



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال



مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال
وعلاقات عامة الموسومة:

واقع الاتصال الديني في مؤسسة المسجد لولاية المسيلة

"دراسة ميدانية بمسجد البشير الإبراهيمي ببوسعادة نموذجاً"

تحت اشراف الأستاذ:

إعداد الطالبة:

- د. بلعباس عبد الحميد

- جلماني إيمان.

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

السنة الجامعية: 2022-2023

واقع الاتصال الديني في مؤسسة المسجد

"دراسة ميدانية بمسجد البشير الابراهيمي نموذجاً بوسعادة"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات
عامة.

تحت إشراف الأستاذ:

- د. بلعباس عبد الحميد

إعداد الطالبة:

- جلماني إيمان.

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د. بلخيري صالح	أستاذ مساعد - أ - جامعة المسيلة	رئيساً
د. بلعباس عبد الحميد	أستاذ مساعد - أ - جامعة المسيلة	مشرفاً ومقرراً
د. عكوشي	أستاذ مساعد - أ - جامعة المسيلة	عضواً مناقشاً

السنة الجامعية: 2023/2022.

إهداء

أجمل ما في الحياة أن يصل الإنسان إلى مبتغاه... أن يحقق أمنية نفسه...
أن يحقق النجاح بجسده ويرضيه والديه فالحمد لله الذي أتم علي نعمته...
أهدي ثمرة تعبي...

إلى الذي أنعم الله عليهم بالشهادة والخلود، إلى التي لم تبخل عليّ بنصائحها وإرشاداتها
وحنانها... أمي الغالية حفظها الله...

إلى السند والعون الذي لا ينقطع أبي العزيز أطل الله في عمره...
إلى عطر ونسيم وبهجة العائلة إخوتي.. صليحة... آسيا... عامر... سارة... آمال... حليلة...

إلى صديقاتي...

إلى كل الزميلات اللاتي شاركنني مذكرة حياتي

اللاتي كتبن سطورا من ذهب في هذا الإنجاز...

إلى كل من عرفني وأحبني...

إيمان

شكر وعرفان

اللهم لك الحمد بالإسلام... ولم الحمد بالقرآن...

ولك الحمد بالأمل أما بعد...

بنعمة من الله وتوفيق منه تم إنجاز هذا العمل ...

الذي آمل من خلاله أن نكون قد قدمنا إضافة...

كما لا يفوتنا هنا أن أتقدم... بخالص شكري وعرفاني بالجميل

إلى الأستاذ " بلعباس عبد الحميد " على قبوله الإشراف على هذه المذكرة...

وعلى توجيهاته ونصائحه القيمة والشمينة طوال مدة إنجازه...

كما أوجه شكري لكل من علمني حرفا...

أساتذتنا من الابتدائية... حتى الثانوية... وإلى أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال

حفظكم الله ورعاكم...

ملخص الدراسة:

لقد تناولت دراستنا موضوع واقع الاتصال الديني في المؤسسات المسجدية من أجل التعرف على طبيعة واقع الاتصال المعاش ومدى مناسبه مجتمعا العربي والإسلامي. تمحورت اشكاليته حول:

- ما واقع الاتصال الديني في المؤسسات المسجدية ؟

واستخدمنا في هذه الدراسة منهج دراسة حالة المنهج... واعتمدنا على العينة فطبقتنا منها العينة القصدية وقسمت الدراسة إلى إطار منهجي وإطار نظري به أربعة فصول: بدأنا بحثنا بالاطار المنهجي ثم الفصل الأول المتعلق بماهية الاتصال الداخلي أما الفصل الثاني فتطرقنا فيه الى ماهية الاتصال خارج المؤسسة والفصل الثالث خصصناه لماهية المسجد أما الفصل الرابع تضمن الجانب التطبيقي للمذكرة ، وذلك أتاح لنا الإمام بمختلف الأفكار القيمة سواء السلبية أو الإيجابية الواردة فيه. ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها في هذه الدراسة أن واقع الاتصال الديني في المؤسسات المسجدية له دور مهم وبارز في قيام المؤسسة.

:Abstract

Our study has dealt with the issue of the reality of religious communication in mosque institutions in order to identify the nature of the reality of lived communication and its suitability for our Arab and Islamic society. Its problems revolved around:

- What is the reality of religious communication in mosque institutions?

In this study, we used the case study approach....we relied on the sample, and we applied the intentional sample from it. The study was divided into a methodological framework and four chapters:

We started our research with the methodological framework, then the first chapter related to the nature of internal communication.

We devoted it to the nature of the mosque. As for the fourth chapter, it included the applied side of the memorandum, and this allowed us to familiarize ourselves with the various valuable ideas, whether negative or positive, contained in it.

One of the most important results we reached in this study is that the reality of religious communication in mosque institutions has an important and prominent role in the establishment of the institution

1985

مقدمة

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

يعد الاتصال من أساسيات الشخصية ومن مقومات الحضارة الإنسانية وكذا من ابرز العوامل التي أنشأت علاقات اجتماعية بين الأفراد، فكثرة الحاجة إليه جعلته يمر بمراحل التطور المستمر من اجل مساعدة الأفراد والمنظمات سواء كانت دينية، اقتصادية، اجتماعية.... الخ، من تنسيق وتنظيم الأعمال والنشاطات فيما بينهم وذلك بالاعتماد على تقنيات اتصالية فعالة وناجحة بغية تحقيق الأهداف المسطرة والاتصال الداخلي أفضل وسيلة لتحقيق ذلك من خلال خلق روابط إنسانية من شأنها الإسهام في تحقيق التقارب والتعاون بين الأفراد وهذا ما سعت إليه المؤسسة المسجدية باعتبارها إحدى المؤسسات الاجتماعية التنظيمية ذات البعد الديني الحضاري، الروحي والاجتماعي لا يقل دورها عن باقي المؤسسات الأخرى في المجتمع والمتمثل أساسا في البناء الاجتماعي والتربوي والثقافي وغيرها من الأدوار، إذ أن الرسالة الدينية ذات المضمون الفكري، الديني والاجتماعي لها أهداف وغايات ودلالات تؤثر على الفكر الإنساني باعثة عن التشكل في الفعل الإنساني لدى الشخص المخاطب لذلك يلعب الاتصال الديني دورا كبيرا وبارزا في التغيير الاجتماعي المطلوب كون الدين هو من أكثر الدعائم البشرية الداعية للإصلاح والتغيير، فهو قانون رباني قائم على الوحدة البشرية والعدالة الاجتماعية والابتعاد عن كل الفوارق الطبقية وتحقيق مجتمع متسامي قائم على الوحدة والإصلاح والتغيير المتحدد إلى الأفضل في كل عصر من العصور لكن هذه العملية تحتاج إلى الترويج الصحيح بما يتفق مع دعائم الإسلام من خلال الأمانة التي يحملها أصحابه والتي تحتاج إلى الصدق والعدالة والممارسة والابتعاد عن كل ما يعيق دور الدين وطريقه في الإصلاح فصلاح الأمة هو من صلاح دينها وثباته، حيث تناولت دراستنا هذه واقع الاتصال الديني بمؤسسة المسجد لولاية المسيلة -دراسة ميدانية لعينة من رواد مسجد البشير الابراهيمي ببوسعادة نموذجاً- وتم تقسيمها إلى ثلاثة اطر إذ ضم الإطار الأول الجانب المنهجي، يليه الجانب النظري بثلاث فصول: ماهية الاتصال الداخلي، ماهية الاتصال الخارجي، ماهية مؤسسة المسجد، وأخيرا جانب تطبيقي للدراسة

الإطار المنهجي

1985

الإشكالية

فرضيات الدراسة

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

تحديد المصطلحات

منهج الدراسة

أدوات الدراسة

الدراسات السابقة

صعوبات الدراسة

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

الإشكالية:

لقد أصبح الاتصال الداخلي على هذا النحو يحظى باهتمام جميع المسيرين والعلماء والمفكرين، نظراً لدوره الكبير في تفعيل استراتيجية المؤسسات وبصفته عنصراً لا يمكن الاستغناء عنه في أي مؤسسة، وقد أصبحت درجة الإنتاج وترابط المصالح الداخلية لأي مؤسسة تقاس بدرجة الاتصال الداخلي.

والمسجد يعد مؤسسة من أهم المؤسسات التي لها وزن لا يستهان به، لما له من مكانة عند الله عز وجل وهي منارة لتعلم العلم وملجأ لغرس الفضائل والأخلاق الكريمة وتكوين جيل صالح يقوم على أساس المبادئ والمقومات التي يحثنا عليها الدين الإسلامي الحنيف، ولذلك فإن الاتصال الداخلي والخارجي على حد سواء يعتبران جزءاً لا يتجزأ من هياكل المؤسسة فهو يلعب دوراً كبيراً في عملية تسييرها، وتفعيل استراتيجيات من خلال تحقيق الأهداف المنوط بها وعليه نخرج بإشكالية رئيسية تتمثل في ما يلي:

— ما واقع الاتصال الديني بالمؤسسة المسجدية لمسجد البشير الإبراهيمي ببوسعادة؟

ولمعالجة وتحليل هذه الإشكالية نقوم بطرح والإجابة على التساؤلات التالية:

1. ما مدى فعالية العملية الاتصالية المحددة لوظيفة مسجد البشير الإبراهيمي ببوسعادة؟
2. إلى أي مدى يمكن للمسجد تحقيق اتصال ناجح وفعال بين أفراد المجتمع؟
3. ما هو دور أئمة المسجد في تفعيل وارساء الاتصال الناجح؟
4. ما وظيفة الاتصال الذي يمارسه المسجد؟

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
فرضيات الدراسة:

يتطلب تحليل الإشكالية محل الدراسة اختبار صحة مجموعة الفرضيات التالية:

1. المستوى التعليمي للائمة ونمط تكوينهم كفيل لنجاح العملية الاتصالية داخل المسجد.
2. استخدام القائمين بالاتصال لتقنيات تساهم في جودة العملية الاتصالية.
3. نجاح العملية الاتصالية يتوقف على حداثة أساليب واشكال الاتصال المطبقة داخل المسجد.

أهمية الدراسة:

يلعب الاتصال الداخلي في أي مؤسسة سواء كانت دينية اقتصادية اجتماعية او سياسية دورا مهما خاصة عند خلقه لعلاقات اجتماعية و اخوية جيدة وظروف تسمح للعاملين بالشعور بالراحة والانتماء للمؤسسة وهذا التفاعل ينعكس بالإيجاب على المؤسسة، والمؤسسة الدينية باعتبارها كيان يمثل نسق اجتماعي تنظيمي كباقي المؤسسات الاخرى يرتكز على جملة من القوانين والتنظيمات تسييره وتحكمه لخدمة المجتمع في المجال الديني لا يقل دورها اهمية عن باقي المؤسسات الاخرى في المجتمع والمتمثل اساسا في البناء الاجتماعي والتربوي والثقافي وغيرها من الأدوار المقدمة لأفراد المجتمع باستخدام أساليب متنوعة واعتماد وسائل مختلفة قصد الوصول إلى تحقيق هدفها المسطر في أفضل صورة ومن هنا كانت هذه الدراسة التي تهتم بواقع الاتصال الديني داخل مؤسسة المسجد بغرض التعرف أكثر على نشاطها وكيفية التواصل مع المصلين والعاملين وكل من له علاقة بالمؤسسة الدينية وكذا الوقوف على الممارسة الفعلية لمؤسسة المسجد من خلال أعماله المختلفة وكذا التعرف على مدى نجاح العملية الاتصالية داخله من خلال ما يقدمه من نشاطات وتوجيهات ومواعظ ودروس ومختلف الشعائر الدينية الاسلامية.

أهداف الدراسة:

1. هدف علمي وهو الوصول الى طبيعة وواقع الاتصال داخل مؤسسة مسجد البشير الابراهيمي ببوسعادة.
2. إبراز الأهمية والدور الكبير الذي يلعبه الاتصال الديني الداخلي في مؤسسة مسجد البشير الابراهيمي ببوسعادة.
3. الكشف عن مدى الاهتمام الذي توليه مؤسسة مسجد البشير الابراهيمي ببوسعادة لمجال الاتصال الفعال.
4. معرفة الدور الفعال والارشادي الذي يقوم به أئمة مسجد البشير الابراهيمي ببوسعادة لإرساء وتفعيل اتصال ناجح.
5. اثراء مجال البحث العلمي في ميدان الاتصال المؤسساتي ومحاولة ربط العلم النظري بالواقع.

6. التدرّب على البحث العلمي وتطبيق قواعده المنهجية في الدراسة والتعود على معالجة المشكلات بطريقة علمية وموضوعية.

أسباب اختيار الموضوع :

أ) الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية في الاطلاع على كيفية ممارسة او تجسيد الاتصال في مؤسسة المسجد.
- الرغبة في التزول الى الميدان وأخذ غمار البحث العلمي، قصد التدرّب عليه وتطبيق قواعده المنهجية في معالجة الموضوعات.
- قلة البحوث في مجال الاتصال الديني.

ب) الأسباب الموضوعية:

- أهمية الاتصال الداخلي ودوره في الحياة التنظيمية للمؤسسة.
- اثر البحث العلمي من خلال دراسة مشكل الاتصال داخل مؤسسة المسجد والكشف عن طبيعته ومشاكله.
- الرغبة في تسليط الضوء على احد مساجد بوسعادة (مسجد البشير الابراهيمي) وتقديم تصور علمي كامل ومشخص لواقع الاتصال فيه.
- إمكانية دراسة هذا الموضوع لوجود الميدان والاهمية التي يكتسبها على المستوى المؤسسي والاجتماعي.

تحديد المصطلحات:

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
المؤسسة:

لغة: مشتقة من الفعل "أسس" الذي هو الدار بنى حدودها ورفع من قواعدها، اذا المؤسسة لغة مشتقة من فعل يعنى البناء وهي بذلك معنى يشير الى هيكل مبني.

اصطلاحا: عرفها "ماركس فيبر" على انها تركيب بيروقراطي وظيفي يحتوي على مجموعة من القواعد والإجراءات التي تحدد شكل المؤسسة في كل مكتب وفي كل منظمة بالإضافة الى وجود

هيكل تركيبي معين يحدد العلاقات وتدفقات السلطة وحدود كل قسم. أما "بارسونز" فيرى أن المؤسسات وحدات تقام وفقا لنموذج بنائي معين لتحقيق اهداف محددة.

ومنه فان المؤسسة هي بناء او هيكل تحكمه قوانين محددة خدمة لأهداف معينة مهما كان نوع الخدمة المقدمة.

المسجد كمؤسسة في النشأة الاجتماعية:

هيئة او مؤسسة ذات نسق من المعايير او الأدوار الاجتماعية المنظمة، يتولى القائمون عليها من المتخصصين في الدين توفير وتقديم الإجابات الضرورية على كثير من الأسئلة النهائية المتصلة بالحياة الدنيوية والدينية. وذلك بالإضافة الى الثقافة الدينية التي تحيط المتدينين علما بماهي العلاقة بين ماهو غيبي مقدس وبين الانسان، وكذلك تحديد المقصود ب "المقدس" وماهي العلاقة الملائمة التي ينبغي ان تقوم بين المقدس.

أما التعريف الاجرائي لمؤسسة المسجد المعتمدة في هذه الدراسة فهو كما يقول الطالب: بانها تلك المؤسسة ذات الصبغة الشرعية الخالصة والتي تبنتها الدولة بكل رسمية، وتقوم على أساس واحد هو الدين الإسلامي منهجا ودستورا ونظاما وتعمل على نشر تعاليم رسالة الإسلام السمحة على جميع الأصعدة.

الإمام:

الإمام في اللغة من الفعل "أمّ" ومعناه في الأصل الرئيس والدليل الذي يقود القافلة ومنها كل شخص أو شيء يتخذ دليلا أو قدرة فهو إمام، وهو الدليل الهادي العارف، وهو كل من أؤتمبه من رئيس وغيره، وبالتالي فالإمام لغة هو الموجه والرئيس والمرئي الذي يجب أن يعطي القدوة، وهذا المعنى الأخير يتيح لنا جمع ثلاثة أبعاد مفاهيمية أساسية، لأن معنى القدوة يتسع من المجال اللغوي الى المعنى الاصطلاحي الشرعي، ويتكاملان علائقيا تحت سلطة الاجتماعي، فالرسول صلى الله عليه وسلم عندما يقول: "ثلاثة لا تجاوز صلاحهم رؤوسهم... وذكر منهم اماما أمّ قوما وهم له كارهون..." يوضح لنا تلك الرابطة الإلزامية التي تجمع بين ما هو شرعي وما هو اجتماعي، فالإمام لا تكتمل شروطه الشرعية الا باكتمال الجانب الاجتماعي فيه، لان مكانته الاجتماعية وعلاقته مع محيطه

محددات تضمن استوفاء شروط "القدوة والاتباع" والامامة في اصطلاح الفقهاء على معنيين الامامة الكبرى والامامة الصغرى، فالكبرى تعني الامارة والخلافة وهي أخطر وأفضل رتبة لقوله صلى الله عليه وسلم: "اليوم من سلطان عادل أفضل من عبادة سبعين سنة"¹ أما الصغرى امامة الصلاة وتعني ارتباط صلاة المصلي بمصلي اخر بشروط. فالإمام لم يصير اماما الا اذا ربط المقتدي صلاته بصلاته وهذا الارتباط هو حقيقة الامامة وهو غاية الاقتداء² والاقتداء كما أشرنا سابقا يجيلنا بالضرورة إلى محاولة الفهم السوسولوجي للإمامة في الإسلام لان الصلاة عند التقاء الشرعي بالاجتماعي تصبح مجرد مؤشر مهم من مؤشرات الإمامة وليست كلها ولكن عند التعريف بالإمام سوسولوجيا نجد أنفسنا أمام الكثير من الالتباس، لان الإمام في هاته الحالة هو نتاج واقعي اجتماعي وسياقات اجتماعية مختلفة تطرح مفاهيم متعددة للإمامة تختلف عن المفهوم الذي يقدمه النص الشرعي نتيجة تفاعل السلطة الزمكانية مع تضخم السلطة السياسية التي أفرزت انفصالية براغماتي بين ما هو ديني وما هو سياسي، فالإمام في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم والخلفاء الراشدين، كان هو الخطيب وهو الوالي والقاضي والمفتي، لكن بعد الفتنة الكبرى بين علي كرم الله وجهه ومعاوية رضي الله عنه، وبروز المسألة السياسية وسيطرتها على واقع المجتمع الإسلامي، أخذ المفهوم الوظيفي للإمام يتقلص مع صعود الدولة الأموية، وينحصر في مناصب رسمية ومحدودة في مجالها الوظيفي، وهكذا ومن ذلك الحين بقي الإمام عرضة لمختلف التغيرات السياسية والاجتماعية والثقافية والقيمية، إلى أن وجد نفسه أمام حلقة وحيدة للاتصال بالجمهور المسجدي، وهي خطبة الجمعة والأعياد والمناسبات الدينية التي مازالت لها ارتباطات طقوسية بالمسجد.

مفهوم الامام إجرائيا: هو الشخص الذي يتقدم أو يؤم جماعة تتبعه. بمعنى قيادة الناس وفق الشريعة الاسلامية. بما يتعلق في دينهم ودنياهم ، وقد اختلف دور الإمام في مختلف المصطلحات التاريخية التي مرت بها الحضارة الإسلامية ففي الحضارات الإسلامية الأولى (الأموية ، العباسية) أعتبر الإمام (الفقيه) أعلى رتبة علمية واجتماعية لأنه يشترط في الحصول على هذه الرتبة أن يكون الشخص عالما في علم من علوم الدين. أمال في العصر الحديث فبدأ دوره يتقلص لارتباطه بنوع النظام السياسي السائد في البلاد.

¹ أبي حامد الغزالي، إحياء علوم الدين، المجلد الأول، دار الوعي، الجزائر 2005 ط1 ص213.

² ابن عثمان فهيمة، نمط تكوين الأئمة في الجزائر، مذكرة الماجستير، قسم أصول الدين، باتنة 2005 ص15.

الرواد:

الرائد: في المعجم الوسيط هو من يتقدم القوم يبصر لهم الكلاً ومساقط الغيث.

والرائد: اسم عربي على وزن فاعل، ومعناه التقدم، فالرائد هو الذي يتقدم قومه لي

ستكشف لهم الأرض والمكان الذي يريدون التزول فيه من حيث صلاحيته للرعي وتوفر الماء ونحو ذلك ورائد قومه: من يتقدم قومه وينير لهم الطريق، ورائد في الفضاء: من يشق الطريق الى الفضاء داخل مركبة فضائية، رائد في الجيش أي ضابط له رتبة عسكرية، وهبة الريح رائدة أي خفيفة.

والرواد هم مجموعة الافراد الذين يقصدون مكان معين بصفة ثابتة وفي اوقات معينة والمواظبة على هذه الاوقات .

منهج الدراسة:

المنهج العلمي هو أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول الى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة، ويرتبط تحديد الأسلوب او المنهج العلمي الذي يستخدمه ويطبقه الباحث لدراسة ظاهرة او مشكلة معينة بموضوع الظاهرة المدروسة، بمعنى ان مناهج وأساليب البحث العلمي تختلف باختلاف الظواهر والمشكلات المدروسة وما يصلح منها لدراسة ظاهرة معينة قد لا يصلح لدراسة ظاهرة أخرى.

ونظرا لاختلاف الظواهر المدروسة في خصائصها وموضوعاتها ولهذا فان طبيعة الموضوع هي التي تفرض على الباحث المنهج الذي سوف يتبع في دراسته.

وتنطوي دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي نسعها من خلالها الى تحديد الظاهرة المدروسة تحديدا كفيما ، من خلال جمع الحقائق والمعلومات وذلك قصد معرفة نوعية العلاقة التي تربط مختلف متغيرات الظاهرة المدروسة وذلك بتطرقنا الى حالة مؤسسة المسجد، فنوع المنهج الذي سنستخدمه هنا هو منهج "دراسة الحالة".

ويتميز منهج "دراسة الحالة" عن باقي المناهج الأخرى بكونه يهدف الى التعرف على وضعية المؤسسة ويتجه الى جمع البيانات العامة المتعلقة باي وحدة، بطريقة عامة ومركزة، ويمكن ان تكون هذه الوحدة فردا مؤسسة او نظاما اجتماعيا.

ويقوم برسم صورة كلية لهذه الوحدة المدروسة في مرحلة معينة من تاريخها او جميع مراحلها التي مرت بها في علاقاتها المتنوعة، وفي العوامل المؤثرة فيها، قصد التعرف على الجوانب التي هي بحاجة الى تغيير وتقييم شامل، والحصول على هذه الحقائق المسببة لهذه الحالة¹ ومن خصائصه:

- انه منهج ديناميكي يعتمد على أكثر من أداة للحصول على المعلومات.
- يعمل على ابراز العلاقات السببية بين أجزاء الظاهرة بحيث لا يقتصر على الوصف الخارجي، اذ انه يركز على الموقف الكلي بالنظر الى الجزئيات من حيث علاقتها بالكل الذي يحتويها.
- واعتمدنا على منهج "دراسة الحالة" في بحثنا كونه أكثر ملائمة لوصف ظاهرة الاتصال الداخلي في المؤسسة المعنية، والكشف عن الحقائق المتعلقة بهذه العملية بوصفها وصفا دقيقا وشاملا من كافة جوانبها وجميع ابعادها.

أدوات الدراسة:

يترتب على الباحث جمع المعلومات والبيانات التي يوظفها في دراسته، ومن اجل تحقيق ذلك يعتمد على عدة أدوات تسهل عليه هذه المهمة، ومن بينها الملاحظة، المقابلة، والاستبيان، وقد استعنت في دراستي بالأدوات التي اقتضاها العمل الميداني اكثر وهي بشكل عام الاستبيان الذي اجرته مع رواد مسجد البشير الابراهيمي ببوسعادة في نطاق الدراسة الميدانية التطبيقية اضافة الى المقابلة والملاحظة التي لا غنى عنها في كل دراسة مهما كانت على ما اعتقد ولكن في دراستي كانت بشكل شكلي وكان تركيزي اكثر على الاستبيان نظرا لطبيعة دراستي.

¹عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص131.

الملاحظة: وهي أقرب الى الأسلوب العلمي التجريبي، ومتصلة بسلوك الفرد وانفعالاته، وتصرفاته، وحركاته.

ويقصد بالملاحظة في مجال البحث العلمي: توجيه الحواس لمراقبة سلوك معين او ظاهرة معينة ورصد جوانب ذلك السلوك وخصائصه بهدف الوصول الى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة

والملاحظة أنواع: منها الملاحظة المباشرة، ومنها غير المباشرة، الملاحظة البسيطة والتي تحدث بصفة تلقائية

بدون اخضاع المتغيرات لأية ضوابط او مقاييس.¹

واعتمدنا الملاحظة بالمشاركة في دراستنا وذلك من خلال ترددنا على مؤسسة المسجد واحتكاكنا او التقرب من العاملين به ومراقبة طريقة أداء مهامهم وكيفية اتصالحهم، واكتشاف بعض السلوكيات التلقائية التي لا يمكن معرفتها الا بملاحظتها عن قرب.

المقابلة: تعتبر من أدوات جمع البيانات والمعلومات في دراسة الافراد والجماعات الإنسانية، والمقابلة عبارة عن لقاء او محادثة تجمع بين الباحث والمبحوث، ويقوم فيها الباحث بطرح أسئلة وجها لوجه، ويقوم في نفس الوقت بتسجيل الإجابات بدقة لاستخدامها في البحث العلمي، او للاستعانة بها في عملية التوجيه او التشخيص او العلاج.²

ويكون للمقابلة هدف واضح ومحدد وموجه نحو غرض معين باتباع خطوات أهمها:

__ تحديد الأهداف __ تصميم دليل المقابلة، صياغة أسئلة المقابلة.

__ الدراسة الأولية، وفي الأخير تسجيل أجوبة المبحوث بالكتابة او التسجيل الآلي.³

¹ احمد بدر، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والاعلان الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 187.

² عمار بجوش، مرجع سبق ذكره، ص 75.

³ حسان محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة، بيروت، 1982، ص 92.

ومن اجل الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لدراستنا اعتمدنا على هذه الأداة الضرورية، التي سمحت لنا بطرح موضوع دراستنا للمسؤولين والموظفين بطريقة مباشرة، كما مكنتنا من الحصول على معلومات قيمة اثرت دراستنا بصورة واضحة.

الاستبيان¹: هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في اطار الخطة الموضوعية، لتقدم الى المبحوث من اجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، وذلك لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة حيث يستخدم الاستبيان في الحصول على معلومات دقيقة، لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث لكونها معلومات لا يملكها الا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها، والاستبيان يصمم قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث في شكل بيانات كمية تفيد الباحث في اجراء مقارنات رقمية للحصول على ما هو بصدد البحث عنه، او في شكل معلومات كيفية تعبر عن مواقف واءراء المبحوثين من قضية معينة.

ويميز الباحثون نوعين من الاستبيان، الاستبيان المقنن والاستبيان غير المقنن.

أ) الاستبيان المقنن: هو الاستبيان الذي يتضمن مجموعة من الأسئلة الدقيقة والتي يضعها الباحث

بعناية كبيرة للحصول على معلومات في غاية الدقة باستخدام الأسئلة المغلقة، وباختبار إجابة

واحدة او أكثر من ذلك من الإجابات البديلة.

ب) الاستبيان غير المقنن: هو الذي يتضمن مجموعة من الأسئلة العامة في شكل عناوين رئيسية

لاهم القضايا المبحوثة باستخدام الأسئلة المفتوحة لفسح المجال للمبحوث بالتكلم قصد الحصول على

أكبر قدر من المعلومات، ومن اجل الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لدراستنا، اعتمدنا على

هذه الأداة الضرورية التي سمحت لنا بطرح أسئلة بخصوص موضوع دراستنا على الموظفين، كما

مكنتنا من الحصول على معلومات قيمة اثرت دراستنا بصفة واضحة.

¹ احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 220.

الدراسات السابقة:

إن وجود الدراسات السابقة يفيد الباحث في الكشف والاستفادة من خبرات قديمة واستخراج إشكاليات جديدة واستنتاج معطيات لم يصل إليها الباحثون السابقون بالاطلاع على بعض الدراسات التي تناولت هذا الموضوع ومحاولة الاستفادة منها بقدر الإمكان وتتبعه للخطوات المنهجية التي يجب ان يتقيد بها والأدوات التي عليه ان يستخدمها، وصولا الى النتائج التي تحصل عليها، وقد تم اختيار الدراسات السابقة التالية:

الدراسة الأولى:

أجرت الباحثة "هامل مهدية" مذكرة موسومة ب "الاتصال الخارجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية"، وهي دراسة مكملّة لشهادة ماجستير بتخصص: تنمية وتسيير الموارد البشرية، الشركة الوطنية للكهرباء والغاز بجامعة عنابة، سنة 2001، وقد انطلقت من التساؤل الرئيسي:

— ماهو واقع الاتصال الخارجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ؟

واستمدت في هذا التساؤل ثلاث تساؤلات فرعية جاءت كالآتي:

- كيف تستخدم المؤسسة الاقتصادية الجزائرية اتصالها الاشهاري؟
- فيما تتمثل سياسة العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ؟
- كيف تتعامل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية مع الصحافة؟

وتمثلت اهداف الدراسة في:

- الكشف عن الخصائص المهنية والشخصية للقائم بالاتصال الخارجي.
- الكشف عن وسائل الاتصال، وطرق التقييم والمتابعة التي يعتمدها كل تخصص من تخصصات الاتصال الخارجي.
- الكشف عن الهدف من كل تخصص (الاشهار، العلاقات العامة، العلاقات مع الصحافة).
- الكشف عن التخصص الذي توليه المؤسسة الاقتصادية الجزائرية أهمية أكبر من تخصصات الاتصال الخارجي الأخرى.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج معين وأدوات لجمع البيانات:

— المنهج: في هذه الدراسة غير محدد في نوعه وخصائصه، وتم الاكتفاء بذكر بعض الأساليب الكمية وطرق البحث مثل المسح الاجتماعي بالعينة، بالإضافة الى استخدام الأسلوب الكمي.

— أما بالنسبة لأدوات الدراسة فكانت محددة في الملاحظة بالمشاركة غير التامة واستمارة المقابلة او استبيان المقابلة والمقابلة الموجهة.

— أما العينة فقد كانت حجم عينة الدراسة تقدر ب30 فرد منهم 17 اناثا من مجموع افراد مجتمع مؤسسة سونلغاز الإجمالي البالغ 27921 عاملا، وكانت العينة من نوع عينة كرة الثلج او السلسلة، لم يتم شرح كيفية تحديدها وضبطها.

وقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- إن عملية الاتصال الاشهاري يقوم بها افراد من اختصاصات عملية مختلفة ومتعددة، تجارية، لهذا يكون القائم بالاتصال خاصة في تخصص العلاقات العامة والاشهار.
- إن الوسيلة الأكثر استخداما في الاتصال الاشهاري، هي الاشهار في الصحف وفي المرتبة الثانية تأتي الإذاعة المحلية التي تبث الإعلانات وبعدها تأتي وسيلة التسويق المباشر.
- تقوم عملية التقييم في الاتصال الاشهاري على طريقة صبر الآراء لمعرفة انشغالات الزبائن دون ان تهتم بتقييم نوعية الاتصالات الأخرى.
- كشف الدراسة ان العلاقة العامة غير كافية لأنه يتم أدائها من كفاءات مهنية غير متخصصة.
- إن نشاطات القائمين بالعلاقات مع الصحافة غير كافية يتولاها في الغالب المكلف بالاتصال او المدير العام للمؤسسة، وهي أيضا تعتمد فقط على المؤهلات الشخصية للقيام بهذا، وليس على اختصاصه العلمي، وثبت ان المؤسسة مجال الدراسة في هذا المجال تلجا الى الصحافة المحلية.

الدراسة الثانية:

أجرتها الباحثة "صبرينة رماش" والموسومة "الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية" دراسة مكتملة لنيل درجة الدكتوراه، دراسة ميدانية في الشركة الوطنية للكهرباء والغاز بجامعة منثوري قسنطينة، السنة الجامعية 2008، 2009

وقد انطلقت من التساؤل الرئيسي مفاده:

__ كيفية تحقيق فعالية اتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟

وقد جاءت بالفرضيات التالية:

- __ هناك تأثير الفروق الفردية بين القائمين بالاتصال على الفعالية الاتصالية داخل المؤسسة.
- __ هناك تأثير متبادل بين الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسة (من وجهة نظر الباحثين).
- __ هناك تحسن نوعي لوسائل اتصال المؤسسة في ظل اقتصاد السوق (من وجهة نظر الباحثين).
- __ تزيد الفعالية الاتصالية بتخفيض الروابط التنظيمية.
- __ هناك تأثير للمتغيرات البيئية على الفعالية الاتصالية: العوامل الشخصية، الظروف الاجتماعية... الخ، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج التحليلي الوصفي، واستخدمت أدوات البحث المتمثلة في الاستمارة، الوثائق، السجلات والملاحظة.

وقد توصلت الباحثة الى النتائج التالية:

الفروق الفردية بين الباحثين تؤثر على فعالية العملية الاتصالية، نظرا لما خلقه من تباعد اجتماعي وفكري بين أطراف الاتصال وهو تجسيد امبريقي لنظرية العلاقات الإنسانية، وأكثر الفروق الفردية تأثيرا في الفعالية الاتصالية هي التخصص العلمي اذ يحدث تباين في فهم بعض التقارير، وكذلك وجدت ان متغير المستوى التعليمي لا يشكل عائق امام تنفيذ الخطة الاتصالية في هذه المؤسسة على خلاف متغير الجنس الذي يعد من الفروق الفردية الأكثر تأثيرا على فعالية تنفيذ الخطة الاتصالية.

إن المؤسسة لا تشهد الكثير من الاضطرابات نظرا لما تحققه من حوافز مادية للعاملين فيها، إضافة الى ملاحظة الباحث ميدانيا مدى صرامة الإجراءات في حالة حدوث أي توتر لان هذا الأخير يؤثر سلبا على المؤسسة، وأيضا التنسيق الجيد بين الوظائف داخل المؤسسة ينعكس على الصورة الخارجية لهذه الأخيرة، كما ان اعداد الاتصال الخارجي يعتمد أساسا على مدى دقة وكفاية معطيات الاتصال الداخلي على اعتبار المؤسسة عبارة على نسق مفتوح يقوم على أساس التنسيق بين الأنشطة لتحقيق أهدافها، كما لا يمكن ان تعيش بمعزل عن المجتمع بما في ذلك من متغيرات الاتصال الخارجي.

كذلك درجة سيولة المعلومات في المؤسسة مقبولة نظرا لوضوح اللوائح القانونية للعمل وان هناك شفافية في التعامل، والخبرة هي المصدر الأساسي لثقة المكلف بالاتصال للتعامل مع الاخرين.

الدراسة الثالثة:

أجرتها الباحثة "تماسي سلوى" الموسومة "دور الترويج في ترقية المبيعات" دراسة مكتملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة المدية، السنة الجامعية 2006_2007.

وقد انطلقت من التساؤل الرئيسي مفاده:

— إلى أي مدى يمكن الاعتماد على عنصر المزيج الترويجي في زيادة المبيعات؟

وجاءت الأسئلة الفرعية كالآتي:

— ماهي العوامل المساعدة للترويج؟ وماهي الترتيبات التي تساعد على زيادة المبيعات؟

— ماهو المزيج الترويجي الذي يمكن اعتماده من اجل زيادة المبيعات؟

— هل يمكن لذلك المزيج فعلا من زيادة المبيعات وتحقيق ايراد اعلى من النفقات المدفوعة عليه؟

ومن هذه التساؤلات جاءت فرضيات الدراسة كالآتي:

— يهدف الترويج الى توصيل المعلومات عن السلع من البائعين الى المشتري بغرض التأثير على السلوك الشرائي لجمهور المشتريين.

— تفاعل وارتباط المزيج الترويجي مع بعضه البعض يؤدي الى تحقيق زيادة ملحوظة في المبيعات، مما يمكن المؤسسة من أداء وظائفها الترويجية بفعالية.

— أهمية ودور المزيج الترويجي في المؤسسة، وذلك من خلال زيادة الطلب على المنتجات وتحقيق اتصال فعال بين العميل الحالي والمرتقب.

— ضمن تشكيلة المزيج الترويجي يعتبر الإعلان والبيع الشخصي من اهم العناصر.

وقد تمثلت اهداف الدراسة في:

— إبراز أهمية الترويج وأهدافه ودوره في زيادة الربحية.

— تحقيق المزايا التنافسية.

— إبراز الأسس العلمية الواجبة لبناء النشاط الترويجي على أساسها.

اما منهج الدراسة فقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، وأدوات جمع البيانات اعتمدت على الاستمارة والمقابلة.

وقد توصلت الباحثة الى النتائج التالية:

— أصبح الترويج ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها.

— أهمية المزيج الترويجي على مستوى المؤسسة وهذا يوضح الاستراتيجيات العامة.

— التحديد الدقيق للجمهور المستهدف بناء على المعلومات المتوفرة والاعتماد على وسائل اتصالية فعالة.

— عملية اختيار المزيج الترويجي المناسب يتحدد طبقا لنشاط المؤسسة وامكانياتها.

الدراسة الرابعة:

أجراها الباحث "لطفى بوعزة" الموسومة "دور الإعلان في تسويق الخدمات"، دراسة مكتملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، دراسة حالة مؤسسة اتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، السنة الجامعية 2010_1011.

وقد انطلق من التساؤل الرئيسي التالي:

— ما هو واقع الإعلان وأهميته في تحقيق أهداف مؤسسات الخدمات في الجزائر؟

واستمد من هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

— هل هذه السياسات والمفاهيم المتعلقة بتسويق الخدمات المطبقة في مؤسسات خدمات الجزائر

ناجحة مثلما تنص الدراسات؟

— ما هو واقع الاتصال في مؤسسات الخدمات؟ وماهي مكانة الإعلان مقارنة مع باقي عناصر

المزيج الترويجي؟

— ماهي مختلف اثار الإعلان وكيف يمكن الإحاطة بها على المستويين الاتصالي والتجاري؟

وللإجابة على هذه التساؤلات صيغت الفرضيات التالية:

— يمثل الإعلان وسيلة من وسائل الاتصال التسويقي الأكثر فعالية التي تعتمد عليها مؤسسات

الخدمات في الجزائر للترويج لخدماتها ومنتجاتها.

— يمارس الإعلان اثرا تدريجيا على سلوك المستهلك للخدمات.

— وقد وصل الباحث الى النتائج التالية:

ان تقنيات الإعلان التي تستخدم في السلع هي نفسها التي تطبق في الخدمات ويمكن الاختلاف في

كيفية اعداد الإعلان والعناصر التي يتم التركيز عليها في الخدمات وهذا راجع خاصة الى خاصية عدم

الملموسية في محاولة جعل مقدم الخدمة ينظر في الإعلان بشكل يمنح الثقة والجودة للمستهلكين.

التعقيب على الدراسات السابقة:

إن الدراسات السابقة تساعد الباحث على تكوين خلفية نظرية على موضوع دراسته كما ان الهدف من عرض هذه الدراسات وتقدير مستوى النظرية العلمية لموضوع الدراسة التي تتأكد اكثر في موضوعية النتائج التي توصل اليها، كما توفر على الباحث الجهد في الاختيار والبحث حول الاطار النظري لموضوع دراسته، اذ تجنبه الوقوع في الأخطاء والنقائص التي وقعت فيها الدراسات السابقة حول الموضوع، كما تكون الرابط بين الجانب النظري والميداني.

بالنسبة للدراسة الأولى: فهي تتشارك مع دراستنا الراهنة في كونها تسعى لمعرفة الاتصال الخارجي في المؤسسة الجزائرية ومعرفة وسائل الاتصال التي تعتمد عليها وطرق التقييم والمتابعة التي يعتمدها كل تخصص من تخصصات الاتصال الخارجي والكشف عن اهداف كل تخصص، في حين ان دراستنا الحالية تهدف الى معرفة أهمية الاتصال الخارجي في الترويج لخدمات المؤسسة.

اما الدراسة الثانية: تتفق مع دراستنا الحالية في الفصل النظري الخاص بالاتصال الخارجي، وبانه هناك تأثير متبادل بين الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسة كون ان التنسيق الجيد داخل المؤسسة وحدوث فعالية اتصالية والتخطيط الجيد، ينعكس ذلك على الصورة الخارجية لها كونها نسق مفتوح يعمل على تحقيق العديد من الأهداف.

في حين أن الدراسة الثالثة: تتفق مع دراستنا الحالية في تحديد أهمية ودور المزيج الترويجي في المؤسسة ودوره الأساسي في زيادة الربحية وتحقيق اتصال فعال ما بين المؤسسة وجمهورها الخارجي، كون ان الترويج أصبح ضرورة حتمية لا يمكن الاستغناء عنها مستوى المؤسسة.

بينما ركزت الدراسة الرابعة: على سياسات التسويق وواقع الاتصال في المؤسسات الخدمتية واثار الإعلان على طبيعة الخدمات كونه يمثل وسيلة من وسائل الاتصال في المؤسسات من اجل الترويج لخدماتها والتعريف بها.

وبالرغم من الاختلافات الموجودة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية الا انها أفادت في تحديد مشكلة هذه الدراسة ووضع تساؤلاتها وفرضياتها، كما أفادت في اثناء الجانب النظري واختيار

المنهج وأدوات جمع البيانات وبناء الاستمارة التي تعتبر أداة البحث الأساسية، كما وجهتنا الى بعض المراجع والمصادر التي تم استخدامها.

صعوبات الدراسة:

- لم تكن دراستنا لموضوع "واقع الاتصال الديني داخل مؤسسة المسجد" بالأمر الهين فقد اعترضتنا العديد من المشكلات والصعوبات وتمثلت فيما يلي:
- عدم استيعاب المصلين لمفهوم الاتصال الداخلي فكثيرا ما يستدعي الامر توضيح هذا الموضوع وإعادة شرحه عدة مرات ليتمكنوا من فهمه فهما صحيحا.
 - صعوبة الاتصال بالإمام والعاملين والحصول على المعلومات من طرفهم بسبب انشغالهم.
 - تخوف وتردد المصلين ورواد المسجد من إعطاء المعلومات حتى تلك التي تبدو بسيطة وبديهية رغم تأكيدنا على بقائها في إطار علمي أكاديمي.

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

الفصل الأول: ماهية الاتصال الداخلي

- تمهيد
- المبحث الأول: مفهوم العملية الاتصالية
- المطلب الأول:
- أ- تعريف الاتصال
- ب- تعريف الاتصال الداخلي
- المطلب الثاني: عناصر العملية الاتصالية
- المطلب الثالث: أنواع ومستويات الاتصال الداخلي
- أنواع الاتصال الداخلي
- مستويات الاتصال الداخلي
- المطلب الرابع: وسائل الاتصال الداخلي وشبكاته
- وسائل الاتصال الداخلي
- شبكات الاتصال الداخلي
- المبحث الثاني: دور الاتصال داخل المؤسسة ومشاكله
- المطلب الأول: أهمية الاتصال داخل المؤسسة
- المطلب الثاني: أهداف الاتصال داخل المؤسسة
- المطلب الثالث: وظائف الاتصال داخل المؤسسة
- المطلب الرابع: معوقات الاتصال داخل المؤسسة
- خاتمة

تمهيد:

لقد اصبح الاتصال امرا أساسيا بالنسبة لأي مجموعة من الافراد تعمل سويا في سبيل تحقيق اهداف مشتركة، أيا كانت طبيعة النشاط الذي تقوم به الجماعة، فالجماعة بحاجة الى نظام الاتصال الفعال بحيث يتيح للأفراد نقل خبراتهم من جيل الى جيل وتبادل هاته الخبرات بينهم، كما ان الجماعة بحاجة ماسة أيضا الى نظام الاتصال الفعال لأنه يتيح لأفرادها معرفة حقيقة ما يقوم به الآخرون من اعمال وما يبذلونه من جهد، مما يسمح بالتنسيق بين جهود افراد هذه الجماعة وعدم قيام التعارض بينها، ويساعد الاتصال افراد الجماعة على القيام بأعمالهم على اكمل وجه- عن طريق نقل توجيهات وتعليمات القيادة، فالاتصال بالنسبة لأي جماعة كالأوعية الدموية والاعصاب في جسم الانسان فهذه الأخيرة تنقل الى الانسان الغذاء والاحساسات التي تجعله يحيا ويمس بالبيئة المحيطة به، وبالمثل فان الاتصال بدوره يسمح للمعلومات والأفكار ووجهات النظر بالانسياب بين مختلف الجماعات. بما يضمن استمرار هذه الجماعة وبقاء تطورها.

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

المبحث الأول: مفهوم العملية الاتصالية:

الاتصال موجود في أعماق العلاقات الاجتماعية، فأينما وجد البشر وجدت علاقات مستمرة، تخلق بينهم الاتصال الذي بدوره يأخذ اشكالا وانواعا وله فعالية كبيرة من خلال اتاحته لفرص التقارب ما بين افراد المجتمع، وفرض اندماجه فيه كما يقر إمكانية الحد من التوتر او حل التزايدات والصراعات التي تنشأ.

المطلب الأول: تعريف الاتصال الداخلي:

أ_ تعريف الاتصال:

الاتصال عبارة عن عملية ارسال واستقبال رموز او رسائل سواء كانت هذه الرموز شفوية او كتابية، لفظية او غير لفظية، ويعتبر الاتصال او التفاعل الاجتماعي الذي يؤدي الى نشوء علاقات متنوعة ومتعددة في مختلف المواقف سواء كان ذلك بين شخصين او اكثر.¹

*ولقد ورد مفهوم الاتصال من الكلمة اللاتينية **communies** التي تعني باللغة الإنجليزية **commun** أي مشترك او اشتراك.²

*الاتصال هو التغيير الحاكم في قيام أي مجتمع انساني، وهو القوة الدافعة في العلاقات البشرية فهو احد العلاقات البشرية، والاتصال يعكس مدى التوافق والترابط والتكامل وأيضا مدى التناقض والصراع بين اطراف عملية الاتصال.

• الاتصال عملية يتم بمقتضاها توصيل معلومات ما من شخص ما الى شخص اخر بقصد القيام بعمل او احداث تغيير ما.³

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

¹عبد الرحمان عزي وآخرون، عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1992، ص27.

²منال طلعت محمود، مدخل الى علم الاتصال، المكتب الجامعي الحديث، مصر 2002، ص20.

³كامل بربر، الإدارة عملية ونظام، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع ن ط1 1996، ص124.

- الاتصال هو صفة مستمرة لنقل المعلومات، والأفكار والاتجاهات والمشاعر والاحساسات والانطباعات بين الافراد بعضهم البعض، وبين الجماعات.¹
- يرى دولي وزملائه ان الاتصال عبارة عن نقل الفهم المشترك من خلال استخدام الرموز المنطوقة او غير المنطوقة.²
- تعرف جمعية الإدارة الامريكية الاتصال بأنه "أي سلوك ينتج عنه تبادل المعنى" كما تعرف الجمعية القومية لدراسة الاتصال بأنه "تبادل مشترك للحقائق والأفكار والآراء او الاحاسيس مما يتطلب عرضا واستقبالا يؤدي الى التفاهم المشترك بين الأطراف بصرف النظر عن وجود انسجام ضمني.³
- الاتصال يمثل تعبيراً عن عمليات نقل المعلومات (الرسائل) من طرف الى آخر ويسمى الطرف الأول مرسلًا والثاني مستقبلاً، وهنا ينبغي الإشارة الى ان الاتصال لم يتم فعلاً بمجرد نقل الرسالة وما تتضمنه من معلومات الى المستقبل، وانما لابد ان يتأثر المستقبل بما جاء في الرسالة، وذلك في صورة استجابة لما أورده فعل حولها.⁴
- كما يرى سكينر ان الاتصال هو "استخدام الكلمات والحركات وغيرها من الرموز لتبادل المعلومات".⁵
- ويعرف كارل هوفلند الاتصال "العملية التي يقوم بها الافراد بنقل المثير وغالباً ما تكون رموز شفوية لتعديل سلوك الافراد الآخرين".⁶
- أما كرونر فقد اكتفى بأن يحدد مفهوم الاتصال في نطاق الانسان اذ قال "ان الاتصال بين البشر عندما يستجيب الانسان لرمز ما".⁷

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Bouzouf - Mascara

¹ عبد الغفار حنفي، اساسيات إدارة المنظمات ، المكتب العربي الحديث ، مصر 1995 ص368.
² ثابت عبد الرحمان ، نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة ، الدار الجامعية مصر 2005 ن ص45.
³ سعيد يس عامر ، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها ، دار الطلبة ، بيروت 1998 ، ص150.
⁴ عبد المعطي عساف ، المبادئ والاتجاهات الحديثة ، المكتبة الوطنية ، الأردن 1994 ، ص249.
⁵ مصطفى حجازي ، الاتصال والعلاقات الإنسانية والإدارية ، دار الطلبة ، بيروت 1998 ، ص150.
⁶ غريب عبد المسيح ، نظرية القوة في الاتصال الإنساني ، دار المعرفة مؤسسة شباب الجامعة ن مصر 2004 ن ص12.
⁷ إسماعيل سعد ، نظرية القوة في الاتصال الإنساني ، دار المعرفة الجامعية ، مصر 2006 ، ص169.

ب_ تعريف الاتصال الداخلي:

الاتصال الداخلي للمؤسسة هو "جملة الإجراءات المتخذة بهدف تسجيل استجابة بين القائمين على العمل في المؤسسة عن طريق التواصل".¹

يقصد بالاتصال الداخلي بأنه يحدث داخل المؤسسة، والاتصالات الداخلية تمتد عن طريق ثلاث قنوات: هي الأوامر الصادرة عن الإدارة العليا الى المستويات الأقل منها، والأسلوب الذي يتم به اصدار هذه الأوامر والتقارير المرفوعة من المستويات الدنيا الى الإدارة العليا، وتعبر عن انجاز الأهداف في كل جزء من المنشأة، ثم تلك الحقائق المتعلقة بالعمل التي تمثل حافزا قويا للعاملين عن اتقان العمل والحصول على التشجيع المعنوي والمادي المناسب.²

- هو انتاج وتوفير او تجميع البيانات والمعلومات الضرورية لاستمرار العملية الإدارية ونقلها او تبادلها او اذاعتها بحيث يمكن للفرد او الجماعة احاطة الغير بأمر وأخبار ومعلومات جيدة او التأثير في سلوك الافراد او الجماعات او التغيير او التعديل من هذا السلوك أو توجيهه وجهة معينة، وتتم هذه العملية عادة متبادلة من بين الجانبين أي الاتصال من مستوى اعلى الى مستوى اقل والعكس او في مستوى افقي.³
- الاتصال الداخلي للمؤسسة: هو اتصال يحدث في اطار منظمة او مؤسسة وهو عملية هادفة تتم بين طرفين او اكثر لتبادل المعلومات والآراء للتأثير في المواقف والاتجاهات.

_الاتصال الداخلي للمؤسسة هو نقل المعلومات والوقائع والأفكار والمشاعر من شخص لآخر، ومن مستوى الى مستوى آخر داخل كل المؤسسات والتنظيمات.⁴

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

¹ جميل احمد حضر ، العلاقات العامة ن دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ط1 الأردن 1998 ، ص154.

² عبد الرحمان عزي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص17.

³ حسين عبد المجيد احمد رشوان، العلاقات العامة والاعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، ط4 مصر 2004، ص255.

⁴ حسن الجيلالي، التنظيم غير الرسمي في المؤسسات الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1988، ص79.

المطلب الثاني: عناصر العملية الاتصالية:

من خلال التعريفات التي تحدثنا فيها عن الاتصال، يتضح ان هناك عناصر تتكون منها هذه العملية، وتمثل هذه العناصر في: المرسل، والرسالة، والوسيلة، والمستقبل ويمكن توضيح هذه العناصر على النحو التالي:

1_ المرسل: هو الشخص الذي يود او المجموعة التي تود نقل الرسالة الى طرف اخر ولديه مجموعة من المعلومات والأفكار، وهو يتأثر بطريقة فهمه وتفسيره وحكمه على الأفكار، وهو ما يعرف بالإدراك. كما انه يتأثر في ذلك بخبرته وخلفيته من المعلومات المتشابهة او المكملة او ذات الصلة، ولا شك في ان معلومات وأفكار المرسل تتأثر بالمكونات والخصائص الشخصية لديه، من حيث ميوله وقيمه وانفعالاته وحاجاته الشخصية، كما انها تتأثر كذلك بتوقعاته وطموحاته وأهدافه، هذا ينعكس بدوره على كيفية معالجته للأفكار التي تحملها عملية تفسيره لها.¹

2_ الرسالة: هي عبارة عن تحويل أفكار الى مجموعة من الرموز ذات معاني مشتركة، بين المرسل والمستقبل، وتحويل الأفكار قد يأخذ أشكالاً عديدة منها الرموز التالية: الكلمات الحركات، الأصوات، الحروف، الأرقام، الصور، تعبيرات الوجه والجسم، الإشارات وغيرها من الرموز، ان الاختيار لصيغة الرسالة ورموزها من الأهمية بإمكان كل من المرسل والمستقبل، اما سوء الاختيار يؤدي الى مشاكل كثيرة فعلى المرسل ان يعرف الصياغات والرموز التي قد تكون لها معاني مختلفة باختلاف الناس، كما قد تحتوي على معاني ضمنية او خفية او مترادفة او متعارضة،² وقد تكون هذه المعاني مقصودة من المرسل او غير مقصودة.

3_ الوسيلة: يتم ارسال المعلومات بواسطة وسيلة تربط بين المرسل والمستقبل، وهذه الوسيلة مختلفة الأنواع، فمنها: المكتوب، المكتوب، الشفهي، المرئي، السلوكية واللاسلكية، بحيث تكون هذه الوسيلة مناسبة وتتلاءم تماما بموضوع الاتصال من حيث الأهمية، السرية، الوقت، السرعة.³

وتلعب وسيلة الاتصال دورا بارزا في فهم الرسالة المرسل، لذلك على المرسل ان ينتقي ويختار الوسيلة الأكثر تعبيرا وتأثيرا وفعالية في المستقبل.¹

¹صلاح الدين عبد الباقي، مرجع سبق ذكره، ص251.

²احمد ماهر، السلوك التنظيمي، مدخل بناء المهارات، الدار الجامعية، مصر، ص342.

³محمد رسلان الجيوشي، جميلة جاد الله، الإدارة علم وتطبيق، دار المديرية للنشر والتوزيع، ط1 الأردن، ص365.

4_ المستقبل: وهو الشخص او الافراد الذين يستقبلون الرسالة من المرسل، من خلال الحواس المختلفة: السمع، البصر، الشم، الذوق، اللمس، ويتم تنظيم واختيار المعلومات وتفسيرها من قبل المستقبل، وعلى ضوء ذلك يعطي لها تفسيرات ومعاني ودلالات، ولا شك في ان عملية الاستقبال للرسالة وتفسيرها من قبل المستقبل، هي الأخرى تتأثر بشخصية المستقبل وأسلوب ادراكه ودوافعه وقدراته وأهدافه وحالاته النفسية وينعكس ذلك على تفسيره لمعاني الرسالة وتعامله معها.

ويوضح الشكل رقم (1) نموذج عناصر الاتصال بشكلها البسيط:

عناصر الاتصال:

المرسل ← الرسالة ← الوسيلة ← المستقبل

المصدر: صلاح عبد الباقي

المطلب الثالث: أنواع ومستويات الاتصال الداخلي:

1_ أنواع الاتصال الداخلي:

لشبكة الاتصال الرسمية وجهان كوجهي العملة الواحدة، الوجه الأول هو طرق الاتصال الرسمية، والوجه الثاني هو طرق الاتصال غير الرسمية. وهذه الموجودة في المؤسسة تعتمد بدرجة كبيرة على بناء المؤسسة.

أ_ **الاتصال الرسمي:** يوجد في كل منظمة إنسانية ما يفرق شبكة الاتصال بأنواعها المختلفة الرأسي منها والافقي². وتقوم على الهيكل التنظيمي للهيئة أو المنشأة، فالأفكار والآراء والتعليمات والقرارات تنتقل من الأعلى الى الأسفل، أو من الأسفل الى الأعلى وتتبع في ذلك الهيكل التنظيمي للمنشأة حسب تسلسل السلطة، وقد جرت العادة في المنشآت الكبرى او الحكومية والرسمية في بلادنا أن تأخذ الرسائل والتقارير والمعلومات طريقاً معيناً، لا بد أن تنتقل خلاله، فالتوجهات التي تصدر من مدير الإنتاج في شركة صناعية

¹صلاح عبد الباقي، مرجع سابق، ص252.

²سعيد يس عامر، مرجع سابق، ص58.

عادة ما تأخذ طريقا معينا ، حتى تصل الى العامل العادي في خطوط التجميع مثلا. لا بد لها من مسالك معينة تتبعها حتى تصل الى المدير العام ، فعادة ما يقف التنظيم الإداري السيء عائقا للاتصال الجيد.¹

وهناك ثلاث اتجاهات لتدفق المعلومات:

الاتصال الصاعد (من الأسفل الى الأعلى) (up word)

الاتصال النازل (down word)

الاتصال الافقي (horizontal)

1_ **الاتصال الصاعد (من الأسفل الى الأعلى):** يكون اتجاه هذا الاتصال من الأسفل الى الأعلى ، أي من مستوى اداري ادنى الى مستوى اداري اعلى في الهيكل التنظيمي ، ويكون الاتصال الصاعد عادة في شكل تقارير وشكاوى واقتراحات وملاحظات وتغذية راجعة مرفوعة الى الإدارة العليا.²

يواجه هذا النوع من الاتصال الكثير من المشاكل والعقبات حيث غالبا ما يحول بعض المدراء دون وصول المعلومات الى الرئيس الأعلى وخاصة اذا كانت تحمل اخبارا تسيء الى المؤسسة او تسبب له ازعاج.

*من الأساليب التي تساهم في تحسين الاتصال الصاعد:³

سياسة الباب المفتوح اشتراك الإدارة العليا في الأندية والجمعيات المهنية التي تساهم في كسر الحواجز بينهم وبين المرؤوسين ، وصندوق الاقتراحات وإتاحة الفرصة للمرؤوسين للتعبير عن مواقفهم وآرائهم وأشعارهم بأهميتهم في المؤسسة ، وإظهار الاهتمام والاستعداد لتسلم الاقتراحات والتعامل مع المشكلات القادمة من المرؤوسين.

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
يواجه الاتصال الصاعد عددا من المعوقات من بينها:

— بعد المسافة بين الإدارة العليا والمستويات التنظيمية الدنيا.

— تحريف المعلومات او تشويهها اثناء نقلها الى الأعلى.

¹عبد العزيز شريف، مرجع سابق، ص193.

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

³مصطفى حجازي، مرجع سابق، ص153.

- اتجاهات وقيم الرؤساء والمشرفين نحو المرؤوسين.
- عزلة الرؤساء.¹
- انتشار ظاهرة الخوف لدى المرؤوسين.

الرؤساء (الإدارة العليا)



المرؤوسين (الاتصال الصاعد)

الاتصال النازل (من الأعلى إلى الأسفل) :

يكون الاتصال النازل من الأعلى إلى الأسفل ويكون من الرؤساء إلى المرؤوسين ، أو من مستوى إداري أعلى إلى مستوى إداري أدنى ، ويعد هذا النوع الأكثر شيوعاً، ويتم من خلاله نقل المادة المرسله من أوامر وتعليمات وبلاغات وقرارات عبر تسلسل هرمي ، من القيادة الى القاعدة.

● من معوقات الاتصال النازل:

- كثرة عدد المستويات الإدارية التي تمر بها الرسالة.
- البعد الجغرافي بين المرسل والمستقبل أحيانا.
- الفروق الدافعية بين المرسل (الرئيسي) والمستقبل (المرؤوس).

يمكن للمدراء زيادة فعاليات الاتصالات الصاعدة وتشجيعها من خلال تذليل الصعوبات والحواجز الموجودة في طريقها ، وإظهار المزيد من الاهتمام والاستعداد لتقبل هذه الاتصالات والتعامل معها ، ووجود الرغبة الأكيدة الواضحة للتعامل مع المرؤوسين والاستماع لهم وفهم مشاكلهم ، وأرائهم واقتراحاتهم وتوخي العناية والحذر في اختيار الأفراد الذين ينقلون الرسائل من الأسفل إلى الأعلى²

¹صطفى حجازي، مرجع سابق، ص134.

²رجحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطاباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان2005،

الإدارة العليا



المرؤوسين (الاتصال النازل)

ج. الاتصال الأفقي: Horizontal

ويكون هذا النوع من الاتصالات بين المستويات الإدارية والاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية التي تقع في نفس المستوى ، فالاتصال بين الوزراء هو اتصال أفقي والاتصال بين رؤساء الجامعات وبين مدراء المدارس وبين المعلمين والطلبة وبين عامة الناس هو اتصال أفقي كذلك¹

يهدف الاتصال الأفقي إلى التعاون والتنسيق وحل المشكلات وتبادل الأخبار والأفكار والمشاعر ووجهات النظر والمعلومات والخبرات بين أفراد وزملاء من نفس المستوى الإداري أو الوظيفة أو المهنة غالباً ما يكون الاتصال الأفقي شفهيًا ، وبالطريقة المباشرة وبدون أي تعقيدات إدارية، ويتم عادة من خلال اللقاءات وتبادل الزيارات والاجتماعات والسلوكيات أثناء العمل . فمثلاً : الإمام يتبادل الحوار مع إمام مسجد آخر

رئيس رئيس

وزير وزير

الاتصال الافقي

مدير مدير

طالب طالب

معلم معلم

إمام إمام

أما الاتصال المقاطع : فيحدث عندما يتم الاتصال بين أفراد في مستويات إدارية مختلفة، فزيادة سرعة وصول المعلومات وتحسين الفهم وتنسيق الجهود لإنجاز المهام بسرعة وبأقل جهد ممكن ، ودون المرور بالمستويات الإدارية المختلفة ، وما فيها من بيروقراطية ويكون هذا الاتصال مائل (ليس أفقياً وليس عمودياً) مثال ذلك:

¹ إبراهيم وهي فهد، كنجو عبود، العلاقات العامة وإدارتها، مدخل وظيفي، مؤسسة الوراق، عمان الأردن، ط1، 1999، ص332.

(أن يتصل أحد الوزراء بأحد رؤساء الدوائر في وزارة أخرى ، دون الاتصال بالوزير الذي يعمل عنده مدير الدائرة، أو وزير الشؤون الدينية يتصل بإمام مسجد من ولاية أخرى دون الاتصال بالمديرية في مديرية الشؤون الدينية .

الاتصال غير الرسمي : هذا الاتصال لا يخضع لقواعد وإجراءات وقوانين إدارية مثبتة ومكتوبة ورسمية ، وامتفق عليها كما هي الحال في الاتصال الرسمي ، ويتم غالبا خارج القوات الرسمية داخل التنظيم. كما يتم بين مستويات إدارية مختلفة متخطيا خطوط السلطة الرسمية.

لا يتم الاتصال غير الرسمي داخل التنظيم فقط بل قد يتعداه إلى خارج التنظيم ، من خلال الاتصالات الشخصية ، واللقاءات والحفلات والرحلات والاجتماعات غير الرسمية ، ويجب على الإدارة استغلال الاتصال غير الرسمي إيجابيا ، وعدم السماح له

بالتأثير سلبا على التنظيم من خلال التشويش بأشكاله المختلفة كالإشاعات الكافية وغيرها.¹

مستويات الاتصال الداخلي :

يمكن تقسيم الاتصال من حيث مستواه إلى أربعة مستويات :

1_ الاتصال الذاتي : وهي العملية الاتصالية التي تتفاعل وتأخذ مكانها داخل المرء نفسه فإذا هي عملية شخصية بحتة ، يتم فيها مخاطبة الإنسان لذاته ، ولو تمعنا النظر في أنفسنا سندرك كم من المرات التي يستخدم الاتصال الذاتي حينما نقوم بمراقبة أو محاسبة نتيجة حديث مع شخص عزيز علينا أو في التفكير في أمر سنتخذ فيه قرارات هيمية للقاء شخص مهم نطرح عليه مشاكلنا.²

2_ الاتصال بين الأشخاص : وهو الاتصال المباشر ويعرف باتصال المواجهة ويتم وجها لوجه بين شخصين أو أكثر يمكن فيه أن نستخدم حواسنا الخمس ، وينتج هذا الاتصال التفاعل بين هؤلاء الأشخاص والتعرف على رجوع الصدى، وهو يوفر للمتصل فرصة التعرف الفردي والمباشر على مدى فعالية رسالته أو تأثيرها في المتلقي ومن ثمة يصبح المتصل قادر على تعديل رسالته وتوجيهها، بحيث تصبح أكثر فعالية أو اقناعا. مثل الإمام أثناء الخطبة في الجمعة ، فهو اتصال بين الأشخاص .

¹صالح خليل اصبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن 2004، ص16.

²صالح خليل اصبع، مرجع سابق، ص16.

3_الاتصال الوسطي : يسمى هذا النوع بالاتصال الوسطي لأنه يقع بين نوعين من الاتصال ، بين اتصال المواجهة (الاتصال بين الاشخاص) الذي يتم وجها لوجه ،وبين الاتصال الجماهيري الذي لا تتم فيه المواجهة المباشرة ، وهذا النوع يشمل بعض من خصائص النوعية ، ويشتمل هذا النوع على الاتصال السلبي من نقطة إلى أخرى مثل : الهاتف ، الفاكس ، الراديو المتحرك، الرادار ، الافلام العائلية ، التلفزيون والفاكس والانترنت و غيرها .

4) الاتصال الجماهيري : هي عملية الاتصال التي تستخدم فيه وسائل الإعلام الجماهيرية ، مثل الإذاعة والتلفزيون والكتاب والصحافة والسينما يتميز الاتصال الجماهيري في قدرته على توصيل الرسائل ، إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات والأفراد غير المعروفين للقائم بالاتصال ، تصلهم الرسالة حيثما كانوا في اللحظة نفسها وبسرعة مذهشة مع القدرة على خلق رأي عام ، وعلى تنمية الاتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلا والمقدرة على نقل المعارف والمعلومات والترفيه وتشمل وسائل الإعلام الجماهيري على تلك الوسائل التي لها القدرة على نقل الرسائل الجماهيرية من المرسل إلى عدد كبير من الناس وتحقق مقدرتها الاتصالية باستخدام معدات ميكانيكية أو الكترونية مثل الصحف ، المجلات ، الكتب ، الراديو والتلفزيون .

المطلب الرابع وسائل الاتصال الداخلي:

يتم الاتصال الداخلي من خلال وسائل عديدة ومختلفة تعتمد عليها المؤسسة لإرسال واستقبال المعلومات، وتنقسم هذه الوسائل حسب طبيعتها إلى ثلاث أنواع هي: وسائل الاتصال المكتوبة، ووسائل الاتصال شفوية، ووسائل الاتصال سمعية بصرية.

1. وسائل الاتصال المكتوبة : المكتوب هو العنصر الآوي في الاتصال الداخلي، حيث 90% من الرسائل الداخلية للمؤسسة تمر عبر وسائل الاتصال المكتوبة.

يسمح بتحويل التزامات الاتصال (نشر المعلومات نقل الأوامر، إعلان النتائج)ويندرج ضمن هذا النوع من الوسائل عدة وسائل تتمثل في :

2. **التقرير :** هو عرض لمجموعة من المعلومات التي تتعلق بموضوع معين ، وتتضمن قدرا من التحليل المفصل لهذه المعلومات وذلك للخروج بنتيجة قد تساعد الإدارة على تنظيم العمل أو الرقابة على العمل¹ وهو أنواع:

1. **حسب طبيعتها :**

أ. تقرير إخباري: تنقل الأخبار دون التعليق عليها.

ب. تقرير تحليلي: تعرض المعلومات ويقوم بتفسيرها وتحليلها.

2 **حسب درجة رسميتها :**

أ. تقرير رسمي: هو التقرير الذي يأخذ شكلا أو نمطا معينا عند إعداده

ب. تقرير غير رسمي: هو التقرير الذي لا يتقيد بشكل معين ويكتفي فيه بتحديد طرقي التقرير (المرسل ، المستقبل).

ت. حسب الفترة الزمنية التي يغطيها التقرير :

1. تقرير دوري : هو التقرير الذي يتم إعداده على فترات زمنية منتظمة (يومي، أسبوعي، شهري).

2 تقرير غير دوري: هو التقرير الذي لا يرتبط إعداده بزمن معين، ويتم إعداده حسب تبرر الحاجة.

3. **دفتر الاستقبال :** هو وثيقة أولية سهلة الاستعمال يدخل في الحياة اليومية للمؤسسة بالتستر عن المنافع

الشرعية التي سيستفيد منها العمال ، كما يقدم للموظفين نظرة شاملة عن المؤسسة كحجمها ، نمط

تنظيمها ، نشاطها ، قانونها الداخلي ، وكل ما يتعلق بشروط العمل ، أي أن هذه الوسيلة تسهل إدماج

الموظفين الجدد.

4 . **وتساعدهم على التعرف على المؤسسة بشكل واضح ومختصر .**

5. **منشورات بيانية :** تحتل مكانا صغيرا تلخص معلومات مهمة حول موضوع دقيق وهي وثيقة تمر في

جميع الأماكن والمصالح ويجب أن تبقى لمدة طويلة (تقرير عام) وتقدم على شكل ورقة مكتوبة من

الجهتين أو ورقتين مطويتين .

¹ أحمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، مصر 2006، ص369.

6. **لوحة الإعلانات :** تستخدم لوحات الإعلانات التي توضع تحت نظر العاملين كوسيلة اتصال لتبليغ العاملين بتعليمات أو السياسات أو أخبار أو معلومة تتعلق بالحياة الوظيفية كالعاملين ، ويكثر استخدام لوحات الإعلان في المؤسسات في أغراض توضيح الانجازات البارزة والأخبار التحفيزية والمعلومات المرتبطة بالأمن وضبط الجودة ، وغير ذلك من أوجه المعرفة ومواضيع الاهتمام الخاصة مثل جداول الاجتماعات ، ومواعيد العطلات الموسمية... الخ.¹

7. **الرسائل الخاصة :** تأخذ الرسائل الخاصة كقناة للاتصال الرسمي المكتوب أحداً لآخر إما الاتصال الصاعد أو النازل.

ويتم توجيه الرسائل الخاصة في حالة الاتصال النازل من رئيس مجلس الإدارة أو المدير إلى أحد العاملين الجدد بالمؤسسة ، لكي يرحب به كعضو جديد ، وقد تتضمن الرسالة ملخصاً عن سياسات أووضاع المؤسسة ، والمسؤولية التي تنتظر الموظف الجديد .

أيضاً قد توجه الرسالة خاصة إلى العاملين وإلى مستوى إداري معين ، بإخطارهم بوصول مسئول جديد وقد تقوم الرسالة بالدورين في نفس الوقت

8. **الأدلة والكتيبات :** تلجأ معظم المؤسسات إلى إصدار دليل العاملين يحتوي على كل

ما يهم العاملين من حيث السياسة العامة للمنظمة وبرامج المزايا المادية والمعنوية وحقوق الموظف ، وواجبات العامل، وكل ما يرتبط بالسلوك الوظيفي.

9. **نظام الاقتراحات والشكاوي :** تقوم فكرة نظام الشكاوي كوسيلة اتصال مكتوب في

تعبير العاملين ، على شكاوهم وتساؤلاتهم ، ومشاكل عملهم ، وإلى جانب هذا تضمن إعطاءهم ردود عن كل التساؤلات خلال وقت محدد في نظام رسمي للشكاوي ، وتأخذ معاني عديدة كالباب المفتوح ، صندوق الاقتراحات أو عن طريق تسليم العاملين الاقتراحات للرؤساء المباشرين الذين يرفعونها إلى الإدارة العليا ، أو عن طريق لجان فرعية أو لجان دائمة ، وذلك حسب محددات النظام المتبع للاقتراحات.²

¹ سعيد يس عامر، مرجع سابق، ص86.

² سعيد يس عامر، مرجع سابق، ص98.

10. المراسلات : تعتبر من وسائل الاتصالات المكتوبة في مجال الأعمال ، وتتميز بأنها تعطي معلومات تفصيلية وهامة عن الموضوع الذي تدور حوله ، كما أنها يسهل الرجوع إليها وحفظها.¹

• البرقية : وهي وثيقة أخبار أو عرض موجز لقضية هامة أو مستعجلة لإعطاء تعليمات توجه لرئيس إداري ، أو المرؤوسين نتيجة وقوع حدث دون سابق إنذار.

• الفاكس: هو وسيلة اتصال شخصي غير مباشر يتميز بقدرته على إرسال الوثائق والرسوم المطبوعة عن طريق الهاتف أو الموجات اللاسلكية.

• مرفق الشيك الشهري : في المنظمات التي تستخدم الحسابات الآلية ، في حساب وكتابة الشيك الشهري للعاملين (الأجر ، الحوافز) ، يمكن بسهولة إضافة بعض المعلومات السريعة والهامة في مرفق هذا الشيك، يتم طباعته بواسطة الحاسب الآلي ، وذلك بعد طباعة الشيك ومن هذه المعلومات ما يمس أي تغيير في سياسات الافراد كالحوافز ، والتأمينات والعلاج الصحي والأجور وغيرها .

3_ وسائل الاتصال الشفوية: إلى جانب الاتصال عن طريق الكلمة المكتوبة يمكن أيضا الاتصال عن طريق الكلمة المسموعة والمنطوقة ، ويندرج هذا النوع من الوسائل الاتصالية ضمن عدة وسائل أهمها:

❖ الهاتف : هو وسيلة تصلح لعمليات الاتصال التي تتطلب السرعة في كثير من الأحيان²، وتفضل معظم المؤسسات استخدام الهاتف ، ومن أمثلة الأمور التي يستخدم فيها الهاتف: دعوة الأعضاء إلى اجتماع طارئ ، الاتفاق على موعد زيارة هامة او عاجلة.

➤ التأكد من حسن سير عمل او تطبيق الأساليب المتفق عليها.

➤ التنسيق بين البرامج والتبليغ عن حادث خطير.

➤ السؤال عن حالة مرضية ممنوع زيارتها.³

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

¹ احمد ماهر، مرجع سابق، ص53.

² أحمد إبراهيم عبد الهادي، صديق محمد عفيفي، السلوك التنظيمي، دراسة في التحليل السلوكي للبيروقراطية المصرية، مكتبة عين الشمس

ط10، ص344

³ حسين عبد المجيد رشوان، مرجع سابق، ص282.

الاجتماعات : تعقد الاجتماعات داخل معظم المؤسسات بشكل أكثر من اللازم : وعلينا التأكد أن لكل اجتماع هدف، وأن جميع الحاضرين لهم اهتمام مباشر بهذا الهدف، وتعد الاجتماعات داخل المؤسسة وسيلة هامة لتنوير الأفراد والإجابة على أسئلتهم.

❖ وهي وسيلة يتم فيها تبادل الآراء إلا أن فعالية هذه الوسيلة تتوقف على أسلوب إدراك تلك الاهتمامات ومدى المشاركة الفعالة لمختلف الأعضاء ودرجة نضجهم ومستواهم التنظيمي وأيضا الثقافي.

الاتصال الشخصي المباشر : ويكون وجهها لوجه ما بين المرسل والمستمع كاللقاء المباشر بين الرئيس والمرؤوس وهذا يفسح المجال للمناقشة وتفهم الرسالة بصورة أوضح بسبب ما يديه كل منهما من انفعالات نفسية وحركات جسمية والوقوف على ردة الفعل المستقبل، بالإضافة إلى رفع الروح المعنوية لدى المرؤوسين عندما يتم الاتصال الشخصي بينهم وبين رؤسائهم.¹

➤ المقابلات : تعتبر المقابلات إحدى وسائل الاتصال الشفهي المباشر ونقصد بها المقابلة الرسمية التي تهدف إلى تبادل المعلومات أو معالجة ما ، أو المساهمة في تخفيف الضغوط النفسية في مجال العمل ، والمقابلة في مواجهة بين شخصين أو أكثر يدور بينهم نقاش حول موضوع معين أو مسألة معينة ، لتحقيق غرض محدد.

➤ وتختلف المقابلات حسب الغرض منها ومن أهم أنواع المقابلات الشائعة في المؤسسة ما يلي:

أ_مقابلة إعلامية: هي مقابلة لتبادل المعلومات الخاصة

يخص الأداء الوظيفي . بسير العلم وما يخص الأداء الوظيفي.

ب_مقابلة التوظيف: هي مقابلة يكون فيها ممثل المؤسسة بحاج إلى معرفة الكثير من المعلومات عن طالب الوظيفة ومن جانب آخر نجد أن طالب الوظيفة بحاجة إلى الكثير من المعلومات عن المؤسسة والوظيفة المرشح لها والجو الوظيفي والمزايا المادية والعينية للمؤسسة.

ج_مقابلة التدريب : ترتبط مقابلة التدريب بتنمية مواهب وقدرات الأفراد عادة ما تعقد هذه المقابلة قبل بدء برامج التدريب ، بقصد اختيار الأفراد واختيار البرامج التدريبية التي تلائم المستوى المتوقع الحاقه ببرنامج تدريب معين للحصول على مؤهلات أعلى .

¹احمد إبراهيم عبد الهادي، صديق محمد عفيفي، مرجع سابق، ص344.

د-مقابلة التقييم: تهدف مقابلة التقييم إلى التعرف على مستوى الأداء الوظيفي وكافة الجوانب المرتبطة به، لجميع العاملين خلال حياتهم الوظيفية ، بالمؤسسة وتختلف طريقة التقييم حسب المستوى الوظيفي للموظف.

➤ **المحاضرات والخطب:** تعد المحاضرات والخطب من أحسن وسائل الاتصال التي تلجا إليها المؤسسة على اختلافها ، لشرح وجهة نظرها في مسائل وتبيان ما حققته من نجاح، ومدى ما تلاقيه من صعوبات ومع أن الجمهور الذي يحضر المحاضرات يعتبر صغير نسبيا إذا قورن بالجمهير التي تستمع إلى الإذاعة أو تحضر الحفلات إلا أن ما يعوض ذلك النقص أن المحاضرات والخطب تتيح فرصة هدامة لمواجهة الخطيب بجمهوره وهنا يكون المحاضر المسؤول الأكبر مدير أو رئيس مجلس الإدارة.

➤ سبر الآراء والأسئلة المفتوحة:

هما الوسيلتان اللتان تسمحان بمعرفة آراء العمال وتأخذ اتجاهين متعاكسين، فالوسيلة الأولى (سبر الآراء) تسمح بالذهاب إلى العمال وتعطيهم الحرية في التكلم أما الثانية (الأسئلة المفتوحة) تجعل العمال يأتون بأنفسهم لطرح أسئلتهم على المسؤولين ، ومن هنا فإن الوسائل الشفوية تسمح للعمال بالتعبير الذاتي عن شكوايهم وانشغالاتهم ورجباتهم وهذا ضروري في المؤسسة لتحسين التنظيم .

(3) الوسائل السمعية البصرية :

➤ **البريد الإلكتروني:** هو وسيلة اتصالية حديثة تسمح بث الرسائل عن طريق جهاز الكمبيوتر ومن إيجابياته أنه يساعد على بث الرسائل لعدة مسؤولين في المؤسسة وهذا حتى في غيابهم .

➤ **فيلم المؤسسة:** هو شريط فيلمي تقوم المؤسسة بعرضه في أوقات محددة ويكون موجه لمجموعة موظفين في المؤسسة والهدف منه هو تعريف العمال بنظام المؤسسة بشكل أفضل وتحفيزهم على العمل .

➤ **المحاضرات عن طريق الشاشة :**

هي تزواج بين التقنيات الحديثة لنقل المعلومات بالتقنيات البصرية تسمح بعقد اجتماعات ومحاضرات مع مختلف العمال بالمؤسسة في أماكن عدة وفي وقت واحد مع مشاركين متواجدين على مسافات بعيدة عن

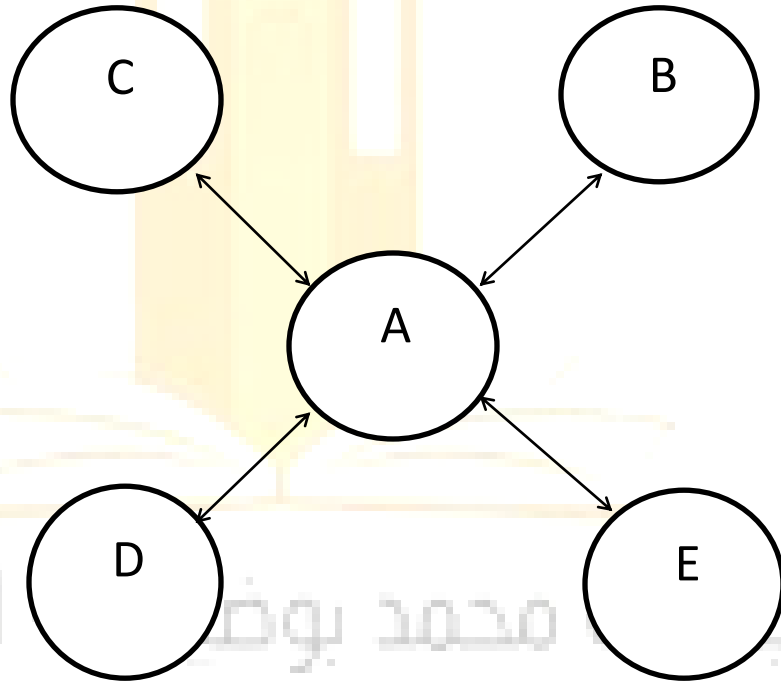
مكان العرض وتستعمل هذه التقنية : كاميرا ، فيديو ومكبرات الصوت - إضافة إلى أجهزة عكس الصورة كالتلفزيون والشاشات الكبيرة .

2) شبكات الاتصال الداخلي: لقد قام بعض الباحثين بتصميم أشكال متعددة لشبكات الاتصال، من خلال دراستهم للجماعات، ونقصد هنا بشبكة الاتصال تنقل أو سير المعلومات بين أفراد الجماعة الواحدة¹ وتتمثل هذه الأشكال في:

1_شكل العجلة (أو ما يسمى بالأشعة أو حرف X) : وفي هذا النمط تركز علاقات الاتصال حول فرد في الجماعة والافراد يتبادلون المعلومات معه ولا يسمح لهم بتبادل المعلومات مع بعضهم لبعض .

إذن هذا الشكل يتيح لعضو واحد في المحور أن يتصل بأعضاء الجماعة واتصالا الأعضاء بينهم يتم عن طريقه فقط ، فهناك فرد ذو مركز قيادي ، وترتيب علاقات الاتصال بهذا النمط يتضح في الشكل التالي:²

شكل العجلة: (la roue)



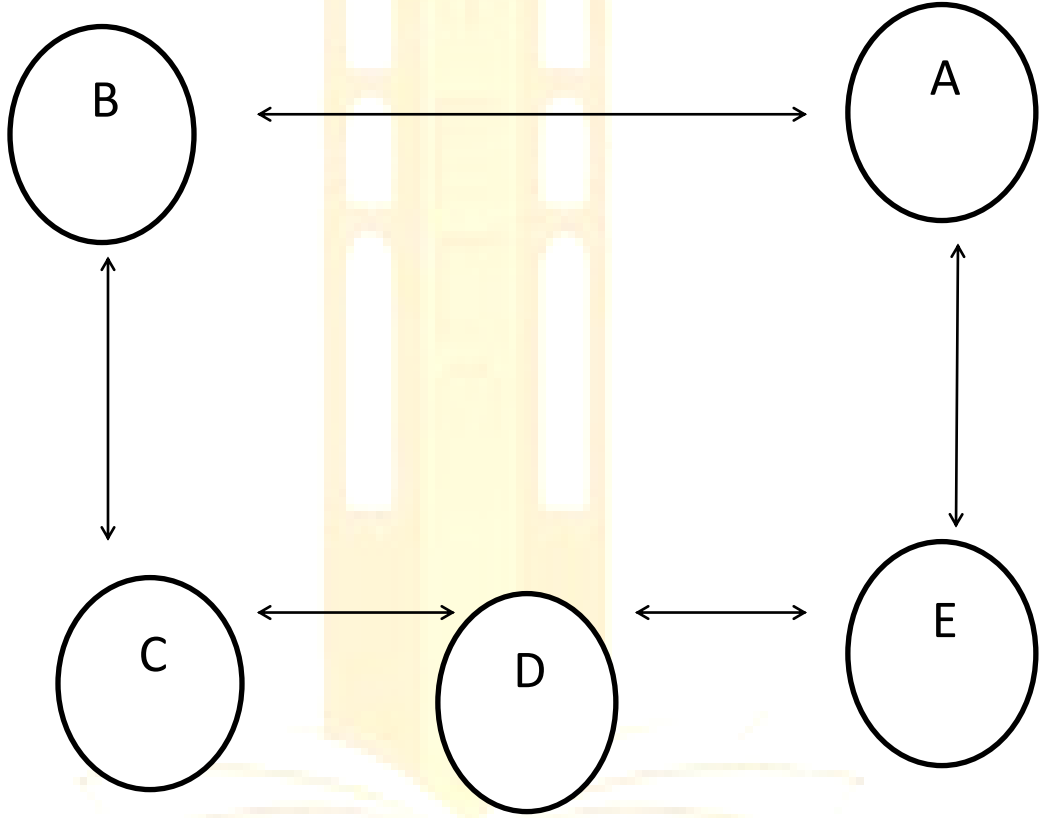
ففي مؤسسة المسجد الإمام هو الذي يتحدث والمصلين يستمعون.

¹CherlesRetziilliqn .lqco;;unicqtion oral , editionnathan, 1994 p60

²صلاح الدين عبد الباقي، مرجع سابق، ص234.

2) شكل الدائرة : هذا الشكل يتيح لكل أفراد الجماعة أن يقوموا بالاتصال ببعضهم وفق علاقات الاتصال المحددة . أي أن كل فرد يستطيع أن يتصل اتصال مباشرا بشخصين يتموقعان على يمينه أو يساره أما الاتصال ببقية الأعضاء الأخرى يتم بواسطة أحد الأفراد أو ما يسمى بالوسطاء ولا أحد من المشاركين يملك مركزا امتيازيا أو مركزا قياديا مثل الإمام والعاملين معا والشكل التالي يوضح ذلك :¹

شكل الدائرة : (le cercle)



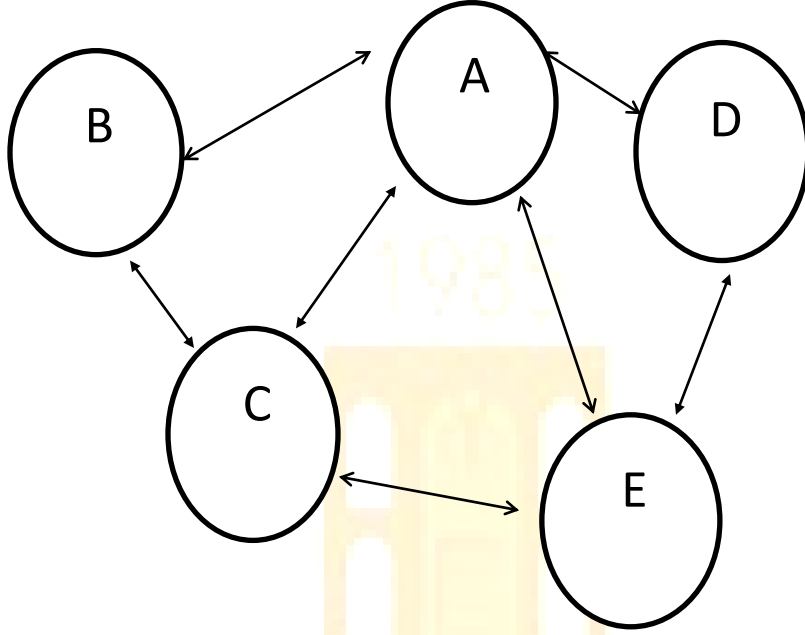
وهناك نمط من أنماط اتصال شبكة الدائرة يعرف باسم جماعة الدائرة الحرة، حيث يتناقش

الأفراد فيها مع جميع أفراد المجموعة يتساوى مع بعضهم، كما يمثلها الشكل التالي:²

شكل الدائرة الحرة: (le cercle libre)

¹محمد سلامة، محمد غباري وعبد الحميد عطية، الاتصال ووسائله بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ص229.

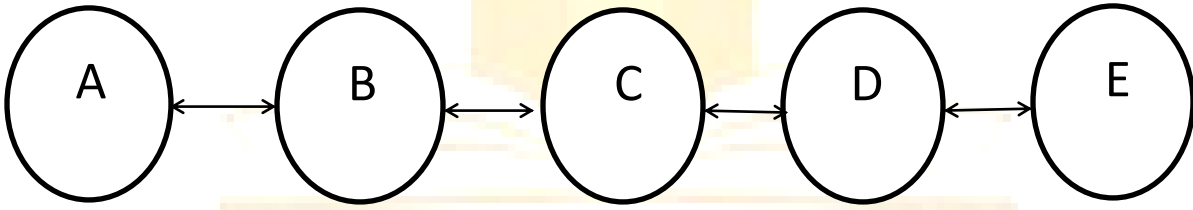
²صلاح خليل أبو اصبع، مرجع سابق، ص60.



3_ شكل السلسلة : هي عبارة عن سلسلة تنظيمية أين يكون جميع الأعضاء في خط واحد حيث لا يستطيع

أي منهم الاتصال المباشر بفرد آخر ويعتبر اتصال ذو اتجاه واحد أو خطي ولا تمنح فرصة لأي فرد أن يمثل مركزا قياديا والميزة الأولية له تتمثل في التبادل السريع للمعلومات والشكل التالي يوضح ذلك

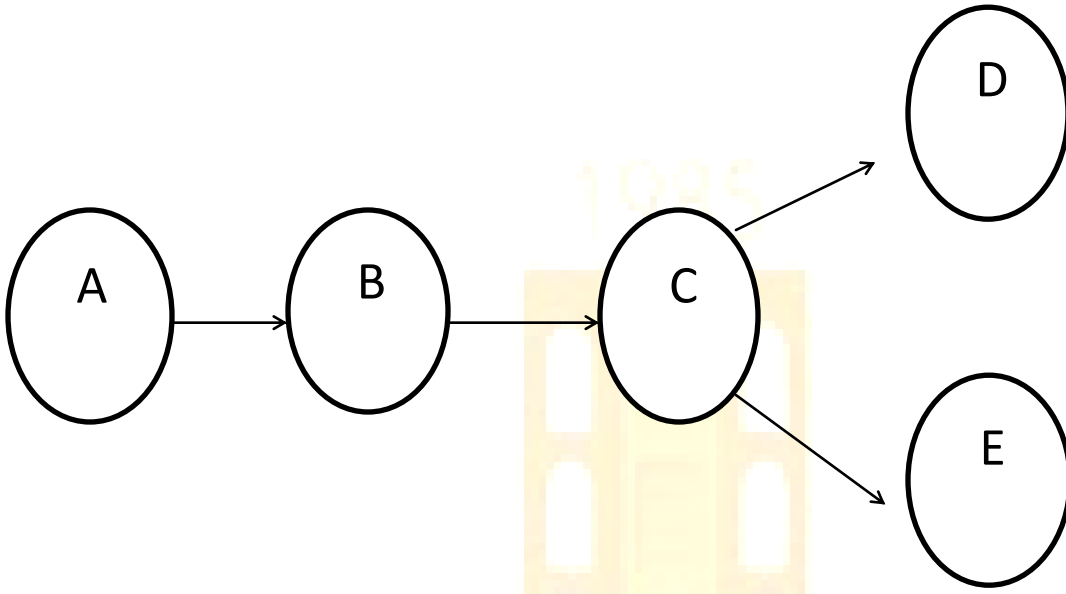
شكل السلسلة: (la chaine)



4- شكل حرف " Y " : وهذا الشكل يختلف عن سابقه لأن هناك فرضين يتمركزان خارج السلسلة فالجماعة منظمة في شكل ثلاثة مستويات فالفردين في المستوى الأول يتصلان مع الفرد الذي يقع في وسط الشبكة أو في المستوى الثاني والذي يربط بين المستويات وهذا الأخير يتمثل مع الفردين الذين يقعان خارج السلسلة . كما يظهر في الشكل التالي:¹

¹صلاح الدين عبد الباقي، مرجع سابق، ص238.

شكل الحرف Y:



ومن خلال هذه الأشكال التي ذكرناها نستنتج أن كل شبكة تختلف عن أخرى من حيث السرعة، الدقة في توصيل أو المعلومات رضا الأفراد عن المهمة التي يقومون بها، اتخاذ القرارات المشاركة وكذا استمرار الجماعة.

ولفهم تركيب الاتصال للجماعة فإنه يجب علينا تحديد موقع كل فرد ومركزه في شبكة الاتصال حيث لوحظ أنه من يشغل مركزا وسطيا في الشبكة يمكنه الاتصال بسهولة مع كل أفراد الجماعة وبالتالي يمكن سماع كل ما يدور في محيط الجماعة، والفرد الذي يشغل مركزا طرفيا يبعد عن الاتصال المباشر بالكثير من أعضاء الجماعة الآخرين.

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

المبحث الثاني: دور الاتصال الداخلي ومشاركه:

المطلب الأول : أهمية الاتصال الداخلي :

يقوم البناء الاجتماعي داخل المؤسسة على تحديد الدور الذي يلعبه ويقوم به كل فرد داخل هذا البناء المؤسساتي وهذا ما يجعل الفرد يشعر بقيمته داخل الجماعة أو المجتمع، هذا الدور يفرض على الأفراد القيام بوظائف متعددة تختلف فيما بينها من دور إلى آخر.

وتحقق في النهاية التكامل الاجتماعي والوظيفي للنشاط الاقتصادي ، وذلك لارتباط وظيفة كل فرد حسب دوره بالآخرين ولا يمكن أن يقوم بهذه المهمة أو الوظائف التي تتفق مع الدور الاجتماعي دون اتصاله بالآخرين ونادرا ما نجد دورا اجتماعيا لا يفرض على الفرد الاتصال بالآخرين وحتى إذا كان هنالك مثل هذا الدور كدور الباحثين أو العلماء المتفرغين للبحوث والاكتشافات العلمية فإن هذا الدور يفرض عليه اتصالا مع زملائه أو أقرانه خاصة وأن المعرفة العلمية أصبحت تميل إلى التخصص الدقيق الذي يتكامل مع غيره من التخصصات وذلك بجانب الاتصال اليومي لإشباع الحاجات الأولية ، وتظهر كذلك أهمية الاتصال للفرد في حاجته للمعلومات والمعارف الخاصة بالقضايا والمعلومات اليومية التي تفيد في اتخاذ قراراته اليومية ، وهناك أهمية أخرى نلمسها لكونها العملية الأولية في الاتصال يكتسب به الفرد خصائص وسمات المجتمع الذي يعيش فيه وينتمي إليه وتدعم بالتالي انتماءاته إلى هذا المجتمع ، فالفرد ينقل أفكار المجتمع، و معتقداته إلى الآخرين في صورة أو في أخرى، وإلى جانب ما يقوم به الاتصال من وظائف تنعكس أهميته على الفرد ، فإن أدوار الاتصال تعكس أهمية المجتمع على النحو التالي :

1. يوفر الاتصال للأفراد داخل المجتمع كل المعلومات الخاصة بالبيئة والأخطار المحيطة بها ، مما ينعكس على دعم الاستقرار والأمن داخل المجتمع وخارجه .
2. يحقق الاتصال المحافظة على الهوية الثقافية للمجتمع : ينقل التراث من جيل إلى آخر ويعرف الأجيال الجديدة بهذا التراث، الذي يعتبر أحد المحددات الأولية للنظام الثقافي للمجتمع .
3. يساعد الأفراد بالنسبة للاتصال داخل مؤسسة المسجد في التعرف على أمور دينهم وديناهم.
4. المسجد كونه عريق ويجلب إليه مختلف الشرائح والطبقات فهو سهل من تقرب الأفراد من بعض الشخصيات المهمة لطرح انشغالهم من خلال إقبالهم على أداء الصلاة .

المطلب الثاني: أهداف الاتصال الداخلي:

يعتبر الاتصال الداخلي بالنسبة لأي جماعة عنصرا هاما وفعالا لضمان استمراريتها وبقائها كما هو الحال بالنسبة المنشآت التجارية والصناعية وكذا الاجتماعية، نجد أن الاتصال الجيد والفعال أمر حيوي بالنسبة لأي منشأة من المنشآت من خلال زيادة كفاءة العاملين فيها وتطوير أجهزتها وزيادة الإنتاجية. والاتصال في المؤسسة له أهداف يرمي إليها :

1_أهداف الاتصال بالنسبة للعاملين : أن الاتصال داخل المؤسسة يجب أن يعمل على جعل الموظفين ملمين الماما تاما بمجريات الأمور التي تهمهم داخل المؤسسة وتستطيع هذه الإدارة أن تقيم علاقات مع الموظفين أو التفاهم والثقة كما تستطيع الإدارة أن تزيد من إنتاجيتهم عن طريق تزويدهم بالمعلومات الضرورية اللازمة لحسن سير العمل.¹

2_ويعمل على إشعال العاملين بأهميتهم داخل المنظمة ، مما يؤدي إلى رفع روحهم المعنوية وتزويد العاملين بالقدر الكافي من المعلومات يؤدي إلى التقليل من الشائعات وتضييع الوقت في آلاف من الحقيقة ولا فائدة من ورائها² ، وهناك أربعة مجالات واسعة ويمكن في إطارها أن تأخذ المعلومات طريقها للعاملين في منشآت صناعية أو تجارية وهذه المجالات هي :

1.1_معلومات عن المنشأة : فالعاملون يهتمهم أن يعرفوا إنتاج المنشآت ومستقبلها ومعرفة ما يجري في الاجتماعات التي تعقد فيها ، والقرارات التي تؤثر على مستقبل المنشأة التي يعملون فيها .

2.1_معلومات عن سياسة المنشأة: لا سيما تلك التي تؤثر على العاملين وعلى وظائفهم وعلى مستقبلهم الوظيفي .

3.1_معلومات تتصل ببعض المشكلات والصعوبات : وهي الصعوبات الطارئة التي تقابل المنشأة ومعرفة العاملين لهذه المشاكل والصعوبات يؤدي إلى زيادة بذلا لجهود .

4.1_معلومات تتصل بنشاط العاملين الوظيفي : لأنه من أهداف الاتصال تزويد العاملين بكل ما يحتاجون إليه من معلومات وخبرات تساعد على القيام بوظائفهم على أكمل وجه.³

¹عبد العزيز يشرف، مرجع سابق، ص190.

²محمد فريد الصحن، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، الدار الجامعية، كلية التجارة جامعة الإسكندرية، بيروت الغربية، 1988، ص41.

³خيري خليل الجميلي، الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامع الحديث، الاسكندرية1995، ص42.

3_ أهداف الاتصال بالنسبة للقيادة :

يساعد الاتصال الإدارة العليا على اتخاذ القرارات المناسبة والسليمة وهذا بفضل المعلومات التي يوردها للمستخدمين والتنسيق بين الجهود وتبادل الخبرات بما يوفره من بيانات ومعلومات. كما يساهم بتوجيه آراء العاملين ووجهات نظرهم.¹

ويضيف صالح بن ثوار أهداف أخرى للاتصال:²

➤ تحقيق التنسيق بين الأفعال والتصرفات الخاصة بأقسام المؤسسات، فبدون اتصال تصبح المؤسسة عبارة عن مجموعة من الموظفين يعملون منفصلين عن بعضهم لأداء مهام مستقلة عن بعضها البعض.

➤ المشاركة في المعلومات: يساعد الاتصال على بناء المعلومات الهامة لتحقيق أهداف المؤسسة وتساعد هذه المعلومات على توجيه سلوك الأفراد بنتائج أداؤهم.

- توجيه الأفراد لأداء مهامهم وتعريفهم بالواجبات المطلوبة منهم.
- تعريف الأفراد بنتائج أداؤهم.

➤ اتخاذ القرارات: يلعب الاتصال دورا كبيرا في عملية اتخاذ القرارات، فاتخاذ قرار معين يحتاج الموظفين إلى معلومات معينة لتحديد المشاكل والتقييم البدائل وتنفيذ القرارات وتقييم نتائجها.

➤ التعبير عن المشاعر الوجدانية: يساعد العاملين على التعبير عن سعادتهم وأحزانهم ومخاوفهم وثقتهم بالآخرين حيث يستطيع الموظف أن يبدي رأيه دون خوف أو حرج، كما يساعد المدير على الاتصال بالموظفين في جميع المستويات الإدارية.

المطلب الثالث: وظائف الاتصال الداخلي للمؤسسة:

ترتبط وظائف الاتصال الداخلي ارتباطا وثيقا بمحتوى الاتصال ومن ثمة أصبح الاتصال وظيفة توصيل المعلومات وتبادلها وتدفعها إلى جميع المستويات حتى يضمن استمرار العمل ووحدة الجهد وهذا للتأكد من إنجاز العمل بدقة وعناية. ومنه نستخلص ثلاث وظائف للرسالة الإعلامية داخل المؤسسة ونلمسها فيما يلي:

¹خيري خليل الجميلي، مرجع سابق، ص42.

²صالح بن ثوار، الاتصال في المؤسسة، مخبر بحث علم الاجتماع والاتصال والبحث والترجمة، الجزائر، 2003، ص87.

- الإعلام: يتمثل في كل المعلومات الضرورية تقنيا لتنفيذ عمل المؤسسة وهذه المعلومات ذات أهمية بالغة لأنها تسمح بتمرير المعلومات لتحسين سيرها والعمل في المؤسسة.¹
- التحفيز : يتمثل في كل المعلومات التي تحفز المستخدمين على تحسين العمل ، وتحديد موقع كل فرد في الجماعة وغياب مثل هذه المعلومات حتما سيؤدي إلى اللامبالاة وانتشار الإشاعات .
- التفاهم : يتمثل في المعلومات التي حول التنظيمات العامة الداخلية والخارجية التي تمم المستخدم، كالمعلومات المتعلقة بحقوقه، ودور مختلف المصالح الإدارية والاجتماعية وذلك بتشكيل فريق جماعي أو خلق روح الجماعة والشعور بالانتماء.²
- ومن جهة أخرى لخص مصطفى حجازي وظائف الاتصال في العناصر التالية :
- وظيفة الإنتاج : أن عملية الاتصال هي التي تحدد سير الإنتاج من حيث كميته وتحسين نوعيته ، كما تعد التوجيهات بالتنفيذ والآراء كتوجيه الإنذارات بسبب التغيب عن العمل وإبداء الإعجاب والإعلان عن كافة الأداء الجيد للعمل ، وارسال المذكرات أو عقد الاجتماعات لمناقشة المشاكل ورفع الإنتاج .
- وظيفة الإبداع : المقصود بالإبداع هو إنشاء ووضع أفكار وأنماط سلوكية جديدة لتحسين السلوك التنظيمي وتطوير المنظمة وتعتبر وظيفة الإبداع أقل وظائف الاتصال ممارسة ، وذلك ناجم عن المقاومة الشديدة التي تبديها مختلف الأطراف للتغيير التنظيمي فالروتين والنمطية والتقنية تعتبر من أهم العقبات التي تقف في وجه الإبداع.
- وظيفة الصيانة: يتمثل دور الاتصال في مجال الصيانة في أداء المهام الرسمية الثلاث:
- _حفظ الذات وما يرتبط بها من عواطف ومشاعر.

_تغيير موقف الأفراد من القيمة التي يولونها للتفاعل الذي يحدث فيها.

_ضمان استمرارية الإنتاج والإبداع.

Université Mohamed Boudial - M'sila

¹راوية حسن، السلوك الأساس في المنظمات، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1999، ص267.

²ماجدة عطية، سلوك المنظمة سلوك الفرد والجماعة، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص173.

المطلب الرابع: معوقات الاتصال داخل المؤسسة:

1- طبيعة المعلومات :

وتتضمن الغزارة والكثافة الشديدة في المعلومات التي تتطلب من المستقبل استقبالتها وفي هذه الحالة لا يستطيع المستقبل متابعة جميع الحقائق وقد يخطأ أو قد يتأخر في الإجابة أو يلجأ إلى التعميم أو التصفية وتقنية المعلومات .

2 - معوقات شخصية:

تتعلق المعوقات الشخصية في الاتصال بي من طرفي الاتصال (استقبال والمستقبل) قيمه واتجاهاته وخبرائه وخلفيته العلمية وكلما كان الإطار المرجعي لكل منهما متميزا عن الآخر كان من الصعب تحقيق اتصال فعال بينهما.

- الإدراك الانتقائي: يصل الفرد غالبا إلى سماع ما يتوافق مع قيمه ومعتقداته واتجاهاته وإعاقه أي معلومة تتضارب مع هذه المعتقدات والقيم.

- الاختلاف في المركز بين المرسل والمستقبل : الاختلاف بين المرسل والمستقبل من حيث المركز والوظيفة والراتب والمزايا يعيق عملية الاتصال.

- مصداقية المرسل (مصدر المعلومات) : وتشير إلى مدى ثقة المستقبل بالمرسل وأعماله وأقواله .

- ضغط الوقت : ليس لدى المدير أو الرئيس عادة وقت كافي للاتصال مع كل شخص فيلجأ إلى اختصار الطريق بتجاوز مستوى إداري معين ، وهذا يؤدي إلى بعض الصعوبات.¹

3- مشكلة تتعلق باللغة:

إن طبيعة اللغة العربية يشكل عائقا في الاتصال فهناك كثير من الكلمات غير الدقيقة والكثير منها ما يحمل أكثر من معنى واحد ويحدث سوء الاتصال حينما يفسر الطرفان (المرسل والمستقبل) إلى بطريقتين مختلفتين.

¹حسين حريم، السلوك التنظيمي (سلوك الافراد في المنظمات)، دار الزهرة للنشر والتوزيع، عمان 1997، ص350.

4 - استخدام وسائل القنوات العديدة:

يتمثل نقل المعاني بواسطة الكلمات والوسائل غير اللفظية أيضا مثل الإيماءات وتعابير الوجه وحركات الجسم وغيرها . وقد لا تتوقف المعاني المنقولة عبر هذه الوسائل المختلفة فإذا ما حدث تناقض بين المعنى الذي ينقله المتحدث عن طريق الحديث والمعنى الذي قد توجهه تعابير الوجه مثلا فيؤدي إلى صعوبة الاتصال .

5- معوقات مادية :

وهذه تحدث نتيجة عوامل وأمور في البيئة المادية التي يتم فيها الاتصال مثل الضوضاء والتشويش في أجهزة الاتصال وبعد المسافة بين المرسل والمستقبل وعدم الإضاءة المناسبة وغيرها.¹

6_معوقات تنظيمية:

وتتضمن تلك الصعوبات والمشكلات الناشئة عن سياسة المنظمة وهيكلها ومناخها التنظيمي وثقافتها ، فالمناخ المؤازر والمساند يساعد على نجاح عملية الاتصال في حين أن المناخ التنظيمي القهري أو القسري يؤثر سلبا على الاتصال " .
ويصنف أحد الكتاب معوق الاتصال إلى معوقات ناشئة عن المستقبل ومعوقات بيئية
1_ المعوقات الناشئة عن المرسل: وتشمل ما يلي:

1.1 عدم وضوح الفكرة لديه.

1.2 عدم اختيار الوسيلة المناسبة.

1.3 استخدام مفردات غير مألوفة.

1.4 كثرة المعلومات في الرسالة.

1.5 إصدار إيماءات وحركات غير لفظية بشكل ملفت للنظر ومتناقض مع معاني الرسالة.

1.6 حجم الجماعة المستقبلة للرسالة.

1.7 اختلاف المركز الوظيفي أو الاجتماعي أو السياسي.

¹حسين حريم، مرجع سابق، ص350-351.

1.8 مصداقية مرسل الرسالة.

1.9 اختلاف المظهر الفيزيولوجي.

2_ المعوقات الناشئة من المستقبل: أما المعوقات التي يسببها المستقبل فتتمثل في :

2.1 الإدراك الإنتمائي.

2.2 التحيز الشخصي ضد المرسل.

2.3 الحالة الفيزيولوجية له.

2.4 عدم الإصغاء جيدا.

3_ المعوقات البيئية تتضمن:

3.1 معوقات مكانية.

3.2 تشويش وسائل الاتصال.

3.3 معوقات ناشئة عن السياسة العامة.

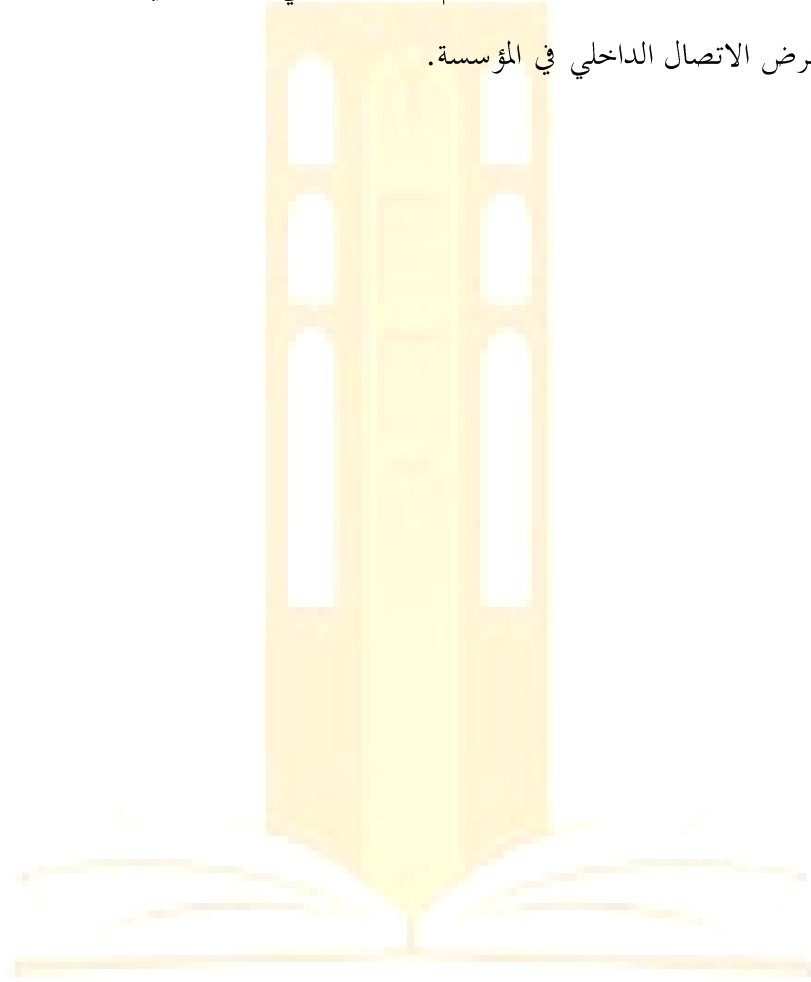


جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

خاتمة :

تطرقنا في هذا الفصل إلى المفاهيم الأولية حول موضوع الاتصال داخل المؤسسة حيث قدمنا أهم التعاريف التي وردت عنه ، ثم تطرقنا إلى الحديث عن الأهمية البالغة التي تشكل في عناصر العملية الاتصالية داخل المؤسسة وأنواع ومستويات الاتصال الداخلي في المؤسسة إلى اختلاف وسائل الاتصال الداخلي وشبكاته كما توقفنا عند أهميته وأهدافه وأهم الوظائف التي يقدمها وفي الأخير تناولنا أهم المعوقات والمشاكل التي تعترض الاتصال الداخلي في المؤسسة.



جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

1985

الفصل الثاني: ماهية الاتصال خارج المؤسسة

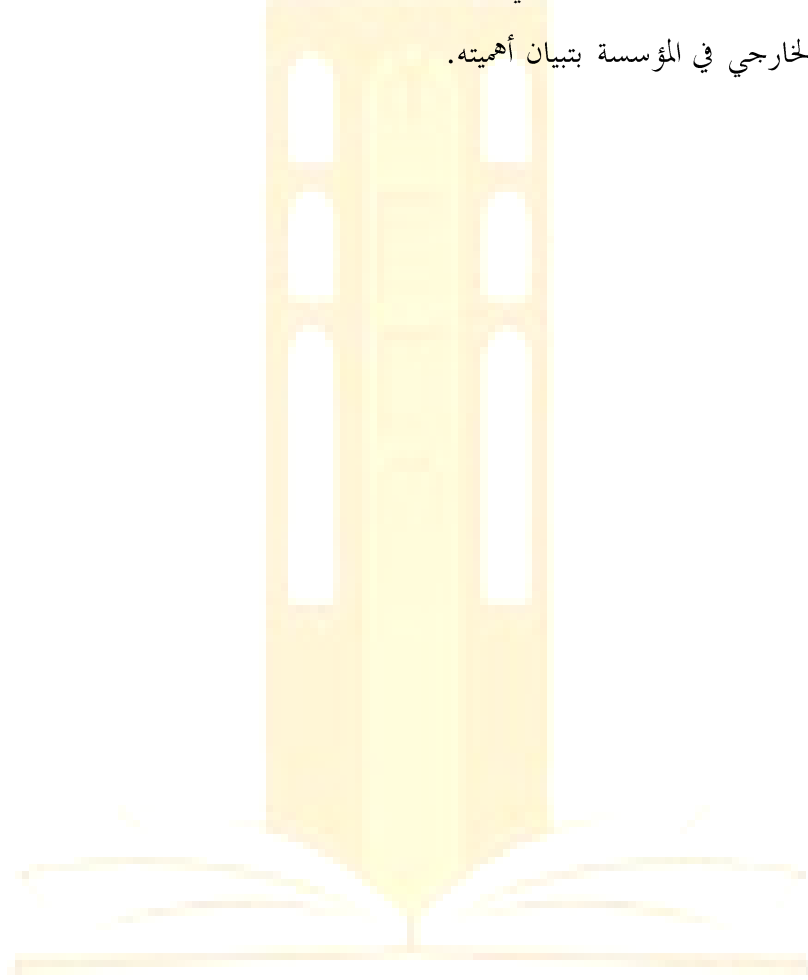
- تمهيد
- المبحث الأول: مفهوم الاتصال الخارجي في المؤسسة وأنواعه
- المطلب الأول: مفهوم الاتصال الخارجي في المؤسسة
- المطلب الثاني: أنواع الاتصال الخارجي في المؤسسة
- المبحث الثاني: وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة وأهميته
- المطلب الأول: وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة
- المطلب الثاني: أهمية الاتصال الخارجي في المؤسسة
- خاتمة

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

تمهيد:

إن الاتصال في المؤسسة له أهمية كبيرة ، فكل مؤسسة بحاجة الى الاتصال من حيث دوره وأهميته البالغة والوظيفة التي يلعبها في ذات المؤسسة ، ويعتبر الاتصال من ثقافة المؤسسة حيث يرى "شارلز كروي" : إن الاتصال في المؤسسة له مفهوم واسع حيث ينقسم الى جزأين الأول يرمز الى الاتصال الداخلي والثاني يرمز الى الاتصال الخارجي ويستعمل في ذلك عدة وسائل " ، ونحاول في هذا الفصل تبسيط الاتصال الخارجي في المؤسسة بتبيان أهميته.



جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

المبحث الأول: مفهوم الاتصال الخارجي في المؤسسة وأنواعه.

المطلب الأول: مفهومه

يعرفه مصطفى حجازي على أنه " حلقة وصل بين المؤسسة والمجتمع المحيط بها ففي كل مجتمع لا بد من وجود مؤسسات وهيئات مختلفة قائمة لتحقيق غايات ووظائف معينة ولها صلات مع أفراد ذلك المجتمع ، لا تتمكن هذه المؤسسات من القيام بأعمالها ما لم تكن ثقة متبادلة بينها وبين جماهيرها ، هذه الثقة لا تأتي عن طريق الصدفة ، لكن يجب أن تبنى على أسس متينة وخطط مدروسة ، تضمن لها البقاء لذلك فالاتصال الخارجي هو بناء ثقة الجمهور بالمؤسسة والمحافظة عليه.¹

ويُعرف أيضا "يعني الاتصال الخارجي كل ما يرمز للاتصال والعلاقات الخارجية لمؤسسة ما".²

* ويعرف أيضا : " إن اتصال المؤسسة الخارجي يعمل على إمداد المحيط بمعلومات ذات طابع متنوع وهذا تبعاً لتنوع الجمهور الذي تخاطبه ، وهكذا يصبح كل من الزبائن. المولدين ، السلطات المحلية ، الصحافة أهدافاً يوجه إليها الخطاب بصفتهم عناصر أساسية في عملية الاتصال وبالتالي هدف اتصال المؤسسة الخارجي هو كسب ثقة الناس فيها للإقبال على خدماتها أو تحسين قوة بيع منتجاتها.³

يعكس الاتصال الخارجي علاقة أعضاء المنظمة بال محيط الخارجي ، وهذه العلاقة لا بد أن تكون ايجابية لكسب ثقة الناس من خلال المعلومات المنظمة والمنسقة والمتعلقة بالموضوع الذي يريده الجمهور المتنوع وكذلك نقل المعلومات والآراء من الجماهير إلى المؤسسة .

* ويرى عبد الفتاح دويدات " إن المؤسسة لكي تحقق الاتصال الخارجي يجب عليها أن تقوم بنقل المعلومات والآراء والحقائق من الجماهير إلى المؤسسة بغية الوصول إلى الانسجام والتكيف الاجتماعي".⁴

* هو " اتصال يجب أن تلجأ إليه المؤسسة للتعامل مع محيطها الخارجي عن طريق عمالها وإطاراتها : وبذلك تبني علاقات ايجابية مع العاملين في هذا المحيط كالجماعات المحلية ، أصحاب المؤسسات المنافسة وكذلك تطوير أساليب عملها ، وتقنياتها وكل ما يهمه من أخبار ومعلومات تساعد على التحليل من أجل اتخاذ

¹مصطفى حجازي، مرجع سبق ذكره، ص52.

²Pierre lasne, le communicationnaire 2007 , edition de mouette , France 2007 2ème Edition , p68.

³Le Duchobert , la publisité une force au serrce de l'entreprise , Paris Dunod , p126.

⁴Michel Lenet , technique doctrine et moral de la Communication social , Edition d'organisation , paris 1981 , p105.

قرارات إستراتيجية في آخر المطاف وتلجأ المؤسسة إلى اتخاذ القرار الذي يحقق لها شهرتها ويعلم جمهورها عن منتجاتها ويضمن صورة جيدة.¹

المطلب الثاني: أنواع الاتصال الخارجي في المؤسسة:

إن الاتصال الخارجي له أهمية كبيرة في المؤسسة على اختلاف نشاطها فهو مرآة منظمة التي تعكس صورتها أمام الجمهور عامة والمصلين خاصة بحكم تناولنا هذا الجانب في بحثنا هذا وهناك أنواع للاتصال الخارجي في المؤسسة ، يهدف كل نوع منها إلى تحقيق غاية مرجوة من المؤسسة وهذه الأنواع تتمثل في :

1- الاتصال المؤسسي:

هو : "كل ما يتم بواسطة المؤسسة سواء تعلق الأمر بتقديم الأخبار عن نفسها وعن نشاطاتها ، أداة تأكيد حضورها أو التعريف بموقفها حول موضوع أو حدث يسمى نشاطها الخارجي".²

* الاتصال المؤسسي يحدد من "نحن" أي المؤسسة بالنسبة "لهم" أي المؤسسات الأخرى".³

ويعرف أيضا : "الاتصال المؤسسي يشير إلى كل العمليات الاتصالية التي تهدف إلى تطوير شهرة المؤسسة وتحسين صورتها كمنشأة".⁴

-هو مجموع نشاطات غايتها ضمان التلاحم واستمرارية واندماج المؤسسة في المجتمع من خلال ما تقوم به من خدمات ونشاطات...الخ، فكل مؤسسة مهما كانت طبيعتها تسعى إلى تحسين صورتها وتطويرها والحفاظ عليها فمؤسسة المسجد تسعى دوما إلى خلق جيل متخلق و متمسك بمبادئه ومقوماته الدينية ومعتقداته من خلال غرس روح الإيمان والأخوة وتعزيز الروابط بين شرائح المجتمع.

2- الاتصال التجاري:

هذا النوع من الاتصال الخارجي هو مجموع التعاملات التي تقوم بها المؤسسة مع محيطها الخارجي المرتبطة بتسويق السلع والخدمات وحث مختلف الزبائن إلى اقتناء منتجاتها من خلال الإشهار والترويج. ولهذا لا بد أن يكون الاتصال التجاري في مستوى راقى، هذا الأخير يعكسه منتجات المؤسسة من خلال

¹Annie , **communication et organisation** , edition d'organisation , Paris 1994.

²مصطفى حجازي ، مرجع سابق ، ص13.

³Marie helen wesphalen , **la communication extern de l'entreprise ouvert** , dunode , paris 1997 p01.

⁴Ja Quelenderre et lindondenis , **mercatothorie et pratique du marketing** , edtion doloz , 1eme edition , paris 1990 p333.

الجودة والنوعية، هذا بالنسبة للمؤسسات التجارية. أما المؤسسات الدينية أي مؤسسة المسجد فهي لا تعتمد على هذا النوع من الاتصال لأن هدفها هو جلب أكبر قدر من الأشخاص لتعزيز القيم الدينية والأخلاقية فيهم.

3-الاتصال الاجتماعي:

يرى ميشال لوني أن الاتصال الاجتماعي هو : "أحد الأساليب التي يستعملها الإنسان في حل مشاكل، فهو ركيزة لتغيير الآراء إلى الأفضل وتعديل السلوك المعاكس".

يعني الاتصال الذي توجهه المؤسسة للمواطنين . الجماعات المحلية والوطنية والإداريين الذين تتمنى المؤسسة خلق علاقات جيدة معهم ¹.

يهدف الاتصال الاجتماعي إلى تغيير السلوك واستبدال المواقف ، خدمة للصالح العام من خلال تغطية مجال الوفاية والمشاركة في اتخاذ القرارات.

ويعتبر الاتصال الاجتماعي من أحد أولويات الاتصال داخل أو خارج مؤسسة المسجد من خلال التربية والتوجيه وانتشار الأفراد من مشاكلهم .

المبحث الثاني: وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة وأهميته

المطلب الأول: وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة:

كل اتصال خارجي في المؤسسة له وظيفة أو مهمة يؤديها متعلقة أولاً بالمؤسسة وثانياً بالجمهور الخارجي الذي تسعى المؤسسة من خلاله إلى تكوين سمعة وصورة ايجابية عنها .

1-وظائف الاتصال الخارجي المتعلقة بالمنظمة (المؤسسة) :

أ- إحاطة المنظمة بكل ما يطرأ من تغير بالرأي العام عن طريق البحوث من خلال تحليل آراء المواطنين وتقديم التقارير وهذا لرسم سياسة تتندي بها المؤسسة.

ب- تزويد وسائل الإعلام بالبيانات والمعلومات عن المنظمة سواء كانت مقروعة أو مسموعة أو مرئية.

¹Jaquelendervie et lindondenis , op , cit , p206.

ت- تنظيم الأحداث التي تقوم بها المؤسسة مثل المسابقات الفكرية ومسابقات تجويد القرآن وحفظه - المؤتمرات الصحفية-.

ث- إعداد المطبوعات والملصقات التي لها علاقة بالمنظمة مثل الصور المناسبة، الرسوم.

ج- "للتأكد من سياسة المؤسسة وأهدافها ونشاطاتها نجد الاهتمام الكافي من جانب جماهير مختلفة".¹

2- وظائف الاتصال المتعلقة بالجمهور :

أ- التعريف بالمنظمة وأهدافها واعداد الإعلانات المتعلقة بذلك.

ب- تعريف الجمهور بخدمات ومنتجات المؤسسة إلى جانب نشاطها .

ت- توضيح سياسة المنظمة للجمهور وتعريفهم بالتغيرات والتعديلات التي تطرأ.

ث- العمل على تهيئة الجو الملائم للمصلين ولكل الوافدين إلى مؤسسة المسجد من خلال المحافظة على نظافة المكان وترتيبه.

ج- التأكد من صحة وسلامة الأخبار التي تنشر عن المؤسسة وإعطاء سمعة جيدة عنها لدى الجمهور".²

المطلب الثاني: أهمية الاتصال الخارجي للمؤسسة.

إن المؤسسة تعمل على أن تكون علاقتها مع جمهورها الخارجي مبنية على التفاهم المتبادل ولذا تسعى إلى تطوير اتصالها الخارجي لما له من أهمية في تكوين هذه العلاقة ومن هنا نرى أن للاتصال الخارجي أهمية بالغة تتمثل في:

1- يعمل على تحقيق شهرة المؤسسة وتكوين صورة ايجابية عنها: بتركيز وتطوير وضمان انتشار النماذج الخاصة بالمؤسسة من اسم المؤسسة كالمشاركة في المؤتمرات والمسابقات خاصة خلال المناسبات الدينية والأعياد .

2- تقديم المعلومات التي يرغب الجمهور الخارجي في معرفتها: مثلاً معلومات عن مقدار الزكاة أو شعيرة الحج والعمرة كل ذلك من الخدمات التي يتم عن طريق وسائل الاتصال الخارجي (العلاقات مع الصحافة - العلاقات العامة ... الخ).

¹محمد مجت كشك ، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية 2003 ، ص48.

²Jaquelenderre et lindondenis , op , cit p206.

- 3 - تعريف الرأي العام بسياسة المؤسسة وخدماتها: من خلال ما يقوم به الاتصال الخارجي وملصقات سواء داخل المؤسسة أو عن طريق رسائل الإعلام بمختلف أنواعها.
- 4 - إقناع الجمهور بأفكار معينة : فالاتصال الخارجي يعمل على إقناع الجمهور بفكرة ما فمؤسسة المسجد مثلا تقوم بخطب وحلقات لإقناع الجمهور بفكرة معينة وترسيخها في أذهانهم مثل المصالحة الوطنية كان للمساجد دور في تقريبها إلى الناس من خلال الخطب والتذكير بفوائدها.
- 5- تحقيق الانسجام والتفاهم بين المنظمة والجمهور الخارجي: فالاتصال الخارجي لا يقتصر على الأفراد بل على المؤسسات التي تسعى المؤسسة إلى بعث التعاون المشترك بينهما سواء كانت مؤسسات دينية مثلها أو مؤسسات ذات طابع آخر.
- 6- "يساهم في توضيح رهاية المؤسسة أي أكثر من تحقيق الربح والكسب المادي"¹، فمن خلال تقنيات الاتصال الخارجي من أعمال خيرية ومساعدات مادية للمحتاجين والفقراء فهذا له تأثير إيجابي على صورة المؤسسة .
- 7- تنمية وتطوير التعاون مع أجهزة الإعلام المختلفة.
- 8- تحقيق الأهداف المرجوة من طرف المؤسسة: من خلال رسائل الاتصال الخارجي كالمسابقات وتنظيم الندوات والحلقات لضمان السمعة الجيدة وإبراز دور المؤسسة في المجتمع.
- 9- التعرف على وجهات النظر للرأي العام واتجاهاته: فمن بين خدمات الاتصال الخارجي هو معرفة وجهات الرأي العام فيما يتعلق بدور المؤسسة والصدى الذي حققته من خلال البحوث الميدانية وسبر الآراء إلى غير ذلك.

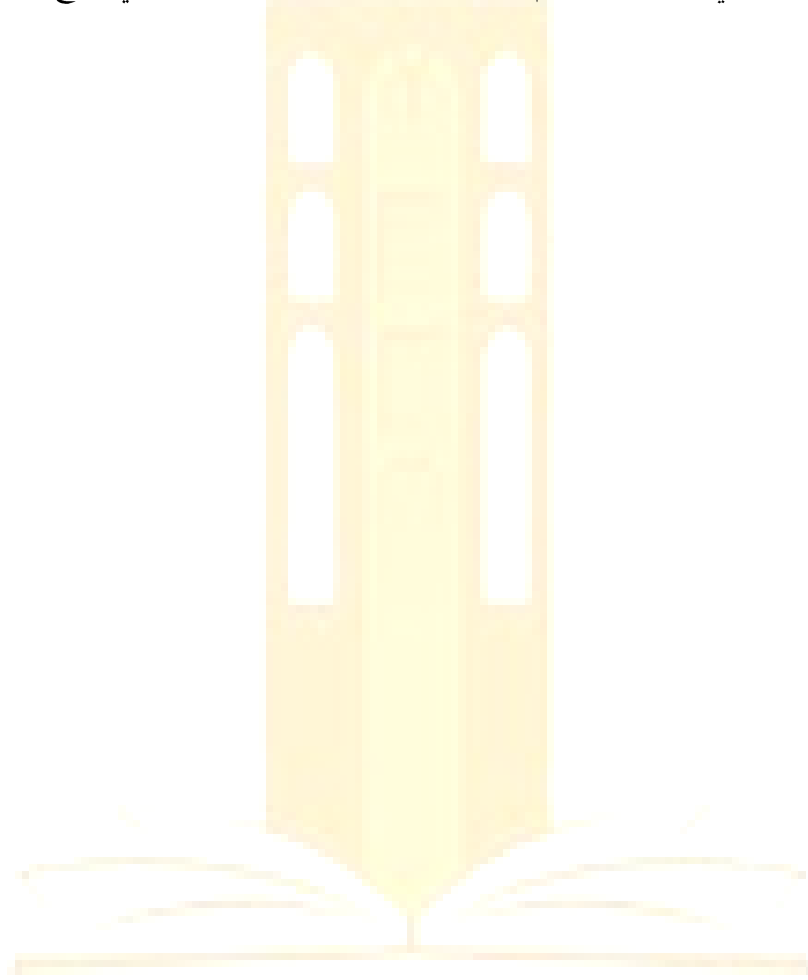
جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

¹عبد الفتاح محمد دويدات، مرجع سابق، ص284.

خاتمة:

في هذا الفصل قمنا بإعطاء لمحة بسيطة عن الاتصال الخارجي في المؤسسة و الغير متعمق فيه كثيرا لأن بحثنا يدور حول الاتصال الداخلي وبالرغم من ذلك مررنا عليه لأنه مهم بالنسبة لمؤسسة المسجد وقد اكتفينا بتقديم مفهوم له وأهم أنواعه في المبحث الأول أما المبحث الثاني لقد تعرضنا لأهم الوظائف التي يقدمها الاتصال الخارجي في المؤسسة ثم لخصنا في بضعة أسطر الأهمية التي تنتج عن هذا النوع من الاتصال.



جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

الفصل الثالث: ماهية مؤسسة المسجد

1985

- تمهيد
- المبحث الأول: أهمية المسجد ودوره الاجتماعي والتربوي
- المطلب الأول: أهمية المسجد
- المطلب الثاني: الدور الاجتماعي والتربوي للمسجد
- المبحث الثاني: المسجد بين الماضي والحاضر وأهدافه
- المطلب الأول: المسجد بين الماضي والحاضر ومكانته
- المطلب الثاني: أهداف المسجد
- خاتمة

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

تمهيد:

لقد كانت المساجد على مر العصور منارة العلم ومثابة العلماء في ساحتها انعقدت حلقات الدروس وأقيمت المناظرات، وتشققت المذاهب والآراء فكان لذلك الأثر البعيد فيتقدم العلوم والآداب والفنون. وعلى منابرها وقف الخلفاء والألسن المصاقع من الخطباء وأثر عنهم القول البليغ والنصح الرشيد. ما تناقله الرواة أودع بطون الكتب والأسفار. وكانت المساجد أيضا لما الحق بها من مدارس ومعاهد وما أنشئ فيها من السبل وخزائن الكتب. ثم هي قبل ذلك أشرف البقاع عند المسلمين وأقربها إلى نفوسهم وأرواحهم على قلوبهم، يسرعون إليها خمس مرات في اليوم يؤدون الشعائر، والخصائص الجليلة، استحققت من العلماء والباحثين أن يولوها النصيب الأوفى من الدراسة والبحث. وأن يخصصوها بالتأليف والتصنيف.



جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

المبحث الأول أهمية المسجد ودوره الاجتماعي والتربوي.

المطلب الأول: تعريف المسجد.

المسجد لغة: موضع السجود.

شرعا: كل ما أعد ليؤدي فيه المسلمون الصلوات الخمس جماعة وقد يطلق على ما هو أعم من هذا فيدخل فيه ما يتخذ الإنسان في بيته ليصلي النافلة أو ليصلي فيه الفريضة عند وجود مانع شرعي يمنعه من أدائها جماعة في المسجد الذي يقيم الناس فيه الجماعة.

ومن ذلك ما رواه البخاري وغيره عن جابر قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: أعطيت خمسا لم يعطهن أحد قبلي نصرت بالرعب مسيرة شهر، وجعلت لي الأرض مسجدا وطهورا فأبما رجل من أمتي أدركته الصلاة فليصل.

وفي تعريف ثاني:

المسجد : لغة مكان السجود.

اصطلاحا كما قال الزركشي : المكان المهيأ للصلوات الخمس و أول مسجد وضع على الأرض المسجد الحرام بمكة .

كما قال الله تعالى : ﴿ إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا وَهُدًى لِلْعَالَمِينَ ﴾ ﴿آل عمران 96﴾ وهو أشرف المساجد إلى يوم الدين وهناك تعريف آخر: المسجد لغة: هو الموضع الذي يسجد فيه، ثم اتسع المعنى إلى البيت المتخذة الاجتماع المسلمين لأداء الصلاة فيه.

قال الزركشي رحمه الله : (ولما كان السجود أشرف أفعال الصلاة لقرب العبد من ربه اشتق اسم المكان منه فقيل مسجد ولم يقولوا مركع. ثم إن العرف خصص المسجد بالمكان المهيأ للصلوات الخمس حتى يخرج المصلي المجتمع فيه للأعياد ونحوها فلا يعطى حكمه).¹

والمسجد في الاصطلاح الشرعي: هو المكان الذي أعد للصلاة فيه على الدوام وأصل المسجد شرعا: كل موضع من الأرض يسجد لله فيه. لحديث جابر رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم " ... وجعلت لي الأرض مسجدا و طهورا فأبما رجل من أمتي أدركته الصلاة فليصل".²

¹محمد بن عبد الله الزركشي إعلام الساجد بأحكام المساجد، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، ط4، القاهرة 4، ص27-28.

²متفق عليه، البخاري، حديث 335، ومسلم حديث 521.

المطلب الثاني : أهمية المسجد :

المساجد منارات الهدى في الأرض لبني البشر . و يكفيها شرفا ومترلة أن الله أضافها إلى نفسه وذاته العليا ليكتسب بنائها وعمارها عظيم ثناء الله عليهم ولعل أهمية المساجد تكمل في:

1- تنويه الله تعالى في كتابه وبيانه لأهميتها وعظمة مكانتها : يقول تعالى: ﴿ فِي بُيُوتٍ أُذِنَ لِلَّهِ أَنْ تَرْفَعَ وَيُذَكِّرَ فِيهَا أَسْمُهُ يُسَبِّحَ لَهُ فِيهَا بِالْعُدْوَةِ الْوَالِئَةِ ﴾ (٣٦) رِجَالٌ لَا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ ﴿٣٧﴾ النور 36-37.

وقوله تعالى ﴿ لَا تَقُمْ فِيهِ أَبَدًا الْمَسْجِدُ أُسِّسَ عَلَى التَّقْوَلِيمِ أَوَّلَ يَوْمٍ أَحَقُّ أَنْ تَقُومَ فِيهِ فِيهِ رِجَالٌ يُحِبُّونَ أَنْ يَتَّطَّهَرُوا لِلَّهِ يُحِبُّ الْمُطَهَّرِينَ ﴾ (٣٨) أَفَمَنْ أَسَّسَ بُنْيَانَهُ عَلَى تَقْوَىٰ مِنَ اللَّهِ وَرِضْوَانٍ خَيْرٍ أَمْ مَنْ أَسَّسَ بُنْيَانَهُ عَلَىٰ شَفَا جُرُفٍ هَارٍ فَانْهَارِيهِ فِي نَارٍ جَهَنَّمَ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ ﴿٣٩﴾ التوبة 108-109

2- إن المساجد أضيفت إلى الله تعالى إضافة تشريف و تكريم ، لأن فيها تقام العبادات التي يخضع بها العباد له سبحانه و تعالى ، وفيها تتلى آياته و فيها يذكر الناس بمنهج الله والطرق الموصلة إليه، قال الله تعالى: ﴿ وَأَنَّ الْمَسَاجِدَ لِلَّهِ فَلَا تَدْعُوا مَعَ اللَّهِ أَحَدًا ﴾ (١٨) الحن 18.

وقال تعالى: ﴿ إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسَاجِدَ اللَّهِ مِنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَعَاتَى الزَّكَاةَ وَلَمْ يَحْشَ إِلَّا لِلَّهِ فَعَسَىٰ أُولَٰئِكَ أَنْ يَكُونُوا مِنَ الْمُهْتَدِينَ ﴾ (١٨) سور التوبة 18

3- ما جاء في صحيح الأخبار عن النبي المختار ما يدل على أهمية المسجد في المجتمع و عظم مكانته عند الله تعالى. كما في قوله صلى الله عليه و سلم : (أحب البلاد إلى الله مساجدها، وأبغض البلاد إلى الله أسواقها) (أخرجه مسلم). و كذا ما ورد فيفضل بنائها حيث قال صلى الله عليه وسلم : "من بنى مسجداً يبتغي به وجه الله بنى الله به مثله بيتاً في الجنة" (رواه الخمسة إلا أبا داود) .

- ولعل من أعظم الفضائل ومعالم الأهمية ما ورد في حديث السبعة الذين يظلهم الله تحت ظل عرشه يوم لا ظل إلا ظله، و منهم و رجل قلبه معلق بالمساجد (متفق عليه) كما قال عليه الصلاة و السلام.

- ومن أهميتها ما ورد في أجر المكوث فيها فقد جاء عن النبي صلى الله عليه و سلم أنه قال: "إن الملائكة تصلي على أحدكم مادام في مصلاه الذي صلى فيه ما لم يحدث. تقول: اللهم اغفر له اللهم ارحمه" (متفق عليه). . - المسجد هو منطلق الرسالة و المسجد هو معقل الخير و مأوى أفئدة المؤمنين .

- المسجد منارة الهدى منه يرفع اسم الله عز و جل و فيه يذكر اسمه.

- المسجد خير البقاع على الأرض كما ورد في الخبر خير البقاع المساجد .

- في المسجد يجتمع المسلمون يذكرون الله و يسجدون و يركعون لمن خلقهم وبرأهم و ذرأهم و يخرجون منه و قد حصلوا على الخير الكثير و العظيم من مغفرة الذنوب و القرب من علام الغيوب .

المطلب الثالث: الدور الاجتماعي والتربوي للمسجد:¹

للمسجد دور في المجتمع والتأثير فيه و يمكن حصره في النقاط التالية:

1-الإمامة: هو إقامة الصلوات أول دور و أول رسالة للمسجد ، إقامة الصلاة و هي الركن الثاني من أركان الإسلام. و من هنا تأتي عظمة المساجد حيث أنها اختصت بقيام الركن الثاني الأعظم و الأكثر أهمية بعد التوحيد و هو الركن الذي يتكرر في اليوم والليلة خمس مرات خلافا لسائر الأركان التي قد تكون في العام أو قد تكون في العمر كما في الحج وكذلك الصلوات يحصل بها كثير من الأمور والمنافع من تذكير بكتاب الله عز و جل و تعليم الانتظام و النظام في حياة الأمة ، و إحياء لمشاعر الوحدة بين أبناء الأمة و غير ذلك من المنافع.

2-الدعوة والتعليم: لاشك أننا نرى في عصرنا الحاضر الأعداد الهائلة التي تخرجها الجامعات و المعاهد من طلبة العلم والدعاة ، لكن لو رجعنا لذاكرتنا واطلعنا على تاريخ الأمة الإسلامية وتصفحنا سير أولئك العلماء الذين لا يزال علمهم و ميراثهم العلمي والدعوي يذكر إلى يومنا لوجدنا أن تخرجهم كان عن طريق المساجد والجوامع إذا نعلم بذلك يقينا أن المسجد هو المعهد الأول و الجامعة الأولى لتخريج الدعاة وطلبة العلم. نظر إلى مسجد نبينا محمد صلى الله عليه و سلم فقد كان أول مدرسة و أول جامعة و أول محضن تربوي خرج لنا ثلة مباركة من الصحابة الكرام و التابعين و من بعدهم ممن انتشروا في المعمورة وبلغ علمهم و أثرهم الآفاق. واستمر في قراءة التاريخ تجد جامع الأزهر بمصر و جامع الزيتون بتونس و الجامع الأموي بدمشق و غيرها ، كلها كانت محاضن للدعاة والمصلحين .

3-إيواء المحتاجين ومساعدة الفقراء والتعارف بين المسلمين والصلح بين المتخاصمين: فالمساجد باختلاف عمارها و اختلاف ائمتها ، واختلاف جماعتها فالمسجد الذي حباه الله عز و جل بإمام واسع الأفق بعيد النظر يحمل هم إصلاح الناس وفعل الخير لهم لاشك أن المسجد سيؤدي دورهم من هذا المنطلق فيعلم أن بين جماعته شحنة و بغضاء فيسعى في الطرق المؤدية إلى إبعاد هذه الشحنة و امتصاص البغضاء إلى تقريب القلوب بعضها من بعض وكذلك إذا كان في الجماعة من يعاون الإمام فيحقق مثل هذه الأهداف الإيمانية و الأهداف التربوية الصالحة فلا شك انه سيؤدي دوره بإذن الله عز جل .²

¹محمود بن الجميل ، البداية والنهاية ، دار الامام مالك ، الجزائر ط1 ، 2006 ص85-86.

²محمود بن الجميل ، مرجع سبق ذكره ، ص87-88.

4-الدور التربوي الترفيهي : المسجد محطة الوفود ، مرة جاء وفد إلى النبي صلى الله عليه و سلم و كانوا يحملون مثل هذه الحراب أمام النبي صلى الله عليه و سلم تحمل فتركهم يعني ينفسون على أنفسهم وكذا المسجد ممكن أن يقوم بدوره التربوي في نفس الوقت . و يتمثل دوره الترفيهي في إنشاء مكتبات علمية مثلا و يكون لها نادي تقام فيه برامج توجيه تربوي و حفلات ثقافية (مسابقات) .

5- تقديم وظائف تربوية للنشء : يرى النشء في المسجد من يؤمهم و يصلي بهم و يقرأ القرآن قراءة صحيحة و يرون في المسجد اجتماع للمصلين و إئتلاف لقلوبهم ، وفي المسجد يفقد الغائب عن الجماعة فلو رأيت مسجدا من مساجد المسلمين يجتمعوا فيه جماعة ثم غاب أحدهم لافتقده و قالوا : أين هو ؟ و علموا فان كان مريضاً زاروه و إن كان غائبا دعوا له بالحفظ والعودة سالما و إلى غير ذلك فالمسجد يحقق وظائف للنشء غير عادية سواء كانت هذه الوظيفة التربوية باتخاذ القدوة ممن يلقونهم و يجدونهم أو كان ذلك عن طريق التعليم و التوجيه في المسجد في خلق الذكر و الحفظ حيث يجمع الأخيار فيه ليتناصحوا وليوجهوا الناشئة و يعلمونهم استنادا لقوله صلى الله عليه و سلم " أمروا أولادكم بالصلاة لسبع " فهو ابن سبعة سنين يؤمر بالصلاة لماذا؟ لأنه يوجد في مجيئه للصلاة عن المسلمين في المسجد ما يكون له زادا روحيا و فكريا وبدنيا ويقوده إلى الامتثال إلى غير ذلك . و لكي يحقق المسجد أهدافه و يؤدي دوره فأکید هناك تعاون من الأسرة والمدرسة وغيرها فرب الأسرة ينشئ أولاده على المسجد وأستاذ المدرسة ينشئ الطلاب على حب المسجد و يوصي بالصلاة جماعة في المسجد فهذا الذي يؤدي أهداف المسجد سواء كان في المدرسة أو في المسجد أو البيت فلا شك أنهم سيؤدون رسالتهم وعلى أكمل وجه.¹

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

¹[http:// WWW.Kalemat.org/section.Php?So=vaetaid=120](http://WWW.Kalemat.org/section.Php?So=vaetaid=120).

المبحث الثاني: المسجد بين الماضي والحاضر و أهدافه.

المطلب الأول: المسجد بين الماضي والحاضر.

شع نور الإسلام في مكة فلم يكن للمسلمين حينذاك مقر صريح للعبادة بسبب ما كان من طغيان قريش وجبروتهم ، فكانت هجرة النبي صلى الله عليه وسلم إلى المدينة لينفلق بذلك فجر الإسلام فما وصل إليها ونزل بقباء إلا وأمر ببناء مسجد قباء لتنتقل من حينه رسالة الإسلام فكان أول مسجد بني في الإسلام ومن هنا جاءت أهمية المسجد كيف لا وقد كان بناءه من أوليات اهتماماته صلى الله عليه وسلم وقد كان المسجد الذي بناه يعتمد على البساطة في وسائل البناء إلا انه كان له أهداف عظيمة و كان متسعا غاية الاتساع مائة قدم في خمسين قدم ، كان سقفه من العريش و كانت أعمدته من جذوع النخل لكنه كان مأوى أفئدة الناس حيث يلقون رسول الله صلى الله عليه وسلم فيقرأ عليهم القرآن . و يبلغهم رسالات الله عز وجل .

- فالمساجد كانت تقوم مقام مجالس الشورى : وشتان ما بين جوهرها اليوم و في عهد الرسول . و كثيرا ما عقدت هذه المجالس في المسجد - كما قبل غزوة أحد و الأحزاب وغيرها.

- المساجد كانت تقوم مقام المعاهد كما كان يلقبه صلى الله عليه وسلم من حكمة وكلمة وإجاباته، فترى فيها رعاة الإبل والشاة فصاروا علماء حكماء خلفاء و أمراء رحماء، و قادة ساسة فتكوا بقواد الفرس و الرومان.

- المساجد كانت تقوم مقام الملاجئ و المبرات ، يأوي إليها الغريب و ابن السبيل فيجد بها المبيت والطعام والشراب و الكساء.¹

- المساجد كالجمعيات الخيرية في جمع الصدقات و الزكوات، تجمع فيه زكاة الفطر والزكاة

العامية و بعض الأموال التي لا ترد من الأقاليم و الغنائم وتوزع على مستحقيها.

- المسجد النبوي كساحة للتدريب على فنون القتال واعداد السلاح.

- المسجد النبوي كمستشفى عسكري : فقد كان به خيمة السيدة ربيعة الصحابية.....

التي كانت تقوم بتمريض الجرحى و تضميد جرحاهم.

- المسجد كدار للقضاء و دار للصلح بين الناس، فقد جلس فيه الرسول ليقضي بينا لخصوم - و ليفض منازعاتهم.

- المسجد كدار لضيافة الوفود.

¹ أحمد زهوة، أحمد عناية، صحيح البخاري، دار الكتاب العربي، بيروت، ط1، الجزء3، ص103-104،

- المسجد به ربط الأسرى : لقد استخدم كمعسكر للأسرى كما كان في قصة ثمامة بن أثال الحنفي لما أسره الصحابة رضي الله عنهم - قال لهم النبي صلى الله عليه و سلم ضعوه عند سارية المسجد حتى يسمع الذكر فكان ذلك مدعاة لإسلامه وإيمانه.¹

أما الآن أي في الزمن الحاضر فهذا الدرر تقوم به مؤسسات كبيرة كالوزارات والمؤسسات المتخصصة في هذه الشؤون و هذه الوزارات تعيش أهداف الميسر في عقولها والميسر في جوانبها فهي تقوم أيضا بدور المسجد.

وقد سلبت الآن من المسجد بعض الوظائف و ليس كلها مثل التخصصات التي كانت تمارس في المسجد. أصبحت تمارس في جهات أخرى و ذلك راجع إلى أن ظروف الحياة الطبيعية اقتضت ذلك فعدد الناس اليوم غير عددهم أمس وعقليات الناس أصبحت مرتبطة بالترتيب و مرتبطة بالتنظيم و التخصص. لكن هذا لا يعني أن أهداف المسجد كمؤسسة تربوية روحية تغيرت و إنما مازالت قائمة ومازال يسعى إلى تحقيق الأهداف المنوطة به و المتمثلة في غرس و تأسيس عقلية نظيفة راشدة و متأثرة بهدي القرآن.

المطلب الثاني : أهداف المسجد

لقد ظل المسجد على امتداد التاريخ مؤسسة تعليمية للصغار و الكبار وهو من أهم المحاضن التربوية التي تحقق الأهداف العلمية لتربية الناس عامة والشباب خاصة ومن بين هذه الأهداف نجد :

1- غرس الفضائل والأخلاق الزكية في شخصيات الناشئ :

فالمسجد ملتقى للعبادة ومن أعظم التوجيه لما يأتي الناشئ إلى المسجد فيعرفون كيف يصلون و كيف يذكرون الله عز وجل ويسمعون تلاوة القرآن ففي ذلك نفع عظيم أيضا لهم من البرامج تحفيظ القرآن الكريم ونشر العلم فأكثر المكتبات تأثيرا في العالم وهي المكتبات التي ترتبط بالمساجد مثلا في فترة من تاريخ المسلمين كان المسجد ملتقى العلماء وملتقى طلبة العلم.

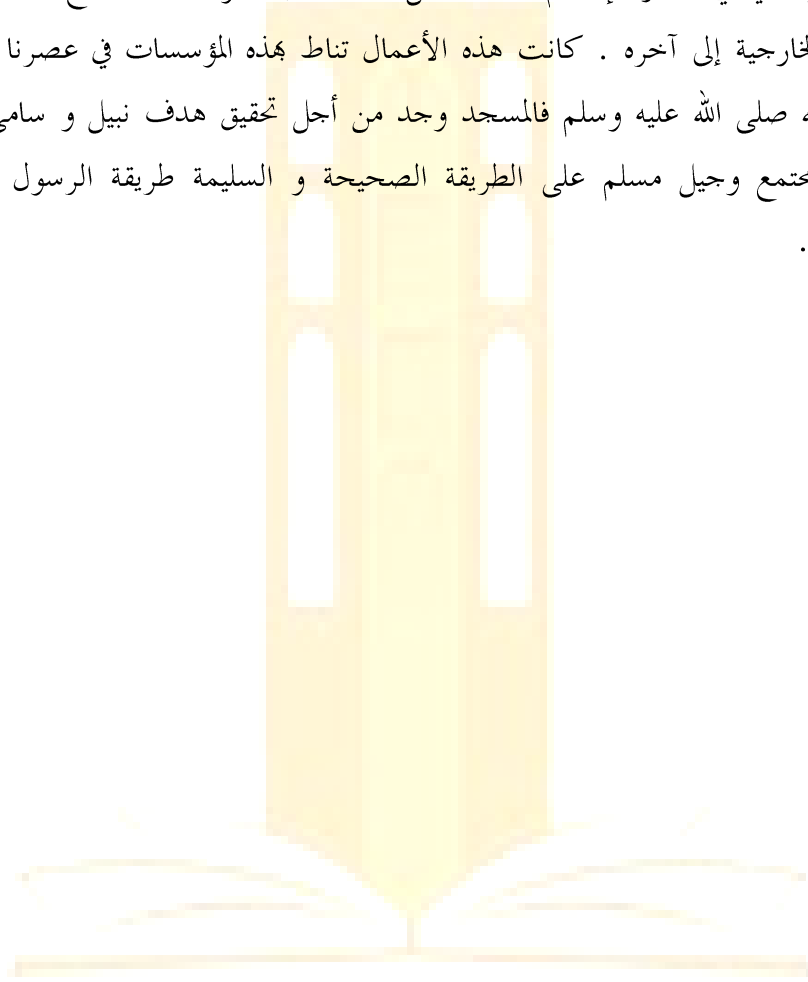
2- تحقيق التربية الروحية من خلال صلاة الجماعة :

التربية الروحية هي أهم شيء يجب أن نفهمه من المسجد، فالتربية عبارة عن قدوة كذلك الأب إذا قال لأبنائه صلوا و هو لا يذهب إلى المسجد فلم يقتدوا به و لم يذهبوا إلى المسجد. فالمسجد منبر الخير وجمع الأخيار كل هذا يعد رسالة من رسائله التي يهدف إلى تحقيقها.

2- إعداد الجيل المسلم وتربية الناشئ من خلال خطبة الجمعة :

¹احمد زهوة، و احمد عناية، مرجع سبق ذكره، ص105-106.

خطبة الجمعة من أفضل عطايا الله على هذه الأمة . فخطبة الجمعة تلامس مشاعر الناس لذا ينبغي أن تعالج مشاكلهم و ترتقي بأرواحهم حتى يجبوا العبادة. أن خطيب المسجد الناجح هو الذي يستطيع أن يحب الله إلى خلقه و يحب الخلق إلى الله عز و جل فخطبة الجمعة لها دورها و أثرها في حياة الناس النشئ فقط بل في حياة الأمة كلها كبار صغار و عامة وعلماء و متعلمين ، خطبة المسجد تصقل القلوب مثلما يصقل الحديد فيعود جديدا لامعا و المسجد يحقق من أول يوم وجد و بني فيه أهدافا عظيمة نستطيع القول أن في تلك الفترة أي في صدر الإسلام كان يشغل مكان العبادة ومكان اجتماع المسلمين وكذا وزارة الدفاع ووزارة الخارجية إلى آخره . كانت هذه الأعمال تناط بهذه المؤسسات في عصرنا الحاضر تدار من مسجد رسول الله صلى الله عليه وسلم فالمسجد وجد من أجل تحقيق هدف نبيل و سامي ألا وهو تربية النشئ و خلق مجتمع وجيل مسلم على الطريقة الصحيحة و السليمة طريقة الرسول الكريم و الدين الإسلامي الحنيف.

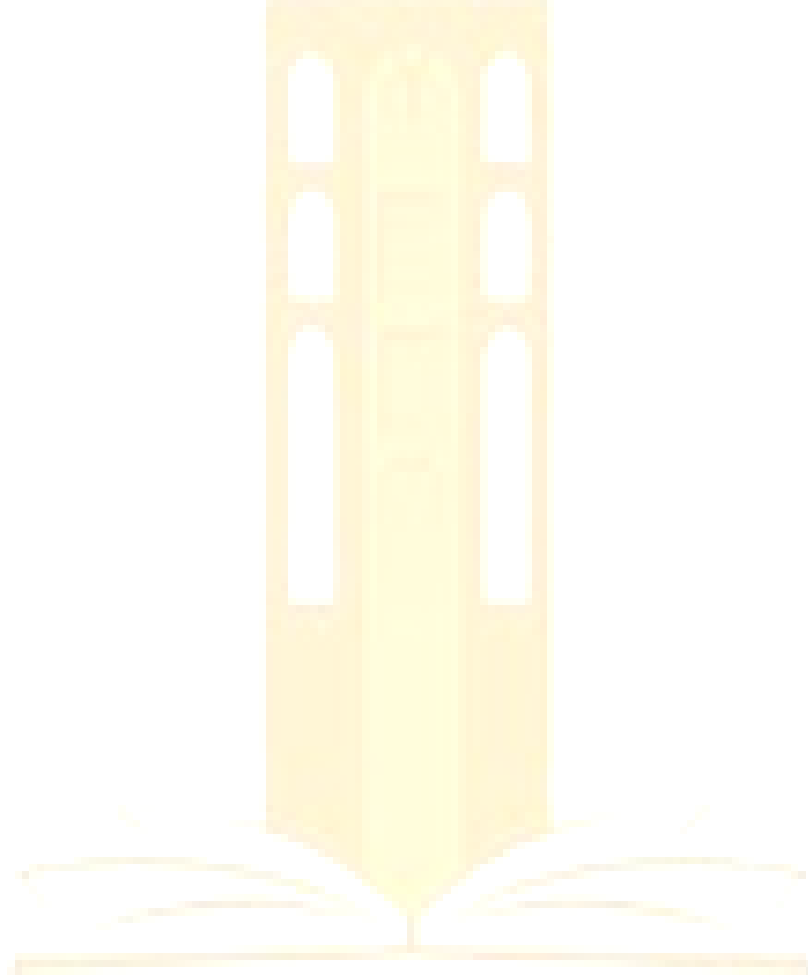


جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

خاتمة:

تطرقنا في هذا الفصل إلى ماهية مؤسسة المسجد بحيث تناولنا مبحثين المبحث الأول يدور حول أهمية المسجد في الحياة و أهم الوظائف و الأدوار التربوية والاجتماعية التي تؤديها هذه المؤسسة الدينية .
أما في المبحث الثاني فقد أعطينا لمحة عن المسجد بين الماضي والحاضر ومكانته في صدر الإسلام و في الزمن الحالي ثم تناولنا في المطلب الثاني من المبحث الثاني الأهداف التي يسعى المسجد إلى تحقيقها.



جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

1985

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي

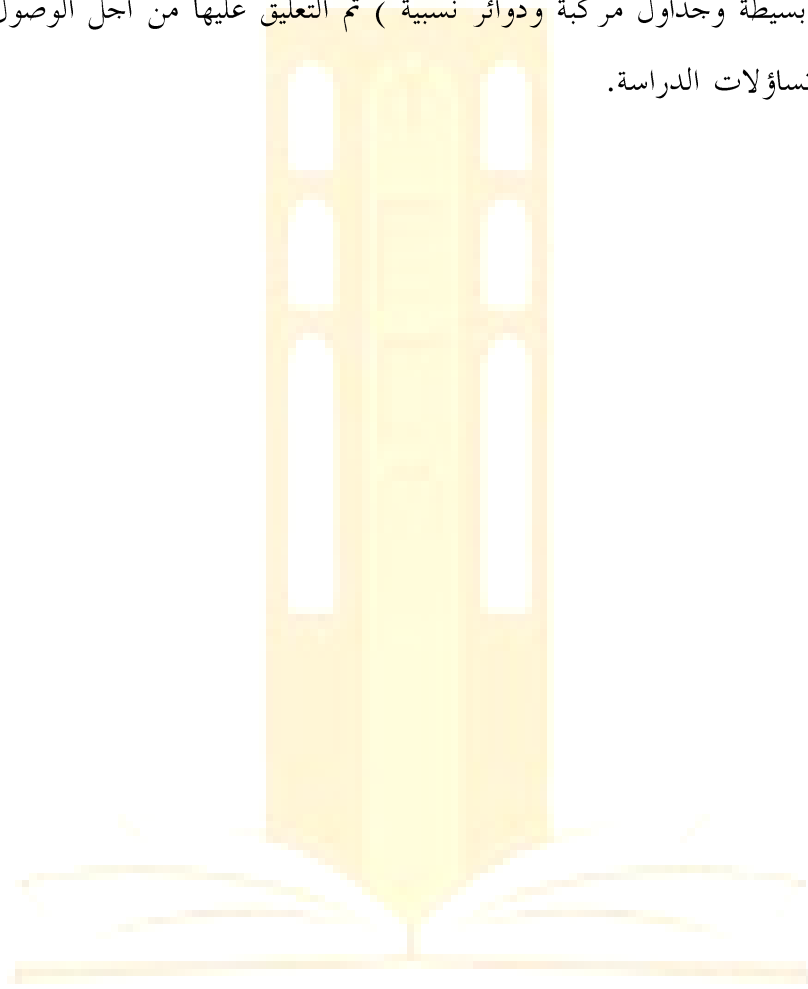
- تمهيد
- عرض الجداول البسيطة
- عرض الجداول المركبة
- تحليل نتائج الجدول
- الاقتراحات والتوصيات
- خاتمة

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

تمهيد:

يتناول هذا الفصل من البحث الجانب التطبيقي من الدراسة - حيث قمنا بتحليل بيانات الدراسات الميدانية- وذلك استنادا الى الاستثمارات التي تم توزيعها على عينة بحثية تتكون من "100" مفردة ممثلة في المصلين الذين يقصدون المسجد البشير الابراهيمي ببوسعادة. وفي هذا الجزء يتم تبويب المبحوثين في شكل جداول (جداول بسيطة وجداول مركبة ودوائر نسبية) ثم التعليق عليها من أجل الوصول الى استنتاجات عامة تجيب على تساؤلات الدراسة.



جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

1- تحليل الكمي والكيفي لنتائج الاستبيان:

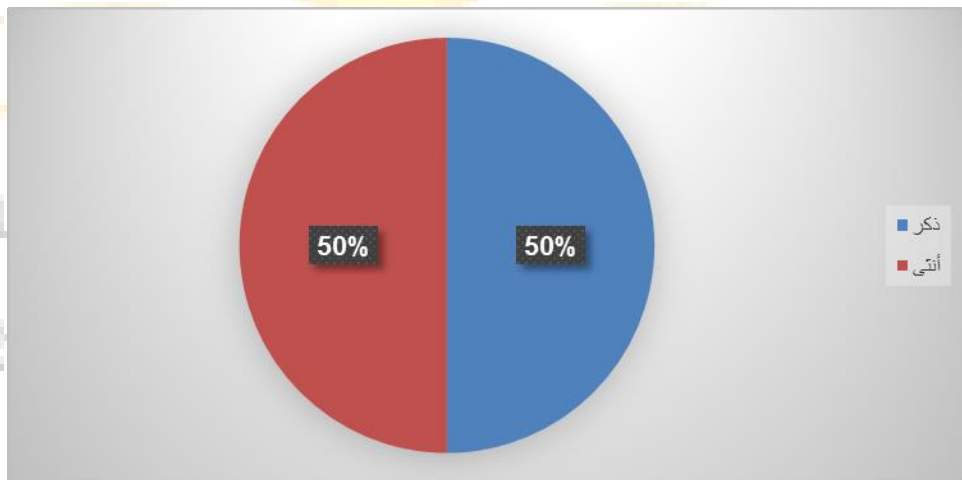
❖ الجداول البسيطة:

أولا: تحليل نتائج البيانات الشخصية:

الجدول رقم (01) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الجنس:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
50.00%	50	ذكر
50.00%	50	أنثى
%100,0	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (01) يتضح لنا تكرارات أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس والبالغ حجمهم الإجمالي 100 فردا، نلاحظ أن كلاهما لهما نفس الجانب الديني وكل مجرياته لا يحصل فئة دون الأخرى حيث بينت النتائج أخذ كل منهما حجم الذكور نسبة 50.00%، و حجم الإناث نسبة — 50.00%، وهو ما يوحي إلى الاهتمام بالاتصال الديني من مختلف أطراف المجتمع، لأن الدراسة تتناول تخصصات أفراد العينة في جانبه المتعلق بالبيانات الشخصية كمتغير الجنس وغيره، وهذا راجع إلى أن المساواة بين الرجل والمرأة قد حث عليها الإسلام ولهم نفس الحقوق والواجبات في ممارسة الشعائر الدينية المنصوص عليها في الدستور الجزائري.

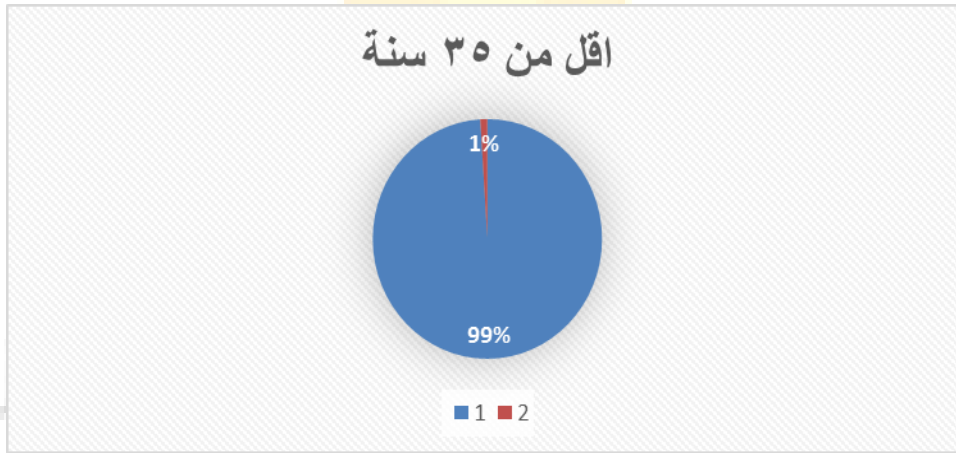


الشكل رقم (01) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجدول رقم (02) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب السن

النسبة	التكرار	السن
57.00%	57	اقل من 35 سنة
43.00%	43	اكبر من 35 سنة
%100	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (02) يتضح لنا تكرارات أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن والبالغ حجمهم الإجمالي 100 فردا، نلاحظ أن حجم الذين بلغت أعمارهم اقل من 35 سنة احتلوا الترتيب الأول بتكرار 57 فردا و بنسبة بلغت 57,00%، وهذا راجع إلى حكم طبيعة المجتمع الجزائري يغلب عليه فئة الشباب بمختلف فئاته جعله يمارس الشعائر الدينية في المساجد، وتمسك هذه الفئة بالمقومات الدينية السمحاء، في حين احتل حجم الذين بلغت أعمارهم اكبر من 35 سنة الترتيب الثاني، والبالغ عددهم 43 بنسبة بلغت 43.00%، وهو ما يدل على أن هذه الفئة من الأفراد في اتصالها الديني يرجع الى هذه المرحلة العمرية التي يعرف فيها الفرد عدة أمراض وهو ما يجعل اتصالهم بالمسجد قليل الحضور، كما قد يرجع السبب إلى طبيعة تطبيق الدراسة كان في وقت الذي ينتشر فيه المتنقلة بين الأفراد مثل التزلات البردية تجعل هذه الفئة متخوفة من العدوى والإصابة بالكورونا.



الشكل رقم (02) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب السن

الجدول رقم (03) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى
14.00%	14	ابتدائي
00%	00	متوسط
45.00%	45	ثانوي
41.00%	41	جامعي
00.00%	00	بدون مستوى
%100	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (03) يتضح لنا تكرارات أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي والبالغ حجمهم الإجمالي 100 فردا، اتضح لنا أن نتائج الدراسة كلها كانت ذوو المستوى التعليمي الثانوي احتلت الترتيب الأول والبالغ عددهم 45 فردا وبنسبة قدرت 45,00%، وتليها ذوي المستوى التعليمي الجامعي البالغ عددهم 41 فردا، وبنسبة بلغت 41,00%، وهو ما يدل على تقارب النتائج بينهم، ولهم نفس الثقافة التعليمية بحكم أهم في هذا المستوى التعليمي وهو المستوى الذي يعرف أكبر تعليم في المجتمع الجزائري، خاصة أنهم فئات من المجتمع مثقف قد يكونون أفراد يدرسون في الثانوي، والجامعي وقد يكونون فئة الموظفين من المستوى التعليمي الثانوي والجامعي، جعلهم متمسكين بالمسجد، وهو ما يخلق لديهم اتصال ديني الذي لعب دورا بارزا في فهم وتبادل الأفكار والآراء وبالتالي استيعاب الرسائل الدينية بشكل والطريقة الصحيحة والمرجوة، كما بينت النتائج أن آخر فئة ذوي المستوى التعليمي الابتدائي فبلغ عددهم 14 فردا، وبنسبة بلغت 14,00%، وهو ما يدل على تمسك هذه الفئة بالتنشئة الاجتماعية التي عرفوها عبر مراحل الطفولة الأولى، اكتسبت لديهم اتصال ديني مستمر في حضورهم إلى المساجد.

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila



الشكل: رقم (03) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

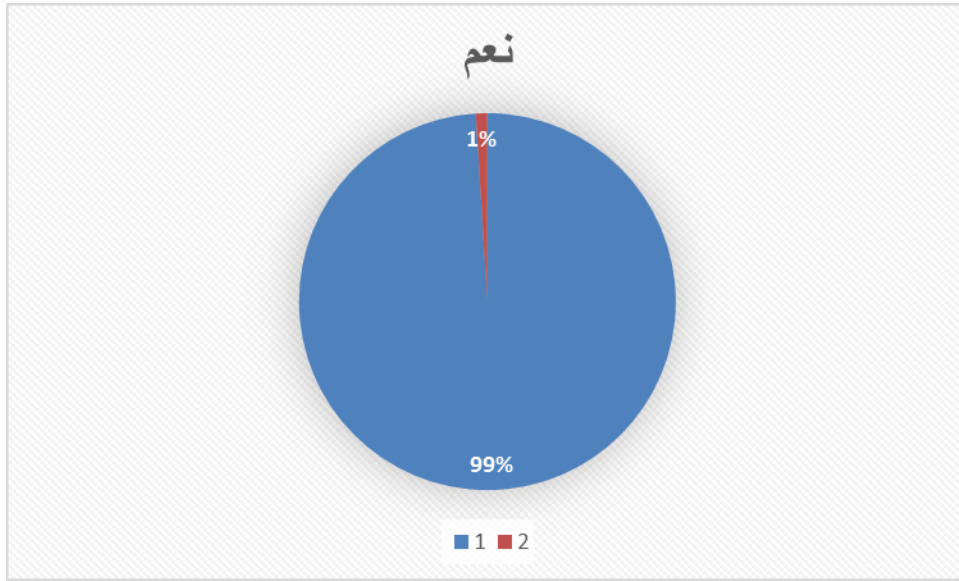
ثانيا: تحليل نتائج المحور الاول: علاقة الاتصال بين الامام والمصلي:

الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب " وجود اتصال

بين الإمام والمصلي ":

الاهتمام	التكرار	النسبة المئوية
نعم	92	92.00%
لا	08	08.00%
المجموع	100	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (04) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (100) فرداً على السؤال "هل هناك اتصال بين الإمام والمصليين"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (92) فرداً بنسبة مئوية بلغت 92.00%، وهذا راجع إلى أن منصب الإمامة هو من المناصب التي تشترط أن يكون الإمام حافظ لكتاب الله، ومفسراً له، وله كل الدراية بالفقه والعبادات، مما يجعلهم يكتسب الاقتداء، والقدوة، الأمر الذي يجعل المصليين من كل فئات المجتمع لديهم اتصال ديني بالإمام، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (08) وبنسبة مئوية قدرت بـ 08.00%، وقد ترجع إلى أن هذه الفئة ليس لديها معلومات أو أفكار على مهام الإمام.

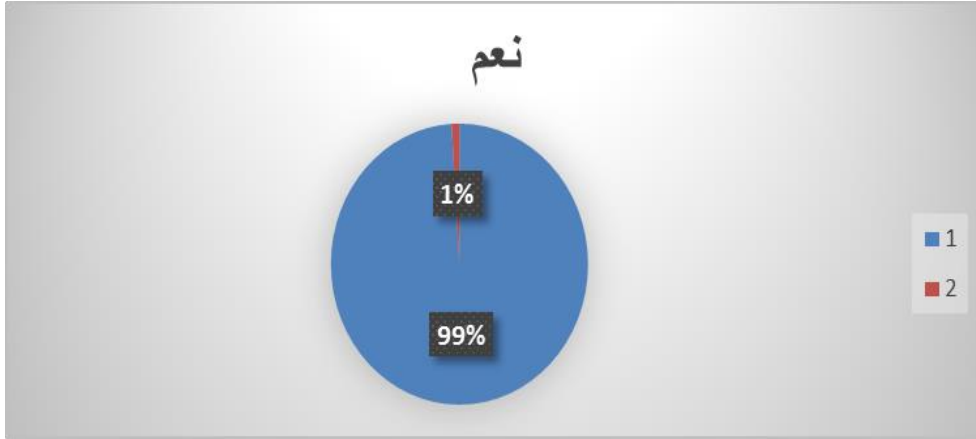


الشكل رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب " وجود اتصال بين الإمام والمصلي ":

الجدول رقم (05) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب: "تأدية المسجد رسالته التربوية والتعليمية":

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
96.00%	96	نعم
04.00%	04	لا
%100	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (100) فرداً على السؤال "هل المسجد يؤدي رسالته التربوية والتعليمية"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدائل "نعم" وقد بلغ عددهم (96) فرداً بنسبة مئوية بلغت 96.00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدائل "لا" والبالغ عددهم (04) و بنسبة مئوية قدرت بـ 04.00%، مما يعني أن أغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأن نعم المسجد يؤدي رسالته التربوية والتعليمية.

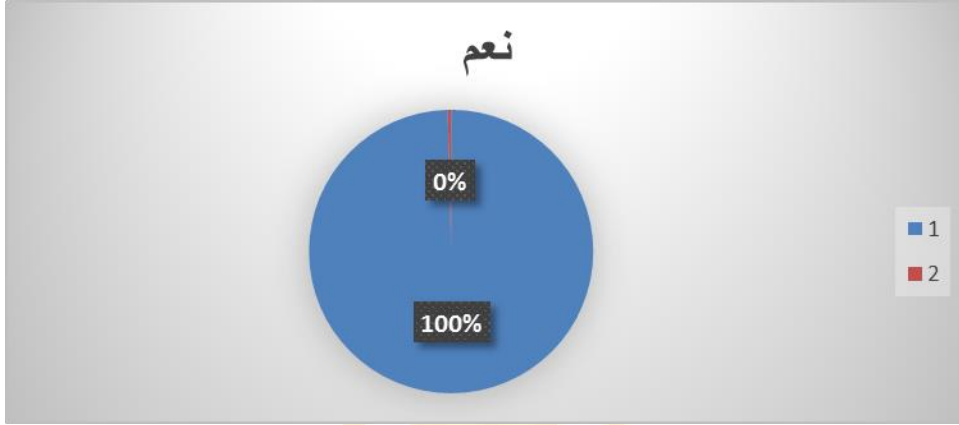


الشكل رقم (05) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب "تأدية المسجد رسالته التربوية والتعليمية"

الجدول رقم (06) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب امتلاك الإمام القدرة على التواصل الجيد في التأثير على المصلين:

النسبة المئوية	التكرار	المكان
36.00%	93	نعم
28.00%	07	لا
100%	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (100) فرداً على السؤال "هل يمتلك الإمام القدرة على التواصل الجيد في التأثير على المصلين؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (93) فرداً بنسبة مئوية بلغت 93.00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (04) و بنسبة مئوية قدرت بـ 04.00%، مما يعني أن أغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأن "نعم يمتلك الإمام القدرة على التواصل الجيد في التأثير على المصلين".

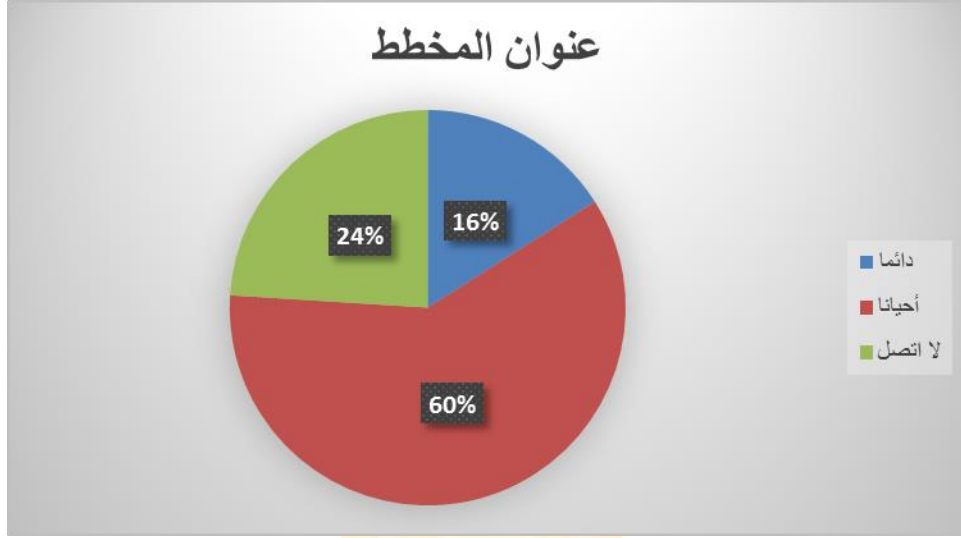


الشكل رقم (06) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب امتلاك الإمام القدرة على التواصل الجيد في التأثير على المصلين

الجدول رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب: "الاتصال بالأمام في حل القضايا وطرح الانشغالات الاجتماعية":

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	16	16.00%
أحيانا	60	60.00%
لا اتصل	24	24.00%
المجموع	100	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (100) فرداً على السؤال "هل تتصل بالأمام في حل القضايا وطرح الانشغالات الاجتماعية؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "دائماً" وقد بلغ عددهم (16) فرداً بنسبة مئوية بلغت 16.00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (60) وبنسبة مئوية قدرت بـ 60.00%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 24.00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل "لا اتصل" والبالغ عددهم (24)، مما يعني أن أغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأنهم أحيانا يتصلون بالأمام في حل القضايا وطرح الانشغالات الاجتماعية.

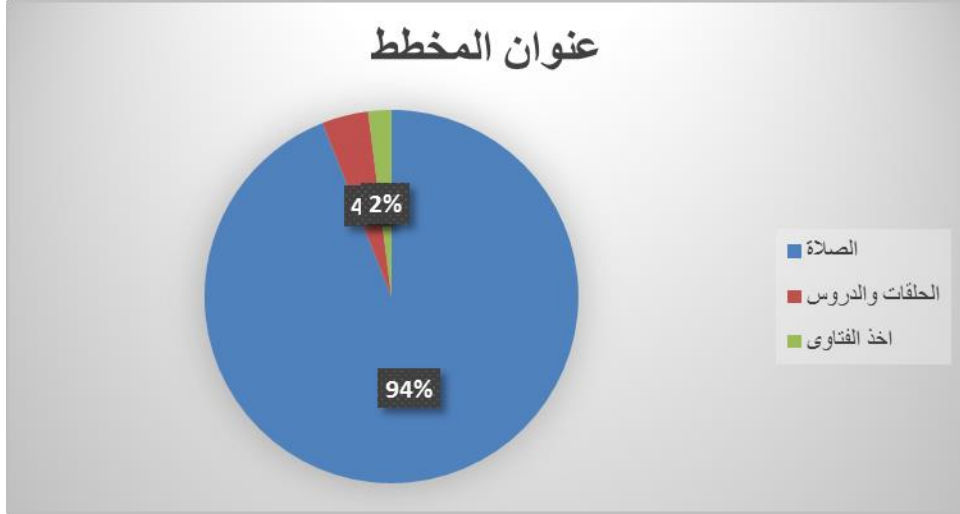


الشكل رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب: "الاتصال بالأمام في حل القضايا وطرح الانشغالات الاجتماعية"

الجدول رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب المقصد للمسجد:

النسبة المئوية	التكرار	
94.00%	94	الصلاة
04.00%	04	الحلقات والدروس
02.00%	02	اخذ الفتاوى
%100	100	المجموع

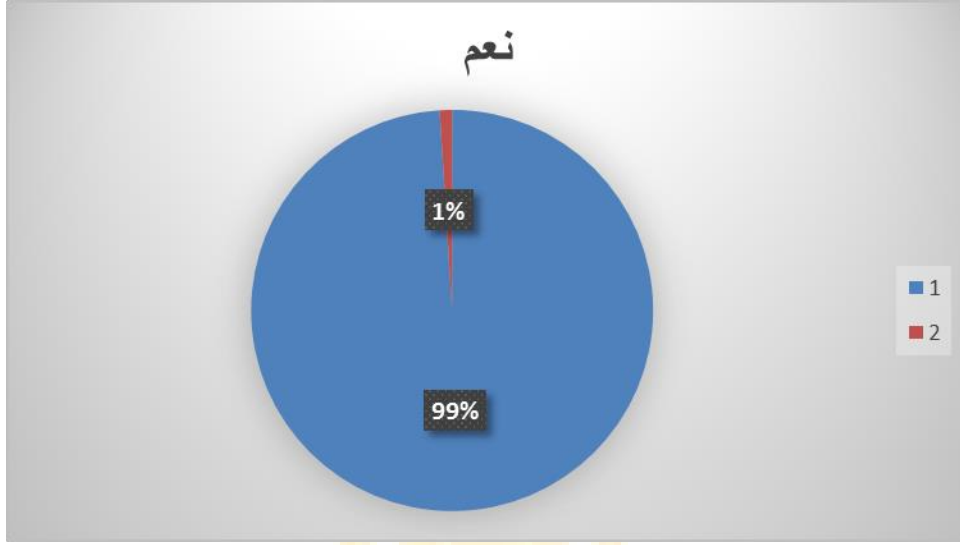
من خلال الجدول أعلاه رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (100) فردا على السؤال "هل تقصد المسجد من اجل؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " الصلاة " وقد بلغ عددهم (94) فردا بنسبة مئوية بلغت 94.00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " الحلقات و الدروس " والبالغ عددهم (04) و بنسبة مئوية قدرت بـ 04.00%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 02.00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " اخذ الفتاوى " والبالغ عددهم (02)، مما يعني أن اغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأنهم "تقصد المسجد من اجل الصلاة".



الشكل رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب المقصد للمسجد
الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب فتح الإمام مجال للنقاش
أثناء الدروس والحلقات الخاصة:

النسبة المئوية	التكرار	الرد
62.00%	62	نعم
38.00%	38	لا
%100	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (100) فرداً على السؤال "هل يفتح الإمام المجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات الخاصة؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (62) فرداً بنسبة مئوية بلغت 62.00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (38) و بنسبة مئوية قدرت بـ 38.00%، ما يعني أن أغلب إجابات أفراد العينة يقرون بنعم يفتح الإمام المجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات الخاصة.

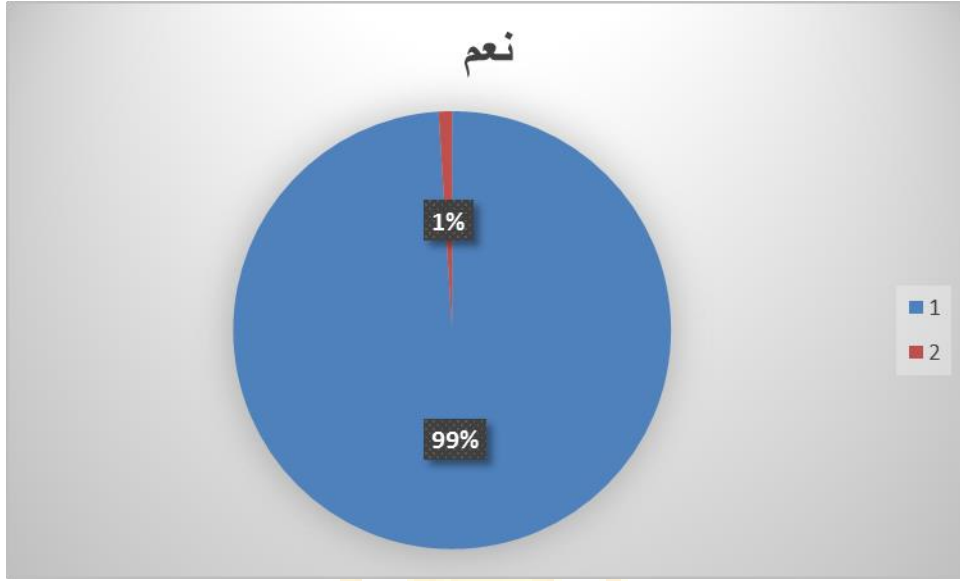


الشكل رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب فتح الإمام مجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات الخاصة

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب هل الإمام رمز وقدوة في المجتمع:

النسبة المئوية	التكرار	
96.00%	96	نعم
04.00%	04	لا
%100	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (100) فرداً على السؤال "هل الإمام رمز وقدوة في المجتمع؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (96) فرداً بنسبة مئوية بلغت 96.00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (04) و بنسبة مئوية قدرت بـ 04.00%، مما يعني أن اغلب إجابات أفراد العينة يقرون بنعم الإمام رمز وقدوة في المجتمع.

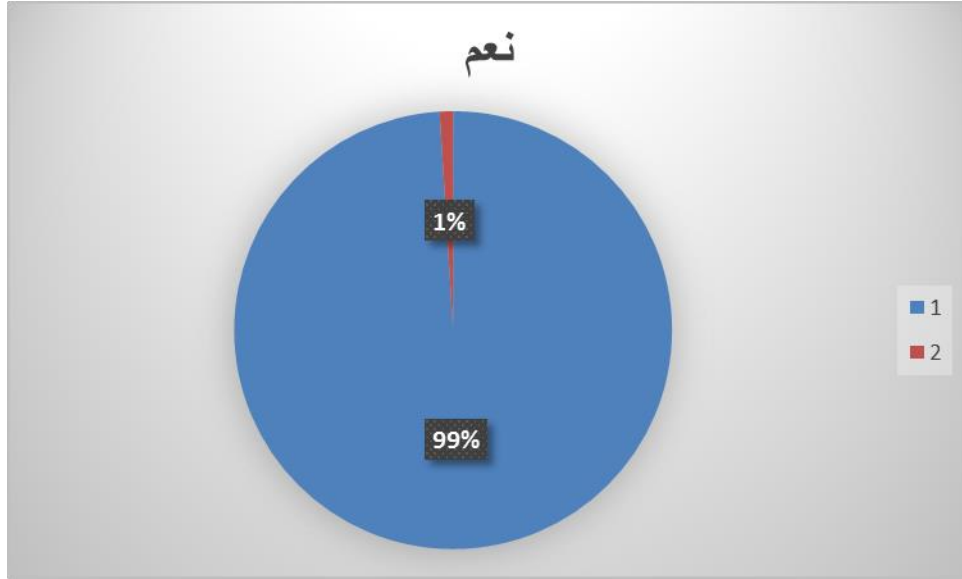


الشكل رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب هل الإمام رمز وقودة في المجتمع

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب هل مستوى التكويني والتعليمي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية:

النسبة المئوية	التكرار	
97.00%	97	نعم
03.00%	03	لا
%100	100	المجموع

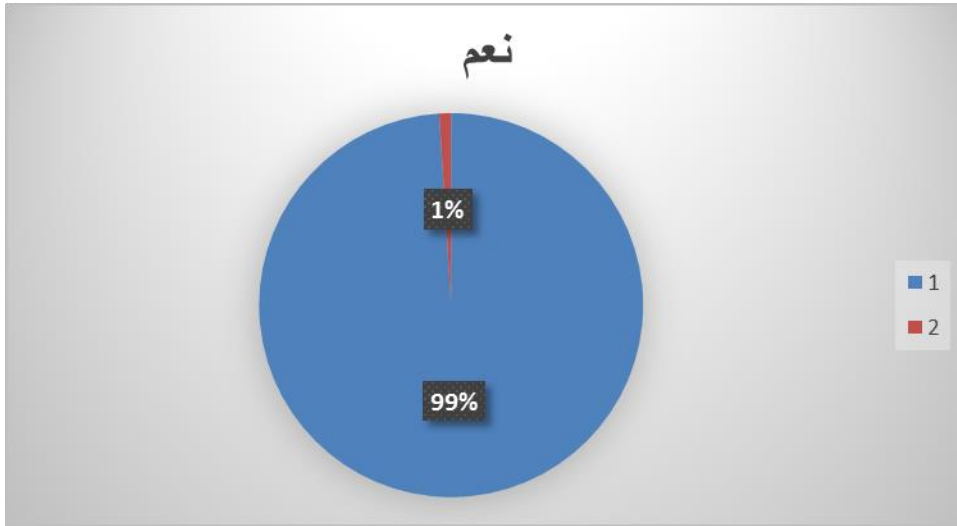
من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (100) فرداً على السؤال "هل مستوى التكويني والتعليمي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (97) فرداً بنسبة مئوية بلغت 97.00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (03) و بنسبة مئوية قدرت بـ 03.00%، مما يعني أن أغلب إجابات أفراد العينة يقرون بنعم المستوى التكويني والتعليمي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية.



الشكل رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب هل مستوى التكويني والتعليمي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب استخدام الوسائل التقنية يساهم في نجاح الاتصال بالمسجد:

النسبة المئوية	التكرار	
96.00%	96	نعم
04.00%	04	لا
%100	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (100) فرداً على السؤال "استخدام الوسائل التقنية يساهم في نجاح الاتصال بالمسجد؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (96) فرداً بنسبة مئوية بلغت 96.00%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (04) أفراد و بنسبة مئوية قدرت بـ 04.00%، مما يعني أن أغلب إجابات أفراد العينة يقرون بنعم استخدام الوسائل التقنية يساهم في نجاح الاتصال بالمسجد.



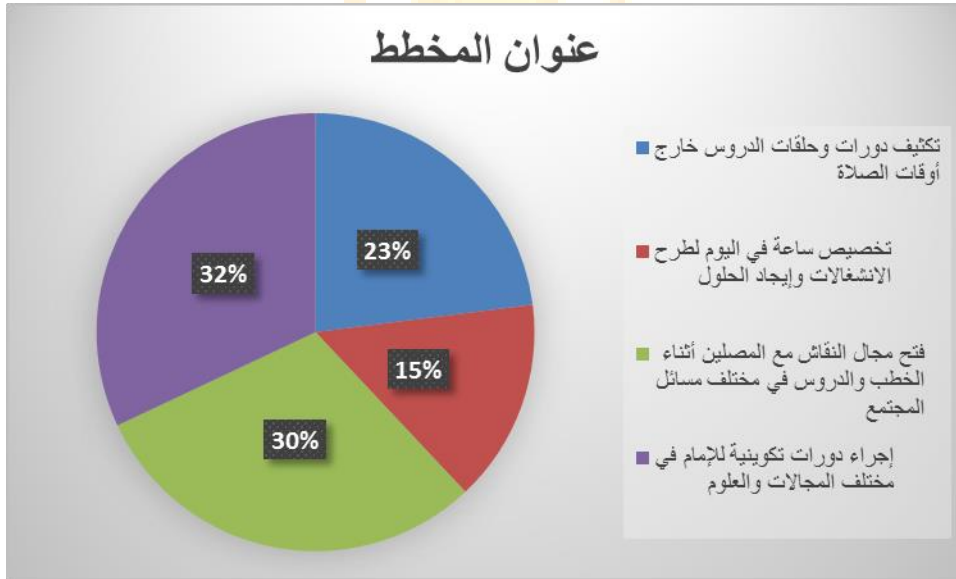
الشكل رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب استخدام الوسائل التقنية يساهم في نجاح الاتصال بالمسجد:

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تقديم اقتراحات لتفعيل وتحسين الاتصال بين المصلين وجماعة المسجد:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
23.00%	23	تكثيف دورات وحلقات الدروس خارج أوقات الصلاة
15.00%	15	تخصيص ساعة في اليوم لطرح الانشغالات وإيجاد الحلول
30.00%	30	فتح مجال النقاش مع المصلين أثناء الخطب والدروس في مختلف مسائل المجتمع
32.00%	32	إجراء دورات تكوينية للإمام في مختلف المجالات والعلوم
100%	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (100) فرداً على السؤال "تقديم اقتراحات لتفعيل وتحسين الاتصال بين المصلين وجماعة المسجد"، تمثلت

إجاباتهم في أربع آراء تمثلت الإجابة على البديل " تكثيف دورات وحلقات الدروس خارج أوقات الصلاة" وقد بلغ عددهم (23) فردا بنسبة مئوية بلغت 23.00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على البديل " تخصيص ساعة في اليوم لطرح الانشغالات وإيجاد الحلول " والبالغ عددهم (15) فرادا و بنسبة مئوية قدرت بـ 15.00%، بينما البديل " فتح مجال النقاش مع المصلين أثناء الخطب والدروس في مختلف مسائل المجتمع " فبلغ عددهم(30) فرادا و بنسبة مئوية قدرت بـ 30.00%، في حين الأفراد الذين كانت إجابتهم عن البديل " إجراء دورات تكوينية للإمام في مختلف المجالات والعلوم " قد بلغ عددهم(32) فرادا و بنسبة مئوية قدرت بـ 32.00%، مما يعني أن كل هذه الاقتراحات تصب في قالب واحد وهو الدور الكبير الذي يلعبه الإمام في العملية الاتصالية داخل المسجد من اجل اتصال فعال.



الشكل رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تقديم اقتراحات لتفعيل

وتحسين الاتصال بين المصلين وجماعة المسجد:

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

❖ تحليل الجداول المركبة: في الجداول المركبة اخذنا متغيرين وهما متغير السن ومتغير المستوى التعليمي لانهما يعتبران الاكثر اهمية في دراستنا كما حددنا اربع اسئلة التي تعتبر رئيسية واساسية في دراستنا هذه من خلال ارتباطها بإشكالية الدراسة واسئلتها الفرعية.

01- توزيع أفراد عينة السؤال رقم 02 حسب السن والمستوى التعليمي

Tableau croisé المستوى التعليمي و السن مع * س 2*									
القرار	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة كاي تربيع	المجموع	السن		المستوى التعليمي		
					أكثر من 35	اقل من 35	نعم	س2	ابتدائي
غير دالة	0.122	01	02.392	14	11	3	نعم	س2	ابتدائي
				14	11	3	المجموع		
				43	19	24	نعم	س2	ثانوي
				2	2	0	لا		
				45	21	24	المجموع		
				39	9	30	نعم	س2	جامعي
				2	2	0	لا		
				41	11	30	المجموع		
				96	39	57	نعم	س2	المجموع
				4	4	0	لا		
				100	43	57	المجموع		

من خلال الجدول رقم (01) استجابات أفراد العينة على السؤال رقم 02 حسب متغير السن والمستوى التعليمي نلاحظ أن:

إن البديل نعم (تأدية المسجد رسالته التربوية والتعليمية) حسب المستوى التعليمي ابتدائي من ذوي السن اقل من 35 سنة بلغ عددهم 03 افراد ، أما حسب البديل نعم حسب مستوى التعليمي ابتدائي من ذوي السن أكثر من 35 سنة بلغ عددهم 11 فردا، أي بمجموع 14 فردا، في حين بلغ عدد البديل نعم من ذوي المستوى التعليمي ثانوي اقل من 35 سنة 24 فردا، أما الأكثر من 35 سنة 19 فردا، أي بمجموع 43 فردا، أما توزيع السؤال في البديل نعم حسب المستوى التعليمي الجامعي والأقل من 35 سنة 30 فردا ، أما الأكثر من 35 سنة فبلغ عددهم 09 أفراد أي مجموع 39 فردا.

في حين أن البديل لا (تأدية المسجد رسالته التربوية والتعليمية) من ذوي المستوى التعليمي ثانوي اقل من 35 سنة 00 فردا، أما الأكثر من 35 سنة 02 فردا، أي بمجموع 02 فردا، أما توزيع السؤال في البديل لا حسب المستوى التعليمي الجامعي والأقل من 35 سنة 00 فردا ، أما الأكثر من 35 سنة فبلغ عددهم 02 أفراد أي مجموع 02 فردا.

وهو ما يوحي إلى أن هناك فروق في توزيع السؤال رقم 02 حسب متغير السن والمستوى التعليمي وهو اختلاف ضئيل جدا، في حين بلغت قيمة كاي تربيع ب (2.392) بدرجة حرية (01) ومستوى الدلالة (0.122)، وهي قيمة أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وهو ما يدل على عدم وجود اختلاف في توزيع السؤال رقم 02 حسب متغير السن والمستوى التعليمي.

02- توزيع أفراد عينة السؤال رقم 05 حسب السن والمستوى التعليمي

Tableau croisé المستوى التعليمي و السن مع * س 5*									
القرار	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة كاي تربيع	المجموع	السن		المستوى التعليمي		
					أقل من 35	أكثر من 35	س5	الصلوة	ابتدائي
غير دالة	0.588	01	0.294	14	11	3	س5	الصلوة	ابتدائي
				14	11	3	المجموع		
				42	20	22	س5	الصلوة	ثانوي
				1	0	1	س	حلقات الدروس	
				2	1	1	س	إخذ الفتاوى	
				45	21	24	المجموع		
				38	9	29	س5	الصلوة	جامعي
				3	2	1	س	حلقات الدروس	
				41	11	30	المجموع		
				94	40	54	س5	الصلوة	المجموع
				4	2	2	س	حلقات الدروس	
				2	1	1	س	إخذ الفتاوى	
100	43	57	المجموع						

من خلال الجدول رقم (02) استجابات أفراد العينة على السؤال رقم 05 حسب متغير السن

والمستوى التعليمي نلاحظ أن:

إن البديل الصلاة حسب مستوى التعليمي ابتدائي من ذوي السن أقل من 35 سنة بلغ عددهم 03 ، أما حسب البديل ابتدائي من ذوي السن أكثر من 35 سنة بلغ عددهم 11، أي بمجموع 14 فردا، في حين بلغ عدد البديل الصلاة من ذوي المستوى التعليمي ثانوي أقل من 35 سنة بـ 22 فردا، أما الأكثر من 35 سنة 20، أي بمجموع 42، أما توزيع السؤال في البديل الصلاة حسب المستوى التعليمي الجامعي والأقل من 35 سنة 29 ، أما الأكثر من 35 سنة فبلغ عددهم 09 أي بمجموع 38 فردا.

إن بديل الحلقات والدروس حسب مستوى التعليمي ثانوي من ذوي السن اقل من 35 سنة بلغ عددهم 01 أما حسب البديل الثانوي من ذوي السن أكثر من 35 سنة بلغ عددهم 00، أي بمجموع 01 فرد، في حين بلغ عدد البديل الحلقات والدروس من ذوي المستوى التعليمي جامعي اقل من 35 سنة 02 فرد، أما الأكثر من 35 سنة 02، أي بمجموع 04 .

ثم البديل اخذ الفتاوى من ذوي المستوى التعليمي ثانوي اقل من 35 سنة ب 01 فرد، أما الأكثر من 35 سنة 01، أي بمجموع 02 .

وهو ما يوحي إلى أن هناك فروق في توزيع السؤال رقم 05 حسب متغير السن والمستوى التعليمي وهو اختلاف ضئيل جدا، في حين بلغت قيمة كاي تربيع ب (0.294) بدرجة حرية (01) ومستوى الدلالة (0.588)، وهي قيمة اكبر من مستوى المعنوية 0.05 وهو ما يدل على عدم وجود اختلاف في توزيع السؤال رقم 05 حسب متغير السن والمستوى التعليمي .

03- توزيع أفراد عينة السؤال رقم 08 حسب السن والمستوى التعليمي

Tableau croisé المستوى التعليمي و السن مع * س 8*									
القرار	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة كاي تربيع	المجموع	السن		المستوى التعليمي		
					أكثر من 35	اقل من 35	نعم	لا	
غير دالة	0.540	01	0.376	14	11	3	نعم	8س	ابتدائي
				14	11	3	نعم	8س	المجموع
				43	21	22	نعم	8س	ثانوي
				2	0	2	لا	8س	المجموع
				45	21	24	نعم	8س	جامعي
				40	11	29	لا	8س	المجموع
				1	0	1	نعم	8س	المجموع
				41	11	30	لا	8س	المجموع
				97	43	54	نعم	8س	المجموع
				3	0	3	لا	8س	المجموع
				100	43	57	نعم	8س	المجموع

من خلال الجدول رقم (03) استجابات أفراد العينة على السؤال رقم 08 حسب متغير السن

والمستوى التعليمي نلاحظ أن:

إن البديل نعم (المستوى التعليمي والتكويني للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية) حسب المستوى التعليمي ابتدائي من ذوي السن اقل من 35 سنة بلغ عددهم 03 افراد ، أما حسب البديل نعم حسب مستوى التعليمي ابتدائي من ذوي السن أكثر من 35 سنة بلغ عددهم 11

فردا، أي بمجموع 14 فردا، في حين بلغ عدد البديل نعم من ذوي المستوى التعليمي ثانوي اقل من 35 سنة 22 فردا، أما الأكثر من 35 سنة 21 فردا، أي بمجموع 43 فردا، أما توزيع السؤال في البديل نعم حسب المستوى التعليمي الجامعي والأقل من 35 سنة 29 فردا ، أما الأكثر من 35 سنة فبلغ عددهم 11 فردا أي مجموع 40 فردا.

في حين أن البديل لا (المستوى التعليمي والتكويني للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية) من ذوي المستوى التعليمي ثانوي اقل من 35 سنة 02 فردا، أما الأكثر من 35 سنة 00 فردا، أي بمجموع 02 فردا، أما توزيع السؤال في البديل لا حسب المستوى التعليمي الجامعي والأقل من 35 سنة 01 فردا ، أما الأكثر من 35 سنة فبلغ عددهم 00 فردا أي مجموع 01 فردا. وهو ما يوحي إلى أن هناك فروق في توزيع السؤال رقم 08 حسب متغير السن والمستوى التعليمي وهو اختلاف ضئيل جدا، في حين بلغت قيمة كاي تربيع ب (0.376) بدرجة حرية (01) ومستوى الدلالة (0.540)، وهي قيمة اكبر من مستوى المعنوية 0.05 وهو ما يدل على عدم وجود اختلاف في توزيع السؤال رقم 02 حسب متغير السن والمستوى التعليمي.

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

04- توزيع أفراد عينة السؤال رقم 09 حسب السن والمستوى التعليمي

Tableau croisé المستوى التعليمي و السن مع * 9 س*										
القرار	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة كاي تربيع	المجموع	السن		المستوى التعليمي			
					أقل من 35	أكثر من 35	نعم	لا		
غير دالة	0.470	01	0.294	13	10	3	نعم	9س	ابتدائي	
				1	1	0	لا			
				14	11	3	المجموع			
				42	20	22	نعم	9س	ثانوي	
				3	1	2	لا			
				45	21	24	المجموع			
				41	11	30	نعم	9س	جامعي	
				41	11	30	المجموع			
				96	41	55	نعم	9س	المجموع	
				4	2	2	لا			
				100	43	57	المجموع			

من خلال الجدول رقم (03) استجابات أفراد العينة على السؤال رقم 09 حسب متغير السن

والمستوى التعليمي نلاحظ أن:

إن البديل نعم (في رأيك استعمال الوسائل التقنية "مكبرات الصوت،الميكروفون، خدمة الانترنت، الفاكس...الخ" يسهم في نجاح الاتصال بالمسجد) حسب المستوى التعليمي ابتدائي من ذوي السن اقل من 35 سنة بلغ عددهم 03 أفراد ، أما حسب البديل نعم حسب مستوى التعليمي ابتدائي من ذوي السن أكثر من 35 سنة بلغ عددهم 10 فردا، أي بمجموع 13 فردا، في حين بلغ عدد البديل نعم من ذوي المستوى التعليمي ثانوي اقل من 35 سنة 22 فردا، أما الأكثر من 35 سنة 20 فردا، أي بمجموع 42 فردا، أما توزيع السؤال في البديل نعم حسب المستوى التعليمي الجامعي والأقل من 35 سنة 30 فردا ، أما الأكثر من 35 سنة فبلغ عددهم 11 فردا أي مجموع 41 فردا.

في حين أن البديل لا (في رأيك استعمال الوسائل التقنية "مكبرات الصوت،الميكروفون، خدمة الانترنت، الفاكس...الخ" يسهم في نجاح الاتصال بالمسجد) حسب المستوى التعليمي ابتدائي من ذوي السن اقل من 35 سنة بلغ عددهم 00 فرد ، أما حسب البديل نعم حسب مستوى التعليمي ابتدائي من ذوي السن أكثر من 35 سنة بلغ عددهم 01 فردا، أي بمجموع 01 فردا، في حين بلغ عدد البديل لا من ذوي

المستوى التعليمي ثانوي اقل من 35 سنة 02 فرد، أما الأكثر من 35 سنة 01 فرد، أي بمجموع 03 فرد.

وهو ما يوحي إلى أن هناك فروق في توزيع السؤال رقم 09 حسب متغير السن والمستوى التعليمي وهو اختلاف ضئيل جدا، في حين بلغت قيمة كاي تربيع ب (0.294) بدرجة حرية (01) ومستوى الدلالة (0.470)، وهي قيمة أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وهو ما يدل على عدم وجود اختلاف في توزيع السؤال رقم 09 حسب متغير السن والمستوى التعليمي.

❖ نتائج الدراسة: نستخلص من هذه الدراسة جملة من النتائج نذكرها كالآتي:

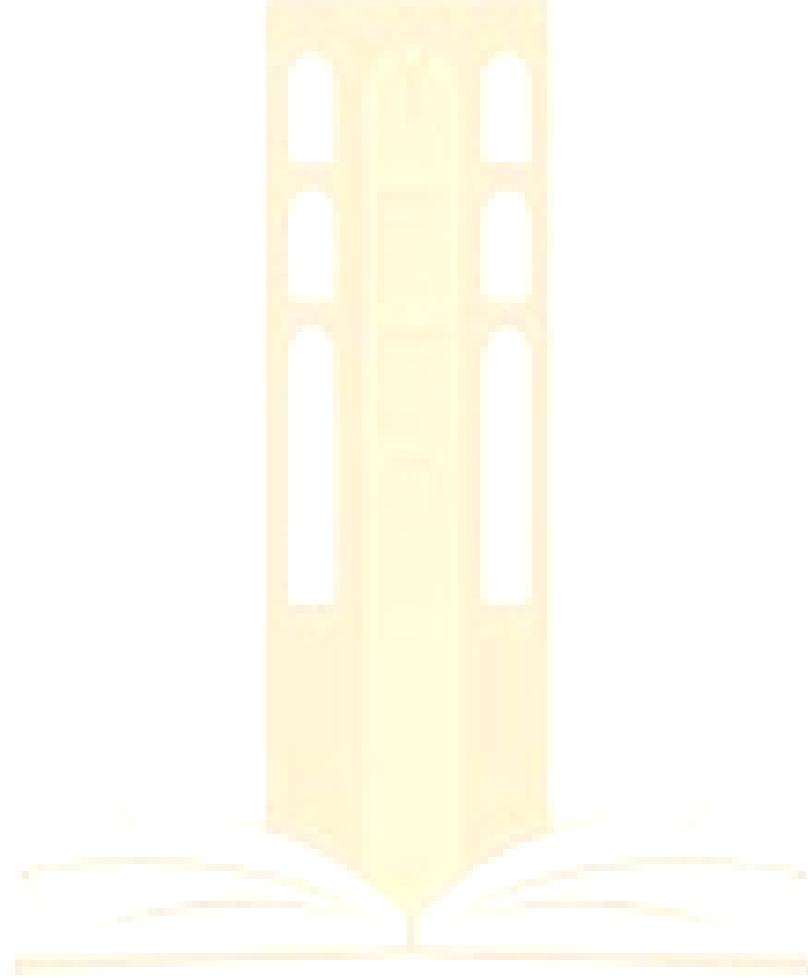
- 1- الاتصال الديني له من الأهمية بمكان من مختلف أطراف المجتمع نظرا للمساواة بين الرجل والمرأة وهي نفس الحقوق والواجبات في ممارسة الشعائر الدينية المنصوص عليها في الدستور الجزائري.
- 2- الفئة العمرية أساسية في ممارسة الشعائر الدينية والعلاقات الاجتماعية داخل المسجد خاصة فئة الشباب التي تعتبر فعالة منشطة مقارنة بالفئات الأخرى في المجتمع.
- 3- المستوى التعليمي له دور فعال وبارز في فهم وتبادل الأفكار والآراء وبالتالي استيعاب الرسائل الدينية بشكل وطريقة صحيحة ومرجوة مما يخلق لديهم اتصال ديني فعال.
- 4- منصب الإمامة مهم جدا إذ يشترط حاملة (الإمام) أن يكون حافظ لكتاب الله، ومفسرا له، وله كل الدراية بالفقه والعبادات مما يجعله يكسبه الاقتداء والقدرة، الأمر الذي يجعل المصلين من كل الفئات لديهم اتصال ديني بالإمام.
- 5- يؤدي المسجد ادوار فعالة في إيصال الرسائل التربوية والتعليمية.
- 6- كلما كان الإمام متمكنا وملما بجميع الميادين كلما امتلك القدرة على التواصل الجيد في التأثير على المصلين.
- 7- الاتصال بالإمام يكون مرتبطا بنوع القضايا والمشاكل يكون قليل الحدوث.
- 8- أغلب رواد المسجد يقصدونه من اجل الصلاة فقط.
- 9- قدرة الإمام على التواصل الجيد مع المصلين أثناء حلقات النقاش والدروس بفتح المجال لتبادل الأفكار والآراء.

- 10- إقرار اغلب أفراد العينة على أن الإمام رمز وقُدوة في المجتمع لا بد من أن يحتذى به.
- 11- جميع أفراد العينة متفقون على أن المستوى التعليمي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين وبالتالي فهم الرسالة الدينية.
- 12- تلعب الوسائل التقنية الحديثة دورا كبيرا في نجاح العملية الاتصالية داخل المسجد وحتى خارجه.
- 13- مجمل الاقتراحات لتفعيل وتحسين الاتصال بين المصلين وجماعة المسجد تتحدد في جملة النقاط التالية:
 - أ- تكثيف دورات وحلقات الدروس خارج أوقات الصلاة.
 - ب- تخصيص ساعة في اليوم لطرح الانشغالات وإيجاد الحلول.
 - ت- فتح المجال للنقاش مع المصلين أثناء الخطب والدروس في مختلف مسائل المجتمع.
 - ث- إجراء دورات تكوينية للإمام في مختلف المجالات والعلوم.

اقتراحات وتوصيات:

- يجب على جماعة المسجد أن تأخذ بأراء المصلين والعمل على تحسين مستوى الاتصال بينهم.
- التكتيف من عدد الدروس والحلقات لما فيها من تنوير للعقول وتهذيب للنفوس.
- فتح مجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات خاصة اذا كانت المواضيع ثرية ومتشعبة ويزود من خلالها رواد المسجد بأكبر قدر من الثقافة والعلم.
- توسيع دائرة الاتصال من خلال تكوين الائمة لجلب أكبر عدد من المصلين لأنه كلما كان الإمام متمكنا ولديه الخبرة والقدرة الاتصالية للتأثير في الرواد كلما كان الاقبال واسعا على مؤسسة المسجد.
- الزيادة في أوقات خطب الجمعة التي قلصت الى 7 دقائق فقط وهذا الامر لن يسمح للإمام بالتشعب أكثر وإعطاء التوجيهات أثناء الخطبة. وهذا ما يجعل دور أهمية صلاة الجمعة يقل ويتراجع نوعا ما.
- الابتعاد نوعا ما عن الأمور السياسية والتركيز على الأمور الدينية التوجيهية والتربوية.

- التعامل بالأخلاق الحسنة بين كل رواد المسجد من الأئمة منظمين ومصلين حتى يؤدي المسجد وظيفته على أكمل وجه ويخلق اتصال واسع بينهم.
- الاطلاع الدائم على الحياة اليومية والمشاكل المطروحة لمعالجتها وتوجيه النصائح والتوجيهات للتخفيف من عبئها أو إيجاد حلول ناجحة لها.



جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

1985

الخاتمة

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

خاتمة:

لقد تمت دراسة موضوع واقع الاتصال الديني في مؤسسة المسجد من أجل تبيان مكانة الاتصال في أي مؤسسة ، سواء كانت دينية أو ثقافية أو اجتماعية أو اقتصادية ، فالالاتصال دور مهم وبارز في قيام المؤسسة بالمهمة المنوط بها على أكمل وجه من خلال تحرك الاتصال في كل الاتجاهات من اتصال صاعد ، اتصال نازل الى اتصال أفقي وهذا لا يكون إلا بوضع إستراتيجية فعالة ليحقق اتصالا ناجحا بين الأفراد.

وفي دراستنا هذه تبين لنا أن الاتصال نشاط لا يمكن الاستغناء عنه سواء كان اتصال داخلي أو خارجي فكلاهما مكمل للآخر و هذا ما دفع بمؤسسة المسجد باعتبارها مؤسسة دينية، اجتماعية الى الاهتمام بهذا النوع من الاتصال، لتحقيق التكافؤ و كذا تحقيق أهدافها الاتصالية لكي تضمن نجاح العملية الاتصالية.

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

1985

الملاحق

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة جمع المعلومات

واقع الاتصال الديني بمؤسسة المسجد لولاية المسيلة

نموذج مسجد البشير الابراهيمي - ببوسعادة-

اخى المبحوث انا طالبة علوم الاعلام والاتصال السنة الثانية ماستر ،اتصال وعلاقات عامة بصدد اجراء دراسة حول الاتصال الديني بمؤسسة المسجد لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال فنرجو منكم ألا تبخلوا عليا بالمعلومات التي تثري هذه الدراسة وكل هذا في اطار علمي بحت - وشكرا جزيلًا.

ملاحظة: وضع علامة X في الخانة المناسبة.

من اعداد الطالبة:

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

_ جلماني ايمان

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

السنة الجامعية 2023/2022

استمارة خاصة بالمصلين

*الجنس:

ذكر

أنثى

*السن:

اقل من 35 سنة

أكثر من 35 سنة

*المستوى التعليمي:

ابتدائي

ثانوي

جامعي

بدون مستوى

المحور الاول : علاقة الاتصال بين الامام والمصلي

س1: هل هناك اتصال بين الامام والمصليين؟

نعم

لا

س2: في رأيكم هل يؤدي المسجد رسالته التربوية والتعليمية؟

نعم

لا

س3: في اعتقادك هل يملك الامام القدرة على التواصل الجيد في التأثير على المصلين؟

نعم

لا

س4: هل تتصل بالإمام في حل القضايا وطرح انشغالاتك الاجتماعية؟

اتصل دائما

اتصل احيانا

لا اتصل

س5: هل تقصد المسجد من اجل:

الصلاة

الحلقات والدروس

اخذ الفتاوي

س6: هل يفتح الامام المجال للنقاش اثناء الدروس والحلقات الخاصة؟

لا

نعم

س7: هل الامام رمز وقدوة في المجتمع:

لا

نعم

س8: هل المستوى التكويني والتعليمي العالي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية؟

لا

نعم

س9: في رأيك استعمال الوسائل التقنية (مكبرات الصوت، الميكروفون، خدمة الانترنت، الفاكس...الخ) يسهم في نجاح الاتصال بالمسجد؟

لا

نعم

س10: ماذا تقترح لتفعيل وتحسين الاتصال بين المصلين وجماعة المسجد؟

.....

.....

.....

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

قائمة المراجع:

باللغة العربية:

- إبراهيم عبد الهادي أحمد ، صديق محمد عفيفي، السلوك التنظيمي، دراسة في التحليل السلوكي للبيروقراطية المصرية، مكتبة عين الشمس ط10.
- احمد خضر جميل ، العلاقات العامة ن دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ط1 الأردن 1998.
- الجليلي حسن ، التنظيم غير الرسمي في المؤسسات الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1988.
- الغزالي أبي حامد ، إحياء علوم الدين، المجلد الأول، دار الوعي، الجزائر 2005 ط1
- القرآن الكريم ، برواية الغمام ورش عن الغمام نافع.
- الإمام أحمد والبخاري، في كتاب التميم ومسلم ، في كتاب المساجد.
- بدر احمد ، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والاعلان الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
- بربر كامل ، الإدارة عملية ونظام ، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع ن ط1 1996.
- بن الجميل محمود ، البداية والنهاية ، دار الامام مالك ، الجزائر ط1 ، 2006 .
- ماهر احمد ، السلوك التنظيمي ، مدخل بناء المهارات، الدار الجامعية، مصر.
- بن عبد الله الزركشي محمد ، إعلام المساجد بأحكام المساجد، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، ط4، القاهرة 1996.
- بن عثمان فهيمة، نمط تكوين الأئمة في الجزائر، مذكرة الماجستير، قسم أصول الدين، باتنة 2005.
- بن مرسلي احمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر
- احمد خضر جميل ، العلاقات العامة ن دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ط1 الأردن 1998.
- بن نوار صالح ، الاتصال في المؤسسة، مخبر بحث علم الاجتماع والاتصال والبحث والترجمة، الجزائر، 2003.
- بهجت كشك محمد ، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية 2003.

- بوحوش عمار ، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
- حجازي مصطفى ، الاتصال والعلاقات الإنسانية والإدارية ، دار الطلبة ، بيروت 1998 .
- حريم حسين ، السلوك التنظيمي (سلوك الافراد في المنظمات)، دار الزهرة للنشر والتوزيع، عمان 1997.
- حسن راوية ، السلوك الأساس في المنظمات، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1999.
- حنفي عبد الغفار ، اساسيات إدارة المنظمات ، المكتب العربي الحديث ، مصر 1995.
- خليل أصبع صالح ، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن 2004.
- خليل الجميلي خيرى ، الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامع الحديث، الاسكندرية 1995.
- حنفي عبد الغفار ، اساسيات إدارة المنظمات ، المكتب العربي الحديث ، مصر 1995.
- درويش عبد الرحيم ، مقدمة الى علم الاتصال، مكتبة نانسي، دمياط، 2005.
- رسلان الجيوشي محمد ، جميلة جاد الله، الإدارة علم وتطبيق، دار المديرية للنشر والتوزيع، ط1 الأردن.
- زهوة احمد ، عناية، احمد صحيح البخاري، دار الكتاب العربي ، بيروت ، ط1، الجزء 3.
- سعد إسماعيل ، نظرية القوة في الاتصال الإنساني، دار المعرفة الجامعية، مصر 2006.
- سلامة محمد ، غباري محمد وعطية عبد الحميد ، الاتصال ووسائله بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
- طلعت محمود منال ، مدخل الى علم الاتصال ، المكتب الجامعي الحديث ، مصر 2002.
- عامر سعيد يس ، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها ، دار الطلبة ، بيروت 1998.
- عبد الرحمان ثابت ، نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة ، الدار الجامعية مصر 2005 .
- عبد المجيد احمد رشوان حسين ، العلاقات العامة والاعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، ط4 مصر 2004.
- عززي عبد الرحمان وآخرون ، عالم الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1992 .
- عبد المسيح غريبا ، نظرية القوة في الاتصال الإنساني ، دار المعرفة مؤسسة شباب الجامعة ن مصر 2004 .
- عساف عبد المعطي ، المبادئ والاتجاهات الحديثة ، المكتبة الوطنية ، الأردن 1994.
- عطية ماجدة ، سلوك المنظمة سلوك الفرد والجماعة، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.

- فريد الصحن محمد ، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، الدار الجامعية، كلية التجارة جامعتي الإسكندرية، بيروت الغربية، 1988.
- ماهر احمد ، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، مصر 2006
- ماهر احمد ، السلوك التنظيمي ، مدخل بناء المهارات، الدار الجامعية، مصر.
- محمد الحسن حسان ، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة، بيروت، 1982.
- مصطفى عليان رنجي ، محمود الطاباسي عدنان ، الاتصال والعلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان 2005.
- وهبي فهد إبراهيم ، عبود كنتجو ، العلاقات العامة وإدارتها، مدخل وظيفي، مؤسسة الوراق، عمان الأردن، ط1، 1999.

المقابلات:

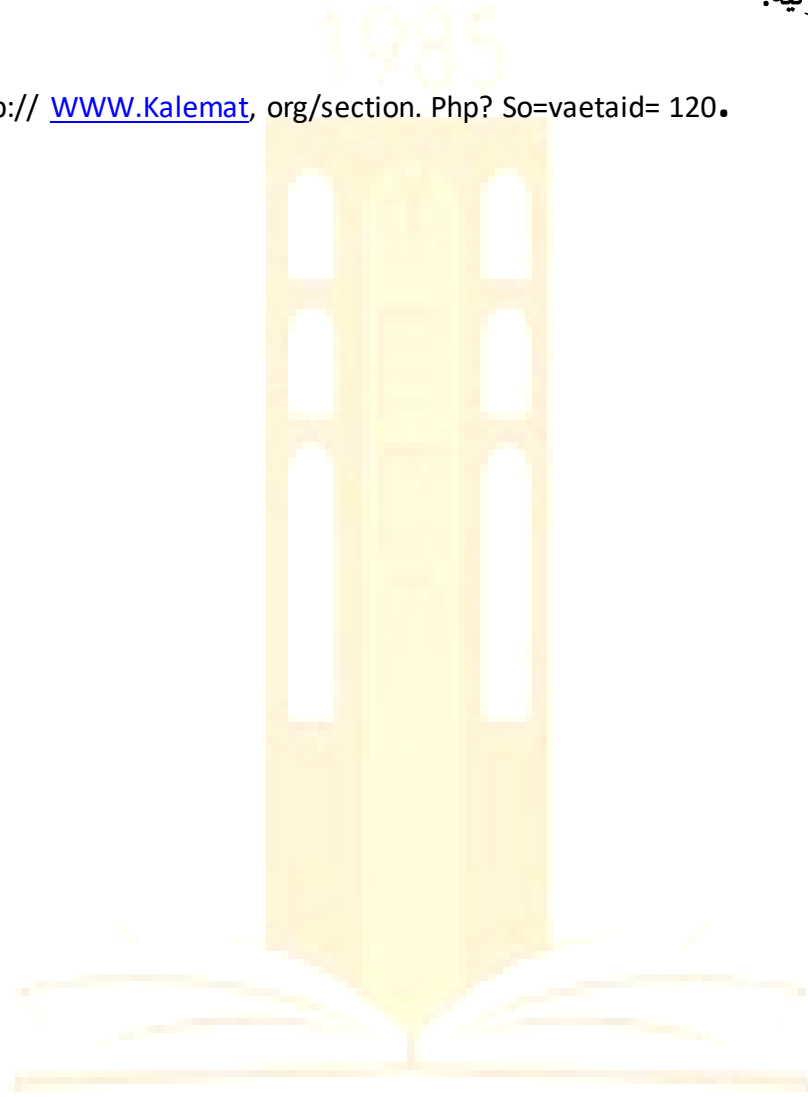
- مقابلة مع إمام المسجد البشير الابراهيمي بوسعادة السيد " لعراي حمزة" يوم السبت 15 افريل 2023 على الساعة 10:30 صباحا.
باللغة الفرنسية:

- Annie , communication et organisation , edition d'organisation , Paris 1994.
- CherlesRetziilliqn .c.lqco;unicqtion oral , editionnathan, 1994 .
- JaQuelenderre et lindondenis , mercatosthiorie et pratique du marketing , edtiondoloz , 1eme edition , paris 1990.
- ¹Le Duchobert , la publisité une force au serrce de l'entreprise , Paris Dunod.
- ¹Marie helenwesphalen , la communication extern de lentreprise ouvert , dunode , paris 1997.
- Michel Lenet , technique doctrine et moral de la Communication social , Edition d'organisation , paris 1981.

- Pierre lasne , le communicationnaire 2007 , edition de mouette , France 2007 2ème Edition.

المواقع الإلكترونية:

- [http:// WWW.Kalamat, org/section. Php? So=vaetaid= 120.](http://WWW.Kalamat.org/section.Php?So=vaetaid=120)



جامعة محمد بوضياف - المسيلة

Université Mohamed Boudiaf - M'sila

- إهداء
- كلمة شكر وتقدير
- ملخص
- مقدمة

الاطار المنهجي

- 03..... الإشكالية -
- 03..... التساؤلات -
- 03..... الفرضيات -
- 04..... أهمية الدراسة -
- 04..... أهداف الدراسة -
- 05..... أسباب اختيار الموضوع -
- 05..... تحديد المصلحات -
- 08..... منهج الدراسة -
- 09..... أدوات الدراسة -
- 12..... الدراسات السابقة -
- 18..... التعقيب على الدراسات السابقة -
- 19..... صعوبات الدراسة -

الاطار النظري

- 21..... تمهيد -
- 22..... المبحث الأول: مفهوم العملية الاتصالية -

- 22.....المطلب الأول: أ- تعريف الاتصال -
- 24.....ب- تعريف الاتصال الداخلي -
- 25.....المطلب الثاني: عناصر العملية الاتصالية -
- 26.....المطلب الثالث: أنواع ومستويات الاتصال الداخلي -
- 26.....-أنواع الاتصال الداخلي -
- 30.....-مستويات الاتصال الداخلي -
- 30.....المطلب الرابع: وسائل الاتصال الداخلي وشبكاته -
- 31.....1. وسائل الاتصال الداخلي -
- 37.....2. شبكات الاتصال الداخلي -
- 41.....المبحث الثاني: دور الاتصال داخل المؤسسة ومشاكله -
- 41.....المطلب الأول: أهمية الاتصال داخل المؤسسة -
- 42.....المطلب الثاني: أهداف الاتصال داخل المؤسسة -
- 43.....المطلب الثالث: وظائف الاتصال داخل المؤسسة -
- 45.....المطلب الرابع: معوقات الاتصال داخل المؤسسة -
- 48.....خاتمة -
- الفصل الثاني: ماهية الاتصال خارج المؤسسة.**
- 50.....تمهيد -
- 51.....المبحث الأول: مفهوم الاتصال الخارجي في المؤسسة وأنواعه -
- 51.....المطلب الأول: مفهوم الاتصال الخارجي في المؤسسة -
- 52.....المطلب الثاني: أنواع الاتصال الخارجي في المؤسسة -
- 53.....المبحث الثاني: وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة وأهميته -
- 53.....المطلب الأول: وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة -
- 54.....المطلب الثاني: أهمية الاتصال الخارجي في المؤسسة -
- 56.....خاتمة -

الفصل الثالث: ماهية مؤسسة المسجد

- 58..... تمهيد -
- 59..... المبحث الأول: أهمية المسجد ودوره الاجتماعي والتربوي -
- 59..... المطلب الأول: تعريف المسجد -
- 60..... المطلب الثاني: أهمية المسجد -
- 61..... المطلب الثالث: الدور الاجتماعي والتربوي للمسجد -
- 63..... المبحث الثاني: المسجد بين الماضي والحاضر وأهدافه -
- 63..... المطلب الأول: المسجد بين الماضي والحاضر ومكانته -
- 64..... المطلب الثاني: أهداف المسجد -
- 66..... خاتمة -

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي.

- 68..... تمهيد -
- 69..... عرض الجداول البسيطة -
- 83..... عرض الجداول المركبة -
- 88..... نتائج الدراسة -
- 88..... الاقتراحات -
- 91..... خاتمة -

قائمة المراجع

الملاحق
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

فهرس الجداول:

رقم الشكل	عنوان الجدول	الصفحة
1	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	69
2	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب السن	70
3	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	71
4	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب " وجود اتصال بين الامام والمصلي "	72
5	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب "تأدية المسجد رسالته التربوية والتعليمية"	73
6	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب امتلاك الإمام القدرة على التواصل الجيد في التأثير على المصلين	74
7	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب "الاتصال بالأمام في حل القضايا وطرح الانشغالات الاجتماعية "	75
8	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب المقصد للمسجد	76
9	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب فتح الإمام مجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات الخاصة	77
10	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب فتح الإمام مجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات الخاصة	78
11	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب هل مستوى التكويني والتعليمي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية	79
12	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب استخدام الوسائل التقنية يساهم في نجاح الاتصال بالمسجد	80
13	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تقديم اقتراحات لتفعيل وتحسين الاتصال بين المصلين وجماعة المسجد	81
14	توزيع أفراد عينة السؤال رقم 02 حسب السن والمستوى التعليمي	83
15	توزيع أفراد عينة السؤال رقم 05 حسب السن والمستوى التعليمي	84
16	توزيع أفراد عينة السؤال رقم 08 حسب السن والمستوى التعليمي	85
17	توزيع أفراد عينة السؤال رقم 09 حسب السن والمستوى التعليمي	87

فهرس الاشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	69
2	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب السن	70
3	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	72
4	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب " وجود اتصال بين الامام والمصلي "	72
5	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب "تأدية المسجد رسالته التربوية والتعليمية"	74
6	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب امتلاك الإمام القدرة على التواصل الجيد في التأثير على المصلين	75
7	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب "الاتصال بالأمام في حل القضايا وطرح الانشغالات الاجتماعية "	76
8	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب المقصد للمسجد	77
9	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب فتح الإمام مجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات الخاصة	78
10	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب فتح الإمام مجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات الخاصة	79
11	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب هل مستوى التكويني والتعليمي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية	80
12	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب استخدام الوسائل التقنية يساهم في نجاح الاتصال بالمسجد	81
13	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تقديم اقتراحات لتفعيل وتحسين الاتصال بين المصلين وجماعة المسجد	81