وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعــة غردايــة

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

دور الحملات التحسيسية في تخفيض حوادث العمل

– دراسة حالة مؤسسة سونلغاز– بولاية غرداية

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال

تخصص: الإتصال والعلاقات العامة.

إعداد الطالبين:

– وليد حروزي

– عبد النور عجابي

إشراف الأستاذ:

– أبوبكر صيتي

لجنة المناقشة:

الإسم واللقب	الجامعة	الصفة
د/ سليماني ليلى	جامعة غرداية	رئيساً
أ / أبوبكر صيتي	جامعة غرداية	مشرفا و مقررا
أة/ نسيبة فريجات	جامعة غرداية	عضواً مناقشا

الموسم الجامعي:

1441 /1442هـ – 2019 /2020م.

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعــة غردايــة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم الإعلام والاتصال

دور الحملات التحسيسية في تخفيض حوادث العمل

– دراسة حالة مؤسسة سونلغاز– بولاية غرداية

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلّبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الإتصال والعلاقات العامة

إعداد الطالبين:

وليد حروزي

عبد النور عجابي

إشراف :أ/ أبوبكر صيتي

لجنة المناقشة:

الإسم واللقب	الجامعة	الصفة
د/ سليماني ليلى	جامعة غرداية	رئيساً
أ / أبوبكر صيتي	جامعة غرداية	مشرفا و مقررا
أة/ نسيبة فريجات	جامعة غرداية	عضواً مناقشا

– الموسم الجامعي :1441هـ – 1442 هـ / 2019 م – 2020 م

إهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين أهدي ثمرة جهدي إلى من كان دعاؤها سر نجاحي،التي أضاءت لي الظلام أمي العزيزة .

إلى أبي العزيز الذي علمني أن النجاح إرادة والحياة عمل.

إلى إبنتي جوهرتا قلبي وقرتي عيني إسراء وسرين .

إلى رفيقة درب الحياة زوجتي الغالية وفقها الله ورعاها .

إلى جميع إخوتيو أفراد عائلتي حروزي ونواصر.

إلى كل أصدقائي ورفاقي في هذه المسيرة: عمر، الصديق ، عبد النور وغيرهم.

إلى كل من علمني حرفا عربون محبة ووفاء.

وليد

إهداء

إلى الذي يريد أن يراني دوما ناجحا والدي أطال الله في عمره

إلى التي ربت وتعبت وسهرت أمي حفظها الله ورعاها

إلى إخوتي واخواتي وأبنائهم .

إلى أصدقاء الدراسة وليد ،عمر .

إلى كل من وسعته ذاكرتي ولم تسعه مذكرتي

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع

عبد النور

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي أنعم علينا بنعمه وأنار لنا درب المعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب الذي كان في البداية عبارة عن فكرة وأمدنا بالقوة والصبر لإتمام هذا العمل نتوجه بجزيل الشكر والإمتنان إلى كل من ساعدنا في إنجاز هذه المذكرة من قريب كان أو من بعيد وفي تسهيل ما واجهنا من صعوبات ونخص بالشكر الأستاذ المشرف "أبوبكر صيتي" لما قدمه لنا من جهد ونصح ومعرفة طيلة إنجازنا لهذه المذكرة.

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى اللجنة المناقشة لهذا العمل وكل أساتذتنا ومعلمينا ومن زرع التفاؤل في دربنا خاصة الأستاذة الفاضلة "نصيرة نواصر "وقدم لنا التسهيلات والمعلومات أخص بالذكر "حسين نواصر" فلهم منا كل الشكر .

نشكر كل الذين كانوا عونا لنا في مشوارنا في إنجاز هذه المذكرة، ونورا يضئ الظلمة التي كانت تقف أحيانا في طريقنا .

وليد وعبد النور

الملخص :

تعمل الحملات الإعلامية التحسيسية للوقاية والتخفيض من حوادث العمل بمختلف الوسائل والأساليب من أجل وصول رسالتها التوعوية إلى كافة العمال بهدف تجنيبهم حوادث العمل والأخطار المهنية، وتلعب المعلومات الإرشادية والتحسيسة دورا هاما في فعالية الحملات التحسيسية لذلك وجب الإهتمام بمضامينها، ومن خلال هذه الدراسة والتي حددت إشكاليتها في :ما دور الحملات التحسيسية في التقليل من حوادث العمل من خلال التطرق ماهية الحملات التحسيسية ومادورها في التخفيض من حوادث العمل في مؤسسة سونلغاز غرداية ؟ من خلال المتغيرين : المتغير المستقل هو الحملات الإعلامية التحسيسية و المتغير التابع هو حوادث العمل ، وتهدف الدراسةلابراز دور الحملات التحسيسية في المؤسسات وتوضيح اهميتهاوعلاقتها في التخفيض من أخطار حوادث العمل،وبإتباع المنهج الوصفي وأسلوب دراسة حالة مؤسسة سونلغاز غرداية ،خلصنا إلى أن للحملات التحسيسية دور فعال وأهمية بالغة في رفع الوعي الوقائي لدى العمال وبالتالي المساهمة في تجنيب المؤسسة خسائر بشرية ومادية ومنه رفع الإنتاج وتحقيق التقدم والرفاهية .

الكلمات الدالة :الحملات التحسيسية ؛الحملات الإعلامية ؛حوادث العمل ؛سونلغاز غرداية

الملخص بالإنجليزية :

The Role of Awareness Campaigns in Preventing Work Accidents, Sonelgaz Company ,Ghardaia

Information campaigns work to prevent and reduce work accidents through various means and methods so that awareness message reaches all employees in order to prevent work accidents and occupational hazards.what is the Role of Awareness Campaigns in Preventing Work Accidents, Sonelgaz Company ,Ghardaia? Through the tow variables : Information Campaigns,Work Accidents Informational messages play an important role in the effectiveness of the awareness campaigns, therefore it is necessary to pay more attention to their contents. Through this study, we tried to uncover what the awareness campaigns are and their role in reducing occupational accidents at Sonelgaz company, Ghardaia ,we follow the descriptive approach,analysis and case study.We concluded that the awareness campaigns have an effective role and great importance in raising the preventive awareness among workers and thus helping to avoid human and material losses in the company and finally to increase production and make progress**.**

Keywords: Awareness Campaigns, Information Campaigns, Work Accidents ; Sonelgaz Ghardaia.

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
الإهداء	
شكر و تقدير	
ملخص الدراسة باللغتين العربية والأجنبية	
قائمة المحتويات	
قائمة الجداول	
قائمة الأشكال	
قائمة الملاحق	
مقدمة	1
الإطار المنهجي للدراسة	3
إشكالية الدراسة	4
فرضيات الدراسة	4
أهداف الدراسة	5
أهمية الدراسة	5
أسباب إختيار الموضوع	5
حدود الدراسة	6
منهج الدراسة	6
أدوات جمع البيانات	7-6
الدراسات السابقة	8
المقاربات النظرية للدراسة	10
الصعوبات	12
المفاهيم والمصطلحات الأساسية الواردة في الدراسة	13
الجانب النظري : الفصل الأول :الحملات الإعلامية التحسيسية	16
تمهيد	18
المبحث الأول : ماهية الحملات الإعلامية	18
المطلب الأول : مفهوم الحملات الإعلامية	18
المطلب الثاني : أهداف الحملات الإعلامية	22

المطلب الثالث :أنواع الحملات الإعلامية	23
المبحث الثاني : وسائل وأساليب الحملات الإعلامية التحسيسية	**25**
المطلب الأول : وسائل الحملات الإعلامية التحسيسية	25
المطلب الثاني : خطوات ومميزات الحملة التحسيسية الناجحة	28
المطاب الثالث: عوامل نجاح حملات التوعية العامة	**32**
المبحث الثالث : المبادئ الأساسية للحملات الإعلامية التحسيسية	**34**
المطلب الأول : المبادئ الأساسية للحملات الإعلامية الفعالة	34
المطلب الثاني : خصائص إدارة الحملات	36
المطلب الثالث : إدارة الحملة والمرونة	37
خلاصة الفصل	40
الفصل الثاني : حوادث العمل و أساليب الوقاية منها	41
تمهيد	42
المبحث الأول : حوادث العمل مفاهيم عامة	42
المطلب الأول : تعريف حوادث العمل	42
المطلب الثاني : تصنيف حوادث العمل	44
المطلب الثالث : النظريات المفسرة لحوادث العمل .	46
المبحث الثاني : أسباب و عوامل وقوع حوادث العمل	**49**
المطلب الأول : أسباب حوادث العمل الإنسانية	49
المطلب الثاني : الأسباب المادية لحوادث العمل	51
المطلب الثالث : العوامل المؤثرة على حوادث العمل	53
المبحث الثالث :دور الحملات التحسيسية في الوقاية من حوادث العمل .	**54**
المطلب الأول : أساليب الوقاية من حوادث العمل	54
المطلب الثاني : الوسائل الوقائية للعمال	60
المطلب الثالث :الحملات التحسيسية ودورها في الوقاية من حوادث العمل	63
خلاصة الفصل	66

قائمة المحتويات

الفصل الثالث : الدراسة الميدانية بمؤسسة سونلغاز بغرداية	**68**
تمهيد	68
المبحث الأول : تعريف مؤسسةتوزيع الكهرباء و الغاز"سونلغاز"	68
المطلب الأول : نشأة و تطور مؤسسةسونلغاز	68
المطلب الثاني : وظائف مؤسسةتوزيع الكهرباء و الغاز	70
المطلب الثالث : نشاطات المؤسسة	71
المطلب الرابع : أهداف المؤسسة	72
المبحث الثاني : تقديم فرع مؤسسة سونلغاز غرداية	74
المطلب الأول: نبذة عن المديرية الجهوية للتوزيع لوحدة غرداية	74
المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي للمؤسسة	75
المبحث الثالث :الدراسة الميدانية : تحليل معطيات الدراسة	79
المطلب الاول : تصميم وتنفيذ، الدراسة : مجتمع و عينة الدراسة	79
أسلوب جمع البيانات ،	79
المطلب الثاني : إختبار ثبات أداة الدراسة	80
المطلب الثالث : عرض وتحليل نتائج الإستبيان التحقق من الفرضيات و عرض نتائج الدراسة	81
خلاصة الفصل	108
خاتمة	110
قائمة البيبليوغرافيا	112
الملاحق	117

قائمة المحتويات

قائمةالجداول :

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	معامل ألفا كرونباخ بالإستبيان	81
02	حساب المستوى الحسابي وفق مقياس ليكرت الثلاثي	81
01	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	82
04	الحالة الصحية	84
المحور الأول 01:	إجابات أفراد العينة حول التذكير اليومي بمخاطر العمل بالمؤسسة	85
03	دور اللوحات الإرشادية في التذكير بقوانين حوادث العمل	86
04	جدول مركب بين المستوى التعليمي و إجابات العمال حول تنوع لغات و أساليب التحسيس في الحملات التحسيسية بالمؤسسة وإدراك العمال للمخاطر	87
07	إجابات العمال حول الإجراءات الردعية للمخالفين لقواعد الوقاية بالمؤسسة	89
10	مدى إدراك العمال لمخاطر العمل من خلال الحملات التحسيسية	90
12	إمكانية تنبأ أعوان الأمن الصناعي بوقوع حوادث العمل بسبب وضعيات خاطئة للعمال	92
13	إلزامية إستخدام لوسائل الوقاية المهنية عند مباشرة العمل	92
14	في حالة توفر المؤسسة العتاد الضروري للعمل من أجل الوقاية من حوادث العمل	93
16	توجيه أعوان الأمن الصناعي للعمال على إتخاذ الوضعيات الصحيحة للعمال قلل من وقوع حوادث العمل	95
17	مساهمة بعض الدراسات الأكاديمية في تفسير حوادث العمل و كيفية الإحتياط منها	95
20	يوضح غالبية حوادث العمل التي سببها العنصر البشري	97
21	نتائج إختبار الفروض بإستعمال إختبار T STUDENT	99

قائمة الأشكال :

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
2	أعمدة توضح المستوى التعليمي	83
3	الدائرة توضح الحالة العائلية	83
5	أعمدة توضح الخبرة المهنية	84
2	الدائرة توضح إجابات أفراد العينة حول إستغلال الندوات و الإجتماعات المنتظمة كوسائل للحملات الإعلامية	86
5	الدائرة توضح إهتمام المؤسسة بتلقين العمال دروس تدريبية في الإسعافات الأولية	88
6	الدائرة توضح إجابات العمال حول إلتزام المؤسسة بتلقين الملتحقين بها أساسيات الأمن و الوقاية	88
8	الدائرة توضح إجابات العمال حول الإستجابة لإتباع التدابير الوقائية و مدى مساهمته في التقليل من حوادث العمل	90
11	الدائرة توضح دور المعلومات التي تقدمها مصالح الأمن الصناعي بالمؤسسة	91
15	الدائرة توضح إجبارية حضور العمال للندوات و الاجتماعات الخاصة بالتوعية والتحسيس	94
18	الدائرة توضح يوضح دور الإرشادات و التوجيهات في تجنب الوقوع في حوادث العمل	96
19	الدائرة توضح وضح ما إذا كان تقسيم المهام و التذكير المستمر بالأخطار المهنية يساعد على التعامل معها	97

قائمة الملاحق :

رقم الملحق	العنوان	الصفحة
1	استبيان الدراسة	112
2	الأساتذة المحكمون	115
3	جدول معامل ألفا كرونباخ	116
4	جدول الإحصائيات المعتمدة	117

مقدمة

مقدمة : تؤدي وسائل الإعلام والإتصال دورا هاما في تطور المجتمعات ومع تعاظم هذا الدور إهتمت القوى الكبرى بالقيام بحملات إعلامية تجسيدا لدورها في عمليات التنمية والتوعية وذلك بهدف مخاطبة الجماهير وتوعيتها وتحسيسها بأهداف المشكلات والقضايا الإجتماعية والإقتصادية .

يتم ذلك عبر ماتتبناه الحملات من معلومات تحدث تأثيرات فعالة وفارقة في تضيق أوتوسيع فجوات المعرفة بين الجماعات المختلفة من الجمهور ، ولاسيما الفئات الفعالة بالمجتمع لذلك فالحملات الإعلامية تأخذ بعين الإعتبار التوزيع المتكافئ للمعلومات بين فئات الجمهور المختلفة ، خاصة ان جمهور الحملات الإعلامية يتكون غالبا من مختلف المستويات الإجتماعية والإقتصادية المختلفة لذا نجد ان المعلومات المقدمة بالحملات الإعلامية تختلف بإختلاف الفئات المستهدفة من الحملة . ولأن العالم اليوم يشهد تطورا صناعيا كبيرا صاحبه تطور تكنولوجي في شتى المجالات، فقد كان للثورة الصناعية ايجابيات كثيرة على سكان العالم بالمقابل كانت لها سلبيات ومشاكل مختلفة، خاصة ما تعلق بالحوادث والأخطار التي يتعرض لها العمال في أماكن عملهم، وبات ضروريا على أصحاب القرار في الدول الصناعية التفكير في اتخاد مجموعة من الإجراءات التي تؤدي إلى توفير الحماية المهنية للعمال وتجنب الحوادث،. ومن هنا كان اختيارنا للموضوع دور الحملات التحسيسة في تخفيض حوادث العمل: دراسة مؤسسة سونلغاز غرداية ولتناول الموضوع قسمنا الدراسة **إلى إطار منهجي** اشتمل على الإشكالية والأسئلة الفرعية وفرضيات الدراسة أهدافها وأهميتها، حدود الدراسة والمنهج المعتمد وأدوات جمع البيانات وتطرقنا إلى المفاهيم الأساسية للدراسة وأهم الدراسات السابقة التي لها علاقة بدراستنا، **يليه إطار نظري** جاء في فصلين، الفصل الأول تضمن ماهية الحملات الإعلامية التحسيسية، وينقسم إلى ثلاث مباحث: ماهية الحملات التحسيسية، تعريف االحملات وأنواعها والمبادئ والأسس والفصل الثاني: تضمن ماهية حوادث العمل وأساليب الوقاية منها ، وينقسم إلى ثلاث مباحث: مفهومها كتمهيد ثم أنواعها تصنيفها والنظريات المفسرة لها والعوامل المؤثرة في تكوينها والمبحث الأخير تناول وسائل وأساليب الوقاية منها.وفي الأخير تناولنا **الإطار الميداني** الذي عرفنا فيه أولا المؤسسة المستهدفة للدراسة (سونلغاز– فرع ولاية غرداية) ثم قمنا بعرض وتحليل النتائج المتحصل عليها من الاستبيان والمقابلات والملاحظة، بعد ذلك تحققنا من صحة الفرضيات وأجبنا عن التساؤلات الفرعية والإشكالية الرئيسية .وختمنا البحث بخاتمةتضمنت مجموعة من الإستنتاجات العامة وذيلناها بمجموعة من الملاحق .

الإطار المنهجي للدراسة

01 – إشكالية الدراسة .

02– فرضيات الدراسة

03– أهداف الدراسة

04– أهمية الدراسة

05 أسباب إختيار الموضوع

06– حدود الدراسة

07– منهج الدراسة

08– أدوات جمع البيانات

09– مجتمع و عينة الدراسة

10– الدراسات السابقة

11 – الصعوبات

12– المقاربات النظرية للدراسة –

13–مفاهيم ومصطلحات الدراسة

01- إشكالية الدراسة

تعتبر الحملات الإعلامية التحسيسية أهم الوسائل التي تتبناها المؤسسات من أجل الرفع من مستوى الوعي العام ، واستمرارية العملية التوعية والتحسيس وتطبيق الأنظمة والقوانين من أجل الحد من الإنتشار الواسع لحوادث العمل وتجنب الأضرار التي تلحقها والخسائر المادية والبشرية وتأثيراتها على الكفاءة الإنتاجية،حيث أصبحت حوادث العمل تشكل هاجسا بالنسبة للدول والمؤسسات الصناعية الكبرى، الأمر الذي أوجب على الفاعلين وضع أنظمة وقوانين على العاملين معرفتها والإلتزام بها،كما يجب على الإدارة تطبيقها. وتعتبر الحملات الإعلامية التحسيسية أحد أهم الوسائل التي تتبناها الدول والمؤسسات من أجل الرفع من مستوى الوعي العام، وتعزيز مشاركة الجماهير في عملية التوعية والتحسيس وتطبيق الأنظمة والقوانين. فبسبب الانتشار الواسع لحوادث العمل والأضرار التي تلحقها بعناصر الإنتاج المادية والبشرية وتأثيراتها على الكفاءة الإنتاجية، وللحد من هذه الظاهرة تم إستخدام حملات إعلامية تحسيسية للوقاية من حوادث العمل بالمؤسسات الصناعية، وهي تهدف إلى حماية العنصر البشري من حوادث العمل وأخطاره التي يمكن أن يتعرض لها اذ أن والتحسيس بالاخطار المهنية (رفع الوعي العام) يحتاج إلى أعوام عديدة وجهود جبارة من تعليم وبرامج تحسيسية توعوية ووسائل إعلام وحملات مكثفة ودورية لابراز هذه الاخطار والحد من الحوادث، وعليه فان الدول والشركات خاصة في حاجة ملحةالى اعتماد وتنظيم الحملات التحسيسة سواء كانت لنشر أفكار أو معلومات أو تعديل سلوكيات أو تعميمهاعلى شريحة معينة لما فيه منفعتهم،كحملات تحسيس مهنية وتبيين مخاطر العمل ونشر الوعى لدى العامل وتخفض حوادث العمل بالمؤسسات الصناعية،وصارت الحملات التحسيسية إحدى أكثر الوسائل الإعلامية إعتمادا بالمؤسسات الإقتصادية وذلك لفعاليتها الكبرى في الرفع من مستوى الوعي,وتعزيز مشاركة الجماهير في عملية التوعية والتحسيس وتطبيق الانظمة والقوانين ، وهو ماتحقق فعليا في العديد من المؤسسات ولذلك أردنا تسليط الضوء على هذا الموضوع بالتحديد من خلال هذه الدراسة الأكاديمية للتعرف عن العلاقة بين الحملات التحسيسية والتخفيض من حوادث العمل بالمؤسسات وقد حاولنا من خلال هذا الموضوع الكشف عن دور الحملات التحسيسية في التقليل من حوادث العمل بمؤسسة سونلغاز بولاية غرداية من خلال الإشكالية الأتية :

كيف تساهم حملات التحسيسية في تخفيض حوادث العمل بمؤسسة سونلغاز بولاية غرداية؟

ومن أجل فهم الاشكالية الرئيسية يمكن طرح التساؤلات فرعية الآتية :

- ماهو مفهوم الحملات الاعلامية التحسيسية من أجل التخفيض من حوادث العمل؟
- وماهي الوسائل والاساليب المستعملة و في الحملات الاعلامية من أجل تحقيق نتائج ميدانية؟
- مامفهوم حوادث العمل وما أسبابها ؟
- وهل ساهمت أساليب التوعية الوقائية التي توفرها المؤسسةوقاية العاملين من حوادث العمل والتخفيض من نسبتها في المؤسسة الصناعية سونلغاز بولاية غرداية ؟

02- فرضيات الدراسة:

وللاجابة على هذه الاشكالية كان ضروريا تناول الموضوع من خلال مجموعة من الفرضيات:

الفرضية الأولى:

توجد علاقة تأثير بين الحملات الإعلامية التحسيسية والوقاية من حوادث العمل بالمؤسسة.

الفرضية الثانية:

إن تحديد أسباب حوادث العمل يساهم في وضع حملات تحسيسية فعالة وبالتالي التقليل من وقوع هذه الحوادث .

الفرضية الثالثة:

إن تنوع أساليب التحسيس والوقاية يخفض من حوادث العمل.

03- أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة الى تعريف دور الحملات التحسيسية في المؤسسات وتوضيح أهميتهاوعلاقتها في التخفيض من أخطار حوادث العمل.وكذلك التعرف على برامج الحملات الاعلامية المعتمدة في المؤسسةكما هي في الواقع العملي وتحليلها وربط ذلك بالإطار النظري للبحث.

التعرف على الوسائل والأساليب المعتمدة في نشر الوعي الوقائي في المؤسسة.

التعرف على نوعية الحملات التحسيسيةالاعلامية الموجودة في المؤسسة وأثرها على الوقاية من حوادث العمل.

كما تهدف الدراسة الى معرفة مدى تطبيق المؤسسات والاعتماد الفعلي على دورها التحسيسي في المؤسسة من أجل تقليل حوادث العمل وحفاظا على سلامة العاملين بمؤسسةسونلغاز ولاية غرداية .

04- أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذه الدراسة في توضيح دور الحملات التحسيسية ومساهمتها في التقليل من نسبة حوادث العمل خاصة مع النقص الذي تعرفه المكتبات في هذا المجال ونقص الدراسات في هذا الموضوع.

كما تكمن أهميته في حداثة وجدته إضافة الى قيمته الجوهرية وهي المحافظة على النفس البشرية من خلال تبيين مساهمة الحملات التحسيسية في تخفيض حوادث العمل والتعرف على مسببات حوادث العمل وكيفية التقليل منها بمؤسسة سونلغاز غرداية.

05- أسباب اختيار الموضوع:

تعود أسباب إختيارنا لهذا الموضوع إلى:

السبب الذاتي:

- رغبتنا الشخصية وميولنا لهذه الدراسة بسبب الإرتباط الوظيفي بها ووعينا بضرورة التحسيس الاعلامي من أجل التخفيف من حوادث العمل ، وكذلك محاولتنا الكشف على دور الإعلام في حفظ النفس البشرية بأماكن العمل .

- **السبب الموضوعي :**

- أهمية الحملات الاعلامية التحسيسية في المؤسسات من أجل الحفاظ على سلامة العمال والتقليل من الحوادث المهنية.
- التعرف على أنواع وأساب حوادث العمل من أجل الإحاطة بهاوتجنبها ما أمكن.

6- حدود الدراسة:

نظرا لأهمية مجال الدراسة في بحثنا هذا قمنا بتحديده في الآتي:

المجال المكاني: قمنا بهذه الدراسة في مؤسسة الكهرباء والغاز سونلغاز بولاية غرداية، تم إختيارها لإحتوائها على عينة مجتمع الدراسة المثمثل في عمال مؤسسة سونلغاز.

المجال الزماني: بدأت الدراسة شهر أكتوبر 2019 وحيث قمنا بإختيار العنوان ومناقشة الأستاذ المشرف في ملاءمة المؤسسة للدراسة الميدانية، ثم قمنا بجمع المراجع المختلفة عن الموضوع رغم ماتشهده البلاد من ظروف صحية غير مناسبة، واستمرت دراستنا الى شهر أوت 2020.

المجال البشري: ويثمثل في عمال مؤسسة سونلغاز غرداية والبالغ عددهم 169 موظف إخترنا 44 منهم كعينة للدراسة.

7- منهج الدراسة:

إن إستخدام منهج الدراسة أمر هام إذ يجب على الباحث اختيار المنهج المناسب لدراسة موضوعه إذ يحدد أساليب وأدوات جمع البيانات والوصف والتحليل في فصول المذكرة . وحتى نتوصل إلى نتائج دقيقة في موضوعنا كان إعتمادنا على **المنهج الوصفي** الذي يعتبر الأنسب لطبيعة الموضوع المعالج مع اعتماد أسلوب دراسة الحالة، إذ قمنا بجمع المعطيات حول الحملات التحسيسية وحوداث العمل وأساليب الوقاية منها بمؤسسة سونلغاز غرداية إستطعنا بتوظيف المنهج الوصفي في الوصول إلى نتائج ذات مصداقية ودقيقة.

08- الأدوات المستخدمة في الدراسة :

إعتمدنا في بحثنا على الأدوات التالية من أجل جمع بيانات الدراسة : **الملاحظة** :

وهي أداة أخرى تم توظيفها في هذه الدراسة لملاحظة أنواع الحملات والوسائل الوقائية المستغلة فيالمؤسسة اضافة الى التاكد من المعلومات التي تم جمعها من خلال الإستبيان والمقابلة.[1]

[1] عبد الرحمان بدوي: **مناهج البحث العلمي** ،وكالة المطبوعات ، ط3 ، مجلد 1 ، الكويت ،1997 ، ص133.

مجتمع وعينة الدراسة:.

1/ الاستبيان:

وهو الاستمارة التي تضمنت مجموعة من الأسئلة أو العبارات المكتوبة مزودة بإجاباتها أو الآراء المحتملة، أو بفراغ للإجابة ويطلب من المجيب عليها الإشارة إلى ما يراه مهما، أو ما ينطبق عليه منها، أو ما يعتقد أنه إجابة صحيحة.

وقد عملنا على صياغة استبيان بناء على إشكالية وفروض الدراسة، وهدف ذلك التعرف على دور الحملات التحسيسية في تخفيض حوادث العمل بمؤسسة سونلغاز غرداية معتمدين على مقياس ليكرت الثلاثي كما تنوعت الأسئلة الأخرى بين المفتوحة والمغلوقة.

2/ خصائص عينة الدراسة يتضمن البيانات الشخصية للمبحوثين:السن، الخبرة الوظيفية الأمراض، الوظيفة.

المحور الأول: يشتمل على أسئلة خاصة بتنظيم الحملات التحسيسة في المؤسسة سونلغاز.

المحور الثاني: ويشتمل على أسئلة خاصة بالوقاية من حوادث العمل.

3/المقابلة:

وهي "أداة من أدوات البحث، يتم بموجبها جمع المعلومات التي تمكن الباحث من الإجابة عن تساؤلات البحث أو اختيار فروضه، و تعتمد على مقابلة الباحث لمن تجرى معه المقابلة وجها لوجه بغرض طرح عدد من الأسئلة من قبل الباحث والإجابة عنها من قبل من تجرى معه المقابلة "[1]

وقد تم توظيف هاته الأداة في شكل مجموعة من الأسئلة المباشرة حول حوادث العمل بالمؤسسة ماينجر عنها دور الحملات التحسيية للتخفيض منها.

09- مجتمع و عينة الدراسة : لقياس الظاهرة يجب على الباحث تحديد المجتمع قيد الدراسة وقد حددنا عمال وموظفي مؤسسة سونلغاز غرداية كمجتمع للدراسة والبالغ عددهم 88عاملا ومسؤول

[1] لارامي ب فالي: مرجع سابق، ص112.

،من بين 169 عاملا ومسؤول وتم إختيا نوع عينة الدراسة بشكل عشوائي وهي مثمثلة في عمال المديرية الجهوية لسونلغاز بغرداية البالغ عددهم 169 عاملا ومع إستثناء المسؤولين الرئيسين صار عدد الموظفين المعنيين بالدراسة "مجتمع الدراسة 88 مفردة ، وقد قمنا بتوزيع60 إستارة إستبيان، لكننا لم نتحصل إلا على إجابات 44مفردة كعينة للدراسة،وذلك بسبب الحجر الصحي الذي فرض على بعض عمال المؤسسة وخروج البعض في عطلة .

10- الدراسات السابقة:

تشكل الدراسات السابقة قاعدة أساسية تبنى عليها أي دراسة إذ السبب يعود إلى الطبيعة التراكمية للعلوم والتي تقوم على مبدأ استمرارية الباحث من نقطة توقف الباحثين الآخرين، بناءً على هذا تم الاطلاع على بعض الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوعنا أهمها:

- **الدراسة الأولى:**

سملالي يحضية، **دراسة أثر حوادث العمل على الوقاية الإنتاجية وفاعلية نظام الوقاية في المؤسسة الصناعية**، رسالة ماجيستير علوم التسيير، معهد الاقتصاد، جامعة الجزائر، 1994-1995.

- **الإشكالية:**

فيما تتمثل البرامج الإنسانية ومدى أهميتها في مجال الوقاية من الحوادث في المؤسسات الصناعية؟.

- **هدف الدراسة:**

هدفت هذه الدراسة الى معرفة حوادث العمل في المؤسسسات والبرامج الوقائية.

- **منهج الدراسة:**

وإعتمدت المنهج الوصفي والتحليلي وخلصت الدراسة لمجموعة من النتائج هي ساعد الاعلام على نشر الوعي الوقائي لدى العاملين وذلك بتقديم النصح والارشاد والتوجيه عن طريق وسائل الاعلام المختلفة.

- **نتائج الدراسة:**

يعمل طب العمل على تعيين العمال في مواقع العمل تتناسب وقدراتهم البدنية والنفسية اضافة الى تكييف العمل مع الفرد.

تعمل الخدمات الاجتماعية التي توفرها المؤسسة على استقرار حالة العامل النفسية وتهيئتها للانتاج بفعالية واتقان.

الأمر الذي يساهم في التقليل من حوادث العمل الناجمة عن هذا الجانب تهدف العلاقات العامة الى خلق و تهيئة جو مناسب من الثقة والفهم والاحترام المتبادل بين الادارة والافراد فالعلاقة الحسنة بين العمال والمشرفين الذين يقدمون التوجيهات ويقومون بالمراقبة ويزودون العمال بالمعلومات اللازمة لآداء العمل تساهم بدرجة فعالة في تقليل الاخطار والعمل على منع تكرارها

- **علاقة الدراسة بموضوع دراستنا:**

أفادتنا الدراسة كونها تناولت توجد علاقة بين موضوعي والدراسة السابقة التي كانت تحت عنوان حوادث العمل على الوقاية في المؤسسات الانتاجية وفاعليتة نظام الوقاية في المؤسسة من هنا نجد علاقة بين المتغيرات وهما: التحسيس والوقاية وحوادث العمل .

- خلصت تقريبا إلى نفس النتائج وهي وضع برامج وخطة للوقاية من حوادث العمل.
- **الدراسةالثانية :**

مريم ضبع ، **حوادث العمل والأمراض المهنية ، أسبابها والوقاية منها ،في مجلة علمية محكمة تصدر عن معهد علوم تقنيات النشاطات البدنية ، جامعة الجلفة ، العدد 3 ، جوان 2014.**

- **الإشكالية:**

ما مفهوم حوادث العمل ومأأسبابها وكيفية الوقاية منها؟.

- **هدف الدراسة:**

هدفت هذه الدراسة الى معرفة أسباب حوادث العمل ونتائجها والوقاية منها .

- **منهج الدراسة:**

إعتمدت المنهج الوصفي وخلصت الدراسة لمجموعة من النتائج هي أن اسباب الحوادث متنوعة بين إنسانيةو مادية وكذلك أساليب الوقاية .

- **نتائج الدراسة:**

أن هناك عدة عوامل لحوات العمل والأمراض المهنية والتي تؤثر على الأداء المهني وتوقع العمل في حوادث متكررة .

إن توفير بيئة آمنة من مخاطر الصناعات يؤدي إلى الحد من الإصابات والأمراض المهنية وكذا خفض تكاليف العلاج .

إن دخول الآلات في الصناعة محل الإنسان وزيادة نقل التكنولوجيا المعقدة زاد من المشاكل الصناعية وحوادث العمل .

إن الإهتمام بأجهزة الحماية بالوقاية يساهم في تخفيض تكاليف النفقات التي تسببها الحوادث .

- **علاقة الدراسة بموضوع دراستنا:**

أفادتنا الدراسة كونها تناولت توجد علاقة بين موضوعي والدراسة السابقة التي كانت تحت عنوان **حوادث العمل والأمراض المهنية ، أسبابها والوقاية منها** نجد علاقة بين المتغيريين وهما: وسائل الوقاية وأسباب حوادث العمل .

- تمثل علاقتها بموضوعنا في الكشف عن أسباب وتفسير حوادث العمل والأمراض المهنية وأساليب الوقاية منها .

10- **المقاربات النظرية للدراسة** : تقارب مضمون دراستنا مع النظرية التالية

نظرية وسائل الإتصال كإمتداد للحواس :

وهي نظرية قدمها مارشال ماكلوهان الذي يرى أن الناس يتكيفون مع ظروف البيئة في كل عصر وقدم توضيحا مفاده أن وسائل الاعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعته، وأي وسيلة أو امتداد للإنسان تشكل ظروفا على الطريقة التي يفكر بها ويعمل بها، وتربط نظرية ماكلوهان بين الرسالة والوسيلة إذ أن الوسيلة هي المحددة لنوعية الاتصال وتأثيره ويرى أن وسائل الإعلام جعلت العالم قرية صغيرة[1] وبالتالي زاد وعي الإنسان بمسؤوليته إلى درجة قصوى

[1] عبد الحافظ عواجي صلوي ، **نظريات التأثير الإعلامية** ، جمع وتنسيق ،أسامة بن مساعد المحيا ، محاضرات منشورة، جمعت بتاريخ ،1433/06/25 هـ، ص 20.

كمايرى ان هذه الحالة الجديدة ادت الى مايمكن تسميته عصر القلق[1] ، إن هذه الخلفية النظرية تسلط على دراستنا من حيث مدى تبني المؤسسات للحملات الإعلامية التحسية كوسيلة إعلامية أثبثت فعاليتها في تخفيض حوادث العمل ودرجة تحمل العمال للمسؤولية أماكن عملهم والتزامهم بالرسالة الإعلامية وكذا قدرتهم على التكيف مع ظروف العمل من خلالها .

11- **الصعوبات** : بطبيعة الحال التي صاحبت فترة هذه الدراسة والتي عرقلت جهودنا بنسبة كبيرة وهي الجائحة التي يشهدها العالم والبلاد مما أدى إلى إتخاذ تدابير الحجر الصحي والمنزلي تسبب لنا ذلك في تأخير كبير في إنجاز الفصل الميداني ، إضافة إلى صعوبة الحصول على المراجع الورقية بالمكتبات وكذا صعوبات بالترجمة .

- شح الدراسات العربية في هذا الموضوع بالذات إذ يعتبر موضوعا جديدا فلم أجد من الدراسات التي تناولت دور الحملات التحسيسة في التقليل من حوادث العمل ولعلها تكون بادرة لمواضيع جديدة في نفس السياق ولعلها تكون إضافة للمكتبة الجزائرية .

12- المفاهيم والمصطلحات الأساسية الواردة في الدراسة:

أ- مفهوم حوادث العمل:

- **إصطلاحا:**

يعرف الحادث بأنه أي طارئ مفاجيء وغير متوقع أو مخطط له يقع خلال العمل أو يسبب ما يتصل به و يشمل ذلك أي عرض لمخاطر طبيعية أو ميكانيكية أو كيميائية أو إجهاد حاد وغير ذلك من المخاطر التي قد تؤدي إلى الوفاة أو الإصابة البدنية أو المرض الحاد للعامل المصاب. وقد

---

[1] سملالي يحضية ، **دراسة أثر حوادث العمل على الوقاية الانتاجية و فاعلية نظام الوقاية في المؤسسة الصناعية** ، رسالة ماجيستير علوم التسيير ، معهد الاقتصاد ، جامعة الجزائر ، 1994-1995 ، ص46 .

[1] نبيل عبد العزيز ، **التخطيط لمواجهة أخطار التهديد بالقنابل** , الندوة السابعة للأمن الصناعي , الأمانة العامة للهيئة العليا للأمن الصناعي , العربية السعودية 1428 هـ ص5.

[1] عبد الحافظ عواجي صلوي ، **نظريات التأثير الإعلامية** ، جمع وتنسيق ،أسامة بن مساعد المحيا ، محاضرات منشورة، جمعت بتاريخ ،1433/06/25 هـ، ص 20.

[1] حسن عماد مكاوي ، **الاتصال و نظرياته المعاصرة** ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ، 2002ص. 325.

يؤدي الحادث إلى أضرار و تلفيات بالمنشأة أو وسائل الإنتاج دون إصابة أحد من العاملين. أو قد يؤدي إلى إصابة عامل أو أكثر بالإضافة إلى تلفيات المنشأة وسائل الإنتاج"[1]

- **تعريف اجرائي:**

حدث يقع دون توقع أو سابق معرفة نتيجة مسببات خارجية أو أخطاء يرتكبها العامل ينتج عنه أضرار تصيب العامل أو الآخرين أو الممتلكات والمعدات أو كل ذلك، وبالتالي هو حدث غير مخطط له أو مقصود من قبل العامل وإن كان في بعض الأحيان سببا مباشرا للوقوع فيه، ينتج عنه توقف العامل أوالآخرين أوالمنشآت والمعدات عن العمل لفترة زمنية معينة تتناسب مع الضرر الذي لحق بهم.

ب- تعريف الوقاية:

- **إصطلاحا :**

هو حماية مقومات الإنتاج البشرية والمادية من خلال توفير الوسائل التي تكفل منع الحوادث التي تنجم عنها إصابات في القوى العاملة أو خسائر في المنشأة والأجهزة والآلات هو توفير ما يلزم من الشروط و المواصفات الفنية والإجراءات التنظيمية في بيئة العمل لجعلها مأمونة وصحية، حتى لا تقع فيها حوادث وإصابات مهنية وذلك بقصد حماية مقومات الإنتاج المادية والبشري[2]

- **التعريف الاجرائي :**

ذلك النظام الذي يضم مجموعة الأسس الإنسانية والمادية والمواصفات الفنية والإجراءات التنظيمية التي تهدف إلى وقاية عناصر الإنتاج البشرية والمادية وحمايتها من أخطار حوادث العمل وذلك بمنعها أو التقليل منها بغية تخفيض تكاليفها و الرفع من الكفاية الإنتاجية لعناصر الإنتاج .

ج – تعريف الحملة الإعلامية:

- **إصطلاحا:**

يقول الدكتور كريم شلبي[3] إن مفهوم الحملة هو: الجهود المكثفة والمستمرة لفترة من الوقت للنشر المستمر، وبكافة الأياليب والوسائل لطرح ومناقشة ومتابعة موضوع معين، أو الجهود المستمرة لتحقيق هدف ما، و يمكن أن تكون الحملة مع أي شيء أو ضد شيء معين .

---

[1] السيد رمضان **حوادث الصناعة والأمن الصناعي**, الإسكندرية, مصر, المكتب الجامعي الحديث , 1984 م ص 77

[2] عبد المحسن ابو الليف , **الأمن الصناعي** ، محاضرات بأكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية , الرياض 1417 هـ ص 2.

[3] كرم شلبي ، **معجم المصطلحات الاعلامية** ، دار الجيل للنشروالتوزيع بيروت, 1994،ص292.

- **التعريف الإجرائي:**

الحملة الإعلامية هي نشاط إتصالي مخطط ومنظم، وخاضع للمتابعة والتقويم، وتقوم به مؤسسات أو مجموعات أو أفراد، ويمتد لفترة زمنية، بهدف تحقيق أهداف معينة، بإستخدام وسائل الإتصال المختلفة، وسلسلة من الرسائل الإعلامية، وبإعتماد أساليب إستمالة مؤثرة، بشأن موضوع محدد، يكون معه أو ضده، ويستهدف جمهورا كبيرا نسبيا.

د – الأمن الصناعي:

- **إصطلاحا :**

هو الفرع الذي يرسي إلى تهيئة جميع الظروف المادية والنفسية والاجتماعية والتي تكفل اكبر إنتاج مع الاهتمام برضى العامل عن عمليه، فهو يهتم بالكشف عن أفضل الظروف الإنسانية للعمل، وحل المشكلات الصناعية حلا علميا[1]

ويمكننا ان نخرج من كل هذه التعريفات بان الأمن الصناعي ماهو إلا مجموعة من الإجراءات والنظم الخاصة بحماية الأرواح و المنشات وملاءمتها مع استمرار اكبر قدر من الإنتاجية في كل الظروف.

- **التعريف الاجرائي:**

ان مفهوم الأمن الصناعي هو إيجاد البرامج المناسبة للتصدي ما يمكن ان يؤثر بطريقة أو بأخرى على سلامة العاملين والممتلكات وسير العملية الإنتاجية، بالاستعانة بالمتخصصين في هذا المجال تتوفر فيهم الخبرة والكفاءة لتصميم هذه البرامج وتحقيق الهدف المنشود الا وهو توفير كافة أساليب الحماية الوقائية [2]

[1] سملالي يحضية ، **دراسة أثر حوادث العمل على الوقاية الانتاجية و فاعلية نظام الوقاية في المؤسسة الصناعية** ، رسالة ماجيستير علوم التسيير ، معهد الاقتصاد ، جامعة الجزائر ، 1994-1995 ، ص46 .

[2] نبيل عبد العزيز ، **التخطيط لمواجهة أخطار التهديد بالقنابل** , الندوة لسابعة للأمن الصناعي , الأمانة العامة للهيئة العليا للأمن الصناعي , العربية السعودية 1428 هـ ص5.

الفصل الأول

الفصل الأول

الفصل الأول : الحملات الإعلامية التحسيسة

تمهيد

- **المبحث الاول** : ماهية الحملات الإعلامية
- **المبحث الثاني** :وسائل وأساليب الحملات الاعلامية التحسيسية.
- **المبحث الثالث** :مبادئ وأسس الحملات الاعلامية التحسيسة الفعالة

خلاصة

تمهيد :

إهتم العديد من العلماء بالحملات الإعلامية نظرا لفعاليتها في تزويد الجمهور بالمعرفة، فمن خلال دراسة العلماء في مجال الإعلان، والعلاقات العامة، والاتصال الشخصي، والاتصال الجماهيري، فقد نظروا إلى كيفية تغيير اتجاهات وسلوك الأفراد، من خلال الاستخدام الاستراتيجي للرسائل الإعلامية بما فيها من معلومات، لذلك فالقائمون بالاتصال الذين يستخدمون الحملات الإعلامية لتعديل الاتجاهات، والسلوك لفئة معينة يجب أن يدركوا أن الحملة يمكن أن تحقق أهدافها إذا تم تخطيطها بدقة مع مراعاة اهتمامات الجمهور المختلفة بالحملة.

المبحث الأول: ماهية الحملات الإعلامية:

المطلب الأول: مفهوم الحملات الإعلامية: إختلفت المصادرفي تحديد مفهوم الحملات الإعلامية

فالحملة لغة: عند الرجوع لبعض معاجم اللغة نجد المصدر المكون من الحروف ح م ل هو الأصل اللغوي الذي اشتقت منه كلمة حملة كما نستشف المعنى اللغوي المجرد للكلمة.
– حمله على الأمر حملا فانحل: أغراه به وتحامل في الأمر وبه تكلف على مشقة واعياء وتحامل عليه أي : كلفه ما لا يطيق[1].

وأورد أبو نصر الجوهري في معجم الصحاح حمل : فكلل ، أي مضى قدما ولم يخم وقد يكون معنى كلل بمعنى جبن ويقال حمل فلان في الحرب فغيف أي كذب وجبن وحمل مايطيق وأسرع المشي وحمل فلان على البريد ويقال جهد دابته وأجهدها حمل على نفسه في السير أي أجهدها فيه[2] وترجمتها باللغة الانجليزية حملة فهي، **campaign** واذا اقترن الأمر بالوصف دلت على نوعية الحملة مثل **media campaign** الحملة الاعلامية.

لذلك فلفظ حملة مطلق، وكثيرا ما يتردد على الألسنة ويشيع استخدامه عادة مقترنا بأوصاف عديدة ونسوق على سبيل المثال لا الحصر، حملة عسكرية، وحملة إعلانية، وحملة صحفية، وحملة

[1] بن منظور أبو الفضل محمد ، **لسان العرب** ، دار الكتب العلمية ، بيروت لبنان ، ج3،2003 ، ص734.
[2] اسماعيل بن حماد الجوهري أبو نصر، **تاج اللغة وصحاح العربية** ،دار العلم للملايين بيروت الطبعة الرابعة ج1،1987ص1677.

سياسية وحملة انتخابية، وحملة إعلامية وكلها تؤدي معنى ابتدائيا واحدا هو حملة لكنها تختلف من حيث المضمون كما سنرى ذلك لاحقا ففيما يخص الحملة الإعلامية وما يرتبط منها بموضوعنا فان أول ما نبادر بالتلميح إليه إنما يتصل بموضوع إعلام الجماهير ومحاول إيصال رسالة لها أهدافها المحددة، ثم ما يشمل عليه لفظي حملة وإعلامية يكشف عن تمييز الحملة الإعلامية على سائر الحملات الأخرى[1].

الإعلام: هو عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وآراء راجحة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام.[2]

الحملة الإعلامية اصطلاحا: تعد الحملة الإعلامية (MEDIA CAMPAIGN) من النشاطات الاتصالية المهمة مما دفع العديد من الباحثين والمهتمين بشؤون الاتصال إلى تقديم تعريفات وتحديد مفاهيم مختلفة لها، منطلقين من اهتماماتهم وطبيعة اختصاصاتهم والوظائف التي تؤديها الحملة، والأهداف المراد تحقيقها من جراء تنظيمها، إضافة إلى عناصرها وخصائصها.[3]

وحمل (مفرد) : جمع حملات وهي مجموعة من الجهود المنظمة التي تقوم بها جهة معينة بهدف الترويج لأفكار أو زيادة القبول لفكرة اجتماعية وذلك لإحداث تغيير في اتجاهات وسلوكات الأفراد واقناعهم بقبول فكرة أو سلوك اجتماعي معين .[4]

الحملات الإعلامية :

الحملة الإعلامية عبارة عن نشاط اتصالي مخطط ومنظم، وخاضع للمتابعة والتقويم، تقوم به مؤسسات أو مجموعات أو أفراد، ويمتد لفترة زمنية، بهدف تحقيق أهداف معينة، باستخدام وسائل

---

[1] زكرياء بن الصغير ، **تصميم الحملات الإعلامية** ، جامعة محمد خيضر ،محاضرة منشورة في موقع أكاديمية WWW.ACADIMIA.DZ أطلع عليه يوم 20أوت 2020،الساعة العاشرة صباحا ، قسم علوم الإعلام والإتصال، بسكرة ،2014، ص1.

[2] عبد الفتاح دويدار ، **سيكولوجية الاتصال والإعلام** ،دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005 ، ص 116 .

[3] بن الصغير،مرجع سابق ، ص 2.

[4] فؤادة عبد المنعم البكري ، **التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية**، عالم الكتاب، القاهرة، 2007ص 6 .

الاتصال المختلفة، وسلسلة من الرسائل الإعلامية، وباعتماد أساليب استمالة مؤثرة، بشان موضوع محدد، يكون معه أو ضده، ويستهدف جمهورا كبيرا نسبيا[1] "

فهي سلسلة من النشاطات والفعاليات التي تهدف إلى إيصال رسائل إلى الجمهور المستهدف، والتأثير في مواقفهم اتجاه قضية معينة بالإيجاب أو السلب

كما توجد تعريفات الحملة الإعلامية مختلفة وردت عند عدد من الباحثين في عدد من التخصصات بغية الوصول إلى تعريف شامل لمفهوم الحملة الإعلامية :

كما يعرف كرم شلبي الحملة الاعلامية بأنها: الجهود المكثفة والمستمرة لفترة من الوقت للنشر المستمر، وبكافة الأساليب والوسائل لطرح ومناقشة ومتابعة موضوع معين، أو الجهود المستمرة لتحقيق هدف ما، ويمكن أن تكون الحملة مع شئ أو ضد شئ معين[2]

إذا فالحملة الإعلامية هي جهود إتصالية وقتية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا، مثل التصويت وشراء السلع والتبرعات وتحقيق أمن أكبر وصحة أفضل.

وتعرف الحملة الإعلامية بأنها النشاط المكثف الذي يمتد لفترة زمنية محددة ويتعامل مع موضوع محدد ويستخدم عادة مجموعة من الوسائل ويلاحظ على هذا التعريف انه يهمل جوانب عديدة في النشاط الإتصالي الذي تمثله الحملة، وهي: المصدر القائم بالحملة الإعلامية الجمهور المستهدف في الحملة. أهداف الحملة الإعلامية [3].

وتعريفنا للحملة الإعلامية : الحملة الإعلامية هي نشاط إتصالي مخطط ومنظم، وخاضع للمتابعة والتقويم، وتقوم به مؤسسات أو مجموعات أو أفراد، ويمتد لفترة زمنية، بهدف تحقيق أهداف معينة، بإستخدام وسائل الإتصال المختلفة، وسلسلة من الرسائل الإعلامية، وبإعتماد أساليب إستمالة مؤثرة، بشأن موضوع محدد، يكون معه أو ضده، ويستهدف جمهورا كبيرا نسبيا

[1] وائل مبارك ، **دليل إعداد وتنفيذ الحملات الإعلامية**، موقع الكاتب وائل مبارك الإمارات العربية المتحدة، ص 1

[2] كرم شلبي ، **معجم المصطلحات الإعلامية** ، دار الشروق للنشر ،القاهرة ،1989, ص83.

[3] ابن الصغير ، مرجع سابق ، ص4

الحملة الاعلامية التوعوية التحسيسية: نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوك الآخرين، عن طريق استخدام أساليب استمالة إعلامية تؤثر في الجمهور، وإ ن مفهوم إعادة التشكيل يعد من أهم السمات التي تميزها كنشاط اتصالي سواء كان ذلك على مستوى البناء الاجتماعي أو على مستوى[1]أنماط الحياة الفردية .

تعرف سامية محمد جابر :الحملة الإعلامية هي التي تشتمل على مجموعة تدابير وإستعدادات مثل الحملات السياسية والانتخابية والمعلومات العامة والإعلان وبعض أشكال التعليم واستخدام وسائل الاتصال الجماهيري في البلدان النامية أو في مجال نشر التجديدات، ويكون لها أهداف محددة تخطط من أجل إنجازها، وتقوم بنشاطها في فترة زمنية محددة غالبا ما تكون وجيزة ومكثفة وتستهدف جمهورا كبيرا نسبيا، وغالبا ما تعتمد على إطار عام من القيم المشتركةويقترب هذا التعريف من إعطاء صورة متكاملة لمفهوم الحملة إلا أنه يتجاهل وسائل الاتصال الشخصي في الحملة .[2]

كما يتضح من خلال التعريفات السابقة أن الحملات الإعلامية التحسيسية تعتمد على:

- تقديم معلومات وتزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات عن القضايا بموضوعية.
- مجموعة من عمليات وجهود اتصالية منظمة، ومخطط لها لفترة زمنية محددة
- تستخدم أساليب اتصالية متنوعة لتحقيق نتائجها .[3]
- تستهدف التأثير على أكبر قطاع ممكن من الجمهور.

[1] ابن الصغير ، مرجع سابق ، ص5.

[2] سامية محمد جابر، **القانون والضوابط الإجتماعية** ، مدخل علم الإجتماع إلى فهم التوازن في المجتمع ،دار المعرفة الجامعية للنشر والطبع والتوزيع 1984 ص161.

[3] إيمان فتحي عبد المحسن حسين،**حملات التوعية الإعلامية بقضايا المجتمع للشباب** ، المكتب العربي للمعارف،مصر الجديدة ، القاهرة ، مصر ، ط1 ،2016،ص 15.

المطلب الثاني : أهداف الحملات الإعلامية

تعمل الحملات الإعلامية على تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في وعليه فإن الأهداف المنوي تحقيقها من قبل الحملات الإعلامية يجب أن تكون واضحة ومقنعة للجماهير المستهدفة بالإضافة إلى ضرورة توفر عنصر الشفافية والوضوح:

- تزويد الفئة المستهدفة بالمعلومات والبيانات المتوفرة حول الموضوعات والقضايا ذات الصلة بحياتهم والمطلوب إحداث التعديلات المطلوبة فيها.
- التأثير على مواقف واتجاهات الفئات المستهدفة نحو قضايا محددة أو عامة.
- محاولة إقناع الفئات المستهدفة بإحداث تعديلات تدريجية في مواقفهم تجاه أهداف سياسية أواقتصادية أو إجتماعية، وحول قضايا عامة وبإستخدام إستراتيجيات وتكنيكات مقبولة من قبلهم[1].
- تعديل الأنماط السلوكية للفئة المستهدفة .
- تحسيس الرأي العام بقضية معينة في المجتمع .
- تحسين صورة المهن وذلك لغرض تنمية الحيوية والدافعية لإتقان تلك المهنة ودفع المواطنين للإقبال عليها.
- توضيح الحقائق والتتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في المجتمع كالحملات التي تستهدف العمال من أجل تحقيق السلامة المهنية مثلا [2] .
- تنبه إلى مخاطر الآفات الاجتماعية وتبرز مضارها فهي بمثابة الدعامة القوية والركيزة الهامة للبحث عن أرضية مشتركة لتبادل المفاهيم،كما أنها تعمل على إيقاظ الضمائر فالأمراض الخطيرة وتعاطي الكحول والتدخين وحوادث الطرقات تكلف الدولة عديد المليارات من العملة، ضف إلى ذلك أنها أتغني عن التدخلات الترتيبية من قوانين وأوامر أي عن حل المشاكل بالقوة.

[1] محمد إبراهيم عبيدات، **التسويق الاجتماعي**، الأخضر والبيئي، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2004، ص ص 17 18 .

[2] عامر مصباح، **الإقناع الاجتماعي**، خلفيته النظرية وآلياته العملية،ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2005 ، ص47.

المطلب الثالث : أنواع الحملات الإعلامية

تتنوع الحملات الإعلامية وفقا لنوعها والفئة التي تستهدفها ومحتواها وقد حاول الباحثون الفصل بين انواع مختلفة للحملات الإعلامية ومن بينهم : أنواع الحملات الإعلامية تعددت الأنواع المختلفة للحملات الإعلامية فنجد أن كلاً من سكوت وتورك Alan Scott and Judy Turk حددت عدة أنواع للحملات الإعلامية ،وحسب بيكر تمثلت فيما يلي:

1- حملة التوعية الجماهيرية: يصمم هذا النوع لجعل الجمهور على معرفة بشيء ما، وغالبا ما تكون معلومات أولية وغير مفصلة.

2- حملة إعلامية جماهيرية :تسمى بحملة المعلومات العامة حيث تسعى وراء معرفة الجمهور وإدراكه لحدث ما، وتزويده ببعض المعلومات الهامة الحيوية.

3- حملة تربوية جماهيرية : هي حملة للتعلم، هدفها تعليمي إرشادي تستهدف إرشاد الجمهور إلى الإجراءات الواجب اتخاذها، وتكوين الاتجاه لديه حيث تقوم بتفسير المعلومات،وتعمل على قدرة الجمهور على تطبيق المعلومات وتحويلها إلى سلوك يومي وقد أضاف البعض الحملات الإعلانية كنوع من أنواع الحملات الإعلامية رغم أن الحملات الإعلانية والإعلامية كليهما شكل من أشكال الاتصال [1]

أما الدكتورة سلوى إمام ومنى سعيد الحديدي :

1- حملات التغيير المعرفي:

2- وتعرف بحملات المعلومات العامة أو التعليم العام، عادة ما تهدف إلى تزويد الأفراد بمعلومات وزيادة وعيهم بقضية معينة وهذا النوع من الحملات يعتبر من أسهل حملات التغيير، لأنها تهدف إلى إحداث تغيير عميق في السلوك وإنما يتحقق هدفها في إعطاء الأفراد المعلومات التي تتعلق بالقضية الاجتماعية، ومن أمثلة هذه الحملات: الحملات التي تتعلق بالقيمة الغذائية لأنواع الطعام المختلفة، زيادة وعي الأفراد بأهمية التغذية الصحية[2].

[1] إيمان فتحي عبد المحسن حسين ، مرجع سابق ،ص ص 14، 15.

[2] منى سعيد الحديدي، سلوى إمام على ،**الإعلام والمجتمع** ، القاهرة ، مكتبة الأسرة ، مهرجان القراءة للجميع ، الدار المصرية اللبنانية ،2004، ص.33.

3- حملات تغيير الفعل:

وتعرف بحملات العمل، عادة ما تهدف إلى إقناع أكبر عدد ممكن من الأفراد للقيام بعمل معين خلال وقت محدد، هذا النوع لا يتطلب فقط إخبار الجماهير وإعطاءهم معلومات ولكن حثهم على عمل أو فعل ما، وقد يتطلب هذا الفعل أو العمل بعض المصروفات أو الوقت أو الجهد، وهذا ما قد يمنع الأفراد من الإقبال عليه وهنا يجب على الجهة المعنية توفير الحوافز التي قد تشمل تغطية النفقات والمصروفات التي قد يتطلبها الفعل كنوع من التشجيع للأفراد إضافة إلى توفير آليات التنفيذ.

4- حملات التغيير السلوكي:

ويعرف هذا النوع بالحملات السلوكية حيث يهدف إلى حث الأفراد على تغيير بعض أنماط السلوك، تعتبر من أصعب الحملات حيث يصعب تغيير بعض أنماط السلوك والعادات التي دأب الأفراد على القيام بها لفترة طويلة، حيث يجب على الأفراد أن يتخلصوا من عادات قديمة ويتعلموا عادات جديدة مختلفة ويستمروا في ممارستها، وعادة لا تكفي رسائل وسائل الإعلام الجماهيري وحدها لإحداث التغيير المطلوب وإنما يجب أن تصحبها أنواع أخرى من المقابلات والاتصال الشخصي ومن أمثلتها : الحملات التي تحث الأفراد على الإقلاع عن التدخين أو تغيير عادات الأكل والشرب.

5- حملات تغيير القيم:

وتهدف إلى تغيير القيم والمعتقدات وعادة ما ينخفض معدل النجاح فيها إلى حد كبير، حيث يصعب تحريك القيم والمعتقدات التي يحتفظ ابها الأفراد منذ فترة زمنية طويلة وقد ، تلجأ الجهات التي ترغب في التغيير في هذا النوع من الحملات إلى استخدام القوانين والتشريعات التيتلزم الأفراد بتغيير قيمهم ومعتقداتهم والتي لا يمكن أن يغيروها من تلقاء أنفسهم وبشكل طوعي، وبعد فترة فإن الالتزام بالقوانين يمكن أن يؤدي إلى إحداث التغييرات المطلوبة في الاتجاهات والمعتقدات[1]

[1] منى سعيد الحديدي، **سلوى إمام علي**، مرجع سابق ، ص ص. 35 36.

كما حدد الباحثون في تقسيم آخر أربعة أنواع رئيسية لحملات التوعية [1] وهي

1- **الحملات الإخبارية:** وتعمل على إيصال المعلومات إلى الجمهور وتقديم الحقائق والبيانات عن موضوع **الحملة**.

2- **حملات الصورة الذهنية:** المعنية أساسا بنشر وترسيخ صورة ذهنية عن الجهاز أو المؤسسة أو المشكلة وترسيخها في أذهان المتلقين.

3- **الحملات التعليمية:** والتي يكثر استخدامها أثناء الكوارث والأزمات وتعنى بتعليم الناس كيف يتصرفون ويسلكون.

4- **الحملات الاقناعية:** يمتاز هذا النوع بصعوبته وحاجته للتخطيط والتصميم والتنفيذ الدقيق، حيث تعنى أساسا بزرع اتجاهات جديدة .

المبحث الثاني : و وسائل وأساليب الحملات الإعلامية التحسيسية .

المطلب الأول : وسائل الحملات الإعلانية التحسيسية :

يعتبر اختيار الوسيلة من أهم القرارات التي يجب اتخاذها بدقة وعناية في مجال إدارة الحملات الإعلامية، حيث تمثل الوسيط الرابط بين طرفي العملية الاتصالية(القائم بالاتصال أو الحملة والجمهور المستهدف) وحتى يستطيع مخطط الحملة الإعلامية أن يختار الوسائل الأكثر ملائمة حتى تحقق حملته أقصى درجة من النجاح والفعالية يجب أن يكون على دراية كاملة بخصائص كل وسيلة ومكانتها والتشريعات التي تحكمها وخصائص جمهورها، لذلك فإن القرار الخاص باختيار الوسيلة الإعلامية يعتبر من أدق وأخطر وأهم القرارات الخاصة بإعداد برنامج الحملة. وفيما يلي أهم هذه الوسائل:

1- **وسائل الإتصال الجماهيري**[2]:

يعتبر من أهم الوسائط التي يستعملها القائمون على البرامج والحملات الإعلامية لتوصيل الرسائل لأنها تسمح بالوصول إلى جماهير مهمة وعريضة، إضافة إلى أن هذا الاعتماد يعود إلى

[1] أديب محمد خضور، **حملات التوعية المرورية العربية**،حملات التوعية المرورية ، جامعة نايف للعلوم الأمنية 2007،، مرجع سبق ذكره، ص8.

[2] عبد الرحمان عبد الله العوضي ، **دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي سبل إنجاح سياسة إعلامية بيئية محاضرة في ملتقى دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي** ، جامعة الدول العربية القاهرة ، 15-16 ديسمبر 1993 ،ص12.

الاستعمال المجاني لهذه الوسائل إذ تستفيد المنظمات الاجتماعية من مساحات مجانية نظرا لأهمية رسائلها بالنسبة للرأي العام والمجتمع، ومن هذه الوسائل :

1-1التلفزيون : وهو أحد أكثر الوسائل حضورا وقدرة في التأثير بين وسائل عالم الإتصال فإن التلفزيون يزود الحملة بمميزات، بمعنى أن المنظمات التي تعلن عبر التلفزيون ينظر إليها على أنه يمكن الاعتماد عليها والثقة بها عن تلك التي لا تمتلك هذه الوسيلة، ولهذا من الممكن دعم مصداقية الفكرة الاجتماعية ولوعن طريق بث عابر في التلفزيون[1] لقدرته الكبيرة على تحقيق درجة عالية من التاثير والجذب والتذكير ذلك بسبب جمعه بين الصوت والصورة لدى المشاهدين وماينجر عنه ضرورة مشاركة المتلقي لاستكمال عناصر الفكرة بتاثير الإدراك البصري أو الإدراك العقلي لترتيب الوقائع والأحداث وحركة الشخصيات وبالتالي فهو يعتمد على مشاركة أكبر من المتلقي [2].

1-2- الإذاعة :

تعد الإذاعة وسيلة إعلامية هامة ومنتشرة بين جميع الفئات لذلك فإن إستغلالها لبث الحملات الإعلامية عتبر من أكثر الإختيارات صحة حيث أنها وسيلة لنقل الأفكار الصوتية ذات تأثير قوي في حياة الناس وطرق معيشتهم بوجه عام، ويزداد هذا التأثير عمقا إذا صيغت مضامينها باللهجة والأسلوب المناسب للجمهور المستهدف، لذا فكثيرا ما تعتمد عليها سلطات الأمن في إذاعة البيانات والبرامج الأمنية التي تهدف إلى مكافحة الجريمة وتوعية المواطنين للتخلص من العادات والتقاليد المضرة.[3]

---

[1] نظام موسى سليمان، عبد المجيد البرواري، **إدارة التسويق في المنظمات غير الربحية**، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ، 2009 ص 294 .

[2] محمد عبد الحميد ، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**،عالم الكتب ، ط3 ، القاهرة 2004 ، ص 47.

[3] عصمت عدلي ، **المدخل إلى التشريعات الإعلامية والإعلام الأمني**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2009،ص ص 290 291،.

1-3-الصحف:

وتعتبر وسيلة هامة في مجال التحسيس الإعلامي من خلال تقديم معطيات تفصيلية للقراء و كثيرا ماتستخدم لدعم الوسيلتين السابقتين خاصة في لمعالجة قضايا مطروحة [1] .

1-4-المنشورات والكتيبات:

هو إنتاج مكتوب يوزع على الجمهور المستهدف، تشمل الشرح للموضوع الخاص بالتوعية سواء في شكل إرشادات أو معلومات عادة ما يلجأ إليها عند بث الرسائل المعقدة والثرية، فهي من بين الوسائل الجيدة للعرض المعمق للمسائل والمعلومات، يمكنها أن تكون أكثر جاذبية وموضحة إذا استعملت معها الصور والمخططات كما يمكنها تدعيم الوسائل الاتصالية الأخرى لخدمة الأهداف التربوية، كما قد تستعمل في حملات محددة يعاب على هذه الوسائل ارتفاع تكلفتها إذ كانت الحملة موجهة إلى قاعدة جماهيرية عريضة، كما أنها لا يمكنها وحدها إحداث التغيير في السلوكات والاتجاهات خاصة لغير المتعلمين.

1-5- وسائل الاتصال الالكتروني:

وهي أحدث الوسائل الاتصالية التي يعرف استخدامها تزايدا وانتشارا، فهي مجال نشط للبث والاستقبال ثنائي التفاعل وهي من بين الوسائل المحبذة للوصول إلى المعلومات التربوية والتوعوية التحسيسية، كما أن خدماتها تتميز بتجديد اهتمام كبير توفر هذه الوسائل الفرصة لأي فرد أن يكون مرسلا ومستقبلا في آن واحد وفي أن يعبر عن رأيه وينشر أفكاره ووجهات نظره على أوسع نطاق ممكن، ويمكن الاستفادة من طاقات وسائل الاتصال الالكتروني الانترنت، الهاتف النقال، البريد الالكترونية، الفاكس وخصائصها الاتصالية في نشر الثقافة التحسيسية وخدمة السلامة المهنية وذلك في الموقع الإلكترونية المنشأة خصيصا لذلك .

[1] محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، مرجع سابق ، ص45.

2- وسائل الإتصال الشخصي :

هو تفاعل الأفراد وجها لوجه من خلال التبادل اللفظي وغير اللفظي للرموز في المواقف الاجتماعية غير الرسمية له دور محدد في الحملات الإعلامية والإقناعية، إذ تمنح المنظمات الاجتماعية مكانة هامة للوسائل الشخصية لتوصيل السلع الاجتماعية،[1] فعكس المؤسسات التجارية تفتقر المنظمات الاجتماعية للموارد المالية الكبيرة خاصة إذ لم تكن مستثمرة من طرف السلطات العمومية أو مدعمة من طرف هيئات دولية (وتتضمن بشكل أكبر طاقات بشريه ، ومن جهة أخرى تتميز السلوكيات التي يهدف إلى إحداثها لدى الجمهور المستهدف بالعمق، لهذا تيقن المسوقون الإجتماعيون من عدم نجاعة الاعتماد الكلي على وسائل الاتصال الجماهيرية في إحداثها للتغيرات المرجوة بمعزل عن وسائل الاتصال الشخصية:

– زيارات، تنظيم اجتماعات، لقاءات:ويمكن تسمية هذه النشاطات بلغة السوق فإلى جانب الإعلان والدعاية الاجتماعية، تعتمد البرامج التحسيسية في توصيل رسائلها على مساهمة المنخرطين والمتطوعين الذين يقومون ببيع وتوصيل السلعة الاجتماعية إلى المجوعة المتبنية، فهم يشكلون بالفعل قوة بيعية للبرنامج الاجتماعي،وتهدف عمليات الاتصال المباشر إلى الحث على التبني أي جعل مجموعة المستهدفة تتبنى أو تجرب هذه السلعة.

المطلب الثاني: خطوات و مميزات الحملة التحسيسية الناجحة :

الخطوات اللازمة لنجاح حملات التوعية:

يمكن حصر مراحل إعداد الحملات الإعلامية التحسيسية في ثلاث خطوات بغض النظر عن موضوع وهو الحملة والمكان والزمان الفئة المستهدفة والهدف من الحملة وهي:

- مرحلة جمع المعلومات وتحديد المشكلة.
- مرحلة إتخاد القرارات.

[1] جمال العيفة، "**الاتصال الشخصي في المجتمع الجزائري بين الفاعلية وقلة الاهتمام الرسمي**" في المجلة الجزائرية للاتصال العدد 20، قسم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر، جانفي- جوان 2008، ص213.

مرحلة التنفيذ والمتابعة من أجل أن تنجح الحملات الإعلامية في تحقيق أهدافها لابد من تحديد الجمهور الذي ستوجه إليه الحملة وتحديد الأفكار التي ينبغي تقديمها له بالإضافة إلى تحديد التوقيت المناسب والوسائل المناسبة، وعملية تحديد الجمهور و الأفكار والوسائل والإمكانيات لا تعني إطلاقا ضرورة أن يكون الجمهور كبيرا أو صغيرا كما أنها لا تعني وجوب استخدام أو عدم استخدام عدد من الأفكار والوسائل أو الاستمرار لفترات طويلة أو قصيرة وأهم هذه الخطوات:

أ/التعرف على المشكلة:

ونعني بهذه المرحلة جمع المعلومات والإحصائيات والبيانات الكافية عن المشكلة موضوع الدراسة وأبعادها الحقيقية وترتبط صياغة المشكلة بأهداف الحملة وطبيعة الظاهرة الاجتماعية.[1]

ب/تحديد أهداف الحملة:

يقصد بالهدف الصورة الذهنية عن الحالة المستقبلية أو الغايات التي من أجلها توضع الخطة، ويمثل تحديد هذه الأهداف العنصر الرئيسي من بين المقومات التي تعتمد عليها الخطة.

فمن الضروري صياغة الأهداف بدقة والتي تجعلها قابلة للقياس في المستقبل ومن المهم أن تتوجه الأهداف لعلاج المشكلة الأساسية، لا يمكن لأي حملة أن تحقق نجاحا دون تحديد أهدافها أولا فالسعي دون معرفة الأهداف الأساسية ستكون نتائجه فاشلة ويعتبر تحديد الأهداف أحد أساسيات نجاح حملات التوعية وتختلف أهداف الحملات التوعوية حسب الحاجة إذ أن بعض الحملات تهدف فقط إلى توعية أو رفع وعي العام لدى جمهور معين حول موضوع معين دون أن كون هناك هدف للتغيير في الاتجاهات أو السلوك وقد يكون تحقيقها جميعا أي أن يكون الهدف من الحملة هو التغيير المعرفي و الاتجاهي والسلوكي وهذا ما تهدف إليه حملات التوعوية المرورية أو الحملات الصحية حيث تهدف إلى تغيير السلوك عن طريق التعامل السليم مع هذه التقنيات.[2]

---

[1] خالد زعموم ، **المديولوجية وحملات التسويق الاجتماعي في الوطن العربي**، كلية الاتصال،جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة،ص.30.

[2] -صالح محمد الملك، **حملات التوعية العامة والخطوات الأساسية اللازمة لنجاحها**، ط ،1السبت 06ربيع - ، 1421 2العدد 1014.

ج/تحديد الجماهير المستهدفة من الحملة:

إن الجمهور هو العنصر الرئيسي في عملية الاتصال و الذي يعمل المصممون في الحملات الإعلامية الوصول إليه والتأثير فيه وأن المبدأ الأساسي في العملية الاتصالية هو (أعرف جمهورك) ومعرفة الجمهور من الأسس الهامة لنجاح الحملة الإعلامية، لأنه لم إن تستطيع أن تصل إلى الجمهور فلن تستطيع التأثير فيه. والمثير أن المعرفة تتطو روكذلك مواقف الانسان تتغير بالوقت[1]ومن المعروف أن تحديد الجمهور بدقة يزيد من فاعلية الرسالة الإعلامية ومن الأسس الرئيسية لتصميم الحملات الإعلامية، بحيث لا يشكل هذا الجمهور أي مقاومة أو عداء لأهداف الحملةو أفكارها بما يفرض توافقا مع الثقافات والمعاير والقيم الاجتماعية [2]

د/ وضع الإستراتيجية العامة لتنفيذ برنامج الحملة:

المقصود من وضع الإستراتيجيات العامة لتنفيذ الحملة أي وضع السياسات العامة والطرق والأسس التي تبنى عليها الحملة، بحيث يجب أن تكون هناك إستراتيجية دقيقة وواضحة لتنفيذ هذه الحملة، للوصول إلى جمهور الحملة وبالتالي تحقيق الأهداف المرغوب تحقيقها، ونظرا لأن حملة التوعية عادة تهدف إلى تغييرات معرفية ثم اتجاهية ثم سلوكية فإن الإستراتيجية المناسبة لهذه الحملة هي نفس الإستراتيجية التي استخدمت في كثير من حملات التوعية الناجحة التي تم تنفيذها حسب الإستراتيجية التنفيذية "أي تنفيذ النواحي الهندسية أولا، ثم التوعية عن طريق التعليم والإعلام، أخيرا تطبيق النواحي العقابية، بعد التأكد من نجاح النواحي الهندسية والتوعوية، هذه الإستراتيجية ضرورية جدا لضمان نجاح أي حملة توعية تهدف إلى إحداث تغيير في السلوك الخاطئ [3].

[1] أحمد فهمي هندسة الجمهور ،**كيف تغير وسائل الإعلام الأفكار والتصرفات** ، مركز البيان للبحوث والدراسات ،ط1 ،1436هـ الرياض ص 77.

[2] زكرياء بن صغير ،**تصميم الحملات الإعلامية**، جامعة محمد خيضر، قسم علوم الإعلام والاتصال، بسكرة، ،2014ص 1.

[3] صالح محمد الملك ، **حملات التوعية العامة والخطوات الأساسية اللازمة لنجاحها**، المرجع السابق ص15.

و/ اختيار الوسائل والأنشطة الاتصالية:

إن عملية الاتصال يعتمد على وسائل مختلفة ويتوقف استخدام كل وسيلة على نوع الجمهور مكانية توفر الوسيلة لديه، ولذلك الذي نحاول الاتصال به،

ودرجة ثقافته،ومدى استخدامه للوسيلة، وانجد أن وسائل الإعلام تختلف درجة تأثيرها وللتعرف على الوسائل المناسبة للاتصال بالجمهور المستهدف هناك أمور كثيرة يجب دراستها دراسة دقيقة والتعرف عليها من خلال دراسات نظرية وميدانية للتعرف على الجمهور إذ أن لكل جمهور وسيلة اتصال مناسبة حسب الوضع الثقافي والاقتصادي والاجتماعي والسياسي، فالوسائل المستخدمة في الحملات التي تهدف إلى التوعية فقط تختلف عن الوسائل المستخدمة في الحملات التي تهدف إلى تغيير السلوك وكذلك فان للطبيعة الجغرافية وكبر حجم المدينة والكثافة السكانية دوراً في تحديد الوسيلة المناسبة، كما يجب ألا ننسى دور الميزانية المخصصة للحملة وكذلك طبيعة الرسائل ومضمونها .

المميزات :

أهم مميزات الحملات الناجحة وجود تفاعل بين كل من الاتصال الجماهيري والاتصال المباشر فاستعمال الاتصال الجماهيري معزز بالاتصال الشخصي المباشر عن طريق المحاضرات والندوات يؤدي إلى إحراز التغيير السلوكي في المجتمعات النامية.

فالاتصال الجماهيري يتولى عملية جذب الانتباه والتعريف ونشر المعلومات، أأما لاتصال المباشر فيتضمن عملية المناقشة الجماعية من خلال الاتصال الجمعي ثم بعد ذلك مرحل الاتصال الشخصي وهذا الإيضاح بنفس الترتيب يوفر الجهد ويعجل من سرعة التحول أما العكس فيؤدي إلى البطء[1].

رغم الدور الفعال الذي يلعبه الإتصال الشخصي والذي لا يخفى دوره في المجتمعات التقليدية والانتقالية التي تهيمن فيها الثقافة الشفوية والروابط الشخصية والعائلية التقليدية، حيث تتوفر مساحات واسعة داخل المجتمع الجزائري لتوظيف هذا النمط الفعال من الاتصال كالحملات

[1] أسماء أبو بكر الصديق، **الحملات الإعلامية بين الاتصال المباشر والاتصال الجماهيري مجلة الفن الإذاعي**، العدد 187، إتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، جويلية ،2007ص ص 152.

الإعلامية وحملات التوعية والتحسيس**إلا** أنه يعرف إهمالا [1] رغم الأهمية البالغة للاتصال الشخصي، والذي يضمن (انتقال المعلومات بشكل مباشر) داخل الجماعات الأولية(كالعائلة والمدرسة والمؤسسة والتي تعتبر أقوى فضاءات التنشئة الواجب استغلالها في مجال الوقاية من الحوادث الناجمة عن تسرب الكهرباء والغاز، على ضرورة المعالجة المتعددة الوسائل عن طريق استعمال كل الوسائل الإعلامية مع استخدام الاتصال المباشر وعدم تجاهل المؤسسات الوسيطية .

المطلب الثالث : عوامل نجاح حملات التوعية العامة :

- وهي عديد ومتنوعة ونذكر منها ما يلي :

1- تحديد رسائل الحملة :

حتي يبني فريق العمل خطته على واقع سليم، لا بد من مسح استقصائي استباقي يشمل جميع المجالات التي تتحرك فيها الحملة من جمهور ومنافسين ونحوهما، عبر استبيانات أو دراسات معمقة أو تحليل قواعد البيانات التي توفرها بعض المنصات والجهات؛ لأجل معرفة نقاط القوة والضعف، والفرص والمهددات،ومستوي التفاعل المتوقع من الإعلام والجمهور مقارنة مع حملات المشاريع النظيرة [2] للرسائل دور كبير في نجاح حملات التوعية العامة أو فشلها، ولا يمكن تحديد الرسائل المناسبة إلا بعد التعرف الدقيق على الجمهور، وكما هو معروف فإن لكل جمهور أسلوبا خاصاً في تقديم الرسالة وطريقة بثها فالرسالة الموجهة لكبار السن تختلف عن الرسالة الموجهة لصغار السن وكذلك الرسالة الموجهة للمثقفين تختلف عن الرسالة الموجهة لغير المتعلمين وهكذا فإن لكل جمهور رسالة خاصة به، إضافة إلى اختيار الشخصيات المناسبة لتقديم هذه الوسائل من مسؤولين وعلماء ورجال الفكر وغيرهم من المشاهير كالفنانين والرياضيين.

وبالرغم من ذلك فإنه يجب اختيار شعار خاص للحملة يتميز بتناسقه وتناغمه مع نوع الحملة وأهدافها وأن يكون سهلا للحفظ والتذكر وسلسا للنطق ومتناسبا مع جميع الفئات العمرية والثقافية مما يساعد على سهولة تذكره وتكراره في جميع المناسبات.

---

[1] جمال العيفة، **الاتصال الشخصي في المجتمع الجزائري بين الفاعلية وقلة الاهتمام الرسمي** ، المجلة الجزائرية للاتصال ، مرجع سابق ذكره،ص208.

[2]. وائل مبارك خضر ، **دليل اعداد وتنفيذ الحملات الاعلامية** ، الامارات العربية التحدة موقع الكاتب WailMobark.

ونظرا لأن حملات التوعية العامة تعتبر من الحملات الاتصالية العامة فإنه يجب إعداد رسائل متنوعة لتوجيهها إلى جميع فئات الجماهير وأن تكون هذه الرسائل مصممة تصميما دقيقا لتكون مناسبة لجميع الفئات على اختلاف مستوياتها الثقافية والاجتماعية والعمرية ومحاولة التركيز على أكثر الفئات المتسببة في تفاقم هذه المشكلة من الجمهور[1].

2- تحديد الميزانية لتغطية الاحتياجات البشرية أو الإدارية، والفنية:

من الصعب تحديد ميزانية للحملة، فليس هناك أسس متفق عليها يحدد على أساسها مخصص الحملة، فبينما يرى أن هناك طرقا مختلفة تساعد في تحديد مخصص الحملات الإعلانية لا نجد عند تخطيط حملات التوعية العامة مبادئ تساعدنا، ويختلف تحديد الميزانية باختلاف الأشخاص القائمين عليها، ولكن يمكن تحديد الميزانية في ضوء ما يجب أن يفعل، وقد يتبادر إلى الذهن إن هذا أمر سهل ولكن في الحقيقة ليس سهلا بالمرة، ويختلف تقدير ما يجب أن يفعل من شخص إلى آخر ولكن في ظل التخطيط السليم المدروس فإنه يمكن تحديد الميزانية لدراسة مثل هذه الأمور، وضرورة تحديد جهة متخصصة بالتنسيق مع الدوائر الحكومية والمؤسسات الخاصة وغيرها لوضع ميزانية كبيرة تغطي جميع احتياجات هذه الحملة المهمة لأهمية وضرورة نجاحها وتحقيق أهدافها. إنه على ضوء الموارد المالية المتاحة للجهة المنظمة للحملة وبالنظر إلى الأهداف المطلوب تحقيقها، والجماهير المستهدفة تستطيع الإدارة أن تحدد العناصر البشرية والإمكانات الفنية اللازمة لتنفيذ أنشطتها، كما تتمكن الإدارة من تحديد الوسائل الإعلامية والأنشطة الأخرى التي يمكن ممارستها في داخل المؤسسة والتعرف على إمكانية الاستعانة بوسائل الإعلام الجماهيرية خارج نطاق المؤسسة[2]

3- جدولة تنفيذ الحملة :

أي عمل إعلامي واتصالي يهدف إلى التوعية يجب أن يعتمد العمل المهني الاحترافي والعلمي، فالجدولة هي التحكم في الوقت ووضع إطار محدد لكل مرحلة من مراحل العمل ونهايتها وكيف

[1] زكرياء بن صغير، **تصميم الحملات الإعلامية**، جامعة محمد خيضر، المرجع السابق، ص. 4

[2] –صالح محمد الملك، **حملات التوعية العامة والخطوات الأساسية اللازمة لنجاحها**، مرجع سابق ص4.

يدار العمل وكيف ينفذ، وهذا يعني الاحترام الدقيق لتنفيذ كل مرحلة من مراحل الحملة والتأكد من أنها نفذت كما ينبغي وفي الفترة الزمنية المحدد لها.[1]

4- تقييم وتقويم الحملة :

هناك عدة طرق لتقييم الحملة، منها التقييم الإحصائي حيث يعتمد على إبراز نجاح أو فشل الحملة من خلال رصد كل الإحصائيات الخاصة بالحملة إذ يتم تشكيل فريق عمل يقوم بجمع البيانات الإحصائية عن الجمهور المستهدف فمثلا يتم تقييم نجاح حملة التوعية عن أخطار التدخين باستخدام التقييم الإحصائي حيث يتم تحديد نسبة زيادة أو انخفاض مبيعات السجائر كما يمكن استخدام التقييم المسحي لتحديد اتجاهات الجمهور ومعرفة مدى استجابته للمسألة[2].

- **المبحث الثالث: المبادئ الأساسية للحملات الإعلامية التحسيسة:**
- ونقسمها إلى :

المطلب الأول : المبادئ الأساسية للحملات الإعلامية الفعالة :

وتشمل في :

- الحملات الإعلامية الأكثر فعالية هي التي تستخدم وسائل إعلام محددة .
- إن الحملات الإعلامية الأكثر تأثيرا هي التي تربط وسائل الإعلام بالمجتمع .
- يعد القطاع الجماهيري المستهدف، والذي تستهدف الحملة التأثير فيه عنصرا هاما.
- ضرورة جذب الانتباه وجعل الرسالة جزءا من برامج الترفيه ليساعد ذلك في تعزيز الانتباه وتقويته.
- الرسالة الواضحة والبسيطة مطلوبة وتكرار الرسالة يساعد في مضاعفة تأثيرها.
- يجب أن تؤكد الحملات الإعلامية على التغيير الإيجابي للسلوك أكثر من إظهار النتائج السلبية للسلوك الحالي، وذلك لأن استمالات التخويف نادرا [3] ما تكون استراتيجية ناجحة .

---

[1] -محمد مسعود قيراط ، **إعداد البرامج التوعوية و التعليمية حول القضايا الأمنية**، كلية التدريب،قسم البرامج التدريبية، الرياض، . 2014

[2] خالد زعموم، **المديولوجية وحملات التسويق الاجتماعي في الوطن العربي**، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، ص.30

[3] إيمان فتحي عبد المحسن حسين، مرجع سابق ص 18.

- يجب أن تركز الحملات على إدراك الجمهور للجزاء الحالي أكثر من تفادي العواقب السلبية البعيدة
- إن الحملات الإعلامية الفعالة يجب أن تشرك الشخصيات الرسمية والجماعات المشاركة في المؤسسات الإعلامية والشخصيات الحكومية.

- **شروط التخطيط الجيد للحملات الإعلامية:**

- أن تكون الخطة واضحة ودقيقة من حيث الألفاظ والأرقام والتواريخ.
- أن تقسم إلى مراحل حسب ترتيب أهميتها.
- أن تتضمن خططًا فرعية للجمهور المستهدف، وخطط للاتصال الشخصي،وللاتصال بوسائل الإعلام المطبوعة والمرئية، وخطط للحملات الإلكترونية.
- أن تحدد الجماهير المستهدفة وأن تكون خصائصها معروفة.
- **الواقعية**: أن تكون مصممة طبقًا للإمكانيات المتاحة وفي ضوء الاحتياجات الفعلية، والمعلومات المتوفرة عن موضوع الحملة.
- **المرونة** :بحيث يمكن إجراء التعديلات اللازمة لمواجهة المشكلات الطارئة [1]

- **المبادئ الأساسية للحملات الإعلامية التحسيسية الفعالة :**

- نتطرق الى بعضها بالتفصيل :

- **1– الدقة** :أن تكون المعلومات صحيحة ودقيقة، بحيث يتم لا تضليل الرأي العام بمعلومات غير صحيحة، وأن تتضمن عرضا للمعلومات الصحية والتعليمية عن كيفية التعامل مع الأمراض والحالات الصحية.

2– حداثة المعلومات: أن تكون المعلومات حديثة وأن ينوه وبشكل واضح عن تاريخ نشر تلك المعلومات.

3–التوثيق: أن تكون المعلومات موثقة علمياً وذلك من خلال رجوعها إلى المراجع الطبية أو غيرها من المصادر العلمية المعتبرة.

[1] عبد المنعم ثابت ، **الحملات الإعلامية وتحقيق التكامل بينها وبين الاتصال الشخصي لمواجهة المشكلة السكانية** ، مجلة الفن الإذاعي ، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتليفزيون، ع11 ،7ابريل 1988، ص80 81 .

4- تحديد المصدر: أن تكون المصادر والمراجع العلمية محددة و واضحة في النشرة، وفي حالة الاقتباس أن يكون النص المقتبس واضحاً ومميزاً عن محتوى النص العام، كما يجب أن يشار إلى مصدر الاقتباس.

5-الشمولية :يتم أن تغطية الخصائص الرئيسية لموضوع النشرة التوعوية، بما يسهم في رفع مستوى الثقافة الصحية للجمهور.

6- التوازن: أن توضح الآثار المترتبة على نقل و انتشار المرض بواقعية ودون تضخيم، مع عرض الخيارات العلاجية المختلفة بطريقة متوازنة.

7- سهولة القراءة :أن تكون اللغة المستخدمة واضحة وسليمة، وسهلة القراءة للجمهور، يدعمها التصميم الفني والتنسيق المناسب.

8- الدعاية والإعلان: أن تخلو من جميع الأسماء التجارية للأدوية أو أشكال عبواتها أي أو منتجات أخرى لها دلالات أو رموز.[1]

المطلب الثاني: خصائص إدارة الحملات

تتسم ادارة الحملات الإعلامية بخصائص عدة ينبغي العناية بها، عند التعامل مع ادارة الحملة لغرض تجاوز الصيغ الإدارية التقليدية:

1- لغرض القيام بحملة ، يتم عادة تكليف فريق عمل لمعالجة مشكلة عالقة تشغل الرأي العام ،أو وصولا" الى هدف غير محدد تحديدا" قاطعا" ، كما يتم توفير الموارد التي تسمح لفريق العمل للقيام بالحملة المعنية بعيدا" عن القواعد الرسمية لعمل المؤسسة التي ينتمي لها فريق العمل . وعلى فريق العمل المعني أن يستثني من حسابه الوحدات المنغلقة والقنوات الرسمية، اي الهيئات المتخصصة، والتسلسل الهرمي في التنظيم الإداري الذي غالبا" ما يتسم بالبيرقراطية

[1] دربال كريمة ، **دور الحملات الإعلامية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي** ،رسالة ماستر اشراف سعيدوني شيخ عبد الكريم ، جامعة مولاي الطاهر سعيدة 2018/2017 ص56 .

2- لذلك يستطيع فريق العمل المعني أن يستغل الطاقات المتوفرة، وتبادل المعلومات بالسرعة المطلوبة ومن ثمة تنمية مشاعر الولاء، والتفاني لدى الأعضاء العاملين بقوة كبيرة تجاه عملهم وتجاه بعضهم والبعض الآخر. عندئذ يستطيع فريق العمل أن ينجز مهمته وحملته في زمن قياسي بالمقارنة مع تمسكه بالطرق البيروقراطية والتسلسل الهرمي لإدارة المؤسسات التي ينتمي اليها .[1]

3- اللا موضوعية : ظروف الحملات يتم إستبعاد إلتزام الإدارة بالموضوعية وإدعاء "العلمية"، بل ستكون أكثر اعتمادا " على الحس البديهي والتقمص العاطفي إلى جانب المكر والجرأة وقدر كبير من العاطفة الكامنة في النفس الانسانية . ومن ثم يصبح فريق العمل يتسم بالمرونة السياسية بإطراد لأن ادارة أمر الرأي العام في مثل هذه الحالات تتحول الى موضوعة سياسية ، على مستوى التطبيق والادراك.

4- إن إدراك أهمية معرفة القرار الخاص بالحملة يمهد إلى إعادة توزيعه على العاملين بالحملة بنفس مستوى الأهتمام الذي يتم توزيعه على الادارات المختلفة. وعبر دورة تبادل مسؤلية القرار الخاص بالحملة، يحتاج فريق العمل الى اتقان ومعرفة أساليب جديدة. والتكيف مع الأشكال التنظيمية المستجدة ،واستنباط الأفكار الجديدة عن طريق الحوار والمشاركة في القرار.

5-ان المساهمة في صياغة قواعد جديدة لعمل الحملة سيقود بالضرورة الى ادراك لماذا الحملة ضرورية ؟ وكيف يمكن دمج هدف الحملة مع الأهداف العامة؟ في سياق التعبير عن طبيعة المشكلة التي تعالجها الحملة ، أو الهدف النهائي لها . ومن ثم أن مساهمة فريق العمل هذا ، يعني بالمقابل أن فريق العمل سوف يتمكن من تطبيق الصياغات تلك على نحو أذكى وأوعى.

وقد أثبتت تجارب إدارة الحملات أن الخطط التي يشارك فيها العاملون في الحملة، هي أكثر الخطط التي يكتب لها النجاح من غيرها [2]وبتعبير أخر جعل فريق العمل في الحملات أكثر ديمقراطية من الإدارات الهرمية بحد ذاتها وهذا يتطلب أن يكون فريق العمل المعني وبإختصار أكثر تعليما، أي أنه لا بد من تهيئة الظروف الملائمة لتنظيم الندوات، والدورات للعاملين، لدراسة كل ما يتعلق بالحملة

[1] حميد جاعد محسن ، **إدارة الحملات الإعلامية في الباحث الإعلامي** ، كلية الإعلام جامعة بغداد العدد 4 ، السنة مارس 2008، ص83- 84

[2] حميد جاعد محسن ،مرجع **نفسه** ، ص85

بدءا من الأهداف العامة، والهيكل الإجتماعي، وبنيته الثقافية، وقيمه ومعتقداته، وإنتهاء بالحملات الإعلامية، طبيعتها، وشروطها، وطرق عمل الحملات، وكيفية التخطيط للحملات، وكيفية إدارتها.

ومن ثم انتقاء الكادرالمتعلم، الواعي، والمدرك للمهام التي يكلف بها في إطارالحملة التي يساهم فيها[1].

المطلب الثالث: إدارة الحملة والمرونة

إن مساهمة العاملين في صياغة قواعد جديدة لادارة الحملات، تساعد على تهيئة ظروف تطبيقها، أي الادارة المرنة، على نحو أوعى وأذكى ؛ان منطق الادارة الحديثة يؤكد ضرورة اعادة توزيع مسؤولية القرار . واتقان اساليب جديدة، والاستجابة لشروط واشكال الهياكل التنظيمية، الى جانب استنباط افكار عملياً جديدة عبر ممارسة الادارة وفي تعبير اخر، ان المشاركة في صياغة القواعد الجديدة يعني بالمقابل نقل وتوزيع سلطة القرار التي بقيت مقصورة على الادارات التقليدية وفي قمة الهرم الإداري واذا جاز لنا المقاربة بين منطق المشاركة في صياغة قواعد عمل الادارة الحديثة، وبين المشاركة السياسية التي تعني المشاركة في صنع القرار السياسي. عندئذ يمكن المقاربة بين ديمقراطية الادارة، وديمقراطية العملية السياسية وكلاهما لن يكون ممكناً مع غياب[2] الوعي. أي المعرفة التي يملكها العاملون ، ومستوى قمة تعليمهم فكلما زاد تعليمهم زادت مطالبهم الديمقراطية للمشاركة في القرار وعدم حصره في الهرم، وانما جعل قرار قمة الهرم الاداري مرهون بمدى مشاركة القاعدة الواسعة في بناء القرار وصياغته، ومن ثم تنفيذه ميدانياً.

كما تبدأ ادارة الحملة في الوقت ذاته تنمية قدرات االإطارات الادارية الخاصة بالحملة وبناء المهارة والكفاءة التي يحتاجها الكادر، دون الاعتماد الكلي على التسلسل الوظيفي الهرمي الرسمي. وكثيراً ما تظهر المواقف المتناقضة بين قرارات الكادر القديم والجديد نحو عدد من المسائل التي تتعلق بطرق التوعية والتكتيك والتنفيذ والتقييم لشروط الحملة وبرامجها. فالمرونة الزائدة التي تتصف بها الادارة في بعض الاحيان عبر الرفض القاطع للتمسك بالتسلسل المنظم للسلم الاداري، يؤدي بالمقابل الى جعل ادارة الحملة تبدوا وكانها اكثر تعقيداً ووقتية وايهاما، مما يضطر، على سبيل المثال، مسؤول

[1] سمير محمد حسين ، **تخطيط الحملات الإعلانية واتخاذ قرارات الإعلان** ، " القاهرة، عالم الكتب1993 ، .ص150-121

[2] حميد جاعد محسن ، **مرجع سابق** ، ص83- 91

الحملة الى التعامل مع مواقع اكثر، وادارات اوسع، وخطط ربما تبدوا متنافرة ومفاهيم مشتتة حول طرق العمل واجراءات تنفيذ مفردات خطة الحملة ولغرض أستيعاب مفهوم الادارة المرنة كمقابل للادارة البيروقراطية لا بد أن نأخذ في [1] الإعتبار بأن البيروقراطية ذاتها هي واحدة من سلسلة طرق تنظيم الناس والمعلومات) .

والإدارة المرنة هي الأخرى ، نمط من أنماط التنظيم الذي يتسم بديناميكية ذات تأثير كبير على طبيعة وتوجهات أي تنظيم، وهي كما متنوعة.كالتنظيمات المحلية ، والتنظيم التي تفرضها ضرورة تاريخية أخرى ولكن ما يجب ادراكه أيضاً ، هو كل نوع من أنواع التنظيم المذكورة،يحوي في ان واحد أمورا جيدة ، وأخرى سيئة ،كما أن كل واحد منها يحدد طرق حصوله وجمعه المعلومات وطريقة توزيعها ، أضافة الى وسائله الخاصة في تعيين أدارة وسلطة القرار وبمعنى اخر، ان ادارة كهذه تكون دائما حاجة الى مسؤولين قادرين على قيادة تنظيمات صغيرة وكبيرة في آن واحد وخلاف ذلك ، سوف تضطر للعودة الى النمط البيروقراطي، النمط المنهجي الذي يسمح في ترحيل سلطة الادارة الى مسؤولين ذوي مهارات محددة، كذلك التي تتوفر في رؤساء الهيئات الإدارية البيروقراطية.

ولهذا، فان إدارة الحملة مضطرة بالضرورة الى توزيع العمل على الفرق الصغيرة والخاصة، مع اعطائها حرية اتخاذ الاجراءات الملائمة لتنفيذ مفردات الخطة، تلك التي ساهمت جميع الفرق المذكورة بدورها في بناء وإذا إقتراح خطوطها العريضة والعامة[2]

خلاصة الفصل :

تستخدم الحملات الإعلامية لتعديل الاتجاهات، والسلوك لفئة معينة إذي مكن أن أن تحقق أهدافها إذا تم تخطيطها بدقة مع مراعاة اهتمامات الجمهور المختلفة بالحملة ولعل ماتطرقنا إليه أبرز كيف تتنوع أساليب ووسائل وإدارة الحملات الإعلامية عموما والتحسيسبية الفعالة خصوصا .

[1] حميد جاعد محسن ، **نفسه** ، ص91

[2] **نفسه** ، ص ص92 - 91

الفصل الثاني

الفصل الثاني: حوادث العمل وأساليب الوقاية منها

- **تمهيد** .
- **المبحث الاول** : حوادث العمل مفاهيم عامة
- **المبحث الثاني** : أسباب وعوامل وقوع حوادث العمل
- **المبحث الثالث** : وسائل وأساليب الوقاية منها
- **خلاصة** .

تمهيد :

حوادث العمل ظاهرة معقدة، تعددت تعريفاتها، و اختلفت النظريات في تحليلها و تفسيرها وأجمع أغلب الباحثين، على أنها تقع بسبب مجموعة من العوامل الإنسانية و المادية، كما يؤثر على معدل وقوعها عدة عوامل أخرى ، لذا من الضروري التعرف على مفهومها أسبابهاأنواعها والنظريات المفسرة لها وتحليلها و تسجيلها و قياسها في المؤسسة الصناعية ونحاول التطرق إليها تباعا:

المبحث الأول : حوادث العمل مفاهيم عامة:

المطلب الأول : تعريف حوادث العمل : إختلفت التعاريف المحددة لحوادث العمل ولعل ابرزها التعريف التالي :

حادث العمل : حدث غير متوقع و ليس مخططا له، يقع أثناء العمل أو خلال الذهاب إليه أو بسببه[1] ، ويعرف أيضا أنه: كل ما يقع أثناء العمل صدفة أو بسببه، و يؤثر سلبا على القدرة الإنتاجية لعوامل الإنتاج[2]. وكذلك تعريفها على أنها :

كل حدث مفاجئ وقع في أثناء العمل أو بسببه ، وقد تشمل أضراره وسائل الإنتاج أو الق أو القوى البشرية أو كلاهما،[3] حدث مفاجئ وقع أثناء العمل أو بسببه، وقد يؤدي إلى أضرار وتلفيات بالمنشأة أو وسائل الإنتاج دون إصابة أحد من العاملين، أو قد يؤد ي إلى إصابة عامل أو أكثر، بالإضافة إلى تليات المنشأ ووسائل الإنتاج [4].

وقد ورد مفهوم الحادثة في هذا القانون معنى الإصابة التي يتعرض لها العامل في المهنة ، فحسب المادة السادسة منه يعتبر حادث عمل كل حادث انجرت عنه إصابة بدنية ناتجة عن

---

[1] محمود جواد كاظم، **أهمية دراسة حوادث و إصابات العمل و الإحصائيات** الخاصة بذلك، محاضرات الدورة الخاصة بالسلامة و الصحة المهنية في الوطن العربي، ص، 10.

[2] Jean Pierre Citeau, , **Gestion ressources humaines**، principes généraux et cas pratiques, Armand colin, 4éme édition, dalloz, paris, 2002, p135.،

[3] الطائي يوسف حجيم ، العبادي ،هاشم فوزي ، **إدارة الموارد البشرية** ، قضايا معاصرة في الفكر الإداري ، دار صفاء للنشر والتوزيع ،عمان الأردن 2014 ، ص96.

[4] محمد هاني محمد ،**إدارة الموارد البشرية** ، دار المعتز للنشر والتوزيع ،الأردن ، 2014،ص209.

سبب مفاجئ وخارجي وطرأ في إطار علاقات العمل ،كما يعتبر حادث العمل كل حادث طرأ أثناء القيام خارج المؤسسة مهمة ذات طابع استثنائي أو دائم طبقا لتعلمات صاحب العمل. **المادتان 6 و 7 من القانون رقم 13/ 83 المتعلق حوادث العمل والأمراض المهنة 1983 02/07/** ورد مفهوم حادث العمل في هذا القانون كما يلي :

- حسب المادة السادسة (06) منه يعتبر حادث العمل كل حدث انجرت عنه إصابة بدنية ناتجة عن سبب مفاجئ و خارجي و طرأ في إطار علاقات العمل .

- حسب المادة (07) يعتبر حادث العمل كل حادث طرأ أثناء القيام خارج المؤسسة بمهمة ذات طابع استثنائي، أو دائم طبقا لتعليمات صاحب العمل .

- حسب المادة (12) " يكون في حكم حادث العمل، الحادث الذي يطرأ أثناء المسافة التي يقطعها المؤمن للذهاب إلى عمله أو الإياب منه ، و ذلك أيا كانت وسيلة النقل المستعملة، شريطة أن لا يكون المسار قد انقطع أو انحرف، إلا إذا كان بحكم الاستعجال أو الضرورة أو ظرف عارض أو لأسباب قاهرة [1].

وهو يحصر حوادث العمل في تلك التي تخلق الإصابات فقط، و التي تستوجب بمقتضى القانون منح التعويضات اللازمة من طرف هيئة التأمين الإجتماعي، و لم يتطرق لمختلف الأضرار التي تمس بعناصر الإنتاج الأخرى

إعتمادا على ما سبق ذكره، نقدم التعريف التالي" تعريفنا الإجرائي " لحوادث العمل:

هو حدث يقع دون توقع أو سابق معرفة نتيجة مسببات خارجية أو أخطاء يرتكبها العامل ينتج عنه أضرار تصيب العامل أو الآخرين أو الممتلكات والمعدات أو كل ذلك، وبالتالي هو حدث غير مخطط له أو مقصود من قبل العامل وإن كان في بعض الأحيان سببا مباشرا للوقوع فيه، ينتج عنه توقف

[1] قانون رقم 83-13مؤرخ في 21رمضان 1403هـ الموافق لـ 2يوليو 1983يتعلق بحوادث العمل و الأمراض المهنية، المنشور في **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية**، الصادرة في 24رمضان 1403هـ الموافق 05يوليو 28. م، عدد1983 قانون رقم 83-13مؤرخ في 21رمضان 1403هـ الموافق لـ 2يوليو.

العامل أو الآخرين أو المنشآت والمعدات عن العمل لفترة زمنية معينة تتناسب مع الضرر الذي لحق بهم وانطلاقا من التعريفات السابقة نستخلص:

- أن مفهوم حادث العمل أشمل من معنى إصابة العمل، ذلك أن الإصابة هي كل ما يلحق بالعامل من أضرار جسمية و عقلية و نفسية نتيجة الحادث أو المرض المهني. غير أن الحادث يكون أبعد خطرا و أعمق أثرا على عناصر الإنتاج، لما يخلفه من أضرار تمس العامل، الآلات، المنشآت ومواد الإنتاج حادث العمل هو الذي يقع أثناء العمل أو بسببه أو متصل به، حيث يندرج ضمن حادث عمل العمل، الأضرار التي تصيب عناصر الإنتاج خارج مكان الك حوادث الطريق حوادث نقل المعدات و المواد و المنتجات.
- **حادث العمل:** هو فعل غير متوقع، ومفاجئ، ينقص من القدرة الإنتاجية لعوامل الإنتاج البشرية و المادية، لذا فإن الأعمال المتعمدة، لا يمكن إدراجها ضمن حوادث العمل.
- حوادث العمل تقع نتيجة عوامل مادية و بشرية.

المطلب الثاني : تصنيف حوادث العمل

يتم تبويب و تصنيف حوادث العمل حسب عدة أسس؛ إما على أساس مسببات الحادث، أو الآثار الناجمة عنه أو طبيعته...الخ، على أنه ينبغي مقارنة الحوادث التي من نفس النوع حتى تكون المقارنة دقيقة، و تصنيفات حوادث العمل تساعد على فهم ظاهرة حوادث العمل و بالتالي إمكانية التقليل منها[1] .

1-حسب المسببات :

وتكون إما :حوادث عمل نتيجة أسباب إنسانية :هي التي يكون العامل الإنساني سببا مباشرا في وقوعها [2]، سواء المرتبطة بأداء العمل أو الخارجة عنه، و أهمها سوء الاختيار، نقص التدريب، إهمال قواعد و تعليمات الوقاية، علاقات العمل...الخ[1].

---

[1] عبد الغفار حنفي ،**السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية** ، الإسكندرية ، دار الجامعة الجديدة ، 2001، مصر ،ص 587.

[2] مريم ضبع ، **حوادث العمل والأمراض المهنية ، أسبابها والوقاية منها** "في **المحترف** مجلة علمية محكمة بقسم العلوم الجامعة زيان عاشور ، جامعة الجلفة العدد 3/ 2014جوان /ص79.

أ– حوادث عمل نتيجة أسباب تقنية :و يرتبط سببها مباشرة إما بجوانب تقنية راجعة لطبيعة الآلات و المعدات، أو لنوعية المواد المستعملة ، أو لعدم كفاءة أعمال الصيانة....الخ.

ب– حوادث عمل نتيجة أسباب بيئية: وهي المتعلقة بظروف العمل، كالإضاءة الحرارة، التهوية،الضوضاء، ساعات العمل، عبء العمل...الخ و التي تؤدي إلى وقوع حوادث و إصابات.

التصنيف حسب الأثر الناتج :

و تنقسم إلى :

أ– حوادث تضر باستمرارية العمل: وتنقسم بدورها إلى حوادث تؤدي إلى توقف العمل و حوادث لا تؤدي إلى توقف العمل

ب– حوادث العمل التي تصيب العاملين :و الإصابة يمكن أن تكون عبارة عن:

- عجز كلي مؤقت؛ و هو العجز الذي يؤثر على قابلية العامل في الاستمرار بالعمل لفترة قصيرة و من ثم العودة إلى العمل.
- عجز جزئي دائم؛ و ينتج عنه عدم المقدرة على استعمال عضو أو جزء من عضو، مثل: رجل، أصبع، يد...، و يمكن للعامل أن يؤدي بعض الأعمال دون أخرى. و يمكن للحادث أن يؤدي إلى الوفاة نتيجة الإصابات الخطيرة كالانفجارات، الانهيارات، الحرائق...الخ.

ج– حوادث العمل التي تصيب العناصر التقنية :

و تنقسم إلى :

- حوادث تلحق الضرر بالمنشآت، الآلات، معدات الإنتاج. حوادث تلحق الضرر بالمواد و المنتجات؛ و تقع أثناء نقل المواد الأولية أو المنتجا ت النهائية، أو أثناء تخزينها، أو أثناء العملية الإنتاجية.
- حوادث تلحق الضرر بالبيئة؛ سواء كانت بيئة العمل الداخلية أو الخارجية، فمخلفات الحرائق، الانفجارات...، الناتجة عن حوادث العمل، لها أثر كبير على الجوار وعلى البيئة العامة[2].
- **حوادث عمل بسيطة** :و يكون معظمها غير مسجلة، لكونها إصابات بسيطة سطحية، لا تستدعي التسجيل، " غير أن الكثير من الباحثين يرى انه بالرغم من بساطتها إلا أنها تلحق

[1] أحمد ناجي، **حوادث العمل**،في **مجلة العمل العربية**، عدد ،21 بغداد، أكتوبر ،1981ص، 47 .

[2] محمود جواد كاظم، **محاضرات الدورة الخاصة بالسلامة و الصحة المهنية**، مرجع سبق ذكره، ص،110 . 111.

ضررا بالمؤسسة، نتيجة ارتفاع عدد الإجازات المرضية، التي يطلبها المصابين، و بالتالي تأثيرها على إنتاجية العمل.

المطلب الثالث : النظريات المفسرة لحوادث العمل

اختلفت النظريات المفسرة لحوادث العمل، باختلاف منطلقات و أبعاد الدراسة المعتمدة من طرف الباحثين. وأهم هذه النظريات ما يلي :

1- النظرية القدرية :

ترى أن الناس يقعون على طرفي خط أحدهما عند طرف السعادة والأخرى عند طرف التعاسة، فالسعيد لديه حصانة ضد الحوادث والتعيس هو الأميل للتورط في الحوادث[1]

2- نظرية الاستهداف للحوادث :

تعد هذه النظرية من أقدم النظريات التي فسرت حوادث العمل من الناحية السيكولوجية. فهي تفترض وجود صفات وراثية شخصية، بدنية، نفسية و عقلية، كضعف الذكاء، ضعف البصر الحالة الإنفعالية...، في العاملين تجعلهم يرتكبون الحوادث بصفة متكررة أكثر من غيرهم من العمال الذين يعملون في الظروف نفسها. إذ يطلق على هؤلاء إسم "مستهدفي الحوادث"[2] و قد أجريت عدة دراسات لمعرفة مميزات المستهدفين للحوادث أهمها الدراسة التي قام به(توماس جانكنز Tomas.N.Jenkins) والتي استخلص منها عدة مميزات أهمها: عدم الانتباه، قلة الإدراك بالخطر، الأنفرادية، العدوانية، مخالفة عادات و تقاليد الجماعة، الأوضاع الاجتماعية، لأفراد المستهدفين للحوادث مهما اختلفت الصناعات. و أن أفضل وسيلة للقاية هي الكشف عنهم و استبعادهم خاصة أثناء القيام بعملية اختيار العمال الجدد[3] على الرغم من شيوع هذه النظرية، إلا أن الأدلة العلمية على صحتها متعارضة حقيقة فالكثير يرى أن تركيز غالبية الحوادث في يد قلة من

[1] عباس محمود عوض ، **حوادث العمل في ضوء علم النفس**،(د.ط).مصر،دار المعارف ،1985ص30.

[2] محمود عبد المولى، **أنظمة المجتمع والدولة في الإسلامي** مرجع سبق ذكره، ص، 200.

[3] عبد الغفار حنفي، **مرجع سبق ذكره**، ص، 616.

العمال، ليس إلا ضرورة رياضية وعلى ذلك فالدليل الوحيد لتأييد هذه النظرية ، هو الأمثلة التي تكررت في الحوادث، بما يزيد عن الصدفة[1]

3- نظرية الحرية و الأهداف و اليقظة:

طبقا لهذه النظرية يعد الحادث سلوكا رذيئا، أي ناتج عن بعض السلوك السيئ الذي يحدث في بيئة سيكولوجية غير مواتية أو غير مشجعة، حيث لا يتلقى العامل المكافأة على عمله و لا يشعر بالعدالة والرضا فكلما كان المناخ الصناعي ،يوفر الفرص السيكولوجية و الاقتصادية للعامل، كلما كان سلوك العامل خاليا من الحوادث [2].

إن المناخ الصحي الذي يوفر للعامل كالمكافأة و الجزاء على ما يبذله من جهد، يجب أن يوفر فرصة و ضع الأهداف البعيدة و القريبة المدى، فمثل هذه الفرص تقود إلى تكوين عادة التيقظ وجودة الإنتاج، لأن الظروف السيكولوجية و الاقتصادية المواتية، تشجع العامل على اليقظة والانتباه و الحيطة. و الدراسات التي أجريت على المناخ السيكولوجي و الحوادث، تعطي كثيرامن الأدلة لتأييد هذه النظرية، و أثرها في الوقاية من حوادث العمل[3]

1-نظرية الضغط و التكيف :

ترى هذه النظرية أن طبيعة العمل وبيئته ومناخه تعتبر من بين المحددات الأساسية للحوادث ومن خلال هذه النظرية فإن العمال الذين يقفون تحت ظروف الضغط والتوتر والتكيف العادي للضغوطات الناجمة عن ظروف خاجية كالإضاءة والحرارة والضوضاء يكونون أكثر عرضة للحوادث بخلاف العمال المتحررين من الضغوط والتوترات[4]

---

[1] عبد الرحمان عسيوي، **سيكولوجية العمل و العمال**، دار الراتب الجامعية، الإسكندرية، دون تاريخ، مصر ص 106.

[2] مريم ضبع ،مرجع سابق ،ص78.

[3] عبد الرحمن عيسوي، **علم النفس و الإنتاج**، مرجع سبق ذكره، ص، 27.

[4] مجدي أحمد محمد عبد الله ، **مرجع سابق** ،ص 41.

2-النظرية الاجتماعية :

و ترى هذه النظرية أن الظروف الاجتماعية الصعبة التي يعيشها العامل تؤثر سلبا عليه ،حيث تعد النظرية الاجتماعية، من النظريات التي ربطت حوادث العمل بالعامل، و خاصة بظروفه الاجتماعية غير المناسبة و التي من شأنها أن تجعل العامل أسير الانفعالات والاضطرابات النفسية المستمرة. وبالتالي فالحالة الاجتماعية الصعبة للعامل المتعلقة بظروفه المعيشية من حيث السكن، الأسرة، المحيط الاجتماعي..، تولد حالة من الانفعال و الاضطراب المستمر، و بتفاعلها مع ظروف العمل المادية تكون سببا في وقوع الحوادث . و لمعالجة هذه الأسباب ، يتطلب الأمر تحسين الحالة الاجتماعية و الاقتصادية للعمال و معالجة مختلف المشاكل المرتبطة بهذا المجال[1] .

2- النظرية الوظيفية:

تتسم هذه النظرية بخلاف سابقاتها، بالشمول و التكامل في تفسيرها لظاهرة حوادث العمل فجميع النظريات السابقة أرجعت سببها إلى عامل واحد، في حين ترى هذه النظرية أن حادث العمل، ظاهرة لها أسبابها المتعددة و المترابطة فيما بينها، إذ لا يمكن إرجاعها إلى عامل واحد بل إلى مجموعة من العوامل المادية و الإنسانية، فحادث العمل يمثل ظاهرة معقدة لتعدد و تداخل بها أسبابن هذه النظرة الجديدة لأسباب الحوادث أدت إلى تطور كبير في ميدان الوقاية منها، ذلك أن تحديد الأسباب المباشرة و غير المباشرة للحادث، من شأنه المساهمة بشكل فعال في التحكم فيها و منع تكرارها ومن بين الداسات التي في هذه النظرية : قام بها "هنريش" حيث توصل إلى أن العوامل الإنسانية تسبب في 88%من الحوادث، أما الظروف البيئية في 21%تقريب إضافة إلى ذلك فهناك دراسة قام بها "مجلس الأمن القومي" بالولايات المتحدة الأمريكية والتي توصلت إلى ما يلي: 18%من الحوادث ترجع إلى ظروف تقنية غير مأمونة من الحوادث ترجع إلى عوامل إنسانية غير مأمونة 19% من 32 %الحوادث ترجع إلى خليط من العوامل التقنية والإنسانية غير مأمونة [2]

[1] عباس محمود عوض، **حوادث العمل في ضوء علم النفس**، دار المعارف، القاهرة، ،1971ص.

[2] وصفي ، عمر عقلي ، **إدارة القوى العاملة** ، (ط1) عمان، دار زهران للنشر والتوزيع ، 2001 **ص** ، 510 .

3- النظرية الطبية :

وترى هذه النظرية أن الأشخاص الأكثر إصابة من يعاني من خلل جسدي أو عصبي وإن هذا الخلل سبب في وقوع الحوادث المتكررة [1] بالإضافة الى ذلك فان الدراسات الحديثة والبحوث أفادت بوجود عدة عوامل أخرى تفسر كالنفسية وغيرها لحوادث العمل.

المبحث الثاني: أسباب وعوامل وقوع حوادث العمل:

تتعدد أسباب وقوع حادث العمل ونحاول حصرها في التالي :

المطلب الأول: أسباب حوادث العمل الإنسانية :

ترجع ظاهرة الوقوع في حوادث العمل وحدوثها إلى أسباب و عوامل متعددة. غير أن أخصائي الصحة و السلامة المهنية، وضعوا تصنيفين أساسين لهذه الأسباب هما الأسباب الإنسانية عوامل بشرية " و الأسباب المادية[2].

1- الأسباب الإنسانية لحوادث العمل:

تمثل العوامل الإنسانية السبب الرئيس لوقوع الحادث، سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إذ تختلف هذه العوامل، باختلاف مسؤولية كل عنصر بشري في المؤسسة.

و تنقسم هذه المسؤولية إلى:

أ- **مسؤولية الإدارة** : إذ يجب على الإدارة أن تضع من بين أولوياتها الإهتمام بالعنصر البشري هدف رئيس يتحقق من خلال التدريب في كافة المجالات وعلى رأسها الصحة و السلامة المهنية، إذ عليها البحث عن سبل الابتكار لتقليل الحوادث وتشجيع العمال لتطبيق أنظمة السلامة، وتطبيق أقصى العقوبات وتشجيع الأبحاث والدراسات، لذلك فأي خطأ أو تقصير من جانب الإدارة العليا سيكون عاملا مباشرا أو غير مباشر في وقوع الحادث .

[1] مريم ضبع ، ص 78 .

[2] محمود عبد المولى، مرجع سابق، ص، 20 .

ب-**مسؤولية إدارة الموارد البشرية** : إلى جانب مسؤولية الإدارة العليا، فإن إدارة الموارد البشرية تلعب دورا كبيرا في وقوع الحوادث أو الحد منها، وذلك عن طريق :

- **سوء الاختيار المهني**: إن ملاءمة العامل لعمله يرتبط بمدى توفر المواصفات والقدرات الجسمية، العقلية والنفسية فيه، والتي تعد ضرورية حتى يتمكن من التكيف مع الآلة وظروف العمل السائدة.

و بالمقابل فإن غيابها عند اختيار العامل يرفع من احتمال تسببه في وقوع الحوادث. و من أهم مظاهر سوء الاختيار المهني توظيف عمال مستهدفين للحوادث، وضع العامل في موقع لا يتناسب مع قدراته ...الخ، مما يجعله أكثر عرضة للتسبب في الحوادث.

- **نقص التدريب** : تستدعي طبيعة العمل الصناعي، أن يكون العامل متحكما من طريقة العمل السليمة، و مدربا على الكيفية المناسبة لتشغيل الآلات و الأجهزة ، فالجهل بهذه الأساليب أو النقص في التدريب، من شأنه أن يبرز مواقف و سلوكيات غير مأمونة تكون سببا في الحوادث، كالعمل بمعدل سرعة أكبر، إساءة استعمال الآلات وأجهزة المناولة...الخ [1].
- **عدم فعالية برامج الصحة و السلامة المهنية** :على إدارة الموارد البشرية تصميم برامجالصحة و السلامة المهنية التي تقي من وقوع الأخطار المهنية، و ذلك بمشاركة عدة أطراف. فإدارة الموارد البشرية لا تكتف بالالتزام بالتشريعات و التعليمات، إذ يجب عليها أن تسعى لوضع برامج فعالة لتجنب الأخطار. لذا فأي تقصير في وضع هذه البرامج أو في تطبيقها و متابعتها سوف يخلق ثغرات، قد تكون سببا مباشرا أو غير مباشر في وقوع الحوادث.

مسؤولية العمال:

يصدر عن العمال خاصة عمال التنفيذ الذين في تماس مباشر مع الآلة، تصرفات غير مأمونة تكون سببا مباشرا للحادث منها : [2]

- تشغيل الآلات دون إذن أو تصريح.
- العمل بمعدل سرعة غير مأمون أو تجاوز المعدل

[1] عبد الغفار حنفي، مرجع سابق ، ص526 .

[2] عبد الغفار حنفي،**مرجع سابق ، ص 527** .

- سوء استعمال أدوات الوقاية الشخصية أو عدم استعمالها.
- سوء استعمال الآلات و المواد الخطرة.
- شرود الفكر و عدم التركيز و الانتباه أثناء العمل.
- عدم التبليغ عن ظروف غير مأمونة.
- عدم إتباع القواعد و التعليمات السليمة للعمل.
- اتخاذ مواقف غير آمنة ،كالوقوف تحت أحمال معلقة ...الخ.

كما يلعب السلوك غير السوي لبعض العمال ، دورا في إصابات و حوادث العمل، مثل تناول المشروبات الكحولية، و تعاطي المخدرات ، ما يؤدي إلى فقد العامل وعيه أو تركيزه أثناء العمل. فحوادث و إصابات العمل تتأثر بشكل بالغ بالتصرفات و السلوكيات الخاطئة للعمال، الأمر الذي يحد كثيرا من فاعلية أنظمة الصحة و السلامة المهنية .

2- المطلب الثاني : الأسباب المادية لحوادث العمل:

وتتمثل الأسباب المادية لحوادث العمل في ظروف العمل المادية التي تحيط بالعامل و التي يمكن أن تتسبب في وقوع حوادث العمل إذا كانت بمستويات غير ملائمة، و أهم هذه الظروف موقع المصنع و تصميم المباني، تخطيط و تنظيم مكان العمل، الآلات، المواد، وسائل الوقاية، الإضاءة، الضوضاء، الحرارة، الرطوبة، التهوية، التلوث، الإشعاعات، الإهتزازات، وضعية العمل والكهرباء كمثال :

أ- الظروف الفيزيقية :

- **الحرارة** : إن ارتفاع درجة الحرارة على المستوى المطلوب داخل المصنع من شأنه تعريض العامل للخطر [1] فالأجواء الحارة قد سبب تعبا وإرهاقا للعامل حيث يقل تركيزه وبالتالي يصبح عرضة[2] للحوادث والإصابات إن درجة الحرارة المرتفعة تجعل العامل في الوضعيات التالية:

- نزع وسائل الوقاية لحرارة المكان.

[1] سملالي يحضيه ، **دراسة اثر حوادث العمل على الكفاية الإنتاجية و فعالية نظام الوقاية في المؤسسة الصناعية** ، رسالة ماجستير غير منشورة قسم الاقتصاد ، جامعة باتنة ، **1995 ص** 14.

[2] سملالي يحضيه ، نفسه **ص**16 .

- وجود الصعوبة في التنفس.
- يميل إلى الارتخاء والشرود عند سير الآلات والمعدات.

- **الإضاءة:** تعتبر الإضاءة عامل للرؤية الجيدة وضعفها بسبب إجهادا للعيون، ويقلل من قدرة العامل على التمييز في حركة الآلات والمعدات وبالتالي يكون عرضة للحوادث إن ضعف الإضاءة وسوء توزيعها من شأنه أن يؤدي إلى أخطاء في العمل وحوادث في المصنع وإصابات العامل.
- **الضوضاء** : مما لا شك فيه أن الضوضاء المرتفعة تؤثر تأثير مباشر في القدرة على العمل والإنتاج وخاصة بالنسبة للأعمال التي تعتمد على المجهود الذهني إذ تؤدي الأصوات المرتفعة إلى تشتيت الذهن وعدم التركيز والى الإجهاد العصبي كما تحول في بعض الأحيان دون سماع عوامل التنبيه من الخطر وبالتالي الوقوع في شبح الحوادث[1].
- **التهوية** : ويقصد بها تغيير وتجديد الهواء أثناء العمل وهذا من شأنه إزالة الروائح الكريهة والمضرة وحفظ درجة الحرارة ومن ثمة عدم الوقوع في خطر الحوادث والإصابات.

سوء التهوية يصاحبه الخمول والتعب والذي يؤدي إلى الاستجابات الناقصة واصدار سلوك الغير آمن ومن ثمة الوقوع في الحوادث إن الباحثين في مجال الصحة و السلامة المهنية، و رغم إعطائهم الأهمية للعوامل الإنسانية و إقرارهم بدورها في وقوع الحوادث، لكنهم يرون في الوقت نفسه أن هناك أسبابا مادية تؤدي[2]

ب- التفاعل بين الأسباب الإنسانية و المادية :

الواقع أن العوامل المادية و العوامل الإنسانية لا يعمل كل منهما مستقلا عن الآخر؛ و إنما يحدث دوما تظافر أو تفاعل بين هذه العوامل فليس من الضروري أن يكون المسؤول عن وقوع الحادث عامل مادي واحد أو عامل إنساني واحد، و لكن قد يحدث أن يكون المسؤول عن وقوع الحادث، عدد من العوامل المادية و من العوامل الإنسانية .

[1] **سملالي** ، مرجع سابق ، **ص 17**

[2] **سملالي**، نفسه **ص** 18.

المطلب الثالث : العوامل المؤثرة على حوادث العمل :

بالإضافة إلى العوامل المؤثرة على حوادث العمل والتي تشكل الأسباب المباشرة وغير المباشرة لحوادث العمل هناك عوامل أخرى قد تؤثر بشكل كبير في وقوع الحوادث وهي :

1- العوامل الشخصية:

هناك مجموعة من العوامل الشخصية :

- **العمر:**

لقد أظهرت بعض الدراسات، أن حوادث العمل تكون مرتفعة لدى فئة خمسة و عشرين (25سنة)، ثم تبدأ في الانخفاظ حتى سنة خمسة و أربعون 45 (سنة)، ثم تبدأ في الارتفاع من جديد حتى سنوات التقاعد. و من الأسباب التي تفسر ارتفاعها لدى فئة الشباب، نجد قلة التجربة، عدم الانضباط و التهور، الإفراط في بذل الجهد، مع غياب المسؤولية العائلية. في حين يرجع ارتفاعها لدى فئة 45 (سنة) فما فوق ،إلى نقص الجهد الجسدي و الحسي، عدم القدرة على التركيز و الحاجة إلى تدريبات جديدة [1].

- **الخبرة:**

في الصناعة يظهر عامل الخبرة، حيث يكون أكثر تأثيرا من السن، في ارتباطه بمعدلات حوادث العمل ، فقد وجد (فيشر Ficher) أن معدل الحوادث يتناسب عكسيا مع الخبرة، فكلما زادت الخبرة قلت الإصابة، و كلما قلت الخبرة زادت الإصابة[2]

- **الجنس:**

- أن الرجال بصفة عامة، يتميزون بمعدلات حوادث أعلى من السيدات هما و أن كليهما تنخفض معدلات مواد ، بشكل مستمر مع زيادة مدة الخدمة[3]

---

[1] Jacques Charbonnier, **L'accident du travail et le management de la prévention**, éd.hommes ettechniques, paris, 1980, p88،

[2] مجدي أحمد محمد عبد الله، **المكتبة الأمنية ، جمعة نايف العربية للعلوم الأمنية ،دار الفكر ، مصر ،1990**، ص402.

[3] علي موسى حنان، **الصحة والسلامة المهنية وأثرها على الكفاءة الإنتاجية في المؤسسة الصناعية دراسة حالة المؤسسة** ، هنكل الجزائر مركب شلغوم العيد ، مذكرة لنيل الماجستير ، ص82 رسالة ماجستيرجامعة منتوري قسنطينة تخصص العلوم الإقتصادية ، تسيير اشراف بوخمخم عبد الفتاح 2007/2006.ص82.

- **مستوى الذكاء:**

هناك من الباحثين من يرى أنه لا توجد علاقة بين الذكاء و حوادث العمل، غير أن البعض الآخر وجد أن هناك علاقة عكسية بين مستوى الذكاء و معدل الحوادث؛ ذلك أن الأفراد ذوي مستوى الذكاء المنخفض –أقل من المتوسط– أكثر عرضة للحوادث من ذوي مستوى الذكاء المتوسط، خاصة في الأعمال التي تتطلب تصرفات سريعة لمعالجة الأوضاع غير المستقرة و استخلص من ذلك وجود حد أدنى للذكاء يمكن الفرد من إدراك الخطر الذي يهدد سلامته. هذا ما يبن أهمية اختبارات الذكاء في تخفيض حوادث العمل، عند عملية اختيار العمال الجدد[1]

- **القدرة على الإبصار:**

لاحظ تفين (Tiffin) أن معظم حوادث العمل و الإصابات، التي حدثت في مؤسسةميل للصلب تحدث للذين يكون نظرهم أقل من المستوى المطلوب للعمل الذي يقومون بأدائه[2] كما دلت دراسات أخرى أن نسبة الذين تعرضو لحوادث العمل، بين أولائك الذين اجتازوا اختبارات الكشف البصري (37%) بينما بلغت(67%) (بين أولائك الذين لم يجتازوا هذه الاختبارات. و يدعو هذا إلى ضرورة الكشف عن العمال الجدد، و التأكد من توفر المستوى البصري المطلوب قبل إلحاقهم بالعمل[3]

المبحث الثالث : دور الحملات التحسيسية في الوقاية من حوادث العمل .

المطلب الأول : أساليب الوقاية من حوادث العمل

على كل مؤسسة تبني سياسة خاصة بها وفقا للمخاطر التي تحتويها طبيعة أعمالها ونشاطها [4]و ذلك من أجل تحقيق الأهداف الخاصة بالوقاية ، فالتعرف على المخاطر وتحديدها و تقييمها يعد النقطة

---

[1] حنان موسى علي ، مرجع سابق ،ص 83.

[2] مجدي أحمد محمد عبد الله، **مرجع سبق ذكره**، ص403.

[3] عبد الغفار حنفي، **مرجع سبق ذكره**، ص،. 255.

[4] محمد نجيب توفيق وعبد الله محمد بازعة ، **العلاقات الصناعية في الشركات و المؤسسات العامة** ، مكتبة القاهرة الحديثة ، مصر، 996 ص 597.

الأولى التي تتوقف عليها فعالية السياسة المتبعة ضف إلى ذلك العديد من الأساليب و الوسائل المختلفة وهي كالتالي:

1- **أساليب حماية العامل** : لجأت الكثير من المؤسسات الصناعية وغيرها إلى مواجهة ظاهرة ارتفاع حوادث العمل أثناء العمليات الإنتاجية و ذلك باستخدام أساليب و طرق مختلفة لتكييف العامل مع طبيعة العمل وذلك من حيث الخصائص البشرية وسائل الوقاية، التنظيم الجيد، والاختيار الجيد والمناسب للعمال على المستوى الجسدي والذهني ومن بين هذه الأساليب نذكر:

- **التدريب**: فالتدريب هو ذلك: القدر الكبير من المعلومات الذي يكتسبه الفرد من خلال القيام بالعمل لمدة من الوقت،[1] وهو أيضا العملية التي تسبق التعيين و هو أحد المكونات الرئيسة للأمن و سلامة العامل في المنشأة وأحد الأساليب التي تلجأ إليها المؤسسة لمساعدتها في منع وقوع إصابات و حوادث في العمل و كلما كان التدريب فعالا كلما زادت فرص جعل بيئة العمل آمنة فلا شك أن التدريب الجيد يساعد على تخفيض معدل تكرار الحوادث[2] ، و الهدف من التدريب هو أن يتعلم العامل بعض الأساليب الجديدة للسلوك في مجال الوقاية كتعلمه استخدام الأدوات والوسائل الوقاية التي تقدمها له المؤسسة وتوفرها له من أجل حمايته من الحوادث و وقايته من الأمراض التي تصيبه في بيئة عمله .

للتدريب دور كبير في توعية العمال بضرورة التزامهم بقواعد الأمن والسلامة داخل المؤسسة ، ضف إلى ذلك لابد من تدريب العمال الذين يمكن أن يتعرضوا لأخطار تهدد سلامتهم إذ يمكن تقليل المخاطر بالتدريب الجيد للعمال ، فإذا كان العامل مدربا جيدا فإن احتمالات الإصابة تنقص أثناء قيامه بالعمل.

إذا يمكن أن انخفاض معدل الحوادث إذا تعلم العامل كيفية القيام بالسلوك السليم في وظيفته و قد يكون العامل ملما حقيقة بقواعد الأمن الصناعي و شروطه و لكن هذه المعرفة في حد ذاتها لا تضمن أنه سوف ينفذ هذه القواعد و على ذلك فإن برامج التدريب يجب أن تستهدف

[1] محمد السيد أبو النيل ، **علم النفس الصناعي** ، بحوث عالمية و عربية ، دار النهضة العربية ، بيروت ، لبنان .، 1985، ص 671 .

[2] عبد الغفار حنفي ، مرجع سابق ، ص 258 .

جانبين إلمام العامل بالظروف السلمية في أداء العمل و حثه أو تشجيعه أو إثارته نحو تنفيذ هذه المعرفة و يتم وضع منهج التدريب و فقا لتقارير الحوادث وإذا لم تتوفر هذه الأخيرة يتم تحديد محتوى برامج الأمن الصناعي عن طريق تحليل العمل ، يقوم به (تحليل العمل) مهندس الأمن الصناعي عن طريق الوصف الدقيق لحركات العمل ، الأفعال التي تحدث أثناءه، تفاصيله، الخطوات التي يتضمنها من بداية العملية الإنتاجية إلى نهايتها، الآلات المستخدمة فيه، المخاطر التي يحتويها.

فمن الضروري وجود برامج للتدريب في أماكن العمل لتعريف العمال بمخاطر العمل و تعليمهم كيفية مواجهتها و تجنبها و استخدام وسائل الوقاية و الحماية .

2-تشجيع العامل على السلوك السليم :

إذ أن بعض العمال يقومون بأخطاء عديدة أثناء عملهم ، ولكن عندما تصدر أوامر و تعليمات بالتوقف عنها أو التنبيه فن خطورتها تجدهم يرفضونها ويقولون أنهم دائما يقومون بتلك الأفعال ويقومون بعملهم بنفس الطريقة منذ وقت و ربما منذ سنين ، ولكن لم يقع لهم أي حادث و لم يتعرضوا لأي خطر و هنا تجد الإدارة الخاصة بهذا الشأن نفسها أمام مشكلة قيام العامل بالفعل الخطأ و لكن لم يقع له بعد أي حادثة تقنعه بضرورة تعديل سلوكه ، ويكون إقناع هذا العامل بوجهة نظر طويلة المدى أي أنه سيتضرر من فعله هذا في المستقبل القريب أو البعيد و ذلك عن طريق عرض ملفات قضايا الحوادث التي حدثت لغيره من العمال بعد أن قضوا على عشرات السنين في وظائفهم[1] وهكذا تم إثارة دوافع العمال واهتماماتهم وتحفيز إراداتهم نحو إتباع التعليمات وتشجيعهم على السلوك السليم .

3- إشراك العمال في برامج الأمن الصناعي :

لقد تجمعت أدلة كثيرة في السنوات الأخيرة تؤكد أهمية اشتراك العمال في إثارة اهتمامهم و تشجيعهم في تنفيذ الأمور التي تتعلق بحمايتهم و رعايتهم و وقايتهم من المخاطر و على سبيل المثال فقد أكد بعض الباحثين أننا إذا شجعنا العمال على الاشتراك و المساهمة في تحديد تطلبات الأمن الصناعي لوظائفهم فإنهم سوف يضعون لأنفسهم القواعد و سوف يقبلونها و يحترمونها و

[1] عبد الرحمن محمد العيسوي ، **سيكولوجيا العمل والعمال** ، مرجع سابق ، ص 123 .

ينفذونها لأنها تكون نابعة منهم [1]. هذا إن دل على شيء فإنما يدل على ضرورة إشراك العمال في تصميم برامج الأمن الصناعي حتى تلقى القبول و تكون ذات فعالية أكثر .

4- حملات الإعلام و الملصقات: إن استخدام الملصقات و اللافتات و حملات الإعلام يمكن أن تلفت انتباه العمال و إثارة اهتمامهم نحو مخاطر العمل و ضرورة إتباع قواعد الأمن الصناعي و كثير من المؤسسات الصناعية تقوم بتوعية عمالها بواسطة هذه الوسائل و لكن تختلف درجة استعمالها من مؤسسة إلى أخرى ، فهناك من المؤسسات من تعتمد عليها إضافة إلى وسائل أخرى تدعمها في ذلك .ومن بين "الملصقات والشعارات التي تعلق في أماكن مختلفة من العمل ما يلي:

- ✓ ألبس الخوذات الواقية هنا .
- ✓ دع أعقاب السجائر في هذا الصندوق .
- ✓ أعبر الطريق من هذه النقطة .
- ✓ ضع الحاجز الواقي أمام الآلة قبل تشغيلها .

و يجب أن تنجح الملصقة أو اللافتة في جذب العامل إلى أقصى درجة ويمكن ذلك عن طريق استخدام الإضاءة و الألوان الجيدة و عن طريق وضع الملصقة في مكان يسهل رؤيتها و قراءتها و لا ينبغي أن يكثر من وضع الملصقات في بيئة العمل فإذا كانت تملأ أرجاء المكان فإن الناس لا يلتفتون إليها [2] ، فالملصقة أو اللافتة لا يكون لها مفعول إلا إذا أحسن استعمالها من حيث المكان و الزمان و الشكل و المضمون .

5- الندوات و المحاضرات :

إن المحاضرات هي إحدى الطرق السهلة و السريعة في تزويد عدد كبير من العمال بالمعارف و المعلومات ، فالمحاضرة هي عبارة عن اجتماع يترأسه مختصون في الأمن الصناعي مع عدد كبير من العمال في قاعة أو مدرج و ذلك لأجل توعيتهم بمخاطرالعمل وتبصيرهم بالأساليب الوقائية التي يجب عليهم إتباعها للحفاظ على سلامتهم ، فأسلوب المحاضرة هو عملية تعليم و إخبار أي عبارة عن

[1] العيسوي ، مرجع سابق ص 124 .

[2] عبد الرحمن محمد العيسوي ، **سيكولوجيا العمل والعمال** ، مرجع سابق ، ص 131 .، 130

حديث مكتوب أو غير مكتوب يقدمه فرد لمجموعة ما و يتبع هذا الحديث نقاش أو لا يتبعه[1] . و نجاح أي محاضرة يتوقف على مهارات و قدرات المحاضر في الاحتفاظ بانتباه الحاضرين أو العاملين حتى و إن كانت "المحاضرات يعاب عليها إلى حد كبير في تكوين المهارات الحركية لدى العمال و في تغيير اتجاهاتهم النفسية ، رغم ضعفها يبقى على العموم لها مكانتها في توعية العاملين والحصول على تعاونهم خصوصا إذا علمت المنشأة إن أهم مصادر الحوادث يرجع إلى تصرفات العاملين و عدم إدراكهم للأخطاء التي تؤدي بهم إلى الحوادث و الأضرار المهنية و عدم إلمامهم و اهتمامهم بمعدات الوقاية أو الإهمال [2]

6- الأفلام :

إلى جانب وسائل التوعية الأخرى نجد الأفلام التي هي بدورها تلعب دورا هاما في مجال توعية العمال بمخاطر العمل ، فالفيلم هو الذي يلم بجميع جوانب الحادث فهو يوضح إطاره و ظروفه و كيفية تجنبه ، و يستغل القائمون على الوقاية خلال فترة عرض الفيلم ميل العمال لمتابعة البرامج التلفزيونية و ذلك من أجل لفت انتباههم و بعث الحس الأمني فيهم و توعيتهم أكثر حتى يتقبل العامل كل ما يتضمنه هذا الفيلم من نصائح و إرشادات مع مراعاة ميولهم و عواطفهم و اتجاهاتهم .

7- المسابقات :

تستهوي المسابقات باختلاف أنواعها فئات كثيرة من المجتمع من بين هذه الفئات نجد العمال خاصة الرياضية منها ، فالمشرفون على الوقاية المهنية و الأمن الصناعي استغلوا هذه النقطة و ذلك بوضع مسابقات في ميدان الحماية من حوادث العمل و التي تجري عادة بين فروع المؤسسة الواحدة أو بين عدة مؤسسات و نجاح هذه المسابقات و فوز أي طرف يكمن وراء ربح المؤسسة و تخفيض تكاليفها بسبب انخفاض عدد حوادث العمل ، فالمسابقات ذات أهمية عظيمة في مجال الوقاية من المخاطر المهنية .

---

[1] مصطفى نجيب شاويش ، **إدارة الموارد البشرية** ، دار الشروق ، الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، 2005 240.، ص240.

[2] علي غربي و آخرون، **تنمية الموارد البشرية** ، دار الفجر للنشر والتوزيع ،د ب ، 2006 ، ص 138 .

2-تحسين ظروف العمل :

تعتبر ظروف البيئة الفيزيقية من أهم مصادر حوادث العمل لذا يجب العناية بها عن طريق تحسينها و تكييفها مع طبيعة العمل والمنصب و هذا كله من أجل تحقيق الوقاية و التخفيف من حوادث العمل عن طريق :

8- تعديل الوظيفة و بيئتها :

و يكون ذلك بإجراء تحسينات بسيطة لا تؤثر على تنظيم العمل و طرقه و لكن تكون ذات آثار و نتائج جيدة ، فعندما لا يستطيع العامل القيام بمتطلبات المنصب يلجأ إلى التخفيف منها و أقلمتها مع العامل و قدراته بتقليل الأعباء البدنية و النفسية للمنصب عن طريق تحسين وضعيات العمل و اعتماد فترات الراحة و إدخال آلات تساعد على القيام بالعمل و لا تكون خطيرة و تحسين بيئة العمل من خلال توفير الإضاءة المناسبة التي تتوافق و طبيعة العمل ، توفير درجات الحرارة الملائمة كذلك ، الحرص على نظافة و ترتيب مكان العمل ، معالجة الضجيج ، تنقية الهواء الداخلي عن طريق الأجهزة الخاصة بذلك ، الإكثار من فتحات الهواء .

9-تعديل المهام :

و يكون ذلك عن طريق تدوير المناصب أي نقل العمال من منصب لآخر و ذلك لكسر الروتين و الملل الناتج عن القيام بنفس المهام و الحركات لوقت طويل و بصورة آلية ، فهذه الطريقة تؤدي إلى رفع الروح المعنوية للعمال و غيرها من الطرق الأخرى المساعدة على ذلك .تعديل وقت و نسق العمل[1] : وذلك بإعطاء أوقات مناسبة للعامل تحدد بطبيعة العمل الذي يقوم به ، فهناك أعمال تتطلب جهدا كبيرا من العامل و هذا النوع لا يجب أن يعمل لساعات طويلة فالعمل لساعات طويلة في أعمال متعبة يؤدي إلى عدم التركيز و تشتت انتباه العامل و بالتالي وقوعه في حوادث عمل قد تكون مميتة و العكس صحيح .

[1] معن يحي الحمداني ، **الأمن والسلامة المهنية** ، الإسعافات الأولية ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان الأردن ، بدون سنة ، ص 35 .

10- مراعاة الجوانب الهندسية:

فلا يجب إهمال الجانب الهندسي و الميكانيكي بأية حال من الأحوال و ذلك بالصيانة المستمرة للآلات و المعدات فالإبقاء على المعدات في حالة جيدة يعد وسيلة من وسائل الحماية و الأمن الناجحة والعكس من ذلك، فالآلة التي لا تتوفر لها الصيانة اللازمة تخلق جوا خطرا على حياة العامل و ظروف العمل كما أن الآلة الجيدة يجب أن تكون مصممة ضد الحوادث بقدر الإمكان .

المطلب الثاني :الوسائل الوقائية العمال :

11- **معدات حماية الرأس** : هناك إصابات قد تصيب ذروة الرأس كالجروح أو الصدمات أو سقوط شيء من أعلى على رأس العامل و غيرها من الإصابات لذلك يجب وضع الخوذة الواقية في الأعمال المختلفة

و التي تحتوي على الأخطار التي قد تصيب رأس العامل كأعمال البناء و الإنشاءات ، الأعمال الميكانيكية ، أعمال المناجم وهناك شروط ومواصفات خاصة لابد أن تتوفر في واقيات الرأس منها :

- تصنع الخوذة من مواد خفيفة لكنها لا تشكل مقاومة للصدمات لا تشكل ثقل على الرأس.

- تزويدها من الداخل بحامل مرن يمكن ضبطه بما يريح الرأس.

- أن تكون المواد المصنعة منها لها القدرة على العزل الكهربائي ولا تسمح بنفاذ السوائل من خلالها.

- في الأماكن التي يتعرض فيها العمال لمخاطر الحرارة المنخفضة يجب أن تحتوي الخوذة على مادة من الصوف بداخلها بالإضافة إلى غطاء للرقبة يركب تحت الخوذة مباشرة[1]..

- إمكانية تركيب وسائل الإنارة على الخوذة عند الأعمال في المناطق المظلمة مثل الأنفاق و المناجم.

- الخوذة التي تستخدم لوقاية الرأس عند الأعمال التي يصدر عنها انطلاق أجزاء معدنية أو كيميائية إلى الوجه يجب أن يسمح تصميمها بتركيب واقيات وجه البلاستيك الشفاف.

[1] معن يحي الحمداني ، مرجع سابق ، ص 37 .

- يجب تمييز القبعات المخصصة لكل فئة من العمال بلون محدد [1]على حساب طبيعة العمل.
معدات حماية القدم و الساق :إن للأحذية الواقية دور كبير في حماية القدم والساقيين من المخاطر التي قد تصيب العامل كسقوط مواد ثقيلة على قدمه أو يدوس العامل على مواد حادة فتمزق الحذاء و تصيب رجله ، لذا يجب أن تكون أحذية الحماية قوية وقادرة على مقاومة الصدمات .

12- **وسائل حماية الوجه والعينين** : تستخدم لحماية الوجه و العينين من تطاير المواد الساخنة المحرقة ، الأتربة ومن الأدخنة والغازات و الأبخرة الناتجة عن العمليات الصناعية المختلفة و هذه الوسائل هي عبارة عن أقنعة بلاستيكية أو معدنية أو نظارات زجاجية و يرجع الاختلاف في استعمال هذه الأنواع إلى تنوع الأعمال و اختلافها و نوعية المخاطر التي تحيط بها .

13- **وسائل وقاية الأذن و السمع** : إن العامل يتعرض للضوضاء و الضجيج لساعات طويلة هذا ما يضر بسمعه و يعرضه لخطر فقدانه ، لذا وجب حماية الأذن أثناء العمل بالوسائل الخاصة بذلك و هي على الأغلب تكون على شكل سدادات للأذن و تصنع من مواد تحمي العامل من الأخطار التي يصادفها في عمله .

14- **وسائل حماية اليدين** : و هي عبارة عن قفازات مختلفة و متنوعة و يرجع استعمال نوع من القفازات دون آخر إلى نوعية التعرض للملوثات الضارة و غيرها من المخاطر المختلفة التي تتعرض لها اليدين كونها الوسيلة الأساسية و المباشرة التي يتم العمل بواسطتها .

15- **الملابس الواقية** :تستخدم هذه الملابس لحماية جسم العامل من المخاطر و الأضرار التي تحتويها بيئة العمل و تشمل كل من وسائل حماية الصدر و البطن ، وسائل حماية الأذرع و الكتف و وسائل حماية الجهاز التنفسي و تصنع هذه الوسائل من مواد مختلفة تختلف باختلاف نوعية الأعمال و نوعية المخاطر التي تحتويها[2] .

تقارير و سجلات حوادث العمل :

إن وضع برامج الوقاية من حوادث العمل أمر ضروري وحتمي و لكن يجب بناء و تصميم هذه

[1] معن يحي الحمداني ، نفسه ، ص 38

[2] عبد الرحمن محمد العيسوي، **علم النفس و الإنتاج** ، مرجع سابق ، ص 261 .

البرامج على ضوء الحوادث الماضية وذلك بالمعرفة التامة بظروف العمل وأسباب وقوع الحادث الحقيقية و الخفية ، لهذا تعتبر سجلات و تقارير الحوادث من أهم المصادر الأساسية للبيانات لكل من الإدارة و أخصائي الأمن الصناعي في المؤسسة كما أنها تفيدنا في الحصول على مصادر رئيسية للمعلومات عن الحوادث و التقرير الجيد يجب أن يحتوي على أمور هي كالتالي :

- **تاريخ وقوع الحادث** : الشهر ، اليوم ، الساعة ، الوردية ، مكان وقوع الحادث ، إن الظروف المحيطة بالعامل دائما ما تتغير من يوم لآخر بل من ساعة إلى أخرى و من وردية إلى أخرى[1] لأن الوردية الصباحية تبدأ العمل بعد راحة تامة من الليل و بعد تناول العامل إفطاره ، بحيث تختلف هذه الظروف عن العمل بالدورية الليلية وغيرها من ظروف العمل الأخرى .
- **تصنيف العمل** : فتصنيف العمل الذي كان يقوم به العامل أثناء الحادث و القسم الذي يعمل به يكون بغرض التعرف على الأخطار التي ينطوي عليها هذا العمل [2] .
- **أنماط الحوادث** : تتضمن المعلومات المطلوبة من وصف طبيعة الحادث ، نوعيته و الوسيلة المتسببة فيه و ليس من الضروري أن يبين ذلك بالتفصيل، فمثلا في حالة فقد العامل إصبع السبابة بواسطة المنشار الكهربائي يكفي لأن نقول حادث قطع إصبع السبابة بواسطة المنشار الكهربائي .
- **السبب المباشر للحادث** : يجب ذكر السبب المباشر للحادث سواء كان من الأفعال أو من الظروف المحيطة بالعمل أو منهما معا.

– **نتائج الحادثة:** يجب أن يشتمل التقرير على موضوع الإصابات في جسم العامل أو العمال و وصف الإصابة و الجروح و كذلك الخسائر المادية و قيمتها ، ولكن في الأغلب لا يستطيع العامل أن يملأ تقرير الحادثة من وصف مباشر للإصابات و الخسائر بدقة كاملة لذلك تحتم الاستعانة بشخص مختص بتقييم و تقدير الخسائر المادية و كذلك الاستعانة بالأطباء .

- **الخبرة** : يجب أن يشمل التقرير على مدة خدمة الشخص المصاب و كذلك خبرته بالعمل و يوضع مقدار الخبرة المطلوبة لأداء العمل و التي أدى نقصها إلى وقوع الحادثة حتى يمكن على ضوء هذه البيانات إعداد برامج تعليمية و تدريبية لهؤلاء الأفراد .

---

[1] عبد الرحمن محمد العيسوي، **علم النفس و الإنتاج** ، مرجع سابق ، ص 261 .

[2] عبد الغفار حنفي ، مرجع سابق ، ص 664 .

- **البيانات السيكولوجية** : يجب أن يحتوي التقرير على نتائج تطبيق اختبارات الاستعدادات و كذلك اختبارات الشخصية و اختبارات التحصيل على الأشخاص الذين تأثروا بالحادث . وأن يحتوي كذلك السمات الشخصية للعامل و مثل هذه المعلومات تفيد في التعرف على العوامل الإنسانية المتسببة في الحادث .

المطلب الثالث : الحملات التحسيسية ودورها في الوقاية من حوادث العمل :

للإعلام الوقائي دور أساسي في مجال الوقاية من حوادث العمل حيث ينتشر الوعي الوقائي لدى العاملين ويكسبهم ثقافة وقائية ويتم ذلك بتحديد الأخطار التي يمكن أن تصيب العامل أثناء أداءه لعمله واحترام للتعليمات والاحتياطات اللازمة خاصة عند العمال الجدد وأهم الوسائل الإعلامية المستعملة في هذا المجال نجد:

1- **اللوائح والتعليمات الوقائية :**

يقصد بها مجموعة النظم التي يجب أن يسير عليها العمل في المنظمة بحيث تضمن الوقاية لمقومات الإنتاج من حوادث العمل وللقوى البشرية من العطب أو الإصابات المهنية

إن هذه اللوائح والتعليمات هي طريقة يتسنى من خلالها إظهار مواقع الخطر في كل عملية الإنتاج وذلك من اجل إتباعها من طرف إدارة المؤسسة مع ضرورة أن يعلم كل عامل ويتم التعرف عليها بواسطة الوسائل التالية :

- إعطاءها له بشكل مباشر .
- أن تكبر وتعلق على لوحات .

وهناك عدة مواضيع تشملها اللوائح والتعليمات منها مكان العمل، المعدات والآلات.

2- الأدوات اليدوية :

أن لا تكون تالفة أو غير مناسبة ، عدم استعمالها بشكل سيء أن لا توضع في أماكن غير آمنة.

3- المواد وكيفية تناولها :

خاصة المواد الثقيلة أو الصعبة التناول ، المواد المرتفعة الحرارة ، المواد الخطيرة ، والسامة .

_ الوسائل الإعلامية والتحسيسية في مجال الوقاية

1- الأفلام والمحاضرات:

الأفلام التي تعمل لأغراض تعليمية هي أكثر قيمة من الأفلام لأغراض الدعاية وهي مفيدة في مجال التحسيس و نشر وسائل الوقاية أو طرق العمل الحديثة تحمل تفسير أو تشرح أمور صعبة معقدة بطريقة مرتبة أو تعيد الحوادث السريعة بطريقة العرض البطيء وتتيح للعمال الفرص لطرح الأسئلة [1]، فالإعلام والمحاضرات تساهم في رفع الوعي الوقائي لدى العامل وذلك لإتاحة فرصة الاتصال المباشر بين المحاضر والمستمعين.

2- الإعلانات والملصقات:

تعد من أهم الوسائل في مجال الوقاية من حوادث العمل ولكي يكون للإعلانات والملصقات صدى إيجابي بين العمال يجب مراعاة ما يلي :

- الإعداد الجيد لها من حيث الشكل واللون والخط ووجه التأثير
- أن تستجيب لطبيعة الخطر الموجود .
- تعليقها في أماكن بارزة يراها العمال .
- تغييرها باستمرار حتى لاتصبح قراءتها روتينية .

توجد نوعان من الإعلانات وهي :

- **الإعلان السلبي :**

وهو ذلك الذي يبين الأضرار التي تلحق بالعامل إذا لم يلتزم بالحذر ومن ثم يجب أن يبين له الخطر بطريقة واقعية لكي يتسنى له الوصول إلى نتائج مرضية.

[1] سفيان منذر صالح ،المقال منشور ،**معايير الأمن والسلامة المه**نية المتقدمة وأساليبها الحديثة، http//www.ahewar.org/debat/show. يوم 202/05/22 الساعة 20.00.

- **الإعلان الإيجابي :**

هو الذي يبين الفائدة من التزام الاحتياطات والحذر بحيث يقوم بعرض نموذج يؤدي إلى إتباعه ويكون له قيمة في الوقت الذي يعاني فيه العمال قلق قد يؤدي إلى وقوع حوادث العمل .

3- المباريات والمسابقات :

تنظم بعض المسابقات بين الأقسام للمؤسسة خاصة التي تعمل في أحوال متشابهة على أساس عدد الحوادث في فترة زمنية معينة مع منح جوائز للقسم الذي يظهر نتائج أفضل .

4-الحملات الإعلامية :

تعد من الوسائل المفيدة في تقليل من حوادث العمل و زيادة الوعي الوقائي لدي العاملين وتتمثل في تنظيم يوم أو أسبوع للوقاية ، توظف فيه مختلف الوسائل الإعلامية للتوعية والتوجيه إلى المعارض التي تستعمل كوسيلة لتعرف العامل بالأخطار واستبعادها ، أو توزيع المجلات والمطبوعات والمقالات الخاصة بالوقاية من الحوادث ، ورفع مستوى الوقاية بالمؤسسات وزيادة فعاليتها .

خلاصة الفصل :

من خلال ما تطرقنا في هذا الفصل له من مفاهيم حوادث العمل وأنواعها وأسبابها في المؤسسة الاقتصادية وكذا دور الحملات التحسيسية في الوقاية منها استنتجنا أن الحوادث تتسبب بها مجموعة من العوامل الإنسانية والمادية وان الحرص على القيام بالحملات التحسيسية التوعوية وتطبيقها أساليب الوقاية في المؤسسة أصبح أمرا ضروريا لمساهمتها في تخفيض نسب حوادث العمل وزيادة من الكفاءة الإنتاجية

الفصل الثالث:

- الفصل الثالث : الدراسةالميدانية بمؤسسة سونلغاز ولاية غرداية
- تمهيد .
- المبحث الأول : تعريف مؤسسة سونلغاز .
- المبحث الثاني : تعريف مؤسسة سونلغاز غرداية .
- المبحث الثالث: الإطار التطبيقي

تمهيد :

تعتبر مؤسسةسونلغاز من أقدم المنشآت القاعدية التي عرفتها الجزائر، فهي مؤسسة عمومية للكهرباء والغاز حيث تقوم بالمساهمة الفعالة في التنمية الاقتصادية والصناعية. وللتعرف أكثر على هذه المؤسسةسوف نتطرق إلى نشأتها وتطورها وأيضا إلى مهامها وأهدافها.

نتطرق في هذا الفصل إلى التعريف بمؤسسة مؤسسةتوزيع الكهرباء والغاز " سونلغاز" الجزائر والفرع بغرداية ثم الى تحليل المعطيات والفرضيات والنتائج ونخلص بمجموعة من النتائج .

المبحث الأول: تعريف مؤسسة سونلغاز :"مؤسسةتوزيع الكهرباء والغاز"

المطلب الأول : نشأة وتطور مؤسسةسونلغاز :

تعتبر مؤسسةسونلغاز من أقدم المنشآت القاعدية التي عرفتها الجزائر، فهي مؤسسة عمومية للكهرباء والغاز حيث تقوم بالمساهمة الفعالة في التنمية الاقتصادية والصناعية.

وللتعرف أكثر على هذه المؤسسةسوف نتطرق إلى نشأتها وتطورها وأيضا إلى مهامها وأهدافها.

1- لمحة تاريخية عن الشركة:

لقد بدأت الإضاءة في الجزائر منذ 1929والتي جسدت الشبكة الكهربائية بين سنة 1927و 1929مجموع قدره 6000كلم، وهذا الخط بين المتوسط العالي، والمنخفض ولهذا اعتبرت سونلغاز عاملا تاريخيا في مجال تمويل الطاقة الكهربائية والغازية في الجزائر. وتتمثل مهامها في الإنتاج والنقل والتوزيع عبر قنوات، وقوانينها الجديدة أيضا أعطت لها إمكانية توسيع نشاطها نحو مجالات أخرى للنهوض بقطاع الطاقة مقدمة لفائدة المؤسسة في مجال تجارة الكهرباء والغاز إلى الخارج.

3- مراحل تطور مؤسسةسونلغاز:

مرت مؤسسةسونلغاز بمراحل عديدة تمثلت فيما يلي :

- سنة :1947تم إنشاء كهرباء و غاز الجزائرEGA) (رقم 471002في 1947/06/05وهي مكلفة بإنتاج الكهرباء و الغاز.
- EGA : وهي عبارة عن مجمع لأقدم شركات إنتاج وتوزيع الكهرباء ذات الطابع الخاص التي سقطت تحت قانون التأميم في سنة 1946الصادر على السلطة الفرنسية[1].

[1] وثائق مقدمة من طرف المؤسسة.

- **التطورات التي حدثت بعد سنة1962 EGA**: تبنتها السلطات الجزائرية بعد الاستقلال في بضع سنوات فضلا عن جهود تكوينية للموارد البشرية الجزائرية التي تضمن تسيير هذه المؤسسة.
- **سنة 1969**:إنشاء المؤسسة الوطنية للكهرباء والغاز بمرسوم رقم 69/59الصادر عن الجريدة الرسمية في أول أوت ،1969تحول اسم EGA إلى سونلغاز التي أصبحت مؤسسةوطنية للكهرباء والغاز وفي هذا الوقت كانت المؤسسةمن الحجم الكبير أين تجاوز عدد عمالها 6000موظف، وقد حدد المرسوم مهمة رئيسية لها تتمثل في الاندماج بطريقة منسجمة في سياسة الطاقة الداخلية للبلاد.

إن احتكار ونقل وتوزيعواستراد وتصدير الطاقة الكهربائية المخصصة لسونلغاز قد عزز من مكانة الشركة،كما أنها وجدت نفسها قد اسند إليها تسويق الغاز الطبيعي داخل الوطن وهذا لجميع أصناف الزبائن صناعيون، محطات توليد الطاقة الكهربائية، زبائن المنزل .

- **سنة 1975**: في هذه المرحلة تم الفصل بين النشاطات الميدانية والنشاطات القاعدية وكذا إنشاء وحدات كهرباء وترتيب[1].
- **سنة: 1983** إعادة هيكلة سونلغاز والتي جاء معها ستة مؤسسات حيث أصبحت مؤسسةسونلغاز في هذه السنة. ذات خدمات عمومية وتسيير وتسويق المؤسسة وبذلك تكتسب خمسة فروع الأعمال وهي:
  - **كهريف** (**KAHRIF**): (الأشغال الكهربائية.
  - **كهركيب** (**KAHRKIB**): (تركيب البنى التحتية و الإنشاءات الكهربائية.
  - **كنا غاز KANAGAZ**): أشغال الهندسة المدنية.
  - **AMC** : صناعة العدادات و مختلف التجهيزات المستعملة في المراقبة.
- **نظام أساسي جديد لسونلغاز سنة :1991** لقد أصبحت مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري EPIC في قرار تنفيذي رقم **975/91** المؤرخ في **1991/12/14** وقد فرض هذا النظام الطابع الجديد التسيير الاقتصادي والأخذ بعين الاعتبار كيفية تسويق المنتجات.

[1] وثائق مقدمة من طرف المؤسسة.

- **سنة 1995**: أصبحت في سنة 1995هيئة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري بمرسوم **280/95** ليوم **1995/09/07**سونلغاز على رأس نجد مجلس التوجيه الرقابي(COS).
- **سنة 2002**: تحولت سونلغاز إلى مؤسسة ذات أسهم، هذا التحول أعطى سونلغاز التوزيع في مبادئ أخرى في قطاع الطاقة،كذلك التدخل في هذا الميدان خارج حدود الجزائر، وباعتبارها مؤسسة ذات أسهم فعليها اكتساب محفظة الأسهم وقيم منقولة أخرى مع إمكانية مشاركتها في مساهماتها في شركات أخرى.
- **سنة 2004** : أصبحت سونلغاز عبارة عن مجمع (HOLDING) خلال السنوات 2006/2004 أين أصبحت" سونلغاز" مجمع أو مجموعة مؤسسات تم إعادة هيكلة الفروع المكلفة بالنشاطات الرئيسية.
  - سونلغاز إنتاج كهرباء(SPE).
  - مسير شبكة النقل الكهربائي (SDC).
  - مسير شبكة نقل الغاز (GRTG).
- **سنة 2006** : تم هيكلة وظيفة التوزيع وقسمت إلى أربعة فروع وهي :
  - سونلغاز للتوزيع: الجزائر العاصمة (SPA).
  - سونلغاز للتوزيع: الجهة الوسطى (SDC).
  - سونلغاز للتوزيع: الجهة الشرقية (SDE).
  - سونلغاز للتوزيع: الجهة الغربيةSDo .

المطلب الثاني : وظائف مؤسسةتوزيع الكهرباء والغاز :

- **الوظائف** :
- من خلال التطورات التي عرفتها مؤسسةسونلغاز أصبحت تقوم بمجموعة من الوظائف والمهام ومن خلال المادة 6 من الجريدة الرسمية رقم 54وفي ديسمبر 1995وفي إطار الأهداف المسطرة والخدمات العمومية تقوم المؤسسة بمجموعة من الوظائف والمهام ومن وظائف مؤسسةسونلغاز نذكر ما يلي :

- ضمان نوعية إنتاج ونقل وتوزيع الطاقة الكهربائية وكذا ضمان توزيع الغاز في إطار احترام شروط الحماية والأمن وبأقل التكاليف.
- تركيب، تصليح وصيانة وإعادة تجديد مراكز الإنتاج ونقل وتوزيع الطاقة الكهربائية بالإضافة إلى مراكز التوزيع العمومي للغاز.
- لتخطيط ووضع البرامج السنوية وكذا المراكز المعدة لسنوات.
- ضمان التموين اللازم لتحقيق وتنفيذ البرامج المسطرة.
- توفير المنشآت الضرورية (التجهيزات، الهياكل البنائية) لضمان سير مهمتها.
- التحديد والتعريف بالكيفيات والإمكانيات المتعلقة بالتطبيق التجهيزات والتركيبات الكهربائية الغازية وكذا المتعلقة بأجهزة القياس والحساب.
- ضمان التحكم في السير الحسن للبرامج.
- تساهم في السياسة المنتهجة من طرف المديرية العامة فيما يخص الأداءات المقدمة للعملاء.
- تطبيق السياسة التجارية للمؤسسة ومراقبتها.
- ضمان تطبيق التنمية فيما يخص البناء والإصلاح واستغلال الموارد.
- ضمان التسيير الحسن للموارد البشرية والعتاد اللازم للعمل.
- ضمان أمن الأشخاص والمواد التي لها علاقة مع نشاط العمل والتوزيع.
- ضمان تمثيل سونلغاز على المستوى المحلي أحسن تمثيل.

وعموما فإن مؤسسةسونلغاز تضمن تحقيق الاستثمارات للمؤسسة والتحكم في الطاقة وهو عامل ضروري للاقتصاد العام وبصفة خاصة الدراسات والرقابة وتحقيق ميزة استراتيجية في التطور الاقتصادي والصناعي للوطن.

المطلب الثالث: نشاطات المؤسسة

إن مؤسسةسونلغاز تتحكم و تحتكر الإنتاج ، النقل و التوزيع كما تقوم بتزويد زبائنها بالطاقة الكهربائية المنتجة من طرفها كما تزودهم بالغاز الذي تشتريه من مؤسسةسونطراك الذي تتولى إنتاجه هذه الأخيرة .

1- **النسبة للكهرباء:** الكهرباء تنتج عن طريق مراكز كهربائية متواجدة على عدة نقاط على القطر الوطني

هذه الطاقة الكهربائية المنتجة تقوم مؤسسةسونلغاز بإرسالها إلى الزبائن بواسطة شبكات كهربائية خطوط ومراكز هذه الطاقة إما أن ترسل إلى بعض الزبائن الصناعيين و إما أن تمر في مراكز التحويل حتى يتم التخفيض من درجات حدتها حتى تصل إلى الزبائن المشتركين العاديين بدرجة 380 فولط، 220 فولط .

2- بالنسبة للغاز : الغاز يأتي في المرتبة الثانية بالنسبة لسونلغاز و هو على العكس تماما بالنسبة للكهرباء حيث أن الغاز يتم شراءه من المؤسسة المنتجة له سونطراك. كما أنه يتم توزيعه أيضا إلى المشتركين عن طريق القنوات هذه الطاقة ترسل هي الأخرى إما إلى بعض العملاء الصناعيين أو أن تمر بمراكز تخفض من درجة الضغط ثم توضع في شبكات توزيع الغاز و منها توصل إلى المشتركين.

المطلب الرابع : أهداف المؤسسة

تعمل المؤسسة من اجل تحقيق العديد من الأهداف لما تمتلكه من قدرات ومؤهلات كبيرة لعل أهمها طموحها في أن تصبح من بين المؤسسات الخمس الأولى في الحوض المتوسط في مجال الكهرباء والغاز، معتمدة في ذلك على:

دعم التنمية الاقتصادية و الاجتماعية :

تهدف المؤسسة إلى استقطاب رؤوس الأموال من أجل تحقيق برامجها الاستثمارية و العمل على إمتلاك وتطوير المنشآت الأساسية للكهرباء والغاز التي تفي بإحتياجات التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد.

1التوسع :

تهدف مؤسسةسونلغاز إلى تحقيق إستراتيجيتها التوسعية داخل و خارج الوطن وحتى تنويع منتجاتها وكذلك نطاق العمل من صناعي إلى تجاري وصناعي وذلك بإعادة هيكلة نفسها في شركات متفرعة مكلفة بالنشاطات الأساسية الآتية :

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

3- التحكم مع الاستعمال الأمثل للوسائل والتقنيات بهدف الترقية والتحسن الدائم لصورة علامتها.
تلبية الحاجات الوطنية.

4- توصيل التكامل الوطني بتقوية الدعم للقواعد الصناعية وتنويع منتجاتها.

5- المشاركة في لإنجازات الصناعية والتجارية في الخارج حتى تكون بأقرب من الزبون النهائي.

6- استقلالية التسيير وإدخال قواعد ذات طابع تجاري.

7- الحصول على حصة السوق العالمي.

8- إنتاج الكهرباء سواء في الجزائر أو في الخارج ونقلها وتوزيعها وتسويقها.

9- نقل الغاز لتلبية السوق الوطنية.

10- توزيع الغاز عن طريق القنوات سواء في الجزائر أو في الخارج وتسويقه.

11- تطوير وتقديم الخدمات الطاقوية وترقيتها وتنميتها.

12- تطوير كل شكل من العمال المشتركة في الجزائر أو في الخارج مع كل الشركات الجزائرية أو الأجنبية.

13- إنشاء فروع وأخذ مساهمات وحيازة كل حقيبة أسهم وغيرها من القيم المنقولة في كل مؤسسةموجودة أو يتم إنشاءها في الجزائر أو في الخارج .

14- تطوير كل نشاط له علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالصناعات الكهربائية والغازية وكل نشاط يمكن أن تترتب عنه فائدة سونلغاز (ش ذ أ[1]) .

[1] وثائق من طرف المؤسسة .

وبصفة عامة كل عملية مهما كانت طبيعية ترتبط بصفة مباشرة أو غير مباشرة هدف المؤسسةلا سيما البحث عن المحروقات وإكتشافها وإنتاجها وتوزيعها وتضمن سونلغاز مهمة الخدمة العمومية وفقا للتشريع والتنظيم المعمول به.[1]

المبحث الثاني : تقديم لفرع المؤسسة سونلغاز ولاية غرداية

المطلب الأول : نبذة عن المديرية الجهوية للتوزيع لوحدة غرداية

نظراً لكون دراستنا ستستهدف المديرية الجهوية للتوزيع بغرداية فسنقدم عرضا لهذه الوكالة ووصفا مختلف وظائفها:

- في 16ماي 2007 تم تأسيس المديرية الجهوية للتوزيع بمقتضى القرار 478 المعد من طرف المديرية العامة والمتضمن إنشاء المديريات الجهوية للتوزيع التابعة لفروع التوزيع الخاصة .حيث تنتمي المديرية الجهوية لتوزيع الكهرباء و الغاز بغرداية إلى مؤسسةتوزيع الوسط – البليدة– SDC التي تضم هذه الأخيرة ولايات الوسط التالية : (ولاية البليدة، تيزي وزو، البويرة، المدية، غرداية، الأغواط، ورقلة، الجلفة ، تمنراست، الوادي، بسكرة وإيليزي) ويقدر رأس مال المديرية بـ: 15 مليار دينار ويتلخص هدفها الأساسي في تزويد تراب الولاية بالطاقة الكهربائية و الغاز،و يبلغ عدد عمالها :[1]

سنة 2012: 92 ايطار، 204 عون تحكم، 102 عمال تنفيذ؛

سنة 2013 : 93 اطار، 215 عون تحكم، 98 عمال تنفيذ؛

سنة 2020 : 169 عون أي : 78 إطار ، 89 عون تحكم، 02، عون تنفيذ .

أما المتعاملين فبلغ في 2012 : رقم المتعاملين 162432؛

زبائن الكهرباء 105291؛

[1] وثائق مقدمة من طرف المؤسسة.

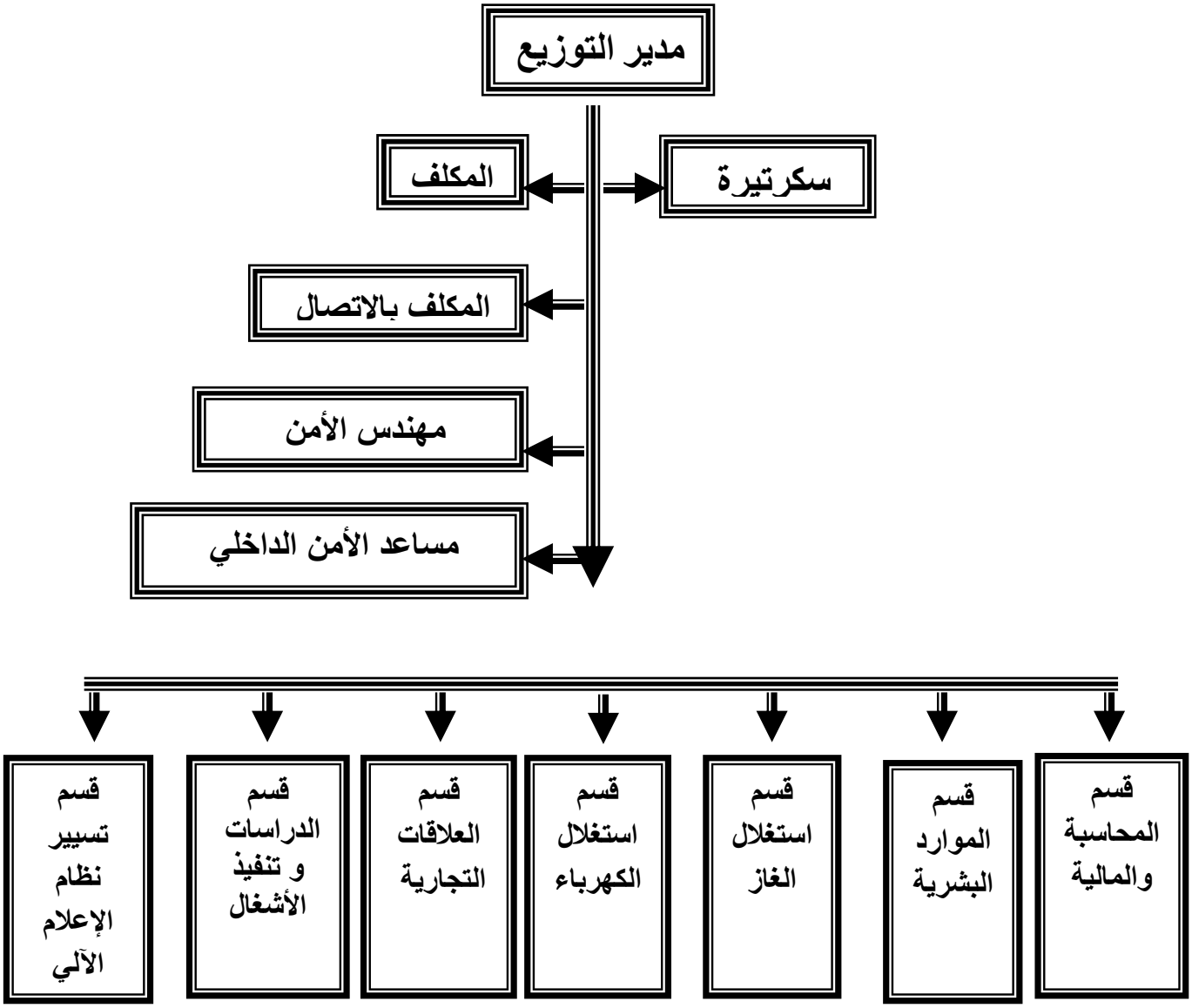
[1] وثائق المؤسسة .

زبائن الغاز 57141

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي للمؤسسة

يعتبر الهيكل التنظيمي للمؤسسة من بين العوامل التي تؤدي لإبراز طريقة نشاطها، فانتظام الوظائف وترابطها يؤدي بالضرورة إلى مسايرة المحيط الذي تعيش فيه، حيث تسعى مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز إلى الاهتمام بهذا التنظيم من خلال إجراء التعديلات اللازمة حسب متطلبات النشاط

الشكل رقم (1) : الهيكل التنظيمي لمديرية توزيع الكهرباء والغاز غرداية .



4- المصدر: رئيس قسم تسيير الموارد البشرية 2020

4-ح الهيكل التنظيمي :

تأسست المديرية الجهوية بمقتضى القرار 478 و يمثل المديرية على المستوى المحلي السيد المدير وتظم المديرية مايلي [1] :

- **مكتب المدير**: و المصالح و الأعوان المتصلون مباشرة به وهم :
  - سكرتير التنفيذي
  - العون المكلف بالاتصال على المستوى المديرية .
  - العون المكلف بالشؤون القانونية على المستوى المديرية .
  - العون المكلف بالوقاية وامن الأشخاص على مستوى المديرية.

ونلخص مهام المديرية بمايلي :

- المساهمة في سير سياسة المديرية العامة للتنويع وسط مجال:الخدمات المقدمة،تعظيم المبيعات،تحصيل الديون .
- تطبيق السياسات التجارية للمؤسسةعلى أكمل وجه .
- توفير كل الشروط الملائمة للتكفل بطلبات الزبائن في المواعيد المحددة بالتكاليف المحددة أيضا و إرشادهم و توعيتهم .
- ضمان التسيير المحكم لشبكات الكهرباء والغاز وتطويرها و مختلف عمليات الصيانة بها .
- وضع برنامج الأشغال و ضمان تنفيذها .
- تسيير الموارد البشرية و توفيرهم بكل الإمكانات المادية الضرورية لسير مهامهم .
- ضمان امن الأشخاص و الممتلكات التي لها علاقة بالتوزيع و توعية المواطنين بالقواعد الأمنية الضرورية.
- ضمان أحسن تمثيل للمؤسسةعلى المستوى المحلي .

[1] –وثائق مقدمة من المؤسسة

5-انتاج الكهرباء:

لتلبية الاحتياجات المتزايدة للطاقة، سترتفع القدرة الإنتاجية الإضافية الوطنية في الفترة 2014-2024 بحوالي 28582 ميغاواط (جميع الشبكات)، من بينها 19682 ميغاواط مقررة و8900 ميغاواط قيد الدراسة.يقدر المبلغ الاجمالي لمخطط التنمية لإنتاج الكهرباء في الفترة 2014-2024 ب 2996 مليار دينار جزائري (من بينها 1312 دينار جزائري للطاقات المتجددة).

تتوزع 19682 ميغاواط المقررة كمايلي :

14710 ميغاواط للشبكة المترابطة الشمالية .

- 640 ميغاواط لتوربينات الغاز المتنقلة.

- 594 ميغاواط توربينات الغاز لشبكة عين صالح، تيميمون.

- 478 ميغاواط للشبكة المعزولة بالجنوب،منها 214 ميغاواط ديزل، 264 ميغاواط توربينات الغاز.

-3260 ميغاواط في مجال الطاقة المتجددة.

3- نقل الكهرباء:

تحويلية إجمالية تقدر ب 84440 MVA ، من بينها 408 وحدة مقررة (04 في طور التأهيل) و 112 وحدة قيد الدراسة. المبلغ الاجمالي لخطة التنمية لشبكات نقل الكهرباء للفترة 2014-2024 يقدر ب1339 مليار دينار جزائري ، من بينها 1330 مليار دينار جزائري تتكفل به فيما يخص نقل الكرباء، طول شبكة نقل الكهرباء التي ستنجز خلال الفترة 2014-2024 ما يقرب 26790 كم .

-20936 كم قررت من بينها 1346 كم في طور التأهيل و 5854 كم خطوط قيد الدراسة.

سيصل طول شبكة مؤسسةنقل الكهرباء 51036 كم بحلول عام 2024، سيزداد عدد المحولات الكهربائية خلال الفترة 2014-2024 ما يقارب 520 وحدة، لتحقيق سعة مؤسسةنقل الكهرباء.

4-نقل الغاز:

فيما يتعلق بنقل الغاز يتمثل مخطط الخماسي 2010-2014 من خلال ربط مواقع مناطق الهضاب العليا و الجنوب بالغاز الطبيعي،مع الاستمرار في ربط المناطق الشمالية بالغاز الطبيعي، بالإضافة الى هذا البرنامج،ستعرف المنشآت الغازية تطور ملحوظ و هذا بالانجاز سلسلة نقل الغاز (الشرق، غرب) في المنطقة الهضاب العليا .

كما ستتم انجاز خطين نقل الغاز من قبل سونطراك بالنيابة عن مؤسسةنقل الغاز، و الهدف الرئيسي من هذه الانجازات هو امداد منطقة تمنراست وجانت وجميع المناطق المجاورة لهذه الأنابيب، وبالتالي، فان الطول الإجمالي لشبكة نقل الغاز الذي سينجز خلال الفترة 2014-2024 يقدر ب 13003 كم،منها 6218كم تندرج من مشاريع مبرمجة في اطار البرنامج الخماسي 2010-2014.

وسيبلغ المبلغ الاجمالي لجميع الاعمال المعلقة بتطوير شبكة نقل الغاز في الفترة 2014-2024 حوالي 878 مليار دينار جزائري على عاتق مؤسسةنقل الغاز[1].

5- توزيع الكهرباء و الغاز:

تتضمن خطة التنمية لشبكات التوزيع برامج الكهربة والتوزيع العمومي للغاز المشرفة عليها الدولة، وكذا المشاريع الخاصة و ربط الزبائن الجدد و كذلك معدات الصيانة والإستغلال، يقدر مبلغ خطة لتطوير التسيير والإستغلال، يقدر مبلغ الخطة تطوير التسيير الشبكات ومنشآت الشركات الأربع لتوزيع الكهرباء والغاز في الفترة 2014-2024 ب103 9 مليار دينار جزائري منها 626 مليار دينار جزائري على عاتق شركات التوزيع الكهرباء و الغاز.

[1] - مرجع سابق الذكر.

المبحث الثالث : تحليل معطيات الدراسة الميدانية : نتطرق من خلاله إلى :

المطلب الأول : تصميم و تنفيذ الدراسة :وقد تمت الدراسة عن طريق :

مجتمع وعينة الدراسة: عينة الدراسة هم عمال مؤسسة سونلغازفي غرداية .

أسلوب جمع البيانات: قمنا في هذه الدراسة بالإعتماد على ثلاثة أدوات لجمع البيانات ، حيث تم الإعتماد على الإستبيان بشكل أساسي ثم اعتماد المقابلة لدعم الإستبيان وإستخدمنا الملاحظة من أجل تكملة جمع البيانات وقد قمنا بتقسيم الإستبيان إلى قسمين :

القسم الأول يحتوي على البيانات الشخصية : السن ، الخبرة المهنية ، الحالة الصحية ، المستوى التعليمي ، الحالة العائلية ،الوظيفة .

القسم الثاني :يضم محورين :

المحور الأول : **أساليب التوعية والتحسيس بمخاطر العمل سونلغاز غرداية** .

المحور الثاني : أساليب الوقاية من حوادث العمل بمؤسسة سونلغاز غرداية

قمنا بإعداد الإستبيان على مراحل إذ تم وضع إستبيان أولي[1]، وعرضه على عدد من الأساتذة المحكمين، حيث قمنا بتصحيح الأخطاء الواردة من أجل إخراجه بشكله النهائي حيث وزعنا 60 إستبيانا وتم إسترجاع 44 منها حيث لم يرجع الباقي الإستمارات نظرا للظروف الصحية والتي قللت من عدد العمال في المؤسسة فلاحظنا أن الكثير منهم كان في إجازة .

المطلب الثاني : إختبار ثبات أداة الدراسة :

الصدق الظاهري : تطلب التحقق عرض الإستبيان على مجموعة من المحكمين تتكون من أساتذة قسم الإعلام والاتصال بجامعة غرداية[2] ، حيث قدمت مجموعة من الملاحظات من طرف المحكمين من أجل تصحيح الأخطاء الواردة فيه وقمنا بتصحيحها وفقا لتوجيهاتهم .

[1] ينظر الملحق رقم 1.

[2] الملحق رقم 3.

- **إختبار ثبات أداة الدراسة :**

قمنا بالتأكد من ثبات أداة الدراسة ، إذ نقيس إستقرار هذه الأداة وعدم تناقضها مع نفسها وقدرتها على الحصول على نفس النتائج في حالة ما إذا تم إعادة توزيعها على العينة نفسها تحت نفس الظروف وقد تم إستخدام معامل ألفا كرونباخ بالإستعانة ببرنامج "SPSS 23" .

وفي الجدول الآتي : حوصلة للنتائج :

الجدول رقم 1: يوضح معامل ألفا كرونباخ بالإستبيان

أبعاد الدراسة	المتغيرات	عدد البنود	معامل الثبات
المحور الأول	أساليب التوعية والتحسيس بمخاطر العمل سونلغاز غرداية	09	0.67
المحور الثاني	أساليب الوقاية من حوادث العمل بمؤسسة سونلغاز غرداية	10	0.67
ثبات أداة الدراسة	المجموع	19	0.67

- **من خلال الجدول الأول** : نجد ان معامل الثبات للمحور الاول والمحور الثاني لمتغيرات الدراسة والبالغ عددها 19 قد حقق نسبة مقبولة بلغت 0.67 بالمئة وهي نسبة مقبولة في ثبات أداة الدراسة المعتمد .

- وقبل التطرق لتحليل الإستبيان نعرض جدول حساب المستوى الحسابي وفق مقياس ليكرت الثلاثي 3

المتوسط الحسابي	درجة الأهمية
من 1 الى 1.66	مستوى منخفض
1.67الى 2.33	مستوى متوسط
3-2.34	مستوى مرتفع

المصدر : دراسات سابقة .

المطلب الثالث عرض وتحليل نتائج الإستبيان :

- **توزيع أفراد العينة حسب متغيرالسن :الجدول رقم 1.**
- من خلال التمثيل البياني نلاحظ أن أغلبية :

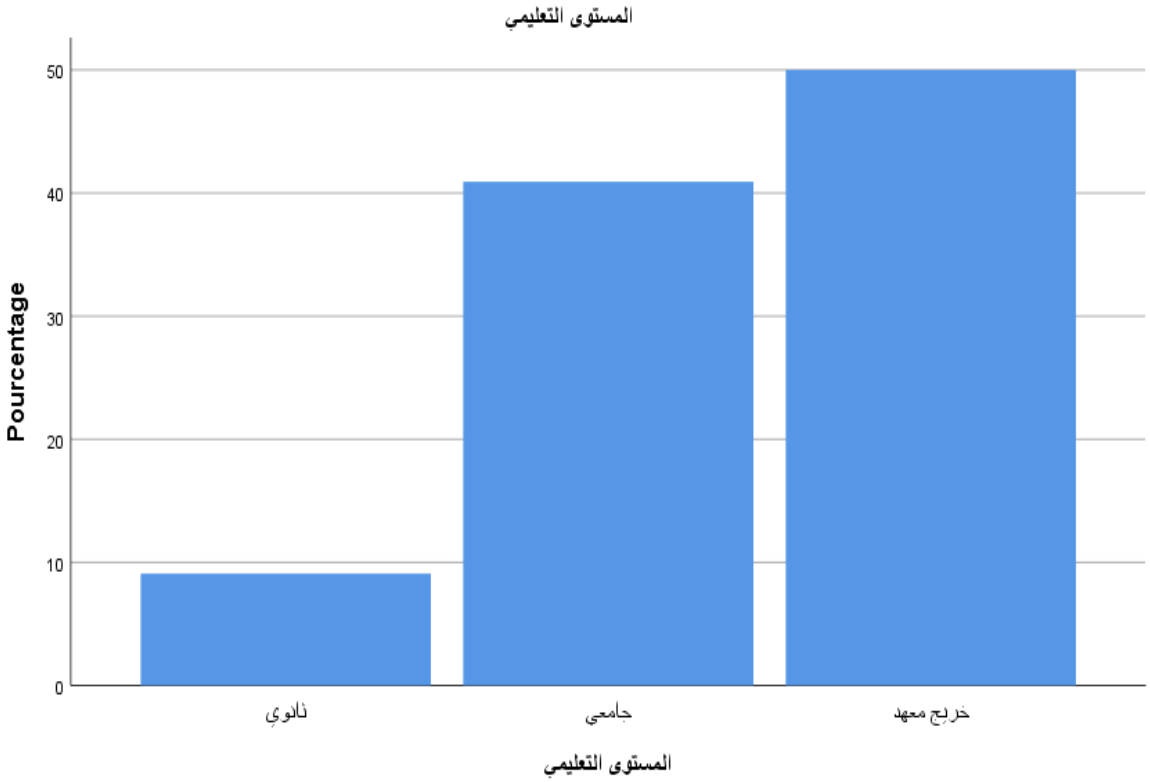
1- الجدول رقم 1: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغيرالسن

السن	التكرار	النسبة المئوية %
من 26-35	5	%11,4
من 36-45	27	61,4%
من 45 فما فوق	12	27,3%
المجموع	**44**	**%100**

المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

من خلال الجدول رقم 1 : نجد أن الفئة مابين 26 و35 بتكرار 5 بنسبة 11بالمئة هي أقل فئة عاملة بالمؤسسة والفئة التي تتروح مابين 36الى 45 بتكرار 27 ونسبة 61.4 مايعني أن فئة الشباب أكثر الفئات العاملة بالمؤسسة .

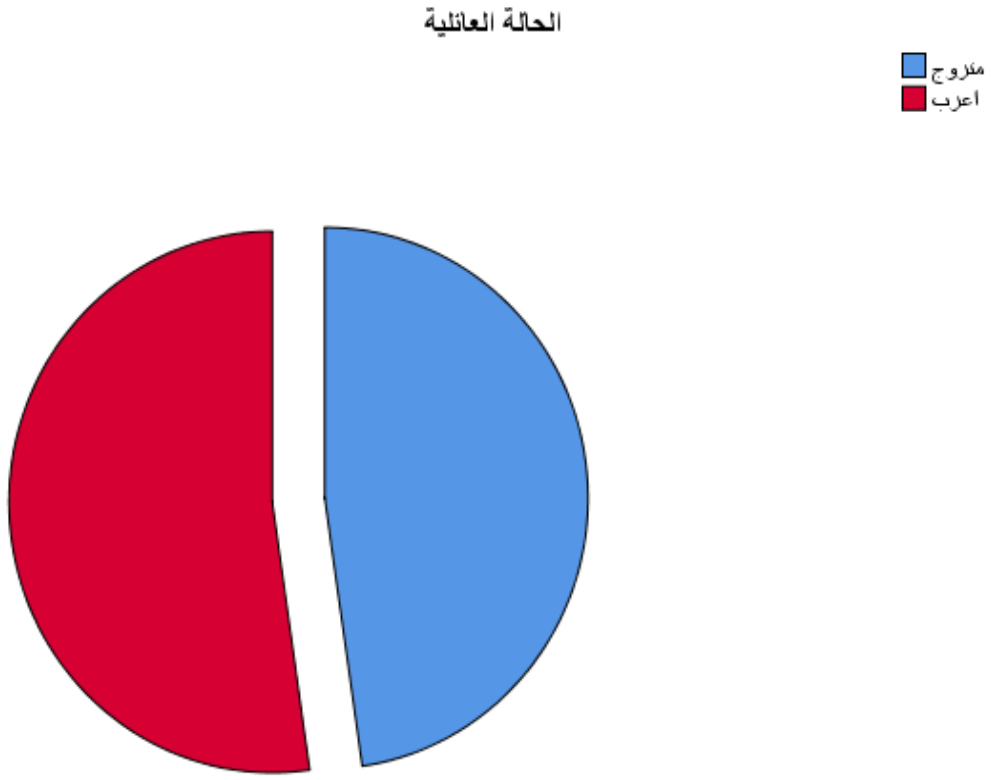
2- الشكل رقم 2:يمثل المستوى التعليمي:



المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

من خلال الرسم البياني رقم2 : نجد أن المستوى الثانوي بتكرار 4 بنسبة 9.1بالمئة يمثل أقل فئة عاملة بالمؤسسة وبلغ الجامعيون نسبة 40بالمئة بعدد 18تكرارات أما أعلى نسبة فكانت خريجو المعاهد ب50بالمئة و22 تكرارا ومنه نلاحظ ان العمال المهنيون أكثر توظيفا بالمؤسسة .

الشكل رقم 3: يمثل الحالة العائلية:



المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

من خلال الشكل "الدائرة النسبية "رقم 3 : نلاحظ أن الفئة المتزوجة 47.7 بالمئة و21 تكرار أما العزاب هي أقل فئة عاملة بالمؤسسة بتكرار 23 ونسبة 52.3

الجدول 4:الحالة الصحية:

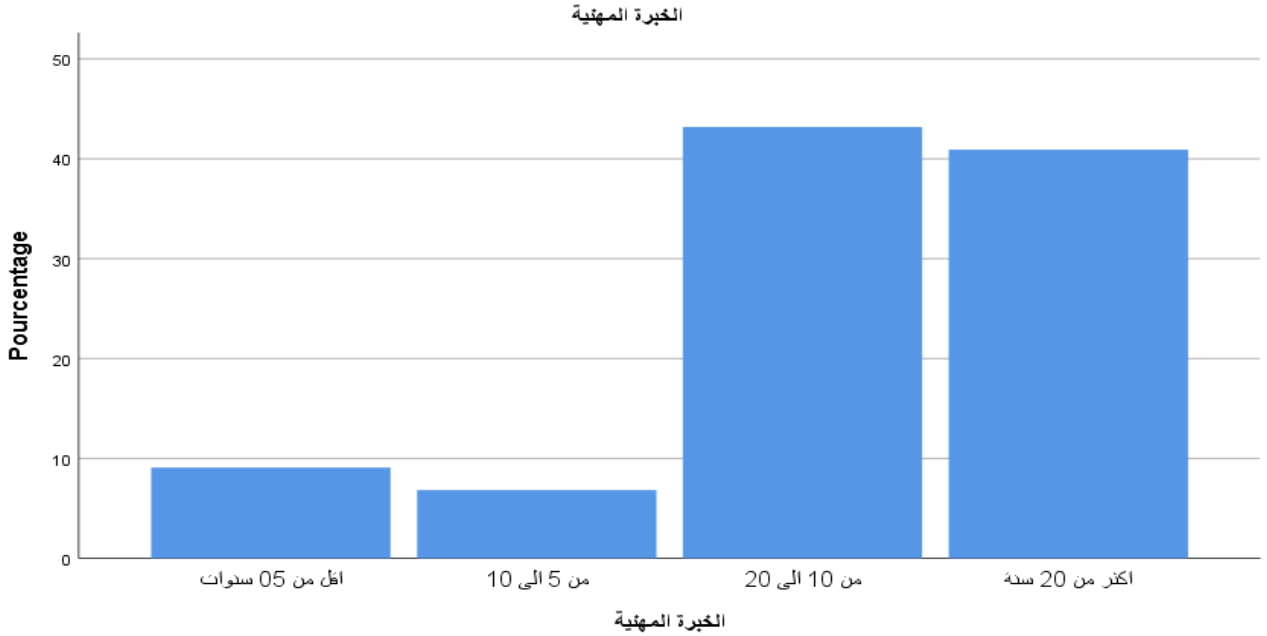
الحالة الصحية	التكرار	النسبة المئوية %
جيدة	44	100
المجموع	44	%100

المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

من خلال الجدول رقم 4 :

نلاحظ أن الإجابات بأوافق كانت كاملة مايدل على أن الحالة الصحية للعينة العاملة بالمؤسسة جيدة بتعدد تكرارات 44 ونسبة 100 بالمئة وبالتالي فلم تذكر أي نوع من الأمراض .

الشكل رقم 05 :الخبرة المهنية:



المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

من خلال الشكل البياني رقم 6 : نلاحظ أن الفئةذات الخبرة أقل 05سنوات 35 بتكرار 4 و بنسبة 9.1 بالمئة والأقل هم مابين 5 غلى 10 سنوات بعدد تكرارات 3 ونسبة 6.8 هي أقل

فئة عاملة بالمؤسسة والفئة التي تتراوح خبرتها مابين 10 إلى 20 سنة فعدد تكرارها 19 بنسبة 43 بالمئة وأكثر فئة عاملة بالمؤسسة لأكثر من 20 سنة عدد تكراراتها 18 ونسبة 40 بالمئة .

المحور الاول :

الجدول الأول 1: يوضح إجابات أفراد العينة حول التذكير اليومي بمخاطر حوادث العمل بالمؤسسة .

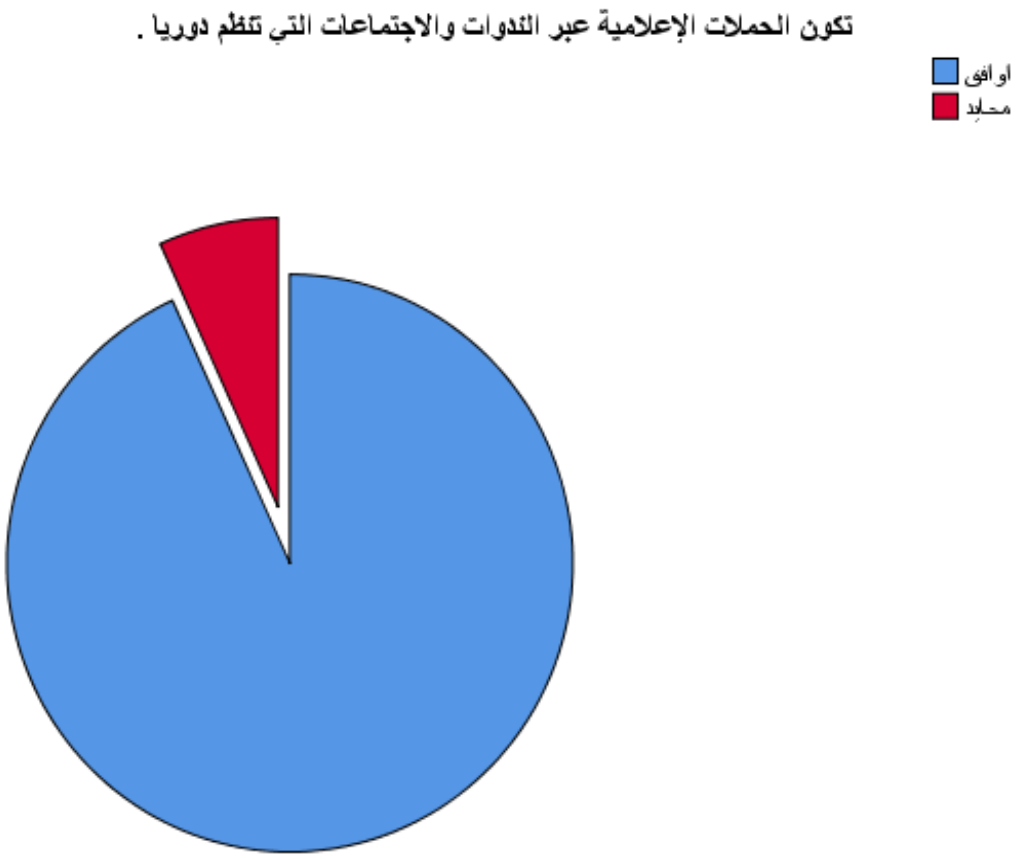
يتم يوميا تذكيركم بمخاطر حوادث العمل مكان عملك.	التكرار	النسبة المئوية %
أوافق	5	%11,4
محايد	39	88,6%
المجموع	**44**	**%100**

المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23.

من خلال الجدول رقم 1 : نلاحظ أن نسبة الإجابة بموافق 11.5 وكانت أعلى نسببة هي المحايد ب88.6ال 61.4 % وبلغ المتوسط الحسابي 1.89 إنحراف معياري3.21 [1] ومنه فإن إجابات العمال تدل على وجود نوع من التذكير لكن ليس معمما على كل عمال المؤسسة بل على فئة معينة وهم العمال الميدانين والاعوان .

[1] الملحق رقم 4 : يوضح قيمة المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لكل سؤال .

الشكل الثاني 2 : يوضح إجابات أفراد العينة حول إستغلال الندوات والإجتماعات المنتظمة كوسائل للحملات الإعلامية التحسيسية .



من خلال الشكل رقم 2 : نلاحظ أن نسبة الإجابة بموافق 93% وهي أعلى نسببة أما المحايد بنسبة 6.8 % وبلغ المتوسط الحسابي 1.07إنحراف معياري 2.55 ومنه فإن إجابات العمال تؤكد وجود الحملات الإعلامية عبر الندوات والإجتماعات المنظمة دوريا **وهوما لاحظناه في الجداول السنوية المبرمجة للدورات والندوات للسنوات السابق .**

الجدول رقم 3: يوضح دور اللوحات الإرشادية في التذكير بقوانين حوادث العمل .

اللوحات الارشادية لها دور كبير في التذكير بقوانين الوقاية من حوادث العمل	التكرار	النسبة المئوية %
اوافق	35	79,5
محايد	9	20,5
المجموع	**44**	**%100**

المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

من خلال الجدول 3: نلاحظ أن نسبة الإجابة بموافق 79 % وهي أعلى نسببة أما المحايد بنسبة 20.5 % وبلغ المتوسط الحسابي 1.20 ومنه فإن إجابات العمال تؤكد وجود الحملات الإعلامية عبر الندوات والإجتماعات المنظمة دوريا وهو **وهو مالاحظناه في إحصائيات الغيابات والحضور للندوات في دفتر المؤسسة .**

الجدول رقم 4 : يوضح إجابات العمال حول تنوع لغات وأساليب التحسيس في الحملات التحسيسة بالمؤسسة مع المستوى التعليمي .

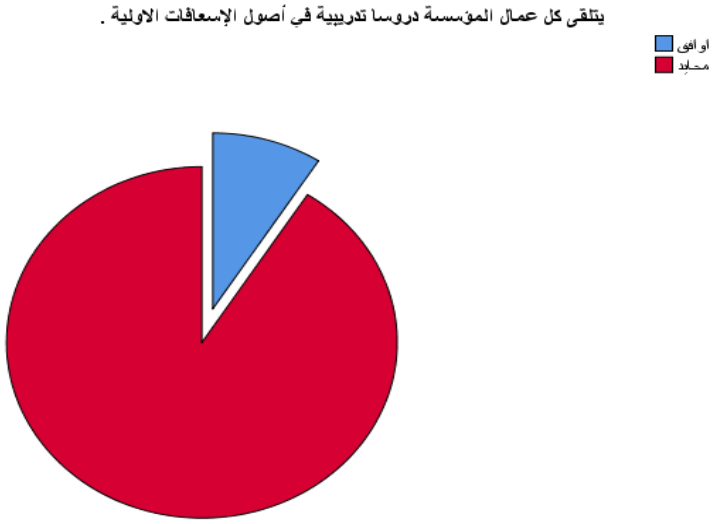
المستوى التعليمي	يتم استعمال عدة لغات وإشارات في إطار الحملات التحسيسية في المؤسسة . * إدراك العمال للمخاطر الواردة في الحملات التحسيسية قلل من حوادث العمل بالمؤسسة	التكرار	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري
.ثانوي	اوافق	44	1,07	,255
	محايد	0	00.0.	00.0.
جامعي	اوافق	44	1,20	,408
	محايد	0	00.0.	00.0.
خريج معهد	اوافق	44	1,00	,000
	محايد	0	00.0.	00.0.

المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

من خلال الجدول المركب 4 : نلاحظ أن الإجابة كانت بموافق بنسبة 100 بالمئة متوسط حسابي 1.00 هذا مايعني أن المؤسسة تستخدم جميع الوسائل والأساليب وهوماينا سب جميع المستويات التعليمية لدى عمال المؤسسة ثم إن إدراك العمال لهذه المخاطر من خلال الحملات التحسيسية قلل من حوادث العمل بالمؤسسة **وهو ما أكده لنا مسؤل مصلحة بالمؤسسةفي مقابلتنا معه** [1]

[1] حسين نواصر ، مسؤول مصلحة بمؤسسة سونلغاز غرداية 13 أوت 2020 الساعة التاسعة صباحا.

5- الشكل رقم 5: يوضح إهتمام المؤسسة بتلقين العمال دروس تدريبية في الإسعافات الأولية .

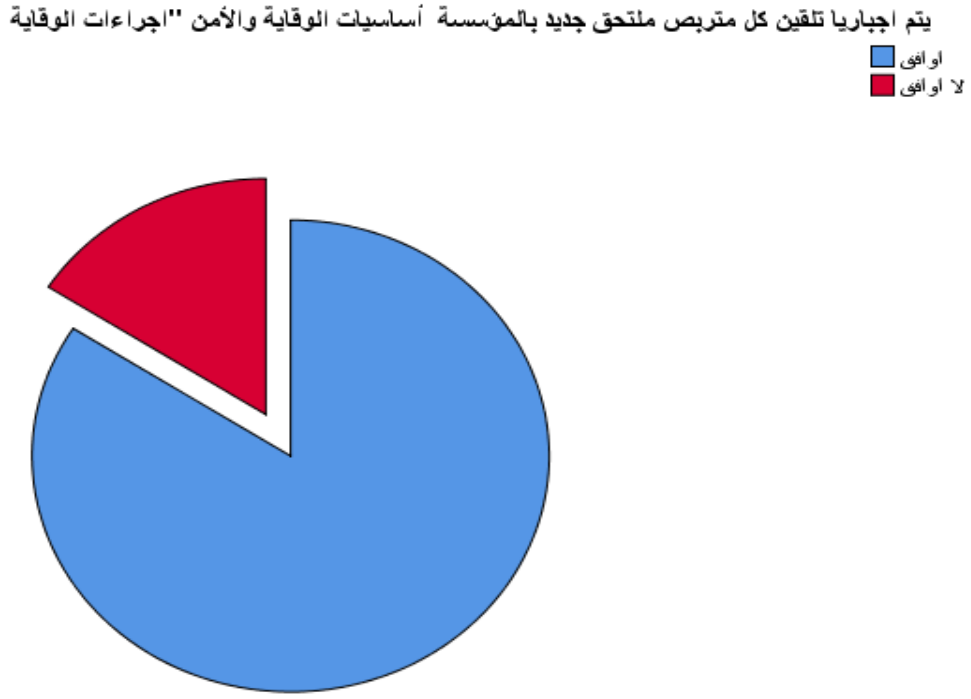


المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

من خلال الدائرة النسبية: نلاحظ أن إجابة العمال بموافق بلغت نسبة 9.1 أما نسبة 90.9 فكانت محايد وهي أعلى نسبة . ومتوسط حسابي بلغ 1.91 هذا مايعني أن اهتمام المؤسسة بتلقين العمال دروس تدريبية في الإسعافات الأولية موجودة بنسبة ضئيلة **وهو ما أكده لنا مسؤول بالمؤسسة عند مقابلتنا معه ذكر عدم تعميمها لكافة العمال بالمؤسسة**[1] **وذلك** لأنها تخص العاملين بالورشات ولا يعنى بها المسيرون الإداريون .

[1] عبد الباقي عبد العزيز ، موظف بمؤسسة سونلغاز غرداية ،يوم 2020/08/10الساعة الالتاسعة صباحا .

الشكل رقم 6: يوضح إجابات العمال حول إلتزام المؤسسة بتلقين الملتحقين بها أساسيات الأمن والوقاية .



المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

من خلال الشكل 6: نلاحظ أن نسبة الإجابات بمحايد 15.9بالمئة في حين بلغت نسبة إجابات أوافق 84.1 بالمئة بمتوسط حسابي قدره 1.32 وهذا يعني أن المؤسسة تلزم إجباريا الملتحقين بها بتلقين أساسيات الوقاية والأمن إجراءات الوقاية **وهو ما لاحظناه في إعلانات المؤسسة وقانونها الداخلي .**

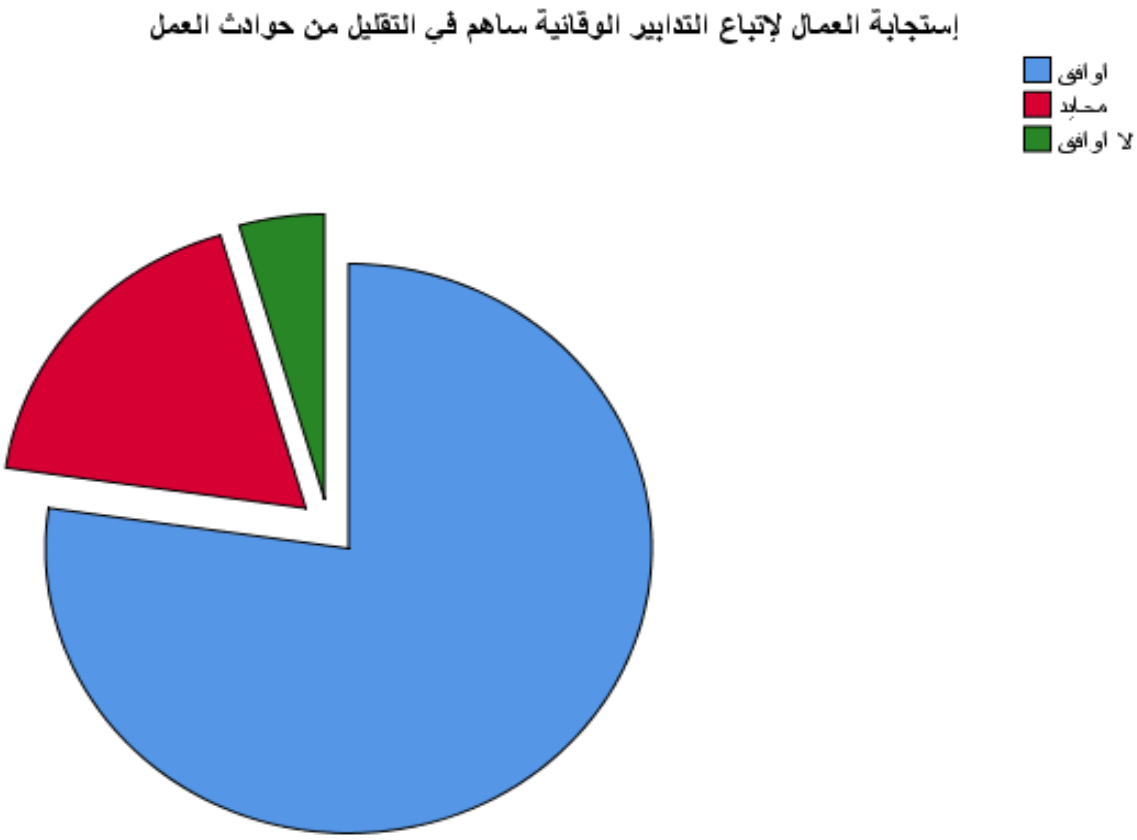
الجدول رقم 7: يوضح إجابات العمال حول الإجراءات الردعية للمخالفين لقواعد الوقاية بالمؤسسة .

يتم اتخاد اجراءات ردعية في حق العمال المخالفين لقواعد الوقاية في مؤسستكم.	التكرار	النسبة المئوية %
اوافق	9	20,5%
محايد	35	79,5%
المجموع	**44**	**%100**

المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

من خلال الجدول 7:نلاحظ أن إجابات العمال بأوافق بلغت 20.5بالمئة أما المحايد فكانت بنسبة 79.5 بمتوسط حسابي قدره 2.59 ومنه نلاحظ أن المؤسسة تتخد إجراءات ردعية في حق العمال المخالفين لإجراءات الوقاية **وهو مالاحظناه في قوانين المؤسسة** .

الشكل رقم 8: يوضح إجابات العمال حول الإستجابة العمال لإتباع التدابير الوقائية ومدى مساهمته في التقليل من حوادث العمل .



المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

من خلال الشكل8: نلاحظ أن إجابات غير موافق بلغت نسبة4.2وهي أقل نسبة اما نسبة الإجابة بمحايد فقد بلغت 18.2 وبلغت نسبة الإجابات بموافق 77.3 وهي أعلى نسبة الإجابات وبلغ المتوسط الحسابي 1027 و ما يدل على أن استجابة العمال للتدابير الوقائية قدساهم في التقليل من حوادث العمل بالمؤسسة وهو ما اكده لنا أحد العمال بالمؤسسة [1] عند **مقابلتنا** معه وكذلك لاحظناه في الرسم البياني لإنخفاض حوادث العمل بالمؤسسة .

[1] حسين بلمخطار ، عامل بمؤسسة سونلغاز 2020/08/06 الساعة العاشرة صباحا .

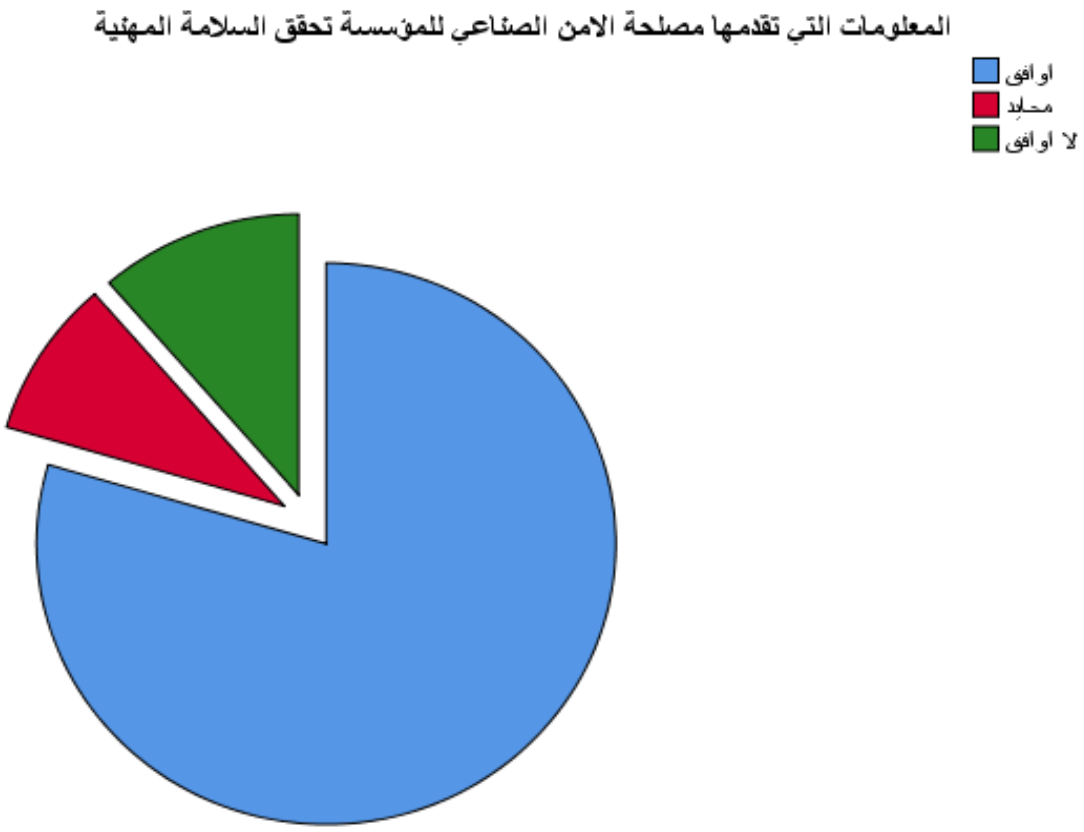
الجدول رقم 10: يوضح مدى إدراك العمال لمخاطر العمل من خلال الحملات التحسيسة وعلاقته بالسن :

إحصاءيات مركبة بدائل الإستجابة					
السن	إدراك العمال للمخاطر الواردة في الحملات التحسيسية قلل من حوادث العمل بالمؤسسة	التكرار	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	
-35.25	اوافق	44	1,07	,255	
	لا اوافق	0[a]	00.	00.	
36-45	اوافق	44	1,20	,408	
	لا اوافق	0[a]	00.	00.	
فمافوق45 .	اوافق	44	1,00	,000	
	لا اوافق	0[a]	00.	00.	

المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

من خلال الجدول 10 : نلاحظ ان الإجابة توحدت بأوافق بنسبة 100بالمئة وبلغ المتوسط الحسابي1.0 وهومايعبر عن إتفاق المبحوثين بكامل الفئات العمرية على دور الحملات الإعلامية التحسيسية للعمال في التقليل من حوادث العمل وهو ما تجسد في الواقع وفقا **لما أورده لنا مسوولون بالمؤسسة أثناء مقابلتنا معهم** .

الشكل رقم 11: يوضح دور المعلومات التي تقدمها مصالح الامن الصناعي بالمؤسسة بتحقيق السلامة المهنية .



المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

نلاحظ من خلال الشكل 11: ان الإجابة تنوعت مابين محايد بنسبة 9.1 ولا أوافق بنسبة 11.4 واعلى نسبة كانت إجابة اوافق بنسبة 79.5 نجد وقد كان المتوسط الحسابي لهذا البند قدره 1.32 ومنه نستنتج أن هناك تحقق للسلامة المهنية من خلال مصلحة الأمن الصناعي ، ومنه فإن الإجابات أكدت لنا أن المعلومات التي تقدمها مصلحة الامن الصناعي للعمال من خلال أي نوع من الحملات التحسيسية بشتى الوسائل تحقق جانبا كبيرا من السلامة المهنية للعمال **وهو ما لاحظناه بإحصائيات الحوادث بالمؤسسة لعدة سنوات .**

الجدول رقم 12: يوضح إمكانية تنبأ أعوان الامن الصناعي بوقوع حوادث للعمل بسبب وضعيات خاطئة للعمال

تنبأ عون الأمن الصناعي بوقوع حادث العمل بسبب وضعيات خاطئة للعامل.	التكرار	النسبة المئوية %
محايد	11	25,0%
لا اوافق	33	75,0%
المجموع	**44**	**%100**

المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

نلاحظ من خلال الجدول 12 : أن الإجابة تنوعت مابين محايد بنسبة25.0 **%** ولا أوافق بنسبة 75.0 **%** وهي أعلى نسبة كانت نجد وقد كان المتوسط الحسابي لهذا البند قدره 2.75 ومنه نستنتج أنه لايمكن لعون الأمن التنبأ بوقوع حوادث للعمال بسبب وضعيات خاطئة للعمال ، يعود ذلك لعدة عوامل أهمها أن مصلحة الأمن الصناعي بالمؤسسة غير ذات وظيفة ولايمكنها مرافقة العمال الى الورشات العاملين ، **وهو ما أكد لنا عون مصلحة الامن الصناعي أثناء مقابلتنا معه** .

الجدول رقم 13 : يوضح إلزامية استخدام لوسائل الوقاية المهنية عند مباشرة العمل .

يتم إجباريا استخدام لوسائل الوقاية المهنية عند مباشرة العمل.	التكرار	النسبة المئوية %
أوافق	39	88,6%
لا أوافق	5	11,4%
المجموع	**44**	**%100**

المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

نلاحظ من خلال الجدول والدائرة النسبية 13 : إن الإجابة تنوعت مابين ولا أوافق بنسبة 11.4 **%** وعلى نسبة كانت إجابة أوافق بنسبة 88.6 **%** نجد وقد كان المتوسط الحسابي لهذا البند قدره 1.23 ومنه نستنتج أن هناك تحقق للسلامة المهنية من خلال مصلحة الأمن الصناعي ، ومنه فإن الإجابات أكدت لنا أن المعلومات التي تقدمها مصلحة الامن الصناعي للعمال من خلال أي نوع من الحملات التحسيسية بشتى الوسائل تحقق جانبا كبيرا من السلامة المهنية للعمال.

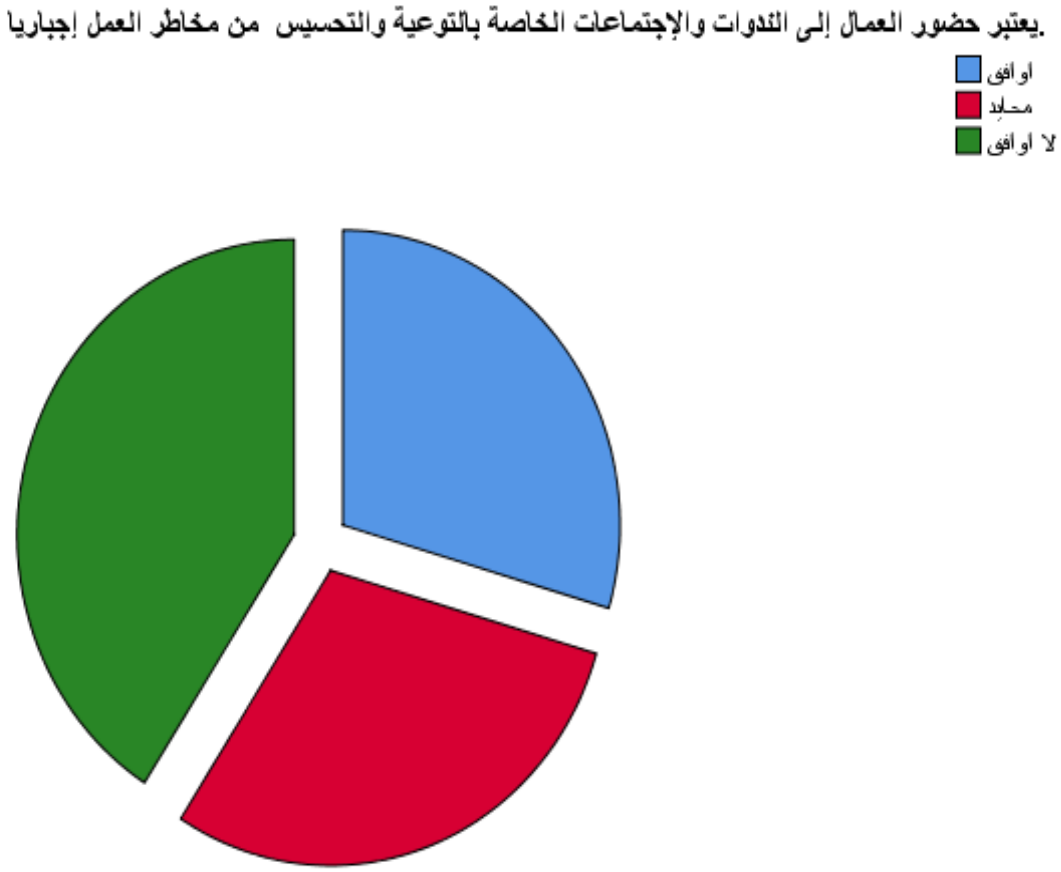
الجدول رقم 14: يوضح ما إذا توفر المؤسسة العتاد الضروري للعمال من أجل الوقاية من حوادث العمل

توفر المؤسسة العتاد الضروري للعمال من أجل الوقاية من حوادث العمل	التكرار	النسبة المئوية %
أوافق	3	%6.8
محايد	39	% 88.6
لا أوافق	2	% 4.5
المجموع	**44**	**%100**

المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

نلاحظ من خلال الجدول والدائرة النسبية 14 : إن الإجابة تنوعت مابين لاأوافق بنسبة 4.5% ولا أوافق بنسبة 6.8 %وأعلى نسبة كانت إجابة محايد بنسبة 88.6 % نجد وقد كان المتوسط الحسابي لهذا البند قدره 1.98 ومنه نستنتج أن هناك تحقق للسلامة المهنية من خلال مصلحة الأمن الصناعي ، ومنه فإن الإجابات أكدت لنا أن المعلومات التي تقدمها مصلحة الأمن الصناعي للعمال من خلال أي نوع من الحملات التحسيسية بشتى الوسائل تحقق جانبا كبيرا من السلامة المهنية للعمال **وهو ما لاحظنا وجوده بمخزن العتاد بالمؤسسة** .

الشكل رقم 15 : يوضح إجبارية حضور العمال للندوات والإجتماعات الخاصة بالتوعية والتحسيس .



نلاحظ من خلال الشكل 15 : إن الإجابة تنوعت مابين محايد بنسبة 29.5% ولا أوافق بنسبة **%** 40.9 وأعلى نسبة كانت إجابة أوافق بنسبة 29.5 **%** نجد وقد كان المتوسط الحسابي لهذا البند قدره 2.11 ، ومنه **نستنتج** أن هناك تحقق للسلامة المهنية من خلال مصلحة الأمن الصناعي ، ومنه فإن الإجابات أكدت لنا أن المعلومات التي تقدمها مصلحة الأمن الصناعي للعمال من خلال أي نوع من الحملات التحسيسية بشتى الوسائل تحقق جانبا كبيرا من السلامة المهنية للعمال .

الجدول رقم 16 : توجيه أعوان الأمن الصناعي للعمال على إتخاذ الوضعيات الصحيحة للعمال قلل من وقوع حوادث العمل .

توجيه أعوان الأمن الصناعي للعمال على إتخاذ الوضعيات الصحيحة للعمال قلل من وقوع حوادث العمل .	التكرار	النسبة المئوية %
أوافق	30	68,2%
محايد	8	18,2%
لا أوافق	6	13,6%
المجموع	**44**	**%100**

المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

نلاحظ من خلال الجدول 16 : إن الإجابة تنوعت مابين ولا أوافق بنسبة 13.6 ومحايد بنسبة 18.2 ، وأعلى نسبة كانت إجابة أوافق بنسبة 68.2 ،نجد وقد كان المتوسط الحسابي لهذا البند قدره1.45 ومنه نستنتج أن هناك توجيه لأعوان الأمن الصناعي للعمال على إتخاذ وضعيات صحيحة قلل من حوادث العمل ، ومنه فإن الإجابات أكدت لنا أن التوجيهات التي يقدمها عمال الأمن الصناعي للعمال من خلال أي نوع من الحملات التحسيسية بشتى الوسائل قلل من حوادث العمل وهو **ما ذكره بعض العمال أثناء مقابلتنا معهم** .

الجدول رقم 17 : يوضح مساهمة بعض الدراسات الاكاديمية في تفسير أسباب حوادث العمل وكيفية الإحتياط منها .

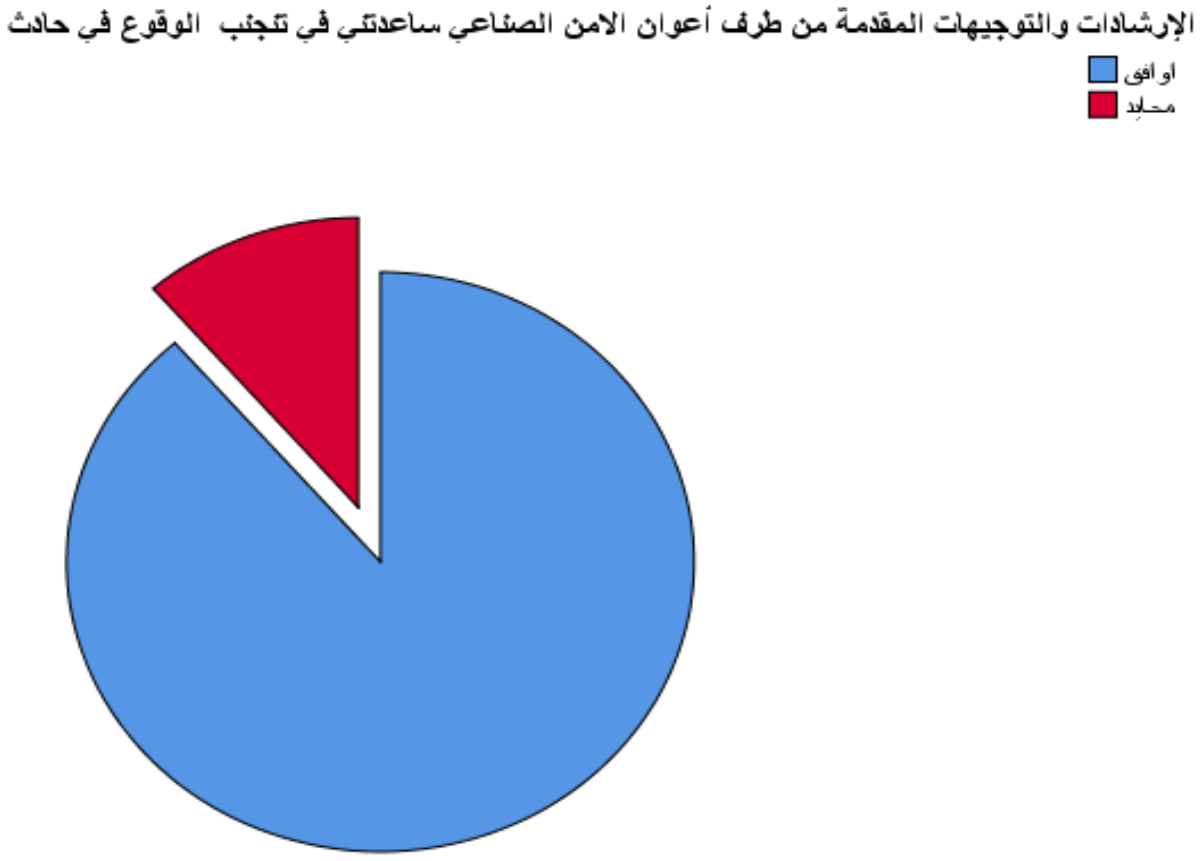
ساهمت بعض الدراسات الاكاديمية في تفسير أسباب حوادث العمل وكيفية الإحتياط منها.	التكرار	النسبة المئوية %
اوافق	39	88,6%
محايد	5	% 11,4
المجموع	**44**	**%100**

المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

نلاحظ من خلال الجدول والدائرة النسبية 17 : إن الإجابة تنوعت مابين محايد بنسبة 11.4 وأعلى نسبة كانت إجابة أوافق بنسبة88.6 **%**، نجد وقد كان المتوسط الحسابي لهذا البند قدره 11.4% ومنه نستنتج أن هناك تأكيد لدور الدراسات الأكاديمية في تفسير حوادث العمل من خلال النظريات المختلفة والعوامل متعددة ، ومنه فإن الإجابات أكدت لنا أن الدراسات لهادور كبير في تفسير أسباب حوادث العمل وكيفية الإحتياط منها ،ويمكن على ضوئها صياغة الحملات التحسيسية للإحتياط من الوقوع بها .

الشكل رقم 18: يوضح دور الإرشادات والتوجيهات في تجنب الوقوع في حوادث العمل

.

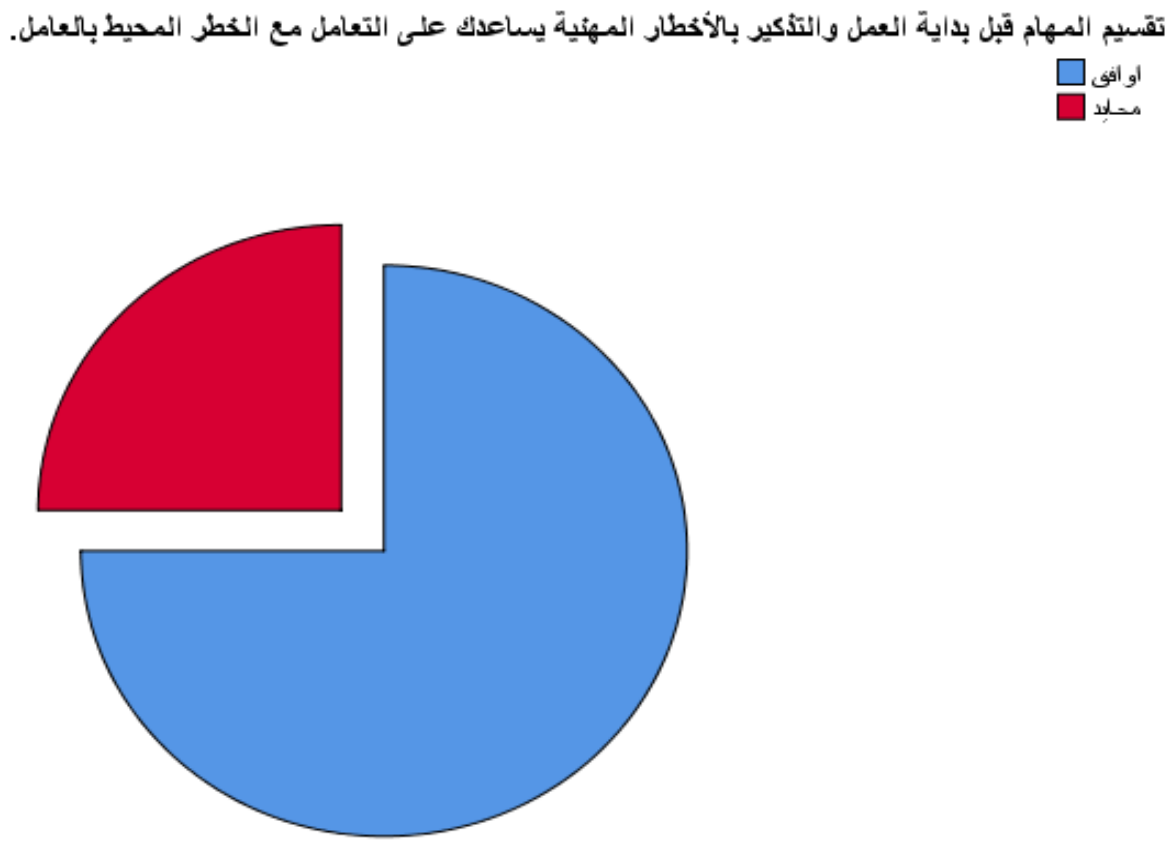


المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

نلاحظ من خلال الشكل 18:

أن الإجابة تنوعت مابين محايد بنسبة 11.4 وأعلى نسبة كانت إجابة أوافق بنسبة88.6 ، نجد وقد كان المتوسط الحسابي لهذا البند قدره 1.11 ومنه نستنتج أن هناك إستجابة للعمال لتوجيهات من عمال الأمن الصناعي ، ومنه فإن الإجابات أكدت لنا أن المعلومات التي يقدمها عمال الأمن الصناعي للعمال لقيت إستجابة كبيرة وساهمت في التقليل من حوادث العمل وهو **ما ذكره لنا عمال المؤسسة خلال المقابلة** .

الشكل رقم19 : يوضح ماإذا كان تقسيم المهام والتذكير المستمر بالأخطار المهنية يساعد على التعامل معها.



المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss23

نلاحظ من خلال الشكل 20: إن الإجابة تنوعت مابين محايد بنسبة 25% وأعلى نسبة كانت إجابة أوافق بنسبة 75.0 % نجد وقد كان المتوسط الحسابي لهذا البند قدره 1.25 .ومنه نستنتج أن تقسيم المهام قبل العمل و التذكير المستمر بأخطار العمل يساعد كثيرا في التقليل منها ، ومنه فإن الإجابات أكدت لنا أن المعلومات التي تقدمها مصلحة الأمن الصناعي للعمال من خلال أي نوع من الحملات التحسيسية بشتى الوسائل تحقق جانبا كبيرا من السلامة المهنية للعمال **وهو ما لاحظناه موجودا بالمؤسسة ممثلا بالملصقات التحسيسية .**

الجدول رقم 20: يوضح أن أغلب حوادث العمل يكون العنصر البشري سببا بها

أغلب حوادث العمل يكون سببا فيها العنصر البشري.	التكرار	النسبة المئوية %
أوافق	39	88,6%
لا أوافق	5	11,4%
المجموع	**44**	**%100**

المصدر : من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات spss 23.

من خلال الجدول والدائرة النسبية نجد أن الفئة ما بين إن الإجابة تنوعت مابين محايد بنسبة 11.4% وأعلى نسبة كانت إجابة أوافق بنسبة88.6 %، نجد وقد كان المتوسط الحسابي لهذا البند قدره 1.23 ومنه نستنتج أن اتفاق على أن العنصر البشري يكون سببا في اغلب حوادث العمل وهو ماتأكد لدينا من خلال بعض المقابلات مع العمال .

المبحث الثالث : التحقق من الفرضيات وعرض نتائج الدراسة

المطلب الأول : إثبات أو نفي الفرضيات

إختبار الفرضيات بإستخدام إختبار **T STUDENT**

صياغة الفرضيات إحصائيا :

توجد علاقة تأثير بين الحملات الإعلامية التحسيسة والوقاية من حوادث العمل بالمؤسسة ونعبر عن هذه الفرضية إحصائيا بصياغة الفرضيتين التاليتين

$H_0 : P = 0$ أي لاتوجد علاقة تأثير بن الحملات التحسيسية ووالوقاية من حوادث العمل

$H_1 : P > 0$: أي توجد علاقة تأثير بن الحملات التحسيسية والوقاية من حوادث العمل بالمؤسسة .

الفرضية الثانية :

إن تحديد أسباب حوادث العمل يساهم في وضع حملات تحسيسية فعالة وبالتالي التقليل من وقوع هذه الحوادث ونعبر عنها إحصائيا بصياغة الفرضيتين التاليتين :

$H_0 : P = 0$: أي لاتوجد علاقة بين تحديد أسباب حوادث العمل والتقليل من وقوعها .

$H_2 : P > 0$: أي أن تحديد أسباب حوادث العمل يتسبب في كثرة وقوعها .

الفرضية الثالثة :

إن تنوع أساليب االتحسيس والوقاية يخفض من حوادث العمل بالمؤسسة .

$H_0 : P = 0$: أي أنه لاتوجد علاقة بين التنوع في أساليب التحسيس والتخفيض من حوادث العمل.

$H_3 : P > 0$: أي إن تنوع أساليب االتحسيس والوقاية يخفض من حواد العمل بالمؤسسة .

- **جدول نتائج إختبار الفروض بإستعمال إختبار : T STUDENT .**

النتائج / الفرضيات	عددأفراد العينة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الخطأ المعياري	الفرق الإحصائي	مستوى المعنوية المحسوب (الدلالة)	نتيجة الإختبار
الفرضية الأولى	44	1.20	0.408	0.062.	0.002	0.000	مقبولة
الفرضية الثانية	44	1.23	0.642	0.097	0.024	0.000	مقبولة
الفرضية الثالثة	44	1.11	0.321	0.048	0.024	0.000	مقبولة

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات SPSS 23.

- نرفض فرضية العدم إذا كانت قيمة "ت" المحسوبة أكبر من "ت" الجدولية .
- نرفض فضية العدم إذا كانت قيمة مستوى المعنوية المحسوبة أقل من 0.05 .
- وعليه نقبل الفرضية البديلة (H_1) في حالة رفض فرضية العدم (H_0) ؛
- من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق يتعين ما يلي :
- قبول الفرضية البديلة (H_1) ؛
- قبول الفرضية البديلة (H_2) ؛
- قبول الفرضية البديلة (H_3) ؛
-

مناقشة الفرضيات على ضوء النتائج :

الفرضية الأولى:

- توجد علاقة تأثير بين الحملات الإعلامية التحسيسية والوقاية من حوادث العمل بالمؤسسة.

بينت نتائج الدراسة أن مؤسسة سونلغاز بغرداية أن للحملات التحسيسية تأثير كبير في الوقاية والتخفيض من حوادث العمل بالمؤسسة .

الفرضية الثانية :

- إن تحديد أسباب حوادث العمل يساهم في وضع حملات تحسيسية فعالة وبالتالي التقليل من وقوع هذه الحوادث.

بينت نتائج الدراسة من خلال الإستبيان والملاحظة والمقابلة أن مؤسسة سونلغاز وبسبب إهتمامها بتحديد أسباب حوادث العمل من أجل صياغة ووضع حملات تحسيسية وفقا لماورد بالأسباب ساهم في الوقاية من حوادث العمل والتقليل منها .

الفرضية الثالثة :

- إن تنوع أساليب التحسيس والوقاية يخفض من حوادث العمل.

من خلال نتائج الإستبيان والمقابلات بينت النتائج أن مؤسسة سونلغاز بغرداية تعتمد على أساليب متنوعة في حملاتها التحسيسية وهذا ما يخفض من حوادث العمل بالمؤسسة .

المطلب الثاني :عرض نتائج الدراسة

من خلال موضوع دراستنا التي تمحورت حول دور الحملات التحسيسية في الوقاية والتخفيض من حوادث العمل بمؤسسة سونلغاز بغرداية توصلنا الى مجموعة من النتائج وهي :

-أن مؤسسة سونلغاز غرداية تعتمد بشكل كبير على الحملات التحسيسية وذلك لفعاليتها الكبيرة في التأثير على العمال والمساهمة في تنبهيهم من الوقوع في حوادث العمل .

-إن معرفة تحديد أسباب حوادث العمل المتنوعة البشرية والمادية وتحديد عواملها يساعد كثيرا في تفسيرها ووضع حملات إعلامية مناسبة ومنه الوقاية من حدوثها ووقوعها داخل المؤسسة وخارجها .

-إن إستخدام أساليب متنوعة في إعداد الحملات التحسيسية يساهم بشكل كبير زيادة الوعي الوقائي لدى العمال وتخفيض حوادث العمل .

خلاصة الفصل :

بعد عرض وتحليل البيانات توصلت الدراسة في الفصل الأخير إلى أن مؤسسة سونلغاز بغرداية تعتمد على الحملات الإعلامية التحسيسية والوقائية من أجل زيادة الوعي الوقائي لدى العمال ومنه تخفيض حوادث العل مايؤثر ايجابا على مردودية الإنتاج ويحافظ على سلامة العمال .

خاتمـــــــــــــة

ومن خلال هذه الدراسة التي تطرقت إلى دور الحملات الإعلامية في المؤسسات الصناعية والتي إخترنا مؤسسة سونلغاز بولاية غرداية ميدانا لها من وذلك نظرا لأهمية هذا الموضوع التي تمثلث في أهمية الحملات التحسيسية ومساهمتها في التقليل من نسبة حوادث العمل خاصة مع النقص الذي تعرفه المكتبات في هذا المجال ونقص الدراسات في هذا الموضوع.

بالإضافة إلى قيمته الجوهرية وهي المحافظة على النفس البشرية من خلال تبيين مساهمة الحملات التحسيسية في تخفيض حوادث العمل والتعرف على مسببات حوادث العمل وكيفية التقليل منها بمؤسسة سونلغاز غرداية ،من خلال المتغيرين السابق ذكرهما في المؤسسة الصناعية ذاتها وعلى إثر ذلك وبعد الدراسة الميدانية والإستبيان والملاحظات والمقابلات توصلنا إلى مجموعة من النتائج وهي :

- سعت الدولة الجزائرية عامة والمؤسسة الإقتصادية خاصة لتحذو حذو الدول المتقدمة مستغلة كل الإمكانيات والموارد والوسائل من أجل مواكبة التطور الصناعي في العالم وتحقيق التقدم والإزدهار والرفاهية ، وقد حرصت المؤسسات الإقتصادية على الإعتماد على الوسائل الإعلامية الحديثة من أجل تحقيق ذلك بشكل كبير خاصة في الجانب التحسيسي بالمجال الصناعي من أجل المحافظة على سلامة العمال خاصة من حوادث العمل .
- ساهمت الحملات الإعلامية التحسيسة بشكل كبير في رفع الوعي الوقائي لدى العمال وجنبتهم الكثير من الحوادث مكان عملهم.
- إن تنوع الوسائل والأساليب في الحملات التحسيسية ،قد قلل من وقوع الحوادث بالمؤسسات .
- إن إلتزام العمال بالنصائح والتوجيهات التي تقدم خلال الحملات التحسيسية قد نبهت العمال إلى المخاطر التي يمكن وقوعها وبالتالي جنبتهم حوادث مختلفة .
- إن معرفة أسباب وعوامل والنظريات المفسرة لحوادث العمل يساعد كثير في تصميم حملات تحسيسة مناسبة .
- أن للحملات التحسيسية دور كبير في توفير بيئة عمل آمنة من الأخطار الصناعية ورفع مستوى الكفاءة مايؤدي الى التخفيض من حوادث العمل ومنه تجنيب المؤسسات خسائر كبيرة من حيث الإنتاج أو تكاليف الأخطار المهنية .

- لقيت الحملات الإعلامية التحسيسية إستجابة كبيرة لدى عمال المؤسسة وساهمت كثيرا في تجنيب المؤسسة خسائر في الجانب البشري وحتى الجانب المادي بل وساهمت في تدوير عجلة الإنتاج من خلال هذه الدراسة .
- وفي الأخير إرتأينا تقديم بعض الإقتراحات تخص المؤسسات عامة ومؤسسة سونلغاز خصوصا :
- على المؤسسات الحرص على التنظيم الدوري و المنتظم لحملات التحسيس والتوعية لجميع العمال ولكافة المستويات وبكل الوسائل .
- ضرورة المواكبة التوعوية الحديثة من إشارات التنبيه الفوق البنفسجية والحرارية والناطقة المنبهة قبل وقوع الأخطار وكذا تفعيل إشارات الإنذار .
- الحرص على تقفير معدات الحماية الواقية خصوصا الأحذية العازلة والخوذات إذرغم وجودها إلا أنها غير كافية بالنسبة لعال المؤسسة .
- وفي الأخير يمكن إقتراح العناوين الآتية كآفاق للبحث :
- لاحظنا أن المؤسسة توفر

قائمة البيبليوغرافيا

قائمة البيبليوغرافيا :

المراجع بالعربية :

1. بدوي عبد الرحمان: مناهج البحث العلمي،وكالة المطبوعات ، ط3 ، مجلد 1 ، 1997 ، الكويت
2. البكري فؤادة عبد المنعم: التسويق الاجتماعي وتخطيط الحملات الإعلامية عالم ، الكتاب، القاهرة، 2007
3. ثابت عبد المنعم ، الحملات الإعلامية وتحقيق التكامل بينها وبين الاتصال الشخصي لمواجهة المشكلة السكانية ، مجلة الفن الإذاعي ، القاهرة: اتحاد الإذاعة والتليفزيون، ع11 ،7ابريل 1988، .
4. جابر سامية محمد: القانون والضوابط الإجتماعية : مدخل علم الإجتماع إلى فهم التوازن في المجتمع ،دار المعرفة الجامعية للنشر والطبع والتوزيع 1984
5. جاعد حميد محسن : إدارة الحملات الإعلامية في الباحث الإعلامي ، كلية الإعلام جامعة بغداد العدد 4 ، السنة مارس 2008،
6. الحمداني معن يحي : الأمن والسلامة المهنية ، الإسعافات الأولية ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان الأردن ، بدون سنة .
7. خضر وائل مبارك ، دليل اعداد وتنفيذ الحملات الاعلامية ، الامارات العربية التحدة موقع الكاتب WailMobark
8. دويدار:عبد الفتاح :سيكولوجية الاتصال والإعلام ،دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005 .
9. زعموم خالد ، المديولوجية وحملات التسويق الاجتماعي في الوطن العربي، كلية الاتصال،جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة،
10. زعموم خالد ، المديولوجية وحملات التسويق الاجتماعي في الوطن العربي، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة،
11. شاويش مصطفى نجيب : إدارة الموارد البشرية ، دار الشروق ، الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، 2005

12. الصغير زكرياء ، تصميم الحملات الإعلامية ، جامعة محمد خيضر ، قسم علوم الإعلام والإتصال، بسكرة ،2014 .
13. عبد العزيز نبيل, التخطيط لمواجهة أخطار التهديد بالقنابل , الندوة لسابعة للأمن الصناعي , الأمانة العامة للهيئة العليا للأمن الصناعي , العربية السعودية 1428 هـ
14. عبد المحسن حسين إيمان فتحي: حملات التوعية الإعلامية بقضايا المجتمع للشباب ، المكتب العربي للمعارف،مصر الجديدة ، القاهرة ، مصر ، ط1 ،2016،
15. عبيدات محمد إبراهيم: التسويق الاجتماعي: الأخضر والبيئي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ،2004.
16. عدلي عصمت : المدخل إلى التشريعات الإعلامية والإعلام الأمني، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ،2009 .
17. عسيوي عبد الرحمان ، سيكولوجية العمل و العمال، دار الراتب الجامعية، الإسكندرية، دون تاريخ، مصر .
18. عقلي وصفي عمر: إدارة القوى العاملة ، (ط1) عمان: دار زهران للنشر والتوزيع ، 2001.
19. عواجي صلوي عبد الحافظ: نظريات التأثير الإعلامية ، جمع وتنسيق :أسامة بن مساعد المحيا ، محاضرات منشورة، جمعت بتاريخ :1433/06/25 هـ،.
20. عوض عباس محمود: حوادث العمل في ضوء علم النفس،(د.ط).مصر:دار المعارف ،1985.
21. النيل محمد السيد :علم النفس الصناعي ، بحوث عالمية و عربية ، دار النهضة العربية ، بيروت ، لبنان .، 1985،.
22. العوضي عبد الرحمان عبد الله : دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي سبل إنجاح سياسة إعلامية بيئية محاضرة في ملتقى دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي ، جامعة الدول العربية القاهرة ، 15-16 ديسمبر 1993 .
23. فهمي أحمد هندسة الجمهور:كيف تغير وسائل الإعلام الأفكار والتصرفات ، مركز البيان للبحوث والدراسات ،ط1 ،1436هـ الرياض .

24. كاظم محمود جواد ، أهمية دراسة حوادث و إصابات العمل و الإحصائيات الخاصة بذلك، محضارات الدورة الخاصة بالسلامة و الصحة المهنية في الوطن العربي.

25. لارامي، فالي ب : البحث في الإتصال ، ترجمة : ميلود سفاري وآخرون ، جامعة قسنطينة ، منشورات الجزائر 2004.

26. مبارك وائل: دليل إعداد وتنفيذ الحملات الإعلامية، موقع الكاتب وائل مبارك الإمارات العربية المتحدة.

27. مجيب توفيق محمد و بازعة عبد الله محمد : العلاقات الصناعية في الشركات و المؤسسات العامة ، مكتبة القاهرة الحديثة ، مصر، 996 ص 597.

28. محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام واتجاهات التأثير،عالم الكتب ، ط3 ، القاهرة ، 2004.

29. محمد مسعود قيراط ، إعداد البرامج التوعوية و التعليمية حول القضايا الأمنية، كلية التدريب،قسم البرامج التدريبية، الرياض، . 2014

30. مصباح عامر : الإقناع الاجتماعي : خلفيته النظرية وآلياته العملية،ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ،2005 .

31. مكاوي حسن عماد: الاتصال و نظرياته المعاصرة ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 2002.

32. الملك صالح محمد :حملات التوعية العامة والخطوات الأساسية اللازمة لنجاحها، ط 1، السبت 06ربيع - 2، 1421العدد 1014.

33. موسى سليمان نظام ، عبد المجيد البرواري: إدارة التسويق في المنظمات غير الربحية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ، 2009.

الوثائق:

1-قانون رقم 83-13مؤرخ في 21رمضان 1403هـ الموافق لـ 2يوليو 1983يتعلق بحوادث العمل و الأمراض المهنية، المنشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية،

الصادرة في 24رمضان 1403هـ الموافق 05يوليو 28. م، عدد1983 قانون رقم -13 83مؤرخ في 21رمضان 1403هـ الموافق لـ 2يوليو.

2 – وثائق مقدمة من مؤسسة سونلغاز.

- **الرسائل الجامعية**

36- سملالي يحضية ، دراسة أثر حوادث العمل على الوقاية الانتاجية و فاعلية نظام الوقاية في المؤسسة الصناعية ، رسالة ماجيستير علوم التسيير ، معهد الاقتصاد ، جامعة الجزائر ، 1995-1994 .

37- دربال كريمة : دور الحملات الإعلامية في نشر ثقافة الكشف المبكر عن سرطان الثدي ،رسالة ماستر اشراف سعيدوني شيخ عبد الكريم ، جامعة مولاي الطاهر سعيدة 2018/2017 .

38- علي موسى حنان: الصحة والسلامة المهنية وأثرها على الكفاءة الإنتاجية في المؤسسة الصناعية دراسة حالة المؤسسة ، هنكل الجزائر مركب شلغوم العيد : مذكرة لنيل الماجستير : رسالة ماجستيرجامعة منتوري قسنطينة تخصص العلوم الإقتصادية ، تسيير اشراف بوخمخم عبد الفتاح 2007/2006.

المجلات والدوريات:

-

39- أبو بكر الصديق أسماء: الحملات الإعلامية بين الاتصال المباشر والاتصال الجماهيري مجلة الفن الإذاعي، العدد 187، إتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، جويلية ،2007

40- ضبع مريم : حوادث العمل والأمراض المهنية ، اسبابها والوقاية منها "في مجلة المحترف جامعة زيان عاشور جامعة الجلفة العدد 3/ 2014جوان

41- عيفة جمال: "الاتصال الشخصي في المجتمع الجزائري بين الفاعلية وقلة الاهتمام الرسمي" في المجلة الجزائرية للاتصال العدد ،20 ،قسم الإعلام والاتصا ل جامعة الجزائر، جانفي- جوان ،2008.

42- – أبو الليف عبد المحسن ، الأمن الصناعي ، محاضرات بأكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية , الرياض 1417 هـ.

43- منذر سفيان صالح :المقال منشور :معايير الأمن والسلامة المهنية المتقدمة وأساليبها الحديثة سفيان منذر صالح.http//www.ahewar.org/debat/show يوم 202/05/22 الساعة 20.00.

44- ناجي أحمد ، حوادث العمل، مجلة العمل العربية، عدد ،21 بغداد، أكتوبر ،1981

-المعاجم والقواميس :

45 – الجوهري اسماعيل بن حماد أبو نصر : تاج اللغة وصحاح العربية ،دار العلم للملايين بيروت الطبعة الرابعة ج1،1987 .

- 46شلبي كرم : معجم المصطلحات الإعلامية ، دار الشروق للنشر ،القاهرة ،1989,
- 47 – بن منظور: لسان العرب ،دار الكتب العلمية ،بيروت لبنان ، ج3،2003

– المراجع بالغة الأجنبية

34- Jacques Charbonnier, L'accident du travail et le .1 management de la prévention, éd.hommes et techniques, paris, 1980

35- Jean Pierre Citeau , Gestion ressources humaines: principes généraux et cas pratiques, Armand colin, 4éme édition, dalloz, paris, 2002,

مواقع الإلكترونية :

http//www.ahewar.org/debat/show.

www. acadimaia.dz

الملاحـــــــــق

الملحق الأول: [1]

جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

إستبيان

من إعداد : وليد حروزي

عبد النور عجابي

نقوم بإنجاز دراسة بعنوان : دور الحملات التحسيسية في الوقاية واالتخفيض من حوادث العمل – مؤسسة سونلغاز – غرداية.لمعرفة ماتوفره المؤسسةلضمان سلامة العمال من برامج وقائية نرجو منكم المساهمة الجادة في إنجاح هذه الدراسة وذلك بالإجابة بكل موضوعية على كافة الأسئلة، وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تتفق مع رأيكم، علما بأن هذه المعلومات ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط .

نشكر لكم مسبقا تفاعلكم وجهودكم في إنجاح هاته الدراسة بحسن تعاونكم

المحور الاول – البيانات الشخصية :

1-السن :18- 44 ☐ 45 سنة فما فوق ☐

2- المستوى التعليمي : ثانوي ☐ جامعي ☐ خريج معهد ☐

3 -.الحالة العائلية : متزوج /ة ☐ أعزب ☐

4-الحالة الصحية : جيدة ☐ إعاقة ☐

5-في حال الإعاقة هل هي :

حسية "سمعي بصري" ☐ أمراض مزمنة ☐ حركية ☐

[1] الإستبيان المعتمد للدراسة .

6- **الخبرة المهنية** : أقل من 5 سنوات ☐ من 5 إلى 0 ☐ من 10 إلى 20 ☐ أكثر من 10سنة ☐

المنصب الوظيفي :.....

المحور الثاني : أساليب التوعية والتحسيس بمخاطر العمل

الرقم	الفقرة	اوافق	محايد	لا أوافق
01	يتم يوميا تذكيركم بمخاطر حوادث العمل في مكان عملك.			
02	تكون الحملات الإعلامية عبر الندوات والاجتماعات التي تنظم دوريا .			
03	اللوحات الارشادية لها دور كبير في التذكير بقوانين الوقاية من حوادث العمل			
04	يتم استعمال عدة لغات وإشارات في إطار الحملات التحسيسية في المؤسسة .			
05	يتلقى كل عمال المؤسسة دروسا تدريبية في أصول الإسعافات الاولية .			
06	يتم اجباريا تلقين كل متربص ملتحق جديد بالمؤسسة أساسيات الوقاية والأمن "اجراءات الوقاية			
07	يتم اتخاد اجراءات ردعية في حق العمال المخالفين لقواعد الوقاية في مؤسستكم .			
08	إستجابة العمال لإتباع التدابير الوقائية ساهم في التقليل من حوادث العمل			
09	إدراك العمال للمخاطر الواردة في الحملات التحسيسية قلل من حوادث العمل بالمؤسسة			

3- المحورالثالث :أساليب الوقاية من حوادث العمل				
الرقم	الفقرة	أوافق	محايد	لا أوافق
.1	المعلومات التي تقدمها مصلحة الامن الصناعي للمؤسسة تحقق السلامة المهنية			
.2	تنبأ عون الأمن الصناعي بوقوع حادث العمل بسبب وضعيات خاطئة للعامل . عبارة تحتاج الى تعديل في الصياغة			

.3	يتم إجباريا اسخدام لوسائل الوقاية المهنية عند مباشرة العمل			
.4	توفر المؤسسة العتاد الضروري للعمال من أجل الوقاية من حوادث العمل			
.5	.يعتبر حضور العمال إلى الندوات والإجتماعات الخاصة بالتوعية والتحسيس من مخاطر العمل إجباريا			
.6	توجيه أعوان الأمن الصناعي للعمال على إتخاذ الوضعيات الصحيحة للعمال قلل من وقوع حوادث العمل			
.7	ساهمت بعض الدراسات الاكاديمية في تفسير أسباب حوادث العمل وكيفية الإحتياط منها.			
.8	الإرشادات والتوجيهات المقدمة من طرف أعوان الامن الصناعي ساعدتني في تنجنب الوقوع في حادث			
.9	تقسيم المهام قبل بداية العمل والتذكير بالأخطار المهنية يساعدك على التعامل مع الخطر المحيط بالعامل.			
.10	أغلب حوادث العمل يكون سببا فيها العنصر البشري .			

رابعا: أسئلة المقابلة: المقابلة تكون لها استمارة كذلك وتقديم كما هو الحال في الاستبيان

1 هل وقع لك حادث او لأحد زملائك أمامك ؟تحدث عنه

.....:

.....

2 . ماهو السبب الذي كان وراءهذا الحادث

.....:

.....

3 . من هي الفئة أكثر تضررا من بين عمال المؤسسة

.....:

ماهي أنواع حوادث العمل التي تقع تحتاج لتعديل :

4 .....

4. هل منحة الخطر في مستوى الخطر الذي يواجهك في حالة وقوع الحادث

.....

الملحق الثاني : [1]

الأساتذة المحكمون : أة/ نسيبة فريجات جامعة غرداية

أ/ جمال كانون جامعة غرداية .

أ/ فوزي شرايطي .جامعة غرداية .

أ /بومدين بوداود ،جامعةغرداية .

[1]- الأساتذة من قسم الإعلام والإتصال بجامعة غرداية .

الملحق الثالث: جدول معامل ألفا كرونباخ [1].

Statistiques de fiabilité	
عدد العناصر	Cronbach معامل
19	67.8

الملحق الرابع : جدول الإحصايات المعتمد

Statistiques descriptives

	Ecart انحراف معياري type	Moyenne		Somme	Maximum	Minimum	Plage	N	
	Statistiques	Erreur standard	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Statistiques	
	,608	,092	3,16	139	4	2	2	44	العمر
	,658	,099	2,41	106	3	1	2	44	المستوى التعليمي
	,505	,076	1,52	67	2	1	1	44	الحالة العائلية
	,000	,000	1,00	44	1	1	0	44	الحالة الصحية
								0	في حال الاعاقة هل هي :
	,914	,138	3,16	139	4	1	3	44	الخبرة المهنية
	,321	,048	1,89	83	2	1	1	44	يتم يوميا تذكيركم بمخاطر حوادث العمل مكان عملك .
	,255	,038	1,07	47	2	1	1	44	تكون الحملات الإعلامية عبر الندوات والاجتماعات التي تنظم دوريا .
	,408	,062	1,20	53	2	1	1	44	اللوحات الارشادية لها دور كبير في التذكير بقوانين الوقاية من حوادث العمل

يتم استعمال عدة لغات وإشارات في إطارالحملات التحسيسية في المؤسسة .	44	0	1	1	44	1,00	,000	,000	
يتلقى كل عمال المؤسسة دروسا تدريبية في أصول الإسعافات الاولية .	44	1	2	1	84	1,91	,044	,291	
يتم اجباريا تلقين كل متربص ملتحق جديد بالمؤسسة أساسيات الوقاية والأمن "اجراءات الوقاية	44	2	3	1	58	1,32	,112	,740	
يتم اتخاد اجراءات ردعية في حق العمال المخالفين لقواعد الوقاية في مؤسستكم .	44	2	3	1	114	2,59	,123	,816	
إستجابة العمال لإتباع التدابير الوقائية ساهم في التقليل من حوادث العمل	44	2	3	1	56	1,27	,082	,544	
إدراك العمال للمخاطر الواردة في الحملات التحسيسية قلل من حوادث العمل بالمؤسسة	44	0	1	1	44	1,00	,000	,000	
المعلومات التي تقدمها مصلحة الامن الصناعي للمؤسسة تحقق السلامة المهنية	44	2	3	1	58	1,32	,102	,674	
تنبأ عون الأمن الصناعي بوقوع حادث العمل بسبب وضعيات خاطئة للعامل .	44	1	2	3	121	2,75	,066	,438	
يتم إجباريا اسخدام لوسائل الوقاية المهنية عند مباشرة العمل	44	2	1	3	54	1,23	,097	,642	
توفر المؤسسة العتاد الضروري للعمال من أجل الوقاية من حوادث العمل	44	2	1	3	87	1,98	,051	,340	
يعتبر حضور العمال إلى .	44	2	1	3	93	2,11	,127	,841	

الندوات والإجتماعات الخاصة بالتوعية والتحسيس من مخاطر العمل إجباريا									
توجيه أعوان الأمن الصناعي للعمال على إتخاذالوضعيات الصحيحة للعمال قلل من وقوع حوادث العمل	44	2	1	3	64	1,45	,110	,730	
ساهمت بعض الدراسات الاكاديمية في تفسير أسباب حوادث العمل وكيفية الإحتياط منها.	44	1	1	2	49	1,11	,048	,321	
الإرشادات والتوجيهات المقدمة من طرف أعوان الامن الصناعي ساعدتني في تنجنب الوقوع في حادث	44	1	1	2	49	1,11	,048	,321	
تقسيم المهام قبل بداية العمل التذكيربالأخطار المهنية يساعدك على التعامل مع الخطر المحيط بالعامل	44	1	1	2	55	1,25	,066	,438	
أغلب حوادث العمل يكون سببا فيها العنصر البشري.	44	2	1	3	54	1,23	,097	,642	
N valide (liste)	0								