.5	18	المجموع	
100	14	35,71	05	35,71	05	28,57	04	جيد	المستوى المعيشي
100	59	30,50	18	50,84	30	18.64	11	متوسط	
100	07	28,57	02	28,57	02	42,85	03	ضعيف	
100	80	31.3	25	46.3	37	22.5	18	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

يتبين من بيانات الجدول السابق، أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 80 فردا حول السؤال (هل ترى بأن أسلوب التواصل الذي تتبعه ولاية أولاد جلال مع المواطنين من لأجل تحسين الخدمة العمومية؟) بحيث أن نسبة 46.3% من عينة المبحوثين اختاروا الإجابة (مناسب إلى حد ما)، يليها الأفراد الذين فضلوا الإجابة (غير مناسب ويحتاج إلى إعادة النظر) بنسبة 31.3% من عينة الدراسة، وأخيرا الأفراد الذين اختاروا "مناسب" بنسبة 22.5%.

من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح لنا رأي المواطنين في أسلوب التواصل الذي تتبعه ولاية أولاد جلال مع المواطنين من لأجل تحسين الخدمة العمومية، مع بطها بمتغيرات الدراسة بداية بمتغير الجنس الذي كانت نسبة إجاباته قد قدرت ب 32% بالنسبة لفئة الإناث، أما بالنسبة للذكور فقدرت ب 18,18% الذين أجابوا بأنه أسلوب "مناسب"، كما نلاحظ تقارب في النسب في الاجابة عن "مناسب لحد ما" بنسبة 48% لفئة الإناث و 45,45% لفئة الذكور، في حين ترى فئة الذكور أنه أسلوب غير مناسب وذلك بنسبة 36,36% .

كما يشير الجدول إلى فئة المحصورة بين (49 فما فوق) ترى أن أسلوب التواصل غير مناسب تماما وذلك بنسبة 00%، في حين نجد الفئة المحصورة ما بين (29 إلى 38) ترى بأنه أسلوب مناسب إلى حد ما وذلك بنسبة 50% . في حين نجد النسب متساوية في الفئة من (39 إلى 48) وذلك بنسبة 33,33%، أما فئة من (18 إلى 29) فترى أنه مناسب إلى حد بنسبة 45,45%. من خلال هذا يتبين لنا ان الآراء متباينة حسب كل فئة وهما راجع إلى الخدمات التي تقدمها الولاية لمواطنيها وكيفية إرضاءهم بها.

أما بخصوص المستوى التعليمي للعينة تنفي فئة (متوسط) على أن الأسلوب الذي تتبعه الولاية "مناسب" وذلك بنسبة 0%، في حين يوجد تقارب بين النسب بين فئة (جامعي) ب 47,91% وفئة (ثانوي) بنسبة 41,37%، هناك تشابه بين النسب بين فئة (متوسط) و فئة (جامعي) بنسبة 33,33% يقرون ان الأسلوب الذي تتبعه الولاية "غير

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

مناسب" من خلال هذا نفسر أن أغلب المواطنين غير راضيين عن الخدمات التي تقدمها الولاية لهم وهذا راجع لكثير من العوائق سواء التقنية او الادارية.

أما بخصوص مكان الإقامة فنقر فئة(الدائرة) بنسبة 25% على أن أسلوب التواصل الذي تتبعه الولاية مناسب، في حين ترى فئة(البلدية) أنه أسلوب مناسب لحد ما بنسبة 50%، يوجد تقارب في النسب بين فئة (البلدية) ب 35,71% وفئة (مقر الولاية) بنسبة 32,75% الذين أقروا بأن أسلوب التواصل الذي تتبعه الولاية غير مناسب.

المستوى المعيشي أيضا كان له دور كبير في معرفة أسلوب التواصل الذي تتبعه الولاية من أجل تحسين خدماتها العمومية حيث تقر فئة (ضعيف) على انه أسلوب "مناسب" بنسبة 42,85%، في حين تقر فئة(متوسط) على أنه أسلوب "مناسب لحد ما" بنسبة 50,84% ، أما فئة (جيد) فتري بأنه أسلوب غير مناسب وذلك بنسبة 35,71%. يتضح بأن المستوى المعيشي له دور كبير في رؤية المواطنين لأسلوب التواصل حيث نرى بأن أسلوب التواصل ال اي تتبعه ولاية اولاد جلال مناسب لجميع الفئات.

النتائج العامة للدراسة

المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة.

المطلب الأول : النتائج النهائية للدراسة

يعد إجراء الدراسة الميدانية حول دور الاتصال الخارجي في تحسين أداء الخدمة العمومية لولاية أولاد جلال، وتحليل النتائج البسيطة والنتائج المتعلقة بالمتغيرات، نستخلص في الأخير جملة من النتائج على النحو التالي:

1.1- المحور الأول:أنواع الاتصال الخارجي بولاية اولاد جلال لتحسين الخدمة

العمومية من وجهة نظر المواطنين.

- أكد 77,5% من المواطنين بأنهم يقصدون الولاية طلبا لخدمة معينة، وهذا راجع إلى أن الولاية من المرافق العمومية التي يرجع إليها المواطن لأنها تحمل عدة صلاحيات متعلقة بعملية التجهيز والانعاش الاقتصادي.
- أكد 73,8% من المواطنين على أن الأسلوب الذي يربط الولاية بمواطنيها هو الاتصال الشخصي بحيث يسهل نقل المعلومات بين الطرفين دون اللجوء إلى أساليب رسمية.
- أكد 51,2% من المواطنين أن هدف الاتصال الاجتماعي بالولاية هو تحسين الخدمة العمومية للمؤسسة وهذا راجع لكونها مؤسسة عمومية مكلفة بإرضاء جماهيرها وخدمتهم على أكمل وجه من أجل وصولها إلى أهدافها.
- أقر 62,5% من المواطنين حضورهم للمناسبات أو التظاهرات التي تحييها وتشرف عليها الولاية وهذا دليل على أنها مؤسسة نشطة تسعى إلى تحسين صورتها إلى جماهيرها، بإضافة إلى أن 37,5% الذين أقروا بأنهم لم يحضروا هذه المناسبات وهذا راجع الى عدم اهتمامهم بنشاطات المقدمة.
- أكد 58,8% من المواطنين على أن الخدمات التي تقدمها ولاية اولاد جلال للمواطنين كونت لديهم صورة حسنة عنها وهذا راجع إلى تزويد المواطنين بمختلف المعلومات عنها

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

وتقديمها لمختلف الخدمات التي تخدم مصالحهم، بالإضافة إلى أن 30% من المواطنين الذين أقرروا بأن الخدمات التي تقدمها الولاية لم تكون صورة حسنة لديهم وهذا راجع إلى تدني الخدمة وعدم رضاهم بالخدمات المقدمة أنها لا تخدم مصالحهم، في حين أن 11,2 % أقرروا أن سبب راجع إلى سوء الاتصال وهذا راجع إلى ضعف وسائل الاتصال التي تستخدمها الولاية لتواصلها مع مواطنيها.

المحور الثاني: وسائل الاتصال الخارجي المستخدمة من طرف ولاية اولاد جلال في تحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين.

- أكد 50% من المواطنين على أنهم موافقين على أن وسائل الاتصال الخارجي لولاية اولاد جلال سهلت لهم الاحتكاك بها، بالإضافة إلى 20% الذين أقرروا بأنهم غير موافقين وهذا راجع إلى وجود معيقات وصعوبات تواجههم في تلبية متطلباتهم ومصالحهم، في حين أجابت نسبة 30% أنها محايدة
- أكد 33,8% من المواطنين على أن الولاية تستخدم الإعلانات والملصقات في نشر معلوماتها واستقبال انشغالات المواطنين بقصد التأثير فيهم وذلك باستخدامها لغة واضحة وأسلوب مفهوم وصياغة بسيطة.
- أقر 82,5% من المواطنين أن ولاية اولاد جلال تستخدم الإذاعة المحلية كوسيلة سمعية بصرية لتواصلها مع مواطنيها وهذا راجع إلى أنها مرفق عمومي جوارى فلا بد ان تستخدم وسائل الاعلام الجوارية والمتمثلة في هذا الصدد إذاعة بسكرة الجهوية.
- أقر 60% من المواطنين أن من أكثر الوسائل الشفوية التي تستخدمها ولاية اولاد جلال مع مواطنيها هب الاجتماعات، بالإضافة أيضا إلى 26,3% أقرروا على أنها تستخدم الاتصال الشفوي المباشر، أما 13,8% من أقرروا بأنها تستخدم المكالمات الهاتفية.

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

- أكد 76,3% من المواطنين على أن الصفحة الرسمية للولاية عبر الفيسبوك هي الوسيلة الجديدة التي تتواصل بها الولاية مع مواطنيها وذلك من أجل خلق رابط بينها وبين جماهيرها وكسب ثقتهم من خلال عرضها لمختلف النشاطات التي تقوم بها.
- أقر 46,3% من المواطنين بأن الولاية تقوم بالرد على انشغالاتهم من خلال دعوتهم واستقبالهم وهنا نرى بأن المؤسسة تحاول ترسيخ صورة حسنة عنها وكسب ثقة جماهيرها.

المحور الثالث: معوقات الاتصال الخارجي لولاية اولاد جلال في تحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين

- أكد 46,3% من المواطنين بأن أسلوب التواصل الذي تتبعه الولاية مع مواطنيها مناسب إلى حد ما وهذا راجع إلى رضا المواطنين على الخدمات التي تقدمها الولاية لهم.
- أقر 46,3% من المواطنين أن الوسائل التي تستخدمها ولاية اولاد جلال في تواصلها معهم كافية إلى حد ما وحسب الظروف وهذا راجع إلى استفادة المواطنين بمختلف الخدمات المقدمة من الولاية.
- أكد 35% من المواطنين بأنهم لا يتلقوا المعلومة الواضحة والتوجيه السليم عند محاولتهم للتواصل مع الولاية من أجل الإجابة على انشغالاتهم وهذا راجع إلى عدم استخدام وسائل متطورة تسهل عملية التواصل بين الإدارة والمواطن.
- أقر 38% من المواطنين أن هناك عوائق تواجههم عند في التواصل مع مصالح ولاية اولاد جلال طلبا لخدمة عمومية وهذا راجع إلى أن موظفي الاستقبال والاعلام والتوجيه غير مؤهلين في تلبية متطلباتهم كما يواجهون عائق تدني الخدمة.
- أكد 50% من المواطنين أن أفضل أسلوب تلجأ إليه ولاية اولاد جلال لحل مشكل تحسين خدمتها العمومية هي المقابلات وذلك راجع إلى عدم اقتناع المواطنين بحل مشاكلهم إلا بأسلوب الاتصال الشخصي عبر المقابلات.

المطلب الثاني: نتائج الدراسة حسب المتغيرات

بعد إجراءات الدراسة الميدانية حول دور الاتصال الخارجي في تحسين أداء الخدمة العمومية وتحليل النتائج المتعلقة بالمتغيرات، نستخلص في الأخير جملة من النتائج تتمحور كالتالي:

المحور الأول: أنواع الاتصال الخارجي بولاية اولاد جلال لتحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين.

- من خلال عرض نتائج الجدول تبين أن نسبة 58,8% من المواطنين الذين أقرروا بأن الخدمات التي تقدمها ولاية اولاد جلال للمواطنين كونت لديهم صورة حسنة عنها وهذا راجع إلى تزويد المواطنين بمختلف المعلومات عنها وتقديمها لمختلف الخدمات التي تخدم مصالحهم، بالإضافة إلى أن 30% من المواطنين الذين أقرروا بأن الخدمات التي تقدمها الولاية لم تكون صورة حسنة لديهم وهذا راجع إلى تدني الخدمة وعدم رضاهم بالخدمات المقدمة أنها لا تخدم مصالحهم، في حين أن 11,2% أقرروا أن سبب راجع إلى سوء الاتصال وهذا راجع إلى ضعف وسائل الاتصال التي تستخدمها الولاية لتواصلها مع مواطنيها..

- تختلف أنواع الاتصال من مؤسسة إلى أخرى لاختلاف طبيعة النشاط والحجم ولمكانته ضمن سيرورة العمليات الإدارية المتعلقة بمخرجات الولاية، لا شك فيه أن عملية قياس أو تقييم مدى فعالية هذه الأنواع في مؤسسة خدماتية معقد مقارنة بمؤسسات منتوجاتها مادية لأنها تسعى إلى إرضاء المواطنين بالخدمات التي تقدمها.

المحور الثاني: وسائل الاتصال الخارجي المستخدمة من طرف ولاية اولاد جلال في تحسين أداء الخدمة العمومية

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

- أقر 46,3% من المواطنين بأن الولاية تقوم بالرد على انشغالاتهم من خلال دعوتهم واستقبالهم وهنا نرى بأن المؤسسة تحاول ترسيخ صورة حسنة عنها وكسب ثقة جماهيرها، بينما أكدت نسبة 21,3% على أن الرد على انشغالاتها عبر الهاتف وهذا لتسهيل عليهم و الرد يكون سريع، بينما أقرت نسبة 32,5% على انها تتلقى الرد على انشغالاتها عبر المراسلات الإدارية كونها أسهل وأدق طريقة تتعامل بها المرافق العمومية مع مختلف جماهيرها الداخلية أو الخارجية.

المحور الثالث: معوقات الاتصال الخارجي لولاية اولاد جلال في تحسين الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين

- أقر 46,3% من المواطنين أن الوسائل التي تستخدمها ولاية أولاد جلال في تواصلها معهم كافية إلى حد ما وحسب الظروف وهذا راجع إلى استفادة المواطنين بمختلف الخدمات المقدمة من الولاية.
- أكدت 22,5% من المواطنين بأن أسلوب التواصل الذي تتبعه الولاية مع مواطنيها مناسب إلى حد ما وهذا راجع إلى رضا المواطنين على الخدمات التي تقدمها الولاية لهم.
- أقر 31,3% من المواطنين أن أسلوب التواصل الذي تتبعه الولاية غير مناسب من أجل تحسين خدماتها العمومية.

المطلب الثالث: الإجابة عن أسئلة الدراسة:

تضمنت الدراسة ثلاث أسئلة فرعية وتم الاعتماد عليها كمحاور أساسية في استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة، فبعد عرض النتائج العامة يمكننا الإجابة على هذه الأسئلة على النحو التالي:

1- هل تساهم وسائل الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية لولاية -أولاد جلال-؟

إذا نظرنا إلى إيجابيات هذه الوسائل فنجدها من الناحية النظرية كثيرة ومفيدة، أما إذا قارنا ذلك بواقع الولاية فنجدها تعاني من عراقيل كثيرة مثال ذلك عدم تقيد العاملين واحترامهم للإجراءات الرسمية التي يتطلبها الاتصال الخارجي. تعطل الكثير من وسائل الاتصال الحديثة وعدم قدرة الولاية على إصلاحها وصيانتها لعدم توفر موارد بشرية مؤهلة بذلك.

سوء استعمال وسائل الاتصال التي توفرها الولاية كاحتكاكها من قبل فئة مهنية أو استعمالها لأغراض شخصية وغير مهنية.

2- ما أنواع الاتصال الخارجي المتواجدة في تحسين الخدمة العمومية لولاية -أولاد جلال- ؟

تتنوع أنواع الاتصال الخارجي التي تعتمد عليها الولاية من أجل تحسين خدماتها العمومية وفعاليتها ما أدت إلى رفع أداء وتحسين الخدمات الموجهة من الولاية إلى الجمهور الخارجي وتنمية علاقاتها مع المواطنين وذلك من خلال القيام بمسؤوليتها تجاه مواطنيها.

3- ما معوقات الاتصال الخارجي في تحسين أداء الخدمة العمومية لولاية -أولاد جلال-؟

هي العوائق المتعلقة بأدوات الاتصال الخارجي والتي تستعملها الولاية وهي كثيرة ومتنوعة خصوصا في هصرنا الحالي والذي يعرف تطورا كبيرا في تكنولوجيا الاتصال. عدم التحكم الجيد في أجهزة الاعلام الألي وبرمجيتها وتطبيقاتها، خصوصا أن هذه المؤسسة عمدت في الآونة الأخيرة إلى رقمنة كل البيانات والمعلومات الخاصة بالمواطنين وإدخالها في تطبيقات آلية لتسهيل الاطلاع عليها أو استخراجها.

خاتمة

خاتمة:

وفي هذا البحث حاولنا معرفة طبيعة دور الاتصال الخارجي في تحسين أداء الخدمة العمومية، وذلك من خلال تأثيراتها المتباينة على المرافق العمومية ومختلف الإدارات حيث أن الأساليب المنتهجة من طرف الإدارة في مجال تقديم الخدمات أصبحت عرضة لمختلف المشاكل ، ولقد سعت العديد من دول العالم إلى محاولة تجنب الأساليب القديمة والبحث عن سبل لتطوير وتقديم أفضل الخدمات ومن بين هذه الدول الجزائر التي أظهرت رغبة كبيرة في التحول إلى أساليب نوعية وفعالة لمواكبة التطورات الحاصلة في العالم.

وبعد اختيارنا للعينة توصلنا إلى نتائج مفادها أن للاتصال دور كبير في تحسين أداء الخدمة العمومية وخاصة الاتصال الخارجي كونه الواجهة الأساسية للمؤسسة والصلة التي تربط المؤسسة بجمهورها حتى تصل إلى أهدافها المرجوة، بحيث تحاول هذه المؤسسات إرضاء جماهيرها باختلاف مستوياتهم التعليمية، وحالاتهم الاجتماعية.

وعليه أكدت إجراءات الدراسة منهجيا ونظريا وميدانيا على المساهمة الإيجابية الدور الفعال التي يلعبه الاتصال الخارجي والمتمثلة في تحسين أداء الخدمة العمومية من خلال تطوير وسائل و أنواع الاتصال المستخدمة داخل الولاية، ومحاولة إيجاد أساليب تناسب جميع فئات المجتمع.

هذا إذا وضعنا في الاعتبار اعتماد الولاية على الخدمات العمومية بأساليب إلكترونية حديثة والتي من شأنها تلبية احتياجات المواطنين بأقل التكاليف وريح الوقت . ورغم محاولات الدولة عصرنه الأساليب إلا أن هناك العديد من المشاكل التي مازالت تراهن الإدارة على الخصوص والمواطن على العموم خاصة في عصر التطور والتسارع حيث أثرت تأثيرا سلبيا على سير مختلف المرافق العمومية.

توصيات

استنادا إلى النتائج السابقة يمكن تقديم مجموعة من التوصيات والتي قد تساهم في تحسين الخدمة العمومية وهي:

- ربط أجهزة الكمبيوتر بخدمة الانترنت وتعميمها في جميع الإدارات والمؤسسات العمومية.
- تدريب وتكوين الموظفين على استخدام الوسائل التقنية ومختلف البرامج الإلكترونية لتسهيل العمل الإداري.
- التحلي بالمسؤولية والانضباط والتفاني في العمل والابتعاد عن الروتين.
- تعزيز الاتصال الفعال داخل المؤسسات والإدارات.
- القيادة الفعالة.
- ضرورة بنا قاعدة ملائمة وبنية تحتية عن طريق توفير الوسائل اللازمة لتقوية الإدارة.
- الاهتمام بالموارد البشري وتحفيزه على العمل
- تقريب الإدارة من المواطن وذلك يكمن في برمجة أيام تحسيسية حول تطبيق الإدارة العصرية وسهولة استخدامها.
- نشر الثقافة الإلكترونية وتلقينها لجميع الموظفين في جميع المستويات.
- تكوين فريق عمل متماسك لقيادة الإدارة.
- الديمقراطية الإدارية وإشراك الموظفين في اتخاذ القرار.
- تشجيع الموظفين في عملية الإبداع والابتكار.
- التخصص الوظيفي.

قائمة المراجع

1/ المصادر

أ- القوانين:

1- القانون رقم 04-14 المؤرخ في 24/02/2014، المتعلق بقانون السمع البصري، الجريدة الرسمية العدد 16 ، المؤرخة في 23/03/2014.

ب- مراسيم:

1- المرسوم الرئاسي رقم 12-415 المؤرخ في 11/12/2012 ، يتضمن التصديق على الميثاق الافريقي لقيم ومبادئ الخدمة العامة والإدارة ، المعتمد بأديس أبابا بتاريخ 31/01/2011، الجريدة الرسمية، العدد 68 ، مؤرخة في 16/12/2012 .

2/ المراجع

أ- الكتب:

- إبراهيم براش، المنهج العلمي وتطبيقاته، دار الشروق، عمان، 2008.

- أحمد محمد المصري: الإدارة الحديثة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2000 .

- بدوي هناء حافظ : الاتصال بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003 .

- بيان هاني حرب البكري : الاتصالات مبادئ التسويق، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان ط 1 ، 1999 .

- تامر التسويقية والترويج، دار الحامد للنشر، الأردن، . 2014

- جاسم فخري وآخرون :العلاقات العامة، دار الكتابة للنشر و التوزيع، بغداد، 1981 .

- جمال مجاهد :العلاقات العامة رؤية نظرية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2011.

- جمال محمد أبو شنب :الإعلام الدولي والعولمة، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2011

- حسين عبد الحميد أحسن رشوان :العلاقات العامة والإعلام، المكتب الحديث، الإسكندرية، مصر، 2004 .

- رضوان بلخيري وسارة جابري: مدخل للاتصال والعلاقات العامة، دار جسور

للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013 .

- سامية عواج:الاتصال في المؤسسة، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2019.

- سعد الحاج جخذل: **العينة والمعاينة** -مقدمة منهجية قصيرة جدا-، دار البداية، عمان، 2019.
- سعد سلمان المشهداني: **مناهج البحث الإعلامي**، دار الكتاب الجامعي، جامعة كريت الإمارات، 2017.
- سناء محمد سليمان: **أدوات جمع البيانات**، عالم الكتب، القاهرة-مصر-، 2010.
- شدون علي شيبية: **العلاقات العامة بين النظري والتطبيق**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007 .
- صالح خليل أبو إصبع: **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، ط1 ، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2006 .
- صالح خليل أبو الأصبع: **العلاقات العامة الاتصال الإنساني**، دار الشروق، ط1، الأردن، 1998.
- عاطف علبي: **المنهج المقارن مع دراسات تطبيقية**، المؤسسة الجامعية للدراسات، بيروت- لبنان، 2006.
- عامر قندلجي: **البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات**، الطبعة الثانية ، دار اليازوري، عمان، 2007 .
- عبد السلام أبو قحف: **أساسات الإدارة الاستراتيجية** ، الدار الجامعية، الإسكندرية ، 1999.
- عبد السلام أبو قحف: **هندسة الإعلان والعلاقات العامة**، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، دط، مصر، دس.
- عبد الفتاح محمد دويدات: **سيكولوجيا السلوك الإنساني**، دار النهضة العربية ،بيروت، 1995.
- عبد الفتاح محمد سعيد: **التسويق**، دار النهضة العربية، لبنان، 1983 .
- عزيز عبد السميع غريب: **الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر**، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006 .
- عصام حسن الدليمي، علي عبد الرحيم صالح: **البحث العلمي أسسه و مناهجه**، دار الرضوان، عمان ، 2014.

- عقيل حسين عقيل:خطوات البحث العلمي،دار ابن كثير، د.ب، د.س.
- فاروق خالد: الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، ط2 ، دار أسامة للنشر، الأردن،2009 .
- فاروق ناجي محمود :استراتيجية الاتصال مع الآخر، دار النفاس ، العراق،2002 .
- فضيل دليو :اتصال المؤسسة إشهار علاقات عامة علاقات مع الصحافة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة،2003.
- كشك محمد بهجت : العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003 .
- مجدي راشد جيوسي و آخرون:مهارات الاتصال بين النظرية والتطبيق، جامعة فلسطين التقنية،دب،2021.
- محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاح:مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، دار الحامد، جامعة قطر ،2019.
- محمد سرحان علي المحمودي:مناهج البحث العلمي، الطبعة3، دار الكتب، الجمهورية اليمنية، 2019.
- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، طبعة3،دار النهضة العربية ، القاهرة-مصر، 2006.
- محمد علي :العلاقات العامة في المؤسسات الصناعية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1996
- محمد فهمي العطروري: العلاقات الإدارية والمؤسسات العامة، عالم الكتب، القاهرة،1995
- محمد منير حجاب :الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر،2001.
- محمد الرحمن، محمد عبد الله:النظرية في علم النظرية السيسولوجيا المعاصرة،ج2، 2006.
- محمود سلمان العميان:السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال ، ط 2 ، عمان ،دار ، وائل للنشر.

- محمود عبد الله:الإعلام وإشكاليات العولمة، دار أسامة للنشر، الأردن، 2010 .
- مصطفى حجازي:الاتصال في العلاقات الإنسانية، ط 2، دار الطليعة للنشر والتوزيع، لبنان، 1992 .
- مي عبد الله: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت-لبنان 2010 .
- ناصر دادي عدون:اقتصاد المؤسسة ، ط 2 ، دار المحمدية العامة ، الجزائر ، 1988 .
- هشام الفولي:الاتصال من الإشارة إلى الميتافيرس، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر-،2022.
- هناء حافظ بدوي :العلاقات العامة والخدمات الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية 2001 .
- ب -المراجع المترجمة:

- 1-Dictionaries commercial, academies des sciences commercial, Hachette, Paris,
- 2-Jean-marie decaudin :la communication marketing, concepts techniques stratégies, economic , 3eme edition , Paris, 2003..
- 3-Claude Dememe :Marketing, 3eme édition, Eddalozé, Paris, 2001.
- 4-Alain-serge Mescheriakoff. 'Droit des services publics. France : Presses Université de France. 1997.

ج- المذكرات والرسائل والأطروحات:

*دكتوراه

*ماجستير

*ماستر

- 1-إيناس رغييس :الاتصال العمومي و دوره في تحسين الخدمة العمومية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد دباغين،سطيف،2019.

- 1-قوادي عائشة وشيروف سارة: دور الاتصال الخارج في تحسين الخدمة العمومية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ،تخصص اتصال وعلاقات عامة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة 8 ماي 1945 قالمة ، 2016/2017 .
 - 2-أسمهان مومني:استراتيجية الاتصال الخارجي في الشركات متعددة الجنسيات-دراسة حالة مجموعة كوكا كولا، مذكرة ماجستير علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسي والإعلام، جامعة الجزائر،2012.
 - 2-ضالع بخالد آليات: تحسين الخدمة العمومية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية تخصص إدارة وتسيير الجماعات المحلية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة ،2018 .
 - 3-ضالع بخالد:آليات تحسين الخدمة العمومية في الجزائر، مذكرة ماستر في العلوم السياسية تخصص ادارة و تسيير الجماعات المحلية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، سعيدة،2018.
 - 3-عشور عبد الكريم: دور الإدارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009.
- د-مجلات
- 1-العرب بوعمامة:الاتصال العموم والإدارة الالكترونية رهانات ترشيد الخدمة العمومية ، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، العدد 9 ، جامعة الوادي ، ديسمبر 2014 .
 - 2-بن يكن عبد المجيد:المرافق العامة و نظامها القانوني في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، العدد11، 2018.
 - 3-كريمة لعرابي: تحسين أداء الخدمة العمومية في الجزائر وفق مقاربة التسيير العمومي الحديث، مجلة أفاق علمية،المجلد11،العدد03، 2019.
 - 4-غربي محمد، قلواز إبراهيم:النظرية البنائية الوظيفية،نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 01، العدد 03، سبتمبر2019.
 - 5-ميلاس محمد الزين: النظام القانوني للمرفق العام، دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد5،العدد02، 2021.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة-
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية - قطب شتمة-



قسم: العلوم الانسانية

شعبة: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان

دور الاتصال الخارجي في تحسين أداء الخدمة العمومية

-دراسة ميدانية لولاية أولاد جلال-

مذكرة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف الأستاذة:

طلحة مسعودة

إعداد الطلبة:

يوسف عبد الرزاق غضاب

اسلام جودي

السنة الجامعية: 2022 / 2023م

البيانات الشخصية :

الجنس: ذكر أنثى

السن: من 18 إلى 28 سنة من 29 إلى 38 سنة من 39 إلى 48 سنة

من 49 سنة فما فوق

المستوى التعليمي: بدون مستوى متوسط ثانوي جامعي

مكان الإقامة: مقر الولاية الدائرة البلدية

المستوى المعيشي: جيد متوسط ضعيف

المحور الأول: أنواع الاتصال الخارجي بولاية أولاد جلال لتحسين الخدمة العمومية من

وجهة نظر المواطنين:

1_ لما تقصد ولاية أولاد جلال ؟

- طلبا لخدمة معينة

- للاستفسار حول موضوع معين

- لوجود مشكل بينك وبين الإدارة العمومية

2_ ما هو أسلوب الاتصال الذي يربطك بولاية اولاد جلال؟

_ الاتصال الشخصي (تتوجه مباشرة لمقر الولاية)

_ الاتصال الرسمي (شكوى ، طلب ، اقتراح)

_ تحضر المناسبات التي تشرف عليها الولاية

3_ ما هو هدف الاتصال الاجتماعي بالولاية ؟

إقناع المواطنين بأنشطة الولاية

تحسين الخدمة العمومية للمؤسسة

تزويد المواطنين بالبيانات الصادقة

4_ هل سبق وحضرت احدى المناسبات أو التظاهرات التي أحييتها أو أشرفت عليها ولاية أولاد

جلال؟

نعم لا

5_ ما كان نوع المناسبة أو التظاهرة التي حضرتها من قبل؟

_ الأيام الوطنية (1 نوفمبر، 5 جويلية ،)

_ الايام العالمية (عيد المال ، المرأة ، اليوم العالمي للصحة ، للبيئة،...)

_ المناسبات الدينية (إحياء المولد ، توديع الحجاج ، احياء ليلة 27 رمضان،...)

_ التظاهرات الرياضية .

_ مناسبات الدعم الاجتماعي (زواج جماعي، دعم الأيتام ، قفة رمضان ،.....)

6_ هل الخدمات التي تقدمها ولاية أولاد جلال للمواطنين كونت لديكم صورة حسنة عنها ؟

نعم لا

7_ إذا كانت الإجابة بلا لماذا؟

سوء الاتصال

تدني الخدمة العمومية

_ أخرى أذكرها :.....

المحور الثاني: وسائل الاتصال الخارجي المستخدمة من طرف ولاية أولاد جلال في تحسين

الخدمة العمومية من وجهة نظر المواطنين

8 _ وسائل الاتصال الخارجي لولاية أولاد جلال سهلت للمواطنين التقرب أكثر بالولاية؟

موافق لا أوافق محايد

9 _ هل تستخدم ولاية أولاد جلال الوسائل المكتوبة في نشر معلوماتها واستقبال انشغالات

المواطنين؟ نعم لا

10_ إذا كانت اجابتك بنعم. ماهي الوسيلة التي ترى أنها أكثر استخداما و ذو فعالية؟

الصحافة المكتوبة

الإعلانات والملصقات المطبوعة

سجل الشكاوى والاقتراحات

أخرى أذكرها :.....

11_ ما نوع الوسائل السمعية والبصرية التي تستخدمها ولاية أولاد جلال في نشر معلوماتها

للمواطنين ؟

الإذاعة المحلية القنوات التلفزيونية

12_ ماهي الوسائل الشفوية التي تستخدمها ولاية أولاد جلال لتواصلها مع المواطنين؟

الاجتماعات

المكالمات الهاتفية

الاتصال الشفوي المباشر

13_ حسب رأيك ماهي الوسائل الجديدة التي تتواصل بها الولاية مع المواطنين من اجل

تحسين خدماتها العمومية؟

الموقع الرسمي للولاية على الأنترنت

الصفحة الرسمية للولاية على الفيسبوك

أخرى أذكرها.....

14_ من ضمن الوسائل السابق ذكرها ما هي أنسب الوسائل لربطك بالخدمة العمومية لولاية

أولاد جلال، أذكرها ؟

15_ كيف تتصل بك الولاية في حال الرد على انشغالاتك؟

_ دعوتك واستقبالك

_ الرد الشفهي عبر الهاتف

_ الرد الرسمي عبر المراسلات الإدارية

_ لا تتواصل معك أبدا

المحور الثالث: معوقات الاتصال الخارجي لولاية أولاد جلال في تحسين الخدمة العمومية من

وجهة نظر المواطنين

16- هل ترى بأن أسلوب الاتصال الذي تتبعه ولاية أولاد جلال مع المواطنين لأجل تحسين

خدمتها العمومية؟

_ مناسب

_ مناسب إلى حد ما

_ غير مناسب ويحتاج إلى إعادة نظر

17_ هل الوسائل التي تستخدمها ولاية أولاد جلال في التواصل مع المواطنين لتحسين الخدمة

العمومية ؟

- كافية

- كافية إلى حد ما وحسب الظروف

- غير كافية تماما

18_ ما الذي يواجهك عند محاولة تواصلك بالولاية من أجل الاجابة على انشغالاتك أو حل

مشاكلك كمواطن ؟

_ لا ألتقى المعلومة الواضحة والتوجيه السليم.

_ البيروقراطية.

_ لا ألتقى الرد بسهولة وفي الوقت المناسب (التسوية).

19_ ماهي العوائق التي تواجهك في التواصل مع مصالح ولاية أولاد جلال طلبا للخدمة

العمومية ؟

_ موظفو الاستقبال والاعلام والتوجيه غير مؤهلين

_ وسائل التواصل من طرف واحد (من الولاية للمواطن وليس العكس)

_ لا تولي الولاية أهمية بالمواطن.

_ العائق في تدني الخدمة وليس في اسلوب التواصل

20_ كيف ترى الأساليب الأنسب التي تلجأ إليها المؤسسة لحل مشكل تحسين الخدمة العمومية

لولاية أولاد جلال؟

مراسلات الكترونية

سجل الشكوى

مقابلات

21- ما الذي تقترحه لأجل تطوير الولاية لأسلوب تواصلها مع المواطنين من أجل تحسين

الخدمة العمومية؟

.....