

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة ماستر

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

الاتصال الإقناعي ودوره في تطوير قيم العمل في ثقافة المنظمة

دراسة ميدانية في شركة الغذاء والدواء المحدودة بولاية ميله

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ(ة):

بن غضبان سمية

إعداد الطالبتين:

بلقج خلود

سياري صبرينة

السنة الجامعية: 2021/2020

دورة جوان



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

شكر وعرفان

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

10.....مقدمة

الفصل الأول: الإشكالية والإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

المبحث الأول: الإشكالية والإطار المفاهيمي للدراسة

13.....أولا: إشكالية الدراسة

15.....ثانيا: فرضيات الدراسة

17.....ثالثا: أسباب اختيار الموضوع

18.....رابعا: أهمية الدراسة

18.....خامسا: أهداف الدراسة

19.....سادسا: ضبط المفاهيم

29.....سابعا: الدراسات السابقة

36.....ثامنا: منظور الدراسة

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

38.....أولا: مجالات الدراسة

37.....1-1 المجال المكاني.

38.....2-1 المجال الزمني.

39.....ثانيا: مجتمع البحث وعينة الدراسة.

40.....ثالثا: منهج الدراسة.

41.....رابعا: أدوات جمع البيانات.

الفصل الثاني: الاتصال والإقناع

المبحث الأول: الاتصال

45.....أولا: خصائص الاتصال.

45.....ثانيا: أهمية الاتصال.

46.....ثالثا: أنواع الاتصال.

47.....رابعا: أهداف الاتصال.

48.....خامسا: وظائف الاتصال.

49.....سادسا: مهام الاتصال.

المبحث الثاني: الإقناع

51.....أولا: مراحل الإقناع.

52.....ثانيا: أهمية الإقناع.

53.....ثالثا: أهداف الإقناع.

53.....رابعا: عناصر العملية الإقناعية.

- 57..... خامسا: الاستمالات الإقناعية
- 59..... سادسا: استراتيجيات الإقناع
- 61..... سابعا: عوامل نجاح العملية الإقناعية

الفصل الثالث: ثقافة المنظمة وقيم العمل

المبحث الأول: ثقافة المنظمة

- 64..... أولا: نشأة ثقافة المنظمة
- 66..... ثانيا: أهمية ثقافة المنظمة
- 67..... ثالثا: خصائص ثقافة المنظمة
- 67..... رابعا: وظائف ثقافة المنظمة
- 68..... خامسا: أنواع ثقافة المنظمة ومكوناتها
- 71..... سادسا: العوامل التي تحدد ثقافة المنظمة
- 71..... سابعا: أنماط ثقافة المنظمة وعناصرها
- 72..... ثامنا: أثر الثقافة على المنظمة

المبحث الثاني: قيم العمل

- 75..... أولا: مراحل تطور قيم العمل
- 77..... ثانيا: أهمية قيم العمل
- 78..... ثالثا: خصائص قيم العمل
- 79..... رابعا: مصادر قيم العمل

80.....خامسا: تصنيفات قيم العمل

82.....سادسا: أبعاد قيم العمل

83.....سابعا: العوامل المؤثرة في تعزيز قيم العمل

84.....ثامنا: أثر قيم العمل على المنظمات

الفصل الرابع: الإطار التحليلي للدراسة

86.....أولا: عرض، تحليل وتفسير البيانات

112.....ثانيا: النتائج على ضوء الفرضيات

114.....ثالثا: النتائج العامة للدراسة

116.....رابعا: التوصيات المقترحة

119.....خاتمة

121.....قائمة المراجع

129.....قائمة الملاحق

142.....ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

الدراسة الموسومة بـ "الاتصال الإقناعي ودوره في تطوير قيم العمل في ثقافة المنظمة"

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الاتصال الإقناعي ودوره في تطوير قيم العمل في ثقافة المنظمة بشركة الغذاء والدواء، وقد انبثق عن هذه الاشكالية أربع فرضيات هي:

- يهتم الاتصال الإقناعي بشركة الغذاء والدواء بتطوير العديد من القيم الهادفة الى الالتزام بالوقت. لدى العاملات
- يهدف الاتصال الإقناعي الى تطوير قيمة الالتزام بارتداء اللباس الموحد أثناء العمل، لدى العاملات بشركة الغذاء والدواء
- يساعد الاتصال الإقناعي على تطوير قيم تجويد العمل لدى العاملات بشركة الغذاء والدواء.
- تسمح التفاعلات المباشرة للاتصال الإقناعي بتطوير قيم العمل لدى العاملات بشركة الغذاء والدواء.

تمت معالجة الموضوع من المنظور الوظيفي (نظرية الغرس الثقافي)، أما بالنسبة للمنهج فلقد اعتمدنا على منهج المسح بالعينة، كما استخدمنا استمارة الاستبيان والمقابلة كأدوات لجمع البيانات، وبخصوص العينة المنتقاة هي عينة متكونة من 68 عاملة بشركة الغذاء والدواء، وامتدت دراستنا من 25 جانفي إلى 13 جوان 2021، وقد أسفرت هذه الدراسة على العديد من النتائج أهمها:

- أظهرت الدراسة أن القائم بالاتصال الإقناعي يهتم بتطوير قيمة الالتزام بالوقت وقد دلت البيانات المتحصل عليها أن القائم بالاتصال الإقناعي يعتمد على الاستمالات العقلانية مع العاملات لدفعهم لاحترام وقت انطلاق العمل.
- وضحت الدراسة أن القائم بالاتصال الإقناعي يركز على اللباس الموحد بالشركة، حيث أشارت النسب المرتفعة أن القائم بالاتصال الإقناعي يهتم بصفة دائمة ومستمرة باللباس الموحد للمؤسسة كما أشارت أيضا الى أن القائم بالاتصال الإقناعي يعتمد على الاستمالات العقلانية لدفع العاملات بالالتزام باللباس الخاص بالمؤسسة.

- بينت الدراسة أن القائم بالاتصال الإقناعي يهتم بتطوير قيم تجويد العمل لدى العاملين، وقد دلت البيانات المتحصل عليها أن الاتصالات الإقناعية للقائم بالاتصال الإقناعي كافية لتشجيع العاملين على تجويد قيم العمل وتحفيزهم على الالتزام بضوابط العمل.
- أوضحت الدراسة أن التفاعلات المباشرة للاتصال الإقناعي تسمح بتطوير قيم العمل لدى العاملين بشركة الغداء والدواء
- كشفت الدراسة أن القائم بالاتصال الإقناعي يوظف الاستمالات الإقناعية وأوضحت الدور الفعال لهذه الاستمالات الإقناعية حيث ساهمت بشكل كبير في تطوير الاتصال داخل الشركة خاصة في تحقيق الأهداف والانسجام وسهولة التواصل.

الكلمات المفتاحية

الاتصال الإقناعي , الدور , قيم العمل , ثقافة المنظمة.

Résumé de l'étude :

L'étude taguée avec "**la communication persuasive et son rôle dans le développement des valeurs du travail dans la culture de l'organisation**"

Cette étude vise à identifier la communication persuasive et son rôle dans le développement des valeurs de travail dans la culture de l'organisation au sein de la Food and Drug Company. Quatre hypothèses ont émergé de cette problématique :

- La communication persuasive avec la Lunch and Drug Company est soucieuse de développer de nombreuses valeurs visant à garder le temps.
Travailleuses

- La communication persuasive vise à développer la valeur de l'engagement à porter l'uniforme au travail, chez les travailleurs de la Lunch and Médecine Company

- La communication persuasive aide à développer les valeurs d'amélioration du travail chez les travailleuses de la Lunch and Drug Company.

Les interactions directes de la communication persuasive permettent le développement des valeurs de travail des travailleurs de l'entreprise de déjeuner et de drogue.

Le sujet a été abordé sous l'angle fonctionnel (théorie de l'implantation culturelle). En ce qui concerne le programme, nous nous sommes appuyés sur la méthode de l'enquête par sondage, et nous avons également utilisé le questionnaire et le formulaire d'entretien comme outils de collecte de données. , il s'agit d'un échantillon de 68 travailleurs de la Lunch and Drug Company, et notre étude s'est étendue du 25 janvier au 13 juin 2021, et cette étude a abouti à de nombreux résultats dont les plus importants sont :

- L'étude a montré que le communicateur persuasif est intéressé à développer la valeur de l'engagement temporel, et les données obtenues indiquent que le communicateur persuasif s'appuie sur une sollicitation rationnelle auprès des travailleuses pour les pousser à respecter l'heure de début du travail.

- L'étude a montré que le communicateur persuasif se concentre sur l'uniforme de l'entreprise, car les pourcentages élevés indiquent que le communicateur persuasif est constamment et continuellement intéressé par la

tenue vestimentaire de l'institution. Il a également indiqué que le communicateur persuasif dépend de la sollicitation rationnelle pour pousser les travailleuses à respecter la tenue vestimentaire de l'institution.

- L'étude a montré que le communicateur persuasif s'intéresse au développement des valeurs d'intonation au travail chez les travailleuses, et les données obtenues indiquent que la communication persuasive du communicateur persuasif est suffisante pour encourager les travailleuses à améliorer les valeurs de travail et à motiver qu'elles se conforment au règlement du travail.

- L'étude a montré que les interactions directes de la communication de persuasion permettent le développement de valeurs de travail chez les travailleuses de la Lunch and Drug Company

- L'étude a révélé que le communicateur persuasif utilise la persuasion et a clarifié le rôle effectif de ces persuasions, car elles ont contribué de manière significative au développement de la communication au sein de l'entreprise, en particulier dans la réalisation des objectifs, l'harmonie et la facilité de communication.

Les mots clés

Communication persuasive , rôle , valeurs de travail , culture d'organisation.