

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس LMD

الميدان: العلوم الإنسانية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطلبة:

بلعباس عبد الرزاق

تارش موسى

بلعباس كريمة

الموضوع:

**العملية الاتصالية داخل المؤسسة الإعلامية
دراسة ميدانية للمؤسسة دار الصحافة بورقلة**

الأستاذ المشرف: محرز حمایمی

السنة الجامعية: 2014/2013

الإهداء

إلى أعز ما أملك في هذه الدنيا والديا الكريمين أظال
الله في عمرهما وإلى كل من مدنا بيد العون في إنجاز
هذا العمل المتواضع

أهدي ثمرة عملنا المتواضع هذا إلى جميع أساتذة
العلوم الإنسانية

الشكر

قال الله تعالى في كتابه العزيز " ولئن شكرتم لأزيدنكم "

نحمد الله عز وجل حمدا كثيرا ونشكره على إتمام هذا العمل المتواضع وعملا بقوله "الرسول صلى الله عليه وسلم " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ الفاضل "أ.حمایمی محرز" الذي شرفنا بالإشراف على هذا العمل وإعانتنا بأهم توجيهاته ونصائحه كما نتقدم بالشكر الجزيل كذلك إلى أساتذة العلوم الإنسانية .

ونتقدم بالشكر الجزيل إلى موظفي مؤسسة دار الصحافة عبد الحميد بونجاح بورقلة والى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد .

وشكرا

	<u>فهرس المحتويات:</u>
	الإهداء.....
	الشكر.....
	فهرس المحتويات.....
	فهرس الأشكال.....
	فهرس الجداول.....
أ	مقدمة.....
<u>الفصل الأول: الإطار المنهج</u>	
6	طرح الإشكالية.....
7	أسباب إختيار الموضوع.....
7	وأهداف الدراسة.....
8	تحديد المفاهيم.....
13	الدراسات السابقة.....
<u>الفصل الثاني: الاتصـال</u>	
16	مقدمة.....
17	المبحث الأول : مفهوم الاتصال.....
19	المبحث الثاني : عناصر العملية الاتصالية.....
23	المبحث الثالث: أنواع الاتصال.....
26	المبحث الرابع : وسائل الاتصال الجماهيري.....
27	خاتمة الفصل.....
<u>الفصل الثالث : الاتصال الداخلي</u>	

29مقدمة الفصل
30المبحث الاول : ماهية الاتصال الداخلي
33المبحث الثاني : أنواع الاتصال الداخلي
36المبحث الثالث : وسائل الاتصال الداخلي في المؤسسة
38المبحث الرابع: وسائل الاتصال السمعية البصرية
39المبحث الخامس :وظائف الاتصال الداخلي
40المبحث السادس : معيقات الاتصال الداخلي
44خاتمة الفصل
<u>الفصل الرابع: الجانب التطبيقية</u>	
47التعريف بمجتمع الدراسة
49منهج الدراسة
50أدوات جمع البيانات
52تبويب وتحليل وتفسير البيانات الميدانية
66نتائج العامة
67الخاتمة
69قائمة المراجع
75الملاحق

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
20	نموذج لاسويل	01
24	نموذج بيرلو	02
32	مخطط الاتصال الداخلي	03

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
52	يوضح توزيع مجتمع البحث على متغيرات البحث	01
53	يوضح توزيع البيانات الخاصة بالاتصال الذي يتم داخل المؤسسة	02
54	يوضح توزيع مدى الاتصال الرسمي داخل المؤسسة	03
55	الاتصال غير رسمي له دور أيضا داخل المؤسسة	04
55	العملية الاتصالية التي تتم بين العمال لها دور في سير عمل المؤسسة	05
56	توزيع البيانات الخاصة بالاتصال الداخلي في المؤسسة ودورها في إنجاح المادة الإعلامية	06
57	توزيع البيانات الخاصة بالاتصال الغير الرسمي ومدى مساهمته في الحصول على المعلومات المهنية	07
57	يوضح توزيع البيانات الخاصة بتقديم أعمال المؤسسة انشغالات والشكاوي لمدير المؤسسة	08
58	يوضح توزيع البيانات الخاصة بطبيعة المواضيع التي تناقش	09
59	يوضح توزيع البيانات الخاصة بوسائل الأكثر استخداما بالمؤسسة	10
60	يوضح توزيع البيانات حول تنظيم اجتماعات العمل التي تناقش قضايا المؤسسة	11
60	يوضح توزيع البيانات الخاصة بالعوائق التنظيمية التي تعرقل العملية الاتصالية	12
61	يوضح توزيع البيانات الخاصة تؤثر علاقتك بزملائك على اتصالك بهم	13
62	يوضح توزيع البيانات الخاصة حول مستقبل الاتصال الداخلي	14

فهرس الجداول المركبة

الصفحة	عنوان الجدول	رقم
63	جدول خاص بالجنس المبحوث حول الاتصال الداخلي سبب في نجاح المؤسسة	01
64	عامل المستوى ودوره في تنظيم العمل الخاصة بمناقشة قضايا المناقشة	02
65	عامل الجنس وعلاقته بالعوائق التنظيمية التي تعرقل العملية الاتصالية	03



المقدمة

المقدمة :

يلعب الاتصال دورا كبيرا في حياتنا اليومية فهو يشغل جزءا من وقتنا فيقضي الإنسان مجمل وقته في الاتصال بالآخرين وحتى نفسه ، فالاتصال هو ذلك العملية السلوكية التي تعتمد على انتقال المعلومات وتبادل الأفكار والآراء من اجل تصور وفهم الأمر بين شخص وآخر أو بين مجموعة من الأشخاص وحتى بين الإنسان ونفسه كما قلنا .

ولكي يتم الاتصال بالطريقة المثالية فانه لا بد من تكامل وتوفير الأطراف اللازمة للاتصال تبدأ من المرسل الذي يقوم بإنشاء الرسالة ودفعها للمستقبل الذي يقوم باحتضانها فيحاول فك رموزها وشفراتها بنفس المفهوم الذي يود المرسل إيصاله وذلك لا يكون من عدم وإنما من الخلفية والتنشئة الاجتماعية والثقافية للمستقبل ، وحتى رموز وشفرات الرسالة يكون المرسل والمستقبل على دراية بمفهومها بنفس المعنى ، كل ذلك التواصل الحاصل بين المرسل والمستقبل يكون عن طريق وسيلة اتصال إما مباشرة أو غير مباشرة (وسائل الاتصال الجماهيرية) .

حيث تعتبر المؤسسات الإعلامية واحدة من المؤسسات الكثيرة التي تدرك أهمية الاتصال في بناء ونجاح المؤسسات.

المؤسسات الإعلامية تقوم بدور المرسل في وقتنا الحالي مهما كان نوع هذه المؤسسات صحفية ، سمعية أو سمعية بصرية ، إلا أنها تستخدم الاتصال كغيرها من المؤسسات سواء في بناء مادتها الإعلامية الموجهة للجمهور أو حل مشاكلها وبناء علاقات داخلية وخارجية (داخل المؤسسة أو خارجها) ، لتثبيت الثقة في نفوس عمالها وشركائها المحليين أو الدوليين .

وفي مذكرتنا هذه سلطنا الضوء على أهمية الاتصال في بناء المادة الإعلامية في المؤسسات الإعلامية ، واحترنا كنموذج المؤسسة دار الصحافة بورقلة، نود من خلال ذلك التعرف على أهمية هذه العملية في بناء المادة الإعلامية وللوصول إلى الاستنتاجات والنتائج التي نريد التعرف عليها اتبعنا الخطة المبينة أعلاه بين الإطار المنهجي والإطار النظري وأخيرا الإطار التطبيقي

اعتمدنا في الإطار المنهجي على طرح الإشكالية الأساسية التي نبنى عليها العمل، وكذا التساؤلات التي انبثقت عن الإشكالية الأساسية، ومن ثم الأسباب اختيار الموضوع التي انقسمت بين الذاتية والموضوعية وأهم الدراسات السابقة للموضوع المقترح في دراستنا... الخ .

أما عن الإطار النظري فقد قسمناه بين فصلين عنوانهما حسب العناصر الأساسية للموضوع المقترح للدراسة: الاتصال ، الاتصال الداخلي .

في الفصل الأول تعرضنا إلى الاتصال الذي يتكون من أربعة مباحث : تطرقنا فيها إلى تعريف الاتصال بصفة عامة وعناصر العملية الاتصالية في المبحث الثاني أما عن المبحث الثالث أيضا تطرقنا إلى أنواع الاتصال وفي المبحث الرابع والأخير تعرضنا فيه إلى أهم الوسائل الاتصال الجماهيرية بين الوسائل المقروءة والمكتوبة ، السمعية والسمعية لبصرية .

هذا فيما يخص الفصل الأول أما الفصل الثاني الذي أردنا من خلاله التعرف أكثر والتعمق في الاتصال وبالذات الاتصال الداخلي في المؤسسات ، تطرقنا في البداية إلى الاتصال الداخلي في المؤسسة تعريفه وعناصره ، في المبحث الثاني عرجنا على أنواع الاتصال الداخلي سواء الرسمي أو غير الرسمي وما ينتج عنهما من تداعيات ، وسائل الاتصال في الداخلي في المؤسسات كان موضوع دراستنا في المبحث الثالث عرضنا فيه أهم الوسائل المكتوبة ، السمعية ، السمعية البصرية والشفوية .

في المبحث الرابع ركزنا على وظائف الاتصال وأهميته بين وظيفة الإنتاج والإبداع واهم الأبعاد المرتبطة بهما.

في الأخير من الفصل الثاني تطرقنا إلى معوقات الاتصال الداخلي التي تنوعت بين العوائق التنظيمية والعوائق الاجتماعية والنفسية.

لننتقل بعد ذلك إلى الإطار التطبيقي ومحاولة دراسة حالة الاتصال الداخلي في مؤسسة دار الصحافة وأهميته في بناء المادة الإعلامية عن طريق إجراء المقابلات وتوزيع الاستمارات وكذا تحليلها ودراستها للوصول إلى النتائج المرغوب دراستها.

الإطار

المنهجي

الفصل الأول

- طرح الإشكالية
- أسباب إختيار الموضوع
- الدراسات السابقة
- تحديد المفاهيم
- أهداف الدراسة

طرح الإشكالية :

يعتبر الاتصال من الدعائم الأساسية للمؤسسة مهما كانت طبيعتها أو طبيعة نشاطها وذلك من خلال الدور الذي تؤديه ، والمؤسسة التي تطمح إلى الرقي و الازدهار هي التي تهتم بالاتصال وتحاول تطبيقه وتجسيده على ارض الواقع على أكمل وجه ، وذلك حتى تكون على علاقة مع جمهورها الداخلي والخارجي ، بحيث تكون هذه العلاقة مبنية على الثقة والتعاون والإحساس بالمسؤولية .

ومن خلال دراستنا هذه سنحاول دراسة ومعالجة واقع الاتصال الداخلي في المؤسسات الإعلامية ، ودوره في بناء مادة إعلانية ناجحة ، وكذا مختلف الوسائل المستخدمة في هذه العملية الحيوية لدى هذه المؤسسات خاصة وان المؤسسات الإعلامية ذات أهمية بالغة ، أيضا نود معرفة أهم العوائق التي تعرقل العملية الاتصالية الداخلية ، وكنموذج اخترنا مؤسسة دار الصحافة عبد الحميد بونجاح بورقلة

وللإمام بعناصر الموضوع المقترح طرحنا الإشكالية الأساسية التالية :

فيما يتمثل دور الاتصال الداخلي في بناء وانجاز المادة الإعلامية في مؤسسة دار الصحافة بورقلة ؟

1- ما هي فعالية الاتصال الداخلي في تحقيق مادة إعلامية كاملة؟

2- ما هي أنجع الوسائل المستخدمة من طرف مؤسسة دار الصحافة في اتصالها الداخلي؟

3- ما هي أهم العوائق التي تعيق عملية الاتصال الداخلي لدى مؤسسة ؟

أسباب اختيار الموضوع:

• الأسباب الذاتية:

- 1- التعرف على مؤسسة الإعلامية دار الصحافة
- 2- الاستفادة من الزيارات الميدانية وإعطاء فكرة مقربة عن المجال المهني الإعلام
- 3- إعطاء قيمة علمية وإعلامية لمذكرة التخرج

• الأسباب الموضوعية:

- 1- التعرف على أهمية الاتصال الداخلي في مؤسسة.
- 2- معرفة مدى فعالية الوسائل المستخدمة في تحقيق عملية الاتصال الداخلي.
- 3- معرفة أهم العوائق التي تعيق الاتصال الداخلي في المؤسسة.

أهداف الدراسة:

- 1- هدف علمي وهو الوصول إلى معرفة مدى فاعلية الاتصال الداخلي في بناء المادة الإعلامية في المؤسسة الإعلامية.
- 2- معرفة كيفية تطبيق مؤسسة دار الصحافة لقواعد الاتصال الداخلي والعمل على تطوير أساليبه ووسائله.
- 3- التعرف على أهم المشاكل والمعوقات التي تعوق العملية الاتصالية الداخلية في مؤسسة .
- 4- التدريب على البحث العلمي وتطبيق قواعده المنهجية في الدراسة والتعود على حل المشاكل بطريقة علمية وموضوعية.

تحديد المفاهيم :

1- تعريف الاتصال:

إن كلمة الاتصال مشتقة من Communique من الأصل اللاتيني Communication ؛ للتعبير بذلك عن ما مفاده إقامة رسالة مشتركة مع شخص آخر .

تبعاً لذلك فإن الاتصال حسب التعريف السابق هو جعل المرسل والمستقبل يشتركان في رسالة واحدة.

أما دائرة المعارف البريطانية؛ فعرفت الاتصال بأنه "أسلوب تبادل المعاني بين الأشخاص من خلال نظام متعارف عليه من الإشارات .

يذهب كارل هوفلاند إلى القول: "الاتصال هو العملية التي يقوم بها الفرد الذي يقوم بنقل المثير، وغالباً ما تكون رموز شفوية لتعديل سلوك الأفراد الآخرين.

ويمكن القول كذلك بأن الاتصال هو عملية يتم من خلالها تبادل ونقل المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الانطباعات بين طرفين أو أكثر سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، باستخدام طريقة أو أكثر ، وذلك بهدف الإعلام أو الدعاية أو الإعلان أو الإقناع أو التأثير العقلي أو العاطفي أو الإيحاء بأفكار واتجاهات وأهداف معينة¹.

والإتصال عملية ربط مقصودة بين طرفين مرسل ومستقبل لتأدية وظيفة محددة في إطار النشاط الإنساني ، فهو عملية اجتماعية انتقائية وغايتها هي حصول الفرد والجماعة على المعلومات والمعارف

¹عبد السميع غريب ، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، ط2 مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2، ص 13.

والإمام بتجارب الأفراد والجماعات الأخرى من جهة ، وفي الوقت ذاته إيصال آراءه وتجاربه إلى الآخرين بما يكفل خلق عملية تفاعلية اجتماعية ثنائية الطرف في كل الأحوال¹

التعريف الإجرائي للاتصال:

عملية تبادل الأفكار والمعلومات بين المرسل و المستقبل عبر قناة اتصالية مع وجود رد فعل .

الاتصال الداخلي:

نعني بالاتصال الداخلي ذلك الاتصال الذي يتم داخل المنظمات والذي يهدف إلى ضمان انسياب المعلومات والأفكار بأقصى درجة من المستويات الإدارية المختلفة على المرؤوسين وانتقال رجع الصدى من هؤلاء المرؤوسين إلى المستويات الإدارية المختلفة ، وقد تطورت الدراسات الخاصة بهذا المجال في النصف الثاني من القرن العشرين²

"هو جملة الإجراءات المتخذة بهدف تسجيل استجابة بين القائمين بالعمل في المؤسسة عن طريق التواصل"³

كما يعرف : "بان له عدة جوانب تعرض على المحتوى الذي من اجله تبرز غايتين هما: الانتقال الكامل والبسيط للمعلومة من جهة والتحفيز والانتماء من جهة أخرى فالهدف الرئيسي للاتصال يتمثل في التسيير بصفة مثالية مجموع الطلب والعرض للمعلومات في المنظمة"⁴ .

¹ عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، ط1 ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص27

² عبد الرحيم درويش، مقدمة في علم الاتصال، مكتبة نانسي دمياط، 2005 ، ص87

³ مصطفى حجازي، الاتصال والعلاقات الإنسانية والإدارية، دار الطلبة، بيروت، 1998، ص150

⁴ Nicole dimeda ،⁴ ، la communication interne ، thierylibaert ، paris، édition dumod ، 1998، p24

كما يعمل العديد من الأشخاص لقضاء حاجة مشتركة ، خاصة عندما يكون هناك تقسيم للعمل بناء على تخصيص الوظائف فان الحاجة تقتضي أن يكون للفرد جملة من المعلومات على الأقل حول ما يقوم به الآخرون حتى يكون الهدف المتوخى منجزا بطريقة أكثر ملائمة.

التعريف الإجرائي للاتصال الداخلي : العملية التي من خلالها تبادل المعلومات والبيانات بين مختلف المستويات عن طريق استخدام أساليب ووسائل مساعدة على تحقيق الفهم والتعاون المتبادل بين العمال داخل المؤسسة وبالتالي تحقيق الأهداف والتي من بينها الاتصال الداخلي و تشمل العمليات اللفظية وغير اللفظية في المؤسسة ويكون الاتصال بين الأفراد والجماعات بشكل رسمي وغير رسمي .

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: مذكرة لنيل شهادة ليسانس ، معهد علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر سنة 2005 تحت عنوان: "الاتصال المؤسساتي الداخلي لميناء جن جن بجيجل " .

من إعداد الطالبة: " بكوش مليكة، " .

تمحورت الدراسة حول التعرف على واقع الاتصال الفعال، إضافة إلى وسائل الاتصال الداخلي وكيفية التغلب عليه، لتصلا في الأخير لي استنتاجات عامة وكانت الإشكالية على النحو التالي:

"ما هو واقع الاتصال المؤسساتي في ميناء جن جن بجيجل على المستوى الداخلي في ظل الاقتصاد الحر المتأثر بالاقتصاد الخارجي ؟ "

وانبثقت عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات أخرى فرعية :

- ماذا نقصد بالاتصال المؤسساتي ؟
- هل يوجد اتصال داخل مؤسسة ميناء جن جن ؟
- ماهي أنواع ووظائف الاتصال الداخلي بميناء جن جن ؟
- ما هي الوسائل المستعملة في هذا الاتصال ؟
- ما هي أهداف ومعوقات الأنصال الداخلي بميناء جن جن ؟

خلاصة الدراسة :

وخلصت هذه الدراسة إلى :

- غياب خلية اتصال بالميناء أدى إلى عدم فهم الصحيح العلمي لعملية الاتصال وعدم خضوعها إلى تنظيم جيد منق بين المديریات .
- الاتصالات في مؤسسة ميناء جن جن تعاني من عدم اهتمام المسؤولين لأنهم يرون إن الاتصال مجرد إعطاء الأوامر والتعليمات لا الاهتمام بالمشاكل والانشغالات .
- عدم قدرة المسيرين بث المعلومات الضرورية إلى باقي المستخدمين لعدم منحهم الأدوات الاتصالية اللازمة ولإيصال وفهم إستراتيجية الميناء .
- غياب الوعي لدى العمال بحقهم في الحصول على معلومات من المؤسسة التي يعملون بها وينتمون إليها على عكس الموظفين الذين لهم مستوى علمي مرتفع فهم واعون بالنقص الذي يعاني منه الميناء

فيما يخص قطاع الاتصال وعدم رضاهم بهذا الوضع ، وبما إن الميناء قادر على توفير بعض وسائل الاتصال البسيطة والضرورية كمجالات الحائط وجريدة المؤسسة.¹

الدراسة الثانية : مكانة الاتصال الداخلي في المؤسسات العمومية الاقتصادية الجزائرية "دراسة حالة شركة الأكياس والصناديق العمومية لوادي السمار؛مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ؛جامعة الجزائر ﴿1999_2000﴾ من إعداد الطالبة "بشريط حورية" التي حاولت دراسة مدى اهتمام هذه الشركة بمكانة ودور الاتصال داخل المؤسسة بالتركيز على ثلاث أبعاد أساسية وهي الاتصال و المؤسسة والاتصال الداخلي ، في الأخير أكدت على أهمية الإستراتيجية الاتصالية ودورها في المنظمة.

فكانت الإشكالية كالتالي : "ما مكانة الاتصال الداخلي في المؤسسات العمومية الجزائرية ؟ وما هي أهم اتجاهاته ؟ وما هي الأدوات الإعلامية المستعملة ؟ وما هي طبيعة الرسائل الموزعة ؟ " اندرجت تحت هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية :

- ما هو النمط التنظيمي السائد في المؤسسة العمومية الجزائرية ؟ وما هي أهم اتجاهاته ؟
- هل اهتمت المؤسسة العمومية بوضع إستراتيجية اتصالية داخلية ؟ .
- ما هو شكل نظام المعلومات في المؤسسة العمومية الجزائرية ؟.

1 بكوش مليكة، الاتصال المؤسساتي الداخلي لميناء جن جن بجيجل ، مذكرة لنيل شهادة ليسانس ، معهد علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر سنة 2005 م

خلاصة الدراسة :

خلصت هذه الدراسة إلى غياب الإستراتيجية الاتصالية الداخلية للمؤسسة وأمام النقص في كمية المعلومات الواردة حول العمل تتجه غالبا تصرفات العمال إلى الإهمال في انجاز المهام المنوط لهم بطريقة سليمة .

— عجز القنوات الرسمية على أداء مهامها فيبرز الاتصال الأفقي كأداة لتلقي ونقل المعلومات .

— يشتمل المستخدمون من نقص المعلومات خاصة الترقية والتحفيزية .¹

¹حورية بشريط ، مكانة الاتصال الداخلي في المؤسسات العمومية الاقتصادية الجزائرية "دراسة حالة شركة، مذكرة لنيل شهادة

ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ؛جامعة الجزائر 1999_2000.

A graphic of a scroll with a white background and a black outline. The scroll is partially unrolled, with the top and bottom edges showing a grey, rounded, scroll-like texture. The Arabic text is centered on the scroll.

الجانب
النظري

الفصل الثاني الاتصال

- ماهية الاتصال
- عناصر العملية الاتصالية
- أنواع الاتصال
- وسائل الاتصال الجماهيري

مقدمة

يلعب الاتصال دور كبير في بناء الحياة الاجتماعية خاصة وانه وسيلة لتبادل الأفكار والاتجاهات ،ويهدف بالدرجة الأولى إلى تغيير السلوك لمل له من قوة تأثير على المستقبل ، خاصة إذا كان المرسل يتمتع بالكفاءة في إرسال الرسالة ، وله القدرة على تحريك الذات الإنسانية لدى المستقبل عبر هذه الرسالة التي تكون بدورها ذات قيمة فكرية كبير لذا فان الاتصال هو تلك العملية الحيوية التي تدور بين شخصين وأكثر عبر وسيلة يراد من خلالها توصيل فكرة هدفها التأثير في سلوك المستقبل.

الفصل الأول: ماهية الاتصال

المبحث الأول: تعريف الاتصال

الاتصال في اللغة العربية هو الوصلة بين شيئين: أي علاقة الشيء بالشيء.

في حين عرّف قاموس المورد الاتصال: بأنه تبادل الأفكار، الآراء، والمعلومات عن طريق الكلام والكتابة

أو الإشارات سواء في شكل إيماءات، أو ذبذبات سمعية، أو سمعية بصرية سلكية كانت أو لاسلكية.

مهما تعددت التعارف لكلمة الاتصال، فإن مفهومها يكمن دائماً في العلاقة التبادلية بين طرفين أو أكثر،

وهي العلاقة القائمة بين مرسل ومستقبل يشتركان في عملية تبادل المعاني، باستخدام نظام معين من

الإشارات و الرموز، مفهومة من كلا الطرفين.¹

اصطلاحاً: لقد ظهرت عدة تعريفات لا يمكن حصرها لمفهوم الاتصال من قبل الباحثين

والمختصين في علوم الإعلام والاتصال، عكست في معظمها أهميته ودوره في الحياة الإنسانية،

والمكونات والعناصر الأساسية لعملية الاتصال ومن هذه التعريفات نجد:

- "العملية التي تنتقل بها الرسالة من مصدر معين إلى مستقبل واحد أو أكثر بهدف تغيير السلوك "

- "نقل المعلومات والحاجات والمشاعر والمعرفة، والتجارب بشكل شفوي أو استخدام وسائل أخرى

بغرض الإقناع والتأثير في السلوك"

- "نشاط يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار لفكرة أو موضوع أو قضية عن طريق انتقال

المعلومات والأفكار والآراء والاتجاهات من شخص أو جماعات إلى أشخاص أو جماعات أخرى،

باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين"

¹ احمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص21

- "الاتصال الجيد هو نقل وتبادل الأفكار والمعلومات لإحداث ثقة وفهم مشترك بين شخصين، وهذه المعلومات لا بد أن ينتج عنها ثقة متبادلة بين الاثنتين، ويجب أن تكون مفهومة من قبل المستقبل"
- "وسيلة لتبادل الأفكار والاتجاهات والرغبات والآراء بين أعضاء الجماعة محققا بذلك التقارب الذهني والعاطفي بينهم، بحيث يساعد على الارتباط والتماسك الاجتماعي، فضلا عن ذلك، فإن الاتصال يعد أداة هامة لإحداث تغيير في السلوك البشري.¹"
- "الاتصال هو إنتاج وتبادل وتخزين وإرسال الأفكار والمعلومات والأخبار والمشاعر والاتجاهات بين طرفين أو شخصين على الأقل بأسلوب شفوي، وذلك من أجل خلق فهم وقاعدة مشتركة للتعاون بينهم"
- "نظام متكامل من العمليات ينشأ بواسطتها إنتاج وتوفير وتجميع البيانات والمعلومات الضرورية، والأفكار والمشاعر والفهم وتبادل المعاني والتصورات بحيث يمكن للفرد أو الجماعة إحاطة الغير بأمور وأخبار، أو معلومات جديدة وترجمتها من المصدر في إطار التغذية العكسية للتأثير على سلوك الأفراد والجماعة في صور متبادلة بين الجانبين لتحقيق الاستجابة والإقناع عبر وسيلة الاتصال باتجاه تحقيق الأهداف" ذلك السلوك أو تلك العملية التي يتم بواسطتها نقل المعلومات أو الأفكار أو المشاعر من شخص ما {المرسل} إلى شخص أو أكثر {المستقبل} من خلال وسيلة معينة {قناة} وذلك حتى تصبح هذه المعلومات أو المشاعر المشتركة بين طرفين².

¹ ربحي مصطفى عليان، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص29

² ربحي مصطفى عليان، نفس المرجع، ص30

المبحث الثاني : عناصر العملية الاتصالية

لقد اختلفت النماذج التحليلية لعملية الاتصال تبعاً للتراكم التاريخي المعرفي ، وبحسب المنظور التخصصي الذي عولجت من خلاله ، ومع ذلك فالملاحظ من خلال تاريخ دراسة الاتصال أن عملية الاتصال شملت دائماً ثلاث عناصر أساسية (المرسل، المستقبل، الرسالة) وهذا المنظور الثلاثي نجده متضمناً في نظريات ونماذج الاتصال كلها إلى درجة أن بعض المفكرين من أمثال (كوهن) أسماه {الأنموذج} أو الإطار المرجعي الموجه لتفكير العلماء أثناء تطويرهم لنظرياتهم ونماذجهم، وذلك من لدن أرسطو إلى الآن .

أما من خلال التطور التاريخي، فإن هذا المنظور كان يغلب عليه التركيز على المرسل باعتباره الفاعل الرئيسي في عملية الاتصال والمؤثر الأوحد برسالته في مستقبلها، قبل أن يهتم لاحقاً بالرسالة ولكن من الملاحظ في الربع الأخير من القرن 20 م، هو تحويل بؤرة الاهتمام والتركيز من المرسل والرسالة إلى المستقبل، ومن منظور ذي اتجاه واحد إلى إطار تبادلي أو دائري أو حلزوني، ومن نظرة خطية ثابتة إلى طريقة ديناميكية شاملة، ومن أهم ما ورد في هذا المجال نموذج "روجرز و كندايد " عام 1981 م والمعروف بنموذج التلاقي للاتصال الذي يمكن تلخيصه في عملية تبادل متتابع للمعلومات بين فردين يهدفان إلى فهم مشترك للموضوع¹

لقد ظهرت عدة نماذج تحاول تقديم عملية الاتصال من خلال تحديد عناصرها ومكوناتها الرئيسية وترتيبها وطبيعة العلاقات فيما بينها ويعرف النموذج بأنه "بناء من الرموز والقوانين العامة التي يفترض أن تماثل مجموعة من النقاط ذات الصلة ببناء قائم أو بعملية ما".

¹ فضيل دليو،الاتصال- مفاهيمه، نظرياته، وسائله، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003 م، ص 55

ويمكن توضيح أو عرض نماذج الاتصال بنوعين رئيسيين هما:

1-النموذج اللفظي: الذي يوضح لنا عناصر العملية الاتصالية من خلال الكلمات.

2-النموذج التصويري: الذي يوضح لنا بالرسم عناصر ومكونات النموذج.

من أشهر النماذج اللفظية نموذج "لاسويل" الذي وصفه عام 1948 م ويلخص فيه عملية الاتصال باختصار شديد، ويفترض لاسويل حدوث التأثير في عملية الاتصال، ويؤخذ على نموده إغفاله للتغذية العكسية (الراجعة) ويستخلص لاسويل نموده في الأسئلة التالية:

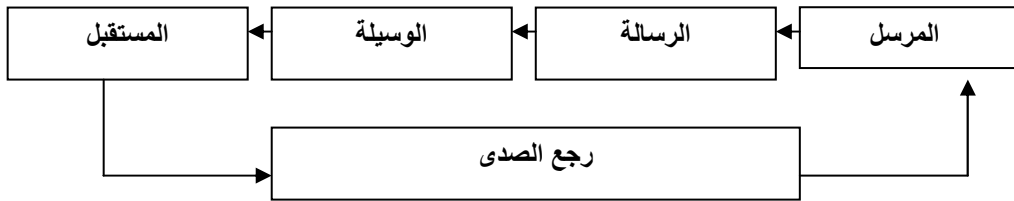
(المرسل) Who? - من هو؟

(الرسالة) Says who? - ماذا يقول؟

(القناة أو الوسيلة) In which channel? - أبأية قناة؟ -

(المستقبل) To whom? - لمن؟ -

(الأثر) With what effect? - بأي أثر؟



الشكل 01: نموذج لاسويل

1-المرسل: يعد المرسل العنصر الأول الأساسي في عملية الاتصال والحركة الأولى في دورتها ومسيرتها، ويسمى أحيانا المصدر أو مصدر المعلومات ويسمى أيضا المتصل، والمرسل هو منشئ الرسالة الذي عليه أن يسعى إلى النجاح في مهمته المتمثلة بتوصيل الرسالة إلى المستقبل أو الجمهور،

ويأخذ المرسل أشكالاً وأدواراً كثيرة منها : المؤلف، المعلم، المحاضر، المتحدث عبر الإذاعة أو التلفزيون.....الخ.¹

2-الرسالة: تعد الرسالة الركن الثاني في العملية الاتصالية وتتمثل في المعاني والكلمات والمشاعر والمنبهات التي يرسلها المصدر إلى المستقبل، والرسالة هي الناتج المادي أو الفعلي للمصدر الذي يضع فكرة في رموز معينة، فحينما نتحدث يكون الحديث هو الرسالة وحينما نلوح بأيدينا فان حركات أذرعنا هي الرسالة.²

3-قناة الاتصال: التي يتم من خلالها توصيل أو نقل الرسالة من المرسل إلى Medium هي الوسيلة المستقبل، وتتعدد أنواع الرسائل أو القنوات بتعدد أنواع الاتصال وأشكاله، كالاتصال الشخصي، والاتصال الجماهيري، بوسائله المتنوعة: إذاعة، تلفزيون، صحافة،.....الخ

و شأن القناة في ذلك شأن الاتصالات، فكما انه توجد عدة وسائل للتنقل بين بلد وآخر لا يمكن التنقل إلا بإحداها، فكذلك الحال في وسائل الاتصال فهي كثيرة ومتنوعة وضرورية، ولا بد للرسالة من أن تسلك إحداها، وإلا توقفت عملية الاتصال.

يجب الإشارة إلى ظاهرة مهمة تتعلق بوسائل الاتصال هي أن الوسيلة تؤثر تأثيراً كبيراً على الرسالة، بل أن الكثيرون يعتقدون أن الوسيلة تعمل على تشكيل الرسالة وهدفها، حتى انه لا يمكن الفصل بينهما، فيشيرون إلى أن الوسيلة هي الرسالة.³

4-المستقبل: المستقبل هو الشخص أو الجهة التي توجه إليه الرسالة ويجب على المستقبل أن يقوم بفك رموز الرسالة بغية التوصل إلى تفسير لمحتوياتها وفهم معناها، وينعكس ذلك عادة في أنماط

¹ ربحي مصطفى عليان، مرجع سبق ذكره، ص48

² نفس المرجع، ص51

³ نفس المرجع السابق، ص54

السلوك المختلفة التي يقوم بها المستقبل، ولذلك يجب ألا يقاس نجاح عملية الاتصال بما يقدمه المرسل ولكن بما يقوم به المستقبل من سلوكيات تدل على نجاح الاتصال وتحقيق الهدف.¹

5-التغذية الراجعة: ويطلق على التغذية العكسية عدة مصطلحات منها: "ردة الفعل"، "التغذية المرتدة"، "رجع الصدى"، وغيرها وهي عملية تعبير متعددة الأشكال، تبين مدى تأثير المستقبل بالرسائل التي نقلها المرسل إليه بالطرق أو الوسائل المختلفة، وهي عنصر مهم في الاتصال لأنها عملية قياس وتقويم مستمرة لفعالية العناصر الأخرى، كما أن لها دوراً كبيراً في إنجاز عملية الاتصال كما أنها الوسيلة التي يتعرف من خلالها المرسل على مدى التأثير الذي أحدثته رسالته في المستقبل .

ويمكن أن نعرف التغذية العكسية أو الراجعة بأنها عبارة عن ردود الفعل التي تنعكس على المستقبل في فهمه أو عدم فهمه للرسالة، ومدى تفاعله وتأثره بها، حيث أن من المفروض أن يتخذ المستقبل موقفاً معيناً من الأفكار والخبرات والمعلومات التي يستلمها، وهذا الموقف يؤثر غالباً في تعديل الرسالة من المرسل أو تبديلها أو إرسالها أو إرسالها إلى المستقبل نفسه أو إلى مستقبلين آخرين غيره.²

وهناك من يضيف عناصر أخرى إضافية: كالتشويش، والأثر، وبيئة الاتصال وسنتطرق فيما يلي إلى التشويش.

6-التشويش: التشويش أو الإزعاج، مفهوم يشمل كل ما يؤثر في كفاءة وفعالية وصول الرسالة بشكل جيد إلى المستقبل وإدراكها ، وقد تأتي هذه المؤثرات من المرسل وقد تأتي من قناة أو وسيلة الاتصال وقد تأتي من المستقبل، وقد تأتي من المحيط أو البيئة الخارجية، وهذه المؤثرات أو العوامل منفردة أو

¹ ربحي مصطفى عليان، نفس المرجع، ص57

² ربحي مصطفى عليان، نفس المرجع السابق، ص61

مجتمعة تلعب دوراً حاسماً ومهماً في التأثير سلباً على عملية الاتصال، ولذلك فانه من الضروري استيعاب وإدراك أسبابها وأثارها، ومحاولة التغلب عليها.¹

المبحث الثالث: أنواع الاتصال

لقد كتب الكثير عن أنواع الاتصال ولكن المصادر في هذا المجال لم تتفق على تصنيف واحد للأنواع المختلفة للاتصال وبشكل عام سوف نتحدث عن الأنواع الرئيسية التالية:

1- الاتصال الذاتي Interpersonnel communication

يحدث داخل الفرد حينما يتحدث الفرد مع نفسه، وهو اتصال داخل عقل الفرد، ويتضمن أفكاره وتجاربه ومدركاته، وفي هذه الحالة يكون المرسل والمتلقي شخصاً واحداً، فالفرد قد يناقش مع نفسه أموراً ما، ويتمثل هذا الاتصال في الشعور والوعي والتخيل والتفكير وغير ذلك من العمليات النفسية الداخلية.

وقد قدم علماء الاتصال عدداً من النماذج التي تبين عملية الاتصال الذاتي، ولعل من أهمها النموذج الذي يشير للإنسان "كمركز لتنسيق المعلومات" الذي ينظر إلى الفرد باعتباره "مستودعاً للمعاني" تم بناء ذلك المستودع من الاستجابات على التجارب السابقة، وهذا المفهوم مشابه -إلى حد ما- لبنك الذاكرة في الحاسوب، وهذا التنسيق للمعلومات هو ظاهرة فردية لأن لكل فرد تجاربه السابقة الفريدة من نوعها، ومدركاته عن الحاضر، وتوقعاته عن المستقبل.²

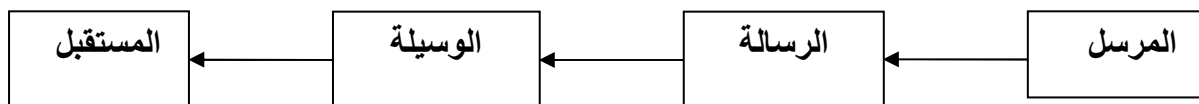
¹ ربحي مصطفى عليان، نفس المرجع، ص63

² ربحي مصطفى عليان، الاتصال والعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص87

الاتصال الشخصي Interpersonal communication:

ويتم هذا الاتصال بين شخصيين أو أكثر وجها لوجه، ولهذا يسمى أيضا (الاتصال الو جاهي)

وهو في إطاره العام يمثل أشكالا مختلفة من المقابلات واللقاءات الشخصية بين اثنين أو أكثر بشكل مباشر دون اللجوء إلى استخدام وسائل الاتصال المختلفة، وهذا النوع من الاتصال يحدث يوميا، ويمكن أن يكون بين الأفراد والآلة كما يحدث في الاتصال بين الأفراد والحاسوب أو بين السائق وإشارة المرور وهناك العديد من النماذج التي توضح عملية الاتصال الشخصي ومن بينها نموذج (بيرلو) الذي يتكون من أربعة عناصر : المرسل، الرسالة، المستقبل، الوسيلة.¹



نموذج بيرلو: "الاتصال الشخصي بين الأفراد"

الاتصال الجمعي Group communication

الاتصال المجتمعي Societal communication

ويتم هذا الاتصال بين شخص ومجموعة من محدودة أو صغيرة أو مألوفة بشكل مباشر ، وتتصف المجموعة الصغيرة عادة بان أفرادها غالبا ما يتقابلون و يتباحثون في الأمور المختلفة ولديهم معايير ومصالح مشتركة على الرغم من أن لكل واحد منهم أهدافه الخاصة التي يسعى إلى تحقيقها ، ويتمثل

الاتصال الجمعي فيما يلي:²

- الدروس والمحاضرات.

¹مصطفى ربحي عليان ، نفس المرجع السابق ، ص89

² مصطفى ربحي عليان مرجع سبق ذكره، ص92

-الخطب والندوات والمؤتمرات.

-اللقاءات الجماعية والاجتماعات والاحتفالات الاجتماعية.

-برامج التدريب.

ويبدو أن التمييز بين الاتصال الجمعي والاتصال الجماهيري ما يزال غير واضح الى حد كبير، وما يزال الفارق بينهما يكمن في عدد الأشخاص الذين يشاركون في عمليات الاتصال

الاتصال الجماهيري: Mass communication هو ذلك الاتصال الذي توجه فيه الرسائل إلى جماهير واسعة من المستقبلين ، ويشير مصطلح الاتصال الجماهيري إلى تلك العمليات التي تقوم بها هيئات ومؤسسات كبيرة تستخدم الأجهزة والآلات التي يمكن بواسطتها إنتاج الرسائل العامة ونقلها إلى جماهير غفيرة ويمكن تعريف وسائل الاتصال أو التأثير الجماهيري بأنها القنوات التي يتجه الاتصال من خلالها في نفس الوقت إلى مجموعات ضخمة وغير متجانسة من الجمهور المستهدف وعلى نطاق جماهيري دون أن يكون هناك نوع من الواجهة المباشرة بين المصدر والجمهور، وعلى هذا الأساس فإن أية وسيلة يمكن استخدامها في نطاق قناة الاتصال الجماهيري وتعتبر وسيلة جماهيرية كالراديو والتلفزيون والصحف والسينماالخ.

المبحث الرابع: وسائل الاتصال الجماهيري

تعريف وسائل الاتصال: سنتعرض في مبحثنا هذا أولاً إلى تعريف وسائل الاتصال ، إن وسيلة الاتصال ما تؤدي بالرسالة الإعلامية أو القناة التي تحمل الرموز التي تحتويها الرسالة من المرسل إلى المستقبل.

ففي أية عملية اتصال، يختار المرسل وسيلة لنقل رسالته إما شفويا أو بواسطة وسائل الاتصال الجماهيري "سمعية-بصرية، سمعية، بصرية" ولكن مع ملاحظة أن الوسيلة ليست الآلة أو الجهاز في حد ذاته فقط ولكنها تشمل هيكل التواصل كله.

وهناك من يستعمل مفهوم: "وسيلة الاتصال " بمعنى مزدوج يشمل في آن واحد نظام المعاني أو الرمز الذي يسمح بفهم الرسالة والأجهزة التقنية التي تسمح ببث الرسائل.

كما قد يكون لوسائل الاتصال معنى مزدوج آخر: عندما نشير من جهة إلى البعد التقني لإرسالي بطابعه الوسطي، المتوسطي أو الوكيل للوسائل مثل: التلفزيون ، الراديو، الصحافة..... الخ ، ومن جهة أخرى إلى معنى المحيط، الوسط أو الجو العام أو المؤسسة الاتصالية التي تدرج ضمنها الأخبار والإعلانات..... الخ

إن وسائل الاتصال باعتبارها وسائط ينطبق عليها وصف "مارشال ماكلوهان" لوسائل الاتصال بأنها: "إمدادات للإنسان" بتفعيلها لأداء حواسه وجوارحه الاتصالية ، باعتبارها وسطا فإنها تتفق أكثر مع عباراته الشهيرة "الوسيلة هي الرسالة" أي أن الوسيلة أهم من الرسالة¹ لنشر الحقائق والأفكار والآراء والمعلومات ،يستخدم الإعلام أدوات وأساليب متعددة المستويات ومختلفة، وقد تعددت وسائل الاتصال واختلف العلماء في تصنيفها

¹ فضيل دليو،الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله، مرجع سبق ذكره،ص57

خاتمة:

يعتبر الاتصال في العصر الحديث جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للإنسان ، لأنه يعتبر الدم في جسم الإنسان بدونه لا تكتمل الحياة الاجتماعية ، خاصة إن الإنسان يتصل في كل وقت ، وفي كل دقيقة من دقائق حياته ، لذلك تم التفكير بدراسة الاتصال كعلم مستقل بذاته بعد إن كان منصهرا في العلوم الاجتماعية الأخرى تمخض عن دراسة الاتصال كعلم مستقل بذاته ، وكذا أهم أطراف العملية الاتصالية و أنواع الاتصالات التي تحدث في حياة الإنسان اليومية ، وأخيرا أهم الوسائل المستخدمة في الاتصال ، التي كنا قد تطرقنا إليها في فصلنا هذا .

الفصل الثالث الاتصال الداخلي

- ماهية الاتصال الداخلي
- أنواع الاتصال الداخلي
- وسائل الاتصال الداخلي
- وسائل الاتصال السمعية والبصرية
- وظائف الاتصال الداخلي
- معوقات الاتصال الداخلي

مقدمة:

يلعب الاتصال دورا في حياة الإنسان اليومية سواء العملية أو النظرية ، فهو يتصل في كل وقت حتى مع ذاته ، لكن الأهم من ذلك شعوره بمدى أهمية هذا العنصر الحيوي في بناء المؤسسات الإعلامية وقيامها بالشكل الصحيح سواء على الصعيد الداخلي و الخارجي لذلك بدا التفكير بطريقة جدية في استخدام الاتصال كعنصر لا يمكن الاستغناء عنه في الحياة العملية وفي قيام المؤسسات بصفة خاصة لذلك تسارعت الدول لغربية إلى إدماج هذا العنصر في المؤسسات لما له من فوائد تعود على المؤسسة لاسيما في تثبيت الثقة بين العمال والإدارة في إطار العمل الداخلي للمؤسسة .

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي

المبحث الأول: ماهية الاتصال الداخلي

يعتبر الاتصال أساساً لنشأة كل جماعة وعاملاً مهماً لاستمرارها، والمؤسسة الحديثة سواء كانت اقتصادية أو إعلامية أو اجتماعية، باعتبارها مجموعة أفراد أصبحت تهتم بهذا العنصر لضمان نجاح أعمالها، وتحقيق الانسجام بين مختلف مستوياتها.

تعريف الاتصال الداخلي وعناصره:

1- تعريفه: هو "جملة الإجراءات المتخذة بهدف تسجيل استجابة بين القائمين على العمل في المؤسسة عن طريق التواصل "

كما يعرف بأنه "له عدة جوانب تعرض على المحتوى الذي من أجله تبرز غايتين هما: الانتقال البسيط والكامل للمعلومة من جهة، وخلق الإحساس والتحفيز والانتماء من جهة أخرى"¹

ويعرفه عبد الباقي زيدان: (كل المبادرات التنظيمية التي تعتمد عليها المؤسسة في التنسيق بين مختلف الهياكل والأقسام والفروع التي تتكامل فيما بينها للوصول إلى الهدف الرئيسي الذي وجدت من أجله ، ويكون هذا التنسيق من خلال تسهيل بث المعلومات ."²

أما محمد فهمي العطروري: " فيعرف الاتصال الداخلي بأنه عملية يتم من خلالها إيصال المعلومات ، سواء كانت معلومات علمية أو تعبيرية ومن أي عضو في الهيكل التنظيمي في المؤسسة إلى عضو آخر

¹مصطفى حجازي، الاتصال والعلاقات الإنسانية والإدارية، دار الطلبة، بيروت، 1998م، ص150
²عبد الباقي زيدان، وسائل وأساليب البحث الاجتماعي في الحالات الاجتماعية والإدارية، مكتبة انجلو المصرية، القاهرة، 1974م، ص163

وقد يكون الاتصال على مستوى اقل والعكس، أو في مستوى أفقي ، يهدف إلى إحداث تغيير من أي نوع ،ويكون الاتصال الداخلي إما للوصول إلى بيانات ومعلومات أو لإعطاء تعليمات وتوجيهات بقصد أداء وتسيير العمل ، وبذلك أصبح الاتصال الداخلي أداة من أدوات التأثير على الأفراد ووسيلة فعالة لإحداث تغيير في سلوكهم.

ويشمل الاتصال الداخلي مجمل النشاطات والأعمال الساعية لإحداث وخلق علاقات مستمرة بين الأشخاص، وتحقيق تواصل فيهم بينهم يهدف إلى خلق جو من الاستقرار والثقة بين القمة والقاعدة داخل المؤسسة وكذا الزيادة في الإنتاج.

كما يقصد بالاتصال الداخلي عملية نقل وتبادل المعلومات الخاصة بالمنظمة، كما انه عملية نقل وتبادل الأفكار والاتجاهات والرغبات والآراء بين أعضاء التنظيم، وذلك يساعد على الترابط والتماسك. ومن خلاله (الاتصال الداخلي) يحقق المسؤول ومعاونوه التأثير المطلوب في تحريك الجماعة نحو الهدف ، ويعتبر الاتصال الداخلي أيضا أداة هامة لإحداث التغيير على السلوك البشري.¹

2-عناصر الاتصال الداخلي :

أ - المرسل: هو مصدر المعلومة ونقطة انطلاقها، ويعتبر الطرف الأول في عملية الاتصال، ويعمل على إصدار المعلومات والرسائل وتوجيهها إلى المتلقي في انتظار رد فعله، وقد يكون المرسل شخصا عاديا أو معنويا (شركة، مؤسسة، إدارة، وزارة.....)

¹منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، المكتب الجامعي، مصر، 2001، ص22

ب — الرسالة: وهو المضمون الذي يهدف المرسل إيصاله إلى المتلقي وهو عبارة عن تحويل الأفكار،

يأخذ أشكالاً عديدة منها : الكلمات ، الحركات ، الأصوات / الحروف.....الخ.¹

ج — قناة الاتصال والوسيلة: هي الوسيلة أو المادة التي يتم بها نقل الرسالة من المرسل إلى

المستقبل، وقد تكون الرسالة لفظية أو إشارات ، صور ، حركاتالخ

وقنوات الاتصال إما أن تكون فردية كالزيارات الشخصية أو الجماعية، وكذلك المؤتمرات الاجتماعية،

الرحلات، أو جماهيرية كالتلفزيون، الصحف.....الخ

د — المستقبل : وهو الطرف الآخر الذي يجعل دائرة الاتصال تكتمل ، وهو الذي تستهدفه الرسالة

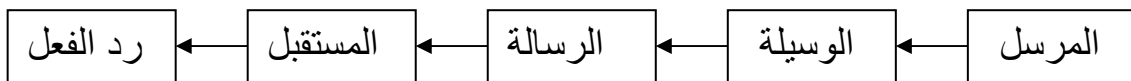
التي يصدرها المرسل قصد إشراكه فيها ، وقد يكون المرسل إليه أو المستقبل إما فرداً أو جماعة ، أو

فئة معينة من الجمهور

هـ — الرد أو رجوع الصدى : يقوم المستقبل ببناء على ما تلقاه من معلومات بالإضافة الإدراكية وفهمه

وتفسيره لجا بالرد على ما تلقاه من معلومات مستخدماً وسائل معينة ، ويتكرر هنا في الإرسال

والاستقبال



الشكل 03: مخطط الاتصال الداخلي²

¹ عبد الله ابن إبراهيم العمار وآخرون، واقع الاتصالات الكتابية في الأجهزة الحكومية، ط1 ، مكتبة فهد الوطنية الرياض، 1995، ص22

² محمد محمود الحيلة، تكنولوجيا التعليم بين النظرية والتطبيق، دار للنشر والتوزيع والطباعة، 1998م، ص93

المبحث الثاني: أنواع الاتصال الداخلي

الاتصال الداخلي إما يكون اتصال رسمي أو اتصال غير رسمي:

1- الاتصال الداخلي الرسمي: وتقوم به المؤسسات من خلال وضعها لقنواته ومضمونه ، فهو الذي يتم في إطار التنظيم ،أي له إجراءات وقواعد رسمية تسيير وفقها ، وتكون واضحة ومبينة لجميع أفراد المؤسسة ، لأنها غالبا ما تكون موثقة بصورة مكتوبة ورسمية. فهو يعتمد على المذكرات والتقارير، الاجتماعات الرسمية، والخطابات وما شابه ذلك، والجدير بالذكر إن الاتصال الرسمي قد يكون صاعدا أو نازلا أو أفقيا بين العاملين.

والعلاقات في هذا النوع من الاتصال يتم عبر التسلسل التنظيمي للمؤسسة وهذا التنظيم هو الذي يحدد المسؤوليات ، ويقسم العمل والعلاقات الوظيفية داخل المؤسسة (الإدارة والعمال)، ويحمل كل ما تريد جهة معينة إيصالها لي جهة أخرى ¹.

وكما قلنا تؤخذ الاتصالات الرسمية ثلاث اتجاهات مختلفة تتمثل فيما يلي:

الاتصال النازل (من الأعلى إلى الأسفل): ويتم هذا الاتصال من المستويات الإدارية العليا ، تكون فيه المادة المنقولة عبارة عن أوامر وبلاغات وقرارات ويعد هذا النوع من الاتصال الأكثر شيوعا في المؤسسة لأنه جاء استجابة لضرورة فرضتها المؤسسة المعاصرة التي تتسم في اغلب الأحيان بكبر حجمها ².

¹ ربحي مصطفى عليان ، وسائل الاتصال وتكنولوجيا الاتصال ، ط1 ، دار صفاء ، عمان ، 1999م، ص77
محمد مزيان ، الاتصال المؤسسي (الأنواع والأنماط) ، الجزء 1 ، العدد 11 ، جامعة الجزائر ، دار الحكمة
²، الجزائر ، 1998 ، ص103

إذا تم استغلال الاتصال النازل بصفة جيدة أو بمعنى آخر إذا كان يقبل المناقشة على القرارات الصادرة من القيادة فإنه يؤدي دورا بارزا في بث شعور بتكامل النشاطات وتكوين الاتجاهات الايجابية نحو العمل وإتقانه وتكوين علاقات إنسانية سليمة بين المستويات الإدارية العليا والدنيا .

أما إذا كان العكس وكان رافضا لكل أنواع المناقشة والمشاركة في اتخاذ القرارات فإن أي اتصال يفشل في إيصال المعلومات والقرارات وبالتالي يسبب التنافر المعرفي في المستقبل¹

الاتصال الصاعد (من الأسفل إلى الأعلى): ويتم هذا الاتصال من المستويات العليا في المؤسسة ، وعلى الرغم من انتشار الاتصال النازل إلا أن الاتصال الصاعد لا يقل أهمية عنه ،لأنه يعبر عن مدى ديمقراطية المؤسسة وإدارتها ، وتكون المادة المنقولة أو المرسله من القاعدة إلى القيادة عبارة عن تقارير وشكاوى واقتراحات ،ملاحظات إلى الإدارة العليا.

رغم الأهمية الكبرى لهذا النوع من الاتصال الداخلي إلا انه توجد مشاكل وعقبات حيث غالبا ما يحول بعض المدراء دون وصول المعلومات إلى الرئيس الأعلى ، بالإضافة إلى بعد المسافة التي تربط بين الإدارة العليا والمستويات التنظيمية الدنيا ، وانتشار ظاهرة الخوف لدى المرؤوسين الذي يقابله عزلة الرؤساء .

ويمكن زيادة فعالية الاتصال الصاعد وذلك من خلال إظهار المزيد من الاهتمام والاستعداد لتقبل الاتصالات وإتاحة الفرصة للمرؤوسين للتعبير عن مواقفهم وإراداتهم وإشعارهم بأهميتهم في المؤسسة.²

¹ محمد مزيان ، المرجع السابق ،ص107
² ربحي مصطفى عليان ، مرجع سبق ذكره، ص77

الاتصال الأفقي: ويتم هذا الاتصال بين أفراد المؤسسة لهم نفس المستويات ، كالاتصال بين الموظفين أو الاتصال بين رؤساء الأقسام ، أو بين المدراء .

ويتم هذا النوع من الاتصال بين الموظفين بغية تحقيق التعاون وحل المشكلات وتبادل الأفكار والآراء ووجهات النظر والمعلومات والخبرات شفهيًا وبطريقة مباشرة دون أي عوائق إدارية ، ويتم هذا الاتصال

عن طريق اللقاءات ، تبادل الزيارات ، الاجتماعات ، اللجان والسلوكيات المختلفة أثناء العمل¹

2- الاتصال الداخلي غير الرسمي: يتم هذا الاتصال بصفة غير رسمية أو بتلقائية بين الأفراد داخل المؤسسة وخارجها وهو لا يخضع لقواعد وإجراءات وقوانين منبثقة ومكتوبة ورسمية ، وإنما ينشأ نتيجة وجود صلات شخصية وعلاقات اجتماعية ، والثقة المتبادلة بين مختلف أطراف العملية الاتصالية ، بالإضافة إلى انتشار الأخبار والمعلومات بين أفراد الجماعات في أمور شخصية أو متعلقة بالعمل كالمشاكل وظروف سير المؤسسة.

والاتصال غير الرسمي له طابعان :

أ - طابع إيجابي: يتمثل في خلق روح التماسك والألفة بين الأفراد مما يسهل العمل داخل المؤسسة ، وهذا النوع من الاتصال يسمح للعمال في المؤسسة الواحدة ، إن يتحدثوا عن مختلف المشاكل التي تعترضهم أثناء أداء مهامهم .

¹ محمد مزيان ، مرجع سبق ذكره ، ص 111

ويتيح هذا النوع من الاتصال كذلك اقتراحات قد تكون مفيدة للمؤسسة إذا ما تمكنت من الوصول إلى الرئيس أو المدير ، حيث يمكن إن تحمل الحوارات غير الرسمية بين العمال منفعة للمؤسسة من خلال التعرف على المشاكل ومحاولة إيجاد الحلول لها.

ب. طابع سلبي: يتجلى ذلك في انعدام العدالة واحتكار السلطة من قبل المسؤول الأول الذي لا يفتح المجال للنقاش ، وهذا الواقع يؤثر سلبا على نجاعة الاتصال الرسمي بحيث لا يتحقق فيه حاجات العمال المهنية والاجتماعية ، الشيء الذي يجعلهم يلجئون إلى نوع خارج من إطار العلاقات المحددة في الهيكلية الرسمية ، وما ذلك من تشويه أو عدم تقبل أو رفض المعلومات ، أو تمرير الإشاعات¹.

المبحث الثالث: وسائل الاتصال الداخلي في المؤسسة.

1- الوسائل الشفوية: ويتم هذا الاتصال بطريقة مباشرة أو غير مباشرة أي عن طريق الكلمة المنطوقة لا المكتوبة، ويعتبر هذا الأسلوب سهل وأكثر إقناعا مقارنة بالكتابي ، إلا انه يتعرض أحيانا إلى التحريف أو سوء الفهم ، أو عدم التعبير الجيد عن الحالة ، ويتحقق هذا النوع من الاتصال من خلال الصور التالية :

أ - التعليمات والأوامر : تصدر من الرئيس إلى مرؤوسيه في شكل أوامر في مختلف المؤسسات لتأدية عمل ما ، فهو يتأثر بنوع التنظيم المتبع .

ب. الاستشارة: قد تعرض العمل لمشاكل تحول دون تأديته في المؤسسة وربما تكون هذه المشاكل مادية أو اجتماعية أو فنية ، ويجب على المؤسسة حل هذه المشاكل عن طريق بعض الأخصائيين ، ومن ثم وجب على المسؤولين إحضار استشاري حيث يقوم بمعرفة المشاكل وجميع المعلومات حوله

¹ محمد مزيان ، مرجع سبق ذكره ، ص113

ثم توجيه العامل أو المسؤول (الذي حدث له المشكل) ، وذلك بإصدار توصيات ويجب أن تقابل هذه الأخيرة بالإصغاء الفعال .

ج - المقابلات: ونقصد بها المقابلة الرسمية التي يتم من خلالها تخفيض الضغوط النفسية في العمل وتبادل المعلومات وجها لوجه

د - الاجتماعات والمؤتمرات: وهي إحدى الوسائل ووسائل الاتصال الشفوي وهي عبارة عن مواعيد دورية يلتقي فيها أفراد المنظمة يتبادلون الأفكار والآراء والمعلومات.

وتعتبر الاجتماعات إحدى صور الاتصال الديمقراطية حيث يتاح للجميع فرصة المشاركة والتعبير عما يجول بداخلهم¹

هـ - الهاتف: يعتبر قناة اتصال غير مباشرة بين المرسل و المستقبل عند مزاوله عملية الاتصال ، ويفتقر الهاتف من حيث الفعالية إلى عدم مشاهدة طرفي الاتصال عند إجراء المكالمه الهاتفية حيث تساعد تعابير الوجه على تفهم أكثر للرسالة .

2- الوسائل المكتوبة: وتتمثل فيما يلي:

أ - المجلات: من بين أهم المجالات الموجودة في المؤسسة نجد المجلة اليومية التي تعطي

موضوعات عامة عن مجلس إدارة المؤسسة والإخبار الهامة التي يجب أن تصل إلى العمال.

ب - التعليمات والأوامر المكتوبة: وقد تأخذ أكثر من صورة مثل المذكرات الداخلية والنشرات التي تأتي على شكل قرارات إدارية.

¹ محمد علي القوزي ، نشأة وسائل الاتصال وتطورها ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2007،ص49

ج- التقارير: حيث يتم من خلالها تبادل المعاني والأفكار والآراء حول الموضوع الذي يتضمنه التقرير المكتوب

د - الاقتراحات والشكاوى المكتوبة : وتقوم هذه الوسيلة على تدفق الآراء والأفكار من القاعدة إلى القمة ، ويتم استلام الإدارة العليا للأفكار والاقتراحات للرؤساء المباشرين الذين يوصلونها إلى الإدارة العليا .

وتلعب هذه الوسيلة دورا هاما في المؤسسة من خلال إحساس العاملين بالمشاركة في تحقيق أهداف المؤسسة والشعور بأهمية دورهم وأفكارهم فيها.¹

المبحث الرابع : وسائل الاتصال السمعية البصرية : وتتمثل فيما يلي :

أ - الملصقات : توجد بمعظم المؤسسات لوحات تلتصق عليها الصور والرسومات لنقل أفكار معينة أو معلومات خاصة بالمؤسسة إلى العاملين ، وتعتبر الملصقات وسيلة قيمة لاتصال العاملين ، خاصة إذا وضعت في المكان الملائم وتزداد فعاليتها عند مشاركة مجموعات العاملين مع الإدارة في إعدادها.

ب - الرسوم البيانية والخرائط : تساهم الخرائط البيانية في توضيح العديد من العلاقات المعقدة المرتبطة بموضوع معين ، وذلك من خلال صورة أو رسم بياني واحد مبسط يسهل استيعابه وفهمه وعادة ما تستخدم هذه الرسوم البيانية عند إعداد التقرير السنوي .

ج - الانترنت : أدى التطور التكنولوجي للانترنت إلى ظهور الانترنت كشبكة معلوماتية خاصة تستعملها بعض المؤسسات لمعالجة معلومات متعلقة باتصالها الداخلي بصورة أسهل وأسرع.²

¹ محمد علي القوزي ، مرجع سبق ذكره ، ص50
² محمد علي القوزي ، مرجع سبق ذكره ، ص51

المبحث الخامس: وظائف الاتصال الداخلي

1- **وظيفة الإنتاج:** لا يمكن الفصل بين الاتصال التنظيمي الرسمي في المنظمات وخاصة في المنظمات الاقتصادية عن عملية الإنتاج ، وذلك لأنك عملية الاتصال هي التي تحدد الإنتاج من حيث نوعيته وكميته ، كما يحدد التوجيهات المرتبطة بالتنفيذ والآراء كتوجيه الإنذار بسبب التغيب والتقاعد في العمل أو إيداء الإعجاب والإعلان عن المكافآت.... الخ

2- **وظيفة الإبداع :** المقصود بالإبداع هو إنشاء ووضع أفكار وأنماط سلوكية جديدة لتحسين السلوك التنظيمي وتطوير المؤسسة ، وتعتبر وظيفة الإبداع اقل وظائف الاتصال ممارسة ، وذلك ناجم عن المقاومة الشديدة بين مختلف الأطراف ، والتغيير النظامي ، فالروتين والنمطية والتقنين باعتبارها تقنيات تنظيمية لتسهيل أداء العمل

ويرتبط الإبداع ببعدان همان بحسب الوظيفة الأساسية :

البعد الأول: هو عملية تقديم الأفكار والاقتراحات والمشاريع والمخططات الجديدة

البعد الثاني: يمثل عملية تطبيق البعد الأول ، وبطبيعة الحال فان الاتصال يلعب دورا هاما في تحقيق كل من البعدين ، وذلك بوضع برامج تهدف إلى القضاء على عملية المقاومة وبضرورة توفير جوّ نفسي يسمح للأفراد باتخاذ المبادرة في معالجة المشاكل وفي ابتكار الأساليب الجديدة في مختلف المجالات.¹

¹ مصطفى عشوي، أسس علم النفس الصناعي والتنظيمي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر ، 1993م ، ص 142

وباختصار فإن الإنتاج والإبداع والصيانة وظائف يساهم الاتصال في تحقيقها والتأثير في توجيهها إلى جانب أجهزة أخرى على المستوى التنظيمي كالقيادة ، ومختلف مستويات الإشراف والنقابة، وممثلي العمال وهذا ما يدل على التأثير المتبادل بين مختلف الجماعات والأفراد¹.

المبحث السادس: معوقات الاتصال الداخلي

هناك عدة عوامل تؤدي إلى فشل العملية الاتصالية في المؤسسات فبالنسبة للاتصال الداخلي للمؤسسة فقد قسمت بسبب فشل الاتصال في المؤسسات إلى نوعين

النوع الأول: عدم كفاءة نظم الاتصال، نتيجة لنقص أو ضعف وسائل الاتصال، و هو ما يدعو إلى الاهتمام أكثر في اختيار الوسائل المستعملة في الاتصال عند إعداد الإستراتيجية في هذا الميدان

النوع الثاني: يربط بعوائق تنظيمية وأخرى نفسية واجتماعية.

1-العوائق التنظيمية:

- عدم التطابق بين التنظيم المخطط والتنظيم الهيكلي المطبق.
- جهل اغلب العمال بتفاصيل الأعمال الموكلة إليهم وقد يكون هذا ناتجا عن عدم معرفة أهميتها للأعمال المرتبطة بهم.
- عدم اعتراف بعض العمال بالخرائط التنظيمية ، ويعتمد بعض العارفين بها إلى عدم إتباع خطوط السلطة والمسؤولية فيها بسبب عدم رضاهم عنها.
- نقص في تحديد المسؤولية لعدم وضوح خطوط السلطة والمسؤولية.

¹ نفس المرجع، ص147

- توجه الأفراد إلي سلطات أعلى من السلطات المباشرة لهم مما يضيف أعباء علي السلطات الأعلى ويخلط أحيانا بعض الأعمال.

- عدم وجود قنوات واضحة تسير بها البيانات والمعلومات في جميع الاتجاهات.

2- العوائق النفسية والاجتماعية:

- كبر العمال في المؤسسات واختلاف العوامل النفسية والاجتماعية فيهم، وضعف الإدارة في عملية التقريب بينهم أو خلق ثقافة وهوية متميزة للمؤسسة.

- ضعف الفهم الجيد والصحيح للعملية الاتصالية الحديثة من طرف الإدارة العليا في مؤسسته وهو ما يؤدي إلي سوء استعمالها ونقص الاهتمام بالمعلومات المرتدة من الأسفل، مما يؤدي إلي انعزال الإدارة وهو ما يتطابق مع النوع البيروقراطي للإدارة .

- نقص الفهم لدى أفراد المؤسسة و تأويل القرارات والوثائق المختلفة حسب الشخص المستعمل، ولم يتمتع به من الجانب النفسي والاجتماعي، و هذا لجهود اللغة المستعملة فيها.

- تدخل الجماعات غير الرسمية في إعداد الوثائق والتقارير الرسمية الصاعدة، تزييف المعلومات بهدف إخفاء النقص في الإدارة وإظهار ضعف اطلاع الإدارة العليا.

تميز بعض القادة بصفات شخصية غير ملائمة لأداء أدوارهم الاتصالية علي الوجه المطلوب وهذا في مختلف المستويات.

معوقات أخرى:

ويرى البعض انه يمكن تقسيم معوقات الاتصال في المنظمة إلى معوقات تتعلق بالعاملين، ومعوقات تتعلق بالنظام نفسه بمعنى كفاءة الهيكل التنظيمي.

1-معوقات متصلة بالعاملين: مثل:

- نقص في مهارات الاتصال .
- حجب المعلومات إما بسبب التعليل بالسرية، أو الخوف من المكانة الوظيفية.
- الخجل من عدم التصريح بعدم المعرفة .
- الأحجام عن الاحتكاك بالرؤساء .
- تخطي الرؤساء المباشرين.

2- معوقات متعلقة بالنظام (التنظيم): مثل:

- عدم الاستقرار التنظيمي .
 - سوء توزيع الأعمال وضغط العمل .
 - عدم وجود مركز معلومات.
 - الإفراط في التخصص.
- وهناك من وضع عقبات تحد من فعالية الاتصال في المنظمة :
- اهتمام بعض الأفراد بالمسائل الشخصية يمثل عقبة في إيصال المعلومات المتعلقة بالعمل.

- ميل بعض الناس إلى معارضة التغيير أو علي الأقل عدم تقبل التغيير بسهولة.
- إن الشخص غير المدرب غالبا ما يتحدث دون أن يناقش.
- ميل الإنسان بطبيعته إلى عدم الإباحة بشعوره أو بأسراره أو بأهدافه الحقيقية لأسباب اجتماعية أو نفسية أو خلقية.¹

¹ اشرف فهمي خوخة ، إدارة المؤسسات الصحفية ، دار النهضة للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ص2001

خاتمة :

إدراك أهمية الاتصال الداخلي في قيام المؤسسات صار حقيقة لا يمكن غض النظر عنها ، خاصة فيما يتعلق بالمشاكل الداخلية وترسيخ الثقة بين الإدارة والمستخدمين وذلك لضمان نجاح أعمالها وتحقيق الانسجام بين مختلف مستوياتها أيضا يهدف الاتصال الداخلي في المؤسسة إلى خلق علاقات مستمرة بين الأشخاص وتحقيق تواصل فيما بينهم يحقق الاستقرار والثقة بين القمة والقاعدة داخل المؤسسة وكذا الزيادة في الإنتاج ، رغم بعض العوائق التي تصعب هذه العملية في بعض الأحيان .



الجانِب
التطبيقي

الفصل الرابع الإطار

التطبيقي

- التعريف بمجتمع الدراسة
- منهج الدراسة
- أدوات الدراسة
- توزيع البيانات وتحليل النتائج

البحث

أولاً: التعريف بمجتمع الدراسة

التسمية: دار الصحافة عبد الحميد بنجاح

الموقع: حي 24 فبراير لاسيليس ورقلة

تاريخ التدشين: 5 جويلية 2013

المدشن: علي بوقره والي ولاية ورقلة

المساحة: حوالي 320م

عدد المكاتب: 08 مكاتب

الجرائد المتواجدة:

الجمعية الولائية للوسائل السمعية البصرية

- جريدة المحور

- جريدة الخبر

- جريدة النهار

- جريدة الأجواء

نموذج بطاقة فنية حول مكتب جريدة الخبر ورقلة

المقر : دار الصحافة عبد الحميد بنجاح

التأطير :

- 3 صحفيين مراسلين من ورقلة
- 2 صحفيين مراسلين من تقرت
- 2 صحفيين مراسلين من حاسي مسعود

كما أنها تحتوي على مطبعة جهوية بمنطقة النشاط سيدي خويلد

نموذج بطاقة فنية حول مكتب جريدة المحور بورقلة :

التسمية: المحور اليومي

المقر : دار الصحافة عبد الحميد بونجاح

تاريخ التدشين : 05 جويلية 2013: مدير المكتب الجهوي

07 صحفيين

المراسلين : عدد 10 بولايات الجنوب الكبير

تاريخ الانطلاق: 10 أكتوبر 2012

الانجازات بالمكتب الجهوي بالجنوب الكبير

1: إبرام اتفاقية مع قسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة قاصدي

مرباح ورقلة.

2: تمويل ثلاث فرق رياضية.

شبيبة الساورة : البطولة المحترفة الأولى.

نادي تقرت : القسم الثاني للهواة .

شباب بني ثور: بطولة ما بين الرابطات

ثانياً: منهج الدراسة

منهج دراسة حالة:

في دراستنا هذه اعتمدنا على منهج دراسة حالة بحيث يتميز عن غيره من المناهج الأخرى بكونه يهدف إلى التعرف على وضعية واحدة معينة وبطريقة تفصيلية دقيقة وبعبارة أخرى فالحالة التي يتعذر علينا فهمها أو يصعب علينا إصدار حكم عليها نظراً لوضعيتها الفريدة من نوعها ، يمكننا أن نركز عليها بمفردها ونجمع جميع البيانات والمعلومات المتعلقة بها ونقوم بتحليلها والتعرف على جوهر موضوعها ، ثم نتوصل إلى نتيجة واضحة بشأنها .

كما يمكننا أن نعرفه: "انه المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأية واحدة، سواء كانت فرداً أو مؤسسة أو نظاماً اجتماعياً. وهو يقوم على أساس التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها وذلك قصد الوصول إلى تعميمات متعلقة بالوحدة المدروسة وبغيرها من الوحدات المتشابهة¹

كما يقوم هذا الأسلوب على جمع البيانات ومعلومات كثيرة وشاملة في حالة فردية واحدة أو عدد محدود من الحالات وذلك بهدف الوصول إلى فهم أعمق للظاهرة المدروسة وما يشبهها من ظواهر حيث تجمع البيانات عن الوضع الحالي للظاهرة المدروسة وكذلك عن ماضيها وعلاقتها من أجل فهم أعمق وأفضل للمجتمع الذي تمثله ويتم جمع البيانات في مثل هذا الأسلوب بوسائل وأدوات متعددة منها:²

المقابلة الشخصية، الاستبيان، الوثائق والمنشورات.....الخ

¹ عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 200، ص130
² ربحي مصطفى عليان، أساليب البحث العلمي، مرجع سبق ذكره، ص46

وتستخدم دراسة حالة في كثير من الأحوال كمكمل للدراسات المسحية ومع أن مثل هذا الأسلوب يؤدي إلى كشف الكثير من الحقائق والمعلومات الدقيقة عن الحالة المدروسة إلا أن ما يتم التوصل إليه من نتائج لا يمكن تعميمه على جميع الحالات الأخرى إلا في حالة يتم

ثالثاً: أدوات الدراسة:

المقابلة:

تعتبر من الأدوات الرئيسية لجمع البيانات والمعلومات في دراسة الأفراد والجماعات الإنسانية كما أنها تعد من أكثر وسائل جمع المعلومات شيوعاً وفعالية في الحصول على البيانات الضرورية لأي بحث، والمقابلة ليست بسيطة فهي مسألة فنية كما أنها تتميز باختصار بـ :

إنها تبادل لفظي منظم بين شخصين هما الباحث والمبحوث حيث يلاحظ فيها الباحث ما يطرأ على المبحوث من تغيرات وانفعالات .

تتم كذلك المقابلة بين شخصين هما القائم بالمقابلة والمبحوث في موقف واحد.

و أخيراً يكون للمقابلة هدفاً واضحاً محدداً وموجهاً نحو غرض معين¹

تعد المقابلة استبياناً شفويًا يقوم من خلالها الباحث بجمع معلومات بطريقة شفوية مباشرة من المفحوص، والفرق بين المقابلة والاستبيان يكمن في أن المفحوص هو الذي يكتب الإجابة عن الأسئلة بينما يكتب الباحث بنفسه إجابات المفحوص في المقابلة.

¹ عمار بوحوش، مرجع سبق ذكره، ص75

والمقابلة عبارة عن حوار بين الباحث {المقابل} والشخص الذي يتم مقابلته {المستجيب} يبدأ هذا الحوار بخلق علاقة وئام بينهما ليضمن الباحث الحد الأدنى من تعاون المستجيب، ثم يشرح الباحث الغرض من المقابلة¹

وبعد أن يشعر بان المستجيب على استعداد للتعاون ، يبدأ الباحث بطرح الأسئلة التي يحددها مسبقا ، ثم يسجل إجابات بكلمات المستجيب وهكذا يلاحظ أن المقابلة عبارة عن استبانة شفوية .

الاستمارة:

يعرف الاستبيان على انه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضع استمارة بهدف الحصول على معلومات خاصة بظاهرة أو مجتمع البحث ويتطلب الاستبيان تحديد مشكلة البحث بشكل واضح، حتى يتم عرضها على شكل أسئلة²

والاستبيان قد يرسل بطريق البريد إلى الأفراد المعنيين ، وقد يحمله الباحث بنفسه إلى الأشخاص ، والأسلوب المثالي هو أن يملأ الاستبيان بحضور الباحث ويسجل بنفسه الأجوبة والملاحظات التي تثري البحث³.

من خلال عملنا هذا نود التعريف مؤسسة دار الصحافة ومدى اعتمادها على الاتصال الداخلي وأهمية هذه العملية الحيوية في بناء مادة إعلامية ناجحة.

¹ ارجعي مصطفى عليان، مرجع سبق ذكره، ص97

² عمر التومي الشيباني ، مرجع سبق ذكره، ص119

³ بوحوش عمار، مرجع سبق ذكره، ص67

رابعاً: توزيع البيانات وتحليل النتائج البحث:

بعد جمع الاستمارة على العينة المبحوثة والتي بلغت 25 مبحوث وقمنا بتوزيع الاستبيان ثم حساب التكرارات الخاصة لكل سؤال وبعدها يتم حساب النسبة المئوية لكل الأسئلة كما يلي:

• النسبة المئوية = $\frac{\text{عدد التكرارات}}{100} \times 100\%$

عدد أفراد العينة

جدول رقم 01: توزيع مجتمع البحث على متغيرات البحث

المجموع	النسبة	التكرارات	المتغيرات	
25	48%	12	ذكر	الجنس
	52%	13	أنثى	
25	12%	3	متوسط	المستوى التعليمي
	8%	2	ثانوي	
	80%	20	جامعي	
25	65,21%	15	30-25	السن
	32%	8	35-30	
	8%	2	35 فما فوق	

من خلال الجدول المبين نستخلص إن العينة التي تم اختيارها متكونة من عمال دار الصحافة عبد الحميد بونجاح بور قلة نلاحظ أن نسبة الإناث تمثلت بـ 52% أما نسبة الذكور فقد تمثلت بـ 48% أما فيما يخص السن فإن العينة التي درسناها تتكون من 25 فرد بين ذكور وإناث بالنسبة لسن

المبحوثين فقد فضلنا نبدأ من سن 25 فما فوق باعتباره السن الملائم للشخص العامل في المؤسسة الإعلامية لدار الصحافة فقد قسمنا الفئات العمرية ما بين (25-30) قدر عدد المبحوثين 15 بنسبة 65,21% أما الفئة الثانية ما بين (31-35) قدر عدد المبحوثين 8 بنسبة 32% أما الفئة الأخيرة فما فوق 35..... قدر عدد المبحوثين 2 بنسبة 8% أما بالنسبة للمستوى التعليمي فان المؤسسة تعتمد على المستوى الجامعي والذي قدر بنسبة 80% وهذا دليل على أن العمل في المؤسسة يتطلب شهادات في مستوى التخصص الذي يخدم المؤسسة بينما قدر المستوى الثانوي بنسبة 8% نجدهم يؤدون مهام بسيطة في المؤسسة مثل مكتب الاستقبال والتوجيه .

المحور الأول: الاتصال الداخلي في المؤسسة

جدول رقم 02: يبين توزيع البيانات الخاصة بالاتصال الذي يتم داخل المؤسسة

النسبة	التكرار	الاتصال الذي يتم داخل المؤسسة
20%	5	جيد
64%	16	متوسط
16%	4	ضعيف
100%	25	المجموع

من خلال الجدول يتضح لنا أن المؤسسة تعاني من قلة الاتصال بين العمال داخل مؤسسة دار الصحافة بورقلة ذلك يرجع إلى الاتصال الذي يتم بينهم لهذا كانت النسبة كما يلي: حيث كان أغلب المستجوبين متوسط بنسبة 64% وهذا دليل بان العملية الاتصالية التي تتم داخل المؤسسة ضئيلة أما فيما يخص بالمتغير جيد فان النسبة كانت 20% وهذا يعني أن الاتصال داخل المؤسسة غير فعال بدرجة كبيرة

أما بالنسبة للمتغير ضعيف فكانت النسبة 16% وهذا مما يدل على وجود اتصال داخلي جيد وبالتالي من خلال هذه النتائج المتوصل إليها نلاحظ أن المؤسسة ليس لها اتصال كبيرة جدا داخل المؤسسة فهو إلى حد ما متوسط .

الجدول رقم 03: يبين مدى أهداف الاتصال الرسمي داخل المؤسسة

النسبة	التكرار	المؤسسة تحقق أهدافها بالاتصال الرسمي
84%	21	نعم
16%	04	لا
100%	25	المجموع

من خلال النتائج المتوصل إليها يتضح لنا أن نسبة اغلب المستجوبين من أفراد العينة أكدوا لنا بأن المؤسسة لا يمكن أن تحقق أهدافها إلا بالاتصال الرسمي وهذا ما تم الإجابة عليه والتي قدرة النسبة نعم ب 84 % في حين هناك من أجاب بلا والتي قدرة النسبة ب 16% من المجموع النسبة الإجمالية ومنه نستنتج أن المؤسسة يسري فيها الاتصال الرسمي بشكل كبير .

الجدول رقم 4: يبين الاتصال الغير الرسمي له دور أيضا داخل المؤسسة

النسبة	التكرار	الاتصال الغير الرسمي له دور أيضا داخل المؤسسة
72%	18	نعم
28%	7	لا
100%	25	المجموع

من خلال الجدول من يتضح لنا أن المستجوبين من أفراد العينة أكدت لنا بأن المؤسسة تعتمد أيضا على الاتصالات غير رسمية حيث أن النسبة كانت بنعم 72% في حين أن هناك أفراد من المستجوبين أجابوا ب لا بنسبة 28% إذ تعتقد هذه الأخيرة أن المؤسسة لا تعتمد على الاتصال غير رسمي حيث نستنتج من خلال هذا التحليل أن المؤسسة دار الصحافة تعتمد أيضا على الاتصال الغير الرسمي.

الجدول رقم 5: العملية الاتصالية التي تتم بين العمال لها دور في سير عمل المؤسسة

النسبة	التكرار	العملية الاتصالية التي تتم بين العمال لها دور في سير عمل المؤسسة
92%	23	نعم
8%	2	لا
100%	25	المجموع

من خلال النتائج المتحصل عليها في هذا الجدول يتضح لنا أن العملية الاتصالية التي تتم داخل المؤسسة لها أهمية كبيرة في سير عمل المؤسسة وذلك من خلال استجابة المبحوثين بنعم بنسبة 92% ويرجع هذا إلى نظرة العمال ايجابية للعملية الاتصالية أما النسبة للنتائج المتحصل عليها بالإجابة لا فكانت 8% من مجموع النسبة الإجمالية .

الجدول رقم 6: الخاص بتوزيع البيانات الخاصة بالاتصال الداخلي في المؤسسة دور في إنجاح المادة الإعلامية.

النسبة	التكرار	الاتصال الداخلي دور في إنجاح المادة الإعلامية
68%	17	نعم
32%	8	لا
100%	25	المجموع

من خلال النتائج المتوصل إليها نجد اغلب المستجوبين في العينة المختارة على أن الاتصال الداخلي في مؤسسة دار الصحافة لها دور كبير في إنجاح المادة الإعلامية حيث قدرت نسبة الإجابة نعم ب 68% في حين أجاب 8 مستجوبين على لا بنسبة 32% مما يعني بان الاتصال الداخلي في مؤسسة دار الصحافة له دور كبير في إنجاح المادة الإعلامية حتى وإن اختلفت الرؤى بين المستجوبين.

الجدول رقم 7 : بتوزيع البيانات الخاصة بالاتصال غير رسمي بمدى مساهمته في الحصول على

المعلومات المهنية

النسبة	التكرار	مساهمة الاتصال الغير الرسمي في الحصول على المعلومات المهنية
76%	19	نعم
24%	6	لا
100%	25	المجموع

من خلال الجدول يتضح لنا أن نسبة الحصول على المعلومات المهنية بواسطة الاتصال غير الرسمي قد كانت نعم بنسبة 76% أما فيما يخص نسبة الذين أجابوا ب لا فقد كانت 24% وهذا يدل على وجود وفرة في الحصول على المعلومات داخل مؤسسة دار الصحافة.

المحور الثاني : أثر الاتصال الداخلي على موظفي المؤسسة

الجدول رقم 8: توزيع البيانات الخاصة بتقديم عمال المؤسسة لانشغالات والشكاوي لمدير المؤسسة

النسبة	التكرار	تقديم عمال المؤسسة لانشغالات والشكاوي لمدير المؤسسة
80%	20	نعم
20%	5	لا
100%	25	المجموع

من خلال النتائج المتوصل إليها إجابة أفراد العينة يتضح لنا نسبة 80% من عمال المؤسسة يقومون بعرض شكاويهم إلى مدير المؤسسة وهذا يرجع إلى مدير المؤسسة يقبل الشكاوي بصدر رحب في حين أن هناك نسبة أجابت بلا بنسبة 20% فهي نسبة ضئيلة مقارنة بالعمال الذين أجابوا بنعم .

الجدول رقم 9: توزيع البيانات الخاصة بطبيعة المواضيع التي تناقش

النسبة	التكرار	طبيعة المواضيع التي تناقش
12%	3	مواضيع شخصية
60%	15	مواضيع تخص العمل
28%	7	مواضيع أخرى
100%	25	الجموع

من خلال النتائج المتوصل إليها يتضح لنا أن أفراد العينة يتواصلون في المواضيع التي تخص العمل بالدرجة الأولى بنسبة 60% بينما المواضيع أخرى تأتي بالدرجة الثانية بنسبة 28% و المواضيع الشخصية بنسبة 12% وهذا مما يدل لنا اهتمام الواسع والكبير من طرف عمال المؤسسة بالمواضيع التي تخص عملهم و على تنوع المواضيع التي تناقش بين زملاء العمل داخل المؤسسة .

الجدول رقم 10: توزيع البيانات الخاصة بالوسائل أكثر استخدام بالمؤسسة

النسبة	التكرار	بالوسائل أكثر استخدام بالمؤسسة
28%	7	هاتف
60%	15	انترنت
12%	3	وسائل أخرى
100%	25	الجموع

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح لنا أن المؤسسة تستخدم الانترنت وذلك ما نلاحظه من خلال أجوبة العينة المدروسة والتي قدرت نسبتها ب 60% حيث تعتبر الانترنت الوسيلة الأولى للتواصل في حين تقدر نسبة استعمال الهاتف في المؤسسة ب 28% حيث يعتبر الوسيلة الثانية للاتصال والوسائل الأخرى قدرت ب 12% وهذا يدل على أن هناك وسائل أخرى أيضا تستعمل في المؤسسة كالفاكس مثلا.

الجدول رقم 11: الخاص بتوزيع البيانات حول تنظيم اجتماعات العمل التي تناقش قضايا المؤسسة

النسبة	التكرار	تنظيم اجتماعات العمل للمناقشة قضايا العمل
80%	20	نعم
20%	5	لا
100%	25	المجموع

من خلال النتائج المتوصل إليها من استجابة أفراد العينة نلاحظ أن هناك تنظيم لاجتماعات داخل المؤسسة وذلك من خلال إجابات المبحوثين إذ أجاب 20 مبحوث على نعم بنسبة 80% وهذا مما يدل لنا على أن المؤسسة تحرص على تنظيم اجتماعات للمناقشة قضايا العمال والمؤسسة بينما استجاب 5 فقط ب لا بنسبة 20% من النسبة الإجمالية .

المحور الثالث: معوقات الاتصال الداخلي

الجدول رقم 12: الخاص بتوزيع البيانات الخاصة بالعوائق التنظيمية التي تعرقل العملية الاتصالية

داخل المؤسسة

النسبة	التكرار	العوائق التنظيمية التي تعرقل العملية الاتصالية
64%	16	غياب الهيكل التنظيمي
36%	9	عدم فهم نشاطات المنظمة
100%	25	المجموع

من خلال النتائج المتوصل إليها نستنتج أن نسبة من أفراد العينة أجابوا لنا بغياب الهيكل التنظيمي بنسبة 64% وهذا يدل على نقص الهيكل التنظيمي داخل المؤسسة وأما فيما يخص عدم فهم نشاطات المؤسسة أجابت لنا نسبة ب 36% وذلك راجع أن بعض العمال يصعب عليهم فهم بعض من نشاطات المنظمة .

الجدول رقم 13: يبين توزيع البيانات الخاصة بالعوائق النفسية والاجتماعية التي تعرقل العملية الاتصالية داخل المؤسسة.

النسبة	التكرار	العوائق النفسية و الاجتماعية التي تعيق العملية الاتصالية
40%	10	اختلاف في الثقافات
12%	3	الاختلاف في المنطقة
48%	12	ضعف الفهم الجيد و الصحيح للعملية الاتصالية الحديثة من طرف الإدارة العليا
100%	25	المجموع

من خلال النتائج المتوصل إليها نلاحظ أن ضعف الفهم الجيد والصحيح يعتبر من العوائق النفسية و الاجتماعية التي تعرقل العملية الاتصالية وذلك من خلال إجابة المبحوثين والتي قدرت النسبة ب 48% ثم تأتي بعد اختلافات في الثقافات التي نصيب أيضا التي تعرقل العملية الاتصالية والتي قدرت نسبتها ب 40% وفي الأخير تأتي الاختلافات في المنطقة والتي نسبتها تدر ب 12%

الجدول رقم 14: يبين توزيع البيانات الخاصة بتأثر علاقتك بزملائك على اتصالك بهم

النسبة	التكرار	تأثر علاقتك بزملائك على اتصالك بهم
40%	10	نعم
60%	15	لا
100%	25	المجموع

من خلال الجدول يتضح لنا بأن مجموعة من أفراد العينة أجابوا لنا بأن علاقتهم بزملائهم لا تؤثر على إيصالهم بهم وذلك من خلال النسبة التي قدرة ب 40% في حين أجاب لنا بعض الآخر بنعم دليل على أن علاقتهم بزملائهم تؤثر على الاتصال بهم وذلك من خلال النسبة التي قدرة ب 40%

الجدول رقم 15: يبين توزيع البيانات الخاصة حول مستقبل الاتصال الداخلي بالمؤسسة

النسبة	التكرار	حول مستقبل الاتصال الداخلي بالمؤسسة
36%	16	جيد
64%	9	متوسط
0	0	ضعيف

من خلال النتائج المتوصل إليها يتضح لنا أن أفراد من العينة اجبوا بجيد بنسبة 64% وهذا يرجع إلى النظرة التفاؤلية حول مستقبل الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية في حين أجابه لنا نسبة 36% من أفراد العينة بمتوسط وأما نتيجة ضعيف فهي منعدمة.

تحليل الجداول المركبة الخاصة بمتغيرات الدراسة:

الجداول الخاصة بسن المبحوث:

الجدول الأول: يخص جنس المبحوث بالنسبة للسؤال الخامس إذا ما كان يعتبر أن الاتصال الداخلي سبب في نجاح المؤسسة .

المجموع	السؤال الأول		الاتصال الداخلي سبب في نجاح المؤسسة		
	لا	نعم			
12	5	7	التكرار	ذكر	جنس المبحوث
%48	%20	%28	النسبة		
13	3	10	التكرار	أنثى	
%52	%12	%40	النسبة		
25	8	17	التكرار	المجموع	
%100	%32	%68	النسبة		

في تحليلنا للإجابات الخاصة بالسؤال الخامس عما إذا كان الاتصال الداخلي سبب في نجاح المادة الإعلامية فبالنسبة لمتغير الجنس فان عدد المجيبين بنعم من جنس الذكر قدر بـ 7 مجيب بنسبة 28% وقد أجاب 5 مستجوبين ب لا بنسبة 20%. نفس الميول كانت بالنسبة لجنس الإناث حيث أجابت 10 مستجوبة بنعم بنسبة 40% في حين أجاب 3 من الإناث ب لا بنسبة 12%.

لتصبح نسبة الإجابة بنعم لكلا الجنسين ب 17 أجا ب بنسبة 68% و 8 إجابات فقط بلا بنسبة 32% .

هذا دليل على أن الاتصال الداخلي وفعاليته لدى مؤسسة دار الصحافة من الأسباب الكثيرة التي أدت إلى نجاح المادة الإعلامية .

الجدول الثاني: عامل المستوى ودوره تنظيم اجتماعات العمل الخاصة بمناقشة قضايا المؤسسة :

المجموع		جامعي		ثانوي		متوسط		المستوى
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاحتمالات
80%	20	64%	16	8%	2	8%	2	نعم
20%	5	16%	4	0	0	4%	1	لا
100%	25	80%	20	8%	2	12%	3	المجموع

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن نسبة 64% من الجامعيين و نسبة 8 % من الثانويين وكذلك نسبة 8% من المتوسطين أدلت لنا بان المؤسسة تنظم اجتماعات لمناقشة قضايا المؤسسة وتليها نسبة 4% من ذوي المتوسط ونسبة 16% من الجامعيين أدلت لنا أن المؤسسة لا تنظم اجتماعات للمناقشة قضايا المؤسسة

الجدول الثالث : عامل الجنس وعلاقته بالعوائق التنظيمية التي تعرقل العملية الاتصالية في المؤسسة

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الاحتمالات
36%	9	16%	4	20%	5	غياب الهيكل التنظيمي
64%	16	24%	6	40%	10	عدم فهم نشاطات المنظمة
100%	25	40%	2	60%	15	المجموع

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح لنا نسبة 20% من الذكور ترى أن غياب الهيكل التنظيمي هو الذي يعرقل العملية الاتصالية بالمؤسسة بينما نسبة 16 من الإناث ترى كذلك في حين نجد نسبة 40% من الذكور تجد أن عدم فهم نشاطات المؤسسة هو الذي يعرقل العملية الاتصالية داخل المؤسسة على خلاف نسبة 24% من الإناث .

النتائج العامة :

لقد قمنا في هذه الدراسة بمحاولة معرفة العملية الاتصالية داخل المؤسسة إعلامية لدى عمال ودالك من خلال تصميم استبيان يحدد العملية الاتصالية في المؤسسة دار الصحافة حيث كان المحور الأول في الاستبيان متعلق بالاتصال الداخلي في المؤسسة أما فيما يخص المحور أثر الاتصال الداخلي على موظفي المؤسسة وأما فيما يتعلق في المحور الثالث فقد تناولنا معيقات الاتصال الداخلي في المؤسسة

1- أن مؤسسة دار الصحافة رغم أنها مؤسسة إعلامية إلا أن الاتصال الداخلي الذي يحدث بداخلها ليس فعال بدرجة كبيرة فهو إلى حد ما اتصال يخدم المؤسسة

2. الاتصال في المؤسسة اتصال مباشر دون قيود وذلك بفتح المجال للاتصالات المباشرة بين مختلف الإدارة والعمال فيبرز الاتصال الأفقي كاتصال سائد في المؤسسة مما أدى إلى توطيد العلاقات وتأكيد الثقة بين العمال والإدارة .

3. الاعتماد على الاتصال غير الرسمي في لتبادل المعلومات .

4. الاعتماد المؤسسة على الانترنت في الاتصال كوسيلة لأولى باعتبارها الوسيلة السريعة في تنقل المعلومات وخاصة فيما يخص إنجاز المادة الإعلامية.

5. اهتمام المؤسسة بمعالجة القضايا التي تخص المؤسسة وذلك من خلال تنظيم اجتماعات العمل .

6 بالنسبة للعوائق فقد ربطت بعوائق تنظيمية تتمثل في عدم فهم العمال بتفاصيل الأعمال الموكلة إليهم.

خاتمة :

تستخدم المؤسسات بصفة عامة الاتصال الداخلي في بناء كيانها الداخلي وذلك لتثبيت الثقة في نفوس العاملين وكذا محاصرة المشاكل والقضاء عليها ومعالجتها بشكل سلمي يرضي جميع الأطراف وبذلك فإن إنتاج المؤسسة سواء كانت اقتصادية أو مهما كان النشاط الذي تمارسه جيدا ، لذلك فإن الاتصال الداخلي أصبح من أهم الركائز التي تقوم عليها المؤسسة .

يلعب الاتصال الداخلي دورا هاما في بناء المادة الإعلامية خاصة بالنسبة للمؤسسات الإعلامية وذلك بالربط بين مختلف الأطراف المكلفة بانجاز المادة الإعلامية ، وكما لاحظنا في دراستنا على مؤسسة دار الصحافة التي اخترناها كنموذج فإنها تجسد الاتصال الداخلي لإنتاج المادة الإعلامية الخاصة بها في تنظيم اجتماعات العمل وكذا الاتصالات الهاتفية بالدرجة الثانية خاصة في التواصل مع المراسلين الداخليين والخارجيين وكذلك الاتصال بالمركز الرئيسي

أما عن الوسائل الالكترونية فإنها وبعد التطور الحاصل وظهور الانترنت أصبحت مؤسسة دار الصحافة تستخدمها كوسيلة بالدرجة الأولى وذلك لسرعة تنقل المعلومات خاصة فيما يتعلق بالمادة الإعلامية والسبق الصحفي ، أيضا حيث يتمكن الصحفي من إرسال عمله من مكان تواجدته إلى مكتب المتواجد في دار الصحافة دون أي عناء .

قائمة

المراجع

قائمة المراجع المعتمد عليها :

- 1- احمد بن مرسللي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط1 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2005 .
- 2- اشرف فهمي خوخة ، إدارة المؤسسات الصحفية ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة، 2003.
- 3.ربحي مصطفى عليان ، أساليب البحث العلمي ، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان، 2004 .
- 4- ربحي مصطفى عليان ، الاتصال والعلاقات العامة ، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان، 2005 .
- 5.ربحي مصطفى عليان ، وسائل الاتصال وتكنولوجيا الاتصال ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان، 2005 .
- 6- عبد الباقي زيدان ، وسائل وأساليب البحث الاجتماعي في الحالات الاجتماعية والإدارية ، مكتبة أنجلو المصرية ، القاهرة ، 1974 .
- 7.عبد الله بن إبراهيم العمار وآخرون ، واقع الاتصالات الكتابية في الأجهزة الحكومية ، ط1، مكتبة فهد الوطنية، الرياض ، 1995 .
- 8- عبد الرحيم درويش ، مقدمة في علم الاتصال ، مكتبة نانسي دمياط ، 2005 .
- 9- عزيزة عبده ، الإعلام السياسي والرأي العام ، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة 2003 .
- 10- عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي ، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2001 .
- 11- عمر التومي الشيباني ، مناهج البحث العلمي ، ط3 ، منشورات مجمع فاتح للجامعات ، ليبيا ، 1989 .
- 12غريب عبد السميع ، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 2006 .
- 13- فضيل دليو ، الاتصال (مفاهيمه ، نظرياته، وسائله) ، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع ، عمان، 2005 .

قائمة المراجع

- 14— محمد محمود الحيلة، تكنولوجيا التعلم بين النظرية والتطبيق ، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع والطباعة، 1998 .
- 15— محمد فهمي العطرزي ، العلاقات الإدارية في المؤسسات والشركات ، ط1، عالم الكتب ، القاهرة، 1960 .
- 16— محمد مزيان ، الاتصال المؤسسي (الأنواع والأنماط)، الجزء 01 ، العدد 11، جامعة الجزائر، دار الحكمة ، الجزائر ، 1998 .
- 17— محمد علي القوزي، نشأة وسائل الاتصال وتطورها ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة، 2007 .
18. مصطفى حجازي ، الاتصال والعلاقات الإنسانية والإدارية ،دار الطلبة ، بيروت ، 1998.
19. مصطفى عشوي ، أسس علم النفس الصناعي والتنظيمي ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر ، 1993 .
- 20— منال طلعت محمود ، مدخل إلى علم الاتصال ، المكتب الجامعي ، مصر ، 2001 .

رسائل التخرج:


21. بكوش مليكة ، الاتصال المؤسسي الداخلي للميناء جيجل ، مذكرة لنيل شهادة لسانس ، معهد علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 2005
- 22 حورية بوشريط ، مكانة الاتصال الداخلي في المؤسسة العمومية الاقتصادية الجزائرية دراسة حالة شركة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، للعلوم الإعلام والاتصال

المقابلات:

23.مقابلة شخصية مع السيد دغة بلخير مكلف برئيس مكتب السمعي البصري بدار الصحافة بورقطة —

المراجع باللغة الأجنبية :

1.Nicol dimeda- Thiery1998. libaert ,La communication interne ,Edition dumod, Paris



الملاحق

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استبيان تحت عنوان

العملية الاتصالية داخل المؤسسة الإعلامية (دار الصحافة
عبد الحميد بونجاح بورقلة)

في إطار التحضير لمذكرة التخرج لنيل شهادة الليسانس في العلوم الإنسانية
تخصص اتصال وعلاقات عامة قمنا بإعداد استبيان تحت عنوان العملية الاتصالية
داخل المؤسسة الإعلامية (دار الصحافة عبد الحميد بونجاح بورقلة) ولذا فان نجاح
هذا البحث يرتكز على مدى إسهامكم في الإجابة بكل صدق وموضوعية وذلك بعد
(في الخانة المناسبة مع تعهدنا بقراءة كل عبارة بدقة ثم الإجابة عليها بوضع علامة)
باستخدام إجاباتكم لأغراض علمية بحتة .

تحت إشراف الأستاذ:

حمایمی محرز

من إعداد الطلبة:

1. بلعباس عبد الرزاق
2. تارش موسى
3. بلعباس كريمة

السنة الجامعية: 2014/2013

البيانات الشخصية :

الجنس: ذكر أنثى

السن الخاص بأفراد العينة:

(25-20) (30-25) (30 فما فوق.....)

المستوى: متوسط ثانوي جامعي

المحور الأول : الاتصال الداخلي في المؤسسة

1. في رأيك هل الاتصال الذي يتم داخل مؤسستكم ؟

جيد متوسط ضعيف

2. هل تعتقدان مؤسستكم تحقق أهدافها بالاتصال الرسمي فقط ؟

نعم لا

3. هل الاتصال غير الرسمي له دور أيضا داخل المؤسسة ؟

نعم لا

4. هل العملية الاتصالية التي تتم بين العمال لها دور في سير عمل المؤسسة ؟

نعم لا

5. في رأيك هل الاتصال الداخلي في المؤسسة له دور في إنجاح المادة الإعلامية؟

نعم لا

6. هل الاتصال غير الرسمي يساهم في الحصول على المعلومات المهنية ؟

نعم لا

المحور الثاني : اثر الاتصال الداخلي على موظفي المؤسسة

7. هل يقوم عمال المؤسسة بتقديم الانشغالات والشكاوي لمدير المؤسسة ؟

نعم لا

8. ما طبيعة المواضيع التي تناقشها مع زملائك؟

مواضيع شخصية مواضيع تخص العمل مواضيع عامة

9. ماهي الوسائل الأكثر استخداما في المؤسسة؟

هاتف الانترنت وسائل أخرى اذكرها

10: هل تنظم اجتماعات العمل في مناقشة قضايا المؤسسة؟

نعم لا

المحور الثالث: معوقات الاتصال الداخلي :

11. ما هي العوائق التنظيمية التي تعرقل العملية الاتصالية الداخلية في مؤسساتكم؟

1: غياب الهيكل التنظيمي

2: عدم فهم نشاطات المنظمة

12. ما هي العوائق النفسية والاجتماعية التي تعرقل العملية الاتصالية الداخلية في مؤسساتكم؟

1: اختلاف في الثقافات

2: الاختلاف في المنطقة

3: ضعف الفهم الجيد والصحيح للعملية الاتصالية الحديثة من طرف الإدارة العليا

3: عوائق أخرى اذكرها.....

13: هل تؤثر علاقتك بزملائك على اتصالك بهم؟

نعم لا

14: كيف ترى مستقبل الاتصال الداخلي في مؤسساتكم؟

جيد متوسط ضعيف