



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 08 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر
شعبة: علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

دور الاتصال الخارجي لمديرية السياحة والصناعات
التقليدية في دعم العمل الحرفي
دراسة على عينة من الحرفيين بولاية قالمة

تحت إشراف الأستاذ (ة):
خشة أحسن

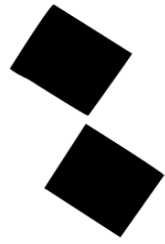
إعداد الطالبتين:
• عز ايزية يسرى
• طابوش سيرين

لجنة المناقشة:

رئيسا	الدكتور زودة مبارك
مشرفا ومقررا	الأستاذ الدكتور خشة أحسن
ممتحنا	الدكتور عثمانية عبد القادر

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



بسم الله الرحمن الرحيم:

"وقل ربي زدني علما" (114) سورة طه.

"يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات" 11 سورة المجادلة.

"ويسألونك عن الروح قل الروح من أمر ربي وما أوتيتم من العلم إلا قليلا" 85 سورة

الإسراء.

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا من

يهدى الله فلا مضل له ومن يضل فلا هادي له وأشهد أن لا إله إلا الله وأن محمدا عبده ورسوله

صلى الله وسلم عليه وعلى صحبه أجمعين.

شكر وتقدير

من سلك طريقا يلتمس فيه علما
سهل الله له طريقا إلى الجنة.
أتوجه بالشكر والحمد لله عز وجل على توفيقه
وإمداده لنا بالقوة والصبر
على مواصلة إنجاز هذا العمل وإتمامه.
نتوجه بجزيل الشكر إلى أستاذنا "خشة أحسن"
على إشرافه المميز وتوجيهاته المفيدة وملاحظاته القيمة.
كما نتوجه بالشكر إلى أستاذتنا سعودية على تشجيعها ودعمها لنا
في كل الأوقات.
ونشكر في الأخير كل من ساهم في دعمنا ولو بكلمة طيبة أو ابتسامة صادقة.


2023



الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

قال صلى الله عليه وسلم: "اللهم إني أعوذ بك من علم لا ينفع ومن قلب لا يخشع ومن نفس لا تشبع ومن دعاء لا يسمع".

أهدي ثمرة جهدي إلى والدي ووالدي الكرمين

الذين كانوا ظلي حين يلحقني التعب

وإلى أختي وأخي بشرى ومحمد علاء الدين حفظهما الله

وإلى صديقتي عزيزية يسرى التي كانت رفيقتي في هذا المشوار.

ولكل من أعطاني يد العون من قريب أو بعيد

وساعدني في إنجاز هذه المذكرة.

وأخص بالذكر المشرف للأستاذ "خشة أحسن"

"سيرين"


2023



إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى
وأهله ومن وفي أما بعد، الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا
الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح
بفضله تعالى مهداة إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله
وأدامهما الله نورا لدرني.
إلى أختي الحبيبة منال وأخواتي مصطفى، ضرار، صلاح الدين، بلال
وإلى صديقتي العزيزة هالة عزائزية وخالتي الحبيبة جميلة حموش،
إلى رفيقتي المقربة في هذا المشوار سيرين طابوش
ولكل من أعطاني يد العون من قريب أو بعيد وساعدني في إنجاز هذه المذكرة
وأخص بالذكر الأستاذ المشرف خشة أحسن.

"يسرى"


2023

الصفحة	العناوين
	بسملة
	شكر وتقدير
	الاهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الاشكال
أ-ب	مقدمة
الفصل الاول: الإطار المنهجي للدراسة	
4	اولا: اشكالية الدراسة
5	ثانيا: اسباب اختيار موضوع الدراسة
6	ثالثا: اهداف واهمية الدراسة
6	رابعا: الدراسات السابقة
11	خامسا: مفاهيم الدراسة
14	سادسا: الاجراءات المنهجية
الفصل الثاني: الاتصال الخارجي	
21	تمهيد:
21	اولا: نشأة وتطور الاتصال
23	ثانيا: اهمية واهداف الاتصال الخارجي في المؤسسة
23	1 اهمية الاتصال في المؤسسة
23	2 اهمية الاتصال الخارجي
24	3 اهداف الاتصال الخارجي
25	ثالثا: اشكال الاتصال الخارجي

فهرس المحتويات

25	1 اتصال خارجي عملياتي
25	2 اتصال خارجي استراتيجي
26	3 اتصال خارجي حول السمعة " الصورة "
26	رابعا: مجالات الاتصال الخارجي
26	1 العلاقات العامة
27	2 الاشهار
27	3 التسويق
28	4 العلاقات مع الصحافة
29	خامسا: وسائل الاتصال الخارجي
29	1 وسائل سمعية بصرية
29	2 وسائل مكتوبة
30	3 وسائل شفوية
31	4 وسائل تكنولوجية
32	سادسا: جمهور الاتصال الخارجي
33	سابعا: معوقات الاتصال الخارجي
35	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: العمل الحرفي	
37	تمهيد
37	اولا: التطور التاريخي لمفهوم العمل الحرفي
39	ثانيا: أهمية وأهداف العمل الحرفي والصناعات التقليدية
39	1 أهمية العمل الحرفي والصناعات التقليدية
41	2 أهداف الصناعات التقليدية والحرف
42	ثالثا: خصائص قطاع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر

فهرس المحتويات

43	رابعا: واقع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر
43	1 مراحل تطور قطاع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر
44	2 اليات دعم الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر
46	3 اهم الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر
46	4 معوقات العمل الحرفي والصناعات التقليدية بالجزائر
47	خامسا: واقع الصناعة التقليدية و الحرف لولاية قلمة
47	1 تعريف بولاية قلمة
47	2 تطور الصناعات التقليدية بولاية قلمة
48	3 تصنيف الصناعات التقليدية و الحرف في ولاية قلمة
49	سادسا: معوقات العمل الحرفي بولاية قلمة
50	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: الجانب التطبيقي	
52	تمهيد
55	1 تحليل وتفسير البيانات وعرض النتائج
77	2 النتائج العامة للدراسة
77	3 نتائج الدراسة في ضوء المحاور
80	خاتمة
82	قائمة المصادر والمراجع
/	الملاحق

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
53	الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قلمة	1
55	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	2
56	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	3
57	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي	4
58	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير حسب طبيعة الحرفة	5
59	يبين تواصل الحرفيين مع مديرية السياحة والصناعات التقليدية	6
60	يبين توزيع أفراد العينة حسب اهتمامهم بالتواصل مع مديرية السياحة والصناعات التقليدية	7
61	يبين متى آخر مرة تم فيها التواصل مع مديرية السياحة والصناعات التقليدية	8
62	يوضح التقنيات التي تعتمد عليها مديرية السياحة والصناعات التقليدية في التواصل مع الحرفيين	9
63	يبين اللغة الأكثر اعتمادا من طرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية في التعامل مع الحرفيين	10
64	يبين إجابات الحرفيين حول سماعهم عن النشاطات التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات التقليدية	11
65	يوضح النشاطات التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات التقليدية	12
66	يوضح حضور الحرفيين للنشاطات التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات التقليدية	13
67	يوضح أهمية النشاطات التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات التقليدية	14
68	يبين التقنيات التي تعتمد عليها مديرية السياحة والصناعات التقليدية في الإعلان عن نشاطاتها للجمهور العام	15
69	يبين إجابات الحرفيين حول إذا ما واجهتهم عراقيل أم لا في التواصل مع مديرية السياحة والصناعة التقليدية	16
70	يبين العراقيل التي تواجه الحرفيين في تواصلهم مع مديرية السياحة والصناعات التقليدية	17

فهرس الأشكال

71	يوضح آراء الحرفيين حول استخدام اللغة الفرنسية في اتصالات مديرية السياحة والصناعات التقليدية بالبيئة الخارجية	18
72	يوضح رأي الحرفيين في استخدام اللغة العربية في التواصل الرسمي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية	19
73	يوضح آراء الحرفيين حول تعدد اللغات المستخدمة من طرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية	20
74	يوضح الفئات التي تتعامل معها مديرية السياحة والصناعات التقليدية	21
75	يوضح الجهات التي يجب أن تركز عليها المديرية اهتماماتها ونشاطاتها	22
76	يوضح أسباب اهتمام مديرية السياحة والصناعات التقليدية بتركيز التعامل مع الجهات المختارة بالسؤال السابق	23

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة فعالية الاتصال الخارجي في دعم العمل الحرفي بمديرية السياحة والصناعة التقليدية، حيث طرحنا التساؤل الرئيسي التالي: ما دور الاتصال الخارجي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية في دعم العمل الحرفي؟ وتفرع التساؤل الرئيسي لتساؤلات فرعية منها ما هي أشكال الاتصال الخارجي الذي نقوم به مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالمة لترويج العمل الحرفي؟

ومن هو الجمهور الذي تستهدفه مديرية السياحة والصناعة التقليدية في استخدامها للاتصال الخارجي؟ واعتمدنا على المنهج الوصفي منهجا للدراسة واستمارة "الاستبيان" أداة لها وتم توزيعها على عينة عشوائية من الحرفيين وتوصلت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج منها:

- تأكدنا أن أكثر الوسائل المعتمدة من طرف المديرية في التواصل مع الحرفيين هي الوسائل الشفهية.
- توصلنا من خلال نتائج الدراسة أن أغلب الحرفيين يرون أن النشاطات التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات التقليدية ذات غرض دعائي لترويج منتجات الصناعة الحرفية.
- تأكدنا أن أكبر فئة تتعامل معها مديرية السياحة والصناعات وتتركز اهتماماتها عليها هم الحرفيون.

الكلمات المفتاحية: الاتصال الخارجي، العمل الحرفي.

Summary:

This study aims to know the effectiveness of external communication in supporting craft work in the Directorate of Tourism and Handicrafts, where we asked the following main question: What is the role of external communication of the Directorate of Tourism and Handicrafts in supporting craft work? The main question arises from sub-questions, including what forms of outreach do the Directorate of Tourism and Handicrafts of Guelma State undertake to promote artisanal work?

Who is the target audience of the Directorate of Tourism and Handicrafts in its use of outreach?

Based on the descriptive curriculum, the questionnaire was a tool and distributed to a random sample of craftsmen. The study produced a set of results, including:

- We have confirmed that the most verbal means adopted by the Directorate in communicating with artisans are verbal.
- From the results of the study, we found that most craftsmen consider the activities of the Directorate of Tourism and Handicrafts to be propaganda for the promotion of craft products.
- We have confirmed that the largest category dealt with and focused on by the Directorate of Tourism and Industries is artisanal.

Keywords: External communication, literal work

مقدمة

مقدمة:

مرت البشرية منذ بدء الخليقة بمراحل تطور بالغة الأهمية تغيرت خلالها لغة الاتصال بين البشر حيث شهدت عملية الاتصال عدة محطات عبر الأزمان فقد صاحب تطور الإنسان وتفاعله مع محيطه تطوراً في أشكال وأدوات الاتصال المستخدمة فاستخدم الاتصال بأدواته المختلفة لتحقيق هدف التواصل والتعبير عن أفكاره، ففي العصور الأولى استخدم ما هو متوفر للاتصال مع الآخرين كالنار والدخان وقرع الطبول ثم تطورت آلياته لتعتمد الصور والإشارات...

ومع تطور الكتابة اتخذ الاتصال شكلاً منظماً كانت الكتابة فيه أداة أساسية للتواصل تزامن ذلك مع ظهور الطباعة في منتصف القرن 15 فظهرت بعد ذلك الوسائل الإعلامية باختلاف أنواعها وتزايدت الاختراعات راديو، سينما، تلفزيون... اتسعت ميادين استخدام الاتصال بتطور تقنياته، فأى منشأة مهما كان نوعها واختصاصها لا تخلو من توفر عنصر الاتصال لنوعيه الداخلي والخارجي، فالتواصل المجتمعي وعلاقات وروابط العمل لا تتم إلا باستعمال وسائل الاتصال والتي تتطور تزامناً مع التطور في جميع المجالات.

يعتبر الاتصال الخارجي أهم أنواع الاتصال الذي تعتمد المؤسسات لتحسين أدائها مع جمهورها الخارجي، اعتماداً على قنوات فعالة ووسائل متنوعة وكأسلوب لتعزيز مكانتها وتنشيط اتصالها، وإمداد خدمات متميزة تتماشى وتتوافق ورغبات الجمهور الخارجي هذا ما يساهم في بناء صورة وسمعة جيدة عن المؤسسة لدى أفراد المجتمعات ولتقوية الروابط الاتصالية بين المؤسسة وجمهورها، هذا كله لتحقيق أهدافها وحل مشاكلها. إذ تستخدم المؤسسات الخدمانية خاصة هذا النوع من الاتصال "الاتصال الخارجي" لعرض خدماتها ومنتوجاتها للزبائن.

يعتبر العمل الحرفي والصناعات التقليدية من الأعمال اليدوية التي يقوم الفرد بممارستها دون الحاجة إلى آلات ومعدات تكنولوجية حديثة. بل تمتاز ببساطتها وتتطلب مهارة يدوية ومهارة الإبداع والذوق الفني الأصيل، وهي تراث ثمين توارثه الجزائريون عن آباؤهم وأجدادهم ومصدر رزق الكثير من العائلات. بالإضافة إلى دوره الثقافي في الحفاظ على رموز الأصالة والحضارة الجزائرية، إلى جانب تحقيق التنمية المحلية الاقتصادية والاجتماعية من خلال الإنتاج والمساهمة في مجال العمل، وتقليل حجم البطالة في مختلف الفئات العمرية وخاصة الشباب ومن جهة أخرى فهي نقطة جذب للسياح فهي أسلوب للتعبير عن الفن والجمال والثقافة.

ونظراً لتنوع الصناعات الحرفية في الجزائر أصبحت أهميتها كبيرة فلا بد من دعم هذه القطاعات سواء مادياً أو معنوياً. وبناء على ما سبق قمنا بهذه الدراسة الوصفية لمعرفة دور الاتصال الخارجي في ترقية العمل الحرفي وهذا من خلال دراسة ميدانية في مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالمة وللتطرق لهذا الموضوع قمنا بطرح تساؤل رئيسي يتفرع لأسئلة فرعية، كانت الإجابة عليهم من خلال الإجابة على الأسئلة الموجودة في استمارة الاستبيان وقمنا بتقسيم بحثنا لأربع فصول:

الفصل الأول: خصصناه للإطار المنهجي حيث حددنا فيه إشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية وأهداف وأهمية الدراسة، والبعض من الدراسات السابقة المشابهة لموضوع داستنا.

الفصل الثاني: الاتصال الخارجي النشأة والتطور، مجالات الاتصال الخارجي، ووسائله وتقنياته.

المقدمة

الفصل الثالث: العمل الحربي، تطرقنا فيه إلى التطور التاريخي للعمل الحربي وواقعه في الجزائر وواقعه في ولاية قالمة.

الفصل الرابع: جانب تطبيقي، تفرغ البيانات في جداول ومن ثم تحليلها وتفسيرها.

الفصل الاول: الإطار المنهجي للدراسة

اولا: اشكالية الدراسة

ثانيا: اسباب اختيار موضوع الدراسة

ثالثا: اهداف واهمية الدراسة

رابعا: الدراسات السابقة

خامسا: مفاهيم الدراسة

سادسا: الاجراءات المنهجية

أولاً: إشكالية الدراسة

إن الاتصال عملية يجرى من خلالها تبادل الأفكار و الآراء والاعتقادات بين فردين أو أكثر، فهو عنصر ضروري داخل أي مؤسسة أو منظمة فلا يمكن تصورهما دون شكل من أشكال الاتصال، فبتوفره يمكن الربط بين أفراد المؤسسة وتنظيم العمليات والإجراءات المؤسساتية سواء كانت رسمية أو غير رسمية وتتوزع الأساليب الاتصالية المستخدمة على محورين أساسيين، فالأول داخلي يقوم بتسيير وترتيب المعلومات داخل المؤسسة واستخدامها بطريقة سليمة ومنظمة للوصول إلى قرارات وإجراءات صحيحة في الوقت المناسب، أما الاتصال الخارجي فهو حلقة وصل بين المؤسسة وجمهورها الخارجي، ويعتمد في نشاطه على تحسين صورة المؤسسة من خلال التنفيذ والتخطيط الجيد.

يقوم الاتصال الخارجي الذي تمارسه المؤسسات كافة الصغيرة والكبيرة مع جمهورها الخارجي باستخدام وسائل وأدوات تخصص لهم المؤسسة ميزانية للتعريف بالمؤسسة التي تنشط في مجالات مختلفة، والإشهار بها وعرض خدماتها وتقديم معلومات التي يرغب الجمهور بمعرفتها وللدعاية والتحفيز والاشهار في مجال عملها، ومتخصصين ذوي خبرة من أجل ربط علاقة جيدة مع جمهورها الخارجي.

يعتبر العمل الحرفي والصناعات التقليدية مهنة تتطلب مهارات يدوية أو براعة فنية لعمل عدة أشياء، فن يدوي يعتمد فيها على العمل الذاتي والمهارة اليدوية، وقد تنوعت الحرف بما فيها حرف النسيج والجلود والتطريز والنجارة وغيرها، حيث يمكن اعتباره الوسيلة الأولى والوحيدة للتعبير وتمثيل ثقافة وتقاليد أي بلد أو مجتمع ما وأصالتها، وله أهمية للحفاظ على الفنون التقليدية والتراث والثقافة والمهارات والمواهب التقليدية المرتبطة بنمط حياة الناس وتاريخهم.

تشكل الصناعات والحرف التقليدية في مختلف دول العالم ولدى مختلف الشعوب أهمية اقتصادية واجتماعية كبيرة، فمن الناحية الاقتصادية يساهم في تنمية الاقتصاد الوطني لتحقيق الاكتفاء الذاتي والإنتاج وتسويق المنتج إلى الخارج والاستثمار السياحي والتقليل من نسبة البطالة وخلق فرص عمل لشريحة كبيرة من المجتمع الجزائري معتمدين فيها على أنفسهم وتكون مصدر للدخل القومي والفردى، أما من الناحية الاجتماعية فهناك أسر وعائلات متعاونة لهم حاجة مشتركة يتم القيام بها والمساهمة جماعيا والتي تفيدهم في توثيق علاقات بين مختلف عائلات المجتمع الجزائري ونقل الخبرات والمهارات من جيل لآخر، وتحقيق الأرباح إضافة إلى أنها لا تحتاج إلى مستوى تعليمي أو شهادات عليا أو مؤهلات أو رأس مال كبير، كما هو الأمر بالنسبة للصناعات في وقتنا الحاضر، وممارسوها ليسوا بالضرورة إلى رخصة تجارية أو موافقة جهات رسمية، بل أنها تحظى باهتمام حكومي لكونها تمثل دخلا للأفراد أولا ودخلا للحكومات المحلية من جهة أخرى.

وبناء على ما سبق فقد اخترنا هذه الدراسة لكوننا لا نعرف على وجه التحديد الجهد الاتصالي الخارجي المبذول من طرف هذه المديرية في توسيع الاستثمار في المجال الحرفي و نقص المعلومات حول النشاطات الاتصالية الخارجية في ترقية المنتج الحرفي ودعم الحرفيين وذلك من خلال الدراسة الميدانية لمجموعة من الأشخاص الحرفيين في ولاية قلمة، وقد اعتمدنا على مديرية السياحة والصناعات التقليدية كميدان باعتبارها هيئة رسمية لتجسيد قرارات الحكومة في مجال تفعيل

العمل الحرّفي ولكونها على اتصال مستمر مع أصحاب الحرف وتمتلك المعلومات الكافية عنهم ، كذلك قيامها بإعداد أنشطة من ندوات ومعارض تعرض فيها التحف الفنية التي قاموا بها وتكوين جمعيات تتكون من مجموعة من الحرفيين ومن المحتمل أن الاتصال الخارجي يقوم به مديرية السياحة والصناعات التقليدية، يلعب دورا هاما في تفعيل الأنشطة الحرفية وما يقدمه كل حرّفي إذن تبعا لما جاء في إشكالية دراستنا نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- ما دور الاتصال الخارجي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية في دعم العمل الحرّفي؟

ويندرج ضمن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية تمثلت في:

1. ماهي أشكال الاتصال الخارجي الذي تقوم به مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قلمة لترويج العمل الحرّفي؟ (من وجهة نظر الحرفيين)
2. ما مدى فعالية الاتصال الخارجي التي تخص تدعيم العمل الحرّفي؟ (من وجهة نظر الحرفيين)
3. ماهي معوقات الاتصال الخارجي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية في تدعيم العمل الحرّفي؟ (من وجهة نظر الحرفيين)
4. من هو الجمهور الذي تستهدفه مديرية السياحة والصناعة التقليدية في استخدامها للاتصال الخارجي؟ (من وجهة نظر الحرفيين)

ثانيا: أسباب اختيار موضوع الدراسة:

إن اختيارنا لموضوع مساهمة الاتصال الخارجي في مديرية السياحة والصناعات التقليدية يعود لعدة أسباب موضوعية وأخرى ذاتية:

❖ أسباب موضوعية:

- التوجه للبحث في الموضوع لحدائه وإمكانية التوسع فيه.
- الدور المتوقع من طرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية لدعم العمل الحرّفي.
- زيادة الاستثمارات واهتمام وتوجه العائلات نحو العمل الحرّفي في المنطقة.

❖ أسباب ذاتية:

- الميل الشخصي وكثرة الاهتمام بهذا المجال وهذه الأنشطة.
- الرغبة في تشجيع ودعم العمل الحرّفي والصناعات التقليدية.
- الاستفادة من موضوع دراستنا وتطوير معارفنا.

ثالثا: أهمية وأهداف الدراسة

أ-أهداف الدراسة:

- التعرف على أهمية الاتصال الخارجي واستراتيجياته من دعاية واشهار وتحسيس وتحفيز.
- التعرف على تفاعل الجماهير المستهدفة مع النشاطات الاتصالية الخاصة بتطوير الوعي بأهمية العمل الحر في.
- التعرف على تقييم الأنشطة الاتصالية الخارجية في تنمية العمل الحر في.

ب-أهمية الدراسة:

- تركز أهمية دراستنا في متغيرها الأساسيين الاتصال الخارجي، العمل الحر في.
- تعتبر دراستنا من المواضيع الجديدة وكتزويد للبحث أكثر في مجال الاتصال الخارجي لعدم توفر معلومات كافية عن هذه الدراسة في مكتبة الجامعة الجزائرية (قلمة).
- معرفة مدى تأثير الاتصال الخارجي في تحسين صورة وسمعة المؤسسة.
- التعرف على دور الاتصال الخارجي في تحقيق أهداف المؤسسة وبأهميته الدعائية، التحسيسية، التواصلية في توعية الناس بأهمية هذا المجال وهذا النشاط الاتصالي الذي تقوم به مؤسسة مديرية السياحة والصناعة التقليدية قلمة.
- يساهم هذا الموضوع في لفت الانتباه للدور الكبير الذي يقوم به الاتصال الخارجي في دعم العمل الحر في.
- تحفيز الناس في التجاوب مع نظم المؤسسة.
- الاحتياجات المالية والاجتماعية للحرفيين الذين يتخذون من الحرفة دخلا.

رابعا: الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة أرضية واسعة تجعل الباحث يطلع بشكل كافي عن البحث الذي يقوم به كون هذه الخطوة تعتبر ركيزة لجمع المعلومات ويستفيد من خلالها في تطوير أسئلة الدراسة، كما تساعدنا في الاطلاع على الطريقة التي استخدمها الباحثون في دراساتهم لصياغة أسئلة الدراسة التي تفيدنا في البحث، وبناء على هذا قمنا بتفحص دراسات ومذكرات التي تصب في إطار دراستنا و قمنا بتصنيفهم حسب متغيرات الدراسة وهنا اعتمدنا على الدراسات الآتية:

❖ الدراسات المرتبطة بالاتصال الخارجي:

✓ الدراسة الأولى: الموسومة بعنوان "فعالية الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة"¹.

تمثلت التساؤلات الفرعية في:

- ما دور الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة؟
- فيما تتمثل وسائل الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة؟
- ماهي آليات وسبل تحسين الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة؟
- ماهي عوائق اتصال الخارجي بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة؟

❖ الإجراءات المنهجية:

اعتمدت الباحثة على منهج دراسة حالة واستخدمت استمارة استبيان والمقابلة كأداة لجمع المعلومات بحيث تكونت العينة من 30 موظف في مؤسسة اتصالات الجزائر فرع المسيلة (عينة قصدية).

❖ أهم النتائج:

- الاتصال الخارجي يزيد من فاعلية العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة.
- تعتمد مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة على المزج بين مختلف الأساليب الاتصالية في التعامل مع جمهورها الخارجي وهو ما يعبر عن التنوع في الأساليب.
- يغلب الاتصال الغير رسمي على الاتصال الرسمي بمؤسسة اتصالات الجزائر.
- تنظم مؤسسة اتصالات الجزائر زيارات دورية لمحيطها الخارجي كما تهتم بمعرفة رأي متعاملها حول المؤسسة.

❖ تعقيب على الدراسة:

بما أن هذه الدراسة حول الاتصال الخارجي افادتنا في التعرف على المعلومات النظرية حول متغير هام في هاته الدراسة ألا وهو الاتصال الخارجي بحيث استفدنا كذلك باطلاعنا على بعض النظريات الأدبية حول الاتصال الخارجي واثراء الجانب النظري للدراسة والتوسع في بناء موضوعنا واشكاليته وكان الاختلاف من حيث الإجراءات المنهجية فقد اعتمدوا على منهج دراسة حالة ونحن في دراستنا اعتمدنا على المنهج الوصفي.

¹ - الزهرة نويوة، الخنساء شريفى، فعالية الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعي، جامعة محمد بوضياف المسيلة، (2016-2017).

✓ الدراسة الثانية: الموسومة بعنوان " دور الاتصال الخارجي في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية، دراسة ميدانية على عينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر فرع جيجل"¹.

تمثل التساؤل الرئيسي في:

■ ما هو دور الاتصال الخارجي في تحسين صورة اتصالات الجزائر فرع جيجل؟

تمثل التساؤلات الفرعية في:

- ماهي طبيعة العلاقة التي تجمع بين مؤسسة اتصالات الجزائر وزبائنها؟
- ماهي أهم وسائل الاتصال الخارجي التي تعتمد عليها مؤسسة اتصالات الجزائر؟
- هل يساهم الاتصال الخارجي في تحسين صورة مؤسسة اتصالات الجزائر؟

❖ الإجراءات المنهجية:

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي كما استخدمت الملاحظة والمقابلة واستمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات بحيث تكونت العينة من 95 مفردة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر جيجل (عينة عشوائية صدفية).

❖ أهم النتائج:

- أكدت هذه الدراسة على دور الاتصال الخارجي كاستراتيجية في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية لاتصالات الجزائر من خلال استخدام وسائله كإحدى العمليات الأساسية في تعزيز وتحسين صورة المؤسسة.
- اجماع معظم أفراد العينة المستجوبين على مساهمة وسائل الاتصال الخارجي في تحسين صورة المؤسسة خاصة منها الاشهار.
- كشفت الدراسة أن المؤسسة تعتمد إلى جانب الاشهار على وسائل اعلام كوسيلة من وسائل الاتصال الخارجي، كما اعتمدت عليها من أجل تحسين الصورة العامة للمؤسسة.
- أثبتت الدراسة، أن مؤسسة اتصالات الجزائر تمتلك موقع الكتروني خاص بها تستخدمه في الترويج لخدماتها والتعريف بالأنشطة التي تنظمها وتشارك فيها.

❖ التعقيب على الدراسات:

تتقاطع هذه الدراسة مع موضوعنا في متغير واحد وهو الاتصال الخارجي، فهي عاجلت موضوع دور الاتصال الخارجي في تحسين صورة المؤسسة، حيث أفادتنا من الجانب النظري من خلال المفاهيم الخاصة بالاتصال الخارجي،

¹ - عبد المؤمن غبغب، إسحاق عسيلة، دور الاتصال الخارجي في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وتسويق، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، (2017-2018).

كما ركزت على مكانة الاتصال الخارجي ضمن استراتيجية المؤسسة، أما الاختلاف كان من الناحية المنهجية بحيث اعتمدوا على استمارة المقابلة والملاحظة كأداة والمنهج الوصفي التحليلي ونحن اعتمدنا على استمارة الاستبيان كأداة والمنهج الوصفي.

❖ الدراسات المرتبطة بالعمل الحرفي:

✓ الدراسة الأولى: الموسومة بعنوان " الحرف والصناعات التقليدية بمنطقة تيد كلت الغربية، روبرتاج مصور حول النسيج التقليدي".¹

تمثل التساؤل الرئيسي في:

هل استطاعت الحرف والصناعات التقليدية الحفاظ على الموروث الثقافي المادي لمنطقة تيد كلت الغربية؟

وتم تفكيك هذا التساؤل لعدة تساؤلات فرعية نذكر منها:

- هل استطاع الصانع الحرفي التقليدي في هذه المنطقة أن يعطي لأشكاله أسلوبا جديدا ذات صفات متميزة سابقة لتاريخها؟
- هل بإمكان الحرف والصناعات التقليدية المساهمة في التنمية المحلية؟
- هل تلك الرموز والأشكال الفنية التي نلمسها في المنسوجات التقليدية عبارة عن نتاج محلي أم دخيلة عن المنطقة؟

❖ الإجراءات المنهجية:

اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي واعتمدت على أداة المقابلة كأداة لجمع المعلومات وتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة من المختصين بالمجال بمنطقة تيد كلت (أولف).

❖ أهم النتائج:

- من خلال تلك المنسوجات يمكننا أن نلمس روح الترابط والالتحام الوثيق بين الانسان والطبيعة والانسان والمجتمع نفسه.
- تساهم الحرف والصناعات التقليدية بدورها في التنمية فهي تلعب دورا فعالا في تحريك العجلة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.
- يمكننا من خلال المنتج التقليدي أن نؤرخ لفترة ما، ويمكننا أيضا اعتباره وثيقة تاريخية تنبعنا عن الثقافات السائدة في مجتمع ما في فترة من الفترات التاريخية.

¹ - شيماء طبق، الحرف والصناعات التقليدية بمنطقة الصناعات التقليدية بمنطقة تيد كلت الغربية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، قسم العلوم الإنسانية، فرع اعلام واتصال، تخصص صحافة مكتوبة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أحمد دراية أدرار، (2017-2018).

■ الحرف والصناعات التقليدية بسيطة لا تحتاج إلى رأس مال كبير، هي تعتمد على أدوات بسيطة تكلفتها منخفضة مرتبطة بالعمل اليدوي.

❖ التعقيب على الدراسة:

لقد تمت الاستفادة من هذه الدراسة خاصة في شقها النظري، حيث تمكنا من معرفة أنواع الحرف والصناعات التقليدية السائدة ودورها في التنمية وسهولة وبساطة متطلبات انشاء مشروع حرفي وما إلى ذلك من الإجراءات التي يجب على الحرفي اجراءها لممارسة نشاطه الحرفي وكان الاختلاف في استخدام أدوات جمع البيانات، حيث اعتمدوا على المقابلة ونحن في دراستنا استخدمنا استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات.

✓ **الدراسة الثانية:** موسومة بعنوان "دور العمل الحرفي في تحقيق الاستقلال الاجتماعي والمادي للمرأة بالجزائر، دراسة ميدانية للعاملات في حرفة الخياطة ولاية أدرار"¹.

تمثل التساؤل الرئيسي في:

— ما مدى مساهمة العمل الحرفي في تحقيق الاستقلال الاجتماعي للعاملات في حرفة الخياطة؟

وتم تفكيك التساؤل إلى عدة تساؤلات فرعية تمثلت في:

■ ما مدى مساهمة العمل الحرفي في تحقيق الاستقلال الاجتماعي للعاملات في حرفة الخياطة؟

■ ما مدى مساهمة العمل الحرفي في تحقيق الاستقلال المادي للعاملات في حرفة الخياطة؟

❖ الإجراءات المنهجية:

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي المسحي واستخدمت استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات وتمثل مجتمع الدراسة في 102 حرفية نشطة في حرفة الخياطة (عينة قصدية).

❖ أهم النتائج:

- بالرغم من أن عمل المرأة يعرف القبول واستحسان عام من جهة نمط العمل، إلا أننا نجد من خلال معطيات الجداول السابقة ضغوط اجتماعية لبعض الحرفيات، وهي تدل على وجود قيود اجتماعية وأفكار سلبية خاصة من لها باع طويل وخبرة في الحرفة.
- تتعرض الحرفيات لنوع من الحرج الاجتماعي يحول دون حركية البعض منهن وخضوعهن للهيمنة الذكورية وعدم اتاحة الفرصة لها لتنتقل بمفردها لترويج منتجاتها واعتمادها على العلاقات والحيز المحلي.

¹ -رقاني الزهراء، لعلى بكميش، دور العمل الحرفي في تحقيق الاستقلال الاجتماعي والمادي للمرأة بالجزائر، مجلة الحوار الفكري، جامعة احمد دراية ادرار ، الجزائر، العدد 15، 2018، ص ص 159-190.

- تتكفل الغالبية من الحرفيات بأنفسهن وأسرهن وهو ما تم توضيحه ضمن معطيات الجداول السابقة لهذا تكون الحرفية أكثر احتجاجا لمدخول يحقق لها اكتفاء نسبي.
- مساهمة المرأة في الإنتاج يساهم في تغيير النظرة للمرأة بالرغم من أن عملها الأول في البيت، إلا أنهن يساهمن في الإنتاج.

❖ التعقيب على الدراسة:

في هذه الدراسة تناول الباحثان العمل الحرفي في تحقيق الاستقلال الاجتماعي والمادي للمرأة في الجزائر بشكل خاص، وتنحن في دراستنا تناول العمل الحرفي بشكل عام كونه يعتبر في الفترة الأخيرة مهنة تمارس بكثرة في ولاية قلمة، بحيث تمت الاستفادة من متغير له علاقة مع الدراسة البحثية المراد إنجازها الا وهو العمل الحرفي كما اختلفوا في عينة الدراسة فقد اعتمدوا على العينة القصدية عينة للدراسة ونحن اعتمدنا على العينة العشوائية.

خامسا: مفاهيم الدراسة:

1-الدور:

الدور لغة: هو الجزء الذي يؤديه الشخص أو الشيء في موقف محدد¹.
اصطلاحا: هو مجموعة من الأنماط المرتبطة، أو الأطر السلوكية التي تحقق ما هو متوقع في مواقف معينة، وتترتب على الأدوار إمكانية التنبؤ بسلوك الفرد في المواقف المختلفة.²
إجرائيا: هو المسؤولية المحددة لكل طرف في موضوع أو قضية ما ويحدد الدور ما يجب على كل طرف فعله.

2-الاتصال:

تضمنت الدراسة مفاهيم أساسية تمثلت في:

الاتصال لغة: اتصل، اتصلا لصق الشيء بالشيء، التصق به، لزم وتعلق به ودام معه.³
اصطلاحا: "هو عبارة عن تبادل المعلومات ونقل المعنى، ومن ثم إذا لم ينتقل المعنى الذي يقصده المرسل إلى الشخص المرسل إليه فإن الاتصال لا يكون قد تم".
"الاتصال هو عملية ما بين الأشخاص إرسال واستلام رموز تتضمن رسائل".⁴

¹ - إبراهيم أحمد، حسن الجبوري، الدور التركي الإقليمي في المنطقة العربية، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن - عمان، 2019، ص 28.

² - السيد محمود إبراهيم سعد، المخطط التعليمي دوره في ربط البحث بصنع السياسة التعليمية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2011، ص 220.

³ - محمد جمال الدين زعين، الاتصال بفعل الإنسان سببا لكسب الملكية، دار أمجد للتوزيع والنشر، عمان، الأردن، 2017، ص 28.

⁴ - محمد الفاتح المغربي، السلوك التنظيمي، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة، 2018، ص 149.

ويعرف كذلك على أنه: "العملية التي تنقل بها الرسالة من مصدر معين إلى مستقبل واحد أو أكثر بهدف تغيير السلوك".¹

3-الاتصال الخارجي:

" يعرف الاتصال الخارجي على أنه الجهود المخططة للتأثير في الرأي العام من خلال الأسلوب الجيد والأداء المسؤول الذي يعتمد على الاتصال الثنائي المتبادل أي من خلال علاقة التأثير والتأثير".

" هو إلا مجموعة من العمليات الاتصالية المقصودة والتي تتم بين المؤسسة كمرسل ومحيطها كمستقبل، حيث ترسل جملة من الرسائل والمعلومات التي تتعلق بالمؤسسة أو منتجاتها وخدماتها في شكل رموز، أو أنشطة معتمدة في ذلك على تخصصات وتقنيات الاتصال المختلفة".²

إجرائيا:

يشمل الاتصال الخارجي في التوظيف المقصود لمجموعة من الوسائل والتعليمات من قبل مديرية السياحة والصناعات التقليدية في تفاعلها مع الجمهور المستهدف بغرض تحقيق أهدافها في الترويج لمختلف عروضها.

4-الدعم:

الدعم لغة: دعمه دعما أسنده بشيء يمنعه من السقوط ويقال: دعم فلانا أعانه وقواه وثبته، والدعامة عماد البيت الذي يقوم عليه.³

اصطلاحا: هو المساعدة التي يتلقاها شخص من شخص آخر حتى يتمكن من تلبية احتياجاته، ليتمكن من الحصول على السلعة أو خدمة من بين أمور أخرى.⁴

إجرائيا: تعني المساعدة والدعم الذي يقدمه شخص ما لآخر وقد يتضمن ذلك المساعدة في الأمور اليومية و في التغلب على مشكلات او صعوبات معينة.

5-العمل الحرفي:

• العمل:

لغة: يعرفه لسان العرب على أنه كلمة تدل على: كما قال الله تعالى في أية الصدقات "...والعاملين عليها" هم السعاة الذين يأخذون الصدقات من أربابها، وأحدهم عامل وساع.

1 - هنادي محمد بركات لخلايلة، الاتصال الخارجي في السنة النبوية، الأردن، د. ن، 2006، ص 8.

2 - بوهدة شهرزاد، الاتصال الخارجي أداة لتعزيز علاقات مؤسسات التعليم العالي مع محيطها الخارجي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد 01، 2020، ص ص 54-67.

3 - الدكتور أحمد عرفة، أحمد يوسف، الدعم الاقتصادي حقيقته وأنواعه، دار التعليم الجامعي، مصر الإسكندرية، 2019، ص 17.

4 - تعريف الدعم، <https://ar.facts-news.org>، تاريخ الاطلاع 2023/03/12، الساعة: 15.24.

"العمل: المهنة والفعل، والجمع أعمال، عمل عملا، وأعمله غيره واستعمله"¹.
اصطلاحا:

تطلق كلمة "العمل" بالاصطلاح الفلسفي على نشاط الإنسان الإرادي المقترن بالجهد (أي التعب أو المشقة) لغرض نافع غير التسلية واللهو، وتطلق بالمعنى الديني أيضا على التعب بالفرائض أو المستحبات الدينية، وقد تضمنت في الدين الإسلامي المعنى الديني والاجتماعي والسلوكي والاقتصادي أيضا، وتطلق كلمة عمل بالمعنى الاقتصادي العام على الجهد البدني والعقلي الذي يبذله الإنسان في مجال سعيه الديني من أجل الارتزاق والاكْتساب.²

• الحرفة:

لغة: هو اسم من الاحتراف وهو الاكْتساب، وهو يحرف لعياله ويحترف ويقرش ويقترش بمعنى يكتسب من هنا وهنا، والحرفة: الصناعة، وحرفة الرجل ضيعته أو صنعته وحرف لأهله وإحترف: كسب وطلب واحتال، وقيل الاحتراف الاكْتساب أي اكان.³

اصطلاحا:

هي كل نشاط الانسان ليتفاعل فيه مع البيئة المحيطة ليطورها حسب حاجياته ويصنع منها عالم أشياءه فمثلا الإبل يأخذ منه ألبانها، ويصنع منه أنواعا من الجبن والدهن وكانا أهل المغرب الإسلامي يطلقون على من يعمل في الصناعات لفظ "الصناع" وهم الذين يعملون بأبدانهم وأدواتهم في انتاج مصنوعاتهم المختلفة ويعيشون من بيع ما ينتجون.⁴

• الحرفي:

يرد الحرفي لغة: craftsman أو crafts Person في قاموس oxford على أنه: الشخص الماهر الذي يصنع أشياء جميلة بيده، فالحرفي هو الماهر والعارف بتفاصيل حرفة معينة.

وفي القانون الجزائري لم يعرف "الحرفي" مفهوما محددًا حتى ظهور القانون 12-82 المؤرخ في 9 ذي القعدة عام 1402 هجري الموافق لسنة 1988 والذي تضمن القانون الأساسي للحرفي، وقد ورد ضبط المفهوماتي للأخير دون تمييز للرجل والمرأة، فنصت المادة الثالثة منه على:

1 - ابن منظور، لسان العرب، طبعة 1، دار المعارف، د. ن، القاهرة، ص 3107-3108.

2 - ربيعة جعفر، الزهرة باعمر، مفهوم العمل لدى الأستاذة الجامعية، مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية، جامعة بابل العراق، العدد 39، 2018، ص 709.

3 - ابن منظور، لسان العرب، طبعة 1، دار المعارف، القاهرة، د. ن، ص 839.

4 - ازرار ليلة، مفاهيم حول الحرف والصناعة، جامعة البويرة، د.ن، متاح على الرابط الالكتروني.

" يعتبر حرفيا في نظر هذا القانون كل شخص له المؤهلات المهنية المطلوبة ويملك أداة عمله، ويمارس نشاطا بغرض الإنتاج أو التحويل أو الصيانة أو التصليح أو أداء الخدمات المادية، ويتولى بنفسه إدارة نشاطه، وتسيير وتحمل مسؤولياته".¹

العمل الحرفي إجرائيا:

هي نشاطات يقوم بها الأفراد معتمدين فيها على مهاراتهم الفردية، بواسطة الأدوات البسيطة، وتهدف للتعريف بثقافة مجتمع معين وعاداته وتقاليده وتكون مستمدة من مختلف الأشياء.

سادسا: الإجراءات المنهجية:

يعتمد تحديد منهج الدراسة على الهدف الذي يسعى الباحث لتحقيقه إذ يتضمن تحديد منهج الدراسة واختيار الأساليب والأدوات المناسبة لجمع البيانات وتحليلها وتحديد المجتمع الدراسي وعينة الدراسة إن وجدت، ولذلك فالمنهج يعرف بأنه هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة مشكلة أو ظاهرة لاكتشاف الحقيقة والإجابة عن الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها البحث.²

- " ويعرف بأنه الطريقة العلمية المتبعة في بحث من البحوث والتي توصل إلى نتائج البحث بسرعة ونظام ودقة وكفاءة".³
 - " ويعرف أيضا المنهج المذهب الفكري والفلسفي المبني على مجموعة من الأفكار والآراء والمبادئ التي على أساسها تتم دراسة وبحث قضية أو مشكلة أو مسألة معينة أو موضوع معين".

- " هو آلة تعتمد على مبادئ وقواعد معيارية تقود الباحث عند رعايتها للوصول إلى معلوم من مجهول".⁴
 انطلاقا من دراستنا اعتمدنا على المنهج الوصفي بهدف الوصول إلى نتائج يمكننا الاستفادة منها، حيث يمكننا استخدام أدوات مختلفة للحصول على بيانات التي تساعدنا في تفسير النتائج وتحليلها بشكل صحيح.
 أ. تعريف المنهج الوصفي: يعرف المنهج الوصفي بأنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كما وكيفها عن طريق جمع وتحليل البيانات وإخضاعها للدراسة الدقيقة.⁵

1 - عبد الإله بن نية، ليليا بن صويلح، تظاهرات نشاط المرأة الحرفية على موقع التواصل الاجتماعي، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، جامعة 20 اوت 1955 سكيكدة، الجزائر، عدد 01، 2021، ص 575.

2 عامر محمود شينبور، المنهج الفينومينولوجي في دراسة الدين، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، عمان، الأردن، 2022، ص 15.

3 فجارى مختار، مناهج البحث اللغوي والأدبي في العصر الحديث دار الزمان للنشر والتوزيع، السعودية، 2012، ص 8.

4 محمود مصطفى حلاوي، منهجية البحث الأكاديمي، دار الأرقم، السعودية، 2010، ص ص 13-14.

5 فهد بن سيف الدين غازي ساعاتي، مناهج البحث العلمي في الإدارة الرياضية، الغربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص 93.

ب. خطوات المنهج الوصفي:

- تحديد لمشكلة المراد دراستها ويفضل أن يتم صياغتها في شكل سؤال.
- صياغة فروض الدراسة والتي يمكن أن تجيب عن سؤال البحث بصورة مؤقتة ومن ثم يبدأ الباحث بجمع المعلومات إلى أن يتم إثباتها ودحضها.
- اختيار العينة التي ستجرى عليها الدراسة وتحديد حجمها ونوعها.
- اختيار أدوات جمع البيانات والمعلومات المناسبة "مقابلة، استبيان، ملاحظة". والقيام بجمع المعلومات المطلوبة بطريقة منتظمة.

- يقوم الباحث بكتابة النتائج وتفسيرها ويختبر الفروض وتقديم عدد من التوصيات¹.

ج. خصائص المنهج الوصفي:

- إن المنهج الوصفي يعتبر الأنسب في التعامل مع الظواهر الإنسانية والاجتماعية.
- يستخدم الباحث هذا المنهج عندما تتوفر لديه معرفة ومعلومات كافية عن الظاهرة.
- يتصف المنهج الوصفي بأنه واقعي لأنه يدرس الظاهرة كما هي موجودة في الواقع².

ح. أهداف المنهج الوصفي:

- جمع معلومات حقيقية ومفصلة لظاهرة موجودة فعلا في مجتمع معين.
- تحديد المشاكل الموجودة أو توضيح بعض الظواهر.
- تحديد ما يفعله الأفراد في مشكلة ما والاستفادة من آرائهم وخبراتهم في وضع وتصور وخطط مستقبلية واتخاذ قرارات مناسبة في مشاكل ذات طبيعة مشابهة.
- إيجاد العلاقة بين الظواهر المختلفة³.

خ. مزايا المنهج الوصفي:

¹ سعد الساكني، معايير المحاسبة الدولية والأزمة المالية العالمية، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2016، ص ص 17-18.

² محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الانسانية، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص 119.

³ اسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص 54.

- هو أفضل طريقة يمكن استخدامها عندما يكون اهتمام الباحث منصباً بصفة أساسية على الخصائص الاجتماعية وعلى البيانات التي يمكن أن تخضع للمعالجة الكمية ويمكن لهذا المنهج أن يتوصل إلى نتائج أكثر صدقاً من النتائج التي تتوصل إليها من خلال الملاحظات أو المقابلات المتخصصة¹.

د. عيوب المنهج الوصفي:

- اصطدام الباحث بتعدد الظواهر، مما يجعل إمكانية العزل والضبط والقياس صعبة، وهذا ما يؤثر على صياغة الفرضيات ومن ثم صعوبة التأكد منها
- وجود مجال واسع لتحفيز الباحث في جمع المعلومات و ميله لاستخدام مصادر بعينها، ويرى أنها تزوده بما يحتاج، وليس بالضرورة بما هو حقيقي، لأن الباحث يتعامل مع ظواهر اجتماعية عادة ما يكون طرف فيها.
- ارتباط البحوث الوصفية بظواهر محدودة بالزمان والمكان، ولهذا من الصعب تقييم نتائجها لتغير المواقف².

2. أدوات جمع البيانات:

1- استمارة الاستبيان: هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة حول موضوع معين بحيث تغطي كافة جوانبه مما يسمح لن بالحصول على البيانات اللازمة للبحث عن إجابات المبحوثين³.

أ. خطوات إعداد استمارة الاستبيان:

- تحديد نوع المعلومات التي يرغب الباحث الحصول عليها.
- تحديد شكل الأسئلة أو الاستجابات والصياغة وتسلسلها.
- اختبار الاستمارة قبل تعميم تطبيقها على المبحوثين.

¹ إبراهيم جابر السيد، المتغيرات البيئية وأثرها على تربية الأطفال، دار التعليم الجامعي، مصر، 2013، ص 55.

² بوراس منير، المنهج الوصفي في الدراسات الإنسانية والاجتماعية، مجلة النبراس القانونية، جامعة العربي التبسي تبسة، الجزائر، العدد 4، 2023، ص 192.

³ رجة نبار، الاستمارة في البحث العلمي، مجلة الشامل للعلوم التربوية والاجتماعية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 1، 2022، ص 49.

- تنسيق الاستمارة وإعدادها في صورتها النهائية¹.

ب. مميزات الاستبيان:

- قلة التكاليف والنفقات اللازمة لجمع البيانات.

- توفير الوقت والجهد من عدد الباحثين المساعدين اللازمين لعملية جمع البيانات.

- يساعد الاستبيان في الحصول على بيانات قد يصعب على الباحث الحصول عليها إذا ما استخدم وسائل أخرى.

- تتوفر للاستبيان ظروف التقنين أكثر مما توفر لوسيلة أخرى.

- يوفر الاستبيان وقت للفرد للإجابة على أسئلة الاستمارة أكثر من الوسائل مباشرة ويطلب منه الإجابة عقب توجيه

السؤال.²

ت. تبرير استخدام الاستمارة: في هذه الدراسة اخترنا استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات كونها توفر الجهد،

الوقت وسهولة توزيعها وتساعدنا في الحصول على معلومات قد يصعب على الباحث الوصول إليها إذا اعتمد

على أدوات أخرى.

من خلال الدراسات السابقة التي ترتبط بموضوعنا وبعد التشاور مع الأستاذ المشرف تم تصميم استمارة استبيان

تضمنت 18 سؤال موزعة على 4 محاور كما يلي:

- المحور الأول: أشكال الاتصال الخارجي ومساهمتها في الترويج للعمل الحر.

- المحور الثاني: فعالية الاتصال الخارجي لتدعيم العمل الحر.

- المحور الثالث: معوقات الاتصال الخارجي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية.

- المحور الرابع: الجمهور المستهدف من طرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية.

3. مجالات الدراسة:

- تعد عملية تحديد مجالات الدراسة، خطوة أساسية وضرورية للقيام بالدراسة فهي تسهل على الباحث العمل وتضفي

المصداقية لنتائج الدراسة.

¹ إيهاب عيسى المصري، كراق عبد الرؤوف، المقاييس والاختبارات، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2015، ص 284.

² مروان عبد الحميد إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 195.

- من الخطوات الضرورية التي يجب على الباحث القيام بها هي تحديد مجالات الدراسة كونها تسهل عملية البحث وتضفي مصداقية لنتائج دراسته وتنقسم مجالات الدراسة إلى نوعين هما:

1- المجال المكاني للدراسة: تم إجراء دراستنا بمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قالمة.

2- المجال الزمني للدراسة: امتدت فترة تربصنا من 1 فيفري 2023 إلى 9 أفريل 2023

4. مجتمع وعينة الدراسة:

يمكن تعريف مجتمع البحث بأنه المجتمع الإحصائي الذي تجرى عليه الدراسة، ويشمل أنواع المفردات كلها، وهناك ارتباط وثيق بين مشكلة البحث ومجتمع البحث ويتبع الباحث إحدى الطريقتين لجمع المعلومات الخاصة بدراسته، فهو إما يتناول كامل المجتمع ويسمى مجتمع البحث وإما أن يختار عينة من ذلك المجتمع تسمى عينة الدراسة¹.

يمكن تعريف العينة بأنها ذلك الجزء من مفردات ظاهرة الدراسة، ويفضل الباحثون الأخذ بالعينة بدلا من الأخذ بالمجتمع الأصلي للدراسة لأسباب منها:

1. تزويد عينة الباحث بالبيانات اللازمة التي يجدها في حالة الأخذ بمجتمع الدراسة.

2. يختصر الوقت على الباحث فلا يجد الباحث نفسه مضطرا إلى أخذ وقت طويل في تطبيق الدراسة².

وفقا لطبيعة دراستنا اخترنا أن تكون عينة دراستنا عينة عشوائية، فهي إحدى أنواع العينات في البحث العلمي ويتم تعريفها على أنها: "العينة التي يكون فيها احتمال اختيار جميع المفردات المتساوي والمعروف ويمكن حسابه"³.

وحيث يتمثل مجتمع دراستنا في العدد الإجمالي للحرفين لولاية قالمة 4013 هذا حسب الاحصائيات المقدمة لنا من طرف غرفة الحرف والصناعات التقليدية، وتوزع حسب التصنيفات التالية:

صناعة تقليدية فينة	صناعة تقليدية إنتاج مواد	صناعات حرفية تقليدية للخدمات
حرفي خياطة ألبسة تقليدية 960 حرفي	حرفي صانع مجوهرات وصياغة 442 حرفي	حرفي بناء 975

¹ عبد الله شعبان محمد قطب، مهارات كتابة خطة البحث، دار السحاب للطباعة والنشر، القاهرة، 2021، ص 81.

² قاسم محمد كريم الحسموتي، القيم في كتب التاريخ المدرسية، دار ابن نفيس، عمان، الاردن، 2019، ص 60.

³ متولي النقيب، مهارات البحث عن المعلومات وإعداد البحوث الرقمية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص 110.

حرفي حلقة نساء 305	حرفي نجار 364	حرفي صانع حلويات تقليدية 312 حرفي
حرفي دهان بنايات 272	حرفي خياط ملابس جاهزة 206	حرفي صانع عجائن غذائية تقليدية 177

ونظرا لضيق الوقت وصعوبة الوصول إلى العينة تم اختيار العينة العشوائية في حدود 61 مفردة.

الفصل الثاني: الاتصال الخارجي

تمهيد:

اولا: نشأة وتطور الاتصال

ثانيا: اهمية واهداف الاتصال الخارجي في المؤسسة

ثالثا: اشكال الاتصال الخارجي

رابعا: مجالات الاتصال الخارجي

خامسا: وسائل الاتصال الخارجي

سادسا: جمهور الاتصال الخارجي

سابعا: معوقات الاتصال الخارجي

خلاصة الفصل

تمهيد:

أصبح النشاط الاتصالي الذي تمارسه المؤسسات بإختلاف أنواعها إلزامية واستحالة عزله وتجاهه، إذا فمن الضروري تنمية هذا النشاط بما يواكب تطورات العصر الحاصلة، لامتيازه في المحافظة على العلاقات الإنسانية وفي تقارب الصلة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي باعتباره ركيزة قيام المؤسسة. فوجد المؤسسات اليوم تعتمد تقنيات اتصالية حديثة في تعاملها مع جمهورها من بينها الاتصال الخارجي باعتباره وسيلة تساهم في دعم وتنمية علاقات المؤسسة مع جمهورها الخارجي وأدواره الفعالة والمختلفة.

أولاً: نشأة وتطوير الاتصال

لقد تطورت عملية الاتصال ووسائله وقنواته تطوراً كبيراً عبر العصور، فالإنسان كان حريصاً على نقل أفكاره ومشاعره لاستخدام وسيلة الاتصال الشفوي إلا أن هذه الطريقة محدودة عادة بالزمان والمكان، بعد ذلك بدأ يسجل الأفكار والحوادث من خلال الصور التي نقشها على الجدران،¹ ثم وصل لعصر الكتابة اليدوية البدائية قبل أن يعرف الطباعة ويدخل منها إلى عصر الاتصال الجماهيري بدءاً بالصحافة الورقية ثم المسموعة التي عرفت في بدايات القرن 20 تمهيداً للوصول إلى مرحلة الاتصال التفاعلي: أنترنت، صحافة إلكترونية...

1- عصر الإشارات والاتصال الغير لفظي:

مارس الإنسان البدائي الاتصال من خلال عدد محدود من الأصوات مثل الزجرة والهمهمة والدمدمة والصراخ إضافة إلى استخدام الإشارات بالأيدي والأرجل فكان التفاهم صعباً وبطيئاً أدى إلى تخلف البشرية آلاف السنين نظراً لضعف القدرة البشرية على التعبير عن ذاتها فضلاً عن أفكارها.²

2- عصر التخاطب والاتصال اللفظي:

الحاجة للبقاء دفعت الإنسان للتعلم شيئاً فشيئاً وهو ينتقل ببطء تدريجي من العصر الحجري لآلاف السنين إلى عصر الحياة المستقرة في جماعات تزايدت أعدادها مع مرور الزمان وبدأت تصنع لنفسها لغة تخاطب منطوقة تساعد على تأقلم الناس مع بعضهم وكانت الرموز التصويرية من خلال صور ورسومات بدائية يتم حفرها على الحجارة هي الخطوة الأولى في تعلم النطق والكتابة.³

¹ - ربحي مصطفى عليا، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار صفاء، عمان، 2005، ص31.

² - مدحت مطر، لغة الإعلام والخطاب، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2020، ص8.

³ - مراحل تطور الاتصال، موقع بلوغر، <https://moderninstractions.blogspot.com>، تاريخ النشر: 12-12-

2017، تاريخ الاطلاع 17-04-2023، الساعة 9:45.

3- عصر الكتابة:

استغرق الإنسان ملايين السنين حتى توصل الى القدرة على استخدام الثقة واستغرق الأمر عدة قرون حتى أصبحت الكتابة إحدى حقائق الحياة الإنسانية، إن قصة الكتابة هي قصة الانتقال من الكتابة التصويرية عن طريق الصور والرسومات المعبرة الى الكتابة الرمزية التي تستخدم حروف بسيطة ثم كتابة الألف البائية التي يمكن تحديدها تاريخياً بالألف الأول قبل الميلاد في منطقة الشرق الأدنى القديم.¹

4- عصر الطباعة:

ويرجع تاريخ ظهور الطباعة الى عام 1436 أي في القرن 15 ميلادي، حينما اخترع جوتنبرغ الألماني مطبعة البدائية والتي فتحة أفاقاً عدة في مجال التواصل الإنساني ومشكلة علامة فارقة في تاريخ تطور البشرية بشكل عام.²

5- عصر الاتصال الجماهيري:

شهد القرن 19 معالم ثورة الاتصالات الجماهيرية والتي اكتمل نموها في القرن 20 وكان من أسبابه الثورة الصناعية في العالم المتقدم والتي صاحبها التوسع في فتح أسواق جديدة كانت بحاجة الى الاتصال الغير مباشر خارج الحدود ما بين المنتجين والموزعين والمستهلكين³، ومع ظهور ونجاح الصحافة الجماهيرية الآن أصبحت سرعة نشاط الاتصال البشري في تزايد مستمر.⁴

6- عصر الاتصال التفاعلي:

حيث شهد النصف الثاني من اقرن 20 من أشكال تكنولوجيا الاتصال ما يتضاءل أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا الأكثر تعقيداً ذلك الاندماج الذي حدث بين تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الأقمار الصناعية أو أجهزة الكمبيوتر لتخزين وتحليل واسترجاع المعلومات.⁵

1 - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2020، ص 83.

2 - رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2015، ص 83.

3 - مدحت مطر، مرجع سبق ذكره، ص 11.

4 - سناء محمد سليمان، سيكولوجيا الاتصال الإنساني ومهاراته، عالم الكتاب، القاهرة، 2013، ص 67.

5 - عبد الرزاق دليمي، الإعلام في ظل التطورات العالمية، دار البازوري العلمية، عمان، الأردن، 2017، ص 91.

ثانيا: أهمية وأهداف الاتصال الخارجي في المؤسسة:

1- أهمية الاتصال في المؤسسة:

لا يمكن تصور أي مؤسسة خالية من أي شكل الاتصال فالاتصال هو جوهر نشاط المؤسسة أي نقص أو غياب للمعلومات يعني اضطراب وظائف المؤسسة، فالاتصال هو محور كل العمليات في المؤسسة رسمية كانت أم غير رسمية بحيث يترتب عليه فعالية الأداء من حيث اتخاذ القرارات وبناء الهيكل التنظيمي وفعالية القيادة وحركية الجماعات والدفاعية والبيئية التنظيمية والتغيير التنظيمي والعلاقات العامة التي تقوم بها المؤسسة.¹

فالالاتصال نشاط إداري واجتماعي داخل المنظمة، حيث أنه يساهم في نقل المفاهيم والآراء والأفكار عبر القنوات الرسمية لخلق التماسك بين مكونات المنظمة وبالتالي تحقيق أهدافها.

تعد عملية الاتصال ضرورة أساسية في توجيه وتغيير السلوك الفردي والجماعي للعاملين في المنظمة، والاتصال وسيلة أساسية لإنجاز الأعمال والمهام والفعاليات المختلفة للمنظمة.

يهدف الإتصال لتحقيق التفاعل والتبادل المشترك للأنشطة المختلفة للمنظمة من خلال عملية الإتصال يستطيع الرئيس الاطلاع على عمل مرؤوسيه من جهة كما يستطيع من جهة أخرى التعرف على مدى تقبلهم لأفكاره وآراءه وبالتالي فهو وسيلة رقابية وإرشادية للرئيس مع مرؤوسيه.²

2- أهمية الاتصال الخارجي:

نعمل المؤسسات على تكوين علاقات جيدة مع جمهورها أساسها التفاهم المتبادل، فهي بهذا تسعى لتطوير اتصالاتها الخارجية لما له من أهمية في تكوين هذه العلاقة بحيث تكمن أهميته في:

- 1- يساعد الاتصال الخارجي في بناء سمعة جيدة وصورة إيجابية للمنظمة تضعها موضع ثقة المستفيدين، وتعني المنظمة أن تزويد المعنيين بمعلومات موثوقة حول الأمور التي تقع ضمن تفويضها يساهم في بناء الثقة العامة.³
- 2- تقديم المعلومات التي يهتم الجمهور بمعرفتها حول المنتج أو الخدمة عن طريق وسائل الاتصال الخارجي.
- 3- تعريف الرأي العام بسياسة المؤسسة من خلال ما يقوم به الاتصال الخارجي من شعارات وملصقات.

¹ - ناصر قاسمي، الاتصال في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2016 ، ص15.

² - جمادي منيرة، الاتصال في المؤسسة وتطوره عبر مدارس الفكر الإداري والتنظيمي، مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد، جامعة زيان عاشور الجلفة ، الجزائر ، عدد 1 ، 2019 ، ص39.

³ - بهاء زكي محمد، قلم المدير العام، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن ، 2018 ، ص282.

4- يعمل الاتصال الخارجي على إقناع الجمهور بالمنتج أو الخدمة ليدفع بهما نحو الرضا وبالتالي يحصل على الرضا.

5- الاتصال الخارجي لا يقتصر على الأفراد بل حتى المؤسسات التي تسعى المؤسسة الى بعث التعاون المشترك بينها وبين المؤسسات الأخرى.

6- المساهمة في توضيح رفاهية المؤسسة أي من تحقيق الكسب والربح المادي من خلال تقنيات الاتصال الخارجي من مساعدات وأعمال خيرية لها تأثير إيجابي على صورة المؤسسة.¹

3- أهداف الاتصال الخارجي:

تتمثل الاتصالات الخارجية للمؤسسة في تبادل البيانات والمعلومات والتغذية الرجعية بين المنظمة وذوي المصالح وتتم هذه الاتصالات عبر قنوات رسمية وأخرى غير رسمية سواء التقليدية منها، أو الإلكترونية الشفهية أو التحريرية وهناك نوعين من الأهداف.

أهداف عامة: تتمثل في إيصال المعلومات والبيانات إنطلاقاً من الأسلوب الإقناعي.

أهداف خاصة: أي الوصول بالعملية الاتصالية وإكساب الزبون وبالتالي تحقيق المنفعة الخاصة.²

أما الدكتور فهمي العطرزي فقد شمل أهداف الإتصال الخارجي في النقاط التالية:

- كشف اتجاهات وميول جمهور المؤسسة.
- وضع برامج تتلاءم مع الأهداف العامة للمؤسسة والتعري 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.³
- دعم سياسة المؤسسة.

1 - عبد الفاتح محمد دويدات، سيكولوجيا السلوك الإنساني، دار النهضة العربية، بيروت ، 1995، ص284.

2 - بوهدة شهرزاد، الاتصال الخارجي أداة لتعزيز علاقات مؤسسات التعليم العالي مع محيطها الخارجي، مجلة العلوم الإنسانية، محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، العدد 1، 2020، ص ص 2 ، 3.

3 - محمد فهدي العطرزي، العلاقات الإدارية والمؤسسات العامة، عالم الكتب، القاهرة، ص320. [سارة قلقول الاستراتيجية الاتصالية للمؤسسة السياحية، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014/2015، ص75.

- تعزيز ثقة جمهور المؤسسة
- توسيع مجال خدماتها وأسواقها.¹
- إشباع حاجات العملاء ورغبتهم من خلال توفير السلع أو الخدمات تستجيب لهذه الحاجات والرغبات.
- تزويد الجمهور بالحقائق حول أنشطتها وفعاليتها والحصول على تغذية عكسية منه.
- إبرام الاتفاقيات والمعاهدات بين الأطراف ذات العلاقة كافة لتحقيق منافع متبادلة.
- التوفيق بين مصالح كافة الأطراف ذات صلة بأنشطة المنظمة والتي تتمثل في إشباع رغبات المستهلكين وحاجاتهم والأرباح لأصحاب المنظمة، ثم رفاه المجتمع.²

ثالثا: أشكال الإتصال الخارجي.

ويمكن تقسيم الإتصال الخارجي الى 3 أنواع:

1- اتصال خارجي عملياتي، 2- اتصال خارجي استراتيجي، 3- اتصال خارجي حول السمعة.

1. **اتصال خارجي عملياتي:** يتم هذا النوع من الإتصال من منطلق إحساس أعضاء المؤسسة وشعورهم بوجود تقديم خدماتهم لها في نطاق اتصالي مباشر مع المحيط باعتبارهم ممثلين لهذه المؤسسة ومرآة عاكسة لها أمام الجمهور بكافة أنواعه (زبائن، موردين، سلطات عمومية، مساهمين، البنوك...) وذلك من خلال إعطاء صورة إيجابية عن المؤسسة ومحاولة الحصول على معلومات يتم دمجها ضمن شبكة أو بنك المعلومات التي تستخدمه المؤسسة كمدخلات وتحويله الى مخرجات.³

2. **اتصال خارجي استراتيجي:** وهناك مظهران لهذا الإتصال:

النوع الأول: يتولى إنشاء وتكوين الشبكات لأن هدف المؤسسة هو تحقيق ذاتها وتنمية علاقات نشيطة مع المحيط الخارجي، إذ يعتبر كوسيلة دفاعية ونظام إنذار يمكن أن يخدم المؤسسة في حالة وجود صعوبات أو أزمات.

¹ - صالح خليل أو الاصبغ، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق، الأردن، 1998، ص97.

² - بشير العلاق، الاتصال في المنظمات العامة، دار اليازوري، عمان، 2014، ص112.

³ - الاتصال الخارجي للمؤسسة، <https://cte.univ-setif.dz>، تاريخ الاطلاع : 28-03-2023، الساعة 22:50.

النوع الثاني: تضع المؤسسات في هذا النوع قنوات لجلب المعلومات من البيئة المحيطة وهذا لجمع معطيات عن المنافسين، والتطورات الحاصلة في البيئة والتغيرات الاجتماعية، كل هذه تشكل مادة هامة يمكن الإستعانة بها في عملية إتخاذ القرار على مدى طويل وقصير.¹

3- اتصال خارجي حول السمعة " الصورة ":

إن الصورة الخارجية هي تلك الموجهة لأشخاص من خارج المؤسسة، فالإتصال المتعلق بالصورة يكون اتصالا خارجيا ويرتكز أساسا على الترويج، بحيث أن الجمهور " الزبائن " يحكم على صورة المؤسسة من خلال: جودة منتجاتها، مستوى إعلاناتها، علامتها التجارية، شارتها " logo " مشاركتها في التظاهرات الرياضية وفي الأعمال التطوعية والخيرية، لكن هذا لا يكفي لإطلاق حكم على المؤسسة إنما هناك عناصر أخرى تأخذ بعين الإعتبار وهي: الحالة المالية للمؤسسة، ووضعيته في السوق المالية، حجم قنواتها التوزيعية، خبرتها في مجال نشاطها، وثائقها الرسمية وبطاعتها الخاصة، دون ن ننسى عاملا مهما في تحديد صورة المؤسسة ألا وهو الصورة الداخلية التي ينقلها العمال عن مؤسستهم.²

رابعاً: مجالات الإتصال الخارجي

1- العلاقات العامة:

يعرف قاموس ويستر العلاقات العامة أنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو إتحاد أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين والمستخدمين وكذلك الجمهور بوجه عام لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه، وأهم ما أشار إليه هذا التعريف هو أنه يقصر دور العلاقات العامة على نوع معين من المؤسسات أو الأجهزة أو على نوع معين من المهن بل أنه أوضح أن العلاقات تمارس في كافة المؤسسات أو الأجهزة المختلفة سواء كانت حكومية أو غير حكومية، صناعية، تجارية، أو خدمية.³

1 - عبد الفتاح محمد سعيد، التسويق، دار النهضة العربية، لبنان، 1983، ص417، [نور شهيرة الاتصال الخارجي وترويج الخدمات في المؤسسة الجزائرية]، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع وعلاقات عامة، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2018/2017، ص41،

2 - خالد قاشي، رابع دارم، أثر الإتصال المؤسسي على صورة المؤسسات الجزائرية في الخارج، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، المركز الجامعي ميله، عدد 7، 2018، ص427.

3- محمد مرضي الشمري، مدخل الى دراسة العلاقات العامة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص16.

حيث أصبحت العلاقات العامة اليوم دعامة رئيسية هامة لمختلف المؤسسات بهدف الحصول على ثقة الرأي العام وتأييده، فنجاح أي مؤسسة يتوقف على إقامة علاقات التفاهم والثقة المتبادلة بينهما وبين جمهورها، من التعاون والوعي وتهدف الى رعاية العلاقات الإنسانية في المجتمع وكسب ثقة الجماهير¹ لنجاح نشاطات المؤسسات مهما كان نوعها، كما يرجع كذلك الى نمو شعور المؤسسات بمسئولياتها الاجتماعية وضرورة أخذ وجهة النظر العامة كمتغير أساسي عند إتخاذ القرارات.²

2- الإشهار:

يعتبر الإشهار أحد أشكال الاتصال الخارجي وقد عرفته جمعية التسويق الأمريكية على أنه تلك الجهود الغير شخصية التي يدفع عنها مقابل عرض وترويج الأفكار أو السلع أو الخدمات ويفضح فيها عن شخصية المعلن للجمهور كما يعرف على أنه وسيلة غير شخصية لإثارة الطلب، ولا يدفع الشخص أو المشروع الذي يستفيد منه مقابلا أو ثنا له، ومن الأمثلة عن الإشهار تقديم الأخبار الإيجابية عن المنتج أو الخدمة أو المنظمة بواسطة الإعلام السمعي البصري أو حتى الصحف والمجلات والملصقات الإعلانية، وعليه فإن الإشهار هو وسيلة اتصال غير شخصية لأن المعلن يستخدم إحدى وسائل الإعلام للترويج لمنتجاته يكون مدفوع الأجر وذلك بهدف زيادة الطلب على البضاعة.³

فالإشهار يهدف الى التعريف بالعملاء والجمهور بالمنظمة وشرح أهدافها وإمكانياتها لهم كما تقوم بتذكيرهم " العملاء والجمهور " بالمنظمة والمنتجات التي تقدمها وحثهم على إشباع حاجاتهم منها وتعليمهم كيفية استخدامها، كذلك تسعى الى بث الثقة في العملاء والجماهير من خلال توفير البيانات والمعلومات التي تساعد على ذلك، الأمر الذي يؤدي الى تقوية وتدعيم العلاقات بين المنظمة وبينهم بالإضافة الى أنها أثناء المنافسة تسعى للصمود وراء المحافظة على الحصة السوقية للمنظمة وعدم فقد عملائها ويأتي ذلك بالعمل على تغيير معتقدات العملاء والجمهور نحو سلع المنافسين بل حثهم على زيادة المشتريات من منتجات المنظمة وذلك عن طريق العمل على زيادة استخدامهم للمنتجات مثل: التركيز في الإشهارات على ضرورة تنظيف الإنسان بالمعجون عدة مرات.⁴

1 - ياسمين بويض، الاتصال الخارجي في المؤسسات الجزائرية، مجلة الصورة والإتصال، جامعة احمد بن بلة وهران ، الجزائر ، العدد 2، 2018، ص6

2 - فضيل دليو، اتصال المؤسسة : إشهار، علاقات عامة، علاقات مع الصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص45.

3 - ياسمين بويض، مرجع سبق ذكره، ص6.

4 - راضية وعلي، الإشهار ودوره في ترويج السلع، مجلة الاقتصاد الجديد ، جامعة خميس مليانة ، الجزائر ، العدد 13، 2015، ص280.

3- التسويق:

يعتبر التسويق نشاط إنساني ومهني يمارس من قبل إدارة متخصصة لتحقيق هدف التلاقي المتواصل بين إرادة وأهداف المؤسسة والمستهلك وخلق عمليات التبادل التي يحقق هذه الأهداف ومن خلال تعريف وإقناع المستهلكين بالسلع والخدمات المنتجة وتوجيه تدفقها من المنتجين الى المستهلكين بالسعر المناسب، إضافة الى تحقيق المبرر الأساسي لوجود المؤسسة وهو الحصول على الربح المناسب مع مراعاة المسؤولية تجاه المجتمع.¹ فمن بين بعض أسس ومبادئ التسويق:

- هيكلة أنظمة التسويق وبيئته وسلوك المستهلك.
- دراسة كيفية إعداد البحوث التسويقية ومعرفة وظائف ومهام عملية إدارة المبيعات والاتصالات التسويقية والقنوات التوزيعية.
- إدارة التجزئة وخدمات التسويق وبناء القدرات والإمكانيات والمعارف في حقوق متخصصة مثل تحديد احتياجات المعلومات وجمعها وتحليلها ومهارات الإتصال وسلوك العملاء والعلاقات العامة والتعامل مع الغير.
- يتمكن المتخصص في التسويق من تطبيق طرق وأساليب معالجة المشاكل ومهارات إتخاذ القرار في إطار نشاطات التسويق كإدارة الأعمال والتمويل والاقتصاد واستخدام الحاسب في مجال إتخاذ القرارات الإدارية وبناء الاستراتيجيات وعدد من الأدوات الكمية التحليلية من خلال مواد الاقتصاد الكلي والجزئي والطرق الكمية في الإدارة.
- المعرفة والإلمام بتلك المواد الإضافية سوف تمكنك من فهم طبيعة النشاط التسويقي والقدرة على التعامل معه من منظور علمي مكمل وسليم.

4- العلاقات مع الصحافة:

تعد العلاقة مع الصحافة وسيلة تطورت مع العلاقات العامة وكتدعيم للإشهار لتكون في خدمة المرسلين والصحافيين، إذا فهي تقنية قائمة بذاتها تلجأ إليها المؤسسة لتلبية الحاجة الإخبارية للمستهلك، وهي تهدف في نفس الوقت الى نشر رسائل إعلامية ذات طابع مؤسسي تساهم في تكوين أو تدعيم الصورة العمومية للمؤسسة ولسلعتها وخدماتها.²

¹ - برني ميلود، غقال إلياس، واقع وظيفة التسويق ومتطلبات تفعيلها في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة أرصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية، جامعة 20 اوت 1955، سكيكدة، الجزائر، العدد 1، 2018، ص 41.

² - سامية عواج، الإتصال في المؤسسة، المفاهيم، المحددات، الاستراتيجيات، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2020، ص 154

وبالتالي تحتل العلاقة مع الصحافة مكانة ضمن الاستراتيجية الإتصالية للمؤسسة إذ يجب أن تتدخل ضمن تخصصات الإتصال الأخرى، أي ضمن الاستراتيجية الإتصالية الشاملة للمؤسسة، وتكمن خصوصية تدخلها في المناهج المستعملة والأبعاد التقنية للوسائل المختارة.¹

إن العلاقات مع الصحافة من شأنها العمل على تعزيز كل الأنشطة الإشهارية وأنشطة العلاقات العامة، خاصة في مجال تحسين صورة المؤسسة، وتكوين انطباعات إيجابية عنها لدى الأطراف المرتبطة بها، وبالتالي يتحقق الاستمرار والنمو، فمن خلالها تسعى لإقناع الجماهير و حماية المؤسسة من كافة صور الهجوم التي تقع عليها أو أزمات أو نشر أخبار كاذبة، مع تهيئة البيئة الداخلية والخارجية وتزويد فئات الجمهور بكافة البيانات والمعلومات الصادقة ذلك لتكوين آرائها استنادا على الحقائق.²

خامسا: وسائل الإتصال الخارجي

1- وسائل سمعية بصرية: تضم الوسائل التي تجمع بين الصوت والصورة ولها دور فعال في إيصال الرسالة للجمهور المستقبل، الإذاعة والتلفزيون ... إلخ.

أ- تعريف الإذاعة: يعتبر الراديو الممثل للوسائل المسموعة، وقد تطور العمل بالمحطات الإذاعية من حيث البرامج التي تبثها وبصفة خاصة مع ظهور المنافسة من جانب التلفزيون حتى تستطيع جذب أكبر عدد ممكن من المستمعين وتتميز الإذاعة بتشكيلة البرامج التي تقدمها المحطات المختلفة ولكل محطة قطاع سوقي تهدف الى خدمته، فهناك محطات للشباب وأخرى لهواة الموسيقى وثالثة تركز على النواحي الدينية.³

ب- تعريف التلفزيون: يعتبر التلفزيون أحد وسائل الإتصال المهمة في هذا العصر، مما له تأثير إيجابي مميز على جميع قطاعات المجتمع.⁴

2- وسائل مكتوبة: هي القنوات التي يتم من خلالها الإتصال بين المستقبل والمرسل هو الذي ينشر مواد الأخبار أو المواد التعليمية أو الرسائل الترويجية فهي تقدم مادة إعلامية مكتوبة وتعد أول وسيلة من وسائل الإعلام استخداما وانتشارا.⁵

1 - فضيل دليو، اتصال المؤسسة، إشهار، علاقات عامة، علاقات مع الصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص63.

2 - سامية عواج، مرجع سبق ذكره، ص ص 162، 163 .

3 - محمد الروني، تخطيط الحملات الإعلانية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ن، ص203.

4 - حسين جلوب، مهارات الاتصال (الاتصال مع الآخرين)، دار كنوز المعرفة، عمان، 2010، ص57.

5 - علياء طلعت ، موقع الرائد ، <https://www.ra2ed.com> ، تاريخ النشر : 01-10-2018، تاريخ الاطلاع : 01-04-

2023، الساعة: 10:15.

أ- **جريدة المؤسسة:** هي وسيلة موجهة الى كل العاملين تسمح بخلق شعور الانتماء للمؤسسة وتوفر المعلومات حول السياسة العامة لها.

ب- **التقارير:** تعتبر التقارير من وسائل الإتصال المهمة داخل المؤسسات على اختلاف أنواعها وأنشطتها إذ تعتمد عليها الإدارة لمعرفة حقيقة ما يجري داخل المؤسسة لتحقيق اتصال بين الرؤساء والمرؤوسين وعن طريقها يتلقى المديرون الذين يستندون عليها في رسم السياسات ووضع الخطط واتخاذ القرارات.¹

ج- **الملصقات:** هي أي ورقة مطبوعة مصممة لغرض معين و يمكن الصاقها على الحائط ، الهدف منها ان يستنبط القارئ معلومات عن محتوى الملصق بشكل سريع.²

د- **المراسلات:** كل ما يتم تبادله وإرساله بين الأطراف.

3- **الوسائل الشفهية:** يتم بواسطتها تبادل المعلومات بين المتصل والمتصل به بشفاهة عن طريق الكلمة المنطوقة لا أ-

أ- **المكتوبة:** كالمقالات الشخصية، الندوات والاجتماعات والمؤتمرات، ويعتبر هذا الأسلوب أقصر الطرق لتبادل المعلومات وأكثرها سهولة وصراحة ويسرا، إلا أنه يعاب على الوسائل الشفهية تعريض المعلومات للتحريف وسوء الفهم ونظرا للمهام المباشرة للمشرف التربوي فهو يستخدم ويحتاج هذه الوسائل أكثر من غيره.

ب- **الاجتماعات:** وهو اجتماع عمل يشكل من أفراد يجلسون معا لغرض حل إحدى مشكلات العمل أو لإتخاذ إحدى القرارات.³

ج- **الخطابات:** الخطاب يعني كلاما شفويا موجهها من مرسل الى مرسل إليه كما يمكن أن يتخذ شكلا كتابيا "رسالة".⁴

د- **المؤتمرات:** هي عبارة عن مناقشة وتبادل فكري بين أعضائه وبعضهم حول قضية أو موضوع أو مشكلة أو ظاهرة يهتمون بها ومرتبطة بظرفهم بقصد التوصل الى آراء أو توصيات أو قرارات مناسبة، والعمل على الإلتزام بها، وهي وسيلة من وسائل الإتصال التي تهيئ الفرصة لمجموعة من الأعضاء للتبادل الفكري فيما بينهم حول موضوع يهتمون به.⁵

1 - سامية عواج، الاتصال في المؤسسة، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، عمان، 2020، ص91.

2 البوستر و انواعه ، موقع راية الرواد ، <https://raya-adv.com>، تاريخ النشر : 9-06-2020، تاريخ الاطلاع : 03-04-2023، الساعة 19:07.

3 - ديمة محمد و صوص، المعتصم بالله سليمان الجوارنة، الإشراف التربوي " ماهية، تطوره، أنواعه، أساليبه"، دار الخليج، عمان، 2014، ص316.

4 - مدحت أبو النصر، إدارة الاجتماعات، العمل بالنجاح، مجموعة النيل العربية، مصر، 2006، ص39.

5 - مولاي مروان العلوي، الشرطيات في لسانيات الخطاب، نور بابليشينغ، المغرب، 2017، ص20.

هـ-الندوات: الندوة حالة تواصل شفوي جماعية منظمة تناقش موضوعا محددًا يقودها شخص واحد، يشترك فيها مجموعة من الأشخاص غالبًا ما ينتمون إلى اتجاهات فكرية مختلفة يتناول كل واحد منهم جانبًا من الموضوع المطروح للنقاش يحدد موقفه منه ويسعى لإثبات وجهة نظره بالبراهين والأدلة.¹

و-المعارض: هي تظاهرات تعرض منتجات أو خدمات وكذا أعمال وأفكار مختلفة لمؤسسات خاصة وعمومية وأفراد وتتم على المستوى الدولي أو المحلي أو الإقليمي.²

ي-المقابلات: وتعرف مواجهة بين إثنين أو أكثر أو مقابلة وبأتم حديث أو نقاش يدور بينهما موضوع أو مسألة لتحقيق هدف أو غرض معين وتختلف هذه المقابلة التي نقصدتها عن سائر المقابلات والتي تتم بين العاملين وغيرهم في كل وقت ومكان بالمؤسسة، إذ تتضمن قدرًا من التخطيط وهدف يراود تحقيقه، وتسعى المقابلة إلى تبادل الخبرات وتتيح الفرص للتعرف على مشاعر العاملين وانفعالاتهم قصد التخفيف عنهم من الضغوط النفسية في مجال العمل.³

4-وسائل تكنولوجية: هي الأجهزة القائمة على الكفاءة والسرعة العالية في تنفيذ المهام كالهاتف والإنترنت.

أ-الإنترنت: تعد شبكات الإنترنت إحدى الوسائل المتطورة والفعالة حيث نجد جميع المؤسسات تسعى لوضع شبكة موسعة لتبادل المعلومات.

ب-الفاكس: وهو وسيلة اتصال تتفوق بقدرتها على إرسال الوثائق والصور والرسوم والمواد المطبوعة سواء عن طريق الهاتف أو الموجات اللاسلكية ويستخدم الفاكس لمزايا عديدة منها:

- أنه مكتوب ومسجل فهو وثيقة يمكن إثباتها وحفظها.

- مضمون الوصول ولا يحتاج لطرف ثالث.

- السرية الكاملة والسرعة في عملية الإتصال.⁴

ج-الهاتف: الهاتف جهاز يمكن الناس من التحدث مع بعضهم البعض عبر مسافات قد لا يستطيع الإنسان أن يقطعها ولا تستطيع الهواتف الحديثة المعقدة الصنع توصيل الرسائل الصوتية وحسب لكنها توصل الكلمات المكتوبة

1 - أحمد العبد أو السعيد، إعداد وتنظيم المؤتمرات والندوات، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص31.

2 - بودشن ياقوتة، رانغل محمد، دور المعارض التجارية المحلية والدولية في التطوير المستمر للإقتصاد الألماني، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، العدد 15، ص233.

3 - سامية عواج، مرجع سبق ذكره، ص108.

4 - سامية عواج، المرجع السابق، ص112.

وكذلك الرسوم والصور الضوئية بل وحتى صور الفيديو، وإضافة الى ذلك تستطيع الهواتف إرسال المعلومات من حاسوب لآخر.¹

سادسا: جمهور الإتصال الخارجي

1-الجمهور: يعرف بأنه عدد كبير من الأفراد يشتركون في مصلحة عامة أو إهتمام واحد يعرفون به، ونظرا لوجود هذه المصلحة المشتركة التي تجمع أعضاء الجمهور فإنهم يشعرون بدرجة معينة من الوحدة والتوحيد التي تتفاوت من جمهور لآخر.²

2-المفاهيم المطابقة للجمهور:

أ-مفهوم الجماعة: يعرف آلبين سمول " الجماعة على أنها عدد من الأفراد تقوم بينهم علاقات معينة تحتم عليهم التفكير بعضهم في الآخر وبعضهم في البعض.

ب -مفهوم الحشد: ورد في قاموس علم الاجتماع بأن مفهوم الحشد بأنه تجمع للكائنات الإنسانية في تقارب فيزيقي يحدث بينهم وتفاعل مباشر مؤقت وقد يتكون بصورة تلقائية، أو نتيجة لموقف معين وقد لا يكون هناك تمايز.³

ج-الجمهور الخارجي: ويشمل جميع الأفراد الذين يتعاملون مع المؤسسة من الخارج ويرتبطون ارتباطا مباشرا أو غير مباشر، وينقسم الجمهور الخارجي الى جمهور نوعي بإختلاف علاقاته بالمؤسسة، ولقد كانت العلاقات العامة فيما مضى تعطي أكبر اهتمامها الى الجمهور الخارجي على حساب الجمهور الداخلي.⁴

3-أنواع الجماهير:

أ-الجمهور الخارجي المباشر: وهم المستهدفون من الرسالة الصادرة من اختصاص العلاقات العامة، لأنهم المعنيون الأكثر بمنتجات وخدمات المؤسسة.⁵

ب-الجمهور الخارجي الغير مباشر: وهو الجمهور الذي يتوقع منه أن يؤثر في الجمهور الخارجي المباشر للمنظمة، أو يمكن أن يصبح من الجمهور الذي تتعامل معه المنظمة والجمهور الخارجي بنوعيه، ويشمل لزيائن والزيائن المتوقعين

1 - حسين جلوب، مهارات الإتصال، كنوز المعرفة، عمان، 2005، ص56.

2 - محمد الموسوي، إدارة العلاقات العامة في قطاع المنشآت السياحية، دار مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2016، ص30.

3 - محمد بيجت كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الاجتماعي الحديث، الإسكندرية، 1998، ص58.

4 - إبراهيم بلحيمر، جمهور المؤسسة من خلال العلاقات العامة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مركز الحكمة الجزائر، العدد 1، 2016، ص53.

5 - عبد الحافظ سلامة، ربحي مصطفى عليان، إدارة مراكز مصادر التعلم، دار البازوري العلمية، عمان، الأردن، 2006، ص308.

مستقبلا والحكومة والمؤسسات المنافسة والمستثمرين والمجتمع الذي تتواجد فيه المؤسسات الاقتصادية والحكومية والمجتمع بشكل عام.¹

ويتألف الجمهور الخارجي الغير مباشر للمنظمات من الأنماط التالية:

ج- الحكومة: بما تفرضه من نظام عام وعقيدة سياسية واقتصادية عليا وقوانين ترسم الخطوط الأساسية والتفصيلية للحكومة لكيفية إنشاء المؤسسة وتخطيط أهدافها وأساليب عملها.

د- جمهور المستهلكين: أهم أنماط الجماهير الذين تسعى المنظمة الى الأخذ بوجهات نظرهم وردود أفعالهم تجاه الأنماط الإنتاجية للسلع والخدمات التي تقدمها لهم من حيث الشكل والجودة والنوعية والسعر ... والتسليم العاجل للبضائع السليمة الغير تالفة أو ناقصة وتقديم الخدمات السريعة المضمونة لهم.²

هـ- جمهور الموردين: هم الأفراد أو المؤسسات الذين تعتمد عليهم المنشأة في توفير احتياجاتها من مواد أولية وخامات أو منتجات بسيطة أو منتجات تامة الصنع.³

و- الجمهور العام: وقد عرفه ديوي على أنه: " تجمع سياسي لمجموعة من الأفراد يشكلون وحدة اجتماعية من خلال الاعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها.

ويهدف ها النوع من الجمهور الى تكوين إهتمام أو رأي عام حول قضية معينة أو ظاهرة اجتماعية، وهو كبير الحجم بالمقارنة مع الأصناف الأخرى ويتميز أعضائه بأنهم أكثر تباعدا وتبعثرا في المكان وأحيانا الزمان، ولكنه ذو ديمومة أكثر، وهو يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة.⁴

سابعا: معوقات الإتصال الخارجي

مما لا شك فيه ان أي خلل أو إخفاق يحصل في عملية الإتصال يترك أثارا سلبية على نوعية الرسالة المنقولة وبالتالي على نتائج الأداء، فنظام الإتصال ينبغي أن يكون محكم الحلقات وأن أي ثغرة قد تحدث فيه من شأنها إضعاف هذا النظام وجعله عقيما في حالات عديدة.⁵

1 - إبراهيم خليل خضر، مهارات الإتصال، دار الجند للنشر والتوزيع، القدس ، 2013 ، ص 55.

2 - إبراهيم وهي فهد، كنجو عبود، العلاقات العامة وإدارتها، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان ، 2011، ص367.

3 - محمد بن دليم القحطاني، بنية عمل الشركات، د. ن، 2019، ص109.

4 - حيدر شلال متعب الكريطي، وسائل الإعلام وبناء المجتمع الديمقراطي، دار أمجد للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2018، ص54.

5 - بشير العلاق، الطائي حميد، أساسيات الإتصال، دار البازوري العلمية، عمان، 2009، ص59.

- **عدم وضوح الرسالة:** يعتبر من أهم معوقات الإتصال عدم وضوح الرسالة وقد يرجع ذلك الاختصار الشديد فيها أو لاستخدام لغة متخصص يصعب على المستقبل فهمها أو لاستخدام كلمات ذات معاني متعددة أو لضعف المهارة الإتصالية للمرسل.
- **إختيار قناة اتصال غير مناسبة:** من الضروري أن تكون قناة الإتصال بالمستقبل مناسبة وفعالة لتحقيق الهدف من عملية الإتصال.¹
- **طبيعة الجمهور:** عدم تمكن المستقبل من تحليل الرسالة والتوصل الى المعنى " الفكرة الصحيحة " التي يقصدها المرسل، ويتأثر تحليل وتفسير الرسالة بعوامل عدة منها شخصية المستقبل وخلفيته العلمية وخبراته والإطار المرجعي لديه في تفسير الأحداث ودوافعه وميوله واتجاهاته.²
- **عدم إختيار الوقت والمكان المناسبين لإرسال الرسالة** فيكون تأثير الرسالة ضعيفا أو معدوما وحالات كثيرة يكون تأثيرا سلبيا.³

¹ - طارق عبد الرؤوف عامر، إيهاب عيسى المصري، القيادة التربوية لمهارات الإتصال، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، 156.

² - حسين محمود حالم، مهارات الإتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص34.

³ - لباز بن زيان، شوقي قاسمي، عوائق الإتصال في المؤسسة المدرسية، مجلة حقائق الدراسات النفسية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، عدد 8، 2017، ص309.

خلاصة الفصل:

يعتبر الاتصال الخارجي ذو أهمية ومحور أساسي لا بد من قيامه في كل مؤسسة، لأنه لا يمكن لها أن تمارس نشاطاتها من غير التعرض للجماهير الخارجية، هذا الأخير يمثل همزة وصل بين المؤسسة ومحيطها الخارجي. كما يساهم في التعرف على أهداف المؤسسة والإستفادة من خدماتها ومن أجل إشباع حاجيات ورغبات الجماهير الخارجية التي تعمل على تحسين صورة وسمعة المؤسسة، إضافة الى ترويج منتجاتها وخدماتها من طرف مجموعة من الرسائل، ذلك ما يفرض على المؤسسة والمنظمة بذل جهود لتحقيق التفاعل مع محيطها الخارجي لمواجهة العوائق التي تعترض عملياتها الإتصالية.

الفصل الثالث: العمل الحرّفي

تمهيد

اولا: التطور التاريخي لمفهوم العمل الحرّفي

ثانيا: أهمية وأهداف العمل الحرّفي

ثالثا: خصائص العمل الحرّفي في الجزائر

رابعا: واقع العمل الحرّفي في الجزائر

خامسا: واقع العمل الحرّفي في ولاية قلمة

خلاصة الفصل

تمهيد:

كان العمل الحر في العصور القديمة يتطلب جهدا يدويا مباشرا من الصانع، وقد بدأت هذه الحرف نتيجة لرغبة الإنسان في تشغيل خياله وإبداعه فبدأت هذه الحرف بنحيط النسيج وبقليل من التراب، خشب، فخاريات... وكانت الحرفة هي الوسيلة التي يعتمد عليها الإنسان لإشباع حاجاته وتقاس بها مكانة كل فرد في مجتمعه وتوارثت هذه الحرف من جيل لآخر.

وفي ظل تطور الوسائل والأدوات في عصرنا هذا عصر العولمة والانفتاح وبما أن الحرف والصناعات التقليدية تمس الجانب الثقافي والتراثي أصبحت محلا للفت انتباه الأفراد نظرا لتطور المنتجات وتنوعها سواء في شكلها أو كيفية الاستفادة منها، أصبح كل حر يسهى لتطوير وتنوع من منتجاته وتقديمها بشكل أفضل.

أولاً: التطور التاريخي لمفهوم العمل الحر في

1- لمحة تاريخية عن تطور مفهوم العمل الحر في:

لقد خلق الإنسان مجبولا يجب العمل والسعي لتوفير متطلبات الحياة على اختلاف في كيفية تحقيق ذلك، فالإنسان الذي يرى الوجود متخطيا حدود المادة يمتلك نظرة أوسع للعمل وتقديسه له يوسع من مجالات الفعالية والحركة على عكس من يتخطى حدود الملموس والمرئي.¹

أ- الديانات السماوية ونظرتها للعمل الحر في:

العمل يشكل جزءا كبيرا من هوية الإنسان ويساهم في تنمية المهارات والخبرات ويعزز قدرة الإنسان على التكيف مع التحديات المختلفة في الحياة، لذلك من المهم الاجتهاد في العمل لتحقيق النجاح والتميز. فاليهود يعتبرون من الشعوب الأكثر إقبالا على العمل حيث عملوا أيام النبي سليمان عليه السلام في مختلف المجالات لا سيما في النشاط الفلاحي وتربية الماشية وزراعة الكروم والزيتون ولما زادت ثروتهم اهتموا بالتجارة ونجحوا الى أبعد الحدود حتى أصبحوا مضرب الأمثال فيها، كما أن العلاقات الاجتماعية بينهم كانت تقوم على ثلاث عناصر أساسية هي الملكية والأسرة والدين، وكانوا ينقسمون الى فئتين متميزتين هم العباريين والأحرار أو العادلين أو العبرانيين المدنيين وأسرى الحرب الذين كانوا يتحملون أشق الأعمال ويتخذون عبيد وخداما للعبرانيين الأحرار.²

1 - أم كلثوم بن يحيى، نظرية العمل في الإسلام ودورها في تنمية المجتمع، مجلة الناصرية، جامعة معسكر، الجزائر، العدد 1، 2013، ص38.

2 - أهمية سليمان، التنظيم القانوني لعلاقات العمل في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2005، ص19.

أما في المسيحية فقد صاغ قيما جديدة للعمل وأكد أنه على كل إمرئ أن يعمل ليكفل حياته إضافة الى أن العمل خلاص له وإذا كان قد طرد من الجنة فقد طرد منها ليعمل، فللعمل قداسته وهو قانون البشرية الأسمى ولكنها مجدت العمل الروحي دون العمل البدني وهكذا ظل العمل قرونا متعددة وكأنه وليد الخطيئة حتى جاء الإصلاح الديني مع " لوثر واكلفت " ليشيروا بما يضيفه العمل على صاحبه من شرف.¹

وقد كرم الله الحرف لأنه هو الذي وهب الإنسان موهبة وقابلية ممارستها وهو الذي ملأ بناء المسكن بروح الله في الحكمة والمعرفة وفي كل طريقة من طرق العمل.²

أما في الإسلام نستطيع القول بأن الحضارات السابقة للإسلام لم تنصف العمل اليدوي الصناعي كما أنصفته الشريعة الإسلامية التي تحث عليه سواء في القرآن الكريم أو في السنة النبوية الشريفة، حيث يكون للعمل عامة واليدوي خاصة قيمة في الدين الإسلامي،³ حيث يقول الله تعالى: " فإذا قضيت الصلاة فانتشروا في الأرض وابتغوا من فضل الله " الآية 10⁴، وقوله تعالى: " وأنزلنا الحديد فيه بأس شديد ومنافع للناس " الآية 25⁵، وقوله تعالى: " يعملون له ما يشاء من محارِب وتماثيل وجفان كالجواب وقدور راسيات " الآية 13⁶، وقوله تعالى: " وتستخرج منه حلية تلبسونها " الآية 14⁷، وقوله تعالى: " وجعل لكم من جلود الأنعام بيوتا يستخفونها يوم ظعنكم ويوم إقامتكم ومن أصوافها وأوبارها وأشعارها أثاثا ومتاع الى حين " الآية 80⁸، وقوله تعالى: " هو الذي جعل لكم الأرض ذلولا فأمشوا في مناكبها وكلوا من رزقه وإليه النشور " الآية 15⁹، وقوله تعالى: " وعلمناه صنعة كبوس لكم لتحصنكم من بأسكم فهل أنتم شاكرون " آية 80.¹⁰

وبالنظر الى سيرة الأنبياء والرسل نجد كل واحد منهم أتقن من المهن والحرف ما كان مصدر رزقه فهاذا نوح عليه السلام كان نجارا وهذا إبراهيم خليل الله يمتحن الرعي وهذا إدريس يشتغل خياطا، فعن أبي هريرة رضي الله عنه عن

1 - حنان جميل هلوسة، الشخصية ومفهوم الذات، الآن ناشرون وموزعون، عمان، 2021، ص144.

2 - ريجر هوكاس، الدين ونشوء العلم الحديث، ترجمة زيد العامري الرفاعي، مكتبة مذبوبي القاهرة، 2009، ص24.

3 - خضير بن سعود الخضير، علم الاجتماع الصناعي، العايكان للنشر والتوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2010، ص217.

4 - سورة الجمعة الآية 10

5 - سورة الحديد الآية 25.

6 - سورة سبأ الآية 13.

7 - سورة النحل الآية 14.

8 - سورة النحل الآية 80.

9 - سورة الملك، الآية 15.

10 - سورة الأنبياء، الآية 80.

النبي عليه الصلاة والسلام قال ما بعث الله رسولا إلا رعى الغنم فقال أصحابه وأنت فقال نعم كنت أرهاها على قراريط لأهل مكة.¹

وقد أكدت السنة النبوية على أهمية العمل اليدوي والمهني وعده السبيل للحياة الكريمة فقد قال رسول الله عليه الصلاة والسلام " ما أكل أحد طعاما قط خيرا من أن يأكل من عمل يده، وإن نبي الله داود عليه السلام " ما أكل طعاما قط خيرا من أن يأكل من عمل يده، وإن نبي الله داود عليه السلام كان يأكل من عمل يده " وقال رسول الله عليه الصلاة والسلام " إن الله يحب أن إذا عمل أحدكم عملا أن يتقنه ".

وقوله كذلك " أن الله يحب المؤمن المحترف " وكان عليه الصلاة والسلام يمسك يد العامل ويقول هذه يد يجبها الله ورسوله".²

وعن أبي موسى الأشعري عن النبي عليه الصلاة والسلام قال: " على كل مسلم صدقة، قيل: أرأيت إن لم يجد؟، قال: يعتمد بيده فينفع نفسه ويتصدق، قال: قيل: أرأيت إن لم يستطع؟ قال: يعين ذا الحاجة الملهوف قال: قيل له: أرأيت إن لم يستطع؟ قال: يأمر بالمعروف أو الخير، قال أرأيت إن لم يفعل؟، قال: يمسك عن الشر فإنها صدقة. " رواه مسلم في صحيحه النووي " ش. 1996، 78/2". وعن أبي زرعة عن أبي هريرة قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: " إذا صليتم الفجر فلا تناموا عن طلب أرزاقكم ". " المناوي. م، 1994م: 501/1.³

ثانيا: أهمية وأهداف العمل الحر في

1- أهمية العمل الحر في والصناعات التقليدية:

تمثل الصناعات التقليدية والحرف قطاع هام ذو أبعاد اقتصادية وثقافية واجتماعية وسياحية باعتبارها تشكل رافدا أساسيا في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية وأداة فعالة في الحفاظ على التراث فالاهتمام بالصناعات التقليدية ودعمها من الاندثار وإيجاد رؤية تشكيلية ووظيفية جديدة يعطي لها دورا في عملية التنمية للمجتمع الجزائري لكونها تعد من أهم مقومات الشخصية الوطنية لدى الشعوب وتميز خصوصية المجتمع وأصالته، ودوره الفعال في مختلف الأصعدة والتي تتمثل في:⁴

1 - أم كلثوم بن يحيى، مرجع سابق، ص35.

2 - خضير بن سعود الخضير، مرجع سبق ذكره، ص217.

3 - أم كلثوم بن يحيى، مرجع سبق ذكره، ص37.

4 - أحلام عماري، سهام وناسي، الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر، مجلة الأنثروبولوجيا، مركز فاعلون للبحث في الانثروبولوجيا و العلوم الإنسانية و الاجتماعية، الجزائر، العدد 1، 2022، ص480.

أ) على الصعيد الثقافي والحضاري:

ذو بعد ثقافي لأنه يعكس الموروث الثقافي التاريخي للبلد والذي يعد وليد البيئة التي ينشأ فيها ويعتبر انعكاسا للواقع، إذ يرتبط بالسمات النوعية لحياة الشعوب ونظامها وتقاليدها وشخصيات أفرادها ويعبر عن صعوبتها وبصماتها كما أنه متوارث عبر الأجيال المتعاقبة وذو بعد حضاري لأن المنتج التقليدي يتضمن مختلف أنماط الإبداع التلقائي سواء أكانت بدائية أو متحضرة، فهو يشتمل على كل ما تم أو يتم إنجازه في الأوساط الاجتماعية لما تحويه من معتقدات وعادات وتقاليدها التي تبرز سلوك اجتماعي ما أو ممارسة جماعية معنية، لذا نجد المنتج التقليدي يعتمد على شكل وألوان وذوق سكانه الأوائل من أشكال هندسية مختلفة وطبيعية.¹

ب) على الصعيد الاجتماعي:

- المساهمة في جذب الشباب للعمل وتعبير نظرهم نحو العمل الحرفي.
- الحفاظ على الهوية الاجتماعية من خلال انتماء الحرفي لمجتمعه.
- تعمل الحرف التقليدية على تنمية البيئة التحتية للمجتمع حيث يساهم الحرفي في تنمية بيئته المحلية وتحسين مستوى معيشتة.²
- مساهمة الأعمال اليدوية والحرف في الحد من البطالة التي تعاني منها المجتمعات.
- مساهمة الأعمال اليدوية والحرف في تطوير القدرة الابتكارية والإبداعية.
- تعتبر وسيلة للترفيه والانشغال وقت الفراغ ووسيلة لاستثمار الطاقات والمواهب البشرية الغير مستغلة وصناعة يدوية مربحة.³

ج) على الصعيد الاقتصادي:

تساهم الصناعات و الحرف التقليدية بشكل كبير و فعال في دفع عجلة التنمية الاقتصادية من خلال فتح مجال لتوظيف اليد العاملة و زيادة الإنتاج و كذا إمكانية الاستثمار ، مما يمكن من زيادة القدرات الاقتصادية و التنافسية التي

¹ - بن لعمودي جليلية، استراتيجية تنمية الصناعة التقليدية والحرف بالجزائر في الفترة 2003-2010، شهادة ماجستير تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسة، قسم علوم اقتصادية، كلية علوم اقتصادية وعلوم تجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2011-2012، ص24-25.

² - شهرزاد بوهدة، مبروك لمشونشي، الفايبيوك توجه معاصر لترقية الأنشطة الحرفية النسوية بالجزائر، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية، قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، عدد 2، 2021، ص168.

³ - مهى دحام، أهمية الاعمال اليدوية، <https://sotor.com>، تاريخ النشر: 2020-11-27، تاريخ الاطلاع: 07-05-2023، الساعة 15:15.

ستساعد على التصدير و جلب العملة الصعبة ، كما يعتبر قطاع الصناعات التقليدية قطاع تنموي يلعب دورا استراتيجيا في انعاش الاقتصاد الوطني خلق فرص عمل¹.

سهولة وبساطة متطلبات التكوين وحرية صاحب العمل خلافا للمشروعات الكبيرة التي تحتاج الى رأس مال مكثف فإن كل إنسان ومهما كانت درجة تعلمه القدرة على إدارة عمل ذا رأس مال محدود جدا، وهذا من أجل إعالة أسرته، فهو يستطيع الحصول على الترخيص بسهولة ودون الحاجة الى دراسات ووثائق كما لا تحتاج الى أنظمة معقدة لإدارة العمل، حيث يمكنه ببساطة خدمة منطقة صغيرة.²

2- أهداف العمل الحر في :

يهدف العمل الحر في الى:

- تطوير الشغل.
- تغطية الحاجات الأساسية للسكان.
- تحسين نوعية المواد والخدمات والإنتاج والإنتاجية.
- المشاركة في مجهودات الإدماج الاقتصادي.
- المساهمة في التصدير خارج قطاع المحروقات.³
- تطوير النشاطات المهنية والتقنية ذات المستوى المعرفي الرفيع.
- المساهمة في القاعدة الصناعية من خلال زيادة المساهمة في المدن الصغرى والقوى بهدف توفر مناصب العمل والإستقرار بها وتشجيع الهجرة العكسية من المدن الكبرى.
- تحسين معدلات دخل الأسر من خلال فتح فرص للعمل والعمل الإضافي.
- الإستفادة من الخامات والموارد الاقتصادية المنتجة محليا مع إنشاء صناعات لإعداد الخامات والمحافظة على الهوية الوطنية ونقل التراث عبر الأجيال.⁴

¹ ندى عبروس ، ريبورتاج الصناعات التقليدية اهم روافد التنمية الاقتصادية و الاجتماعية ، <https://almostathmir.dz> ، تاريخ النشر : 25-05-2022،تاريخ الاطلاع :07-05-2023،ساعة : 17:12.

² - خلية عبد الحليم، زايد مراد، آليات إسهام الصناعات التقليدية والحرف في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المركز الجامعي بريكمة ، الجزائر ، العدد 2 ، 2022 ، ص1759

³ - أم كلثوم جماعي، تحديات استراتيجيات تنمية الصناعات التقليدية والحرفية في الجزائر، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، جامعة المسيلة ، العدد 2، 2019 ، ص87.

⁴ - ليلي بوحديد، عقون شراف، واقع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر وآليات ترقيتها، مجلة ميلاف للبحوث و الدراسات ، المركز الجامعي ميلة ، الجزائر ، العدد 1 ، 2019 ، ص179.

ثالثا: خصائص العمل الحرفي في الجزائر.

من أهم خصائص التي يتميز بها العمل الحرفي ما يلي:

- سهولة وبساطة متطلبات إنشاء مشروع حرفي.
- عمل فردي وقرارات مركزية مرتبطة بصورة كبيرة بشخصية صاحب المشروع.
- انخفاض تكلفة الفرص البديلة لليد العاملة.
- ضآلة حجم الإنتاج المساهم به قياسا بالطلب الداخلي والخارجي.
- البعد الثقافي الحضاري الاجتماعي الأصيل للمنتج التقليدي.
- ارتفاع صافي الدخل من العملة الصعبة في هذا القطاع مقارنة بصناعات أخرى.¹
- انتماءه غالبا للقطاع الخاص.
- أغلب الحرفيين من المجتمع المحلي.
- ذو مصادر متنوعة للعمالة المرنة في توظيفهم.
- بساطة أماكن العمل.²
- لا تحتاج الى كبر الإستثمارات حيث يقع العبء الأكبر على المهارة الفنية للحرفي.
- لا تحتاج لتكنولوجيا متقدمة فالعبرة من هذه المنتجات استلهاهم الماضي والحين إليه والتأكيد على الموروث الثقافي الوطني.
- لا تحتاج الى آلات ومعدات حديثة ومتقدمة بل إن المهتمين باقتنائها يقل إقبالهم على الشراء مع زيادة حداثة وسائل الصنع فالسائح عادة يمثل الماضي المتعة والرضا النفسي.
- سهولة التسويق حيث عادة ما تكون عملة البيع بمبادرة من السائح ومن هنا فإن البائع لا يبذل الكثير من الجهود للإقناع.
- توفر الخامات محليا بنسبة كبيرة ويقل الإعتماد على الخارج.³

¹ بن لعمودي جلييلة، واقع الصناعة التقليدية و الحرف في الجزائر و دوره في تعزيز التنمية المحلية، مجلة إضافات اقتصادية، جامعة غرداية ، الجزائر ، العدد 2، 2018، ص280.

² - سليم عابر وآخرون، الدور التبادلي في رابط الصناعة التقليدية والحرف، التنمية السياحية، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، جامعة تيسمسيلت ، الجزائر ، العدد 2، 2020، ص154.

³ - بربار نور الدي، دور النشاط الحرفي في تطوير صناعة السياحة، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة الوادي الجزائر، العدد 01، 2022، ص5.

رابعاً: واقع العمل الحرفي في الجزائر:

عانت الحرف والصناعات التقليدية من غياب تعريف واضح وصريح لهذا القطاع من النشاط الى غاية صدور أمر رقم 01 الى 96 في 10 جانفي 1996 المحدد للقواعد التي تحكم الحرف والصناعة التقليدية والنصوص التطبيقية لها وبصدوره نصت المادة 5 من هذا الأمر على أن: " الصناعة التقليدية والحرف هي كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليها العمل اليدوي وتتمارس بصفة رئيسية ودائمة وفي شكل مستقر أو متنقل أو معرضي وبكيفية فردية أو ضمن تعاونية للصناعة التقليدية والحرف أو مقابولة للصناعة التقليدية والحرف" - "الأمانة العامة الحكومية، 1996".¹

1- مراحل تطور قطاع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر:

- لقد حظي هذا القطاع باهتمامات متفاوتة حسب البرامج المخصصة للتنمية الاقتصادية وهذا كان حسب المراحل التالية:

أ- المرحلة الأولى: 1992-1996: وهي مرحلة إنشاء غرف الحرف والغرفة الوطنية للحرف والوكالة الوطنية للصناعة التقليدية والهدف الرئيسي هو تكوين نواة صلبة من الحرفيين حول غرفة قصد التعرف الأولي على حقيقة الميدان ومن ثم تسطير برامج عمل مناسبة.²

ب- المرحلة الثانية 1996-2002: شهدت تغيرات في إطار التشريع وتقنين وتنظيم الحرفيين، إصدار أول أمر رئاسي تحت رقم 1/96 بتاريخ 10 جانفي 1996 والذي يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف ويهدف الأمر 96-1 الى تعريف الصناعات التقليدية والحرف وتنظيم ممارسة نشاطات الصناعات التقليدية والحرف وقواعدها من مجالها وكذا واجبات الحرفيين وامتيازاتهم، كما أوجب على الحكومة إتخاذ ترتيبات متعددة الأشكال لحماية الصناعة التقليدية والحرف لتثمينها وإدماج هذه النشاطات في مناطق الشمال كما أوجب أيضا وضع أجهزة التطبيق المخصصة لهذا الغرض.³

¹ - خليفي حسام، لعلاوي عمر، واقع الحرفي الجزائري في ظل سياسة الدولة التشجيعية من أجل النهوض بقطاع الصناعة التقليدية والحرف، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، العدد 1، 2020، ص 611.

² - ليلي بوحديد، عقون شراف، واقع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر وآليات ترقيتها، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المركز الجامعي ميله، الجزائر العدد 1، 2019، ص 180.

³ - العلواني عدلية، قطاع الصناعة التقليدية في الجزائر، واقع وآفاق، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، العدد 2، 2013، ص 367.

ج- المرحلة الثالثة 2003-2009: في 2 ديسمبر 2003 صدر مرسوم تنفيذي رقم 03-462 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 97-100 تم استحداث 11 غرفة جديدة للصناعة التقليدية والحرف وأصبح عددها 31 غرفة ثم صدر المرسوم التنفيذي المعدل والمتمم 09-323 وأصبح عددها 48 غرفة أما الغرفة الوطنية فلم يطرأ تغيير على تنظيمها.¹ إضافة الى ذلك فقد تطور عدد مناصب الشغل المحدثة، حيث ارتفع عدد المناصب من 124، 160 منصب شغل سنة 2003 الى 230. 324 منصب خلال السداسي الأول من سنة 2009 أي بزيادة تقدر بأكثر من الضعف في مدة ستة سنوات (606. 164 منصب جديد) وهو ما يعادل 28,10% منصب منشأ خلال الفترة.² كما تجدر الإشارة أيضا الى أن الإنتاج الداخلي الخام قد سجل نموا كبيرا سنة 2009 ليصل الى 106 مليار دج ما يمثل نسبة زيادة تقدر بـ 43,2%.³

د- المرحلة الرابعة 2010-2015:

- المساهمة في حماية التراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه.
- تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.
- ترقية ودعم نشاط الصناعة التقليدية في بعدها التقليدي لإنتاج المواد والخدمات.
- إعداد وتنفيذ تدابير التحفيز الاقتصادي في مجال التموين والتسويق والتصدير.
- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية.
- قامت وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية بالمبادرة بكل العمال الى ترقية المقاوله والابتكار من أجل تطوير الصناعة التقليدية والحرف.⁴

¹ - بوبلي سكينه، دور قطاع الصناعة التقليدية في التنمية الاقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مسيلة، الجزائر، عدد 13، 2017، ص348.

² - بن عيسى محمد المهدي، بن لعمودي جليله، استراتيجيه تنمية المؤسسات الحرفية في الجزائر، 2013، ص4، متاح على الرابط الإلكتروني <https://dispace.univ-ourgla.dz>

³ - سهيلة عبد الجبار، حاجي كريمة، واقع الصناعة التقليدية الجزائرية بين قصر النظر التسويقي وتحديث المنافسة، مجلة الريادة لاقتصاديات الاعمال، جامعة حسيبة بن بوعلي شلف، الجزائر، العدد 1، 2016، ص52.

⁴ - صليحة عشي، يامن بلمرداسي، قطاع الصناعة التقليدية في الجزائر، مجلة مينا للدراسات الاقتصادية، جامعة غليزان، الجزائر، العدد 4، 2019، ص107-108.

2- آليات دعم الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر

أ) الصندوق الوطني للترقية النشاطات التقليدية:

تم إنشاء هذا الصندوق بموجب المادة 184 من قانون المالية لسنة 1992 حيث خصص هذا الصندوق لدعم نشاطات ترقية قطاع الصناعات التقليدية ماليا (التمويل الجزئي للأجهزة الصغيرة والأدوات لترقية مشاريع النشاطات التقليدية، تدعيم الأسعار لتحفيز الإبداع التقليدي، تدعيم والتكفل برفع كفاءة ورسكلة الممتهنين والحرفيين) وشروط منح هذه الإعانات موضحة عن طريق غرف الصناعات التقليدية المتواجدة عبر التراب الوطني وكذلك مصالح وزارة الخارجية.¹

ب) الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب:

هي هيئة ذات طابع عمومي تعمل تحت وصاية الوزارة المكلفة بالعمل، وقد أنشأت بموجب المرسوم الرئاسي 191-06 والمرسوم الرئاسي 234-96 والمرسوم التنفيذي 296-96 المعدل بالمرسوم التنفيذي 288-03، وقد أسست الوكالة خصيصا بهدف مرافقة الشباب البطل وذوي المؤهلات المهنية أو شهادات معترف بها لإنشاء وتوسيع مؤسسات مصغرة وتعد آلية تساعد الشباب من خلال إدماج نشاطات الشباب ضمن ميكانيزمات السوق فتقدم مختلف أنواع المرافقة للحرفي، فالمؤسسات الحرفية توظف مثلها مثل المؤسسات المتوسطة والصغيرة. كما تدعم وتقدم لهم الاستشارة والمرافقة في تطبيق مشاريعهم الاستثمارية.²

ج) الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر **Anjèm**: تم إنشائها بموجب المرسوم الرئاسي رقم 13-04 المؤرخ في 22 جانفي 2004 المتعلق بجهاز القرض المصغرة وقد تم تحديد قانونها الأساسي ومهامها وكذا كفاءات تنظيمها وتمويلها وعملها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 14-04، وهي عبارة عن هيئة ذات طابع خاص وتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلال المالي تابعة لوزارة التضامن الوطني، وتقوم الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر بتقديم قروض مصغرة لأصحاب المبادرات الفردية الذين هم قادرون على خلق مناصب عمل ذاتي ودائم وكذا للفئات بدون دخل والتي لها مداخيل غير ثابتة أو غير منتظمة أو البطالين وحاملي المشاريع.³

¹ - قبائلي الحاجة وآخرون، أسلوب دعم الصناعات التقليدية والحرفية ص7، متاح على الرابط الإلكتروني <https://e-biblio.univ-mosta.dz>

² - بن عبد العزيز فطيمة، آليات دعم الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر، مجلة دراسات في الاقتصاد و التجارة المالية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 2، 2017، ص504.

³ - سمية دربال، سياسة دعم المؤسسات الحرفية في الجزائر، مجلة العلوم الإدارية والمالية، جامعة الوادي، الجزائر، عدد 1، 2018، ص216.

د) الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة: أنشأ بموجب المرسوم التشريعي رقم 94-11 المؤرخ في 26 ماي 1994. تنص المادة 30 منه على تعهد إدارة نظام التأمين عن البطالة لفائدة الأجراء الذين يفقدون عملهم بصفة لا إرادية لأسباب اقتصادية الى صندوق مستقل، وتم تنفيذ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-188 المؤرخ في 6 جويلية 1994 تكليف الصندوق لتخفيف الآثار الاجتماعية الناجمة عن تسريح العمال الأجراء في القطاع الاقتصادي بعد التطبيق مخطط التعديل الهيكلي وكذا محاربة البطالة من خلال منح تعويض عن البطالة لفائدة المنخرطين فيه، كما ساهم صندوق الزكاة في منح القروض للحرفيين في الفترة التي كانت هذه الآلية معتمدة على مستوى صناديق الزكاة بالفطر الوطني قبل إيقاف هذه الصيغة.¹

3- أهم الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر:

- الأفرشة بأنواعها "أفرشة الصوف المتنوعة".
- الصناعات الجلدية من جلود الحيوانات الصحراوية كسجادة الصلاة والفرو والوسائد والقرية للشرب.
- الطرز والنسيج (زرابي، ملابس).
- الأواني المنزلية المصنوعة من الخشب أو النحاس.
- الأسلحة البيضاء وتشمل الخناجر السيوف والسكاكين.
- وسائل التجميل والزينة وتتضمن الفضة، الحجارة الكريمة، الحب الحر والعاج.
- الرسم والنحت على القماش والخشب والنحاس أو معادن أخرى.
- مجسمات أو تحف للديكور مصنوعة من جلود حيوانات برية أو بيض النعام.²

4- معوقات العمل الحرفي والصناعات التقليدية بالجزائر:

على الرغم من الإنجازات التي عرفها قطاع المؤسسات الحرفية في الجزائر إثر تنفيذ سياسة التنمية الموضوعة له في إطار استراتيجية القطاع آفاق 2010 الى أن القطاع ما زال يعاني من مجموعة من الصعوبات تعرقل نشاطاته وتحد من تنميته والتي يمكن حصرها فيما يلي:

- عدم الاستقرار التنظيمي الذي عرفه القطاع.

¹ - بويلي سكينية، دور قطاع الصناعة التقليدية في التنمية الاقتصادية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة مسيلة، الجزائر، العدد 13، 2017، ص352.

² - جعيل جمال، إسماعيل زحوط، الحرف والصناعات تقليدية كفرص لترقية السياحة الداخلية في الجزائر، ملتقى وطني، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، ص14، متاح على الرابط الإلكتروني <https://vrlx-aruniv-batna.dz>

- سوء ظروف ممارسة النشاط الحر في.
- ضعف التحفيز المالي والجنائي وضعف القدرة التنافسية للمنتوج الحر في.¹
- مشكل التمويل بالمادة الأولية والعتاد الضروري لعملية الإنتاج، ومشكل التمويل.
- مشكل التسويق حيث يجد الحرفيون مشاكل عديدة في تسويق منتجاتهم مما يؤثر سلبا على انتاجهم.
- صعوبة الحصول على المحلات من قبل الحرفيين.
- ضعف برامج التكوين وقلّة مراكز التكوين المتخصصة مع عدم وجود نظام تمهيد مناسب للصناعات التقليدية تدعم إجراءات تشجيعية وتحفيزية.²

خامسا: واقع العمل الحر في ولاية قلمة

- 1) التعريف بولاية قلمة: ولاية قلمة هي ولاية جزائرية عاصمتها قلمة تقع في شمال شرق البلاد وسط سلسلة جبلية ضخمة، وتبعد الولاية عن الجزائر العاصمة بـ 537 كلم، علاوة على طابعها الصناعي والفلاحي والرعوي والغابي، الذي يعطيها موقعا استراتيجيا واقتصاديا هاما في الجزائر، وتبلغ مساحتها 4125 كم²
- 2) تطور الصناعات التقليدية بولاية قلمة: تدعيمها للصناعة التقليدية بولاية قلمة تم إنشاء غرفة للصناعات التقليدية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-323 المؤرخ في 11 أكتوبر 2009 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 97-100 المؤرخ في 27 مارس 1997 وتهدف الغرفة الى تهيئة الظروف المناسبة بالصناعة التقليدية والحرف بالولاية من خلال:

- تمثل وتزود السلطات العمومية والهيئات الولائية والوطنية بالمعلومات المقترحة المتعلقة بالصناعة التقليدية والحرف وترقية القطاع وتطويره.
- تنظم وتشارك في المعارض.
- تكوين وتأهيل الحرفيين للحفاظ على الصناعة التقليدية خاصة الحرف التي تكاد أن تنقرض.

¹ - جلييلة بن لعمودي، سمية دربال، سياسة دعم المؤسسات الحرفية في الجزائر، مجلة العلوم الإدارية والمالية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 2، 2018، ص 224، 225.

² - داود غديري وآخرون، دور الصناعات والحرف اليدوية التقليدية كتراث ثقافي موروث في الترويج للسياحة الصحراوية وتنميتها بمناطق الجنوب الجزائري، مجلة التنوع الاقتصادي، جامعة عين تيموشنت، الجزائر، العدد 2، 2022، ص 52.

- كما تتولى الغرفة تسعير وشطب الحرفيين داخل الولاية، وتنظيم وبرمجة إقامة معارض الصناعة التقليدية والحرف داخل الولاية بالتنسيق مع باقي الغرف عبر أبعاد الوطن، عبر إرسال وفود من الحرفيين من داخل الولاية أو استقبال حرفيين من خارجها لإقامة معارض أو دورات تكوينية.¹

3) تصنيف الصناعات التقليدية والحرف في ولاية قالمة

1- الصناعة التقليدية الفنية:

تتميز بالأصالة والطابع الانفرادي والإبداع، إذ تتطلب هذه الصناعة مواهب فنية عالية وفترة صناعة طويلة ومواد أولية وهو ما يفسر ارتفاع أسعارها، بينما لا تتطلب تقسيما للعمل² ومن ضمن أنواع التقسيم نذكر ما يلي:

أ- خياطة الألبسة التقليدية: إحدى أهم الحرف بمدينة قالمة تقوم على العمل اليدوي وتحظى بشعبية كبيرة نظرا للتقنيات المستخدمة ولعدم تطابها معدات غير متوفرة، حيث تمثل مصدر رزق لبعض من الأفراد.

ب- الحلويات التقليدية الجزائرية: مهنة متوارثة عبر الأجيال لها ميزتها الخاصة في كل ولاية.

ج- عجائن تقليدية غذائية: تعتبر مهنة مربحة للنساء الماكثات بالبيت.

2- صناعة تقليدية إنتاج مواد:

تسمى أيضا بالصناعة التقليدية الحرفية النفعية الحديثة، وهي كل صنع لمواد استهلاكية عادية، لا تكتسي طابعا فنيا خاصا، توجه للعائلات والصناعة والفلاحة ومن ضمن أنواع هذا التقسيم نذكر ما يلي:³

أ- صناعة المجوهرات والصبغة: وهي شكل من أشكال الزينة الشخصية تصنع الأحجار الكريمة والمعادن الثمينة.

ب- حرفي نجار: نشاط صناعي يستخدم فيها أخشاب الأشجار لصناعة أدوات ومعدات بحاجة لها في حياتنا اليومية.

ج- خياطة ملابس جاهزة: خياطة سريعة مأخوذة من نموذج وتتجدد من حين لآخر.

¹ - بوقموم محمد، معيزي جزيرة، مساهمة الصناعة التقليدية في ترقية السياحة الداخلية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد 48، 2017، ص 362، 363.

² نويحي يوسف، دور التسويق السياحي في ترقية الصناعة التقليدية، تخصص مالية وتجارة دولية، مذكرة لنيل شهادة الماستر قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018/2019، ص 33.

³ - حيزية هني، عامر عيساني، واقع الصناعات التقليدية والحرف بالجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية والسياحية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد بوضياف لمسيلة، الجزائر، العدد 1، 2022، ص 614.

3- صناعات حرفية تقليدية للخدمات:

وهي مجمل النشاطات التي تقدم خدمة خاصة بالصيانة أو التصليح أو الترميم الفني بإستثناء تلك التي تسري عليها أحكام تشريعية خاصة.¹

أ- حرفي بناء: مهنة يستخدم فيها البناء عناصر مختلفة (حجر طبيعي، اصطناعي).

ب- حلاقة النساء: مهنة مكلفة بنظافة وجمال وصحة الشعر.

ت- دهان بنايات: هي مهنة متخصصة في طلاء السطوح والجدران يدمج فيها المحترف ألوان ورسومات.

4- معوقات العمل الحرفي بولاية قالمة:

- عدم توفر الإمكانيات المادية اللازمة لعرض منتجات الحرفيين في الفنادق وأماكن أخرى.
- غلاء المواد الأولية واحتكار بعض الجهات لها.
- الضرائب الملقاة على الحرفيين.
- صعوبات تأجير محلات لممارسة النشاط الحرفي.
- عدم إقبال الأشخاص لتطوير حرفتهم لغلاء أسعار الدورات التكوينية.
- صعوبة الحصول على الدعم المتقدم من الغرفة.

¹ - قرين ربيع، واقع قطاع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر واستراتيجية ترقيته، مجلة اقتصاد المال والأعمال، جامعة ميله، الجزائر، العدد 03، 2022، ص179.

خلاصة الفصل:

تعرفنا في هذا الفصل على واقع العمل الحر في الجزائر والصعوبات التي يمكن أن يواجهها الحر في أثناء ممارسته لهذا النشاط الذي يكتسب طابعا فنيا ويعبر عن ثقافات كل بلد ويسعى الى تحقيق التنمية المحلية وإبراز العادات والتقاليد التي تجعلنا نتميز بها عن الدول الأخرى، كما تطرقنا الى أنواع الحرف السائدة والمنتشرة على مستوى التراب الوطني وأبرزنا أهم الخصائص التي تمتاز بها هذه الأنشطة التي يمكن أن تساعد الحر في تحقيق البعض من أهدافه وتساهم في تحقيق الاكتفاء الذاتي وإشباع حاجاته ورغباته.

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي

تمهيد

1 تحليل وتفسير البيانات وعرض النتائج

2 النتائج العامة للدراسة

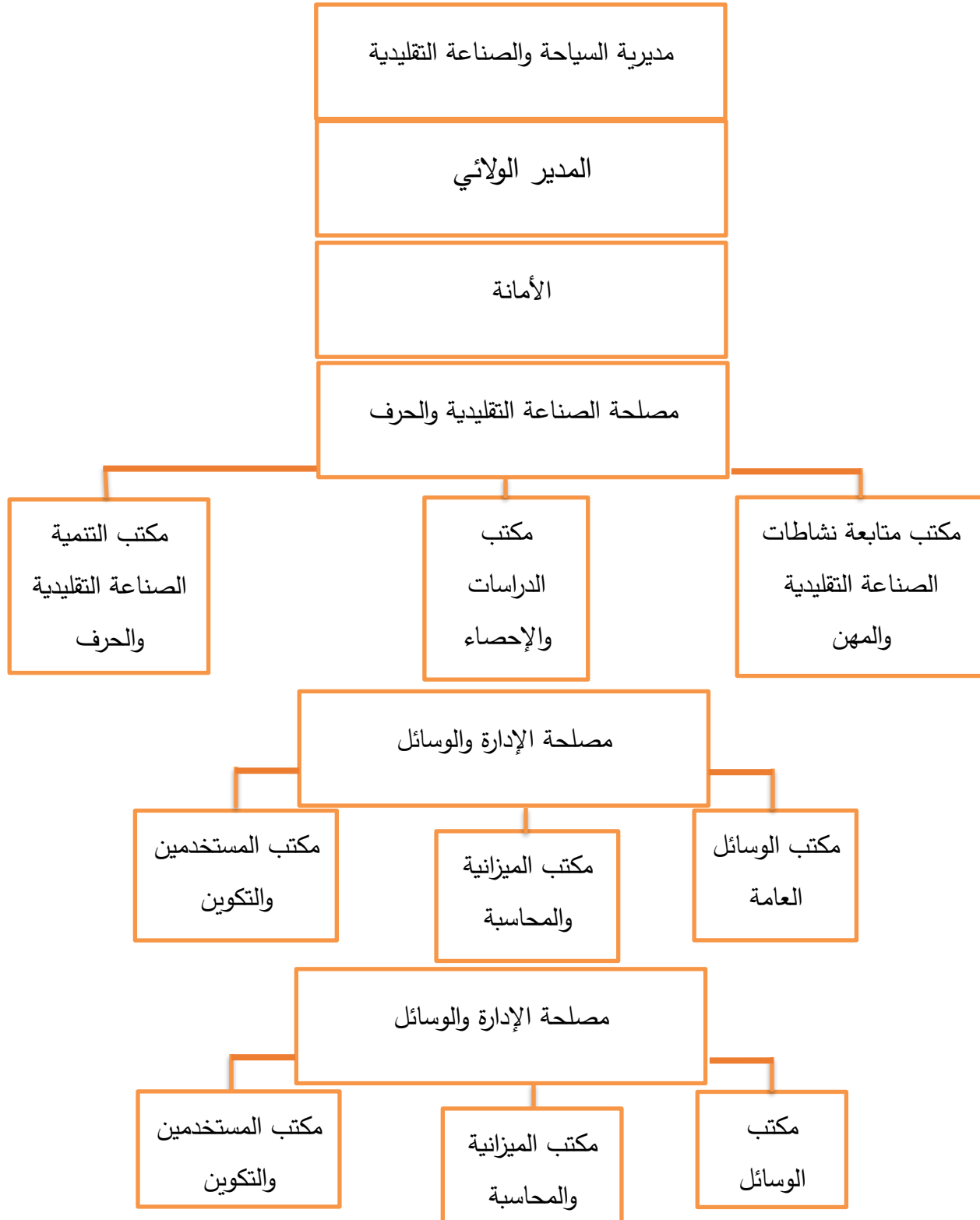
3 نتائج الدراسة في ضوء المحاور

تمهيد:

قمنا في هذا الفصل بعرض وتفسير وتحليل البيانات لدراسة دور الاتصال الخارجي في مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قلمة في دعم العمل الحر، حيث اعتمدنا استخدام أداة جمع البيانات "استمارة الاستبيان"، وبعد توزيع الاستمارات على الحرفيين قمنا بتفريغ البيانات وتصنيفها للوصول إلى نتائج الدراسة.

- **التعريف بالمديرية:** مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قلمة هي هيئة إدارية حكومية على مستوى الولاية تتمركز في شارع مجالدي حسين طريق بوروايح، تسعى إلى تطوير وتنمية السياحة من خلال دعم الاستثمار السياحي والمنتجات السياحية وتنميتها وتعمل كذلك على دعم المستثمرين. (بريدها الإلكتروني dta.guelma@mta.gov.dz).

2. الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قالمة:¹



¹ هيكل تنظيمي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قالمة، تاريخ الزيارة 2023/05/05، متاح على الرابط:

<http://www.guelma.mta.gov.d>

3. مهام مديرية الصناعة والتكوين:

بمقتضى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 1-257 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 السالف الذكر فإن المديرية تكلف

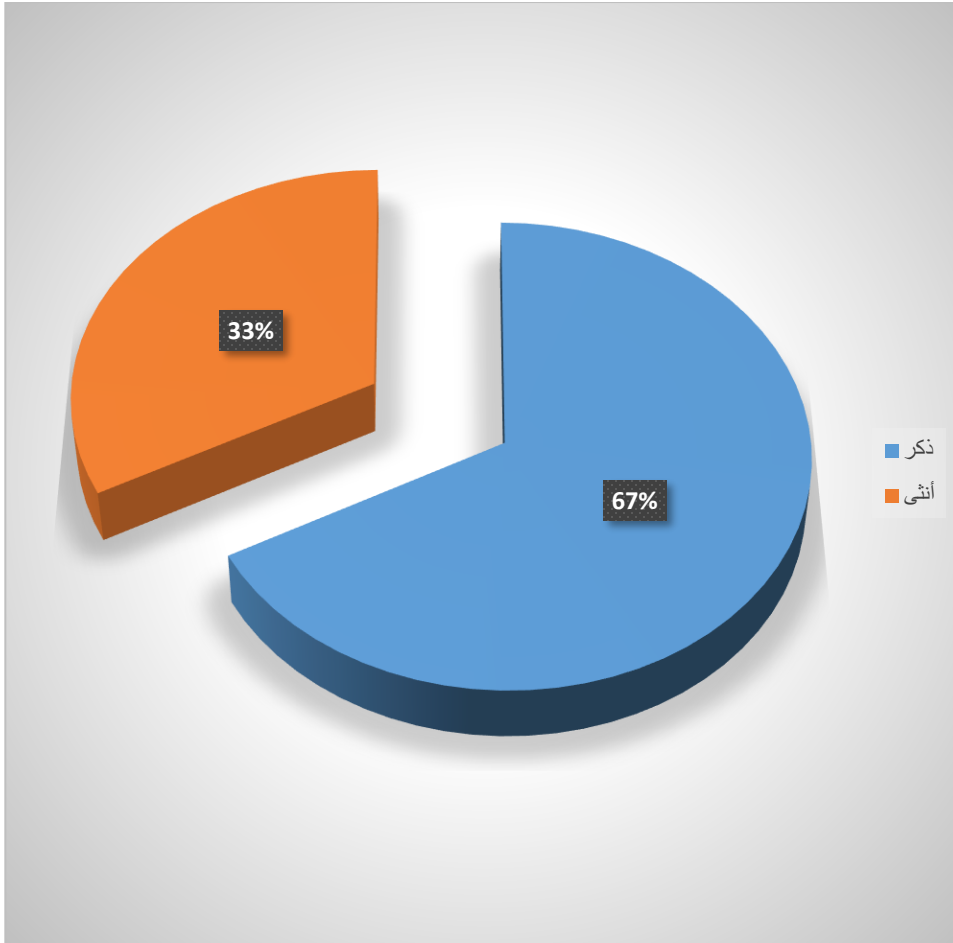
بالمهام التالية:

- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز لتنمية النشاطات السياحية.
- متابعة تتطابق النشاطات السياحية لمقاييس التسيير وقواعد ممارسة النشاطات السياحية.
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن.
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران وتأمين المواقع السياحية.
- ضمان تنفيذ ميزانية التسيير والتجهيز.
- دعم وتنمية نشاطات المتعاملين والهيئات والجمعيات المتدخلة في السياحة.
- تشجيع ظهور طلبات سياحية متنوعة وذات نوعية وكذا ترقية وتسويق المنتجات السياحية المحلية.

تحليل وتفسير البيانات وعرض النتائج:

المحور الأول: البيانات الشخصية:

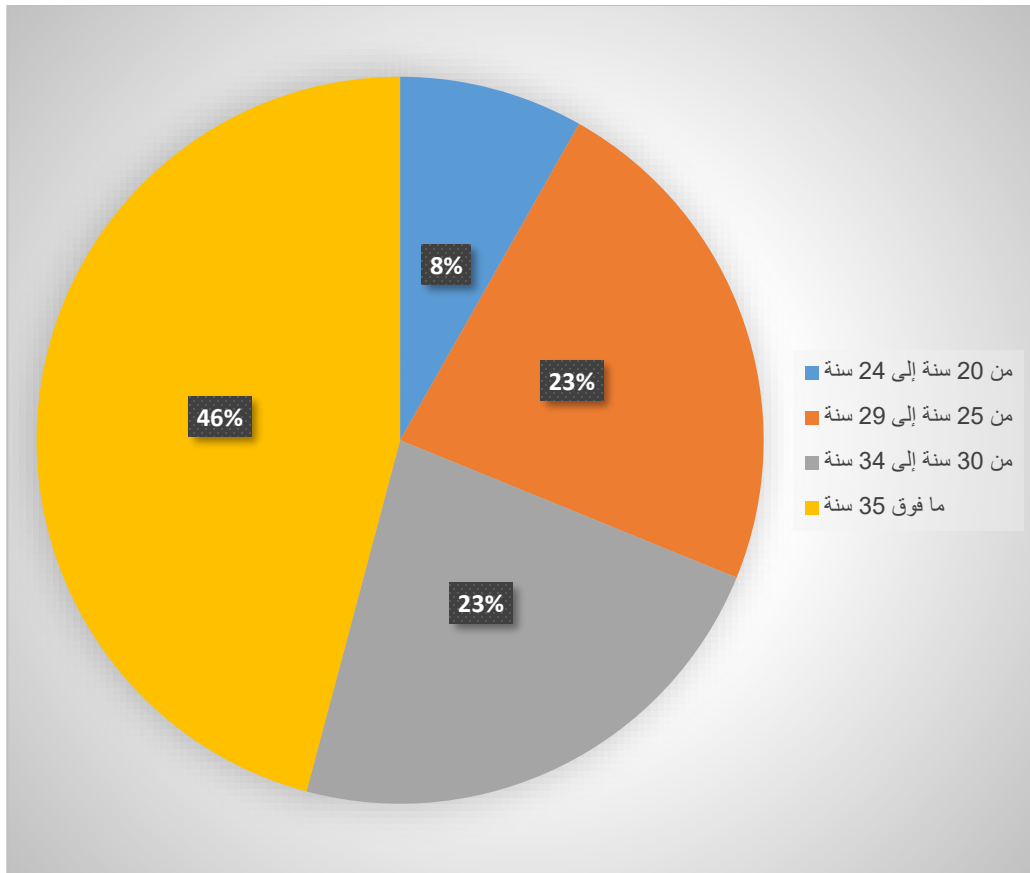
شكل رقم 1: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:



يتبين لنا من خلال الشكل أعلاه أن أغلب الحرفيين هم من فئة الذكور حيث بلغت نسبتهم 67.2% أي بمعدل

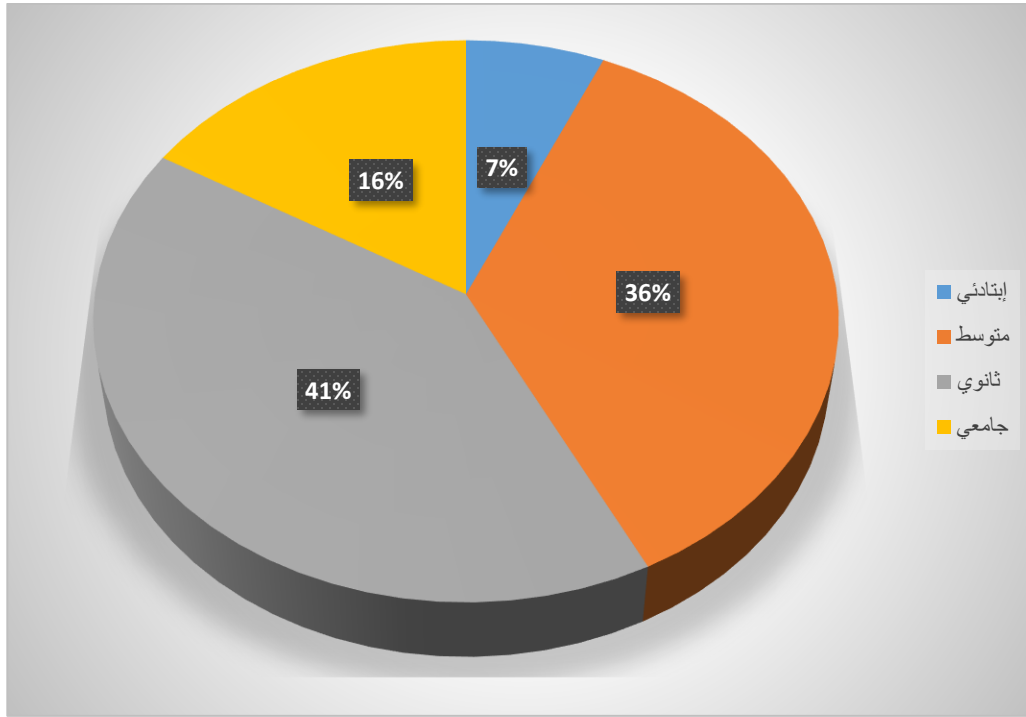
تكرار 41 حرفي في حين بلغت نسبة الإناث 32.8% أي 20 حرفية وهناك تباعد نسبي ملموس بين الفئتين.

شكل رقم 2: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:



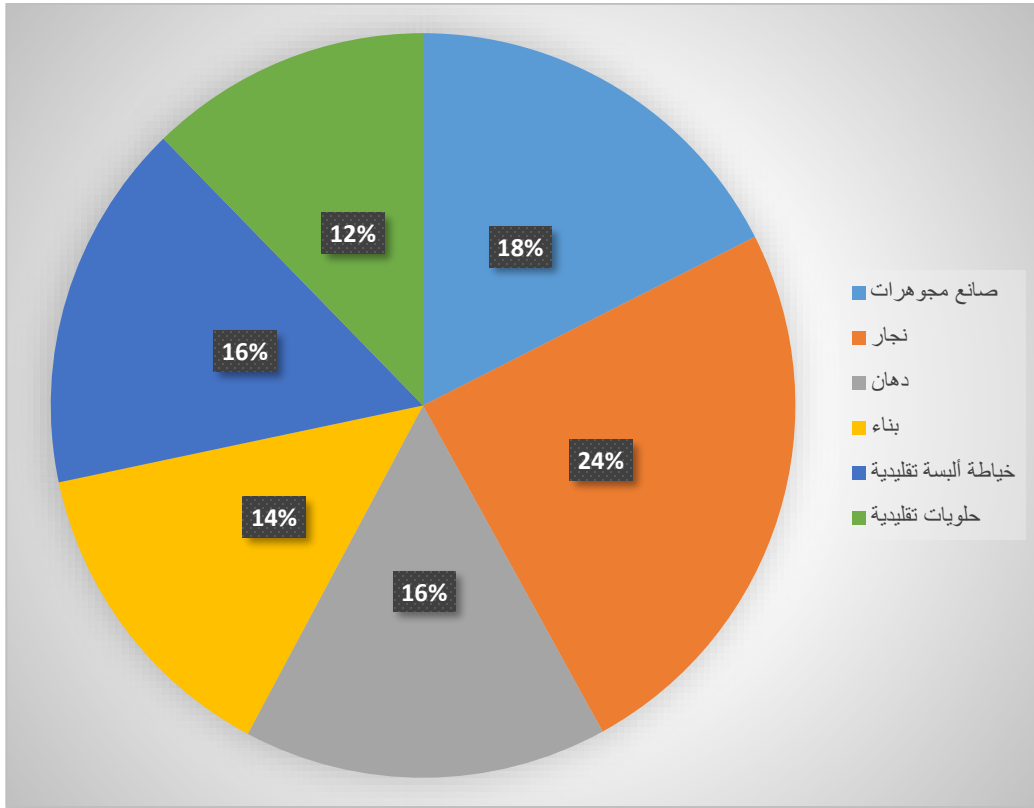
من خلال الشكل الموضح أعلاه يتبين لنا ان أغلب الفئات العمرية التي يتراوح عمرها من 35 فما فوق هم أكثر ممارسة للعمل الحر في حيث قدرت نسبتهم بـ 45.9%، أما أقل نسبة ترجع لفئة ما بين 20 إلى 24 سنة بنسبة 8.2%.

شكل رقم 3: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي:



نلاحظ من خلال بيانات الشكل أعلاه أن أغلب نسبة للحرفيين تعود إلى فئة الثانوي والتي قدرت ب 41% بمعدل تكرار 25 مفردة تليها فئة مستوى المتوسط بنسبة 36% بمعدل تكرار 22 حرفي ثم تليها نسبة فئة المستوى الجامعي بنسبة 16.4% بمعدل تكرار 10 حرفيين، أما أقل نسبة تعود للابتدائي وقدرت ب 6.6%.

شكل رقم 4: يبين توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الحرف:

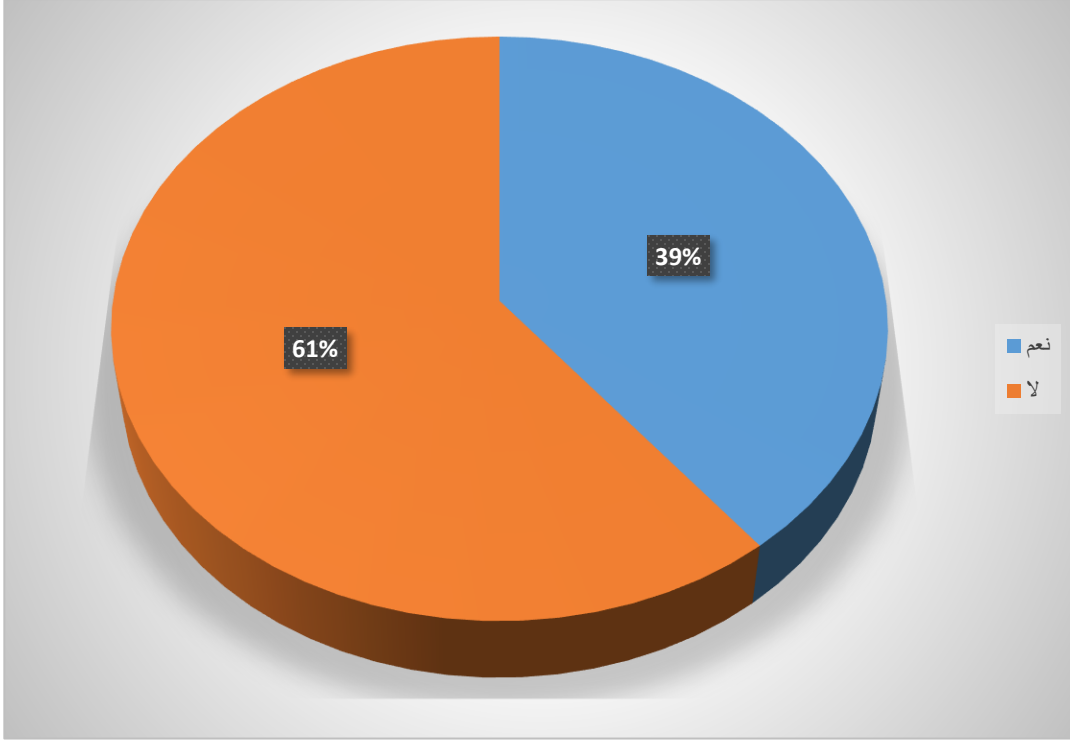


من خلال معطيات الشكل الموضح أعلاه تبين لنا أن أكبر نسبة تعود للمتخصصين في النجارة وصناعة المجوهرات حيث تحصلوا على نسب ما بين 22.9 و 16.4%، وتحصلت فئة صناعة العجائن التقليدية على أدنى نسبة قادت ب 6.6% ومنه نستنتج أن ارتفاع نسبة صانعي المجوهرات راجع للثقافة السائدة في المجتمع الجزائري لأن المرأة لديها توجه لاقتناء هذا النوع من السلع أما ارتفاع نسبة المتخصصين في حرفة النجارة راجع لكثرة الطلب في السوق لتغيير الأثاث .

أما تفسير ضعف نسبة الحرفيين المتخصصين في حرفة صناعة العجائن التقليدية راجع إلى أن المجتمع في ولاية قلمة لازالت المرأة فيه تقوم ببعض الأعمال المنزلية وتعدّها لنفسها وليس لها طلب كبير مراعاة للاحتياجات الصحية والنظافة.

المحور الثاني: أشكال الاتصال الخارجي ومساهمتها في الترويج للعمل الحرفي:

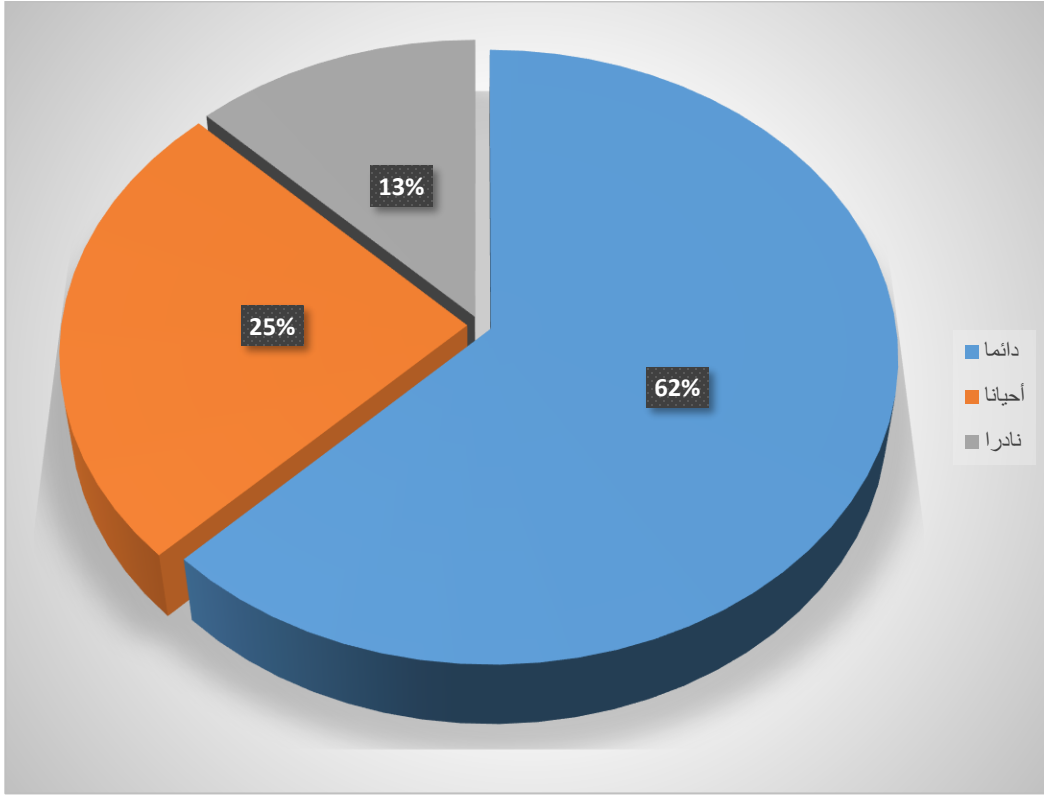
شكل رقم 5: يبين تواصل الحرفيين مع مديرية السياحة والصناعات التقليدية:



يتضح من خلال الشكل أعلاه أن الحرفيين الذين لا يتواصلون مع مديرية السياحة والصناعات التقليدية هم أكبر نسبة مقارنة مع الحرفيين الذين لديهم تواصل مع مديرية السياحة والصناعات التقليدية، حيث قدرت نسبتهم بـ 60.7% في حين الآخرون الذين يتواصلون مع المديرية قدرت نسبتهم بـ 39.3%. من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن عدم التواصل راجع لطبيعة العمل وطبيعة الإمكانيات المتوفرة لدى الحرفيين ولصعوبة التنقل وظروف العمل ولغياب إطار منظم للاحتكاك بين المديرية والحرفيين.

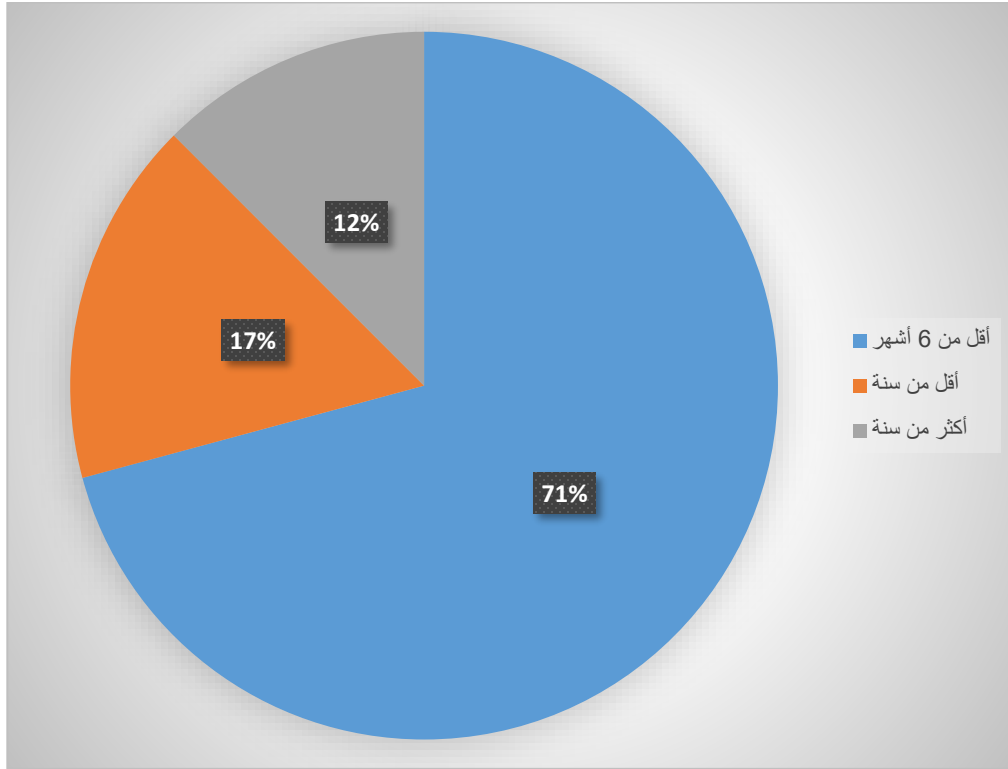
شكل رقم 6: يبين توزيع أفراد العينة حسب اهتمامهم بالتواصل مع مديرية السياحة والصناعات

التقليدية:



نلاحظ من خلال معطيات الشكل أن نمط التواصل الغالب هو الدائم والذي أخذ أعلى نسبة قدرت ب 62.5% مقارنة مع الأنماط الأخرى المتبقية.

شكل رقم 7: يبين متى آخر مرة تم فيها التواصل مع مديرية السياحة والصناعات التقليدية:

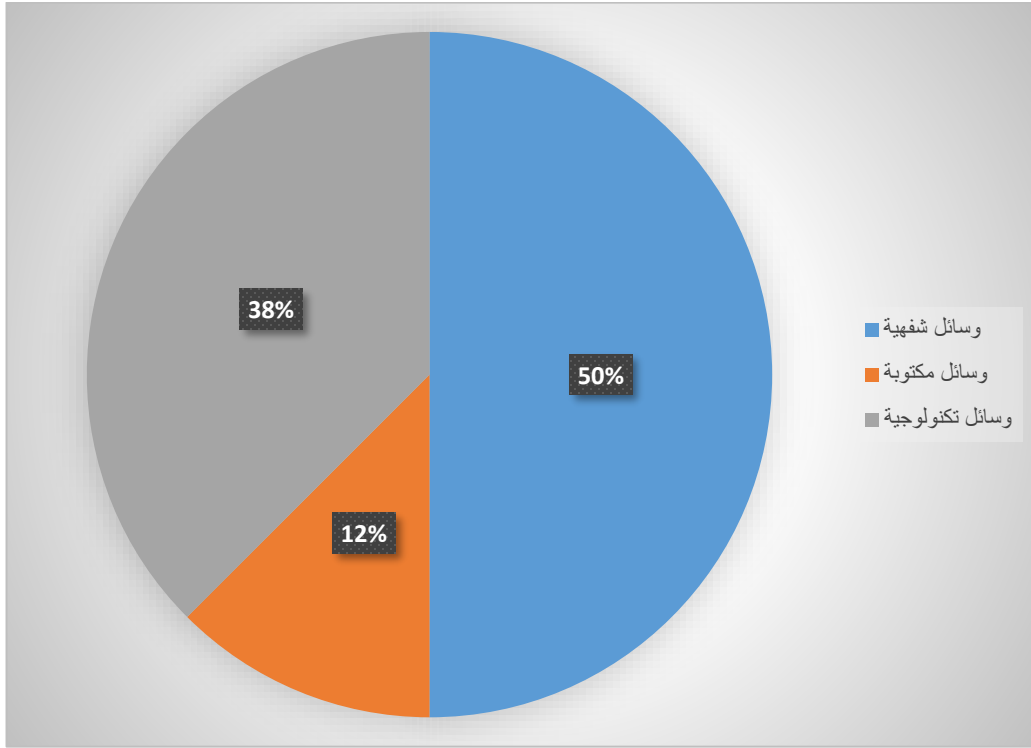


نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن الحرفيين الذين هم على تواصل مع هذه المديرية كان تواصلهم خلال فترات زمنية مختلفة، حيث أن فئة أقل من 6 أشهر تحصلت على أعلى نسبة قدرت بـ 70.8% وأدنى نسبة تحصلت عليه فئة الأكثر من سنة حيث قدرت نسبتها بـ 12.5%.

ومن هنا نجد أن معظم الحرفيين الذين هم على تواصل مع هذه المديرية كان تواصلهم آخر مرة يقل عن 6 أشهر وهذا راجع لعدة أسباب منها: عرض انشغالهم لتسوية إجراءات مرتبطة بالسجل التجاري مثلا أو عرض منتجاتهم الجديدة بغرض الترويج.

شكل رقم 8: يوضح التقنيات التي تعتمد عليها مديرية السياحة والصناعات التقليدية في التواصل مع

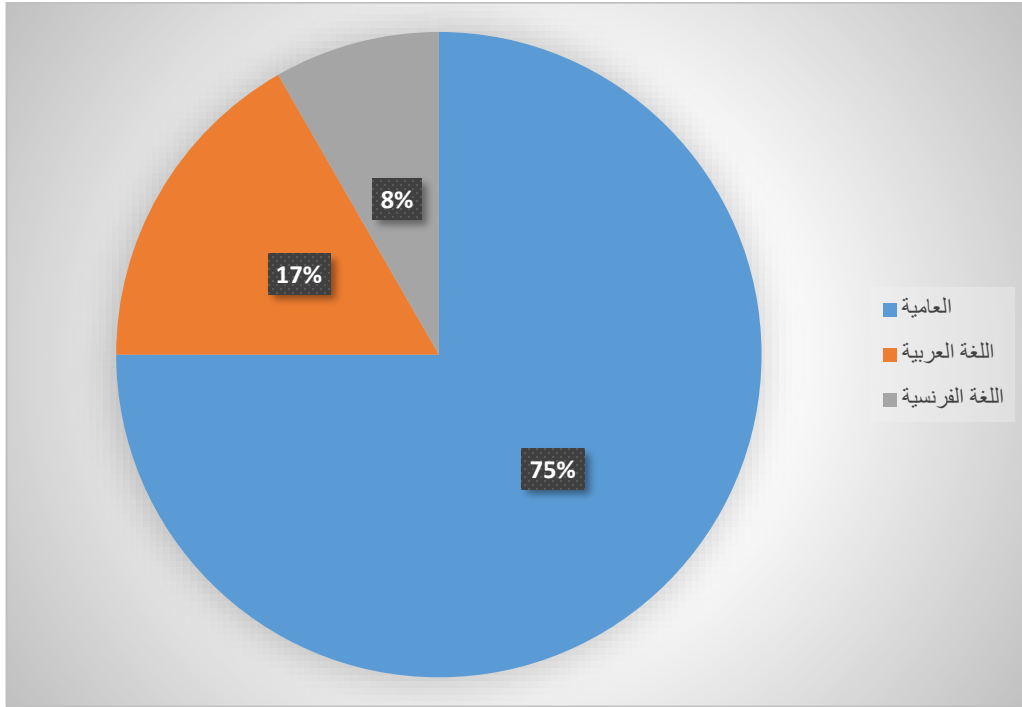
الحرفيين:



نلاحظ من خلال معطيات الشكل أن أكبر نسبة تعود إلى الوسائل الشفهية حيث قدرت ب 50% بتكرار 12 مفردة ثم تليها الوسائل التكنولوجية بنسبة 37.5% والنسبة المتبقية 12.5% للوسائل المكتوبة. ومن هنا نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن الوسائل الشفهية هي أكثر الوسائل اعتمادا في تواصل المديرية مع الحرفيين وهذا راجع لسهولة فهم الرسالة الموجهة إليه بشكل فوري ومباشر وهذا ما يولد نجاح العملية الاتصالية، أما تدني نسبة الوسائل المكتوبة راجع لتطور وسائل الإعلام التكنولوجية وهذا ما أثر على مكانتها.

شكل رقم 9: يبين اللغة الأكثر اعتمادا من طرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية في التعامل مع

الحرفيين:

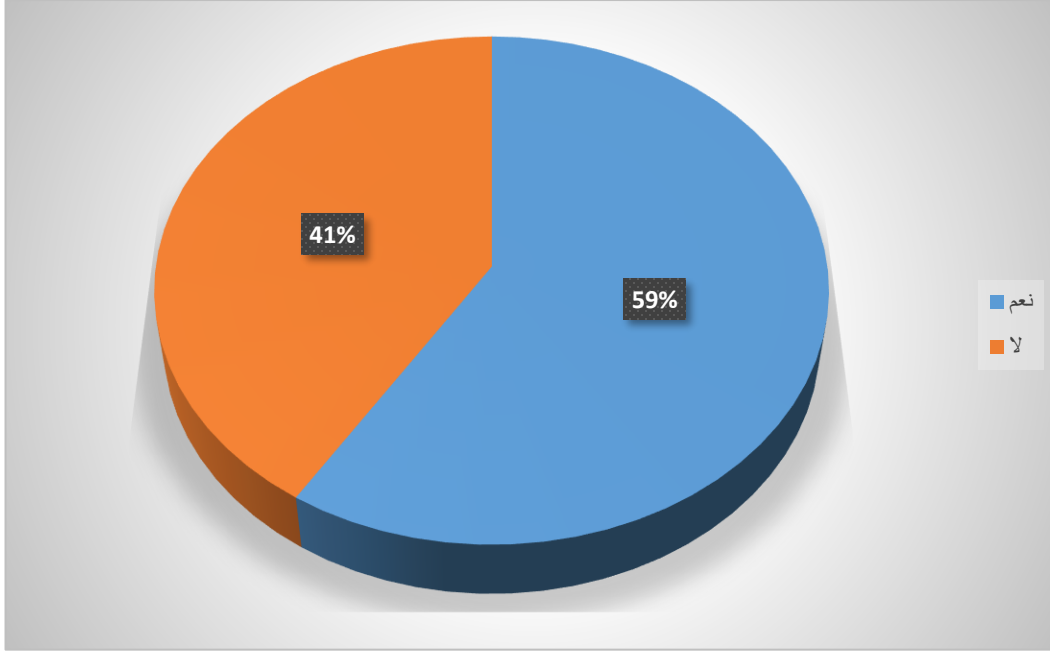


من خلال ما توضحه النتائج المتحصل عليها في الشكل أعلاه نجد 75% من الحرفيين أقرروا بأن العامية هي الأكثر استخداما في مديرية السياحة والصناعات التقليدية واعتمادها بالدرجة الثانية على اللغة العربية بنسبة 16.7% أما استخدام اللغة الفرنسية منعدمة في مراسلتها للحرفيين، ومن خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن العامية الأكثر استخداما لكونها تمثل اللغة الأم بالنسبة لغالبية المجتمع الجزائري التي تستخدم على نطاق واسع في التعاملات اليومية للأفراد وكذا الممارسات الفعلية للكثير من المؤسسات.

المحور الثالث: فعالية الاتصال الخارجي لتدعيم العمل الحرفي:

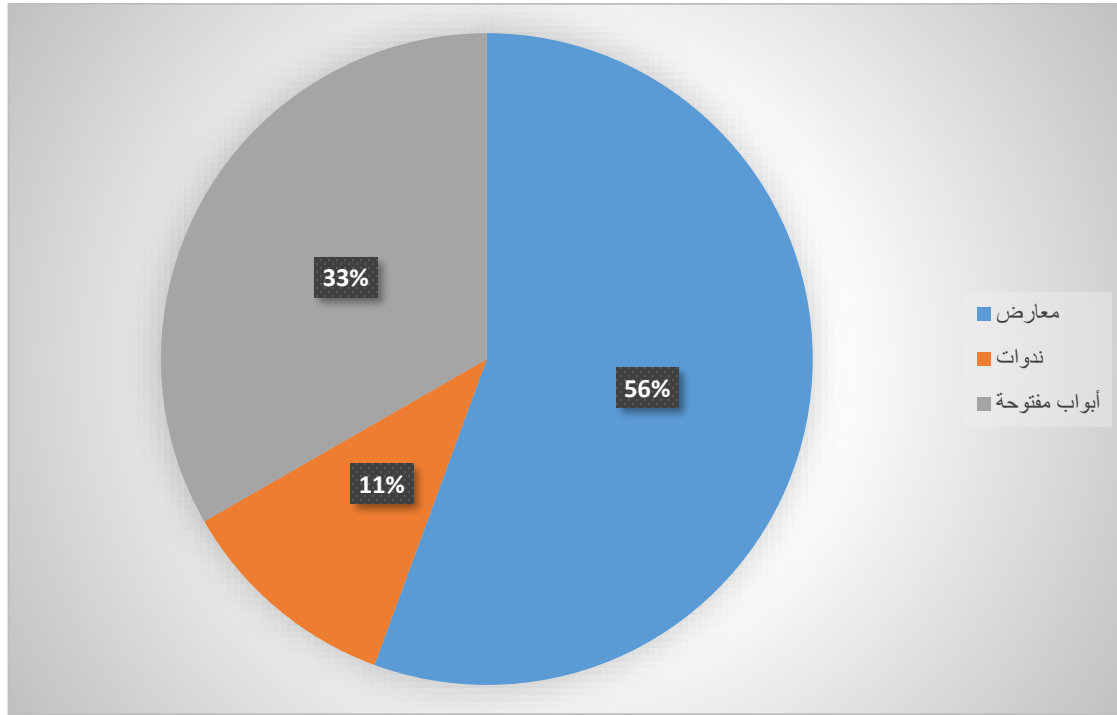
شكل رقم 10: يبين إجابات الحرفيين حول سماعهم عن النشاطات التي تقوم بها مديرية

السياحة والصناعات التقليدية:



نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن 59% كانت إجاباتهم بنعم والنسبة المتبقية 41% منهم كانت إجاباتهم بـ لا. نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن أغلبية الحرفيين الذين أجابوا بنعم على دراية بالنشاطات التي تقوم بها المديرية، فمن الواضح أن النشاط الدعائي الذي قامت به مديرية السياحة والصناعة التقليدية كان له أثر واضح الذي تجلّى في نسبته التي فاقت 50%.

شكل رقم 11: يوضح النشاطات التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات التقليدية:

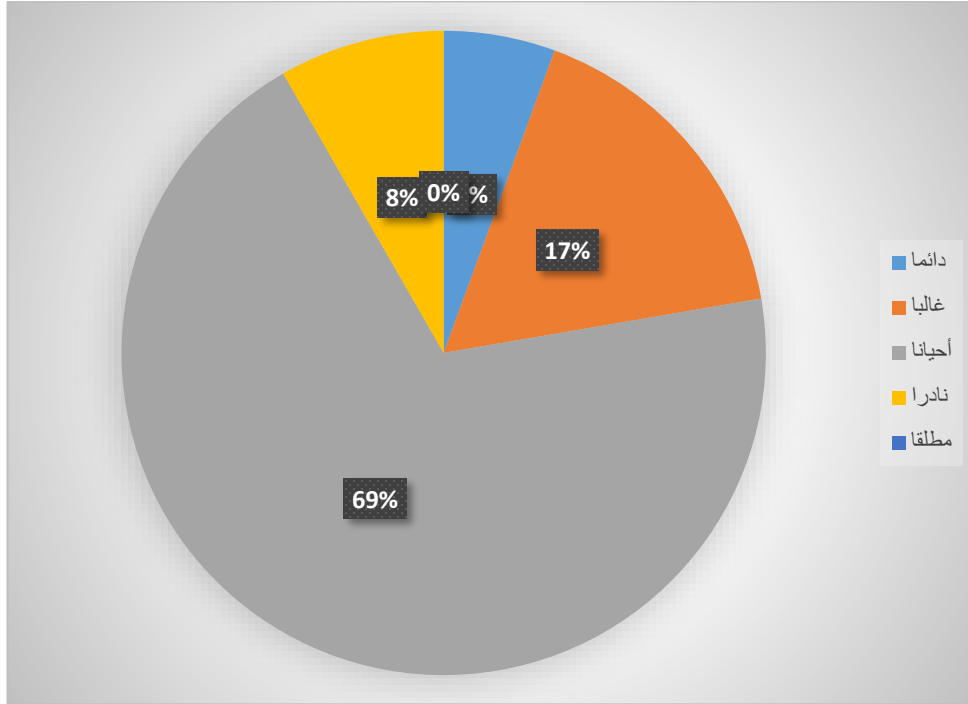


نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن أكبر نسبة تحصلت عليها المعارض بنسبة 55.6% وأقل نسبة تعود للندوات حيث قدرت بـ 11.1%.

ومن هنا نجد أن ارتفاع نسبة المعارض راجع لأهميتها في تعريف للجماهير بالمنتجات التقليدية والحرفية المحلية وتشجيع السياحة الثقافية، كما يمكن للحرفيين الحصول على فرص للتعرف على أحدث التقنيات والمواد المستخدمة في صناعة المنتجات التقليدية، أما تراجع نسبة تنظيم الندوات راجع لأنها في أغلب الأحيان لا تتناسب مع احتياجات الحضور كما يمكن أن تكون هاته الندوات مكررة ولا تقدم معلومات جديدة.

شكل رقم 12: يوضح حضور الحرفيين للنشاطات التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات

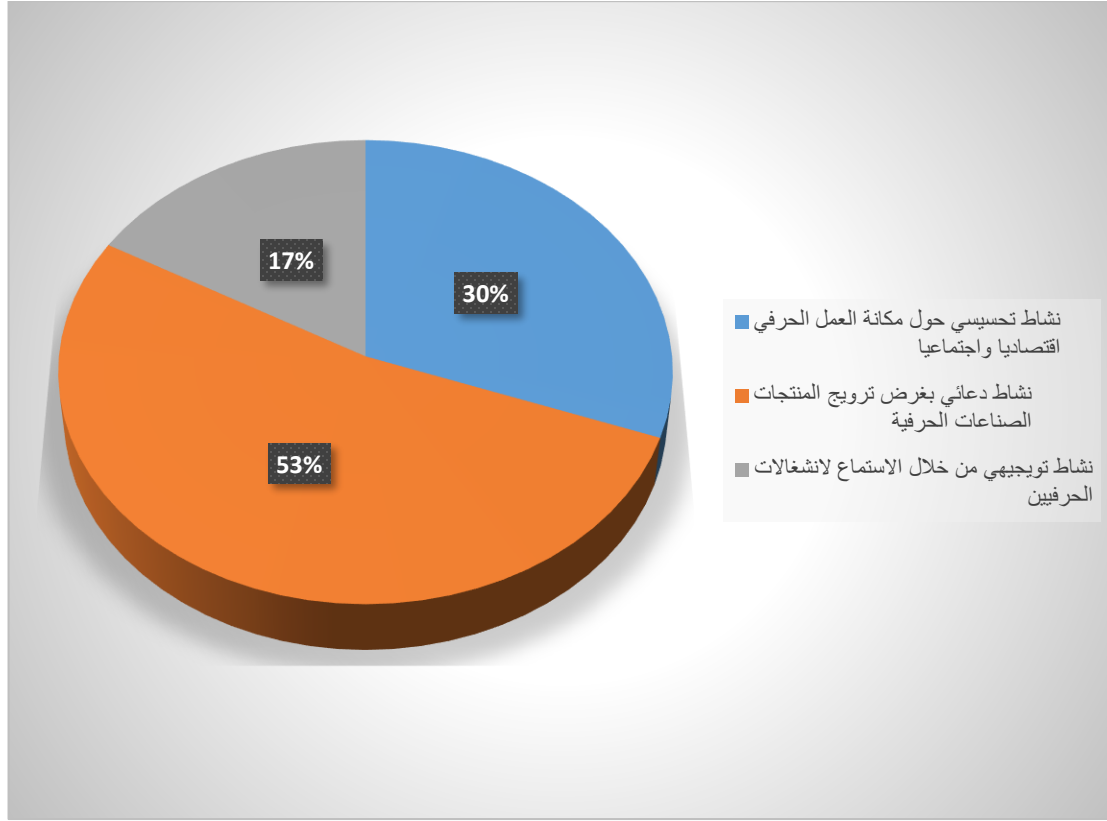
التقليدية:



نلاحظ من خلال معطيات الشكل أعلاه أن نمط الحضور الغالب هو أحيانا والذي أخذ أعلى نسبة قدرت بـ 69.7% مقارنة مع الأنماط الأخرى المتبقية.

ومن هنا نستنتج أن حضور الحرفيين أحيانا لهذه الأنواع من الأنشطة راجع لعدة أسباب كظروف العمل المتعلقة بنشاطاتهم والتزاماتهم مع الزبائن، أو ربما يرجع ذلك إلى عدم توفر عناصر جذابة بصورة كافية من خلال النشاطات التي تقوم بها المديرية.

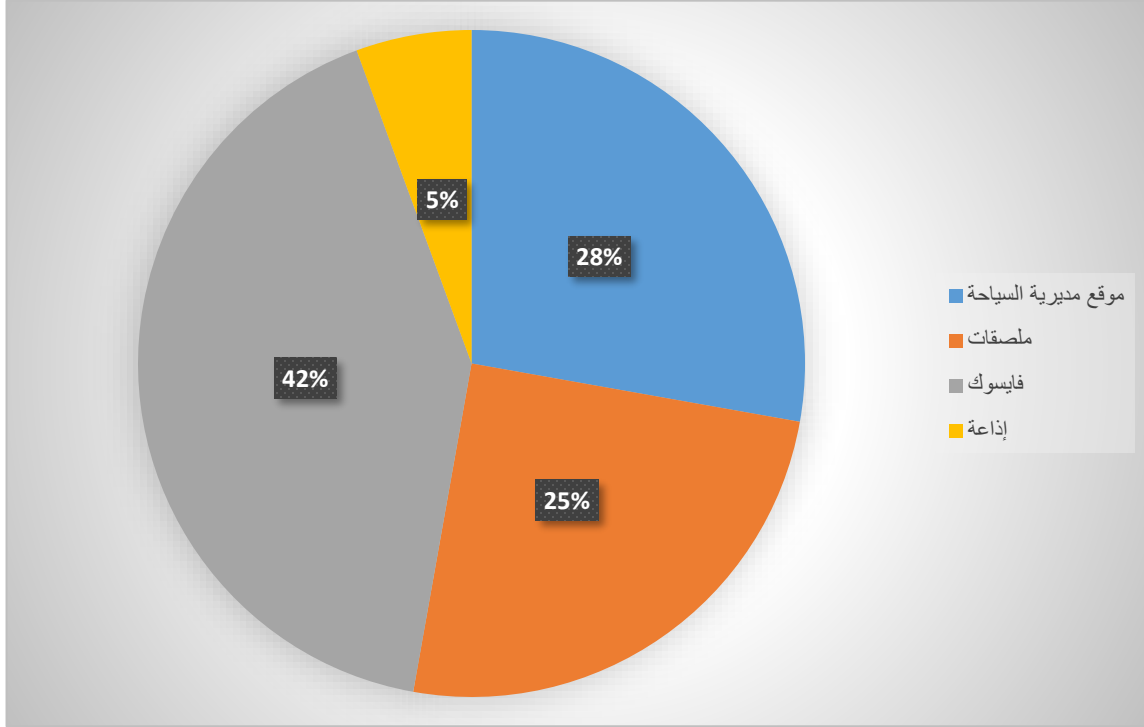
شكل رقم 13: يوضح أهمية النشاطات التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات التقليدية:



من خلال معطيات الشكل أعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة تعود إلى أن هذه النشاطات دعائية بغرض ترويج المنتجات والصناعات الحرفية حيث قدرة بـ 52.7% فأقل نسبة تعود إلى أنها نشاطات توجيهية من خلال الاستماع إلى انشغالات الحرفيين حيث كانت نسبتها 16.7%.

ومن هنا نستنتج أن أهمية النشاطات التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعة التقليدية تكمن في كونها نشاطات دعائية بغرض ترويج المنتجات والصناعات الحرفية لأنها تجذب الزوار والسياح إلى المنطقة وتعرض لهم المنتجات والصناعات التقليدية المحلية وتساعد على تعزيز الثقافة والهوية المحلية كما أنها تساهم في دعم الحرفيين المحليين وتشجيعهم على الإبداع والتطوير وتعزيز الاقتصاد المحلي.

شكل رقم 14: يبين التقنيات التي تعتمد عليها مديرية السياحة والصناعات التقليدية في الإعلان عن نشاطاتها للجمهور العام:



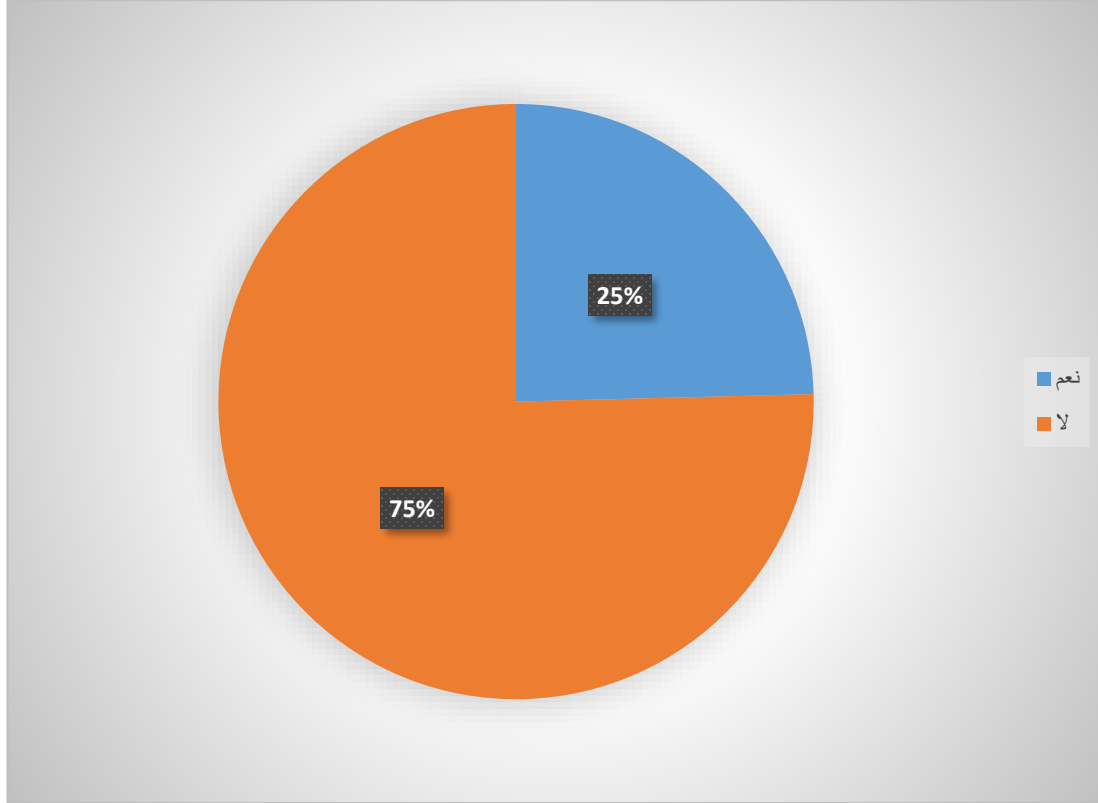
يتبين لنا من خلال بيانات الشكل الموضح أعلاه أن أعلى نسبة تحصلت عليها هي تقنية الفيسبوك حيث قدرت ب 41,6% تليها نسبة 27,8% وهي تعود إلى موقع مديرية السياحة ثم الملصقات بنسبة 25% و 5,6% إذاعة وهي قليلة مقارنة بالتقنيات الأخرى.

ومنه نجد أن أكثر التقنيات الإشهارية المعتمدة من طرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية في الإعلان عن نشاطاتها للجمهور العام هو الفيسبوك وهذا راجع لأهميته، فمنصة الفيسبوك من أشهر منصات التواصل الاجتماعي المنتشرة في الجزائر وفي ولاية قلمة على وجه الخصوص، أما سبب تراجع المديرية عن استخدام الإذاعة كوسيلة للإعلان عن نشاطاتها للجمهور العام راجع إلى محدودية استخدامها مع الوسائل الأخرى.

المحور الرابع: معوقات الاتصال الخارجي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية:

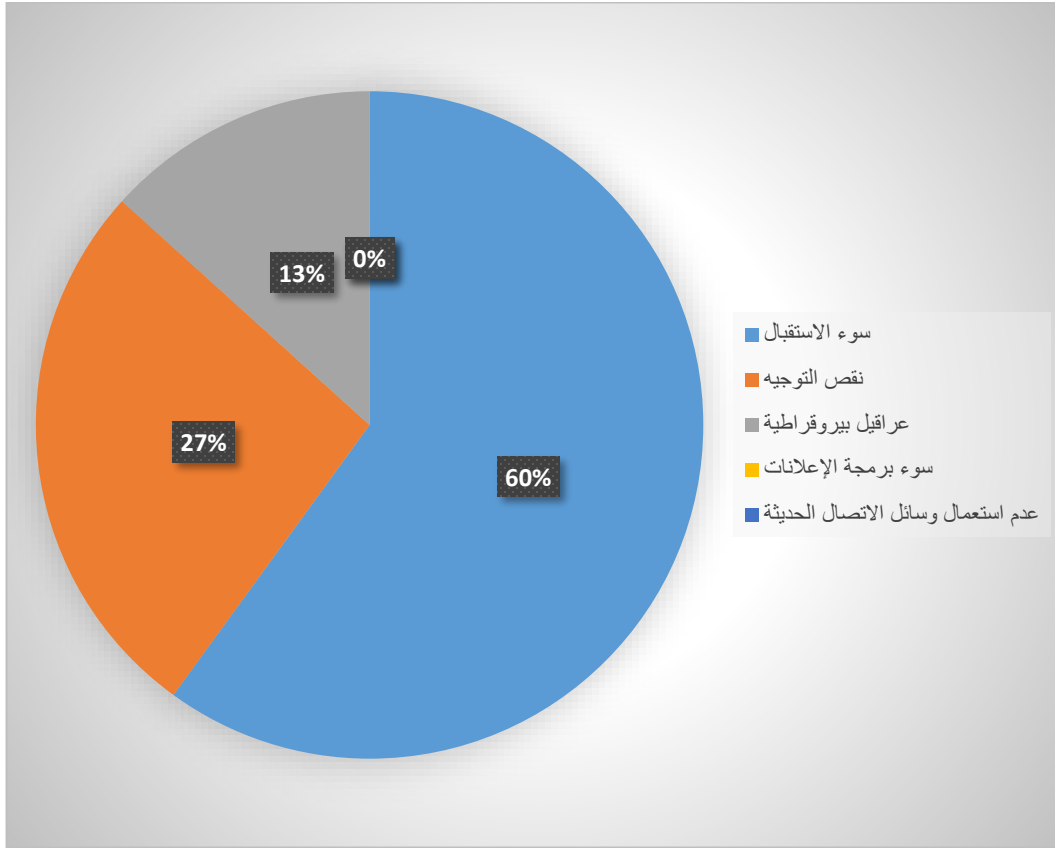
شكل رقم 15: يبين إجابات الحرفيين حول إذا ما واجهتهم عراقيل أم لا في التواصل مع مديرية السياحة

والصناعة التقليدية:



نلاحظ من خلال معطيات الشكل أن نسبة الذين أجابوا بـ لا بأنه لا توجد صعوبة في التواصل مع المديرية قدرت بـ: 75,4% ونسبة الذين أجابوا بنعم قدرت بـ 24,6% ومن هنا نستنتج أن أغلبية الحرفيين لا تواجههم عراقيل في تواصلهم مع مديرية السياحة والصناعة التقليدية وذلك راجع لوجود استقبال جيد وتفاعل مقبول مع انشغالات الحرفيين وهذا ما أكدته ملاحظتنا في الزيارة الميدانية التي قمنا بها لمديرية السياحة والصناعات التقليدية.

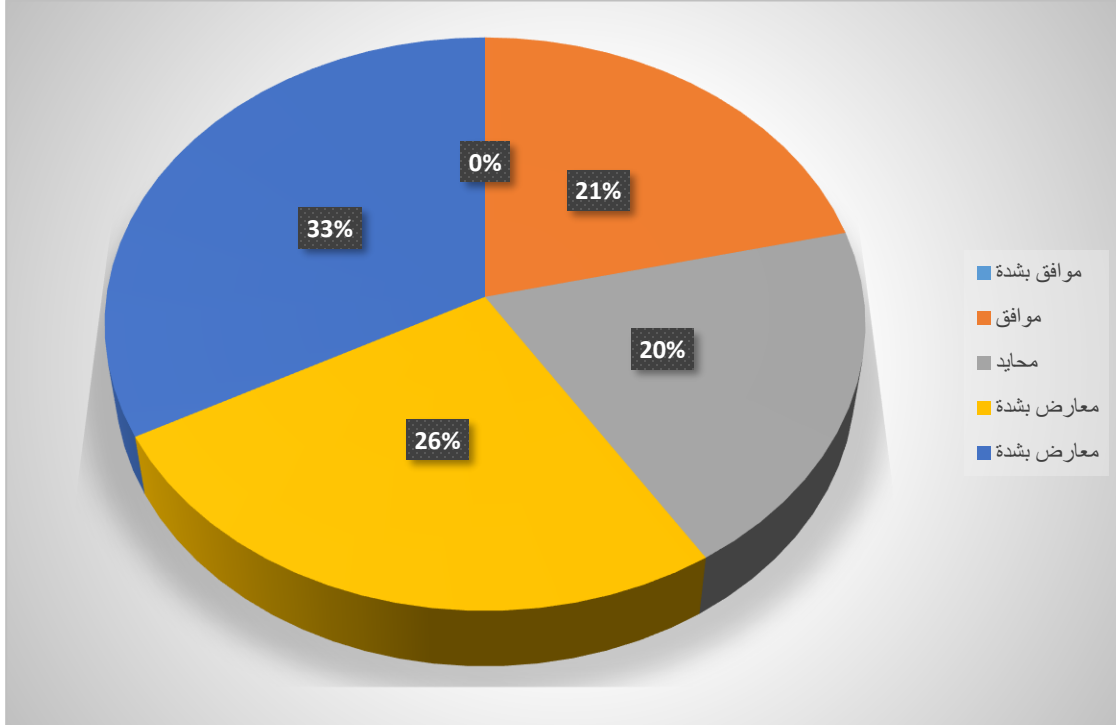
شكل رقم 16: بين العراقيين التي تواجه الحرفيين في تواصلهم مع مديرية السياحة والصناعات التقليدية:



نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن أكبر عائق هو سوء الاستقبال حيث قدر بنسبة 60% والعائق الثاني كان نقص في التوجيه بنسبة 26.7% وأقل نسبة تعود للعراقيل البيروقراطية حيث قدرت ب 13.3% وأما العراقيل المتبقية الموضحة في الجدول منعدمة.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن من أكثر العراقيل التي تواجه الحرفيين الذين هم على تواصل مع مديرية السياحة والصناعات التقليدية هي سوء الاستقبال وهذا قد يؤدي إلى انخفاض مستوى الرضا لدى الحرفيين هذا بدوره يؤدي إلى تقليل احتمالية عودة الحرفيين مرة أخرى للمؤسسة.

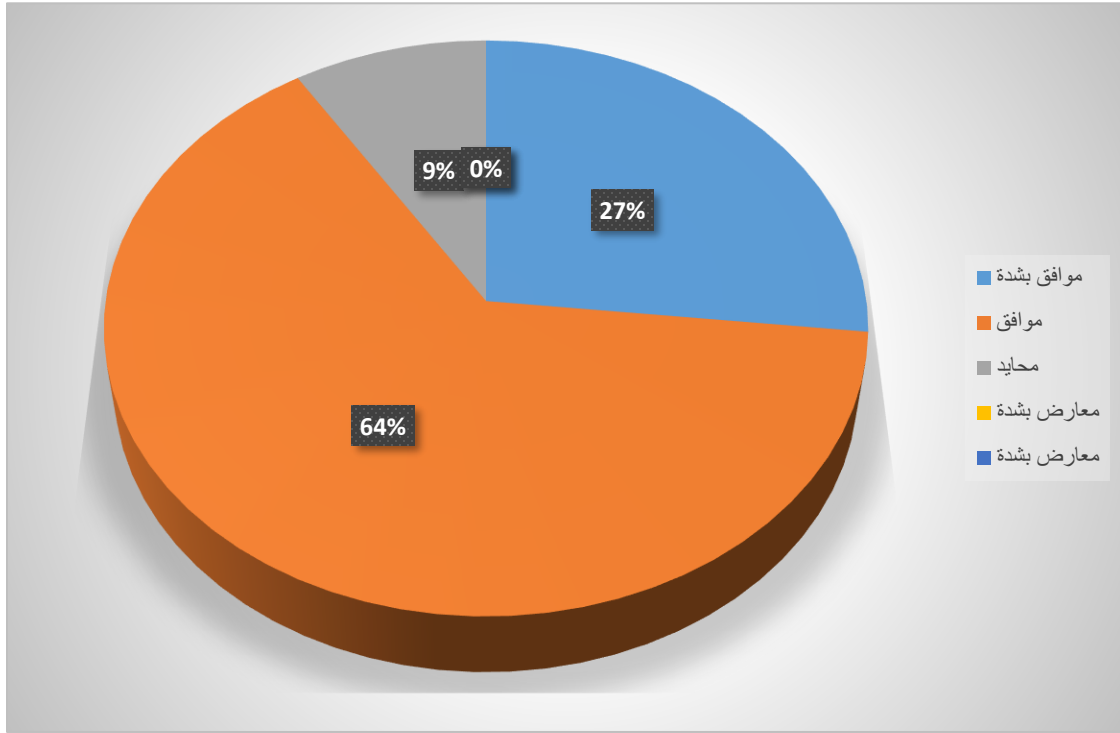
شكل رقم 17: يوضح آراء الحرفيين حول استخدام اللغة الفرنسية في اتصالات مديرية السياحة والصناعات التقليدية بالبيئة الخارجية:



من خلال بيانات الشكل أعلاه نجد أن أعلى نسبة كانت لفئة المعارضين حيث قدرت بـ 32.8% أي بمعدل تكرار 20 مفردة في حين أقل نسبة تعود لفئة المحايدة حيث قدرت بـ 19.7% أي بمعدل تكرار 12 مفردة. ومنه نجد أن أغلبية الحرفيين يعارضون فكرة استخدام اللغة الفرنسية من طرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية في اتصالاتها بالبيئة الخارجية وهذا راجع لكونها لا تعبر عن الهوية الثقافية.

شكل رقم 18: يوضح راي الحرفيين فى استخدام اللغة العربية فى التواصل الرسمى لمديرية السياحة

والصناعات التقليدية:

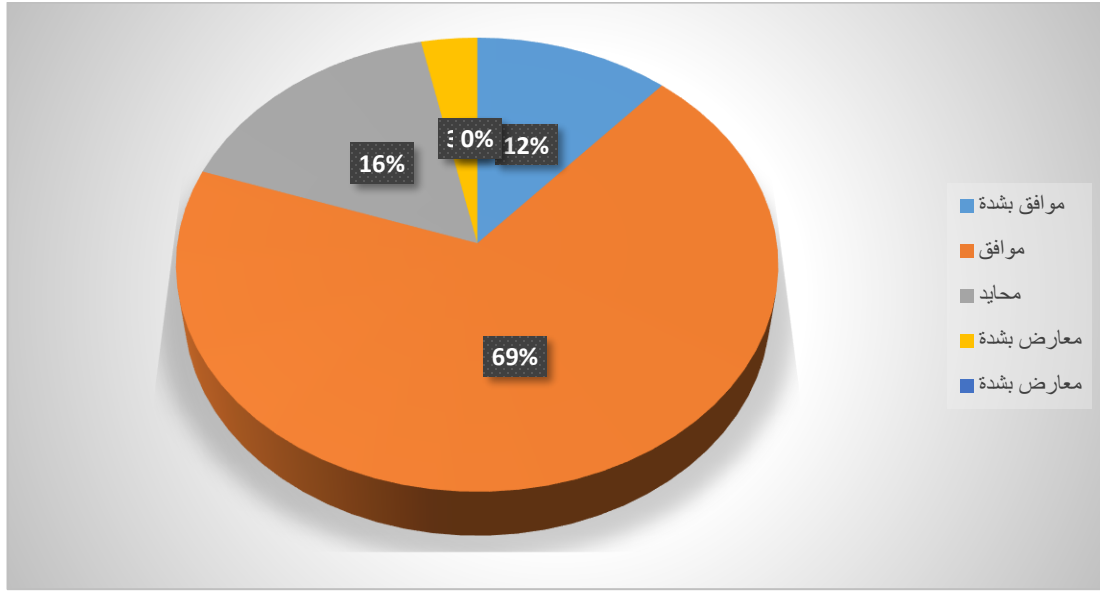


نلاحظ من خلال الشكل الموضح أعلاه أن النسبة الأكبر من الحرفيين والمقدرة ب 67.2% يوافقون على استخدام اللغة العربية فى التواصل الرسمى لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لا غير، بينما 27.9% من أفراد العينة يوافقون بشدة على اقتصار اللغة العربية كلغة رسمية، أما 9.4% كانوا محايدين إزاء فكرة استخدام اللغة العربية فقط فى المديرية.

ومنه نجد سبب موافقة أغلب الحرفيين على استخدام اللغة العربية فى التواصل بهذه المديرية راجع لكونها اللغة الرسمية وتساعد على تسهيل التواصل وفهم المتطلبات والتعليمات بشكل أفضل.

شكل رقم 19: يوضح آراء الحرفيين حول تعدد اللغات المستخدمة من طرف مديرية السياحة

والصناعات التقليدية:



نلاحظ من خلال معطيات الشكل أن أعلى نسبة تحصلت عليها فئة الموافقين قدرت بـ: 68.9% أي بمعدل

تكرار 42 مفردة، وأقل نسبة تعود لفئة المعارضين قدرت بـ: 3.3%.

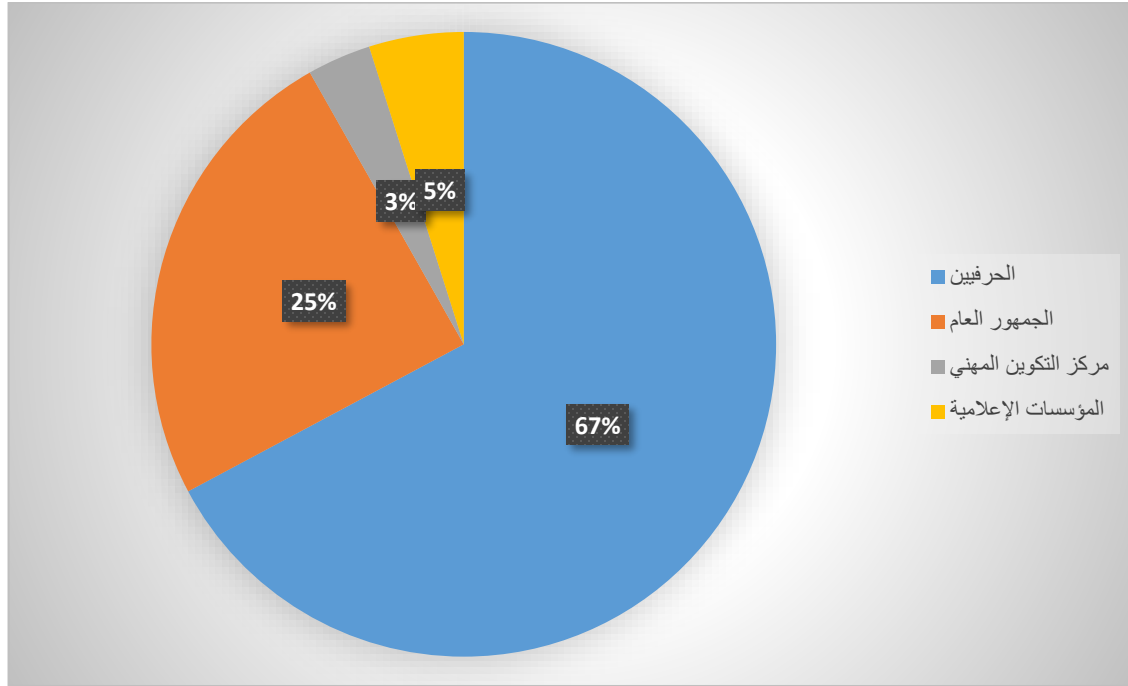
ومنه نستنتج أن أغلبية الحرفيين يوافقون الرأي على تعدد استخدام اللغات من طرف مديرية السياحة والصناعات

التقليدية وهذا في إطار ترويج السياحة الوطنية من أجل استقطاب السياحة الأجنبية وتسهيل التواصل مع الناس الذين

هم من جنسيات مختلفة.

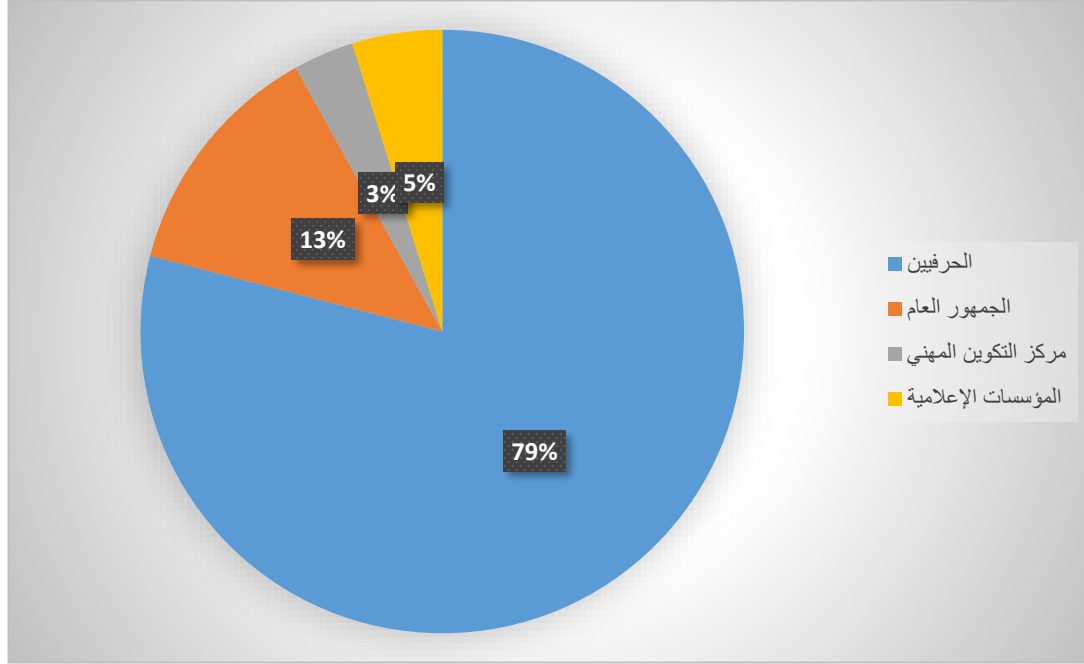
المحور الخامس: الجمهور المستهدف من طرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية:

الشكل رقم 20: يوضح الفئات التي تتعامل معها مديرية السياحة والصناعات التقليدية:



نلاحظ من خلال بيانات الشكل أن أكثر فئة تتعامل معها مديرية السياحة والصناعات التقليدية هي فئة الحرفيين بنسبة 67.2% أي بمعدل تكرار 41 مفردة لتليها فئة الجمهور العام بنسبة 24.6% ثم المؤسسات الإعلامية بنسبة 4.9% وأقل نسبة تعود لفئة مراكز التكوين المهني قدرت بـ 3.3%.

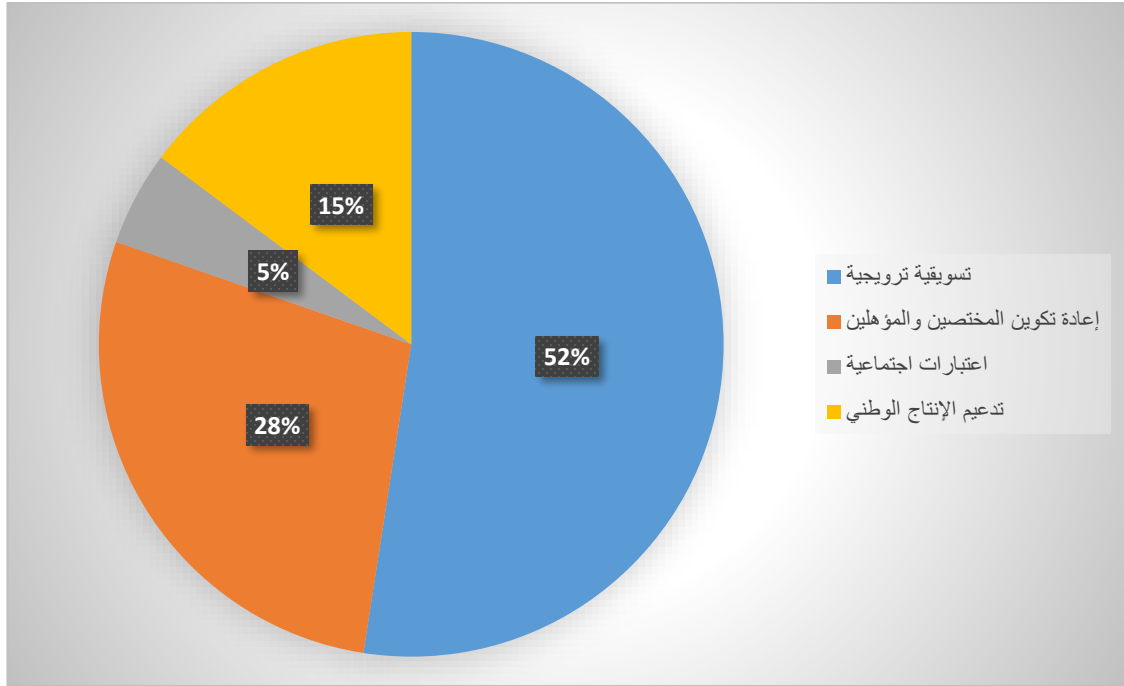
الشكل رقم 21: يوضح الجهات التي يجب أن تركز عليها المديرية اهتماماتها ونشاطاتها:



نلاحظ من خلال بيانات الشكل أن أكبر فئة تصب عليها المديرية اهتمامها في التعامل هي فئة الحرفيين بنسبة 80.3% وبنسب قليلة ومتساوية فتي مراكز التكوين المهني والمؤسسات الإعلامية حيث قدرت بـ 3.3%.
ومنه نستنتج أن تركيز مديرية السياحة والصناعات التقليدية اهتمامها في التعامل مع الحرفيين لأنهم يشكلون عنصرا فعالا في تنمية المنتج الوطني المرتبط بالثقافة الجزائرية.

الشكل رقم 22: يوضح أسباب اهتمام مديرية السياحة والصناعات التقليدية بتركيز التعامل مع الجهات

المختارة بالسؤال السابق:



نلاحظ من خلال الشكل الموضح أعلاه أن من أكثر أسباب اهتمام مديرية السياحة والصناعات التقليدية بالجهات المختارة في السؤال السابق هي التسويق والترويج للمنتجات حيث قدرت بـ 52.5% وهذا يساعد على زيادة المبيعات والأرباح وتعريف الناس بالمنتجات الفريدة التي يصنعها الحرفيون بحيث يمكن أن يساعد أيضا في تحسين وتطوير مهارات الحرفيين وتشجيع المزيد من الأشخاص على دعم الصناعات الحرفية المحلية والدافع الثاني لاهتمام المديرية هي إعداد وتكوين المختصين المؤهلين حيث قدرت نسبتهم بـ 27.9% وهذا بهدف تعزيز القدرات والمهارات ليصبحوا مستقبلا أصحاب حرف، أما نسبة 14.8% تعود لتدعيم الإنتاج الوطني والهدف منه هو تعزيز الاقتصاد المحلي وتوفير فرص العمل بالإضافة إلى تحسين جودة المنتجات والتقليل من الاعتماد على المنتجات المستوردة والنسبة المتبقية والتي قدرت بـ 4.9% تمثلت في الاعتبارات الاجتماعية.

النتائج العامة للدراسة:

1. توصلنا من خلال نتائج الدراسة إلى أن الاتصال الخارجي في مديرية السياحة والصناعات التقليدية يدعم العمل الحرفي عن طريق الترويج للمنتجات الحرفية من خلال المعارض.
2. من وجهة نظر الحرفيين يمكن لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قالمة الترويج للعمل الحرفي من خلال الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية والمشاركة في المعارض والفعاليات المحلية والدولية.
3. من خلال التواصل مع الحرفيين وتسخير جميع الإمكانيات لهم وتنظيم النشاطات الحرفية في إطار قانوني والذي قدم اهتمام كبير لممارسة النشاطات الحرفية ودعمها.
4. أثبتت الدراسة أن عوائق الاتصال الخارجي لتدعيم العمل الحرفي تمثلت في عدم وجود قنوات بيع فعالة للمنتجات الحرفية وكذا إيصال رسالة معينة وعدم وضوحها وهذا راجع الاستخدام الغير صحيح للغة أو عدم وضوح الأفكار وعدم تنظيمها بشكل جيد مما يؤدي لعدم تحقيق الأهداف المرجوة.
5. الجمهور المستهدف من طرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية في استخدامها للاتصال الخارجي هم الحرفيون والجمهور العام.

نتائج الدراسة في ضوء المحاور:

المحور الثاني: أشكال الاتصال الخارجي ومساهمتها في الترويج للعمل الحرفي:

- من أكثر الوسائل التي تعتمد عليها مديرية السياحة والصناعات التقليدية في تواصلها مع الحرفيين هي الوسائل الشفهية لأن هذه الوسيلة تتيح لهم التواصل الجيد والتفاعل مع الحرفيين والتعرف على مشاكلهم واحتياجاتهم وتقديم الدعم لهم.
- تعتمد مديرية السياحة والصناعات التقليدية في التعامل مع الحرفيين على اللهجة العامية باعتبارها لغة الشعب ووسيلة تساعد في إيصال الرسائل والمعاني بشكل أكثر فعالية وفاعلية.

المحور الثالث: فعالية الاتصال الخارجي لتدعيم العمل الحرفي:

- من بين النشاطات التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات التقليدية والتي لقت إقبالا من قبل الحرفيين هي المعارض لأنها تساعد في الترويج للصناعات التقليدية والحرفية المحلية وتعريف الجمهور بتاريخ وثقافة المنطقة.

- تكمن أهمية النشاطات التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات التقليدية في كونها نشاطات دعائية بعرض ترويج منتجات الصناعة الحرفية.
- من بين التقنيات المعتمدة من طرف المديرية في الإعلان عن نشاطاتها للجمهور العام نجد الفايسبوك كونه من أشهر وسائل التواصل الاجتماعي وأكثرها استخداما.

المحور الرابع: معوقات الاتصال الخارجي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية:

- أغلب الحرفيين لا تواجههم عراقيل في تواصلهم مع المديرية حيث كانت نسبتهم 75,4%.
- أغلب الحرفيين عارضوا فكرة استخدام اللغة الفرنسية في اتصالات المديرية بالبيئة الخارجية باعتبارها ليست اللغة الرسمية في البلاد.
- أغلب الحرفيين يؤيدون اقتصار اللغة العربية في التواصل الرسمي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لأنها اللغة الرسمية والتي ترتبط بثقافتنا وتاريخنا.

المحور الخامس: الجمهور المستهدف من طرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية:

- تركز مديرية السياحة والصناعات التقليدية اهتماماتها بصفة كبيرة على الحرفيين بنسبة 80,3% لأنهم يمثلون جزءا هاما من التراث الثقافي والفني ويساعدون في الحفاظ على التقاليد والمهارات الحرفية وباعتبارهم أهم العنصر المنتج.



الخاتمة

خاتمة:

بعد هذه الدراسة التي تطرقنا فيها إلى دور الاتصال الخارجي في دعم العمل الحر في قمننا بتسليط الضوء على واقع الاتصال الخارجي في مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالملة باعتباره همزة وصل بين المؤسسة وجمهورها الخارجي، وبلوغه دور مهم في التفاعل وفي تحقيق الكفاءات لمعرفة الأهداف المسطرة من طرف المؤسسة وتوضيح صورتها وتعزيزها في أذهان الجمهور وجعلهم يرونها على أنها مؤسسة موثوقة ومتميزة في مجال عملها.

ومن خلال دراستنا التي قمننا بها لاحظنا ان مديرية السياحة و الصناعات التقليدية في استخدامهما للاتصال الخارجي تعتمد وسائل و تقنيات يتجلى دورها في تدعيم و ترقية العمل الحر في بولاية قالملة ، و ذلك من خلال عرض نشاطاتها في شكل إعلانات الكترونية او ملصقات او لافتات لإعلام الجمهور الخارجي بهذه النشاطات ، و مما لا شك فيه ان العمل الحر في يساهم في نمو الاقتصادي والاجتماعي والمحافظة على الموروث التقليدي.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر:

- 1- سورة الجمعة الآية 10
- 2- سورة الحديد الآية 25.
- 3- سورة سبأ الآية 13.
- 4- سورة النحل الآية 14.
- 5- سورة النحل الآية 80.
- 6- سورة الملك، الآية 15.
- 7- سورة الأنبياء، الآية 80.

ثانياً: المراجع:

المعاجم:

- 1- ابن منظور، لسان العرب، طبعة 1، دار المعارف، د. ن، القاهرة.

الكتب:

1. إبراهيم أحمد، حسن الجبوري، الدور التركي الإقليمي في المنطقة العربية، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن - عمان، 2019.
2. إبراهيم جابر السيد، المتغيرات البيئية وأثرها على تربية الأطفال، دار التعليم الجامعي، مصر، 2013.
3. إبراهيم خليل خضر، مهارات الإتصال، دار الجند للنشر والتوزيع، القدس ، 2013.
4. إبراهيم وهي فهد، كنجو عبود، العلاقات العامة وإدارتها، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان 2011.
5. أحمد العبد أو السعيد، إعداد وتنظيم المؤتمرات والندوات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
6. أحمية سليمان، التنظيم القانوني لعلاقات العمل في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2005.
7. اسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017.
8. إيهاب عيسى المصري، كراق عبد الرؤوف، المقاييس والاختبارات، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة ، 2015.
9. بشير العلاق، الاتصال في المنظمات العامة، دار اليازوري، عمان، 2014.

قائمة المصادر والمراجع

10. بشير العلاق، الطائي حميد، أساسيات الإتصال، دار اليازوري العلمية، عمان، 2009.
11. بهاء زكي محمد، قلم المدير العام، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018.
12. حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2020.
13. حسين جلوب، مهارات الاتصال (الاتصال مع الآخرين)، دار كنوز المعرفة، عمان، 2010.
14. حسين جلوب، مهارات الإتصال، كنوز المعرفة، عمان، 2005.
15. حسين محمود حالم، مهارات الإتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
16. حنان جميل هلوسة، الشخصية ومفهوم الذات، الآن ناشرون وموزعون، عمان، 2021.
17. حيدر شلال متعب الكريطي، وسائل الإعلام وبناء المجتمع الديمقراطي، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2018.
18. خضير بن سعود الخضير، علم الاجتماع الصناعي، العايكان للنشر والتوزيع، الرياض، مملكة العربية السعودية، 2010.
19. الدكتور أحمد عرفة، أحمد يوسف، الدعم الاقتصادي حقيقته وأنواعه، دار التعليم الجامعي، مصر الإسكندرية، 2019.
20. ديمة محمد وصوص، المعتصم بالله سليمان الجوارنة، الإشراف التربوي " ماهية، تطوره، أنواعه، أساليبه"، دار الخليج، عمان، 2014.
21. ربحي مصطفى عليا، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار صفاء، عمان، 2005.
22. رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2015.
23. ريجر هوكاس، الدين ونشوء العلم الحديث، ترجمة زيد عامري الرفاعي، مكتبة مذبولي، القاهرة، 2009.
24. سامية عواج، الإتصال في المؤسسة: المفاهيم، المحددات، الاستراتيجيات، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2020.
25. سامية عواج، الاتصال في المؤسسة، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2020.
26. سعد الساكني، معايير المحاسبة الدولية والأزمة المالية العالمية، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، عمان، 2016.
27. سناء محمد سليمان، سيكولوجيا الاتصال الإنساني ومهاراته، عالم الكتاب، القاهرة، 2013.
28. السيد محمود إبراهيم سعد، المخطط التعليمي دوره في ربط البحث بصنع السياسة التعليمية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2011.
29. صالح خليل أو الاصبغ، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق، الأردن، 1998.

قائمة المصادر والمراجع

30. طارق عبد الرؤوف عامر، إيهاب عيسى المصري، القيادة التربوية لمهارات الإتصال، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013.
31. عامر محمود شينبور، المنهج الفينومينولوجي في دراسة الدين، المعهد العالي للفكر الإسلامي، عمان ، الأردن ، 2022.
32. عبد الحافظ سلامة، ربحي مصطفى عليان، إدارة مراكز مصادر التعلم، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2006.
33. عبد الرزاق دليمي، الإعلام في ظل التطورات العالمية، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2017.
34. عبد الفاتح محمد دويدات، سيكولوجيا السلوك الإنساني، دار النهضة العربية، بيروت ، 1995.
35. عبد الله شعبان محمد قطب، مهارات كتابة خطة البحث، دار السحاب للطباعة والنشر، القاهرة، 2021.
36. فجارى مختار، مناهج البحث اللغوي والأدبي في العصر الحديث دار الزمان للنشر والتوزيع، السعودية، 2012.
37. فضيل دليو، اتصال المؤسسة، إشهار، علاقات عامة، علاقات مع الصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
38. فضيل دليو، اتصال المؤسسة، إشهار، علاقات عامة، علاقات مع الصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
39. فهد بن سيف الدين غازي ساعاتي، مناهج البحث العلمي في الإدارة الرياضية، الغربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.
40. قاسم محمد كريم الحسموتي، القيم في كتب التاريخ المدرسية، دار ابن نفيس، عمان ، الأردن ، 2019.
41. متولي النقيب، مهارات البحث عن المعلومات وإعداد البحوث الرقمية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
42. محمد الروني، تخطيط الحملات الإعلانية، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، د.ن.
43. محمد الفاتح المغربي، السلوك التنظيمي، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة، 2018.
44. محمد الموسوي، إدارة العلاقات العامة في قطاع المنشآت السياحية، دار مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2016.
45. محمد بن دليم القحطاني، بنية عمل الشركات، د. ن، 2019.
46. محمد بهجت كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الاجتماعي الحديث، الإسكندرية، 1998.
47. محمد جمال الدين زعين، الاتصال بفعل الإنسان سببا لكسب الملكية، دار أمجد للتوزيع والنشر، 2017.
48. محمد مرضي الشمري، مدخل الى دراسة العلاقات العامة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2016.

قائمة المصادر والمراجع

49. محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الانسانية، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2018.
50. محمود مصطفى حلاوي، منهجية البحث الأكاديمي، دار الأرقم، السعودية، 2010.
51. مدحت أبو النصر، إدارة الاجتماعات، العمل بالنجاح، مجموعة النيل العربية، مصر، 2006.
52. مدحت مطر، لغة الإعلام والخطاب، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2020.
53. مولاي مروان العلوي، الشرطيات في لسانيات الخطاب، نور بابليشنغ، المغرب، 2017.
54. ناصر قاسمي، الاتصال في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2016.
55. هنادي محمد بركات لخلايلة، الاتصال الخارجي في السنة النبوية، الأردن، د. ن، 2006.

المذكرات:

1. بن لعمودي جلييلة، استراتيجية تنمية الصناعة التقليدية والحرف بالجزائر في الفترة 2003-2010، شهادة ماجستير تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسة، قسم علوم اقتصادية، كلية علوم اقتصادية وعلوم تجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2011-2012.
2. الزهرة نويوة، الخنساء شريفني، فعالية الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعي، جامعة محمد بوضياف المسيلة، (2016-2017) (غير منشورة).
3. سارة قلقول الاستراتيجية الاتصالية للمؤسسة السياحية، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014/2015.
4. شيما طبق، الحرف والصناعات التقليدية بمنطقة الصناعات التقليدية بمنطقة تيد كلت الغربية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، قسم العلوم الإنسانية، فرع اعلام واتصال، تخصص صحافة مكتوبة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أحمد دراية أدرار، (2017-2018) (غير منشورة).
5. عبد المؤمن غبغوب، إسحاق عسيلة، دور الاتصال الخارجي في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية، تخصص اتصال وتسويق، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، (2017-2018) (غير منشورة).
6. نور شهيرة الاتصال الخارجي وترويج الخدمات في المؤسسة الجزائرية، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع وعلاقات عامة، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2017/2018.
7. نويحي يوسف، دور التسويق السياحي في ترقية الصناعة التقليدية، مذكرة ماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018/2019.

ملتقيات :

1. جعيل جمال، إسماعيل زحوط، الحرف والصناعات تقليدية كفرص لترقية السياحة الداخلية في الجزائر، ملتقى وطني، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، ص14، متاح على الرابط الإلكتروني <https://vrlex-aruniv-batna.dz>

محاضرات:

1. ازرار ليلة، مفاهيم حول الحرف والصناعة، جامعة البويرة، بدون تاريخ نشر، متاح على الرابط الإلكتروني. <https://shs.univ-bouira.dz>

المجلات:

1. إبراهيم بلحيمر، جمهور المؤسسة من خلال العلاقات العامة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مركز الحكمة، الجزائر، العدد 1، 2016.
2. أحلام عماري، سهام وناسي، الحرف والصناعات التقليدية في الجزائر، مجلة الأنثروبولوجيا، مركز فاعلون للبحث في الأنثروبولوجيا والاجتماعية، الجزائر، العدد 1، 2022.
3. أم كلثوم بن يحيى، نظرية العمل في الإسلام ودورها في تنمية المجتمع، مجلة الناصرية، جامعة معسكر، الجزائر، العدد 4، 2013.
4. أم كلثوم جماعي، تحديات استراتيجيات تنمية الصناعات التقليدية والحرفية في الجزائر، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، جامعة مسيلة، الجزائر، العدد 2، 2019.
5. بربار نور الادي، دور النشاط الحرفي في تطوير صناعة السياحة، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 01، 2022.
6. برني ميلود، غقال إلياس، واقع وظيفة التسويق ومتطلبات تفعيلها في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة أرساد للدراسات الاقتصادية والإدارية، جامعة 20 اوت 1955 سكيكدة، الجزائر، العدد 1، 2018.
7. بن عبد العزيز فطيمة، آليات دعم الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة المالية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 2، 2017.
8. بن لعمودي جلييلة، واقع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر ودوره في تعزيز التنمية المحلية، مجلة إضافات اقتصادية، جامعة غرداية، الجزائر، العدد 2، 2018.
9. بوبلي سكيينة، دور قطاع الصناعة التقليدية في التنمية الاقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مسيلة، الجزائر، عدد 13، 2017.

قائمة المصادر والمراجع

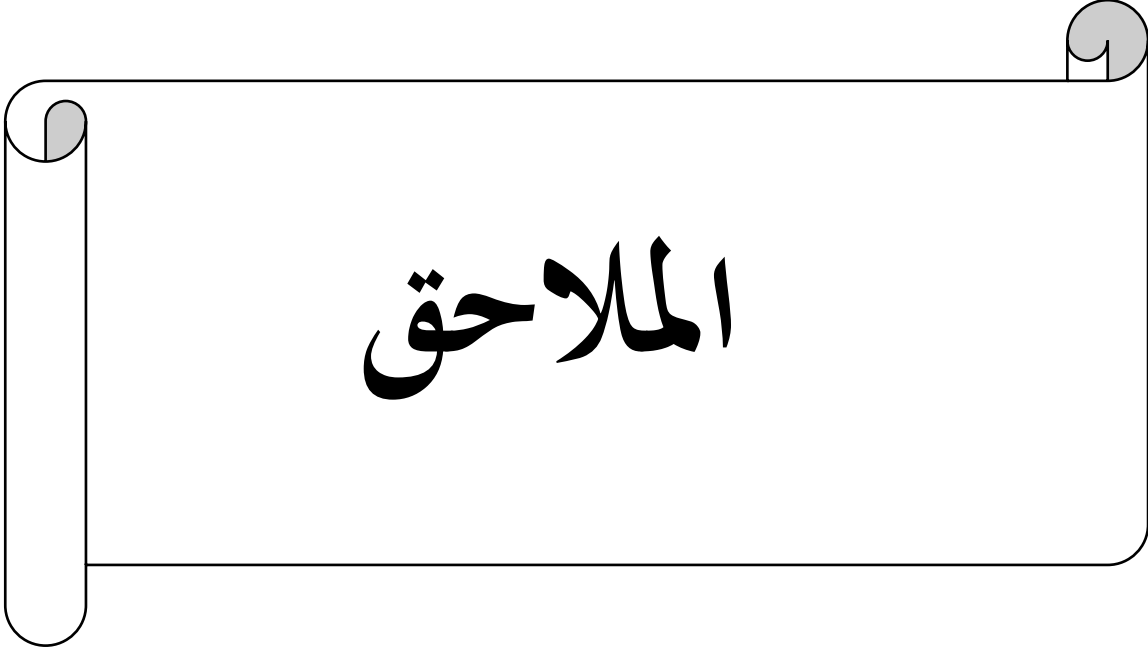
10. بودشن ياقوتة، رانفل محمد، دور المعارض التجارية المحلية والدولية في التطوير المستمر للإقتصاد الألماني، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف ، الجزائر ، العدد 15، 2016.
11. بوراس منير، المنهج الوصفي في الدراسات الإنسانية والاجتماعية، مجلة النبراس القانونية، جامعة العربي التبسي تبسة ، الجزائر ، العدد 4، 2023.
12. بوقموع محمد، معيزي جزيرة، مساهمة الصناعة التقليدية في ترقية السياحة الداخلية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، العدد 48، 2017.
13. بوهدة شهرزاد، الاتصال الخارجي أداة لتعزيز علاقات مؤسسات التعليم العالي مع محيطها الخارجي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، العدد 01، 2020.
14. بوهدة شهرزاد، الاتصال الخارجي أداة لتعزيز علاقات مؤسسات التعليم العالي مع محيطها الخارجي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، العدد 1، 2020.
15. بويلي سكيمة، دور قطاع الصناعة التقليدية في التنمية الاقتصادية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة مسيلة ، الجزائر ، العدد 13، 2017.
16. جليلة بن لعمودي، سمية دربال، سياسة دعم المؤسسات الحرفية في الجزائر، مجلة العلوم الإدارية والمالية، جامعة الوادي ، الجزائر ، العدد 2، 2018.
17. جمادي منيرة، الاتصال في المؤسسة وتطوره عبر مدارس الفكر الإداري والتنظيمي، مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد، جامعة زيان عاشور الجلفة ، الجزائر ، عدد 1، 2019.
18. حيزية هني، عامر عيساني، واقع الصناعات التقليدية والحرف بالجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية والسياحية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة مسيلة ، الجزائر ، العدد 1، 2022.
19. خالد قاشي، رابح دارم، أثر الإتصال المؤسسي على صورة المؤسسات الجزائرية في الخارج، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، جامعة ميلة الجزائر ، عدد 7، 2018.
20. خلية عبد الحليم، زايد مراد، آليات إسهام الصناعات التقليدية والحرف في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المركز الجامعي بربكة ، الجزائر ، العدد 2، 2022.
21. خليفي حسام، لعلاوي عمر، واقع الحرفي الجزائري في ظل سياسة الدولة التشجيعية من أجل النهوض بقطاع الصناعة التقليدية والحرف، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر ، العدد 1، 2020.
22. داود غديري وآخرون، دور الصناعات والحرف اليدوية التقليدية كتراث ثقافي موروث في الترويج للسياحة الصحراوية وتنميتها بمناطق الجنوب الجزائري، مجلة التنوع الاقتصادي، جامعة عين تيموشنت ، الجزائر ، العدد 2، 2022.

قائمة المصادر والمراجع

23. راضية وعلي، الإشهار ودوره في ترويج السلع، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة خميس مليانة، الجزائر، العدد 13، 2015.
24. ربيعة جعفرور، الزهرة باعمر، مفهوم العمل لدى الأستاذة الجامعية، مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية، جامعة بابل العراق، العدد 39، 2018.
25. رقباني الزهراء، لعلى بكميش، دور العمل الحر في تحقيق الاستقلال الاجتماعي والمادي للمرأة بالجزائر، مجلة الحوار الفكري، جامعة محمد دراية ادرار، الجزائر، العدد 15، 2018.
26. ريحة نبار، الاستمارة في البحث العلمي، مجلة الشامل للعلوم التربوية والاجتماعية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 1، 2022.
27. سليم عابر وآخرون، الدور التبادلي في رابط الصناعة التقليدية والحرف، التنمية السياحية، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، العدد 2، 2020.
28. سمية دربال، سياسة دعم المؤسسات الحرفية في الجزائر، مجلة العلوم الإدارية والمالية، جامعة الوادي، الجزائر، عدد 1، 2018.
29. سهيلة عبد الجبار، حاجي كريمة، واقع الصناعة التقليدية جزائرية بين قصر النظر التسويقي وتحدث المنافسة، مجلة الريادة الاقتصادية الاعمال، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، العدد 1، 2016.
30. شهرزاد بوهدة، مبروك لمشونشي، الفاسبوك توجه معاصر لترقية الأنشطة الحرفية نسوية بالجزائر، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، عدد 2، 2021.
31. صليحة عشي، يامن بلمرداسي، قطاع الصناعة التقليدية في الجزائر، مجلة مينا للدراسات الاقتصادية، جامعة غيليزان، الجزائر، العدد 4، 2019.
32. عبد الله بن نية، ليلى بن صويلح، تظاهرات نشاط المرأة الحرفية على موقع التواصل الاجتماعي، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، جامعة 20 اوت 1955 سكيكدة، الجزائر، عدد 01، 2021.
33. العلواني عديلية، قطاع الصناعة التقليدية في الجزائر، واقع وآفاق، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، العدد 2، 2013.
34. قرين ربيع، واقع قطاع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر واستراتيجية ترقية، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المركز الجامعي ميله، الجزائر، العدد 03، 2022.
35. لباز بن زيان، شوقي قاسمي، عوائق الإتصال في المؤسسة المدرسية، مجلة حقائق الدراسات النفسية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، عدد 8، 2017.

قائمة المصادر والمراجع

36. ليلي بوحديد، عقون شراف، واقع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر وآليات ترقيتها، مجلة ميلاف للبحوث و الدراسات ، جامعة مسيلة، الجزائر ، المركز الجامعي ميلة ، الجزائر ، العدد 1، 2019.
37. ليلي بوحديد، عقون شراف، واقع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر وآليات ترقيتها، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المركز الجامعي ميلة ، الجزائر ، العدد 1، 2019.
38. ياسمين بويض، الاتصال الخارجي في المؤسسات الجزائرية، مجلة الصورة والإتصال، جامعة احمد بن بلة وهران ، الجزائر ، العدد 2، 2018،
- المواقع الالكترونية :
1. ندى عبروس ، ريبورتاج الصناعات التقليدية اهم روافد التنمية الاقتصادية و الاجتماعية ، <https://almostathmir.dz> ، تاريخ النشر : 25-05-2022، تاريخ الاطلاع : 07-05-2023، الساعة 17:12.
2. مهى دحام ، أهمية الاعمال اليدوية ، <https://sotor.com> ، تاريخ النشر : 27-11-2020، تاريخ الاطلاع : 07-05-2023، الساعة 15:15.
3. البوستر و انواعه ، موقع راية الرواد ، <https://raya-adv.com> ، تاريخ النشر : 09-06-2020، تاريخ الاطلاع : 03-04-2023، الساعة : 19:07.
4. علياء طلعت ،موقع الرائد ، <https://www.ra2ed.com> ، تاريخ النشر : 01-10-2018، تاريخ الاطلاع : 01-04-2023 ، الساعة : 10:15 .
- 5-الاتصال الخارجي للمؤسسة ، <https://cte.univ-setif.dz> ، تاريخ الاطلاع : 28-03-2023 ، الساعة 22:50 .
- 6-مراحل تطور الاتصال ،موقع بلوغر ،<https://modernistractions.blogspot.com>، تاريخ النشر : 12-12-2017، تاريخ الاطلاع 17-04-2023، الساعة 9:45.
- 7-تعريف الدعم، <https://ar.facts-news.org> ، تاريخ الاطلاع 12/03/2023، الساعة: 15.24.



الملاحق



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة 08 ماي 1945. قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



قسم: علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: علاقات عامة

إستمارة بحث بعنوان :

دور الاتصال الخارجي لمديرية السياحة و الصناعات التقليدية في دعم العمل الحرفي

في اطار القيام بدراسة علمية لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص علاقات عامة حول دور الاتصال الخارجي في مديرية السياحة و الصناعات التقليدية لدعم العمل الحرفي ، و باعتباركم الافراد المبحوثين نرجو تعاونكم معنا في هذه الدراسة و هذا بملاً هذه الاستمارة و الإجابة على الأسئلة المطروحة و نحيطكم علما ان الإجابات سرية و لن تستخدم الا في خدمة أغراض البحث العلمي .

ضع علامة (X) امام الإجابة المناسبة

إشراف الأستاذ:

أحسن خشة

إعداد الطالبتين:

طابوش سيرين

عزائزية يسرى

السنة الجامعية: 2023/2022

البيانات الشخصية

- الجنس: ذكر أنثى
- الفئة العمرية: 24-20 29-25 34-30 35 فما فوق
- المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
- حسب طبيعة الحرف : صانع مجوهرات نجار دهان بناء خياطة البسة تقليدية حلويات تقليدية عجائن تقليدية

المحور الثاني: أشكال الاتصال الخارجي و مساهمتها في الترويج للعمل الحرفي:

1. هل هناك تواصل بينك وبين مديرية السياحة والصناعات التقليدية؟
نعم لا
2. إذا كانت الإجابة بنعم هل هذا التواصل:
دائما احيانا نادرا
3. ماهي آخر مرة تم التواصل فيها مع مديرية السياحة والصناعات التقليدية؟
أكثر من سنة أقل من سنة أقل من 6 أشهر
4. ماهي التقنية التي تعتمد عليها مديرية السياحة والصناعات التقليدية في التواصل معك؟
وسائل مكتوبة وسائل شفوية وسائل تكنولوجية
5. ماهي اللغة التي تعتمد عليها مديرية السياحة والصناعة التقليدية في مراسلاتها معكم؟
اللغة العربية العامية اللغة الفرنسية

المحور الثالث: فعالية الاتصال الخارجي لتدعيم العمل الحرفي

6. هل تسمع عن النشاطات الي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات التقليدية؟
نعم لا
7. إذا كانت الإجابة بنعم ففيما تتمثل هذه النشاطات:
معارض ندوات أبواب مفتوحة
8. هل سبق وأن حضرت نشاط من الأنشطة التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات التقليدية؟
دائما غالبا أحيانا نادرا مطلقا
9. حسب رأيك فيما تتمثل أهمية النشاطات التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعات التقليدية؟

• نشاط تحسيبي حول مكانة العمل الحرفي اقتصاديا واجتماعيا

• نشاط دعائي بغرض ترويج منتجات الصناعة الحرفية.

• نشاط توجيهي من خلال الاستماع الى انشغالات الحرفيين.

• أخرى تذكر.....

10. ماهي التقنيات الاشهارية التي تعتمدها مديرية السياحة والصناعات التقليدية في الإعلان عن نشاطاتها

للجمهور العام؟

موقع مديرية السياحة ملصقات فايسبوك إذاعة

المحور الرابع : معوقات الاتصال الخارجي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية:

هل صادفتك عراقيل في تواصلك مع مديرية السياحة والصناعات التقليدية

نعم لا

إذا كان جوابك بنعم ما نوع هذه العراقيل

سوء الاستقبال

نقص في التوجيه

عراقيل بيروقراطية

سوء برمجة الإعلانات

عدم استخدام وسائل الاتصال الحديثة

ما رأيك في استخدام اللغة الفرنسية في اتصالات مديرية السياحة والصناعات التقليدية بالبيئة الخارجية ؟

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

هل يجب أن يقتصر التواصل الرسمي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية على اللغة العربية؟

موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

ما رأيك في تعدد اللغات المستخدمة من طرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية؟

موافق بشدة موافق معارض معارض بشدة

المحور الخامس : الجمهور المستهدف من طرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية:

في رأيك مع من تتعامل مديرية السياحة والصناعات التقليدية؟

- الحرفيين
- الجمهور العام
- مراكز التكوين المهني
- المؤسسات الإعلامية

..... أخرى تذكر

ماهي أسباب اهتمام مديرية السياحة والصناعات التقليدية بتركيز التعامل مع الجهات المختارة بالسؤال السابق؟

- تسويقية وترويجية
- اعداد وتكوين المختصين المؤهلين
- اعتبارات اجتماعية
- تدعيم الإنتاج الوطني

