

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



كلية : العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم : علوم الإعلام والاتصال

الفوج : 01

المجموع : أ

إستراتيجية الاتصال داخل المؤسسة التربوية الجزائرية
دراسة ميدانية على ثانوية بن ناعة السعيد عين الحجل - أنموذجا

مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس

تخصص : اتصال

إشراف الدكتور(ة):

الشيخ بن عيسى

إعداد الطلبة :

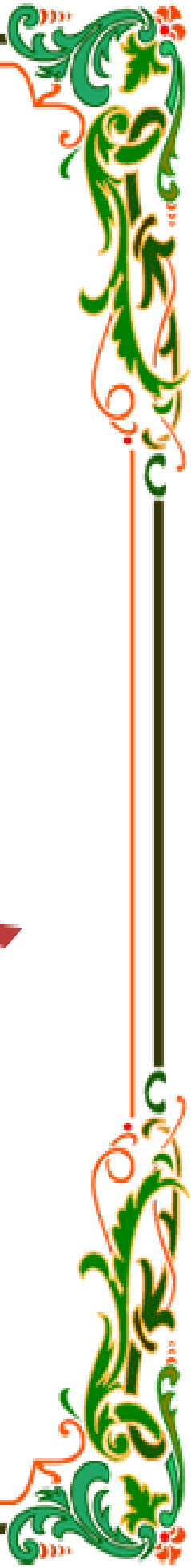
☞ أمال بن يوسف

☞ سعاد بن رقطة

☞ عبد الله شعلان

السنة الجامعية : 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



تمكر وعرفان

الحمد لله الذي وفقنا لهذا ولم نكن نصل إليه لولا فضل الله علينا

أما بعد:

نتقدم بجزيل الشكر

إلى كل من ساعدنا في إنجاز هذه المذكرة ونخص

بالذكر: الدكتور المشرف الشيخ بن عيسى

الأساتذة الكرام الذين لم يبخلوا علينا

بالمساعدة والتوجيهات الضرورية.

إلى الذين حظينا بشرى الجلوس متعلمين تحت أيديهم،

إلى كل الموظفين

وكافة من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد

اهداء

إلى الذين كانا ولا زالا الركيزة المثلى

والرأية الأعلى في مسيرتي منذ الولادة

أمي الغالية وأبي الكريم

إلى إخوتي وأخواتي

وكل العائلة الكريمة

إلى كل الأهل والأحباب

إلى أساتذتي الأفاضل

إلى كل الزملاء

اهداء

إلى أُمي وأبي
إلى أهلي وعشيرتي
إلى أساتذتي
إلى زملائي وزميلاتي
إلى الشموع التي تحترق لتضيء للآخرين
إلى كل من علمني حرفا
أهدي هذا البحث المتواضع
راجيا من المولى عز وجل
أن يجد القبول والنجاح

إهداء

إلى اللذان وهباني كل ما يملكان حتى أحقق آمالهما

فيدفعان قدما نحو الأمام لنيل المبتغى

أطل الله في عمرهما

أمي رمز الحنان والعطاء وسندي في الشدائد

أبي الغالي مدرستي الأولى في الحياة ومثلي الأعلى في

الأخلاق

إليهما أهدي هذا العمل المتواضع

كما أهدي ثمرة جهدي إلى إخوتي

وأخواتي وإلى كافة الزملاء والزميلات

فهرس المحتويات

كلمة شكر

إهداءات

فهرس المحتويات

مقدمة أ.

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

1. (الإشكالية..... 4
2. (تساؤلات الدراسة..... 5
3. (أهداف الدراسة 5
4. (أهمية الدراسة..... 5
5. (مصطلحات الدراسة..... 6
6. (الدراسات السابقة 9

الفصل الثاني : ماهية الاتصال

- تمهيد..... 17
- المطلب الأول : مفهوم الاتصال وأهميته..... 18
- 1.. مفهوم الاتصال..... 18
 - 2.. أهمية الاتصال 20
- المطلب الثاني : خصائص الاتصال وأهدافه..... 21
- 1.. خصائص الاتصال 21
 - 2.. أهداف الاتصال..... 22
- المطلب الثالث : عناصر الاتصال والعوامل المؤثرة عليه..... 23
- 1.. عناصر الاتصال 23
 - 2..العوامل المؤثرة عليه 23
- المطلب الرابع : مقومات ومعوقات الاتصال 24
- خلاصة..... 27

الفصل الثالث : استراتيجيات الاتصال

- المطلب الأول : مفهوم إستراتيجية الاتصال.....29
- أولاً : مفهوم الإستراتيجية.....29
- ثانياً : مفهوم الإستراتيجية الاتصالية.....31
- المطلب الثاني : مبادئ الإستراتيجية الاتصالية.....32
- المطلب الثالث : عناصر الإستراتيجية الاتصالية.....33
- 1..ضبط سياسة المؤسسة وأهدافها34
- 2..تحليل اتصالات المؤسسة35
- 3..صياغة الأهداف الإستراتيجية للاتصال36
- 4..تخطيط الأهداف العملية للاتصال37
- 5..تنفيذ و متابعة الخطة الإستراتيجية للاتصال37
- 6..التقييم والتقويم.....38
- المطلب الرابع : خصائص الإستراتيجية الاتصالية.....38
- المطلب الخامس : معوقات الإعداد إستراتيجية الاتصال40
- خلاصة.....44

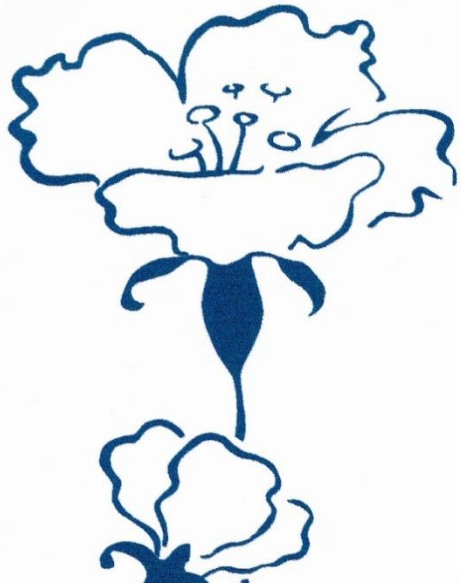
الفصل الرابع : الجانب التطبيقي

- أولاً: مجالات الدراسة46
- ثانيا : منهج الدراسة وعينته47
- ثالثاً: عينة الدراسة48
- رابعاً : أدوات جمع البيانات48

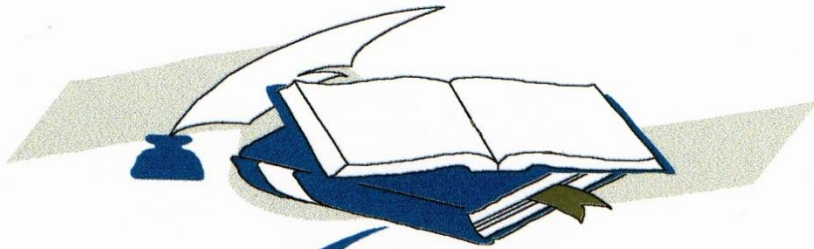
خاتمة

المراجع والمصادر

ملحق



مقدمة



يعتبر الاتصال من المواضيع التي اهتم بها الباحثين منذ القدم والذي بفضله يستطيع الإنسان إدراك ومعرفة وفهم حاجاته ومبتغياته هذا من خلال اتصاله بذاته ثم التعبير عن هذه الحاجات بواسطة احتكاكه وتواصله مع غيره ، وزادت أهميته في العصر الحديث وأصبح عنصرا حيويا ونشاطا فعالا وديناميكيا ، فالاتصال أساس العلاقات بين الأفراد في المجتمع فهو من المواضيع التي شغلت الكثير من المفكرين الباحثين في مختلف في مختلف الميادين والمجالات كعلم النفس وعلم الاجتماع وعلو التربية ... إلخ، فهو يعمل على تنمية الإنسان وتطور معارفه ومهاراته سواء من الناحية الاجتماعية أو التعليمية أو التربوية أو التوجيهية، فهو الوسيلة الوحيدة والفعالة لكل نشاط اجتماعي من خلال تقوية العلاقات والروابط في المنظمات نظر لدوره الكبير سواء كان مع المحيط الداخلي أو الخارجي، بصفته عنصر لا يمكن الاستغناء عنه في أي مؤسسة باختلاف طبيعتها ونشاطها، فلقد أصبح حاجة عملية بالنسبة لها فهو يساعد على تنظيم وتنسيق الأعمال والنشاطات من الأفراد من خلال تبادل ونقل المعلومات والأفكار والآراء، فأشراك الأفراد من قرارات المؤسسة له أثر كبير في السير نحو التقدم والتطور بالمؤسسات.

ومن هذا نخص المؤسسة التربوية الجزائرية والتي بدورها تعتبر أداة حيوية في المجتمعات من جهة ولأن التربية هي المدخل إلى التنمية الشاملة من جهة أخرى وأيضا من منطق معرفة الظروف الحقيقية داخل هذه المؤسسات ، ولقد جاءت هذه الدراسة لتتصف لنا واقع الاتصال في المؤسسات التربوية الجزائرية ، وأخذنا ثانوية بن ناعة السعيد بعين الحجل كنموذج لنحاول التعرف على استراتيجيات الاتصال الساندة داخلها ومدى تأثيره على موظفي وأساتذة الثانوية .

حيث قمنا بتقسيم الدراسة إلى أربع 04 فصول جاءت كالتالي :

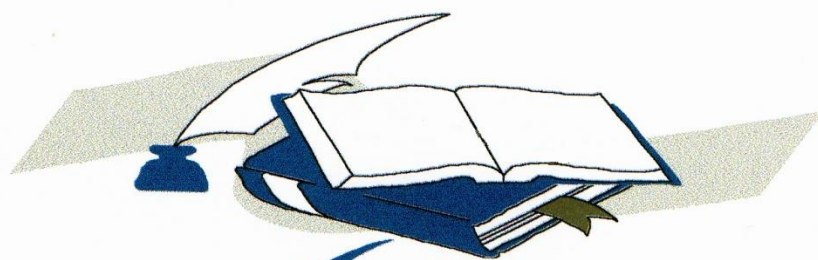
الفصل الأول خصصناه للإطار الميداني للدراسة ، تناولنا فيه الإشكالية وتساؤلات الدراسة وأهدافها وأهميتها ومصطلحاتها مع التطرق لبعض الدراسات السابقة .

وفي **الفصل الثاني** تناولنا ماهية الاتصال حيث قسمنا الفصل إلى أربع مطالب تناولنا في المطلب الأول لمفهوم الاتصال وأهميته ، وفي المطلب الثاني تناولنا خصائص الاتصال وأهدافه ثم يليه المطلب الثالث الذي تطرقنا فيه إلى عناصر الاتصال والعوامل المؤثرة عليه وأخيرا المطلب الرابع والذي خصصناه لمعوقات ومعوقات الاتصال.

في حين تطرقنا لاستراتيجيات الاتصال في **الفصل الثالث** حيث قسمنا الفصل إلى خمس مطالب جاءت بالترتيب: مفهوم إستراتيجية الاتصال، مبادئ الإستراتيجية الاتصالية، عناصر الإستراتيجية، خصائص الإستراتيجية الاتصالية وأخيرا معوقات الإعداد إستراتيجية الاتصال وختمنا الفص بخلاصة .

وفي الفص الرابع والأخير الذي خصصناه للجانب التطبيقي حيث تطرقنا لمجالات الدراسة ومنهج الدراسة وعينته ثم عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات ، قمنا بتخصيصه لتقديم الثانوية .

الفصل
الأول :
الإطار المنهجي
للدراسة



1.1) الإشكالية :

يعتبر الاتصال من أكثر المواضيع التي شغلت اهتمام المفكرين والباحثين في مختلف الفروع المعرفية والمجالات العلمية كعلم النفس والاجتماع والانثروبولوجيا والتاريخ كما يعتبر من أهم النشاطات الإنسانية المبنية على التفاعل بين الأفراد والمجتمعات قصد تنمية وتقوية علاقاتهم الاجتماعية ومع تتابع العصور زاد الإحساس بدوره البارز في استمرار حياتهم وتحقيق مصالحهم المشتركة وتطور أنماط حياتهم وتنظيم أنشطتهم من خلال تبادل المعلومات والأفكار والآراء والحقائق وتفهمها باستخدام لغة مفهومة عبر قنوات معينة وعليه فإن الاتصال بمختلف اتجاهاته وأطرافه يعتبر المحور الرئيس لأي مؤسسة والتي تعتبر تجمع أشخاص ذوي كفاءات متنوعة تخضع لمنطق دقيق ولمقاييس محددة من الناحية الهندسية والبشرية بغية تحقيق الغايات والأهداف المسطرة، كما يعد الاتصال عملية حيوية لنجاح واستمرارية المؤسسة باختلاف مجالاتها منها الاقتصادية والثقافية والدينية والتربوية التعليمية.

وهنا يمكن تعريف المؤسسة التربوية بأنها الوسط الذي يساعد الفرد على النمو لمختلف جوانب شخصيته، والتي تسعى من خلاله المجتمعات إلى نقل ثقافتها وتطور حضارتها ومن ابرز هذه المؤسسات التربوية في المجتمع المؤسسات التعليمية إذ تكون هذه الأخيرة مفتوحة أمام جميع التلاميذ فيتعلمون منها ويأخذون منها الدروس والمعارف التي يحتاجونها في حياتهم وتكون مجهزة بما يخدمهم من موارد بشرية ومادية، وهنا يجدر الإشارة بان التربية والتعليم هما المدخل إلى التنمية الشاملة، وهي الركيزة الأساسية للمجتمعات.

فالالاتصال في المؤسسة التربوية يعد أداة لتنمية الإنسان وتطور معارفه و خبراته سواء من الناحية الاجتماعية أو السياسية أو التنقيفية أو التربوية إذ يكون له دورا هاما في تحقيق هذا الهدف وتبرز أهميته من خلال ممارسة كافة العمليات الإدارية كاتخاذ القرار والتنظيم والتنسيق والتوجيه، وكذلك يعمل على توطيد العلاقات الإنسانية بين مختلف مواردها البشرية وتأييد ثقة جمهورها الداخلي والخارجي، فلقد أصبح الاتصال المطلوب الأساسي لنجاح المؤسسات بمختلف أشكالها ولهذا نجد معظم المؤسسات في الجزائر

تسعى إلى تفعيل دور الاتصال وهذا راجع إلى أهميته في تقدمها نحو الأفضل والوصول إلى أهدافها، فنجاح المؤسسة التربوية التعليمية يرتبط بشكل كبير بنجاح عملية الاتصال، ومن بين هذه المؤسسات التربوية اخترنا بعض ثانويات ولاية المسيلة والتي ارتأينا أنها ستساعدنا في دراستنا من أجل توضيح عملية الاتصال فيها ومدى نجاحه وتحقيقه للأهداف التربوية، ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي وهو: هل هناك إستراتيجية اتصالية داخل المؤسسات التربوية الجزائرية؟ ما هي أنواع الاستراتيجيات السائدة داخل المؤسسات التربوية؟

2. تساؤلات الدراسة:

1. ما هو نمط الاتصال السائد في المؤسسة التربوية الجزائرية؟
 ٥ ما هي أهم وسائل الاتصال التربوي الداخلي المعتمدة في المؤسسات التربوية الجزائرية؟

٥ ما هي معوقات الاتصال في المؤسسات التربوية الجزائرية؟
 ٥ هل يساهم الاتصال في تحقيق أهداف المؤسسة التربوية الجزائرية؟

3. أهداف الدراسة :

1. معرفة نمط الاتصال السائد في المؤسسات التربوية الجزائرية.
 2. الكشف عن أهم الوسائل المستخدمة من قبل المؤسسات التربوية الجزائرية ومدى فاعليتها.

3. معرفة المعوقات التي قد تصيب المؤسسات التربوية الجزائرية ووضع نظام فعال له .

4. معرفة مدى نجاح الاتصال التربوي في تحقيق أهداف المؤسسات التربوية الجزائرية.

4. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته وهو استراتيجيات الاتصال داخل المؤسسات التربوية والتي تعتبر تنظيما إنسانيا يشهد تعددا في العلاقات الإنسانية وديناميكية في عملية الاتصال الذي يعتبر الركيزة الأساسية لتحقيق نشاطات المؤسسة

وإشباع حاجاتها، وهذه الدراسة تساعدنا على معرفة دور الاتصال في المؤسسات التربوية وكذا الأساليب المعتمدة، وكذا تحديد الوسائل والأساليب المستخدمة فيها كما تساهم هذه الدراسة في المعرفة النظرية والميدانية كونها تتناول موضوع الاتصال التربوي الذي بدوره يعتبر عنصر فعال في نقل الأفكار والمعلومات التربوية والتعليمية بين الجماعة التربوية ومساهم في تحقيق نجاحها وترقية مستواهم ومردودهم الوظيفي، والعلمي وهذه الدراسة تعطي صورة عن واقع الاتصال داخل المؤسسات التربوية الجزائرية

5. مصطلحات الدراسة :

يحتوي كل بحث أو دراسة علمية على مجموعة من المصطلحات و المفاهيم التي يجب على الباحث التعريف بها في إطار الدراسة وتسهل على القراء فهمها.
أولاً: الإستراتيجية:

1..لغة : هي فن من الفنون العسكرية يتناول الوسائل التي يجب الأخذ بها في قيادة الجيوش. (1)

2..اصطلاحاً: وهو يعني علم وفن قيادة "Stratégie" تاريخياً اشتق هذا المصطلح من اللفظ اليوناني " إستراتيجية الجيوش لكن وبمرور الوقت أصبح يستخدم مصطلح الإستراتيجية في ميدان الأعمال وعلى مستوى الأجهزة الحكومية وغيرها من المنظمات فقد تطور مفهوم وتعريف كلمة إستراتيجية عبر مختلف صور التاريخ وفقاً لاختلاف وتطور التقنية في كل عصر عن الآخر ووفقاً لتباين المدارس الفكرية والسياسية لكل قائد أو مفكر ومن هنا تتبع الصعوبة لتقديم تعريف جامع لكلمة إستراتيجية، لأن الإستراتيجية تتطور تبعاً لتطور الاقتصاد والسياسة والعلوم لذلك فإن محاولات تعريفها تتصف بالتعدد والتنوع ، وفي هذا الإطار سوف نعرض بعض هذه المحاولات وذلك على النحو التالي:

براون واوكونور **Brown and Oconnor**: الإستراتيجية : هي تحديد وتقييم المسارات البديلة لتحقيق رسالة أو هدف محدد ثم اختيار البديل المناسب.

1- المنجد الأبجدي، دار المشرق، المطبعة الكاثوليكية ، بيروت، ط 2 ، ص63.

جلويك وجاوش Glueck and Jauche : هي خطة موحدة ومتكاملة وشاملة تربط بين المزايا التنافسية للمنظمة ، والتحديات البيئية والتي تم تصميمها للتأكد من تحقيق الأهداف الأساسية للمنظمة من خلال تنفيذها بواسطة المؤسسة. (1)

ثانياً: التعريف الاصطلاحي للاتصال:

يعرف الباحث c.cherry الاتصال على أنه: « العنصر الأساسي في الحياة الاجتماعية ومشاركة الأفراد في الرمز والمعنى والإشارة واللغة وكافة أنواع العلاقات الاجتماعية التي تعدت في الحياة اليومية » (2)

ركز الباحث في تعريفه للاتصال على أنه هو أهم عنصر في الحياة الاجتماعية وأهم الفروقات الفردية ومدى استيعاب فهم كل فرد.

ويمكن تعريف الاتصال أيضا على أنه: « العملية التي بموجبها يقوم شخص بنقل أفكار أو معاني أو معلومات على شكل رسائل كتابية أو شفوية مصاحبة بتعبيرات الوجه ولغة الجسم وعبر وسيلة اتصال، تنتقل هذه الأفكار إلى شخص آخر بدوره يقوم بالرد على هذه الرسالة حسب فهمه لها » (3).

ركز هذا التعريف على أن الاتصال بواسطته يستطيع الإنسان تكوين علاقات مع إنسان آخر بتبادل الأفكار والمعلومات أو العواطف والأحاسيس، إذا من شأنه تكوين علاقات التي بواسطتها توجد المؤسسات وتواصل أداء وظائفها.

التعريف الإجرائي للاتصال :

لقد تعددت مفاهيم الاتصال بين الباحثين والمفكرين وذلك لاختلاف أفكارهم وتخصصاتهم، إذ يعتبر الاتصال ظاهرة من الظواهر الاجتماعية التي تحدث في الحياة اليومية، فهو عبارة عن تبادل أفكار والمعلومات سواء كانت كتابة أو إشارة أو كلمة بين الأفراد والجماعات.

1- عيسى السلام ، أبو قحف ، أساسيات الإدارة الإستراتيجية ، الدار الجامعية ، 1992 ، ص53 .

2- عبد الله محمد عبد الرحام، سوسولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، مصر، ط 1، 2002 ، ص53 .

3- فاطمة عبد الرحيم النواسية، الاتصال الإنساني بين المعلم و الطالب، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن ، ط 1 ،

2012، ص16 .

ثالثاً: تعريف المؤسسة التربوية: « تقوم التربية بتنمية قدرات الأفراد دمجهم في ثقافة مجتمعهم وتزويدهم بالقيم والاتجاهات والمعارف التي تمكنهم من التجديد والابتكار والاستجابة للتغيرات السريعة ، ولهذا اهتمت التربية بتجاوز مرحلة تقليد الطلاب المعارف، وركز ... على إحداث تغيرات بنائية أساسية في فلسفة وبنية التربية والتعليم ومحتواه وطرائقه، كي يساهم في إظهار اتجاهات جديدة وثيقة الصلة بالتنمية . فالتنمية نتاج مهارة وقيم موجهة نحو تحقيق الأهداف، وهنا تبدو أهمية المؤسسة التربوية لخدمة مطالب التنمية والإسهام فيها» (1)

ركز هذا التعريف على إسهام المؤسسة التربوية في تنمية قدرات الأفراد ودمجهم في المجتمع باعتبار تنظيم اجتماعي مصغر وظيفته تلقين المعارف والخبرات **التعريف الإجرائي للمؤسسة التربوية :** هي تنسيق اجتماعي مصغر يعرف باسم المؤسسة التربوية التعليمية، وهي مفتوحة أمام جميع التلاميذ، وظيفتها تربية الأفراد وتزويدهم بالدروس والمعارف التي يحتاجونها في حياتهم في إطار قوانين و علاقات اجتماعية، ليكونوا أفراد فاعلين في مجتمعهم، كما تكون مجهزة بما يخدمهم من معلمين وأجهزة.

رابعاً: تعريف الاتصال التربوي:

يعرف الاتصال التربوي في ميدان الإدارة المدرسية على أنه: « نقل للأفكار والمعلومات التربوية والتعليمية بصفة خاصة من الناظر أو مدير المدرسة إلى المعلم والعكس أو من الناظر أو المدير إلى مجموعة من المعلمين أو من مجموعة من المعلمين إلى مجموعة أخرى سواء بالأسلوب الكتابي أو الشفهي أو بوسائل أخرى مختلف بحيث يتحقق الفهم المتبادل بين أسرة المدرسة وينتج عنه اقتناع من جانب المتصل به مما يؤدي إلى وحدة الهدف والجهود، بحيث تتحقق في النهاية أهداف المدرسة وفلسفتها التربوية والتعليمية» (2)

1 نبيل عبد الهادي، علم الاجتماع التربوي، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2007، ص109 .
2-ماجدة لطفي السيد تقنيات الإعلام التربوي و التعليمي ، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، ط1، 2011 ، ص24

هذا التعريف ركز على الاتصال التربوي الداخلي في المؤسسات التربوية بين الرؤساء والمرؤوسين وأهمل الاتصال الخارجي بين مختلف المؤسسات التي تتعامل معها المؤسسة التربوية.

التعريف الإجرائي للاتصال التربوي: وهو التي يستخدمها المعلم لإيصال مختلف المعلومات للتلاميذ عن طريق التعبير والتسجيل وهو انتقال المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات من شخص لآخر أو لمجموعة، وهو عملية نقل وتبادل المعلومات الخاصة بالمؤسسة التربوية داخلها وخارجها.

خامسا : تعريف إستراتيجية الاتصال:

تعتبر إستراتيجية الاتصال من بين العوامل الهامة المساعدة في عملية تحديد الطرق والوسائل المساهمة في تطبيق وأداء الإستراتيجية العامة للمنظمة، وإذا كانت هذه الإستراتيجية تعد بعداً بالنسبة للإستراتيجية العامة للمنظمة فإن التطورات المتسارعة في الاتصال التكنولوجي وفي مختلف الميادين الأخرى، ونظراً للخصائص التي تميز المحيط المتغير للمنظمة جعل الاتصال اليوم جزءاً لا يتجزأ من التفكير الإستراتيجي . (1)

6. الدراسات السابقة :

على حد علمنا ومن خلال إطلاعنا على الدراسات والتي لها علاقة بموضوع بحثنا لم نحصل ومنه فإننا وظفنا ثلاث « واقع الاتصال في المؤسسات التربوية الجزائرية » على دراسات بعنوان دراسات وهي تخدم الجانب النظري والمنهجي لدراستنا.

-الدراسة الأولى : الدراسة الأولى للباحث " سليم كفان " بمذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم مدى فعالية الاتصال « النفس وعلوم التربية تخصص علم النفس العمل والتنظيم بعنوان دراسة -2005 وكان ذلك سنة 2004 التنظيمي في المؤسسة وجوره في اتخاذ القرارات التنظيمية»

-وتدور إشكاليته حول ضرورة الاتصال التنظيمي داخل المؤسسة، ومعيارا هاما لنجاحها أو فشلها وكذا الدور في تفعيل وترشيد القرارات التنظيمية داخل المؤسسة خاصة المتعلقة

1- بسام عيد الرحمن المشاقبة : نظريات الاتصال دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2001 ، ص22 .

بالتنسيق والإشراف والمتابعة والرقابة والتقييم من أجل الوصول بالمؤسسة إلى مستوى تنظيمي فعال في تحقيق الاستمرارية من خلال تحقيق أهدافها و أهداف أفرادها . وفي الأمر توصل إلى التساؤل إلى أي مدى يؤثر الاتصال التنظيمي الفعال داخل المؤسسة على اتخاذ : « الرئيسي المطروح وهو قرارات ناجحة فعالة و رشيدة ؟

وتتدرج ضمنه أسئلة فرعية و هي كالاتي:

1-كيف وما هي السبل والطرق التي نستطيع من خلالها تحسين فعالية الاتصال التنظيمي داخل المؤسسة ؟

2-وكيف نستطيع أن نحقق الفعالية للقرارات المتخذة من طرف المسؤولين بناء على فعالية الاتصال التنظيمي داخل المؤسسة.

3-إلى أي مدى يؤثر الاتصال التنظيمي داخل المؤسسة على اتخاذ قرارات ناجحة وفعالة ؟

-و مجموعة من الفرضيات تمثلت في:

1-فعالية الاتصال التنظيمي داخل المؤسسة لها أهمية كبيرة في تحقيق أهداف المؤسسة وخاصة فيما يتعلق بنجاح القرارات التنظيمية.

2-المعوقات النفسية والانفعالية للاتصال لها تأثير سلبي على عملية اتخاذ القرارات التنظيمية داخل المؤسسة.

3-نجاح القرارات التنظيمية ونجاحتها داخل المؤسسة كنتيجة لفعالية الاتصال التنظيمي داخل المؤسسة.

وتمثلت أهدافها الدراسة في:

1-تحسيس المسؤولين بالأهمية البالغة التي يكتسبها الاتصال في المؤسسة بحيث يعتبر من أهم الوظائف الأساسية التي تقع على عاتق القائد الإداري وذلك لأنه يعتبر كالجهاز العصبي للمنظمة والمؤسسة والذي يبحث فيها عن الحياة ويدفعها اقترابا نحو تحقيق الهدف.

2-تبدي كذلك أهمية الاتصال في علاقته الوثيقة والواضحة في عملية صنع واتخاذ القرارات من طرف المسؤولين نتاج على جهد مشترك من طرف جميع أعضاء المؤسسة.

3- اتخاذ القرار الرشيد يتوقف في ذلك بلا شك على وجود منافذ جيدة للاتصال بكل ما يساهم في عملية صنع القرار.

4- كذلك يجب أن يكون هناك تقييم لما بعد اتخاذ القرار فمجرد اتخاذ القرار لا يعني شيئاً بالنسبة للمؤسسة إذا ما بقي حبيس إدراج مكتب المدير وبظل عديم الأثر ما لم تتم عملية نقله وتوصيله إلى من يهمهم الأمر من وحدات وأفراد.

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي وأدوات جمع البيانات تمثلت في الملاحظة والاستبيان والاستمارة اعتمد على العينة الطبقية العشوائية.

وفي الأخير توصل الباحث إلى جملة من النتائج وهي:

- بالنسبة للمحور الأول : والذي يتعلق بالفرضية الجزئية الأولى وصدقها وتأكيدها وبالتالي نجد فعلاً أن الاتصال الفعال له دورا كبيرا وضروري في المؤسسة خاصة في مجال إنجاز القرارات التنفيذية.

- أما بالنسبة للمحور الثاني : الذي يتناول معوقات الاتصال التنظيمي الفعال وأثرها على اتخاذ القرارات ومن خلال النتيجة المتحصل عليها من تحليل أجوبة الاستبيان الخاص بالإطارات.

- ما بالنسبة للمحور الثالث والأخير : الخاص بالإطارات والعمال تبين أن نجاح القرارات داخل المؤسسة ليس بالضرورة دليل على أن الاتصال فعال داخلها وهذا هناك ظروف أخرى تساعد على نجاح القرارات التنظيمية كالخبرة و الكفاءة المهنية

الدراسة الثانية : تتمثل هذه الدراسة مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، فرع علم الاجتماع الاتصال في المنظمات للباحث " طبيش ميلود " عام 2010 الاتصال التنظيمي وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي للعاملين 2011 « والتي كانت تحت عنوان دراسة ميدانية بإذاعة سطيف ، تدور إشكالية البحث في أن عملية الاتصال عملية بالمؤسسة اجتماعية عن طريقها تتفاعل جماعات العمل مع بعضها البعض داخل المؤسسة أو خارجها ومنه يمكن تحقيق أهدافها . واهتم الباحثين ، وبهذا يصعب تصور أي فعل منظم دون فعالية الاتصال تعتبر المرحلة الأولى للتفاعل الاجتماعي ، وكذلك مد الجسور بين المؤسسة ومحيطها الخارجي، ويعتبر أحد مفاتيح النجاح بالنسبة

للمنظمات باختلاف أهدافها هذا ما يؤدي إلى رفع الروح المعنوية للعاملين وتحسين العلاقة العلاقات الاجتماعية بينهم، ومنه يعد الاتصال التنظيمي الجهاز العصبي في كل مؤسسة ومن هنا يندرج التساؤل الرئيسي وهو : هل هناك علاقة بين الاتصال التنظيمي والتفاعل الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة (إذاعة سطيف) و يسعى في الإجابة عن إشكالية بحثه من خلال الأسئلة الجزئية التالية:

1- ما علاقة الاتصال بتنمية شبكة العلاقات الاجتماعية بين العاملين بالمؤسسة ؟

2- ما علاقة الاتصال التنظيمي بتنمية المهارات الاجتماعية للعاملين داخل المؤسسة؟

3- هل للاتصال التنظيمي علاقة بدديناميكية جماعة العمل بالمؤسسة ؟

وتدور فرضيات الدراسات حول:

-يعمل الاتصال في المؤسسة على تنمية العلاقات الاجتماعية بين العاملين.

-الاتصال التنظيمي ينمي المهارات الاجتماعية للعاملين بالمؤسسة.

-للاتصال التنظيمي علاقة وطيدة بدديناميكية جماعة العمل داخل التنظيم.

وتمثلت أهداف الدراسة في:

1- التعرف على مكانة الاتصال داخل المؤسسة ودوره في تطوير اتجاهات العاملين

وسلوكياتهم قصد تفعيل عملية التفاعل الاجتماعي.

2- محاولة تشخيص وتحليل الاتصال داخل المؤسسة وعلاقته بتنمية المهارات

الاجتماعية للعاملين.

3-محاولة التعرف على نقاط القوة وضعف الإستراتيجية الاتصال داخل المؤسسة.

4- التعرف على عملية الاتصال داخل المؤسسة وعلاقتها بالتفاعل الاجتماعي من خلال

الروح المعنوية للعاملين وما ينتج عنها من التعاون والترابط والانسجام بين جماعة العمل

-وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي ومنهج دراسة الحالة لإجراء دراسته

الميدانية و قدرت عينة بحثه ب 43 فرد، واعتمدت دراسته على أداتين للبحث هما

الملاحظة البسيطة وإستمارة مقابلة التي احتوت على 39 سؤال.

-وفي الأخير توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج تمثلت في:

-النتيجة الأولى : من خلال النتائج المتحصل عليها عبر مؤشرات الفرضية الفرعية الأولى فقد تبين أن الاتصال التنظيمي يعمل على تنمية العلاقات الاجتماعية بين العاملين داخل المؤسسة فقد تحقق الفرض الأول بنسبة قاربت 89.37%

-النتيجة الثانية : من خلال النتائج المتحصل عليها عبر مؤشرات الفرضية الفرعية الثانية فقد تبين أن الاتصال التنظيمي ينمي المهارات الاجتماعية للعاملين داخل المؤسسة ومنه تحقق الفرض الثاني بنسبة قاربت 85.87%

النتيجة الثالثة : من خلال النتائج المتحصل عليها عبر مؤشرات الفرضية الفرعية الثالثة فقد تبين أن للاتصال التنظيمي علاقة وطيدة بجماعة العمل داخل المؤسسة و منه فقد تحقق الفرض الثالثة بنسبة قاربت 90.38%

الدراسة الثالثة : قامت الباحثة « سهيلة عيشاوي » بإنجاز بحث (ماجستير) تحت عنوان " واقع العلاقات العامة في المؤسسة التربوية الجزائرية " بقسم علم الاجتماع والديمغرافيا بكلية الحقوق والعلوم الاجتماعية، جامعة 20 أوت 1955 بسكيكدة و كانت الدراسة الميدانية بثلاث مؤسسات تربوية بقسنطينة عام 2007-2008 . حيث تدور إشكالية البحث حول واقع العلاقات العامة في المؤسسة التربوية الجزائرية وتتطلب هذه الدراسة التعرض بالبحث والتحليل لمتغيرين هما

المؤسسة التربوية في الجزائر التي تحيلنا بدورها على النظام التربوي والكيفية التي يعمل بها لتحقيق أهدافه و هنا نشير إلى أن أي نظام تربوي يستند وظيفيا على النظم الأخرى التي يتهيكّل داخلها أفراد المجتمع.

وتعد المؤسسة التربوية إحدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية المهمة فهي التي تتولى دور استكمال نقل ثقافة المجتمع إلى الأجيال الجديد و ذلك بتهيئتهم لامتلاك قدرة على التكيف مع البيئة.

وبالتالي فإن المؤسسات التربوية هي مؤسسات ماثرة في الأفراد ، حيث تجعلهم يكتسبون مهارات يعتقد المجتمع أنها ضرورية لإعادة إنتاج نفسه ، بما يمكنه من الحفاظ على إستمراره عبر الزمن.

وما هو واقع العلاقات العامة في المؤسسة التربوية الجزائرية : « و يندرج التساؤل الرئيسي تدرج تحته جملة من الفرضيات:

☞ يتميز الاتصال الداخلي للمؤسسة التربوية الجزائرية بأنه أحادي الجانب (من الأعلى إلى الأسفل)

☞ تولي المؤسسة التربوية الجزائرية أهمية كبرى لتواصلها الخارجي.

☞ يتميز استعمال الجماعة التربوية لأدوات الاتصال بتركيزه على الأدوات و الرسائل الرسمية (التي ينص عليها التشريع المدرسي).

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي واعتمدت على أداتين لجمع البيانات هي الملاحظة واستمارة، إستبيان.

أهداف الدراسة:

1-هل توجد ممارسة للعلاقات العامة بالمؤسسة التربوية الجزائرية و ما هي مجالات هذه الممارسة؟

2-هل الجمهور الداخلي للمؤسسة التربوية الجزائرية لديه فكرة واضحة عن العلاقات العامة ؟

3-ما هي الصورة التي يشكلها الجمهور الخارجي للمؤسسة التربوية الجزائرية ؟ كيف ينظر إليها من الخارج ؟
تمثلت نتائج الدراسة فما يلي:

-أكدت الدراسة الميدانية بما لا يدع مجالاً للشك أن الاتصال الداخلي للمؤسسة التربوية الجزائرية متعدد الاتجاهات.

-معظم أفراد العينة أجزموا بأن المؤسسة يسودها نوعاً من العلاقات التواصلية الجيدة التي تساعد على نجاح الاتصال وتمير الوسائل بسهولة ودون تحريف للمعاني وذلك يتم في ظل قيادة ديمقراطية.

-هناك قصور ونقص في أنشطة الاتصال الخارجي بالمؤسسة التربوية الجزائرية و هذا بناء على ما جاء في إجابات العينات.

-علاقة المؤسسة بمحيطها و بيئتها الخارجية ضعيفة وغير فعالة.

تقييم ومناقشة الدراسات السابقة:

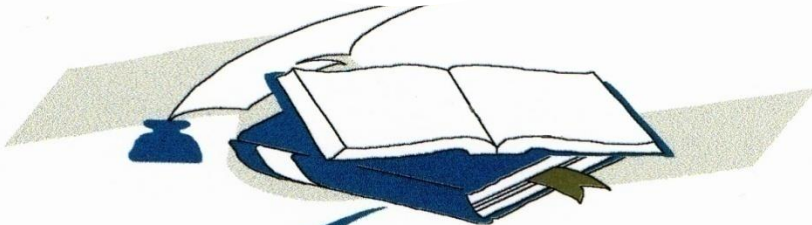
من خلال إطلاعنا الدراسات السابقة التي درست موضوع الاتصال نجدها دراسات مقارنة جدا للدراسة الحالية التي نحن بصدد دراستها حيث أننا تناولنا موضوع الاتصال من وجهات وزوايا مختلفة فالدراسة الأولى درستة الأولى درستة من حيث فاعليته في المؤسسة ودوره في اتخاذ القرارات التنظيمية على خلاف الدراسة الثانية الذي درستة من حيث علاقته بالتفاعل الاجتماعي للعاملين بالمؤسسة .

أما الدراسة الثالثة والأخيرة التي قامت بدراسة المتغير الثاني من دراستنا وهي المؤسسة التربوية الجزائرية أما في دراستنا الحالية، سنتناول إستراتيجية الاتصال داخل المؤسسات التربوية الجزائرية، على مؤسسات التعليم الثانوي بولاية المسيلة، أما بالنسبة لأهمية هذه الدراسات ومدى استفادة الدراسة الحالية منها فقد أفادتنا في الجانبين النظري والتطبيقي.

ففي الجانب النظري ساعدت على تحديد مشكلة الدراسة بدقة وتحديد المفاهيم والمصطلحات بشكل واضح، بالإضافة إلى إرشادنا لبعض الكتب والمراجع، أما بالنسبة للجانب التطبيقي ، فقد أعطت صورة عن المنهج المناسب الذي يتم استخدامه في دراستنا الحالية وكذلك التعرف على أدوات وتقنيات البحث التي تم الاعتماد عليها في جميع البيانات التي تتناسب مع هذه، بالإضافة إلى أنها أرشدتنا في تفادي بعض الأخطاء والصعوبات التي يجب أن نضعها في الحسبان.



الفصل
الثاني:
ماهية الاتصال



تمهيد

يعتبر الاتصال وسيلة هادفة من الوسائل الرئيسية التي تستخدمها المؤسسات التربوية في تحقيق أهدافها، إذ أن جميع العاملين في المؤسسة يتعاملون مع بعضهم البعض من خلال وسائل الاتصال المختلفة من أجل ضمان استمرارية نشاطاتهم وتحقيق أهدافهم من خلال الأنواع المختلفة للاتصال والإستراتيجيات المسطرة، حيث أن التطورات الحديثة في المؤسسات المختلفة أدت بشكل كبير لتدعيم أهمية الاتصال وخاصة الاتصال الداخلي.

لذلك سوف أتطرق في تناولي لهذا الموضوع بفصل يوضح ماهية الاتصال والذي ينقسم بدوره إلى أربعة مطالب مطلب أول مفهوم الاتصال وأهميته، وخصائصه وأهدافه كمطلب ثاني، أما المطلب الثالث فيتضمن عناصر الاتصال والعوامل المؤثرة عليه، وفي المطلب الرابع والأخير تناولنا مقومات ومعوقات الاتصال .

المطلب الأول : مفهوم الاتصال وأهميته:

1.. مفهوم الاتصال:

الاتصال في لغة العربية كلمة مأخوذة من المصدر (الوصل) أي (البلوغ) فيقال (وصل إليه وصولاً ، أي بلغه وانتهى إليه) هذا ما ورد في مختار الصحاح ، ومن تم فإن كلمة "اتصال" مشتقة من "وصل" و "نقول أيضاً" وصل شيئاً بشيئاً " أي تم ربطهما معاً، والاتصال أيضاً يصل الناس بعضهم ببعض من خلال أدوات الاتصال و رموزه وأشكاله (1)

أما في اللغة الإنجليزية : فيعود أصل كلمة اتصال Communication إلى جذور الكلمة اللاتينية Communis والتي كانت تعني في القرنين العاشر والحادي عشر "الجماعات المدنية" بعد انتزاع الحق في الإدارة الذاتية للجماعات في كل من فرنسا وإيطاليا، و قبل أن تكتسب الكلمة المغزى السياسي و الإيديولوجي فيما عرف ب" كومونة باريس" في القرن الثامن عشر " وعرفت الكلمة لاحقاً على أنها" بلاغ رسمي " أو بيان أو توضيح حكومي (2)

بعيد عن هذا التعريف اللغوي للكلمة ليس من السهل الحصول على تعريف محدد، واضح و شامل للاتصال، فمشكلة تعريفه ربما تكون قديمة قدم الحضارة البشرية ذاتها، أما الاتجاهات العلمية الحديثة فلقد تعددت فيها أساليب و طرق تعريف الاتصال. فكلمة "اتصال" تشير إلى معاني عديدة لدى الكثير من الناس فينظر إليها البعض على أنها فن فيعرفونها:

"فن خلق و إشاعة التفاهم بين الناس، أي تبادل ونقل الأفكار ونشرها بين الأفراد والجماعات" (3)

1- كامل حور رشيد مراد ، الاتصال الجماهيري و الإعلام (التطور - الخصائص النظرية) ، دار المسيرة للنشر و

التوزيع و الطباعة ، عمان طبعة مزيدة و منقعة ، ط1 ، 2011 ، ط2، 2014 ، ص 51.

2- المرجع نفسه ، ص52.

3- أمين الساعاتي ، أصول علم الإدارة" تطبيقات و دراسات على المملكة السعودية " دار الفكر العربي القاهرة،

1998، ص24.

ليعرفه آخرون بأنه:

"عملية نقل المعلومات من شخص لآخر، وقد تكون هذه المعلومات آراء أفكار و مقترحات توجيهات، أوامر وغيرها" (1)

ولكن البعض يركز على النشاط الذي يحدث في عملية الاتصال فيعرفوا "الاتصال عملية مستمرة و متغيرة، تتضمن أسباب أو انتقال المعلومات" (2)

وبذلك فقد حاولوا ربط الاتصال باتجاهات وميولات الفرض بينما بدأ بعض الكتاب والباحثين الاهتمام بالاتصال بالنظر إليه من الجانب السلوكي واعتباره عملية اجتماعية ، ومن بين التعاريف التي تؤكد على المنظور السلوكي للاتصال التعريف الذي قدمه كل من "Priston" و "Hawking" ، "الاتصال هو تلك العملية التي يتم من خلالها تعديل السلوك الذي تقوم به الجماعات داخل التنظيمات، بواسطة تبادل الرسائل لتحقيق الأهداف التنظيمية" (3)

من التعاريف السابقة يتضح صعوبة التحليل مفهوم موحد للاتصال هذه الصعوبة مصدرها تعدد الجهات التي يمكن من خلالها النظر إلى الاتصال ، بإضافة إلى غياب نظرية متكاملة للاتصال إلى حد الآن، ولهذا فإنه يمكن أن نستخلص مما سبق أن الاتصال: عملية مستمرة وديناميكية، تهدف إلى نقل وتبادل المعلومات والأفكار واتجاهات والرغبات والآراء بين الأفراد والجماعات أي بين المرسل والمستقبل عن طريق وسيلة كتابية أو شفوية للتأثير في سلوكهم وتوجيههم الوجهة الصحيحة وبذلك اتخاذ قرارات سليمة".

1-حسين حريم، السلوك التنظيمي" سلوك الأفراد في المنظمات " بدار زهوان للنشر والتوزيع، عمان، 1997، ص334

2- أحمد ماهر ، السلوك التنظيمي ، مدخل بناء المهارات " دار الجامعية .

3- محمد قاع القريوتي ، مبادئ الإدارة" النظريات ، العمليات الوظائف ، دار وائل للنشر و التوزيع . الأردن، 2004، ط2، ص311 .

2.. أهمية الاتصال :

الاتصال عملية أساسية وحيوية في نقل البيانات والمعلومات بين جميع وحدات المؤسسة وبين المؤسسات الأخرى، والعمليات الإدارية مثل: التخطيط، التنظيم، اتخاذ القرار، التنسيق، الإشراف، المتابعة، والرقابة والتقويم وكلها تتم عن طريق قنوات الاتصال المختلفة (1) :

☞ يتوقف على هذه المهارة نجاح الأخصائي في ممارسته لدوره المهني سواء داخل المؤسسة أو خارجها.

☞ يمكن من خلاله زيادة معدلات المشاركة من جانب أفراد المجتمع في مشروعات التنمية، وكذلك زيادة انتمائهم لمجتمعهم وذلك لأن المعلومات التي سوف يحصلون عليها من خلال عملية الاتصال تتسم بالصدق والصراحة، والوضوح والشمول.

☞ يكتسب أفراد المجتمع من خلال هذه المهارة معلومات جديدة كما تزيد من فرص التفاعل الاجتماعي فيما بينهم من خلال ما يتم نشره بالصحف والمجلات، والإذاعة والتلفزيون... الخ.

☞ أنها أداة مهمة لربط كافة المكونات الداخلية للمؤسسة مع بعضها وفي تدعيم علاقة المؤسسة بالبيئة المحيطة بها.

☞ إنها أداة فعالة لمواجهة أي شائعات أو معوقات تواجه المؤسسة سواء بين أفرادها أو كانت إشاعات أو معوقات تتصل بالمجتمع المحلي المحيط بها.

☞ أنها وسيلة أساسية في تحسين الأداء والتبادل الفكري بين الرؤساء والمرؤوسين وبين الإدارات المختلفة بالمؤسسة والمؤسسات الأخرى ذات العلاقة بها.

☞ تعمل على خلق فرص الاحتكاك والتقارب بين الأفراد والجماعات، والمؤسسات والمجتمع ومهارة الاتصال مهارة إنسانية فيها احترام الإنسان وقيمه وتفكيره ومشاعره ومن خلالها يتم مواجهة احتياجاتهم الأساسية.

1- صالح ليري، مدخل إلى العلاقات العامة، دار حنين للنشر والتوزيع، الكويت، ط1، 2005، ص129.

المطلب الثاني : خصائص الاتصال وأهدافه:

1..خصائص الاتصال :

- هناك عدة عناصر أو مميزات للعملية الاتصالية نذكر منها ما يلي : (1)
1. علم الاتصال يستمد أصوله من علوم أخرى مثل : علم النفس علم الاجتماع و علم الاقتصاد والفلسفة وجميع هذه العلوم المقتصرة تعتبر الاتصال مجالاً هاماً بالنسبة للموضوعات التي يدرسونها.
 2. عملية الاتصال هي عملية مستمرة وديناميكية وهي ترجع إلى عدة عوامل منها صعوبة ترميز الكثير من الرسائل سواء من حيث المحتوى أو الصياغة ، وكذلك تغير الأهداف واختلافها من رسالة إلى أخرى ومن وقت لآخر وتغير معتقدات وطموحات أطراف الاتصال وغير ذلك من العوامل.
 3. الاتصال عملية تفاعل بين الطرفين تحقق المشاركة في الخبرة بينهما ، فكل من المرسل والمستقبل يشتركان في رسالة واحدة (الصياغة ، التفسير ، التصرف) كما أن كل منهما يؤثر على الآخر.
 4. يمكن أن يتم الاتصال بعدة طرق، وليس فقط طرق الكتابية أو اللغوية حيث يمكن أن تكون الأحاسيس أو المعاني بواسطة سلوكيات أو إشارات معينة.
 5. الاتصال عملية تبادل فكري ووجداني و سلوكيات بين الناس.
 6. يعد الاتصال أحد مظاهر السلوك الاجتماعي، حيث يتطلب وجود أكثر من شخص لكي يكون هناك اتصال، فلا بد من وجود شخص يرسل معلومات وشخص آخر يستقبلها دون أن يوجد أي تشويش حتى تصل المعلومات بالشكل السليم.
 7. يتطلب الاتصال توفر العديد من المهارات كالقدرة على الاستماع والإنصات والكتابة أو التغير الكلام، القراءة...
 8. يهدف الاتصال إلى تحقيق التكامل والتفاهم بين المتصلين، وهي من بين المهام ذات الاعتبار في المجتمعات الحديثة. (2)

1- ناصر دادي عدون ، الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية " دراسة نظرية و تطبيقية " ، بدون دار النشر ، الجزائر ، 2004 ، ص 13 ، 15.

2 -خيربي خليل الجميلي : الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 2001 ، ص 11 ، 12.

2.. أهداف الاتصال:

الاتصالات بين الأفراد والجماعات على درجة عالية من الأهمية، إذ أنه تشير بعض الدراسات والأبحاث العلمية إلى أن الاتصال يشكل % 75 من الأنشطة الجارية في المنظمات فمن الصعب أن نجد مجالاً أو نشاطاً إدارياً يخلو من الاتصال وهذا نظراً للأهداف التي يحققها إن كان داخل أو خارج المؤسسة.

أ) **الأهداف الداخلية للاتصال:** للاتصال أهداف داخلية تتوافق وأهداف المؤسسة من بينها:

☞ تسهيل عملية اتخاذ القرارات على المستوى التخطيطي والتنفيذي من خلال توفير المعلومات للأفراد والجماعات.

☞ تمكين المرؤوسين من التعرف على الأهداف و الغايات المطلوبة من التنظيم تحقيقها من خلال البرامج والخطط والسياسات التي تم وضعها من أجل ذلك ، إضافة إلى المسؤوليات الموكلة للموظفين والصلاحيات الممنوحة لهم في سبيل تحقيقها.

☞ تعريف المرؤوسين بالتعليمات المتعلقة بأصول تنفيذ الأعمال ودواعي تأجيلها أو تعديل خطط تنفيذها.

☞ التعرف على مدى تنفيذ الأعمال والمعوقات التي تواجهها ومواقف المرؤوسين من المشكلات و سبل علاجها (1).

ب) **الأهداف الخارجية للاتصال :** أو الأهداف الاتصال على المستوى الخارجي للمنظمة، وفي هذا المستوى يهدف إلى:

1. الحصول على احتياجات المؤسسة من القوى العاملة التي تتطلبها طبيعة أنشطة المؤسسة كماً و نوعاً.

2. توفير مدخلات الإنتاج للمنظمة بالكمية والسعر المناسبين وفي الوقت المناسب ومن المصدر المناسب.

3. تعريف العملاء بحقيقة الجهود المبذولة داخل المؤسسة مع تعريفهم ببعض المشاكل والصعوبات التي تواجهها في سبيل تحقيق ذلك.

1- صباح حميد علي، غازي فرحان أبو زيتون، الاتصالات الإدارية (أسس ومفاهيم و مرسلات الأعمال) ، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان، ط1، 2007، ص28.

4. تدعيم العلاقات العامة مع الجمهور وقناعه بالخدمات المختلفة التي تقدمها المؤسسة.
 5. التعرف على آراء العملاء والجمهور الداخلي
- المطلب الثالث : عناصر الاتصال والعوامل المؤثرة عليه:

1..عناصر الاتصال :

من خلال التعاريف التي سبقت قسم الاتصال إلى عدة أجزاء وعناصر نوضحها فيما يلي:

1.1. المرسل " sender " : وهو شخص لديه مجموعة من الأفكار ideas والمعلومات التي يود نقلها إلى طرف آخر.

2.1. الرسالة " message " : وهي عبارة عن تحويل الأفكار إلى مجموعة من الرموز ذات المعاني المشتركة بين المرسل والمستقبل.

3.1. الوسيلة " media " : على المرسل اختيار الوسيلة الأكثر تعبيراً وتأثيراً وفعالية على من يستقبلها، وهناك العديد من الوسائل الشفهية والكتابة وأيضا الرسمية والغير رسمية

4.1 المستقبل " receiver " : يستقبل الرسالة من خلال حواسه المختلفة (السمع، البصر، الشم، الذوق، اللمس) ويختار وينظم المعلومات وتحاول تفسيرها وإعطاء معناها

5.1 الرد(المعلومات المرتدة) " feedback " : يقوم المستقبل بالرد على ما تلقاه من معلومات وهنا ينقلب المستقبل إلى مرسل لرسالة معينة مستخدماً وسائل معينة (1) .

6.1 بيئة الاتصال " envuennent " : يحيط عملية الاتصال بيئة غزيرة في مكوناتها فهناك أشخاص يحيطون بكل من المرسل والمستقبل، ووقائع وأحداث تتم أثناء الاتصال، كل هذا يسهل أو يعيق عملية الاتصال (2)

1 - منال هلال مزاهرة، الاتصال الدولي، دار الميسرة، للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2013، ص28.

2- المرجع نفسه، ص29.

2..العوامل المؤثرة عليه :

هناك عوامل نفسية تؤثر تأثيراً مباشراً في مدى فعالية الاتصال، ومن هذه العوامل:

- ☞ ما في داخل الفرد من عادات وقيم وتقاليد وما يحيط به من هذه الأمور .
- ☞ شعور الأفراد بمركب العظمة الذي ينتاب البعض، الأمر الذي يجعلهم يرفضون تلقي المعلومات وتقبلها وعدم الاعتراف بالآخرين ومعلوماتهم وأفكارهم وأفعالهم آرائهم وكذا تأثير إدراك الفرد وتصوره على معنى المعلومات المتبادلة وتشويه المعلومات إما شعورياً أو بدون قصد، إلى غير ذلك من العوامل النفسية التي تحد من مدى فعالية الاتصال
- ☞ نقص الخبرة والكفاءة .
- ☞ التخصص .

المطلب الرابع : مقومات ومعوقات الاتصال :

وهي العوائق التي تصادف أحد عناصر العملية الاتصالية ، وتؤثر على تأديته للدور المنوط به، الأمر الذي يعكس على إتمام عملية الاتصال على صورة المطلوبة أو المرغوبة فيها، والمحقة للهدف المرجو عنها ، وهناك نمطين من الخلل الذي قد يطرأ على عملية الاتصالية و يشكل معوقاً في سبيل تحقيقها للهدف

النمط الأول خلل فني: وهو الذي يعيق الرسالة في رحلتها من المرسل إلى المستقبل.
النمط الثاني خلل دلالي: ويحدث داخل الفرد حين يسيء صياغة الرسالة أو فهم مضمونها لأي سبب من الأسباب، الأمر الذي يؤدي إلى حدوث اختلاف في المعنى بين الرسالة كما أرادها المرسل و كما تلقى المستقبل لها ومن العوائق ما يلي:

1.. عوائق متعلقة بالمرسل: هناك بعض العوائق المتعلقة بالمرسل منها : (1)

- أ. سوء اختيار الرموز والكلمات المعبرة عن مضمون الرسالة أو الهدف.
- ب. عدم التطابق في تفسير مضمون الرسالة عند كل من المرسل والمستقبل لاختلاف الخبرة و إدراك عند كليهما.

1 - هالة منصور ، الاتصال الفعال مفاهيمه و أساليبه و مهاراته ، المكتبة الجامعية ، مصر ، 2000 ، ص62 .

ت . سوء العلاقة بين المرسل و المستقبل، أو الفروق بينهما كبيرة، أو الثقة بينهما مفقودة، ومن تم الاختلاف في تفسير مضمون الرسالة.

ث . عدم اختيار الوقت المناسب لإرسال الرسالة.

2..عوائق متعلقة بالرسالة: هناك عائق متعلق بالرسالة وهو قد تتضمن الرسالة التي تم احتجابها بعض الأخطاء و بعض المواد التي تقلل من وضوح الموضوع وينتج عن ذلك أن تصبح الرسالة المستقبلية على درجة من عدم التيقن و أن عدم تيقن المستقبل للرسالة يطلق عليها التشويش مثلما يحدث في العوائق التي ترتبط بالموثرات الخارجية مثل الضوضاء و ارتفاع درجة الحرارة و شدة البرودة ، التي تحول دون إمكانية حدوث الاتصال بصورة جيدة . (1)

3..عوائق متعلقة بالمستقبل: هناك بعض العوائق المتعلقة بالمستقبل منها : (2) أ. تعامله مع الكم من الرسائل، مما يؤدي إلى تعامله مع البعض منها وإهمال البعض الآخر.

ب . التفسير الخاطئ للرسالة، نتيجة لقراءة ما بين السطور أو لرفض مضمونها أو لموقف عدائي مع المرسل، أو التفسير على ضوء ما ينتظر المستقبل وليس ما تعينه المعلومات بالفعل.

4..عوائق متعلقة بالقناة: هناك بعض العوائق المتعلقة بالقناة منها : (3) أ -اضطرار المرسل إلى استخدام قناة يعينها دونها ملائمتها لطبيعة الرسالة، أو الهدف منها ، أو لطبيعة المستقبل ذاته ، وبالتالي استخدام قناة غير مناسبة أو غير متوافقة مع الرسالة.

ب - الافتقار إلى وسائل الاتصال المناسبة و المتعددة.

1-محمد سلام غباري و السيد عبد الحميد عطية، الاتصال ووسائله بين النظرية و التطبيق، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1991 ، ص31.

2-هالة منصور، المرجع السابق، ص62 .

3- مصطفى كامل أبو العزم عطيه ، السلوك التنظيمي ، المكتب الجامعي الحديث ، مصر ، ص201 .

5..عوائق متعلقة بموقف الاتصالي:

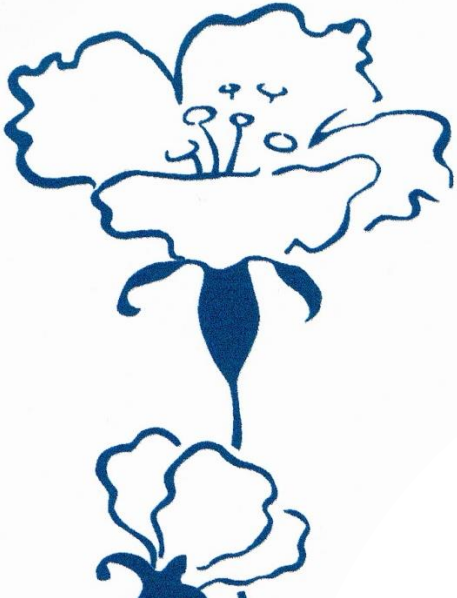
- هناك بعض العوائق المتعلقة بالموقف الاتصال وهي (1):
- وجود بعض المعوقات الاجتماعية مرتبطة بالبيئة الثقافية أو الاجتماعية من عادات وتقاليد وقيم معايير وظروف اجتماعية واقتصادية وسياسية قد تكون مقاومة ومعوقة لهدف الاتصال وبالتالي تحد من التأثير الإيجابي لعملية الاتصال.
 - ما يصاحب التقدم التكنولوجي من سرعة هائلة في تدفق العديد من الرسائل، ومن تم التعامل مع كم كبير وهائل منها في وقت واحد، وما يصاحب ذلك من اختلاف في التفسير والفهم لتشويشها على بعضها البعض نتيجة لهذا التراكم.

1 - هالة منصور، المرجع السابق، ص 62 .

خلاصة :

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل اتضح لنا أن الاتصال نشاط إنساني تفاعلي دائم الحركة بين أفراد المجتمع، وأنه عملية بسيطة وواضحة، والتي تتم بين المرسل والمستقبل مع وجود استجابة عبر قناة معينة من خلال الخطوط الرسمية، وكان على عدة أشكال وأنماط، وهو عملية ضرورية في أي منظمة أو منشأة.

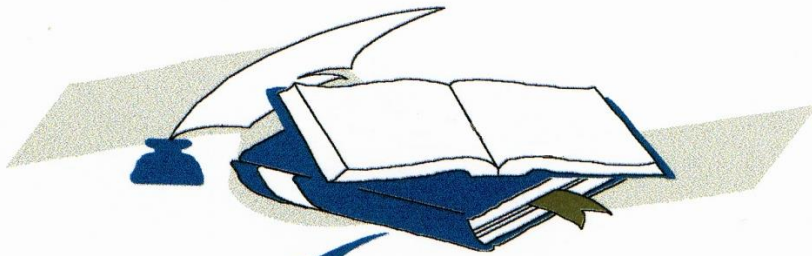
وفي الأخير تطرقنا إلى أهم معوقاته ومؤشرات نجاحه واستنتاجنا من كل هذا أن الاتصال كلما كان فعالا استطاع كل عنصر من عناصر الاتصال أن يؤدي دوره جيدا، وتبين لنا أيضا أنه الأسلوب الناجح للوصول للأهداف المرجوة



الفصل الثالث:

استراتيجيات

الاتصال



المطلب الأول : مفهوم إستراتيجية الاتصال:

أولاً : مفهوم الإستراتيجية:

أصل كلمة "إستراتيجية يوناني Stratigos " وهي جمع " Stratigoy " والتي يقصد بها" فن قيادة الجيش "، حيث كانت تعني الخطة التي توضع لحماية الوطن وهزيمة الأعداء (1) .

تطور مصطلح الإستراتيجية عبر مختلف عصور التاريخ وفقاً لاختلاف و تطور التقنية و لتباين المدارس الفكرية والسياسية لكل قائدة أو مفكر ، ومن هنا تتبين الصعوبة في تقديم تعريف جامع مانع لمصطلح الإستراتيجية لعدم وجود تعريف موحد متفق عليه حتى الآن لهذه الكلمة ، لأن إستراتيجية تتطور تبعاً لتطور الاقتصاد والسياسة والعلوم ، وتستفيد من أحداث ما توصلت إليه العلوم و التكنولوجيا.

يرى **Riely** أن الإستراتيجية تقوم عموماً على دافع المكسب كما هو الوضع في ميدان الحرب ، كما يرى أن المكسب هو المحرك بالنسبة لأية إستراتيجية .

ويعرفها **بوعلام بوشامي** على أنها " مجموع القرارات والحركات المرتبطة باختيارات الوسائل و تمفصل الموارد من أجل الوصول إلى الأهداف (2)

كما يرى أن " القرارات المهمة للاختيارات الكبرى، والرامية أساساً إلى تحديد الغايات الأساسية والوصول إليها ، بمعنى إعداد الأهداف والغايات الأساسية واختيار خطط العمل وتخصيص الموارد الضرورية لبلوغ هذه الغايات. (3)

وقد عرف هذا المصطلح تطوراً في السنوات الأخيرة ليقترح حل الآلات السياسية والاقتصادية وحتى الثقافية، الأمر الذي أعطى له بعداً شاملاً، فأصبح يعرف على

1- محمد أحمد عوض ، الإدارة الإستراتيجية" الأصول و الأسس العلمية " الدار الجامعية للنشر و التوزيع ، مصر 2001، ص03 .

2- بوعلام بوشامي ، مفاهيم إقتصادية و قانونية ، دار هومة ، الجزائر ، 2007 ، ص 39 .

3- بوعلام بوشامي ، نفس المرجع ، ص 40 .

أنه "مجموع الخطط والتعليمات المعدة لمواجهة كل الاحتمالات وذلك على جميع الأصعدة لا الصعيد العسكري وحسب ومن خلال التركيز على التخطيط والمتابعة (1) وقد استعانة علوم الإعلام والاتصال بمصطلح الإستراتيجية لتعبر عن القواعد التي توضع على أساسها صيغة الاتصال، وتتضمن الهدف منه وخواصه والجمهور والموجه إليه.... الخ . (2)

أما في المجال الاقتصادي : مفهوم الإستراتيجي للمنظمة لم يبدأ إلا مع بداية سنوات الستينيات (1960) و يعود أول كتابين في هذا المجال إلى المفكرين: **Alfride Chandler** في كتابه "Strategy and Structure" والذي تم نشره سنة " 1965 "

يعرف **"A.Chandler"** : الإستراتيجية على أنها : تقوم بتحديد الغايات والأهداف الطويلة الأجل للمنظمة، واختيار الإمكانيات والنشاطات وتخصيص الموارد الضرورية للوصول إلى النتائج المطلوبة .

في حين يعرفها **"I.Insoff"** على أنها : "تقوم بقيادة التعديلات في علاقات المؤسسة مع بيئتها وحدود نظامها أما بالنسبة ل **"An-Drew"** .

"الإستراتيجية تشتمل على مجموع الأهداف والسياسات الأساسية والخطط لتحقيق الأهداف" ومنه فالعناصر الأساسية في الإستراتيجية أنها عبارة عن:

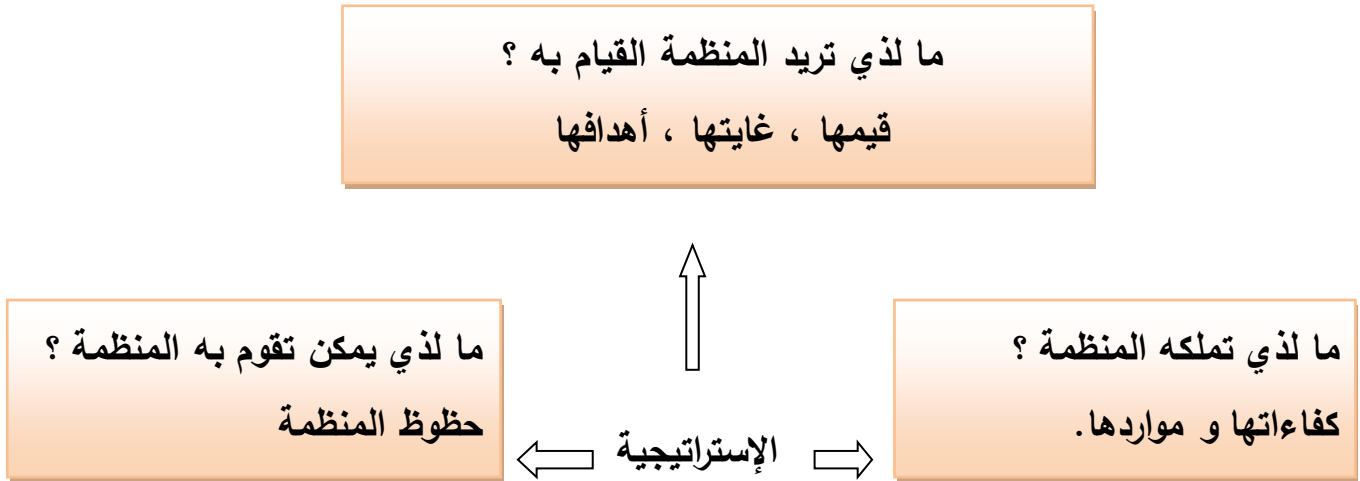
- ☞ اختيار والتوجهات الطويلة الأجل لكل منظمة .
- ☞ تحديد نظام الأهداف .
- ☞ تثبيت حدود الإمكانيات المخصصة للوصول إلى الأهداف .

1- عبد الوهاب الكيايبي وآخرون ، موسوعة السياسة المؤسسة العربية للدراسات و النشر ، لبنان ، ط3 ، 1997 ، ص 170 .

2- أحمد زعبي بدوي ، معجم المصطلحات الإعلامية إنجليزي- فرنسي -عربي -دار الكتاب المصري ، القاهرة ، مصر ، ط 2 ، 1994 . ص 54 .

الإستراتيجية إذاً : تحدد بالكامل الفرص والتهديدات البيئية ، وتمثل قرارات مهمة ومؤثرة تتخذها المؤسسة لتنظيم قدراتهم للاستفادة من هذه الفرص وتجنب أو مواجهة تلك التهديدات، وهي تجيبنا على التساؤلات التالية:

الشكل رقم : (1) رسم توضيحي لإستراتيجية المؤسسة.



ثانياً : مفهوم الإستراتيجية الاتصالية:

تعرف الإستراتيجية الاتصالية على أنها: " المخطط العام للسياسة الاتصالية للمؤسسة أو المؤسسة ، مشروع إجمالي متوسط أو طويل المدى يحدد الأهداف و يختار الوسائل .

أما بيير قريغوري "Pièrre Grigory" فيرى " أن الإستراتيجية الاتصالية هي مجموعة متناسقة من وسائل العمل في الأسواق التي تسمح للمنظمة أو المؤسسة بالاتصال بمحيطها والتأثير على الجماهير" . (1)

كما تعرف الإستراتيجية الاتصالية على أنها" الاختيار بين مختلف الطرق الممنوحة لأخصائي التسويق من أجل التعريف بالمنتج أو الخدمة، و تتمثل هذه الطرق عموماً في الاتصال المباشر، بمعنى وجه لوجه بين البائع و الزبون المحتمل ، والاتصال

1 – Pièrre Grigory , Jean Mark Lilieu ; Marketing , Publicité , Dordomme septembre , 1994 ,P 90

غير المباشر كالإشهار والترويج للمبيعات ، فطبيعة المنتج والسوق هما اللذان يقومان بتحديد الإستراتيجية الاتصالية للمنظمة أو المؤسسة .

وبالتالي يمكن تعريف الإستراتيجية الاتصالية على أنها مجموعة من القرارات الهامة حول الأهداف الاتصالية التي يجب الوصول إليها ، و الوسائل المطبقة من أجل تحقيقها وهي تحتوي على أشكال الاتصال في المؤسسة فكل اتصال يوجه للجمهور المتلقي رسالة مختلفة لأنه غير متجانس ، ويمكن أن يمتد عمر الإستراتيجية الاتصالية من ثلاث سنوات إلى خمس بحيث تدعمها المؤسسة أو المؤسسة لتحقيق أهدافها.

المطلب الثاني : مبادئ الإستراتيجية الاتصالية:

لكي يكون الإستراتيجية الاتصالية قبول و يكون لها أيضاً فعالية ، يجب أن تتبع

مجموعة من المبادئ الأساسية وهي المبادئ الثمانية الأساسية التالي : (1)

1..مبدأ الوجود Existence : يجب أن تكون الإستراتيجية الاتصالية موجودة في الواقع ومحددة بشكل رسمي ، فالكثير من المؤسسات ليس لها إستراتيجية اتصالية ، بل تكفي بعمليات غير منتظمة.

2..مبدأ الاستمرارية Continuité : من أهم الخصائص الأساسية للإستراتيجية الاتصالية فيشترط في الإستراتيجية الاتصالية أن تكون مستمرة على المدى الطويل ، لكي تظهر كفاءتها و فعاليتها.

3..مبدأ التميز Différenciation : إن أحد الأدوار الأساسية للإستراتيجية الاتصالية هي إعطاء المنتج أو الخدمة تميز غير موجود في العروض الأخرى (التميز الإيجابي بالطبع) ، حيث تقاس نوعية الاتصال بدرجة التميز التي يخلقها المنتج أو الخدمة المعروضة.

1- Jean Mark decaudin , la communication , Marketing cobcepts , techniques , strategies ,Paris , 1995 , P : 45 et 50

4..مبدأ الوضوح Claireté : يجب أن تكون الإستراتيجية الاتصالية واضحة و بسيطة وسهلة الفهم لدى الجمهور المستهدف ، فأى إستراتيجية تعتمد على أسس و مبادئ عمل غير مفهومة و معقدة ، فالنتيجة ستكون مبهمة لا قيمة لها.

5..مبدأ الواقعية Réalisme : يجب تطابق الإستراتيجية الاتصالية مع خصائص المنتج أو الخدمة ، وذلك لكي تكون مرحباً لها من طرف الجمهور المستهدف ، فأى معلومة لا ترتبط بالواقع فإنها تؤدي إلى رفض الرسائل المعروضة ، ومن ذلك فقدان المنتج أو الخدمة لقيمته و جمهوره .

6..مبدأ المرونة Flexibilité : إستراتيجية الاتصال يجب أن تكون:

- مرنة حسب مختلف الأشكال الاتصالية.

- مرنة حسب وسائل الاتصال.

- مرنة حسب نوع الخدمات أو المنتج.

7.. مبدأ التناسق Cohérence : يجب أن يتناسق الاتصال مع مجموعة قرارات المؤسسة، وبالخصوص مع قرارات التسويق هدفه، موقعه، قنوات التوزيع.

8.. مبدأ القبول الداخلي Acceptation interne : لا بد على الاتصال ورسائله أن تكون مسموعة و مفهومة من المستهلكين فقط ، بل وأيضا من الجماهير داخل المؤسسة في حد ذاتها (مستخدمين ، عمال ، إطارات) فهذا المبدأ أساسي لأنه جزء من الاتصال فهو سيكون منجز من طرف الموظفين ، وبالخصوص الذين لهم علاقة مباشرة مع الجماهير الخارجيين.

المطلب الثالث : عناصر الإستراتيجية الاتصالية:

يهتم التخطيط الإستراتيجي بالشؤون العامة للمؤسسة ككل ، ويبدأ التخطيط الإستراتيجي ويوجه من قبل المستوى الإداري الأعلى ، وجميع مستويات الإدارة يجب أن تشارك فيها لكي تعمل الإستراتيجية بنجاح ، في عملية تكيف المؤسسة مع بيئتها لتحقيق الغايات التنظيمية وتأكيد بقاء المؤسسة والعمل على تنميتها وتطويرها في المدى البعيد،

والإستراتيجية الاتصالية لا تختص بالدول أو بعض الشركات الصغيرة أو الكبيرة بل هي عنصر أساسي في أي عمل ، إلا أن هذه الإستراتيجية تختلف من جهة لأخرى ، فتخطط إستراتيجية اتصالية لدولة ما هو عملية طويلة ومعقدة مقارنة بالتخطيط لمنظمة أو مشروع حملة اتصالية ، ويمكن تحصيل مراحل هذه الإستراتيجيات في ست مراحل هي : (1)

1..ضبط سياسة المؤسسة وأهدافها:

أول شيء ينبغي معرفته هو أهداف المؤسسة ، وأن تكون أهداف طموحة واقعية محددة، كما يجب أن ترتبط بأولويات البرنامج الاتصالي للمنظمة، فالإستراتيجية الاتصالية هي آلية تستعمل من طرف مدراء ومسؤولي الاتصال من منطلق أنه، عامة أساسية لتحقيق السياسة العامة للمنظمة ومن جانب آخر فنجاعة وفعالية الإستراتيجية الاتصالية مرهونة بالدرجة الأولى بالدعم المعنوي (الأهداف) والمادي من طرف إدارة المؤسسة.

وتحتاج عملية وضع الإستراتيجية الاتصالية إلى جمع قدر كافي من المعلومات حول سياسة المؤسسة وإستراتيجيتها والبيئة المحيطة بها ، فالقائم بصياغة الإستراتيجية لا بد أن يحاط علماً بسياسة المؤسسة في سبيل تحقيق التطور والاستقرار حتى تساهم نشاطاته التخطيطية في تحقيق أهداف المؤسسة ، و الإدارة العليا للمنظمة هي من يملئ هذه الرؤية والمعلومات للمخطط ، ولهذا لا بد له من معرفة وتحليل الفرص والتحديات الكامنة التي تعرقل أو يحتمل أن تعيق أهداف المؤسسة . (2)

وقد تكون هذه التحديات داخلية كإمكانية التأطير و حدودية الموارد ، كما قد تكون خارجية كالبيئة الثقافية للجمهور المستهدف والجو السياسي بمعنى أن الخطة يجب أن

1 -United Nation for Développement(UNDP) : Communication toolkit , available at

<http://web.undp.org/comtoolkit/why-ommunicate/why-core-concepts-com-strat.shtml>

2- Developing a communication strategy, available at

<http://knowhownonprofit.org/campaigns/communicationeffective-communications>

تتعاطى مسبقاً مع هذه التحديات وتضعها في حسابات وضع الخطة مثل بحثها عن الفرص المتاحة للعمل على إرساء أهدافها.

2..تحليل اتصالات المؤسسة:

حتى يتسنى الاتصال بفاعلية وبخاصة حتى يتسنى استثمار الموارد المتاحة ، لا جدوى من الحديث والتمني لأن يصغى ويستجاب للرسائل الاتصالية دون تحديد دقيق للجمهور المستهدف الذي ينبغي الوصول إليه، وليس هذا حسب بل يجب فهمهم واستطلاعهم عن كيفية تقديم الخدمة لهم ، وماذا يحركهم لاتخاذ السلوك المرغوب ، وبمن يتأثرون من قادة الرأي الذين يعتبرون من أهم ركائز إستراتيجية التأثير في الآخرين ، أحياناً بعض قادة الرأي ممن يتق الجمهور فيهم أقوى من حشد من الرسائل عبر الوسائل الجماهيرية الكبرى كالصحف والتلفزيون، وعلى العموم ينبغي تفادي التوجه إلى الجمهور على أنهم الحشد العام في الإستراتيجية الناجحة، إذ هناك تكتيكات معينة للوصول إليهم واستعمالهم كناقلين للمعلومة إلى غيرهم، وهذا يتضح أن الجمهور ليس نهاية العملية الاتصالية، بل بداية لرسائل أخرى يشيعها الجمهور بين أفراد وفئاته، وهذا يتضح أن استقصاء الجمهور المستهدف عملية شاملة تتضمن مسح الجمهور واستعماله أدوات معقدة لجمع المعلومات وأحياناً قد تكون هذه المعلومات متوفرة لدى بعض الهيئات التي تعمل في نفس المجال كالمنظمات الدولية أو أبحاث السوق المتعلقة بالجمهور المستهدف.

3.. صياغة الأهداف الإستراتيجية للاتصال:

بعد أن يتم فهم طبيعة الجمهور المستهدف، تتضح الفكرة التي ينبغي إقناعه بها لتحقيق أهداف المؤسسة، لكن يحتاج هنا إلى طرق عديدة للإقناع بتلك الفكرة إلى جمهور مختلف، فهناك أشكال وقوالب عدة تناسب عرض الفكرة الواحدة كالأخبار والنداءات التي تحقق المقصد الرئيسي للهدف الاتصالي الذي رسمته المؤسسة ، وقد تبين أنه من الفعالية الاتصالية أن تقدم رسائل كثيرة بإطناب، حيث أن تقديم رسالة بسيطة موجزة وواضحة كفيلة بأن تخطف الانتباه ، هذه الرسالة ليس عليها أن تعرف في التفاصيل بقدر ما تحرك عاطفة الناس لأن يستجلوا الحقيقة في الموضوع بأنفسهم.

فتجعلهم يتساءلون (1):

- ما هو البديل؟ ما الجديد؟
- ما المشكلة في الأمر ما مثار الجدل؟
- ما هي المصلحة المشتركة في القضية؟

بعد هذا يصبح من الضروري وضع النقاط على الحروف كما يقال لكن بحجج منطقية واضحة وأسلوب إقناعي مناسب عبر فتح مجموعات نقاش المركزة مع أفراد الجمهور وسرد تفاصيل الموضوع الرئيسي لهذه الحملة واستعمال الوسائل الإعلامية الأخرى لهذا الغرض.

1- عبد الحميد عبد الغفار المغربي ، الإدارة الإستراتيجية لمواجهة تحديات القرن الواحد والعشرين ، د.ط، القاهرة ، مجموعة النيل العربية ، 1990 ، ص26 .

4..تخطيط الأهداف العملية للاتصال:

يحتاج تنفيذ الخطة الاتصالية إلى وسائل اتصالية و فعاليات تنقل الرسالة إلى الجمهور المستهدف، حيث سيظهر القائم بالاتصال للاختيار فيمكنه توظيف جهاز العلاقات العامة لهذا الغرض واستعمال وسائل الاتصال الجماهيرية والمطبوعات وحتى الانترنت ، وسيتساءل عن أفضليتها وأكثرها إستراتيجية إذ هناك بعض المتناظرات لذلك:

- رسائل بسيطة منتظمة أفضل للحملة أم تغطيات إعلامية مناسبة أو عرضيه.
- ندوة وطنية واسعة أنسب للحملة أم سلسلة ملتقيات جهوية.
- رسائل البريد الإلكتروني أو الاتصال الشخصي المباشر هو الأنسب للحملة.

وقد يحتاج المخطط لمعرفة قيمة الإنفاق لكل وسيلة ليوازن احتياجاته ، ويشكل مزيجاً من الوسائل الاتصالية التي تؤدي عرض الإستراتيجية وتقتصد فعالية ، كما يجب عليه أن يمد جسوره الاتصالية مع جمهوره ليتمكن من تقييم العملية الاتصالية بانتقائه لوسائل اتصالية تمكنه من معرفة رجع الصدى ، ولا يكتفي بوسائل الإعلام الصماء (1)

5..تنفيذ و متابعة الخطة الإستراتيجية للاتصال:

تتضمن الإستراتيجية الاتصالية أهداف مرحلية متوسطة و بعيدة المدى لها آجالها المحددة للإنجاز، ومن الضروري تحديد المدة و الموارد اللازمة لكل هدف لوحدة و إلا فقدت الإستراتيجية صفتها من الفاعلية، وهذا لا ينفي عنها صفة المرونة كما يعتقد ، فالوقت الإضافي محسوب في الآجال مسبقاً و من الأفضل دائماً البداية بالأهداف البالغة التأثير والمنخفضة التكاليف . (2)

1- محمد محمد البادي ، التخطيط الإستراتيجي للاتصال ، ط 1 ، دمياط الجديدة ، دار المهندس للطباعة ، 2005 ، ص146 .

2- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام إشكاليات التخطيط والممارسة، دار جريد ، الأردن، ط 12 ، 2010 ص55

وعند تنفيذ الإستراتيجية يراعى توكيل المسؤوليات و تنظيم الأدوار داخل نطاق المؤسسة، فوضوح الخطوط الفاصلة بين المسؤوليات يفضي إلى التحكم السلس في مسار الإستراتيجية و يخول التدخل التصحيحي المناسب في الوقت الحرج، على أن تسير الإستراتيجية ككل يحتاج لدعم الإدارة العليا المخططة.

6..التقييم والتقويم:

هناك اعتقاد بأن الإستراتيجية رهان ومقامرة لا يمكن قياسها ، وهذا منطوق خاطئ، لأن الإستراتيجية مزودة ضمناً بآليات للتقييم يمكنها من تقليص الأخطاء وتقادي التوجيه إلى الوجهة الخاصة ، وهذه بعض أشكال التقييم:

- قياس الانتباه للرسالة قبل و بعد التعرض لها من قبل الجمهور المستهدف.
- ترجمة نتيجة القياس أثناء التنفيذ إلى نشاط (فعل) للتصحيح أو الدعم.
- رجع العددي عند مختلف الفعاليات المنجزة.
- تعقب حجم وطبيعة التغطية الإعلامية جغرافياً وإدراكياً من قبل الجمهور المستهدف.
- حجم رسائل الاستعمالات التي يبعثها الجمهور وطبيعة مضمونها.
- حجم الدعم المجتمعي و المادي (الهبات) الذي تلقاه الحملة في سبيل إنجاحها.

المطلب الرابع : خصائص الإستراتيجية الاتصالية

الإستراتيجية الاتصالية هي ممارسة إستراتيجية أكثر منه وسيلة لتخطيط فعال ، والفرق واضح بين التخطيط قبل التطبيق والتخطيط حال الممارسة ، وهذه هي من أهم خصائصها التي تميزها عن التخطيط الإستراتيجي المحض ، وهي العمل في بيئة متغيرة لتحديد الأهداف حسب الأولوية وتحديد الجمهور المستهدف لمخاطبته بالرسالة المناسبة باختيار أنجع الوسائل الاتصالية ، ولتذليل صعوبة العمل على هذه البيئة المتغيرة فإن الإستراتيجية الاتصالية بحاجة إلى ما يسمى قائمة التدقيق والفحص لإمكانيتها و تحديد

مواطن ضعفها فيما يخص علاقتها بالمحيط الخارجي ووسائل الاتصال المتاحة لها بأنواع الشركاء القادرين على دعمها... الخ.

ومن خصائص الإستراتيجية الاتصالية أيضاً اعتمادها على صياغة مصداقية دائمة لها بفعل عملها على تطوير خطاب راقى مع جمهورها يتسم بمواكبة آراء و صدق الواقع و يلتمس المواطن النقد على الموضوع الذي تعمل على توسيعه.

من تم تسعى لتفادي أي عارض يمس مصداقيتها و يشكل تحدياً أمام وصول رسالتها إلى جمهور المستهدف كما أرادها المرسل ، وقد يكون المصدر في سوء تفكيك الرسالة راجعاً إلى الأسلوب الذي يحتاج لتطوير أو بسبب تعقد الوسيلة التي تحمل هذه الرسالة لذا كان من أهم وسائل الدعم التي تحتاجه الإستراتيجية الاتصالية في مجال التسويق الاجتماعي هو الاتصال الشخصي عبر قادة الرأي وفعاليات المجتمع المدني الذين يساهمون في تفكيك وتفسير موضوع الحملة التي رسمها صانع القرار . (1)

ومن خصائصها أيضاً اعتمادها على تمديد اتصالاتها عبر كافة وسائل الاتصال المتاحة ، حيث أن ما أضاف الإستراتيجية الاتصالية قوة في هذا العصر تدعمها شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات التي أصبحت من أكبر منافسي وسائل الاتصال الحديثة في قدرتها على الوصول إلى الجماهير الأكثر تحديداً بفعل فكرتها القائمة على تدوين خصوصيات المستخدمين و تفضيلاً لهم في كافة شؤون حياتهم ، إضافةً إلى قدرتها على تحقيق قدر كبير من التفاعلية الاتصالية التي تفتقدها وسائل الإعلام التقليدية.

الإستراتيجية بالنسبة للمؤسسات هو اختيار حيوي لها ، و من غير المفيد القيام بالتواصل مرة واحدة ، شهراً أو سنة فقط ، حيث أن الإستراتيجية ترتبط بالمواظبة واستمرار والتكرار على دوام لأجل الحصول على النتائج الحقيقية (2)، فهذه الإستراتيجية هدف إلى

1 -United Nation Global compact office : Creating an effective communication strategy ,2009 ,P : 3-18

2- أوليفيا كروزي ، سيلفي جيلبارت، مخطط التواصل، فريق الترجمة بالدار المتوسطية للنشر، تونس، ط1 ، 2011 ، ص195 .

إقامة علاقة لا تتفصل بين العلامة التجارية و الجمهور المستهدف ، ونفس الشيء يمكن قياسه إلى قيام بحملات التوعية المرورية فإستراتيجيتها قائمة على اليقظة والحذر من مسببات الحوادث على مدار الوقت .

المطلب الخامس : معوقات الإعداد إستراتيجية الاتصال :

إن عملية الاتصال تبدأ من المرسل و تنتهي إلى المستهلك خلال هذه العملية تتعرض إلى معوقات مختلفة تعمل على تشويش المعلومات ، مما يؤدي إلى حد من فعالية الاتصال ، لذلك و عند البدء في إعداد الخطة إستراتيجية للاتصال لابد من أخذها بعين الاعتبار و إجمال هذه المعوقات في ثلاث مجموعات:

- معوقات شخصية.

- حواجز تعبيرية.

- معوقات تنظيمية.

أولاً: معوقات شخصية:

يختلف الأفراد في ميولاً تهم، لذا فإن تفسير الفرد لمضمون أي رسالة يرسلها أو يستلمها يتوقف على حالته النفسية و طريقة تفكيره، و مستوى إدراكه.

كما تلعب الدوافع لدى الأفراد دوراً كبيراً في الترجمة و التفسير كل كلمة تصلهم

من رؤسائهم تفسيرات متفاوتة حسب ما يعالجه من عواطف ومشاعر (1)

من هذه المعوقات نجد (2)

1.. تباين الإدراك : إن تباين بين الأفراد في إدراكهم لمواقف مختلفة يعود لاختلافاتهم

الفردية وبيئية مما يؤدي إلى اختلاف المعاني التي يعطونها للأشياء.

1- محمد قاسم القريوتي ، مبادئ الإدارة" النظريات ، العمليات ، الوظائف" دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط2 ، 2004 ، ص 336 .

2- محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمية في منظمات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان ، ط2 ، 2004 ، ص252 .

- 2.. إدراك الإنتمائي : يميل الفرد للاستماع إلى ما يتناسب مع معتقداته وأفكاره و آراءه والعمل على إعاقة المعلومات التي تتعارض مع ما يؤمن من قيم واتجاهات وآراء وأفكار
- 3.. الانطواء : عدم مخالطة الآخرين ، أو تبادل المعلومات.
- 4.. حبس المعلومات و عدم الإدلاء بها : أو المبالغة في عملية الاتصال كالإفراط في كتابة التقارير وإدلاء بالمعلومات.

5.. سوء العلاقة بين الأفراد : وبالتالي تكون المعلومات المتبادلة مشوهة أو ناقصة.

ثانياً: الحواجز التعبيرية: تبدو هذه العوائق نظراً لاستخدام الرموز داخل الكلمات مما قد يؤدي إلى تفاوت المعنى أي أنها قد تؤدي للعديد من المعاني، و يرجع هذا الاختلاف لشخصية بين الأفراد ، والخبرة ، والخلفية الثقافية . (1)

و نبين فيما يلي بعض الحواجز التي تحول الاتصال الفعال وهي : (2)

1- تغيير المعنى المقصود : قد يحدث تغيير في معنى المقصود لأسباب ميكانيكية كعيوب في العصب البصري أو ضعف في تصوير الرسالة نتيجة تغيير في موجات الإرسال ، و إذا ما حدث ازدواج في المعنى أو الفكرة يمكن التغلب على ذلك عن طريق ما يسمى بالتقمص وذلك يوضع الشخص نفسه في مكان آخر.

2- عقبات تعبيرية : فالكثير من الكلمات تحمل أكثر من معنى وفقاً للموقف الذي يستخدم فيه و قد تكون لها نفس المعنى والمفهوم في لغة ما وثقافة ما بينهما لا يكون لها معنى في اللغات والثقافات الأخرى.

1- محمد عمر الطنوبي ، نظريات الإتصال ، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية ، مصر ، ط1 ، 2000 ، ص 138

2- محمد فريد الصحف، المصري سعيد محمد، إدارة الأعمال ، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع ، الإسكندرية

، 1998 ، ص 267 .

3-قابلية للقراءة: فعندما نستخدم الكلمات المكونة من عشر أحرف وكذلك الجمل المركبة في الكتابة ، فإنه من الصعب على الشخص العادي أن يفهم محتوى الرسالة حيث يجب أن يصمم الاتصال لتثبت الرسالة من خلال استخدام اللغة السهلة.

4-التوقيت : يتطلب الأمر للحصول على النتائج المرجوة وصول الرسالة في نفس الوقت لكل الأفراد بينما في أحوال أخرى يتطلب الأمر وصول المعلومات بالتتابع حسب توقيت زمني مخطط.

5-التجريد : نقصد بها إهمال التفاصيل بحيث يقتصر الاتصال على الحقائق كما ندركها وليس كما هي موجودة فعلاً.

ثالثاً : المعوقات التنظيمية: إن للملامح التنظيمية تأثير كبير على نوعية الاتصال السائد ، ومن ذلك:

☞ غموض الأدوار ودم تحديد الصلاحيات أو عدم مناسبة نطاق الإشراف الذي يؤدي إلى تشويش الاتصالات.

☞ مركزية التنظيم التي تحتم ضرورة رجوع الأفراد لشخص واحد يمتلك قدرًا كبيراً من المعلومات رغم بعده عن مراكز التنفيذ، الأمر الذي يقلل من سرعة الاتصالات ويزيد من وجود احتمالات كثيرة لضياع المعلومات وعدم صحتها.

☞ تعدد المستويات الإدارية الذي ينجز عنه طول المسافة القاعدة وقمة الهرم في الهيكل التنظيمي ومرور المعلومات بسلسلة من المستويات الإدارية مما يعرض المعلومات لعملية التحريف.⁽¹⁾

☞ عدم الاستقرار التنظيمي والتغيرات المتتالية في فترات متقاربة لا يوفر المناخ الملائم للاتصال الجيد .

1- محمد قاسم القريوتي ، مرجع سابق ، ص 337 .

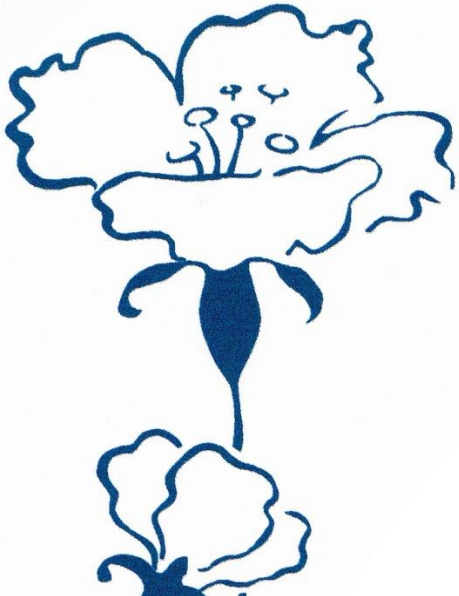
عدم وجود إدارة للمعلومات أو قصور فيها مما يؤدي عجز في جمع المعلومات وتصنيفها وتوزيعها بحيث تسهم في رفع كفاءة الاتصال.

القصور في ربط المؤسسة بالبيئة الخارجية فالبيئة من يزود المؤسسة بالمعلومات عن المستهلكين والمواردين وسوق العمل . (1)

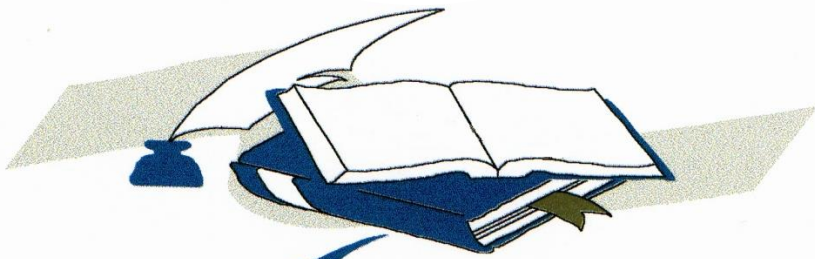
1- محمود سلمان العميان ، مرجع سابق ، ص 253.

خلاصة :

لقد تباينت الآراء والمفاهيم بشأن تحديد مفهوم دقيق وواضح لاستراتيجيات الاتصال من مختلف الباحثين والمفكرين والمختصين، إلا أن هناك إجماع شامل حول أهميته في المؤسسة.



الفصل
الرابع:
الجانب التطبيقي



أولاً: مجالات الدراسة :

- 1 -المجال الزمني : أجريت الدراسة من بداية الموسم الدراسي
- 2 -المجال البشري : أساتذة وموظفي ثانوية الشهيد بن ناعة السعيد.
- 3 -المجال المكاني :

أجريت الدراسة ب : ثانوية الشهيد بن ناعة السعيد :

☞ تاريخ افتتاح المؤسسة: 05-03-2005.

☞ عدد القاعات : 22.

☞ عدد المكاتب الإدارية : 7

☞ قاعة مخصصة للأساتذة: 01.

☞ مدرج : 01.

☞ قاعة الرياضة : 01.

☞ مخزن: 01.

☞ مخابر : 06.

☞ المترشحين للباكوريا : 230 تلميذ وتلميذة.

☞ عدد الأساتذة : 53.

☞ الشعب :

○ آداب .

○ فلسفة.

○ لغات أجنبية.

○ علوم تجريبية.

○ تسيير.

○ تقني رياضي.

☞ عدد التلاميذ : 743 تلميذ.

○ عدد تلاميذ السنة الأولى ثانوي : 315 مقسمة إلى 8 أفواج.

○ عدد تلاميذ السنة ثمانية ثانوي : 192 مقسمة إلى 9 أفواج.

○ عدد تلاميذ السنة الثالثة ثانوي : 136 مقسمة إلى 9 أفواج.

☞ الأقسام : 26 قسم.

☞ تلاميذ النصف داخلي : 132.

☞ عدد الموظفين والعمال : 31.

ثانيا : منهج الدراسة وعينته :

لكل مشكلة أو ظاهرة منهج خاص يتماشى مع طبيعة تركيبها حيث يقوم للبحث العلمي الكثير من الفوائد التي تساعد على فهم مختلف الظواهر.

تعريف المنهج على أنه « الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة، لاكتشاف الحقيقة والإجابة على الأسئلة والاستفسارات التي يثير موضوع البحث إليها وهو البرنامج الذي يحدد السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها » (1).

يعرفه عبد الرحمان بدوي بأنه: « الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيئ على سير العقل وتحديد عملياته . حتى يصل إلى النتيجة معلومة » (2).

«وهو أيضا متابعة ورصد لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة» .. (3).

وعليه فالمنهج المناسب لدراستها هو المنهج الوصفي الذي هو « تصوير لما هو كائن أي الوضع الحالي أو الراهن فهو يصف خصائصه والظروف المحيطة به» (4).

الوصف في دراستنا يتمثل في إعطاء صورة عن واقع الاتصال في المؤسسات التربوية الجزائرية في الطور الثانوي ، وهذا المنهج لا يقتصر على الوصف الدقيق

1- مروان عبد المجيد، أسس البحث العلمي، لإعداد الرسائل العلمية، مؤسسة الوراق، عمان ، ط 1 ، 2000 ، ص52 .

2- المرجع نفسه ، ص58

3- كامل محمد المغربي ، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الأرن ، ط 1 ، 2007 ، ص86 .

4- محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، مصر، ط 2 ، 2004 ، ص158 .

للظاهرة وفقط بل يتطلب تحليلها واستخراج الاستنتاجات وبالتالي الوصول إلى نتائج علمية موضوعية.

* عينة البحث:

« إن التحديد الواضح لمجتمع الدراسة والذي يقصد به جميع العناصر والمفردات التي يدرسها الباحث أمر ضروري جدا لأنه سيساعده في تحديد الأسلوب العلمي الأمثل لدراسة هذا المجتمع خاصة وأن بعض المشكلات المدروسة أحيانا تغطي مجتمعات كبيرة يصعب دراسة كل عنصر أو حالة فيها». (1)

وتعرف أيضا بأنها « جزء من مجتمع الدراسة و تمثل مجتمع الدراسة تمثيلا صادقا ، ولهذا يمكن تعميم نتائج الدراسة المبنية على العينة على المجتمع بأكمله » (2)

ثالثا: عينة الدراسة :

وفي سياق إتمام البناء المنهجي للعمل توجب علينا تحديد مجتمع البحث الذي سوف تجرى عليه الدراسة التطبيقية، " إستراتيجية الاتصال داخل المؤسسة التربوية الجزائرية " دراسة ميدانية على ثانوية بن ناعة السعيد بعين الحجل ، فمن المعروف علميا أنه من الصعب على الباحث إجراء دراسته مسحية لجميع مفردات البحث لأن ذلك يتطلب وقتا كبيرا ، وبهذا وإمكانيات مادية كبيرة ، ومدة زمنية محددة لانتهاه من الدراسة.

فمن خلال الموضوع المطروح يتبين لنا من الوهلة الأولى أن مجتمع بحثنا هم موظفي وأساتذة الثانوية فنظرا لحجم مجتمع الدراسة قمنا باختيار العينة ووزعنا الاستمارة بطريقة عرضية وعشوائية على المبحوثين (ذكر ، أنثى ، موظف ، أستاذ).

رابعا : أدوات جمع البيانات :

الاقتراب من موضوع البحث أكثر يستعمل الباحث مجموعة من الأدوات والتي يراها أساسية في جمع البيانات التي يحتاجها ويمكن تعريفها على أنها مجموعة والوسائل

1- ربحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، أساليب البحث العلمي ، النظرية و التطبيق ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، ط 5 ، 2013 ، ص153 .

2- منال هلال مزهرة ، بحوث الإعلام ، الأسس والمبادئ ، كنوز المعرفة ، ط 1 ، عمان ، 2001 ، ص267

والتقنيات التي يستخدمها الباحث قصد الحصول على البيانات والمعلومات الدقيقة المتعلقة بموضوع الدراسة وتختلف هذه الأدوات حسب إشكالية الدراسة.

فإشكالية موضوعنا الذي نحن بصدد دراسته قمنا باختيار أداتين هما الاستمارة

والملاحظة

1.. "الاستبيان" " الاستمارة" :

الاستبيان أو الاستفتاء أو الاستقصاء هو عبارة عن استطلاع للرأي للإجابة عن مجموعة من الأسئلة المعدة والمكتوبة في نموذج أو استمارة موجهة إلى أفراد مجتمع الدراسة بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق البريد (الاستبيان البريدي).

ويعتبر الاستبيان أكثر وسائل جمع البيانات أهمية واستخداما، ويهدف إلى تجاوب أفراد مجتمع الدراسة ، فإجابة على الأسئلة الواردة فيه والتي تنبثق من مشكلة البحث، ولا يمكن تحقيق نجاح للاستبيان ما لم يكن الباحث مدركا تماما لمشكلة البحث وحدودها وأهدافها.

ويعرف الاستبيان أيضا : هو عبارة عن استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة المترابطة والمتسلسلة التي يتم الإجابة عليها وتعبئتها من قبل المبحوث لجمع المعلومات والبيانات حول الظاهرة أو مشكلة البحث.

ويعرف أيضا على أنه أداة لجمع البيانات تتمثل في مجموعة من الأسئلة المكتوبة تتعلق بظاهرة ما ، يطلب من المستجوب الإجابة عليها

وهو إحدى الوسائل الشائعة الاستعمال للحصول على معلومات وحقائق تتعلق بآراء واتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين ، ويتكون الاستبيان من جدول من الأسئلة توزع على فئة من المجتمع بواسطة البريد أو اليد أو قد تنشر في الصحف والمجلات أو التلفزيون، حيث يطلب منهم الإجابة عليها وإعادتها إلى الباحث.

فالاستبيان أو الاستقصاء هو الطلب الكتابي لوجهة نظرا أو رأي حول موضوع أو مسألة معينة من شخص أو مجموعة من الأشخاص ، و بذلك يمكن استخدام الاستبيان في تجميع الآراء أو الاتجاهات حول ذلك الموضوع أو تلك المسألة.

ولقد اعتمدنا في دراستنا على استمارة كأداة أساسية فيما يخص الإطلاع على الآراء والاتجاهات ، وكانت أسئلة الاستمارة مغلقة و مفتوحة تتضمن سؤال و في صورة 05 محاور متمثلة كآتي (إجراء تغييرات)

المحور الأول : بيانات شخصية للمبحوث، وبعد هذا المحور ضروري في تصميم أي استمارة ويحتوي على 4 أسئلة.

المحور الثاني : النمط الاتصالي السائد في المؤسسة التربوية و هذا المحور

المحور الثالث : أهم وسائل الاتصال التربوي الداخلي المعتمد بالمؤسسة التربوية .

المحور الرابع : معوقات الاتصال في المؤسسة التربوية الجزائرية.

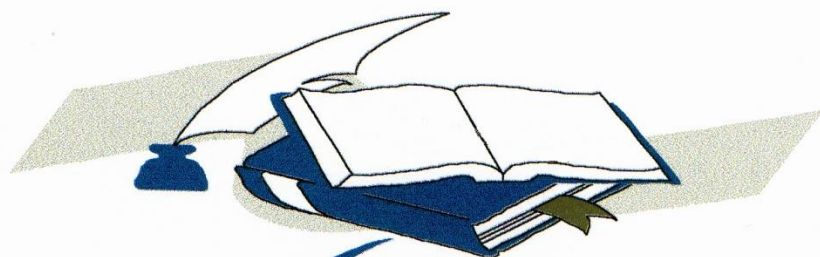
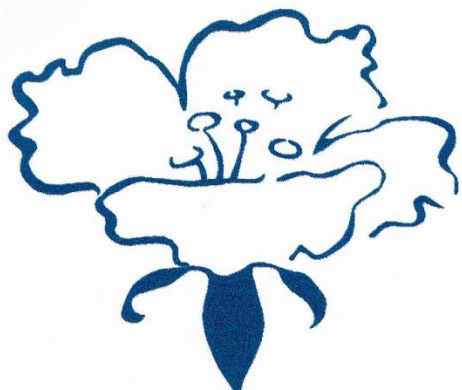
المحور الخامس : هل يساهم الاتصال الداخلي في تحقيق أهداف المؤسسة التربوية ؟

المحور السادس : ما هي أهم وسائل الاتصال التربوي المعتمدة في المؤسسة التربوي

المحور الثامن : مساهمة الاتصال في تحقيق أهداف المؤسسة التربوية

وفي الأخير قمنا بعدة تعديلات للاستمارة وتقديمها في صورتها النهائية و المتكونة من 8محاور وشملت عدة أسئلة كانت في المتناول

خاتمة



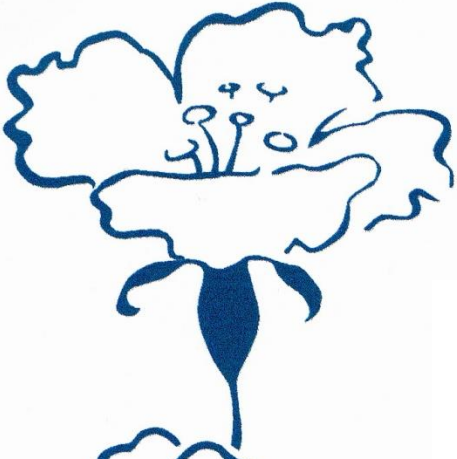
خاتمة:

بناء على ما ورد في هذه الدراسة و انطلاقا من الهدف الأساسي لها الذي يسعى لتبيين استراتيجيات الاتصال داخل المؤسسات التربوية الجزائرية كدراسة ميدانية على بعض ثانويات ولاية المسيلة واخترنا ثانوية الشهيد بن ناعة السعيد بعين الحجل، حيث إجراء كل من الدراسة النظرية والميدانية وتطبيق التقنيات الاتصالية المشار لها سابقا .

وتم التوصل إلى مجموعة من الحقائق والتي تبين إستراتيجية الاتصال في المؤسسة التربوية وكذلك التعرف على نمط الاتصال السائد ومعرفة الوسائل الأكثر اعتمادا سواء بالنسبة لاتصالها الداخلي أو الخارجي.

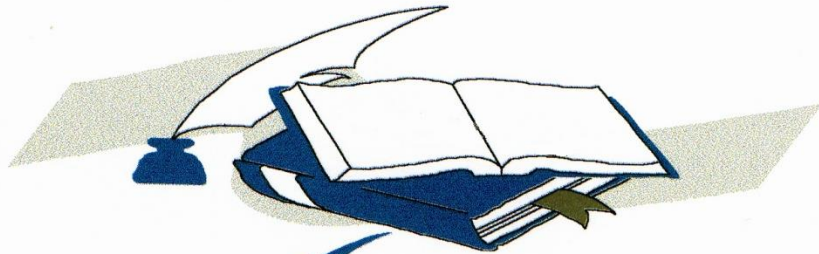
وفي الأخير تجدر الإشارة أن هذه الدراسة مجرد محاولة وصفية لواقع الاتصال بالمؤسسات التربوية عينة على ثانوية الشهيد بن ناعة السعيد ولاية المسيلة ونتائجها نهائية الأمر الذي إجراء دراسات وأبحاث أخرى من أجل المقارنة مع النتائج التي تم التوصل إليها و كذلك فتح المجال للباحثين للقيام بدراسات تفصيلية لمثل هذا الموضوع

كما تجدر الإشارة أيضا أنه لا بد للمسؤولين بالمؤسسات التربوية تطوير وسائل الاتصال ، وذلك ما يجعلها أكثر ارتباطا بالبيئة الاجتماعية والثقافية، وبالتالي تحقيق أهداف المجتمع التي يربو تحقيقها عن طريق هذه المؤسسات.



المصادر

والمراجع



1. أحمد زعبي بدوي ، معجم المصطلحات الإعلامية إنجليزي- فرنسي -عربي -دار الكتاب المصري ، القاهرة ، مصر ، ط 2 ، 1994 .
2. أحمد ماهر ، السلوك التنظيمي ، مدخل بناء المهارات " دار الجامعية .
3. أمين الساعاتي ، أصول علم الإدارة" تطبيقات و دراسات على المملكة السعودية " دار الفكر العربي القاهرة، 1998.
4. أوليفيا كروزبي ، سيلفي جيلبارت، مخطط التواصل، فريق الترجمة بالدار المتوسطة للنشر، تونس، ط1 ، 2011.
5. بسام عيد الرحمن المشاقبة : نظريات الاتصال ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2001.
6. بوعلام بوشامي ، مفاهيم إقتصادية و قانونية ، دار هومة ، الجزائر ، 2007 .
7. حسين حريم، السلوك التنظيمي " سلوك الأفراد في المنظمات " بدار زهوان للنشر والتوزيع، عمان، 1997،
8. خيربي خليل الجميلي : الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية، 2001 .
9. رحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، أساليب البحث العلمي ، النظرية والتطبيق ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، ط 5، 2013 .
10. صالح ليري، مدخل إلى العلاقات العامة ، دار حنين للنشر والتوزيع، الكويت / ط1، 2005.
11. صباح حميد علي، غازي فرحان أبو زيتون، الاتصالات الإدارية (أسس و مفاهيم و مرسلات الأعمال) ، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان، ط1، 2007.
12. عبد الحميد عبد الغفار المغربي ، الإدارة الإستراتيجية لمواجهة تحديات القرن الواحد والعشرين ، د.ط، القاهرة ، مجموعة النيل العربية ، 1990.
13. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام إشكاليات التخطيط والممارسة ، دار جريد ، الأردن ، ط. 12 ، 2010 ،
14. عبد الوهاب الكيايبي وآخرون، موسوعة السياسة المؤسسة العربية للدراسات و النشر ، لبنان ، ط 3 ، 1997 .

15. عبد الله محمد عبد الرحام، سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، مصر، ط 1، 2002
16. عيسى السلام ، أبو قحف ، أساسيات الإدارة الإستراتيجية ، الدار الجامعية ، 1992 .
17. فاطمة عبد الرحيم النواسية، الاتصال الإنساني بين المعلم و الطالب، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن ، ط 1 ، 2012
18. كامل حور رشيد مراد ، الاتصال الجماهيري و الإعلام (التطور – الخصائص النظرية) ، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان طبعة مزيدة ومنقعة ، ط 1 ، 2011، ط2، 2014.
19. كامل محمد المغربي ، أساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية و الاجتماعية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط 1، 2007 .
20. ماجدة لطفي السيد ، تقنيات الاعلام التربوي و التعليمي ، دار أسامة للنشر و التوزيع الأردن ، ط 1 ، 2011
21. محمد أحمد عوض ، الإدارة الإستراتيجية" الأصول و الأسس العلمية " الدار الجامعية للنشر والتوزيع ، مصر 2001 .
22. محمد سلام غباري والسيد عبد الحميد عطية، الاتصال ووسائله بين النظرية و التطبيق، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1991 .
23. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، مصر، ط 2 ، 2004.
24. محمد عمر الطنوبي ، نظريات الاتصال ، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية ، مصر ، ط 1 ، 2000 ،
25. محمد فريد الصحف ، المصري سعيد محمد ، إدارة الأعمال ، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع ، الإسكندرية ، 1998 .
26. محمد قاسم القريوتي ، مبادئ الإدارة" النظريات ، العمليات ، الوظائف" دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط 2. 2004 .
27. محمد محمد البادي ، التخطيط الإستراتيجي للاتصال ، دمياط الجديدة ، دار المهندس للطباعة، ط 1 ، 2005 .
28. محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمية في منظمات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان ، ط 2 ، 2004 .

29. مروان عبد المجيد، أسس البحث العلمي، لإعداد الرسائل العلمية، مؤسسة الوراق، عمان ، ط 1 ، 2000 .

30. مصطفى كامل أبو العزم عطيه ، السلوك التنظيمي ، المكتب الجامعي الحديث ، مصر .

31. منال هلال مزاهرة، الاتصال الدولي، دار الميسرة ، للنشر والتوزيع والطباعة، عمان ، ط 1 ، 2013 .

32. منال هلال مزهرة ، بحوث الإعلام ، الأسس والمبادئ ، كنوز المعرفة ، ط 1 ، عمان ، 2001 .

33. ناصر دادي عدون : الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية " دراسة نظرية و تطبيقية " ، بدون دار النشر ، الجزائر ، 2004 ، ص 13 ، 15 .

34. نبيل عبد الهادي ، علم الاجتماع التربوي ، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط 1 ، 2007 .

35. هالة منصور ، الاتصال الفعال مفاهيمه و أساليبه و مهاراته ، المكتبة الجامعية ، مصر ، 2000 .

القواميس والمعاجم :

36. المنجد الأبجدي، ط 2 ، دار المشرق، المطبعة الكاثوليكية ، بيروت

المراجع باللغة الفرنسية:

37. Jean Mark decaudin , la communication , Marketing cobcepts , techniques , strategies ,Paris , 1995

38. Pierre Grigory , Jean Mark Lillieu ; Marketing , Publicité , Dordomme septembre , 1994

المواقع الالكترونية :

39. Developing a communication strategy, available at

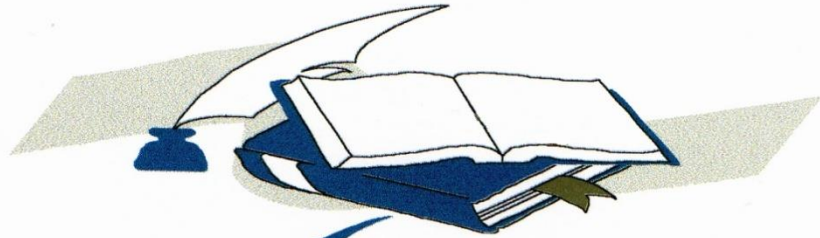
<http://knowhownonprofit.org/campaings/comunicationeffective-communications>

40. Unated Nation for Développement(UNDP) : Communication toolkit , available at :<http://web.undp.org/comtoolkit/why-ommunicate/why-core-concepts-com-strat.shtml>



الملحق :

استبيان



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



كلية :

قسم :

الفوج :

إستراتيجية الاتصال داخل المؤسسة التربوية الجزائرية
ثانوية بن ناعة السعيد بعين الحجل - أنموذجا -

إشراف الدكتور(ة):

إعداد الطلبة :

ملاحظة : البيانات الواردة في الاستمارة تلقى السرية التامة ولا تستخدم إلا لأغراض علمية

السنة الجامعية : 2021/2020

■ المحور الأول : البيانات الشخصية

- 1..الجنس: ذكر أنثى
- 2..الوظيفة : مدير نائب مدير
- مراقب عام مستشار

3..الخبرة المهنية :

- من حصتين إلى 05
- من 06 إلى 10 حصص
- من 11 إلى 20 حصة
- 4..المنطقة الجغرافية : داخل المدينة خارج المدينة

■ المحور الثاني : النمط الاتصالي السائد في المؤسسة التربوية

5..هل توجد سهولة في الاتصال بمديرك ؟

- دائماً أحيانا نادرا

أخرى تذكر :

.....

ولماذا
.....

6..هل تفضل الاتصال بمديرك من خلال ؟

- الاتصال الشخصي عبر الهاتف السكرتارية

أخرى تذكر

■ المحور الثالث : أهم وسائل الاتصال التربوي الداخلي المعتمد بالمؤسسة التربوية

7- كيف تبلغ انشغالاتك داخل المؤسسة؟

- الاتصال الشخصي رسائل مكتوبة من خلال شخص آخر

8- ما هي الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها مؤسساتكم للتواصل مع المتعاملين الخارجيين؟

الهاتف الفاكس البريد الالكتروني أخرى تذكر....

■ المحور الرابع : معوقات الاتصال في المؤسسة التربوية الجزائرية

9- ما هي طبيعة المشاكل الاتصالية التي تعاني منها مؤسساتكم؟

مشاكل متعلقة بالإدارة

مشاكل متعلقة بالوسيلة

مشاكل متعلقة بظروف الموظفين

أخرى :

10- هل تعتقد أن وسائل الاتصال المستعملة داخل مؤسساتكم كافية لنقل وتبادل المعلومات؟

نعم لا

11- هل سبق لك وتعرضت لمشكل سبب سوء الاتصال بينك وبين رئيسك؟

نعم لا

■ المحور الخامس هل يساهم الاتصال الداخلي في تحقيق أهداف المؤسسة التربوية ؟

.....
.....
.....
.....

■ المحور السادس: ما هي أهم وسائل الاتصال التربوي المعتمدة في المؤسسة التربوي

.....
.....
.....

▪ المحور الثامن : مساهمة الاتصال في تحقيق أهداف المؤسسة التربوية

.....
.....
.....

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ