



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

جامعة محمد بوضياف _ المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

عنوان المذكرة

دور الاتصال في تفعيل عملية التنشيط الثقافي

_ دراسة مسحية لمؤسسات الثقافة بولاية المسيلة _

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة مكتوبة.

إشراف الدكتور:

- عبد الرزاق غزال

إعداد الطالبة:

- مريم بوشاللق

- حليلة شيتور

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
دشوشة رابح	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	رئيسا
عبد الرزاق غزال	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	مشرفا ومقررا
حمادي حنان	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	ممتحنا

السنة الجامعية 2017/2016

الفهارس

فهرس المحتويات

شكر وعرفان

أ مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- 4 1- الإشكالية
- 4 2- التساؤلات
- 5 3- أسباب اختيار الموضوع
- 5 4- أهداف الدراسة
- 6 5- نوع الدراسة ومنهجها
- 6 5-1- نوع الدراسة
- 6 5-2- منهج الدراسة
- 7 6- أدوات جمع المعلومات
- 7 6-1- استمارة الاستبيان
- 8 6-2- المقابلة
- 8 7- مجتمع البحث
- 8 8- عينة الدراسة
- 9 9- تحديد المفاهيم
- 9 9-1- الاتصال
- 10 9-2- التنشيط
- 11 9-3- التنشيط الثقافي
- 11 9-4- المؤسسات الثقافية

الفصل الثاني: ماهية الاتصال

- 13 تمهيد
- 13 1. مفهوم الاتصال
- 14 2- عناصر الاتصال
- 15 3- أشكال الاتصال
- 16 4- أهداف الاتصال
- 17 5- خصائص الاتصال

18	6- وظائف الاتصال
18	7- نماذج الاتصال
20	8- مهارات الاتصال
21	خلاصة

الفصل الثالث: ماهية التنشيط الثقافي

23	تمهيد
24	1- مفهوم التنشيط
24	2- مفهوم التنشيط الثقافي
24	3- تعريف المنشط
24	4- أدوار المنشط
25	5- مهام المنشط
26	6- أنواع التنشيط
26	7- الأسس العامة للتنشيط الثقافي
26	8- وظائف التنشيط الثقافي
27	9- تقنيات التنشيط الثقافي
29	خلاصة

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

31	1- بطاقة فنية لمؤسسات الثقافة لولاية المسيلة
31	1-1- تعريف المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية المسيلة "بودراي بلقاسم"
31	1-2- تعريف دار الثقافة فنهود الحملاوي
32	2- التحليل الكمي والكيفي للنتائج
56	3- النتائج العامة للدراسة
59	خاتمة
61	قائمة المراجع
64	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
32	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.	01
33	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.	02
34	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئات العمرية.	03
35	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة المهنية.	04
36	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية.	05
37	يوضح ضرورة وجود مصلحة خاصة بالاتصال والعلاقات العامة.	06
38	يوضح نوعية الجمهور.	07
39	يوضح طرق الاتصال الكتابي مع الجمهور.	08
40	يوضح طرق الاتصال الإلكتروني مع الجمهور.	09
41	يوضح طرق الاتصال المواجهي مع الجمهور.	10
42	يوضح نوعية الأساليب الاتصالية.	11
43	يوضح استغلال التكنولوجيا في ميدان الاتصال الخارجي.	12
44	يبين استقبال مقترحات وآراء الجمهور الخارجي.	13
45	يوضح نوعية البرامج الثقافية.	14
46	يوضح الهدف من البرامج الثقافية.	15
47	يوضح أثر البرامج على الجمهور.	16
48	يوضح معايير إسناد البرامج الثقافية للمنشطين.	17
49	يوضح فئات الجمهور.	18
50	يوضح توزيع البرامج الثقافية خلال السنة.	19
51	يوضح معايير اختيار البرامج الثقافية.	20
53	يوضح آليات ربط الاتصال لمؤسسات الثقافة على فعاليات المجتمع للقيام بالأنشطة الثقافية.	21
55	يوضح اختيار البيئة المكانية لممارسة الأنشطة الثقافية.	22

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
32	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.	01
33	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.	02
34	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئات العمرية.	03
35	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة المهنية.	04
36	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية.	05
37	يوضح ضرورة وجود مصلحة خاصة بالاتصال والعلاقات العامة.	06
38	يوضح نوعية الجمهور.	07
39	يوضح طرق الاتصال الكتابي مع الجمهور.	08
40	يوضح طرق الاتصال الإلكتروني مع الجمهور.	09
41	يوضح طرق الاتصال المواجهي مع الجمهور.	10
42	يوضح نوعية الأساليب الاتصالية.	11
43	يوضح استغلال التكنولوجيا في ميدان الاتصال الخارجي.	12
44	يبين استقبال مقترحات وآراء الجمهور الخارجي.	13
45	يوضح نوعية البرامج الثقافية.	14
46	يوضح الهدف من البرامج الثقافية.	15
47	يوضح أثر البرامج على الجمهور.	16
48	يوضح معايير إسناد البرامج الثقافية للمنشطين.	17
49	يوضح فئات الجمهور.	18
50	يوضح توزيع البرامج الثقافية خلال السنة.	19
51	يوضح معايير اختيار البرامج الثقافية.	20
53	يوضح آليات ربط الاتصال لمؤسسات الثقافة على فعاليات المجتمع للقيام بالأنشطة الثقافية.	21
55	يوضح اختيار البيئة المكانية لممارسة الأنشطة الثقافية.	22

مقدمة

مقدمة:

الإنسان كما قيل كائن اتصالي ولا تقوم للمجتمع الإنساني قائمة دون نظام للاتصال الذي اعتبره البعض شرطاً من شروط بقاء الكائن البشري، وتاريخ البشرية من عصور نقش الحجارة إلى بث الأقمار يمكن رصده متوازيًا مع تطور وسائل الاتصال التي تربط بين الأفراد والجماعات... فالاتصال إذن ضرورة حتمية لتفاعل الإنسان مع البشر و الطبيعة من حوله حتى يستطيع الاستمرار والبقاء، ويعيش في سعادة وتفاهم وسلام.

ومع ازدياد موجات التطور والتقدم الإنساني و التكنولوجيا وتطور وسائل وسبل الاتصال الإنساني أصبحت الحاجة ملحة لازدياد عملية الاتصال بين بني البشر في مختلف أرجاء المعمورة وتطورت تبعاً لتلك الأهداف الاجتماعية والثقافية والدوافع النفسية والحضارية والاقتصادية من وراء زيادة موجة الاتصال الإنساني وتبادل ونقل الأفكار والبيانات والفهم الكامل والملم لمحتوى أطر وعمليات الاتصال الإنساني. كما أن الاتصال عملية حياتية ديناميكية تمس كل قطاعات المجتمع، تتمثل في نقل واستقبال المعلومات والفهم من شخص إلى آخر، أو من جماعة إلى أخرى، وإن مكونات تلك العملية تتغير من حيث الزمان و المكان، وتتغير في المجالات والمواقف المختلفة والتي تستطيع بالضرورة استخدام أساليب مختلفة في الاتصال تبعاً لاختلاف عملية الاتصال.

وقد جلب التطور الكبير في وسائل الاتصال في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين مميزات عديدة غير مسبوقه، حيث ساهمت سهولة انسياب المواد الاتصالية والمعرفية في العالم في تضاؤل الحدود والحواجز، وأصبح العالم أشبه بقريه صغيرة مترابطة الأجزاء وسعت الدول النامية إلى اكتساب تقنية الاتصال وتأسيس صناعات وطنية اتصالية لتأكيد حضورها الثقافي والصناعي محلياً وعالمياً، كما أدى النمو المطرد والتنوع المتواصل لوسائل الإعلام الجديدة إلى المزيد من دقة الاتصالات بكافة أنواعها، مما زاد من فعالية الرسائل الاتصالية واختصار الوقت والجهد والمال وأتاح الفرصة للاستفادة من مميزات الاتصالات بصفة عامة.

يعتبر التنشيط من بين أكثر استراتيجيات العمل مع الشباب شيوعاً. والتنشيط عبارة عن مجموعة من الأنشطة الثقافية والاجتماعية والرياضية والترويحية التي يمارسها الإنسان بكيفية حرة وتطوعية خارج أوقات العمل المعتادة، أو في الوقت الحر، مع جماعة معينة من أمثاله، وتوجيه من هيئة عبر شخص "منشط" يشرف على هذه الأنشطة ويسهر على تنفيذها بهدف تحقيق أهداف تربية واجتماعية وأخلاقية وترويحية. تجري عملية التنشيط في النوادي الرياضية ومراكز الشباب والمخيمات الصيفية والحملات التطوعية إلى غير ذلك من المجالات.

وكعملية اتصال، فإن نجاحها رهن بتوفر شرطين: الأول يتعلق بشخصية المنشط (المرسل) والصفات الإنسانية والمهنية الواجب توفرها فيه، والثاني يتعلق بالأسلوب الذي يتعامل فيه مع جماعة التنشيط (الشباب). من بين هذه الصفات قدرة المنشط ليس فقط على التعرف على الجماعة التي يتعامل معها وتكوين صورة موضوعية عن حاجات أفرادها وميولهم وطبيعة سلوكهم، وإنما أيضاً قدرته على تكوين صورة واقعية عن شخصيته من حيث إمكانياتها وردود أفعالها وميولها.

وقد جاءت هذه الدراسة في جوهرها عبارة عن محاولة للكشف عن مدى مساهمة الاتصال في عملية التنشيط الثقافي داخل المؤسسات الثقافية بولاية المسيلة، واحتوت هذه الدراسة على مقدمة وأربعة فصول: الفصل الأول تضمن إشكالية البحث، التساؤلات، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، نوع الدراسة ومنهجها، أدوات جمع البيانات، مجتمع البحث، عينة الدراسة، تحديد المفاهيم، الأساليب الإحصائية المستخدمة. أما الفصل الثاني فقد خصص لـ: التمهيد للفصل، التعريف بالاتصال عناصره، أشكاله، أهدافه، خصائصه، وظائفه، نماذجه وأخيراً مهارات الاتصال، خلاصة الفصل.

وفي الفصل الثالث تضمن كل ما يتعلق بالتنشيط الثقافي: بداية بالتمهيد للفصل، تعريف التنشيط، تعريف المنشط أدواره ومهامه، تعريف التنشيط الثقافي، أنواعه، والأسس العامة للتنشيط، وظائفه وتقنياته

وفي الفصل الرابع تضمن كل من الإطار التطبيقي للدراسة الميدانية وبطاقة فنية بمؤسسات الثقافة بولاية المسيلة، أيضاً التحليل الكمي والكيفي للنتائج وفي الأخير النتائج العامة للدراسة لنختم في نهاية هذه المذكرة بخاتمة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- الإشكالية.
- 2- التساؤلات.
- 3- أسباب اختيار الموضوع.
- 4- أهداف الدراسة.
- 5- نوع الدراسة ومنهجها.
- 6- أدوات جمع البيانات.
- 7- مجتمع البحث.
- 8- عينة الدراسة.
- 9- تحديد المفاهيم.

1- الإشكالية:

يعتبر الاتصال عملية حياتية ديناميكية تمس كل قطاعات المجتمع، وتتمثل في نقل واستقبال المعلومات والفهم من شخص لآخر ومن جماعة لأخرى أو من مؤسسة لأخرى وإن مكونات تلك العملية تتغير من حيث المكان والزمان وتتغير في المجالات والمواقف المختلفة التي تستطيع بالضرورة استخدام أساليب مختلفة في الاتصال. كما أن الاتصال هو عملية اجتماعية التي يتم بمقتضاها تناول المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة بين الأفراد والجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة.

يعتبر التنشيط الثقافي عملية مركبة فهو لا ينفصل عن المجتمع الذي يقوم فيه وإنما يعمل انطلاقاً من وعي الضرورات والاحتياجات الخاصة بالمجتمع وبناء على ذلك فإن عملية التنشيط الثقافي تأتي عبر قراءة احتياجات المجتمع بمختلف شرائحه ومن ثم وضع البرامج المناسبة لتلبية تلك الاحتياجات.

إن التنشيط الثقافي بوصفه عملية تواصلية يشترك فيها أكثر من طرف، يمكن أن تواجه بصعوبات وعراقيل، من أبرزها الموقف السلبي لجماعة التنشيط، حيث يواجه التنشيط الثقافي من طرف الجماعة بواحد من الاحتمالات الثلاثة التالية: أولاً، الميل إلى التنشيط السهل والذي تغلب عليه النزعة التجارية. الثاني، ميل المجتمعات الحديثة المنقسمة إلى طبقات وفئات اجتماعية إلى التوزيع غير العادل للإنتاج الثقافي بحيث يتم في الغالب لصالح الفئات الأكثر ثقافة وهو ما يتجسد في عمليات التنشيط الثقافي. الثالث، ميل الخطاب الإعلامي والسياسي والأخلاقي إلى عدم تبني الحلول الجذرية للمشاكل المتعلقة بالتغيير الاجتماعي ورفع المستوى الثقافي.

وعلى ضوء هذا نطرح التساؤل التالي:

هل يساهم الاتصال في عملية التنشيط الثقافي داخل المؤسسة الثقافية؟

2- التساؤلات:

ولمعالجة وتحليل هذه الإشكالية نقوم بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما طبيعة الاتصال داخل المؤسسة الثقافية؟
- 2- فيما يكمن دور الاتصال في تحسين فاعلية البرامج الثقافية داخل المؤسسة الثقافية؟
- 3- ما هي الأساليب الاتصالية والتقنيات المختلفة للقيام بعمليات التنشيط الثقافي؟

4- ما هي نوعية البرامج المتعلقة بالتنشيط الثقافي داخل المؤسسة الثقافية؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

3-1- الأسباب الذاتية: وتتمثل في:

- ميلنا إلى هذا النمط من الدراسات المتعلقة بالاتصال والرغبة في إجراء دراسة ميدانية في مؤسسات الثقافة لولاية المسيلة، التي تتناول العلاقة بين البرامج والأنشطة الثقافية الفعالة والجمهور أو القراء من خلال نوعية الاتصال السائدة في ذلك.

- محاولة الوقوف على آراء العاملين اتجاه عملية الاتصال وعلاقتها بالتنشيط الثقافي داخل المؤسسة الثقافية.

- الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق.

3-2- الأسباب الموضوعية: من الأسباب الموضوعية التي دفعتنا لهذه الدراسة واختيار هذا الموضوع هي:

- إمكانية النزول إلى الميدان لتحقيق أهداف والتأكد من صحة فرضياتها كما أن هناك العديد من النظريات التي تناولت أو اهتمت بالاتصال.

- التعرف على ميكانيزمات الاتصال داخل المؤسسة الثقافية.

- محاولة إبراز الأهمية و الدور الفعال الذي يلعبه الاتصال في تفعيل عملية التنشيط الثقافي داخل المؤسسة الثقافية و مدى اهتمام الجمهور بتحقيق فاعلية البرامج المقدمة.

- إبراز أهمية البرامج و الفعاليات و دور الاتصال و التنشيط الثقافي داخل المؤسسة الثقافية.

4- أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى:

- توجيه تفكير المسؤولين إلى الاهتمام بالمجال الثقافي باعتباره منفذا للأشخاص من خلال تقديم برامج و أنشطة ثقافية.

- لفت انتباه المسؤولين و المؤسسات الثقافية و المهتمين بالأنشطة الثقافية إلى أهمية هذه الأنشطة في حياة الجماعات.

- إبراز دور الاتصال في تحقيق فعالية البرامج و الأنشطة الثقافية.

- التعرف على مكانة الاتصال في مكانة الاتصال في المؤسسة الثقافية ودوره في تحسين فاعلية البرامج الثقافية.

5- نوع الدراسة ومنهجها:

5-1- نوع الدراسة:

إن بحوث الإعلام والاتصال كغيرها من البحوث لها أنواع وتقسيمات تختلف من نوع لآخر حسب طبيعة الموضوع المتناول ودراستنا هذه تنتمي إلى ما يعرف بالدراسة المسحية لأننا نسعى من ورائها إلى وصف الوضع القائم للظاهرة بشكل تفصيلي ودقيق⁽¹⁾. ويتجلى الاعتماد على هذا النوع من الدراسات من خلال وصف وتحليل أهم الطرق والأساليب الاتصالية والتقنيات المختلفة للقيام بعملية التنشيط الثقافي داخل المؤسسات الثقافية.

5-2- منهج الدراسة:

بما أن بصدد دراسة ظاهرة من الظواهر الإعلامية فلا بد من إتباع منهج من المناهج التي تستعمل في البحوث والدراسات الإعلامية ولأن عملية اختيار المنهج تعتبر أساسية في البحث.

والمنهج لغة: بوزن الذهب، والمنهاج هو الطريق الواضح، وفي اللغة الإنجليزية فإن كلمة Method، تعني النظام والترتيب، وطريقة عمل شيء.

واصطلاحاً: فإن المنهج هو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم، أو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة، أو هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار، أو الإجراءات من أجل الكشف عن الحقيقة التي نجهلها، أو من أجل البرهنة عليها للآخرين الذين لا يعرفونها⁽²⁾.

¹ - عثمان مجد غنيم و ربحي مصطفى عليان: مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص44.

² - صلاح الدين شروخ: منهجية البحث العلمي للجامعيين، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2003، ص 90.

وبما أن دراستنا تنتمي للدراسات المسحية فإن من أبرز المناهج التي نعتمد عليها هو المنهج المسحي والذي يعرف على أنه:

المنهج المسحي: هو دراسة استطلاعية نقوم بها قصد الكشف عن مشاكل المجتمع.

وهو أيضا: محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة تنصب على الوقت الحاضر بشكل أساسي.

يعرفه "برجس": بأنه دراسة علمية لظروف مجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقدمه الاجتماعي⁽¹⁾.

ويظهر توظيف هذا المنهج في البحث من خلال محاولة جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات حول الاتصال والتنشيط الثقافي داخل المؤسسات الثقافية في ولاية المسيلة، وكذا دور الاتصال ومدى مساهمته في عملية التنشيط الثقافي.

6- أدوات جمع المعلومات:

يرتبط نجاح أي بحث علمي أو دراسة بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات وهذا ما دفعنا إلى اختيار الأدوات والمتمثلة في:

6-1- استمارة الاستبيان:

التي تعرف على أنها عبارة عن مجموعة أسئلة تدور حول موضوع معين تقدم لعينة من الأفراد للإجابة عليها، وتعد هذه الأسئلة في شكل واضح بحيث لا تحتاج إلى شرح إضافي وتجمع في شكل استمارة⁽²⁾.

وتتميز أسئلة الاستمارة بأنها لا تخرج عن إطار إشكالية البحث التي وضعت من أجلها، ولما كانت دراستنا تهدف إلى معرفة مدى مساهمة الاتصال في عملية التنشيط الثقافي، فقد حاولنا ربط الاستمارة بإشكالية البحث واعتمدنا على طرح أسئلة في هذا الإطار وقد انتظمت هذه الأسئلة في أربعة محاور وهي:

¹ - مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص129.

² - عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص147.

- المحور الأول: يتضمن البيانات الشخصية والسوسيو مهنية للمبحوثين.
- المحور الثاني: يجيب عن طبيعة ونوعية الأساليب الاتصالية التي لها علاقة بالجمهور الخارجي.
- المحور الثالث: يجيب عن أساليب وطرق وتقنيات التنشيط الثقافي.
- المحور الرابع: يجيب عن أهمية الاتصال في التنشيط الثقافي.

6-2- المقابلة:

تعتبر المقابلة من الأدوات الرئيسية لجمع المعلومات والبيانات من الأفراد والجماعات، كما أنها تعد من أكثر وسائل جمع المعلومات شيوعاً وفعالية في الحصول على البيانات الضرورية لأي بحث. تعرف المقابلة على أنها تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف أو مواجهة، يحاول فيها الشخص القائم بالمقابلة أن يستثير معلومات أو آراء أو معتقدات شخص آخر أو أشخاص آخرين للحصول على بعض البيانات الموضوعية⁽¹⁾.

7- مجتمع البحث:

الذي من خلاله يتم تحديد المفردات التي سيتم إعداد البحث لهم أو الدراسة عنهم، ومن خلال دراستنا يتمثل المجتمع الكلي في مجموعة من موظفي المؤسسات الثقافية بولاية المسيلة الذين يقومون بعملية الاتصال والتنشيط مهما كانت صفة النشاط الثقافي ويبلغ عددهم إجمالاً 15 فرداً.

8- عينة الدراسة:

لكي تكون الدراسة مقبولة وقابلة للإنجاز، لا بد من تحديد مجتمع البحث الذي نريد معاينته وفحصه والذي يمثل مجموعة من موظفي المؤسسات الثقافية بولاية المسيلة، بقصد الحصول على أجوبة للأسئلة المطروحة للوصول إلى المعلومات والحقائق التي تفي بالغرض النهائي للدراسة.

تعريف العينة: هي مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزءاً من الكل، بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجرى عليه الدراسة⁽²⁾.

¹ - رشيد زرواتي: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية أسس علمية وتدريبية، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2004، ص 143، 144.

² - رشيد زرواتي: مرجع سابق، ص 181.

وموضوع بحثنا يتعلق بالاتصال والتنشيط الثقافي داخل المؤسسات الثقافية بولاية المسيلة، وهذا ما استلزم أن نقوم بتحديد العينة بدقة، لهذا قمنا باختيار عينة قصدية من الموظفين بالمؤسسات الثقافية بولاية المسيلة.

ونعني بهذا النوع أي "العينة القصدية": هي التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا بانتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة⁽¹⁾.

9- تحديد المفاهيم:

إن تحديد المفاهيم التي يبنى عليها البحث من أهم الخطوات العلمية والمنهجية التي ينبغي أن يخطوها أي باحث، لأنها تحدد المجال العلمي النظري والتطبيقي للدراسة، كما أنها تساعد على الفهم الجيد لما يريد الباحث أن يصل إليه وكذا حصر المتغيرات التي يمكنها أن تؤثر في الدراسة وتحديدتها لتجنب الاستنتاجات الخاطئة، ومن أهم المفاهيم التي بنيت عليها دراستنا هي:

9-1- الاتصال:

- لغة: كلمة اتصال في اللغة العربية مشتقة من الجذر "وصل" والذي يحمل معنيين اثنين، الأول هو الربط بين شيئين أو شخصين أي إيجاد علاقة من نوع معين تربط بين الطرفين. أما المعنى الثاني فهو البلوغ والانتهاج إلى غاية معينة.

إن كلمة الاتصال المترجمة عن الإنجليزية **communication** مشتقة أصلا من الكلمة اللاتينية **communis** التي تعني الشيء المشترك، وفعالها **communicate** أي يذيع أو يشيع، والاتصال لغويا في القواميس العربية مشتقة من المصدر وصل الذي يعني أساسا الصلة وبلوغ الغاية.

- اصطلاحا: الاتصال هو عملية تفاعل اجتماعي يستخدمها الناس لبناء معان تشكل في عقولهم صورا ذهنية للعالم ويتبادلون هذه الصور الذهنية عن طريق الرموز، وهو الاشتراك في فكرة أو اتجاه أو موقف

¹ - أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 197، 198.

ولا يشترط أن تكون المشاركة بالاتفاق والتطابق بل المشاركة هنا تعني الأفكار والمشاعر والاتجاهات والمواقف في حالات الاتفاق كما في حال الاختلاف الجزئي أو الكلي.

الاتصال هو العملية التي من خلالها ينقل الفرد أو الجماعة (المرسل أو المرسلون) بعض الرسائل (الكلامية أساساً) وذلك من أجل التأثير في سلوك أفراد أو جماعات أخرى (المتلقي أو المتلقون) وتغييره⁽¹⁾.
- **التعريف الإجرائي للاتصال:** بناء على ما سبق يمكن استخلاص التعريف التالي للاتصال: هو عملية تفاعل تتم من خلال تبادل المعلومات بين مرسل ومستقبل عبر قناة من أجل الوصول إلى الأهداف المرجو الوصول إليها.

9-2- التنشيط:

ورد في معجم لسان العرب تعريف التنشيط كما يلي:

- **لغة:** التنشيط من الفعل نشط ينشط ومصدره نشاط وتنشيط أي إعطاء الحياة والحركة والحيوية والانتعاش لشيء أو شخص ما وجعله ذا معنى وقيمة مضاف مبنية على المعرفة والتعلم والتثقيف والمتعة والترفيه بالنسبة للمتلقين.

اصطلاحاً: عرفه مجموعة من الباحثين والعلماء كما يلي:

عرف سيمون لابيوري التنشيط بأنه مجموعة من الأعمال يسيرها ويحدد محتواها شخص أو مجموعة أشخاص في إطار معين، وداخل تجمعات محددة بغية تحقيق أهداف تربوية وثقافية واجتماعية خارج أوقات العمل الاحترافي، وتتمركز أهدافه حول الحياة العائلية ودور الأنشطة الترفيهية والتربوية والرياضية والثقافية والتطوعية⁽²⁾.

- **التعريف الإجرائي للتنشيط:** يعرف على أنه جملة من العمليات التي يقوم بها فرد أو مجموعة من الأفراد بهدف إدخال تعديل أو تغيير على سلوك إنساني في إطار ثقافي تربوي وفق أهداف مضبوطة ومحددة، وهو

¹ - حسين خريف: المدخل إلى الاتصال والتكيف الاجتماعي، مخبر علم اجتماع الاتصال، قسنطينة، الجزائر، 2005، ص18.

² - أشرف قادوس و عبد اللطيف كداي: دليل تقنيات التنشيط الثقافي في المخيمات الصيفية للأطفال، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، إيسيسكو، 2013، ص17.

يعتمد أساسا على المكونات التالية: المنشط والمنشط، المكان والزمان والوسائل. وهو يفيد عملية التحفيز والحث على فعل الشيء وتحريكه والمشاركة فيه.

9-3- التنشيط الثقافي:

عرفه ديلورم بأنه استحضار للعلاقات الإنسانية، ومن ثم فالتنشيط الثقافي هو مساعدة الجماعات والأفراد على تنمية قدراتهم الشخصية، وذلك من أجل تحسين محيطهم الاجتماعي عن طريق أنشطة ثقافية، تربوية، ترفيهية، ومشاريع جماعية⁽¹⁾.

- **التعريف الإجرائي للتنشيط الثقافي:** هو فعل تفعيل وضعية سكونية أو شبه سكونية نحو وضعية تفاعلية بين مكونات مختلفة ضمن نسق معين، يستهدف إحداث ناتج معين.

9-4- المؤسسات الثقافية:

هي منظمة تتضمن ثقافة أو ثقافة فرعية وتعمل من أجل الحفاظ أو الترويج للثقافة، ويستخدم هذا المصطلح خصوصا من قبل المؤسسات العامة والخيرية، ولكن المصطلح يمكن أن يتضمن أمور واسعة جدا، من أمثلة المؤسسات الثقافية في المجتمع الحديث هي المتاحف والمكتبات ودور المحفوظات والكنائس والمعارض الفنية.

¹ - أشرف قادوس و عبد اللطيف كداي: مرجع سابق، ص 17.

الفصل الثاني

ماهية الإتصال

تمهيد

1- مفهوم الإتصال

2- عناصر الإتصال

3- أشكال الإتصال

4- أهداف الإتصال

5- خصائص الإتصال

6- وظائف الإتصال

7- نماذج الإتصال

8- مهارات الإتصال

خلاصة

تمهيد:

يعتبر الاتصال أحد أبرز العناصر الأساسية في التفاعل الاجتماعي، وهو عملية تتكون من سلسلة من الأنشطة تتضمن: الاستماع، التأمل، التعبير، الاختيار وكذلك التغيرات في السلوك والشعور.

1. مفهوم الاتصال:

- لغة: جاء في لسان العرب لابن منظور الاتصال والوصلة: ما اتصل بالشيء، قال الليث: كل شيء اتصل بشيء فيما بينهما وصلة، أي اتصال وذريعة، ووصلت الشيء وصلا وصلة، والوصل ضد الهجران، والوصل خلاف الفصل، وفي التنزيل: "ولقد وصلنا لهم القول" أي وصلنا ذكر الأنبياء، وأقاصيص من مضى بعضها ببعض لعلهم يعتبرون واتصل الشيء، لم ينقطع، ووصل الشيء إلى الشيء وصولاً، وتوصل إليه، انتهى إليه وبلغه، ووصله إليه وأوصله: أنهاه إليه وأبلغه إياه... وفي التنزيل "إلا الذين يصلون إلى قوم بينكم وبينهم ميثاق" أي يتصلون، وتوصل إليه أي تلتطف في الوصول إليه⁽¹⁾.

- اصطلاحاً: عرف كولي تشارلز هورتون الاتصال: بأنه الأسلوب الذي تتكون من خلاله العلاقات الإنسانية وتستتر في الوجود، وهو يتكون من جميع الرموز الروحية بما فيها الوسائل التي تنتقل عبر المكان ويتم الحفاظ على استمرارها عبر الزمان، وتشمل تلك الوسائل تعبيرات الوجه ووضع الجسم والحركات الجسمية ونغمة الصوت والكلمات والكتابة والطباعة والسكك الحديدية والتلغراف والتلفون وكل ما يستحدث من وسائل متجددة تستخدم لعبور المكان وتخطي الزمان⁽²⁾.

جاء في قاموس المصطلحات الإعلامية أن الاتصال هو: انتقال المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز، و الاتصال هو أساس كل تفاعل اجتماعي، فهو يمكننا من نقل معارفنا ويسر التفاهم بين الأفراد⁽³⁾.

¹ - رحيمة الطيب عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2008 . ص 9 .

² - حسين خريف: المدخل إلى الاتصال والتكيف الاجتماعي، مخبر علم اجتماع الاتصال، قسنطينة، الجزائر، 2005، ص 19 .

³ - رحيمة الطيب عيساني : مرجع سابق، ص 12 .

2- عناصر الاتصال :

إن العملية الاتصالية تتم من خلال العناصر التالية :

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

- **الرسالة:** وتعد الرسالة الركن الثاني في العملية الاتصالية وتمثل بالمعاني والكلمات والمشاعر والمنبهات التي يرسلها المصدر إلى المستقبل. والرسالة هي النتاج المادي والفعلية للمصدر الذي يضع فكره في رموز معينة. فحينما نتحدث يكون الحديث هو الرسالة، وحينما نكتب فالكتابة هي الرسالة، وحينما نرسم فالرسم أو الصورة هي الرسالة .

- **القناة:** وهي الوسيلة التي يتم من خلالها توصيل أو نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل . وتتعدد أنواع الوسائل أو القنوات بتعدد أنواع الاتصال وأشكاله، كالاتصال الشخصي والجماهيري (بوسائله المتنوعة: الصحافة، الإذاعة، التلفزيون... الخ)⁽¹⁾.

- **المستقبل:** هو الشخص أو الجهة التي توجه إليها الرسالة، ويجب على المستقبل أن يقوم بحل أو فك رموز الرسالة بغية التوصل إلى تفسير لمحتوياتها وفهم معناها، وينعكس ذلك عادة في أنماط السلوك المختلفة التي يقوم بها المستقبل. ولذلك يجب ألا يقاس نجاح عملية الاتصال بما يقدمه المرسل، ولكن بما يقوم به المستقبل من سلوكيات تدل على نجاح الاتصال وتحقيق الهدف .

- **التغذية الراجعة:** هي عبارة عن ردود الفعل التي تنعكس على المستقبل في فهمه أو عدم فهمه للرسالة، ومدى تفاعله معها وتأثره بها، حيث أن من المفروض أن يتخذ المستقبل موقفا معينا من الأفكار والخبرات والمعلومات التي يستلمها، وهذا الموقف يؤثر غالبا في تعديل الرسالة من المرسل أو تبديلها وإرسالها إلى المستقبل نفسه أو إلى مستقبلين آخرين غيره .

¹ - ربحي مصطفى عليان و عدنان محمود الطوباسي: الاتصال والعلاقات العامة، دار الصفاء للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص45-

-التشويش (التأثير): وهو مفهوم يشمل كل ما يؤثر في كفاءة وفاعلية وصول الرسالة بشكل جيد إلى المستقبل وإدراكها، وقد تأتي هذه المؤثرات من المرسل أو القناة أو المستقبل أو من المحيط أو البيئة الخارجية، وهذه المؤثرات أو العوامل تلعب دورا حاسما ومهما في التأثير سلبا على عملية الاتصال، ولذلك فإنه من الضروري استيعاب وإدراك أسبابها وآثارها، ومحاولة التغلب عليها⁽¹⁾.

3- أشكال الاتصال :

يمكن تقسيم الاتصال إلى:

أ/ تقسيم الاتصال طبقا للطريقة المستخدمة في الاتصال أو اللغة:

- 1.الاتصال غير اللفظي:وهو وسيلة للاتصال بين البشر بطرق أخرى غير اللغة المنطوقة أو المكتوبة، فهو كما يقول "جيمس واطسن" لغة الجسم أو حديث الجسم، وهو نظام رمزي للاتصال .
- 2.الاتصال اللفظي:وهو يعتمد أساسا على الرموز اللغوية، ويتطور الرموز اللغوية تطور ذلك النوع من الاتصال، ولكل بيئة لغتها الخاصة بها، والتي تتواصل عن طريقها⁽²⁾.

ب/تقسيم الاتصال طبقا لعدد المشاركين فيه: وهو يعتمد على العنصر البشري المشارك في العملية الاتصالية :

- **الاتصال الذاتي:** هو الذي يحدث داخل الفرد بمعنى بين الفرد ونفسه ويرتبط بالسمات الشخصية والنفسية للفرد مثل الإدراك والبناء المعرفي والتعليمي وغيرها، وبالتالي يتحول الفرد تلقائيا إلى مصدر ومتلقي في آن واحد.
- **الاتصال الشخصي:** وهو الذي يحدث بين فردين أحدهما مرسل والآخر مستقبل، وهو شائع فيما بيننا ونستخدمه يوميا حينما نتبادل التحية مثلا.
- **الاتصال الجمعي:** وهو ذلك النوع من الاتصال الذي يقوم فيه المرسل بمواجهة أكثر من شخص، قد يكون شخصين أو ثلاثة أو مجموعة من الجماهير كالخطب والندوات والمحاضرات.

¹- رجي مصطفى عليان و عدنان محمود الطوباسي : مرجع سابق، ص57، 63 .

²- محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003، ص66، 73 .

- **الاتصال الجماهيري:** ويتميز باستخدام وسائل تكنولوجية معقدة كالطباعة والإذاعة والتلفزيون والسينما وغيرها، ويعرف أيضا بالاتصال الإعلامي حيث يتم من خلال وسائل الإعلام المعروفة⁽¹⁾.

4- أهداف الاتصال:

عملية الاتصال تهدف بشكل عام إلى التأثير في المستقبل حتى تتحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل، وقد ينتصب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها أو تغييرها أو على اتجاهاته أو على مهاراته لذلك يمكن تعميق أشكال هذا التعديل أو التغيير إما على مستوى تعديل أو تغيير "المعلومات" أو "الاتجاهات" أو "سلوك المستقبل".

أ- التغيير أو التعديل في المعلومات: يتم على النحو التالي:

- تزويد المستقبل أو المستقبلين بمعلومات صحيحة أو تمكنهم من اتخاذ القرارات الصائبة.
- تزويد المستقبل بمعلومات جديدة إضافية لم يطلع عليها أو يعرفها من قبل الفكرة أو الموضوع أو الشخص مدار البحث.
- تصحيح معلومات أو مفاهيم أو أفكار خاطئة علفت في ذهن المستقبل.
- إعطاء المستقبل معلومات ناقصة على شكل أنصاف أو خاطئة كما هو الحال في الحرب النفسية وعمليات تضليل الرأي العام.

ب- التغيير أو التعديل في الاتجاه:

- الاتجاه: عبارة عن إطار مرجعي يزودنا بالمعلومات التي تجعلنا نشعر مع الآخرين أو نتضامن معهم أو نحصل على دعمهم. ويتكون الاتجاه من المكونات التالية:
- الجانب المعرفي (اعتقادات وحقائق ومعلومات).
 - الجانب العاطفي (مشاعر الحب والكراهية).
 - الجانب السلوكي (العمل).

¹ - محمود حسن إسماعيل: مرجع سابق، ص 73، 79.

ج- التغيير أو التعديل في السلوك:

تعديل أو تغيير السلوك العلني للمستقبل أو للمستقبلين. كالقيام إلى الصلاة عند استماع الأذان أو المسارعة في التبرع لمشروع خيري عند الاستماع أو قراءة الآيات القرآنية التي تبين فضل الاتفاق في سبيل الله تعالى⁽¹⁾.

5- خصائص الاتصال :

تمتاز العملية الاتصالية بعدة خصائص أهمها :

- الاتصال عملية ديناميكية: تعتبر عملية الاتصال عملية تفاعل اجتماعي يتم فيها تبادل المعلومات والأفكار بين الناس.
- الاتصال عملية مستمرة: الاتصال حقيقة من حقائق الكون المستمرة إلى الأبد، فليس لها بداية أو نهاية فنحن في اتصال دائم مع أنفسنا ومجتمعنا والكون المحيط بنا.
- الاتصال عملية دائرية: لا تسير عملية الاتصال في خط واحد من شخص لآخر فقط، بل تسير في شكل دائري حيث يشترك الناس جميعا في الاتصال.
- الاتصال عملية لا تعاد: تتغير الرسالة الاتصالية بتغير الأزمان والأوقات والجمهور المستقبل وكذلك معناها.
- لا يمكن إلغاء الاتصال: ليس من السهل إلغاء التأثير الذي حصل من الرسالة الاتصالية وإن كان غير مقصود كزلة اللسان أو الخطأ في تحيز الزمان أو المكان أو الموقف الاجتماعي .
- الاتصال عملية معقدة: الاتصال عملية تفاعل اجتماعي تحدث أوقات وأماكن ومستويات مختلفة⁽²⁾.

¹ - جمال مجد أبو شنب : الاتصال والإعلام والمجتمع "المفاهيم والقضايا والنظرية" ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 23-24.

² - جمال مجد أبو شنب : مرجع سابق، ص22، ص23 .

6- وظائف الاتصال :

للاتصال عدة وظائف يسعى من خلالها إلى تحقيق أهدافه نذكر منها ما يلي:

- وظيفة اجتماعية: الاتصال عملية اجتماعية تقوم بنقل معلومات وتهدف إلى تغيير السلوك الإنساني.
- وظيفة سياسية: يسهم الاتصال في التثقيف السياسي، ويسهل كذلك الاتصال بين الحاكم والمحكوم ويوطد العلاقات بين القائد وشعبه.
- وظيفة فكرية دينية: للاتصال دور كبير وعال في نشر الدعوات والتعاليم الدينية.
- وظيفة التوجيه: وتتحقق حينما يتجه الاتصال إلى إكساب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة، أو يثبت اتجاهات قديمة مرغوب فيها.
- وظيفة الترفيه: ويتحقق حينما يتجه الاتصال نحو إدخال البهجة والسرور والإمتاع إلى نفس المستقبل.
- وظيفة اجتماعية: ويتحقق عندما يتيح الاتصال فرصة لزيادة احتكاك الجماهير ببعضهم البعض، وبذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الأفراد، وكان يحدد الآثار أن الاتصال في النهاية يجمع بين أكثر من هدف في وقت واحد باعتبار أن مفهومه هو مفهوم شمولي متعدد الأبعاد ومتكامل.
- وظيفة إعلانية: الإعلان هو رسالة مدفوعة وإما أن يكون أخبارا أو معلومات أو ترفيه أو الثلاثة مجتمعين لأن رغبة المشاهد أو القارئ في الرسالة الإعلانية ترتبط بخاصية المنتج والمعلومات أو عن القيمة الترفيهية للإعلان نفسه أو التقديم المقترن⁽¹⁾.

7- نماذج الاتصال:

- لقد ظهرت عدة نماذج تحاول تقديم عملية الاتصال من خلال تحديد عناصرها ومكوناتها الرئيسية وترتيبها وطبيعة العلاقات فيما بينها، ويمكن توضيح أو عرض نماذج الاتصال بنوعين رئيسيين هما :
1. النموذج اللفظي: الذي يوضح لنا عناصر العملية من خلال الكلمات.
 2. النموذج التصويري: الذي يوضح بالرسم عناصر ومكونات النموذج.

¹ - جمال محمد أبو شنب : مرجع سابق، ص 24-26 .

ويعد نموذج أرسطو أقدم نموذج للاتصال، والاتصال عنده نشاط شفوي، يحاول فيه المتحدث أن يقنع غيره وأن يحقق هدفه مع مستمع عن طريق صياغة قوية ماهرة للحجج التي يعرفها، ويتكون نموذج الاتصال عنده من: المتحدث-القضية-الكلام-المستمع.

أ/ نموذج لاسويل: الذي يلخص فيه العملية الاتصالية باختصار شديد في الأسئلة التالية:

من هو؟ (المرسل)، ماذا يقول؟ (الرسالة)، بأية قناة؟ (الوسيلة)، لمن؟ (المستقبل)، وبأي تأثير؟ (التأثير).

ب/ نموذج شانون-ويفر: في عام 1949 نشر شانون نتائج البحث الذي أجراه لشركة بيل للهاتف، وكانت هذه النتائج هي أساس نموذج (شانون-ويفر) للاتصال، وقد وصفا الاتصال من خلال ستة عناصر رئيسية هي: مصدر المعلومات، المرسل، القناة (الوسيلة)، المستقبل، الهدف، مصدر الضوضاء. ويعد من أكثر نماذج الاتصال شهرة، حيث اعتبر أساسا للنماذج اللاحقة، قد أدخل مصطلح ضوضاء ليرمز لأي تشويش يتداخل مع إرسال الإشارة من مصدرها إلى هدفها⁽¹⁾.

ج/ نموذج شرام: لقد قدم شرام إضافية عن ديناميكية عملية الاتصال، وأولها هو ما قال عنه: "يمكن أن يكون المصدر فردا يتحدث أو يكتب أو يشير، يمكن أن يكون هيئة كجريدة أو دار نشر أو محطة تلفاز أو ستوديو سينمائي" وتكون الرسالة في شكل حبر على ورق، أو موجات صوتية في الهواء، أو ترددات في تيار كهربائي، أو إشارة باليد أو علما في الهواء، أو أية إشارة أخرى يمكن شرحها لإعطاء معنى. فالاتصال عنده مجهود هادف يرمي إلى توفير أرضية مشتركة بين المصدر والمستقبل حيث يقوم المصدر بتحويل الرسالة إلى رموز يمكن إرسالها.

وقد أضاف شرام مفهوم مجال الخبرة الذي اعتبره ضروريا ليقرر ما إذا كانت الرسالة ستصل إلى الهدف بالطريقة التي قصدها المصدر، وخلص إلى أنه في حالة عدم وجود ميادين خبرة مشتركة فإن احتمال أن تفسر الرسالة بطريقة صحيحة يكون ضعيفا.

وتتلخص العناصر الرئيسية لنماذج عملية الاتصال عند شرام فيما يلي:

المصدر (الرمز)، المستقبل (محلل الرمز)، الإشارة، الهدف، مجال الخبرة أو الإطار المرجعي.

¹ - رنجي مصطفى عليان و عدنان محمود الطوباسي : مرجع سابق، ص 71-74 .

د/نموذج بيرلو: قدم بيرلو نموذجا مختصرا لعملية الاتصال يعرف باسم نموذج (SMCR) ويضم أربعة عناصر أساسية هي: المصدر، الرسالة، القناة، المستقبل.

ويرى بيرلو أننا نتصل كبشر لكي نؤثر في الآخرين، ولا يوجد اتصال بدون هدف، ولهذا يجب أن يكون الهدف واضحا ومحددا قبل بدء عملية الاتصال⁽¹⁾.

8- مهارات الاتصال :

تتطلب عملية الاتصال في مختلف مستوياتها وظروفها مهارات أساسية يجب على المرسل والمستقبل أن يتقنها، وتتلخص هذه المهارات فيما يلي:

أ- **مهارة القراءة:** تعد القراءة من المهارات التي لا يمكن الاستغناء عنها في مختلف مراحل التعلم والحياة، فهي غذاء للفكر وتساعد الفرد في تلبية متطلبات الحياة اليومية وفي كيفية التعامل مع الآخرين، حيث تسهم في تطوره العقلي والعاطفي والاجتماعي .

ب- **مهارة الكتابة:** تعد الكتابة مهارة أساسية وضرورية للاتصال الكتابي وبدونها يتعطل هذا النوع من الاتصال الشائع جدا في مجال الدراسة والعمل والوظيفة وحتى الحياة العامة، والكتابة ليست مهارة طبيعية بل تحتاج إلى تدريس منتظم ودقيق، إنها مهارة حركية مثل العزف على آلة موسيقية.

ج- **مهارة التحدث:** يعد التحدث فنا ومهارة وموهبة، فهو فن لأنه شخصي أي يعتمد على شخصية الإنسان ومقدار حماسه وإبداعه، وهو مهارة لأنه يحتاج إلى التنمية والتدريب والتحسين للوصول إلى الأفضل، وموهبة لأن العوامل السابقة وحدها لا تصنع المتحدث الناجح والمؤثر في الآخرين.

4/ **مهارة الإصغاء:** يعد الإصغاء مهارة أساسية للاتصال الشفوي أو اللفظي، وهناك فرق بين الاستماع والإصغاء، حيث يتطلب الأخير الفهم والإدراك لما يقول المتحدث وللإصغاء مستويات ثلاثة هي:

- **الإصغاء السطحي:** كالاستماع للراديو خلال العمل.

- **الإصغاء اليقظ:** كما يحدث في المناسبات الاجتماعية المختلفة.

- **الإصغاء المركز:** وفيه يضع المستقبل نفسه مكان المتحدث ويحاول معرفة أفكاره ومشاعره، كما يحدث في المقابلات الرسمية والاجتماعات الهامة والمفاوضات والأعمال التجارية والمؤتمرات وغيرها⁽²⁾.

¹ - رجي مصطفى عليان وعدنان محمود الطوباسي: مرجع سابق، ص 73-75 .

² - المرجع نفسه، ص 143-156 .

خلاصة:

لقد قدمنا عرض ودراسة وافية عن موضوع الاتصال الذي هو عملية تفاعل اجتماعية يستخدمها الأفراد لبناء معاني تشكل في عقولهم صورا ذهنية، وتبادل هذه المعاني بين مرسل ومستقبل عبر قناة معينة مع وجود استجابة، وتناولنا أيضا عناصر الاتصال وخصائصه وأهدافه و وظائفه وأخيرا نماذج ومهارات الاتصال.

الفصل الثالث

ماهية التنشيط الثقافي

تمهيد

- 1- مفهوم التنشيط
- 2- مفهوم التنشيط الثقافي
- 3- تعريف المنشط
- 4- أدوار المنشط
- 5- مهام المنشط
- 6- أنواع التنشيط
- 7- الأسس العامة للتنشيط الثقافي
- 8- وظائف التنشيط الثقافي
- 9- تقنيات التنشيط الثقافي

خلاصة

تمهيد :

يتمثل التنشيط الثقافي في عملية بث الحركة والنشاط وبعث الروح والحياة داخل فريق ما، وتهدف هذه العملية إلى إحداث تغييرات في سلوك أفراد الفريق ومواقفهم وأعمالهم ومشاعرهم، وهي بذلك عملية متكاملة يساهم في إقامتها كل أفراد الفريق بمن فيهم المنشط، فهي عملية استغلال للطاقات الكامنة في أعضاء الفريق بطريقة منظمة.

1- مفهوم التنشيط:

هو إضفاء الحيوية والنشاط على المجموعة لتوسيع مجال التواصل بين أعضائها، ويكون القصد من ذلك هو الرفع من فعاليتها ومردوديتها ككيان عضوي، وليتم ذلك بنجاح لا بد أن يكون التواصل أفقياً بين الأعضاء وحتى تتاح لكل منهم الفرصة للتعبير عن أفكاره وتشجيعه على تجاوز الصعوبات والعوائق التواصلية بهدف تبادل الخبرات والمعارف والقيم بين أعضاء الجماعة⁽¹⁾.

2- مفهوم التنشيط الثقافي:

هو عملية تحريك جماعة معينة وإشراكها في مزاولة نشاطها، سواء كان تربوياً أو اجتماعياً أو رياضياً وقد ظل لسنوات طويلة مرادفاً لأوقات الفراغ والتسلية. وقد عرفه ديلورم أيضاً بأنه استحضار للعلاقات الإنسانية، ومن ثم فالتنشيط الثقافي هو مساعدة الجماعات والأفراد على تنمية قدراتهم الشخصية، وذلك من أجل تحسين محيطهم الاجتماعي عن طريق أنشطة ثقافية، تربوية، ترفيهية، ومشاريع جماعية⁽²⁾.

3- تعريف المنشط:

المنشط أو المرابي أو المدرب هو ذلك الشخص الذي يكون ملماً بمجموعة من التقنيات والعمليات الذهنية والتطبيقية التي يستعملها ويوظفها لتنشيط جماعة انطلاقاً من معرفة اختياره للفقرات المناسبة لكل وقت وظرف وكيفية مزاولتها .

4- أدوار المنشط:

للمنشط أدوار مهمة ورئيسية في تأدية نشاطه نذكر منها :

- 1- تمكين المتعلمين من المعرفة وذلك من خلال إعدادهم لاكتساب مفاهيم ومعارف ومهارات .
- 2- خلق الرغبة والقبول لدى المتعلمين من أجل إدماجهم في سيرورة محددة وإيجاد حلول لإشكاليات معينة في الموضوع .

¹ - مجموعة باحثين: مصوغة التواصل والتنشيط، قسم استراتيجيات التكوين، المملكة المغربية، 2005، ص 12 .

² - أشرف قادوس و عبد اللطيف كداي: دليل تقنيات التنشيط الثقافي في المخيمات الصيفية للأطفال، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، إيسيسكو، 2013، ص 17 .

3_ تحريك المتعلمين للقيام بأعمال معينة : وذلك في وضع استراتيجيات أو مناهج وخطط عمل لقضايا تمس المجموعة.

5- مهام المنشط:

للمنشط مهام متعددة نذكر منها:

1. الاستقبال: أي وضع الأمور في أماكنها، التعرف على المشاركين، تحديد الأهداف، تحديد الأدوار.
2. تقديم الموضوع: التأكد من أن الجميع فهم الموضوع، التحديد الدقيق للموضوع، بناء الموضوع في صورة تجعله في مستوى المشاركين، التناسب بين الموضوع ووقت الإنجاز.
3. العمل على الإثارة والدفع إلى العمل، ويتم ذلك من خلال: الاهتمام بحاجات ورغبات المشاركين (جعلهم يحسون أن الموضوع يشبع حاجاتهم وذلك بالعمل على ربطه باهتماماتهم). إثارة تفكيرهم، قبول كل الأفكار والعمل على تقويمها، تشجيع التواصل الجماعي، المساعدة على توضيح الأفكار التي تبدو غامضة.⁽¹⁾

4. بناء تصميم لمناقشة الموضوع: تمكين المشاركين من التحليل الموضوعي، تمكينهم من طرح كل المشكلات، مساعدتهم على تحليل ومناقشة كل المواقف والأفكار المسبقة، تمكينهم من اتخاذ القرار المناسب.

5. معرفة تدبير حصة التنشيط: الإنصات، إعادة التذكير بالموضوع كلما دعت الضرورة، التقيد بالموضوع وعدم الخروج عنه، معالجة المشاكل غير المتوقعة أو تأجيل ذلك إلى وقت مناسب، الموضوعية، الضبط، الحذر واليقظة، الحسم واتخاذ القرارات، منع وتوقيف التدخلات الهدامة، إسكات المهذار (الثرثار) دون التأثير على سير العمل، تحريك غير الراغبين في الكلام، منع تكوين جماعات ضيقة داخل المجموعة (انقسام المجموعة)، تلخيص المداخلات وإعادة صياغتها وتبويبها.

¹ - مصوغة التواصل والتنشيط: مرجع سابق، ص 13-14 .

6- أنواع التنشيط:

- التنشيط الاجتماعي الثقافي: وهو مصطلح يشمل ملامح التنشيط بصفة واسعة النطاق ويتوجه بصفة خاصة إلى مجموعات وجمعيات الكهول .
- التنشيط البيداغوجي: رغم أن التنشيط يتدخل عادة في أوقات الفراغ أو أثناء الاجتماعات نجد التنشيط البيداغوجي من اختصاصات المدرسة .
- التنشيط الاجتماعي التربوي: وهو جزء من التنشيط الاجتماعي الثقافي ويتعلق خاصة بالتدخلات والعمل في مستوى مجموعات من الأطفال في الوقت الحر وتكمن أهميته في تنمية مقومات شخصية الطفل واندماجه في المجتمع متأثرا به ومؤثرا فيه⁽¹⁾.

7- الأسس العامة للتنشيط الثقافي :

- يقوم التنشيط على مجموعة من الأسس السيكوسوسيو تربوية نذكر منها :
- التعلم الثقاف أفعال اجتماعية يكتسبها الفرد من الجماعة عن طريق التواصل والتفاعل بين الأفراد .
- التنشيط تواصل اجتماعي يؤدي إلى تغيير سلوك الفرد عن طريق تنمية مواقف جديدة .
- إن التفاعل بين الأفراد له أبعاد سيكولوجية واجتماعية ومعرفية مما يوفر للفرد إمكانية تنمية شخصيته بشكل متكامل⁽²⁾.

8- وظائف التنشيط الثقافي:

- عند تنشيط مجموعات يتعين على المنشط أن يضمن الاضطلاع بالوظائف الثلاثة التالية :
- وظيفة الإنتاج: وتعني الوصول إلى تحقيق نتيجة معينة في نهاية التكوين أو التعليم أي انجاز المهمة الذي اضطلع المتعلم أو المتكون .
- __ وظيفة التيسير: وهي توفير كل المستلزمات الضرورية للنشاط وتذليل الصعوبات المعترضة وتشجيع المتكونين وتحفيزهم ومساعدتهم لتسهيل التواصل بينهم .
- ونعني به أيضا: حسن تنظيم العمل وتوزيع الأدوار وتوضيح التعليمات .

¹ وثيقة تجريبية: الدليل البيداغوجي للتنشيط الاجتماعي التربوي، وزارة شؤون المرأة والأسرة والإدارة العامة للطفولة، جوان 2013، ص 6 .

² مجموعة باحثين، مرجع سابق، ص 12 .

وظيفة التعديل: ويتعلق بنوعية العلاقات والتفاعلات داخل جماعة الفصل أو التكوين⁽¹⁾.

9- تقنيات التنشيط الثقافي:

يرتكز التنشيط على مجموعة من التقنيات. ويقصد بها مجموعة الإجراءات والآليات الموظفة لتنشيط الجماعة. وهي متعددة نذكر منها:

- الزوبعة الذهنية أو العصف الذهني:

تقوم تقنية الزوبعة الذهنية على إشراك المتكويين في المناقشة بهدف إنتاج واقتراح أفكار بشكل جماعي أو لإيجاد حلول لموقف أو وضعية أو مشكلة، وتستند هذه التقنية إلى جملة من الشروط أو المبادئ منها:

1. عرض المنشط المشكلة أمام المجموعة وتوضيحها وتحديد عناصرها.
2. إلقاء كل مشارك بآرائه واقتراحاته دون حكم أو نقد للآخرين.
3. عدم نقد أفكار المشاركين وتأجيل ذلك حتى يتم الاستماع لكل المساهمات.
4. عدم إيقاف وحصر الطاقة التعبيرية للمتدخلين.
5. العمل على إثراء النقاش: كثرة وغزارة في الأفكار والاقتراحات.
6. جمع الأفكار والتدخلات وتدوينها.
7. تحليل الأفكار والاقتراحات في النهاية للخروج باستنتاج عام.

- تقنية حل المشكلات:

هي تقنية تنشيط يوزع خلالها المشاركون إلى مجموعات صغيرة (3 أو 4 أفراد) من اجل مناقشة مشكلة معينة أو البحث عن حل لهذه المشكلة يتم عرضه عليهم.

- تقنية المناقشة على مراحل:

هي تقنية تنشيط تتيح الإحاطة بجوانب موضوع معين عبر مراحل، حيث يتم إنتاج مجموعة من المساهمات عن طريق توزيع المشاركين إلى مجموعات للعمل لمدة محددة. وبعد ذلك يتم الموازنة بين مختلف الانتاجات لاستنتاج خلاصات نهائية تنال موافقة الأغلبية.

¹ - المنجي فرحات و الهادي القصار، تقنيات التنشيط، المركز الوطني لتكوين المتكويين في التربية، الجمهورية التونسية، 2015-2016، ص 66 .

-تقنية دراسة الحالة:

يواجه المشاركون مشكلا أو حالة لمظاهر ملموسة، فيعملون على تحليلها تحليلا دقيقا، واختيار أنسب الحلول لمعالجتها.

-تقنية لعب الدور:

هي تقنية تنشيط تقوم على تخيل واستحضار مجتمع الظاهرة موضوع الدراسة واستيعابه ثم تمثيله وتشخيصه. ولذلك فهي تتيح للأشخاص تقمص الأدوار والتكيف معها¹.

¹ مادي حسن: التواصل والتنشيط، المدرسة العليا للأساتذة، الرباط، 2008، ص 17-20 .

خلاصة :

لقد قدمنا عرض لموضوع التنشيط الثقافي الذي هو جزء من ديناميكية معرفية أوسع تهدف إلى الفهم والإفهام قصد ترقية الوجدان وتطوير الذوق وتقويم السلوك وتشجيع المبادرة والمنافسة داخل الجماعة التي هي في حاجة ماسة إلى منشط ييث الروح فيها من أجل الوصول إلى وحدة متماسكة وقوية، وتناولنا أيضا أنواعه ووظائفه والأسس الذي يقوم عليها وأخيرا التقنيات التي يعتمد عليها.

الفصل الرابع

الإطار التطبيقي للدراسة

1- بطاقة فنية لمؤسسات الثقافة لولاية المسيلة

2- التحليل الكمي والكيفي للنتائج

3- النتائج العامة للدراسة

1- بطاقة فنية لمؤسسات الثقافة لولاية المسيلة

1-1- تعريف المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية المسيلة "بودراي بلقاسم":

تعد المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية المسيلة "بودراي بلقاسم" من المكتبات العامة التي أنشأت في إطار قرار رئيس الجمهورية -مكتبة لكل بلدية - و لقد تم تدشينها بتاريخ 17 أكتوبر 2010 وهي مؤسسة علمية، ثقافية تربية واجتماعية تهتم بجمع مختلف مصادر المعلومات المطبوعة وتنميتها بطرق مختلفة (شراء، إهداء، تبادل) ومعالجتها وتنظيمها بتقنيات علمية وتكنولوجية حديثة لتسهيل عملية الإفادة منها من طرف جمهور المستفيدين من باحثين وطلبة ومتدربين وغير متدربين كبارا وصغارا، فضلا عن الخدمات التكوينية والثقافية التي ينفرد به هذا النوع من المكتبات، والهدف العام للمكتبة يتمثل في تنمية أفراد المجتمع على المستوى العلمي والثقافي والتكنولوجي والتربوي والاجتماعي والحضاري.

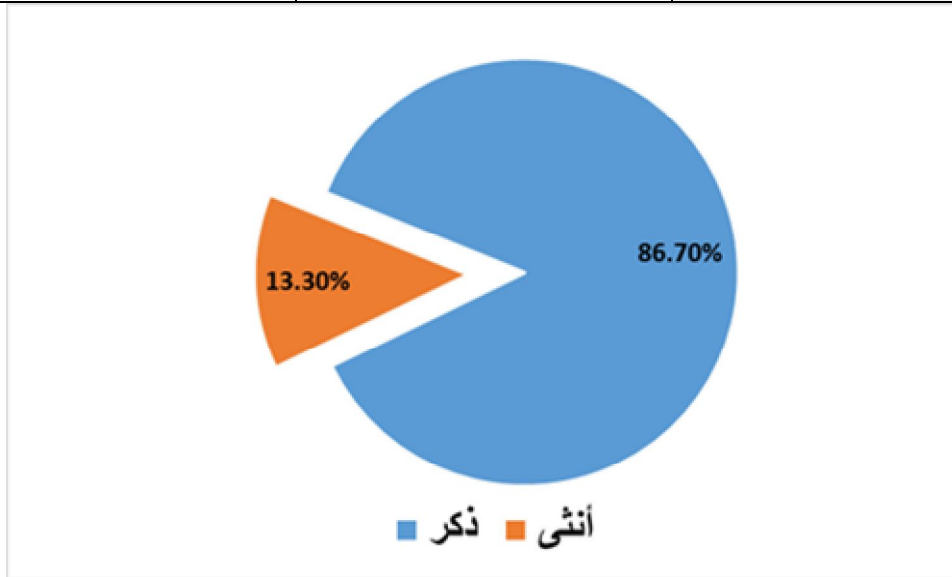
1-2- تعريف دار الثقافة قنفود الحملاوي :

أنشأت دار الثقافة قنفود الحملاوي في سنة 1990 بموجب قرار وزاري مؤرخ في 25 جويلية 1990، جاء تتويجا لمساعي الدولة الرامية إلى استقطاب المواهب الثقافية وكذلك المبدعين في مختلف النشاطات الثقافية من أجل حثها على المزيد من البذل والعطاء وإلى تحقيق حلم الفئات الواسعة من الشباب بتوفير التكوين لهم في العديد من التخصصات الثقافية وإتاحة الفرصة أمامهم بتسخير فضاءات أخرى لها أهمية بالغة تتمثل خاصة في المطالعة والانترنت.

2- التحليل الكمي والكيفي للنتائج

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

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	13	86.7%
أنثى	2	13.3%
المجموع	15	100%



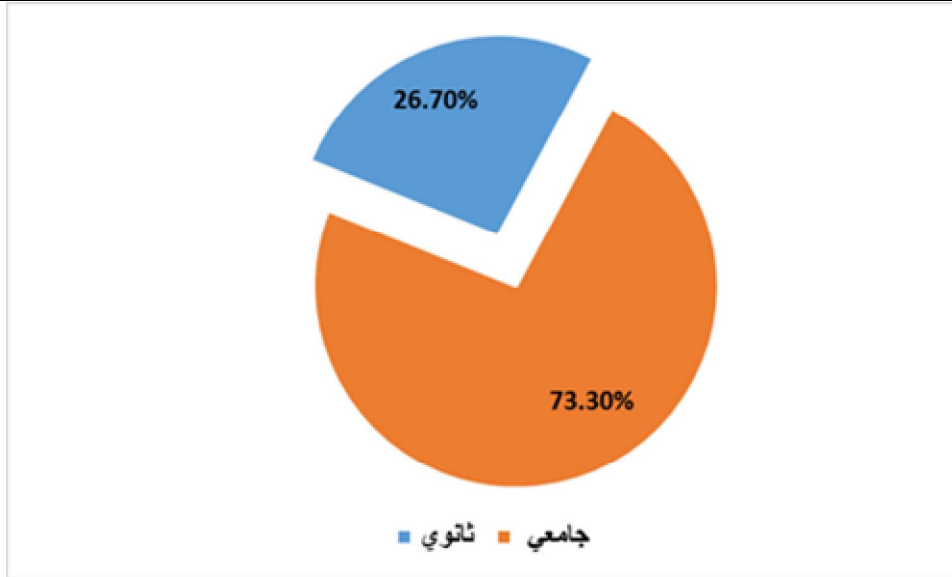
الشكل رقم (01): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 15 فرداً، نلاحظ أن 13 فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة 86.7%، أما الإناث فقد بلغ عددهم 2 أنثى بنسبة قدرت بـ 13.3%.

وبناء على النتائج المبينة أعلاه نستنتج بأن أغلب موظفي المؤسسات الثقافية محل الدراسة ذكور وذلك راجع إلى أن العنصر الذكوري له القدرة على اقتحام ميدان العمل الثقافي الميداني أكثر من الإناث.

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
26.7%	4	ثانوي
73.3%	11	جامعي
100%	15	المجموع



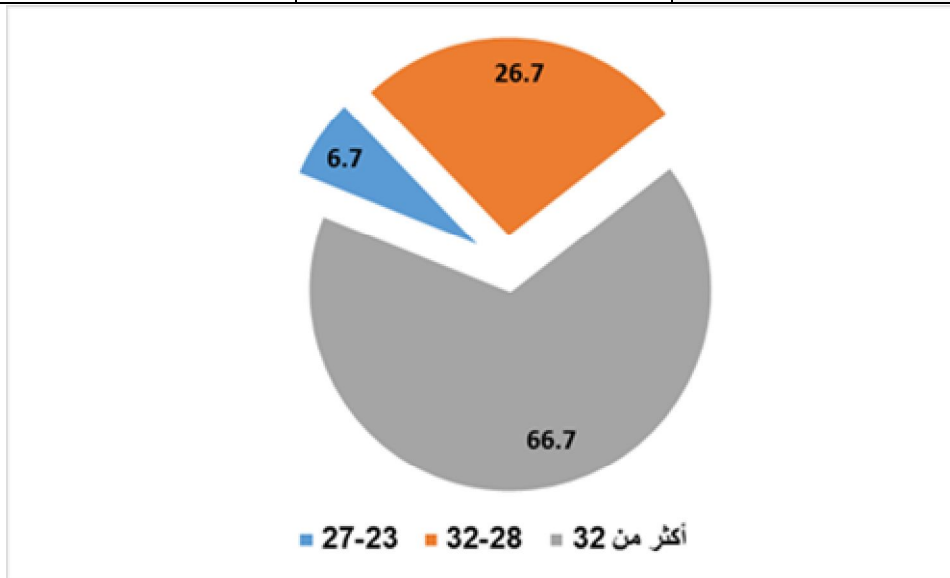
الشكل رقم (02): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 15 فرداً، نلاحظ أن 4 أفراد ذو مستوى ثانوي بنسبة قدرت بـ 26.7%، في حين أن الأفراد الذين لهم مستوى جامعي فقد بلغ عددهم 11 فرداً بنسبة قدرت بـ 73.3%.

مما هو مبين أعلاه نستنتج بأن موظفي المؤسسات الثقافية محل الدراسة ذو مستوى علمي جيد، لأن تقلد مناصب إدارية على مستوى عالي يتطلب كفاءة مهنية عالية كل حسب تخصصه ومستواه التعليمي حتى يكون على قدر كافي من المسؤولية في المنصب الذي يتقلده.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئات العمرية.

النسبة	التكرار	الفئة العمرية
6.7%	1	27-23
26.7%	4	32-28
66.7%	10	أكثر من 32
100%	15	المجموع



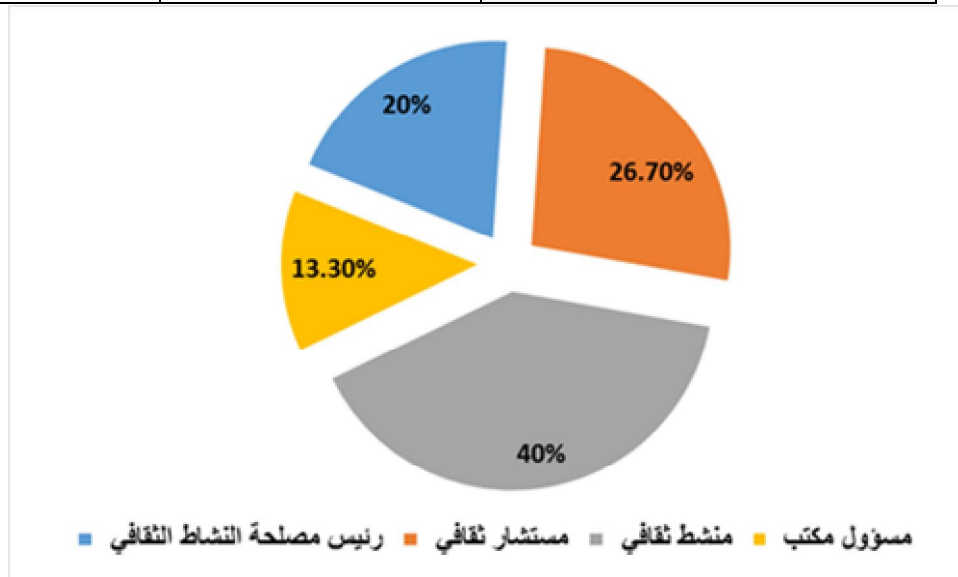
الشكل رقم (03): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئات العمرية.

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 15 فرداً، نلاحظ أن فرداً واحداً يمثل الفئة العمرية من 27-23 بنسبة بلغت 6.7%، أما الذين تتراوح أعمارهم ما بين (32-28) فقد بلغ عددهم 4 أفراد بنسبة قدرت بـ 26.7%، في حين الأفراد الذين تفوق أعمارهم 32 سنة فقد بلغ عددهم 10 أفراد بنسبة قدرت بـ 66.7%.

من خلال الأرقام المبينة أعلاه والتي تدل على أن أغلب الموظفين في المؤسسات الثقافية محل الدراسة في مرحلة الكهول وهذا راجع إلى المعدل العمري للمجتمع الجزائري بصفة عامة والمؤسسات الثقافية محل الدراسة بصفة خاصة.

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة المهنية.

النسبة	التكرار	
20%	3	رئيس مصلحة النشاط الثقافي
26.7%	4	مستشار ثقافي
40%	6	منشط ثقافي
13.3%	2	مسؤول مكتب
100%	15	المجموع

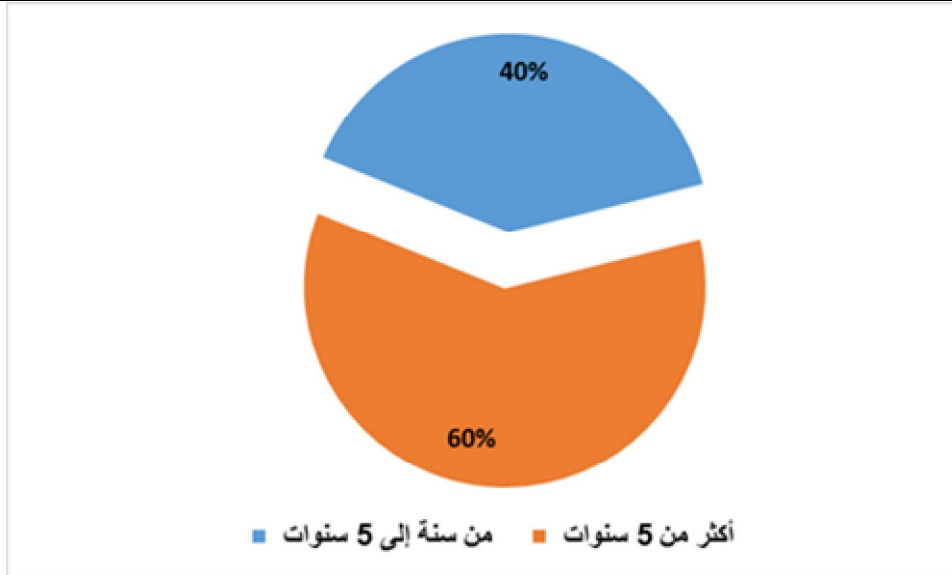


الشكل رقم (04): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة المهنية.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن غالبية أفراد العينة هم منشطين ثقافيين بنسبة 40%، ونجد كذلك مجموعة من الموظفين مستشارين ثقافيين بنسبة 26.7%، ثم تليها نسبة 20% متمثلة في رئيس مصلحة النشاط الثقافي، وأخيرا فإن نسبة 13.3% تمثل مسؤول مكتب. ونستنتج أن المؤسسات الثقافية تعتمد على الموظفين الذين لديهم الكفاءة والخبرة في الاتصال مع الجمهور من خلال تقديم النشاطات والبرامج الثقافية.

الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية.

النسبة	التكرار	
40%	6	من سنة إلى 5 سنوات
60%	9	أكثر من 5 سنوات
100%	15	المجموع



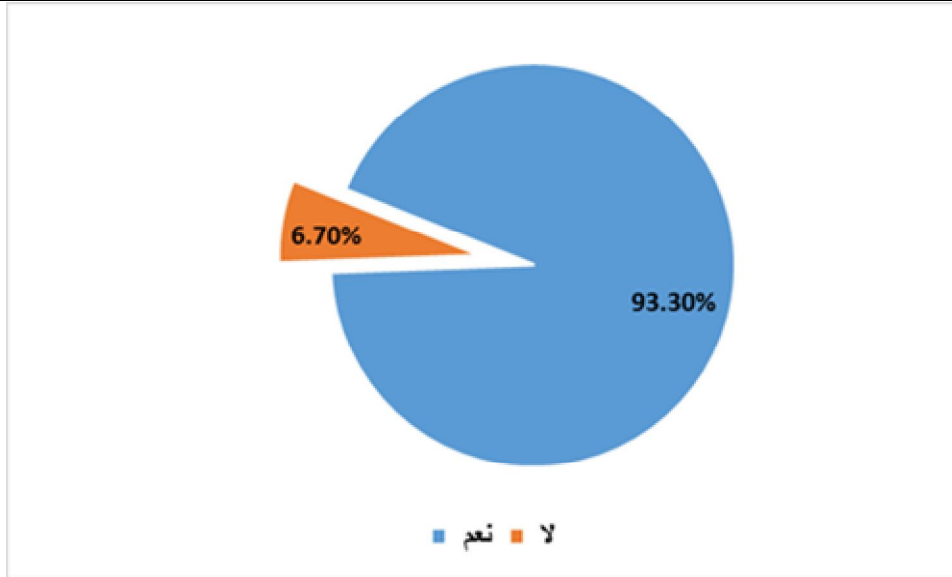
الشكل رقم (05): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية.

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 15 فرداً، نلاحظ أن 6 أفراد يملكون أقدمية في العمل بين سنة إلى 5 سنوات بنسبة قدرت بـ 40%، أما فيما يخص الذين تزيد خبرتهم عن 5 سنوات فبلغ عددهم 9 أفراد بنسبة قدرت بـ 60%.

نستنتج من خلال الجدول أعلاه بأن عامل الخبرة المهنية كبير وهذا راجع إلى التحديث وانتهاج سياسة التشبيب في الجهاز الإداري بالمؤسسات من أجل الاستفادة من الطاقات الشابة وما تحمله من أفكار ومنظور جديد في مجال الإدارة.

الجدول رقم (06): يوضح ضرورة وجود مصلحة خاصة بالاتصال والعلاقات العامة.

النسبة	التكرار	
%93.3	14	نعم
%6.7	1	لا
%100	15	المجموع

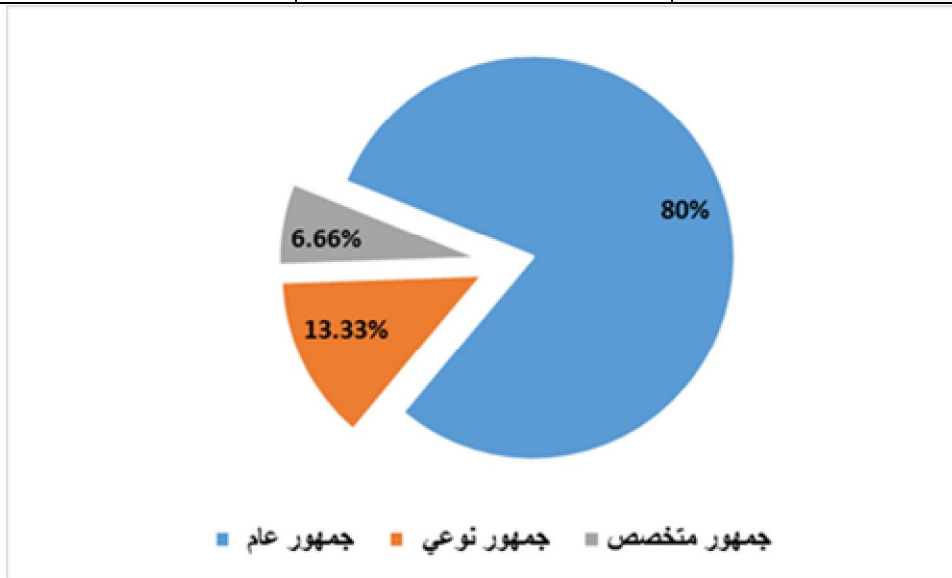


الشكل رقم (06): يبين ضرورة وجود مصلحة خاصة بالاتصال والعلاقات العامة.

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن نسبة 93.3% كانت الإجابة ب نعم، ونسبة 6.7% كانت الإجابة ب لا، ويرجع ذلك إلى أن الاتصال له دور فعال في تحسين وتسهيل العلاقات الاتصالية داخل المؤسسات الثقافية.

الجدول رقم (07) : يوضح نوعية الجمهور.

النسبة	التكرار	
80%	12	جمهور عام
13.33%	2	جمهور نوعي
6.66%	1	جمهور متخصص
100%	15	المجموع

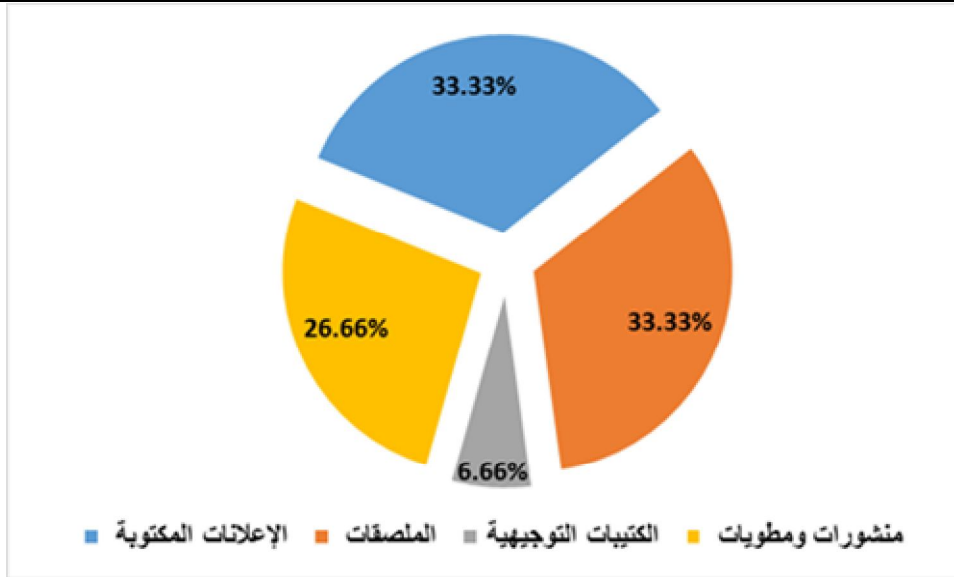


الشكل رقم (07) : يبين نوعية الجمهور.

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن نسبة 80% من أفراد العينة من الجمهور العام، تليها نسبة 13.3% من أفراد العينة من الجمهور النوعي، وأقل نسبة 6.66% من الجمهور المتخصص. نستنتج أن المؤسسات الثقافية تقوم بتقديم برامجها وأنشطتها الثقافية إلى الجمهور العام الذي بدوره يستهلك كافة البرامج المختلفة.

الجدول رقم (08) : يوضح طرق الاتصال الكتابي مع الجمهور.

النسبة	التكرار	
%33.33	5	الإعلانات المكتوبة
%33.33	5	الملصقات
%6.66	1	الكتيبات التوجيهية
%26.66	4	منشورات ومطويات
%100	15	المجموع

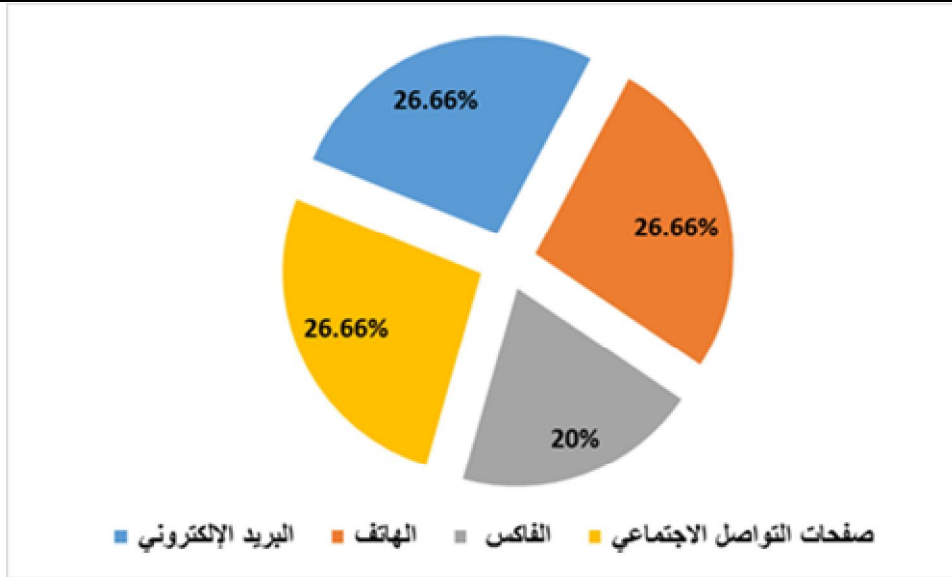


الشكل رقم (08) : يبين طرق الاتصال الكتابي مع الجمهور.

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن الإعلانات المكتوبة والملصقات بنفس النسبة وهي %33.33، وتليها نسبة %26.66 منشورات ومطويات، وأقل نسبة %6.66 من الكتيبات التوجيهية. ومنه نستنتج أن المؤسسات الثقافية تعتمد في طرق الاتصال مع الجمهور على الاتصال الكتابي والوسيلة الأكثر فاعلية وبشكل كبير هي الإعلانات المكتوبة والملصقات وهذا من أجل تسهيل عملية الاتصال مع الجمهور الخارجي.

الجدول رقم (09): يوضح طرق الاتصال الالكتروني مع الجمهور.

النسبة	التكرار	
%26.66	4	البريد الإلكتروني
%26.66	4	الهاتف
%20	3	الفاكس
%26.66	4	صفحات التواصل الاجتماعي
%100	15	المجموع

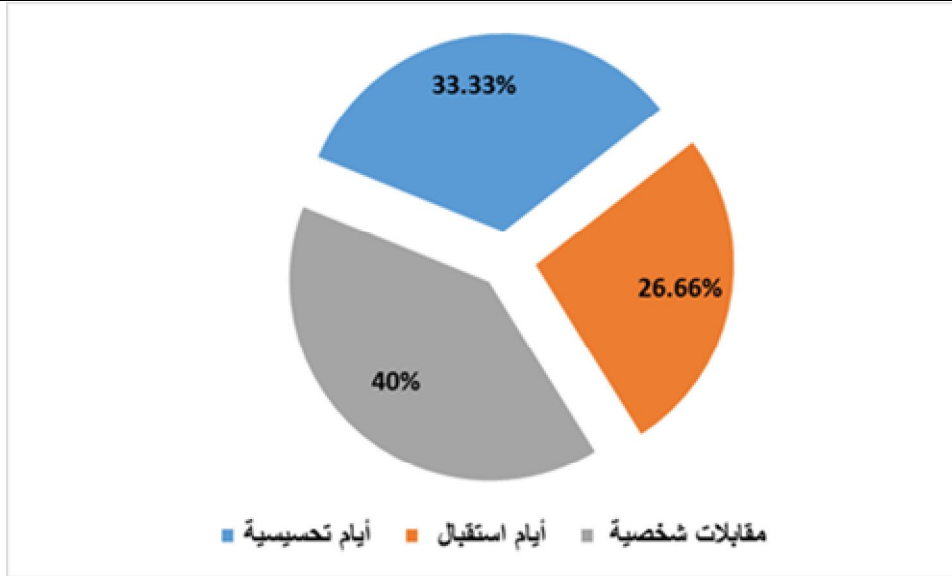


الشكل رقم (09): يبين طرق الاتصال الالكتروني مع الجمهور.

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن نسبة 26.66% مع كل من البريد الإلكتروني والهاتف وصفحات التواصل الاجتماعي ثم تليها أقل نسبة قدرت ب 20% من الفاكس. من هنا يتضح لنا أن المؤسسات الثقافية تعتمد بشكل كبير في الاتصال الإلكتروني على التكنولوجيا الحديثة من أجل نقل المعلومات للجمهور بسرعة فائقة.

الجدول رقم (10): يوضح طرق الاتصال المواجهي مع الجمهور.

النسبة	التكرار	
%33.33	5	أيام تحسيسية
%26.66	4	أيام استقبال
%40	6	مقابلات شخصية
%100	15	المجموع

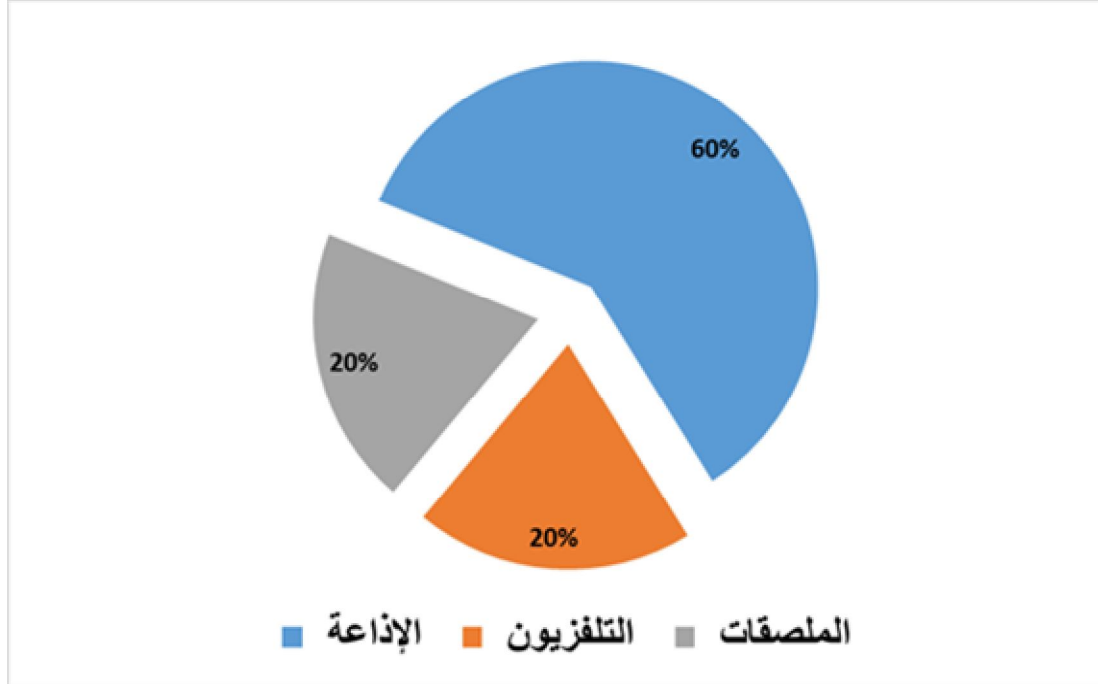


الجدول رقم (10): يبين طرق الاتصال المواجهي مع الجمهور.

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن نسبة 40% تمثل مقابلات شخصية، ثم تليها نسبة 33.33% التي تمثل أيام تحسيسية، وأقل نسبة قدرت ب 26.66% تمثل أيام استقبال. يتضح لنا أن المؤسسات الثقافية تعتمد في اتصالها مع الجمهور بشكل مباشر، حيث تعتبر المقابلات الشخصية الوسيلة الأكثر فعالية في الاتصال مع الجمهور الخارجي.

الجدول رقم (11): يوضح نوعية الأساليب الاتصالية.

النسبة	التكرار	
60%	9	الإذاعة
20%	3	التلفزيون
20%	3	الملصقات
100%	15	المجموع

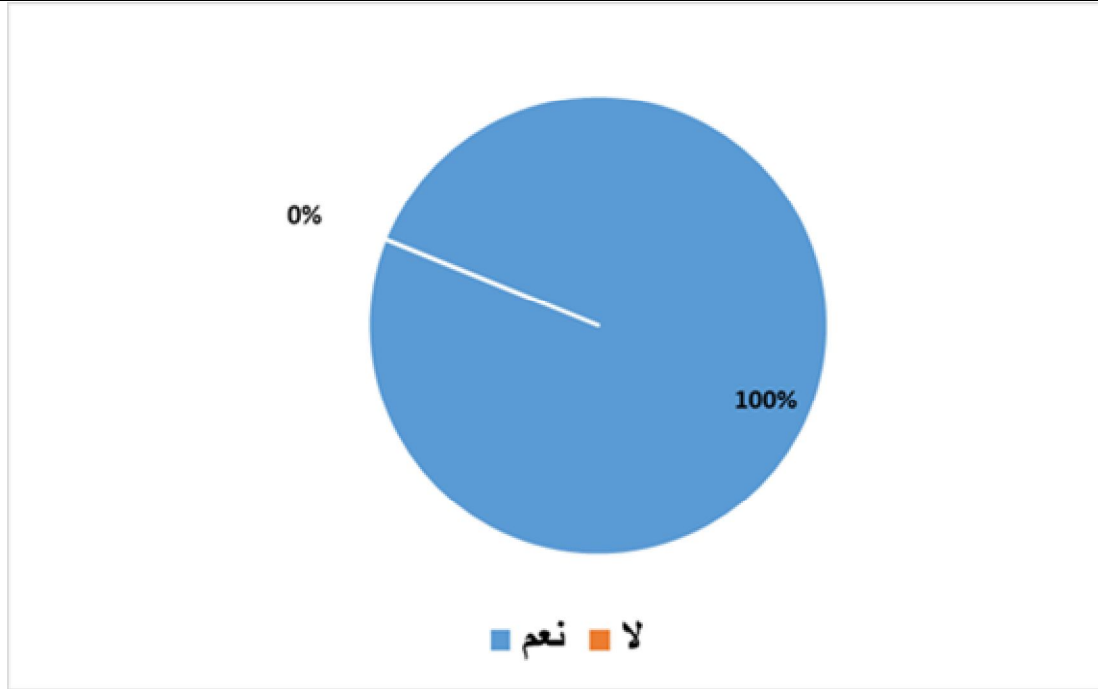


الشكل رقم (11): يبين نوعية الأساليب الاتصالية.

من خلال الجدول المبين أعلاه يتبين أن نسبة 60% تمثل الإذاعة، ثم تليها نسبة 20% متكررة حيث تمثل كل من التلفزيون والملصقات. ومن هنا يتبين لنا أن المؤسسات الثقافية تعتمد في نوعية أساليبها الاتصالية على الإذاعة بالدرجة الأولى وذلك لسهولة وسرعة نشر الإعلان أو الخبر، وتعد الإذاعة الوسيلة الأقرب إلى الجمهور.

الجدول رقم (12): يوضح استغلال التكنولوجيا في ميدان الاتصال الخارجي.

النسبة	التكرار	
%100	15	نعم
%0	0	لا
%100	15	المجموع

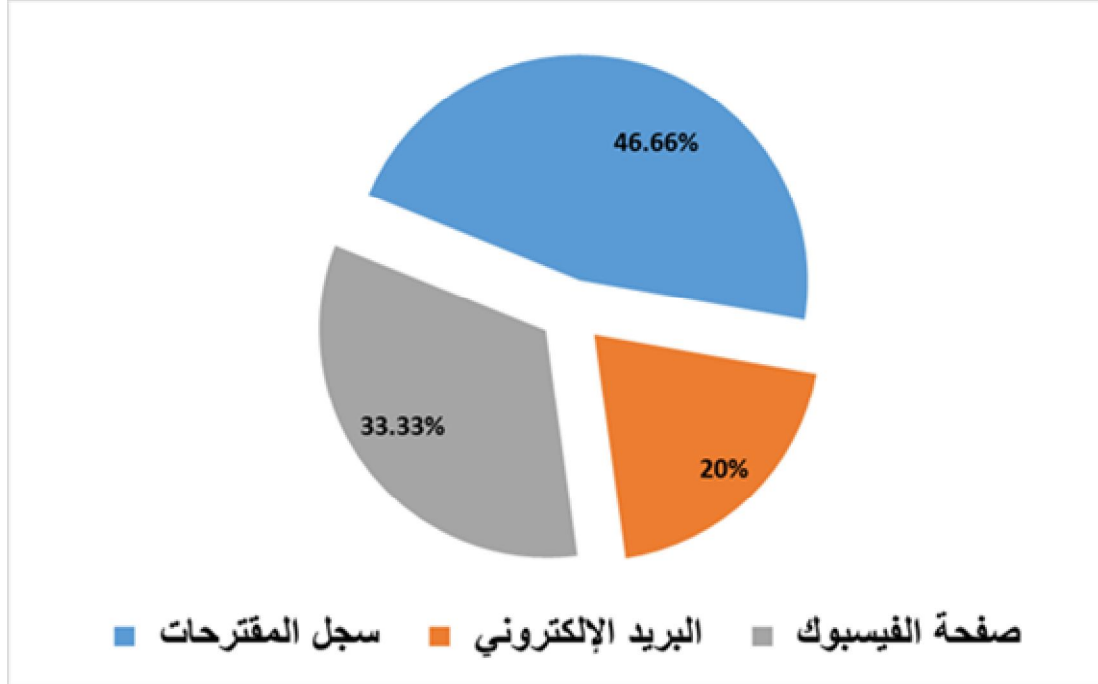


الشكل رقم (12): يبين استغلال التكنولوجيا في ميدان الاتصال الخارجي.

من خلال الجدول المبين أعلاه نجد أن نسبة 100% من الذين أجابوا ب نعم وهذا يوضح مدى ضرورة استغلال التكنولوجيا في ميدان الاتصال الخارجي لكونها الأحدث والأسرع في تلقي الاتصالات ما بين المؤسسات الثقافية والجمهور الخارجي.

الجدول رقم (13): يبين استقبال مقترحات وآراء الجمهور الخارجي.

النسبة	التكرار	
46.66%	7	سجل المقترحات
20%	3	البريد الإلكتروني
33.33%	5	صفحة الفيسبوك
100%	15	المجموع

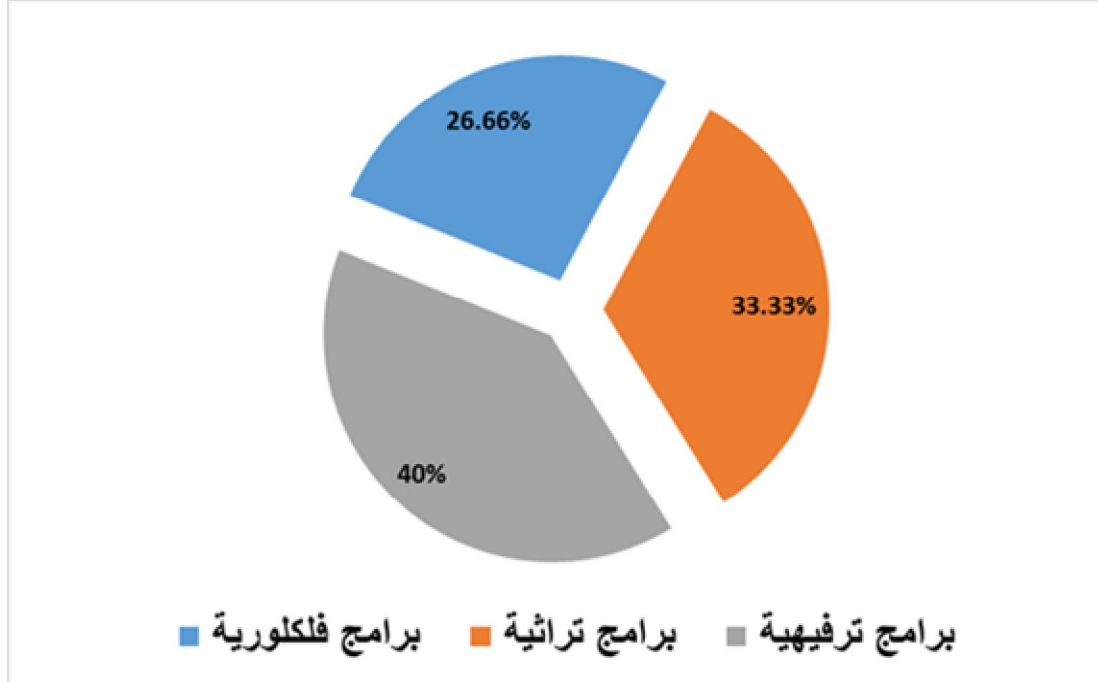


الشكل رقم (13): يبين استقبال مقترحات وآراء الجمهور الخارجي.

من خلال الجدول يتضح أن نسبة 46.66% تمثل سجل المقترحات، تليها نسبة 33.33% تمثل صفحة الفيسبوك، ثم تأتي نسبة 20% والتي تمثل البريد الإلكتروني. ومن هنا نستنتج أن المؤسسات الثقافية تستقبل مقترحات وآراء الجمهور الخارجي عن طريق سجل المقترحات الذي يعتبر من أكثر الوسائل التي تتيح الفرصة للجمهور لإبداء آرائه.

الجدول رقم (14): يوضح نوعية البرامج الثقافية.

النسبة	التكرار	
26.66%	4	برامج فلكلورية
33.33%	5	برامج تراثية
40%	6	برامج ترفيهية
100%	15	المجموع

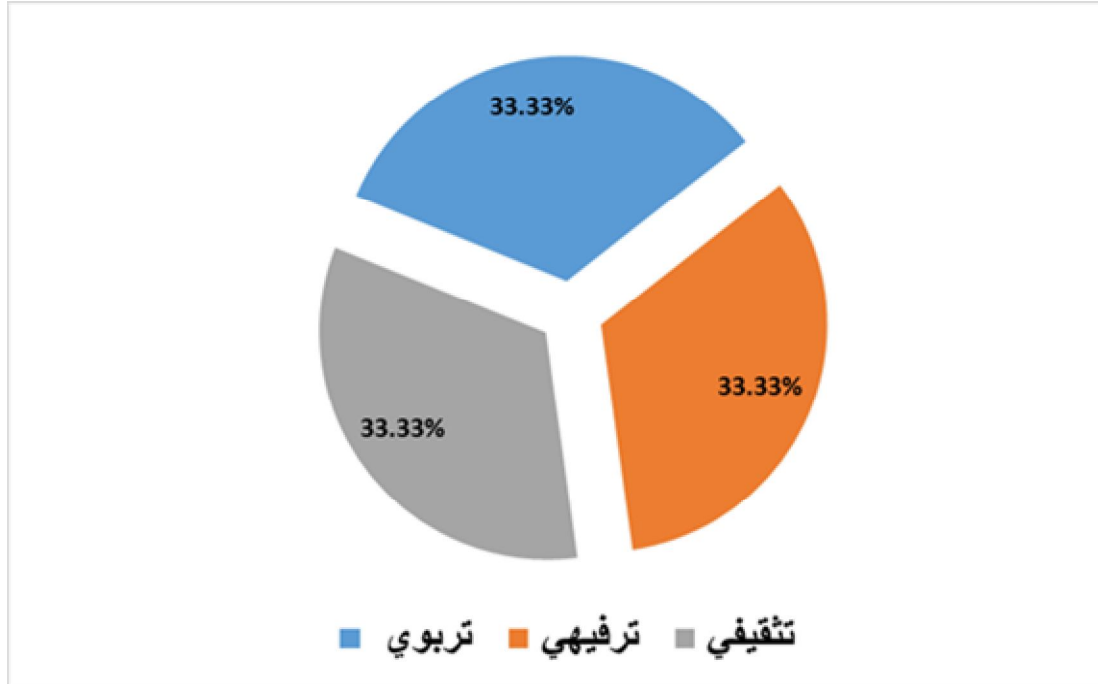


الجدول رقم (14): يبين نوعية البرامج الثقافية.

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 40% من البرامج الترفيهية، ثم تليها نسبة 33.33% من البرامج التراثية، ثم تأتي نسبة 26.66% من البرامج الفلكلورية. نستنتج من خلال الجدول أن المؤسسات الثقافية تتبع نوعية معينة من البرامج الثقافية وهي برامج ترفيهية من أجل تلبية رغبات الجمهور بمختلف شرائحه.

الجدول رقم (15): يوضح الهدف من البرامج الثقافية.

النسبة	التكرار	
%33.33	5	تربوي
%33.33	5	ترفيهي
%33.33	5	تثقيفي
%100	15	المجموع

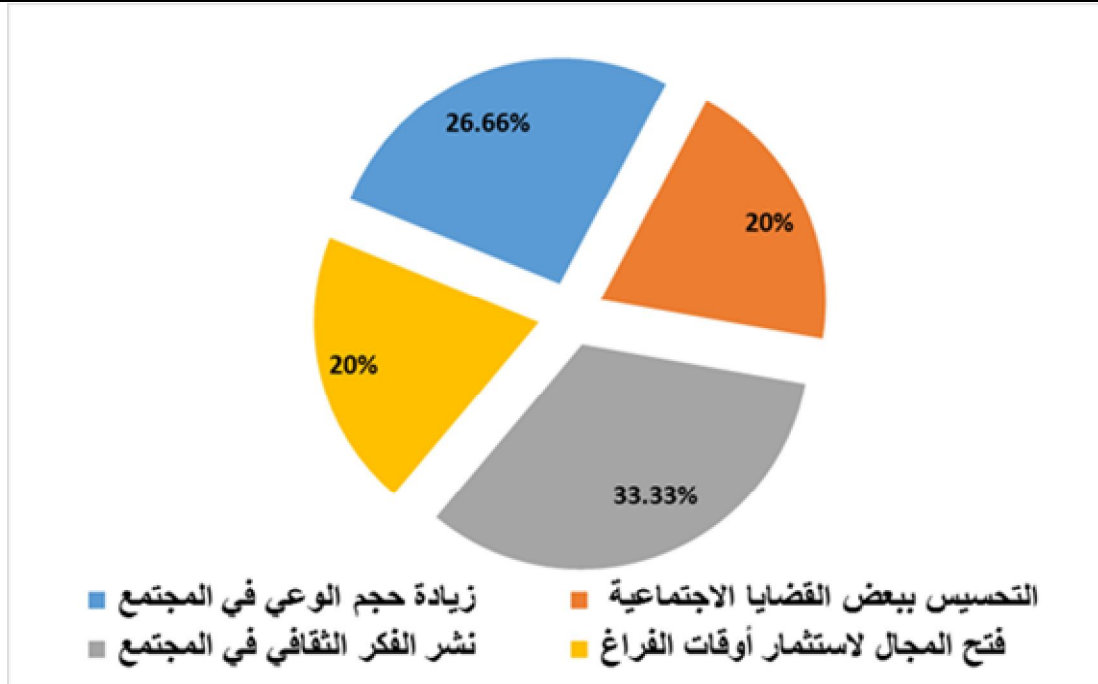


الشكل رقم (15): يبين الهدف من البرامج الثقافية.

من خلال الجدول أعلاه نجد أن نسبة 33.33% متكررة في كل الاحتمالات وهذا يعني أن الهدف من البرامج الثقافية داخل المؤسسات الثقافية هو تربوي، تثقيفي، ترفيهي.

الجدول رقم (16): يوضح أثر البرامج على الجمهور.

النسبة	التكرار	
26.66%	4	زيادة حجم الوعي في المجتمع
20%	3	التحسيس ببعض القضايا الاجتماعية
33.33%	5	نشر الفكر الثقافي في المجتمع
20%	3	فتح المجال لاستثمار أوقات الفراغ
100%	15	المجموع

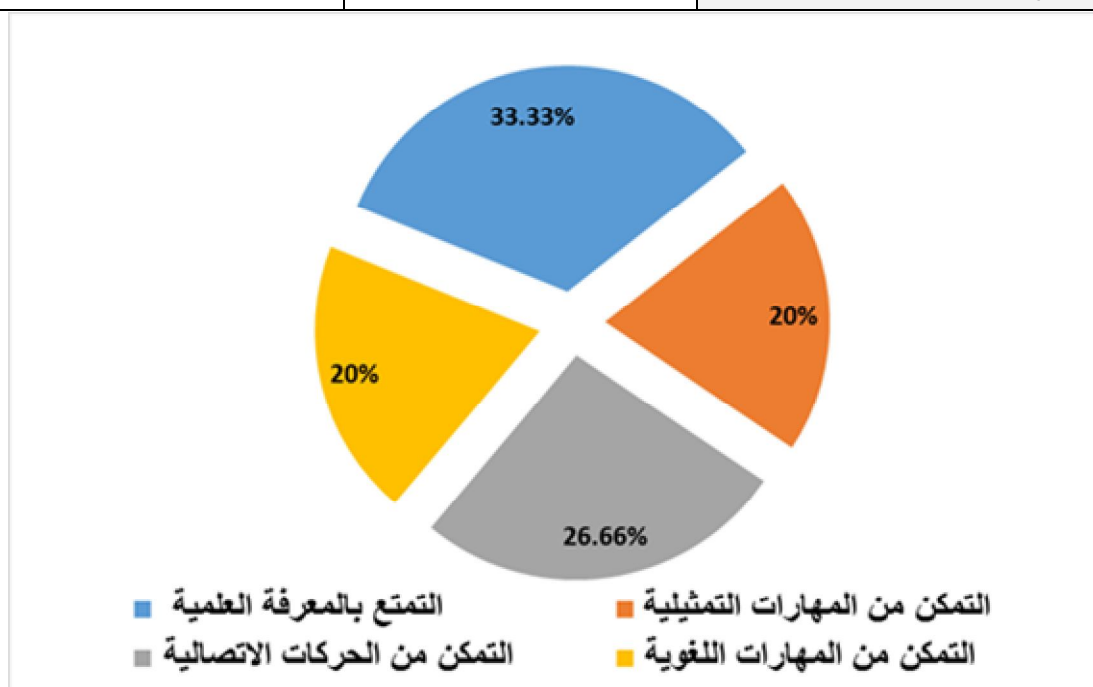


الشكل رقم (16): يبين أثر البرامج على الجمهور.

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن نسبة 33.33% من نشر الفكر الثقافي في المجتمع، ثم تليها نسبة 26.66% من زيادة حجم الوعي في المجتمع، وأقل نسبة قدرت بـ 20% حيث تكررت لكل من التحسيس ببعض القضايا الاجتماعية وفتح المجال لاستثمار أوقات الفراغ. ومنه نستنتج أن المؤسسات الثقافية تقوم بالتأثير على الجمهور من خلال البرامج والأنشطة الثقافية التي تقدمها وهذا الأثر يكون بشكل إيجابي.

الجدول رقم (17) : يوضح معايير إسناد البرامج الثقافية للمنشطين.

النسبة	التكرار	
33.33%	5	التمتع بالمعرفة العلمية
20%	3	التمكن من المهارات التمثيلية
26.66%	4	التمكن من الحركات الاتصالية
20%	3	التمكن من المهارات اللغوية
100%	15	المجموع

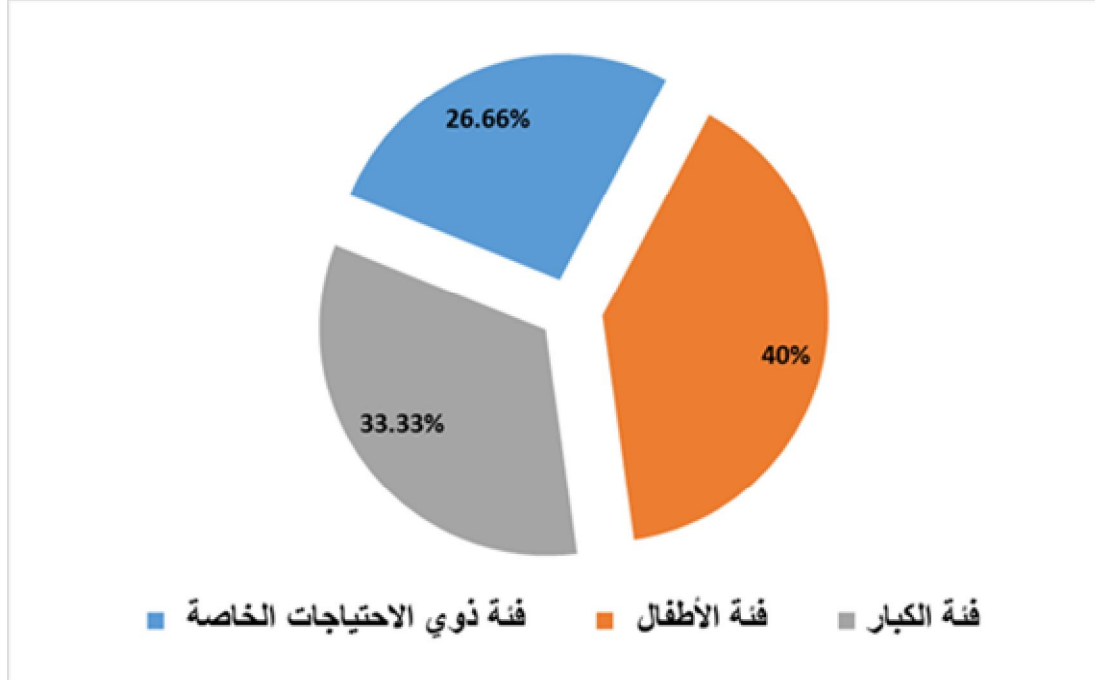


الشكل رقم (17) : يبين معايير إسناد البرامج الثقافية للمنشطين.

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة بلغت 33.33% من التمتع بالمعرفة العلمية، وتليها نسبة 26.66% من التمكن من الحركات الاتصالية، وأقل نسبة قدرت ب 20% حيث تمثل كل من التمكن من المهارات التمثيلية والتمكن من المهارات اللغوية. نستنتج أن المؤسسات الثقافية تعتمد في إسناد البرامج الثقافية للمنشطين على أساس التمتع بالمعرفة العلمية.

الجدول رقم (18): يوضح فئات الجمهور.

النسبة	التكرار	
26.66%	4	فئة ذوي الاحتياجات الخاصة
40%	6	فئة الأطفال
33.33%	5	فئة الكبار
100%	15	المجموع

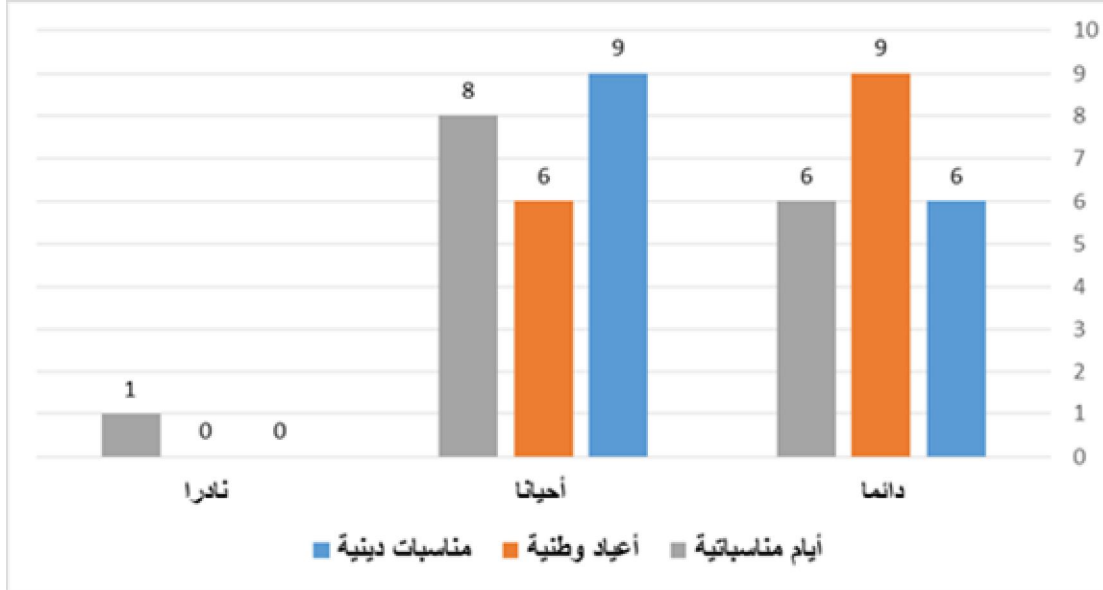


الشكل رقم (18): يبين فئات الجمهور.

من خلال الجدول المبين أعلاه نجد أن نسبة 40% تمثل فئة الأطفال، ثم تليها نسبة 33.33% من فئة الكبار، وأقل نسبة قدرت بـ 26.66% تمثل فئة ذوي الاحتياجات الخاصة. نلاحظ من خلال قراءة الجدول أن المؤسسات الثقافية تعتمد على فئة الأطفال في تقديمها للبرامج والأنشطة الثقافية لأن فئة الأطفال هي الفئة الأكثر إقبالا على مثل هذه المؤسسات ويرجع هذا إلى وقت الفراغ الموجود عند الأطفال على غرار فئة الكبار.

الجدول رقم (19): يوضح توزيع البرامج الثقافية خلال السنة.

المجموع		نادرا		أحيانا		دائما		توزيع البرامج الثقافية خلال السنة
نسبة	تكرارات	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%100	15	-	-	%60	9	%40	6	مناسبات دينية
%100	15	-	-	%40	6	%60	9	أعياد وطنية
%100	15	6.7	1	%53.3	8	%40	6	أيام مناسباتية



الشكل رقم (19): يبين توزيع البرامج الثقافية خلال السنة.

من خلال المعطيات الكمية للجدول أعلاه يتبين لنا أن المؤسسات الثقافية تهتم بتوزيع البرامج الثقافية خلال السنة حسب المناسبات الدينية في بعض الأحيان وهذا ما أكدته نسبة 60% من المبحوثين الذين أجابوا باحتمال أحيانا، ثم تأتي نسبة 40% من المبحوثين الذين أكدوا وأقروا بأن المؤسسات الثقافية تهتم دائما بتوزيع البرامج الثقافية خلال السنة حسب المناسبات الدينية.

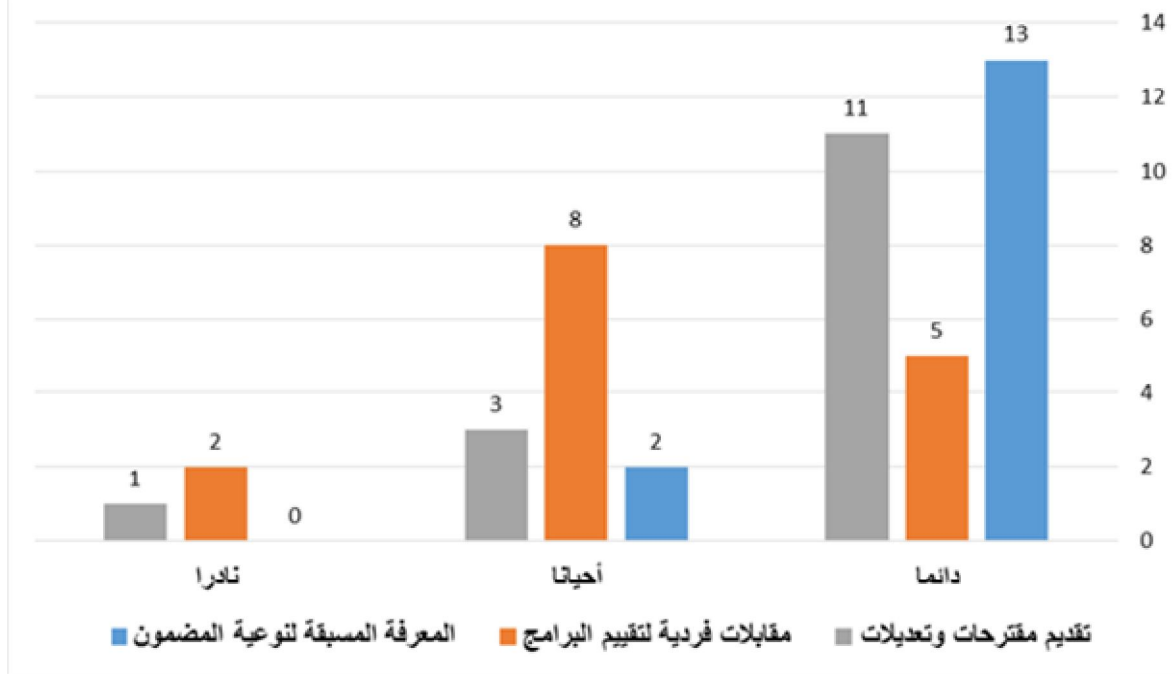
في حين نجد نسبة 60% من المبحوثين الذين أكدوا بأن المؤسسات الثقافية تهتم دائما بتوزيع البرامج الثقافية خلال السنة حسب الأعياد الوطنية، كما نجد نسبة 40% من المبحوثين الذين أجابوا على احتمال أحيانا.

في المقابل نجد أن المؤسسات الثقافية تهتم بتوزيع البرامج الثقافية خلال السنة حسب الأيام المناسباتية في بعض الأحيان، وهذا ما أكدته نسبة 53.3% من المبحوثين الذين أجابوا على احتمال

أحيانا، ثم تأتي نسبة 40% من المبحوثين الذين أكدوا بأن المؤسسات الثقافية نادرا مت توزع برامجها الثقافية خلال السنة حسب الأيام المناسبة.

الجدول رقم (20): يوضح معايير اختيار البرامج الثقافية.

المجموع		نادرا		أحيانا		دائما		معايير اختيار البرامج الثقافية
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
100%	15	-	-	13.3%	2	86.7%	13	المعرفة المسبقة لنوعية المضمون
100%	15	13.3%	2	53.3%	8	33.3%	5	مقابلات فردية لتقييم البرامج
100%	15	6.7%	1	20%	3	37.3%	11	تقديم مقترحات وتعديلات



الشكل رقم (20): بين معايير اختيار البرامج الثقافية.

يحدد لنا هذا الجدول احتمالات متنوعة يمكن على ضوءها معرفة معايير اختيار البرامج الثقافية داخل المؤسسات الثقافية، فمن خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن نسبة 86.7% من المبحوثين الذين أكدوا على أنه يتم اختيار البرامج الثقافية دائما على أساس المعرفة المسبقة لنوعية المضمون، في حين نجد نسبة 13.3% من المبحوثين الذين أجابوا على احتمال أحيانا في اختيار البرامج الثقافية يكون حسب المعرفة المسبقة لنوعية المضمون.

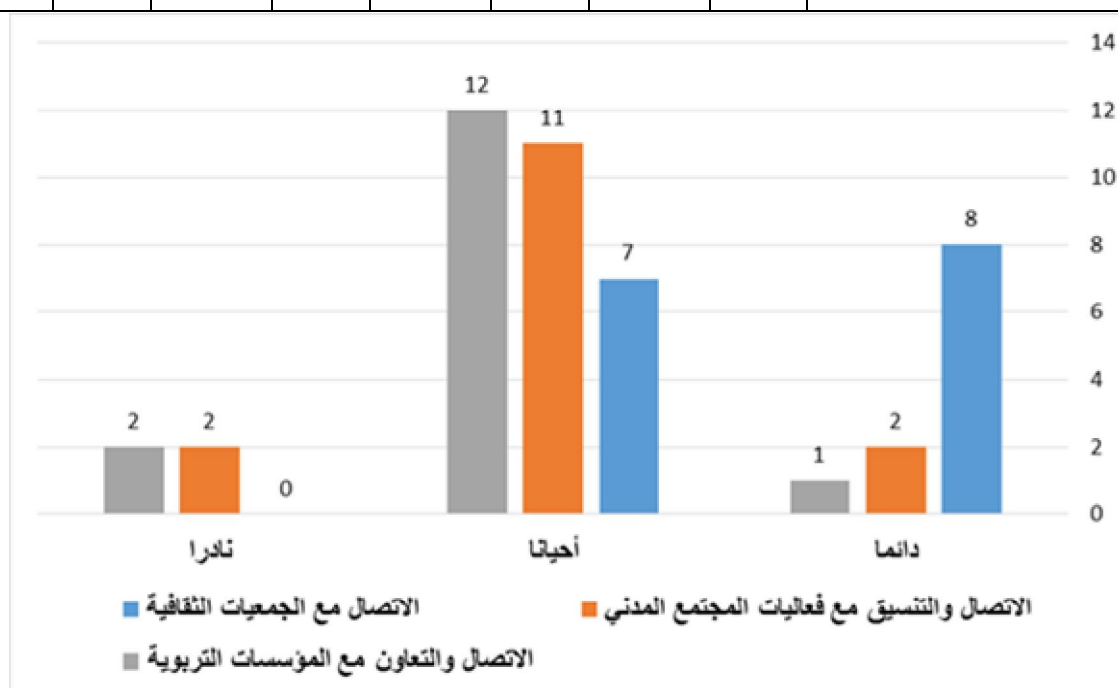
كما نجد أن المؤسسات الثقافية تعتمد في اختيار برامجها الثقافية على معيار المقابلات الفردية لتقييم البرامج في بعض الأحيان بنسبة 53.3%، ثم تأتي 33.3% من المبحوثين الذين أكدوا بأن المؤسسات

الثقافية تعتمد دائما على معيار المقابلات الفردية لتقييم البرامج، في حين نجد نسبة 13.3% من الباحثين الذين أكدوا بأن المؤسسات الثقافية نادرا ما تعتمد في اختيار البرامج الثقافية على معيار المقابلات الفردية لتقييم البرامج.

وفي المقابل نجد أن نسبة 37.3% من الباحثين الذين أكدوا بأن المؤسسات الثقافية دائما ما تعتمد على معيار تقديم مقترحات وتعديلات في اختيار برامجها الثقافية، ثم تأتي نسبة 20% من الباحثين الذين أقرروا بأن المؤسسات الثقافية أحيانا ما تعتمد في اختيار البرامج الثقافية على أساس تقديم مقترحات وتعديلات، كما نجد أيضا نسبة 6.7% من الباحثين الذين أكدوا بأن المؤسسات الثقافية نادرا ما تعتمد في اختيار برامجها الثقافية على أساس تقديم مقترحات وتعديلات.

الجدول رقم (21): يوضح آليات ربط الاتصال لمؤسسات الثقافة على فعاليات المجتمع للقيام بالأنشطة الثقافية.

المجموع		نادرا		أحيانا		دائما		آليات ربط الاتصال مع فعاليات المجتمع للقيام بالأنشطة الثقافية
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%100	15	-	-	%46.7	7	%53.8	8	الاتصال مع الجمعيات الثقافية
%100	15	%13.3	2	%73.3	11	%13.3	2	الاتصال والتنسيق مع فعاليات المجتمع المدني
%100	15	%13.3	2	%80	12	%6.7	1	الاتصال والتعاون مع المؤسسات التربوية



الشكل رقم (21): يبين آليات ربط الاتصال لمؤسسات الثقافة على فعاليات المجتمع للقيام بالأنشطة الثقافية.

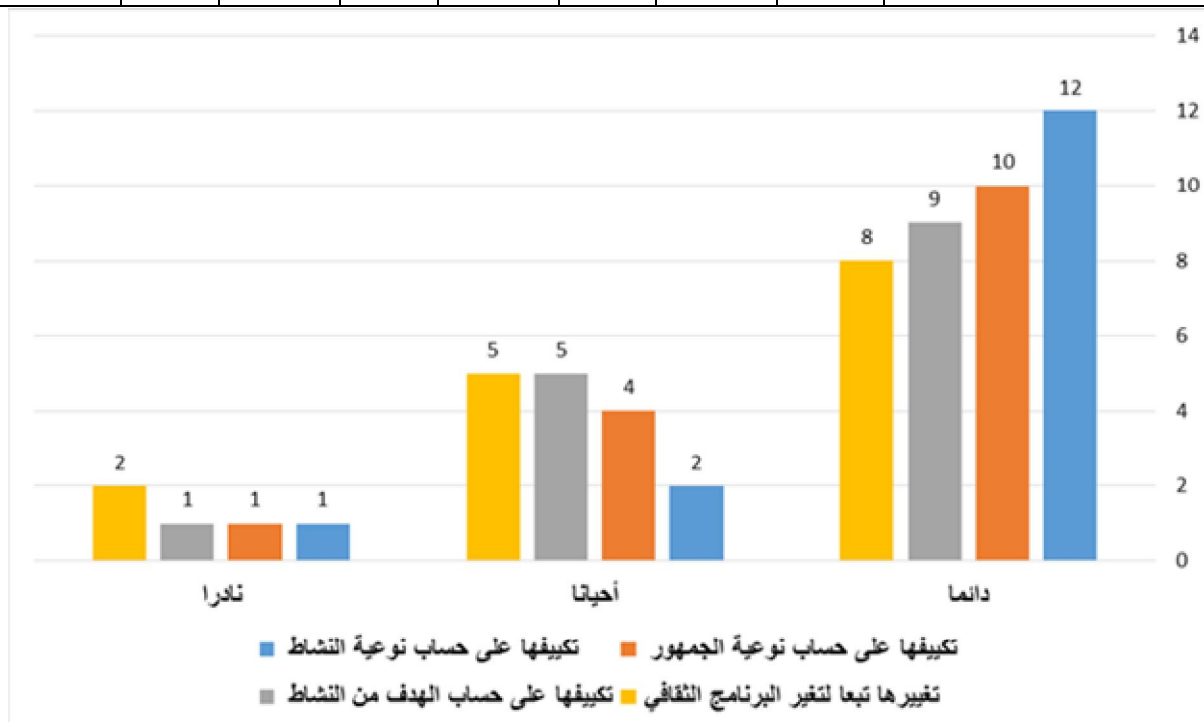
من خلال المعطيات الكمية للجدول أعلاه تبين لنا أن الاتصال مع الجمهور يزيد من فعاليات القيام بالأنشطة الثقافية داخل المؤسسات الثقافية، حيث أكدت نسبة 53.8% من المبحوثين أن الاتصال مع الجمعيات الثقافية دائما ما يكون له دور فعال في تنمية البرامج والأنشطة الثقافية، ثم تأتي نسبة 46.7% من المبحوثين الذين أكدوا أن الاتصال مع الجمعيات الثقافية أحيانا ما يكون له دور فعال في تنمية البرامج والأنشطة الثقافية.

بالإضافة إلى أن نسبة 73.3% من المبحوثين الذين أكدوا بأن المؤسسات الثقافية تهتم أحيانا بربط الاتصال مع فعاليات المجتمع للقيام بالأنشطة الثقافية وذلك بالتنسيق مع فعاليات المجتمع المدني، كما نجد نسبة 13.3% من المبحوثين الذين أكدوا بأن المؤسسات الثقافية دائما ما تهتم بربط الاتصال مع فعاليات المجتمع للقيام بالأنشطة الثقافية وذلك بالتنسيق مع فعاليات المجتمع المدني، وبنفس النسبة أجاب المبحوثين باحتمال نادرا.

وفي المقابل نجد أن المؤسسات الثقافية تقوم بربط الاتصال مع فعاليات المجتمع للقيام بالأنشطة الثقافية وذلك بالتعاون مع المؤسسات التربوية في أغلب الأحيان بنسبة 80% من المبحوثين الذين أقروا وأكدوا هذا، في حين نجد نسبة 13.3% من المبحوثين الذين يرون أن المؤسسات الثقافية نادرا ما تقوم بربط الاتصال مع فعاليات المجتمع للقيام بالأنشطة الثقافية وذلك بالتعاون مع المؤسسات التربوية، وتأتي نسبة 6.7% من المبحوثين الذين أقروا بأن المؤسسات الثقافية دائما ما تقوم بربط الاتصال مع فعاليات المجتمع للقيام بالأنشطة الثقافية وذلك بالتعاون مع المؤسسات التربوية.

الجدول رقم (22): يوضح اختيار البيئة المكانية لممارسة الأنشطة الثقافية.

المجموع		نادرا		أحيانا		دائما		البيئة المكانية لممارسة الأنشطة الثقافية
نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%100	15	%6.7	1	%13.3	2	%80	12	تكييفها على حساب نوعية النشاط
%100	15	%6.7	1	%26.7	4	%66.7	10	تكييفها على حساب نوعية الجمهور
%100	15	%6.7	1	%33.3	5	%60	9	تكييفها على حساب الهدف من النشاط
%100	15	%13.3	2	%33.3	5	%53.3	8	تغييرها تبعاً لتغير البرنامج الثقافي



الشكل رقم (22): يبين اختيار البيئة المكانية لممارسة الأنشطة الثقافية.

من خلال المعطيات الكمية للجدول أعلاه يتبين لنا أن المؤسسات الثقافية تقوم باختيار البيئة المكانية لممارسة الأنشطة الثقافية دائماً حسب نوعية النشاط، حيث نجد أن نسبة 80% من الباحثين الذين أكدوا على هذا، ثم تأتي نسبة 13.3% من الباحثين الذين أقرروا بأن المؤسسات الثقافية تقوم بتكييف البيئة المكانية على حساب نوعية النشاط في أغلب الأحيان، في حين نجد أن نسبة 6.7% من الباحثين أكدوا بأن المؤسسات الثقافية نادراً ما تكييف البيئة المكانية على حساب نوعية النشاط.

في المقابل نجد أن المؤسسات الثقافية تقوم بتكييف البيئة المكانية دائما حسب نوعية الجمهور بنسبة 66.7%، ثم تأتي نسبة 26.7% من المبحوثين الذين أكدوا بأن المؤسسات الثقافية تكيف البيئة المكانية لممارسة الأنشطة الثقافية على حساب نوعية الجمهور في أغلب الأحيان، كما نجد نسبة 6.7% من المبحوثين الذين أكدوا بأن المؤسسات الثقافية نادرا ما تختار البيئة المكانية حسب نوعية الجمهور. في حين نجد أن نسبة 60% من المبحوثين الذين أكدوا على أن المؤسسات الثقافية تقوم باختيار البيئة المكانية دائما يكون حسب الهدف من النشاط الثقافي، أما نسبة 33.3% من المبحوثين الذين أقرروا بأن المؤسسات الثقافية في أغلب الأحيان تختار البيئة المكانية لممارسة الأنشطة الثقافية بحسب الهدف من النشاط الثقافي، ثم تأتي نسبة 6.7% من المبحوثين الذين أكدوا بأن المؤسسات الثقافية نادرا ما تختار البيئة المكانية لممارسة الأنشطة الثقافية حسب الهدف من النشاط الثقافي.

أما نسبة 53.3% من المبحوثين يرون بأن تغيير البيئة المكانية لممارسة الأنشطة الثقافية يكون دائما تبعا لتغير البرنامج الثقافي المسطر، ثم تأتي نسبة 33.3% من المبحوثين الذين أكدوا بأن المؤسسات الثقافية تعتمد أحيانا في تغيير البيئة المكانية وذلك تبعا لتغير البرنامج الثقافي المسطر، ونجد أيضا نسبة 13.3% من المبحوثين الذين أقرروا بأن المؤسسات الثقافية نادرا ما تقوم بتغيير البيئة المكانية حسب تغير البرنامج الثقافي المسطر.

3- النتائج العامة للدراسة :


- من خلال توزيع نسب عينة الدراسة نستنتج أن أغلب موظفي المؤسسات الثقافية من فئة الذكور وهذا راجع لطبيعة العمل داخل هذه المؤسسات.
- يتطلب العمل داخل المؤسسات الثقافية وجود عدة اعتبارات ولعل أبرزها المستوى التعليمي العالي لما يتطلبه من كفاءة مهنية وقدر كافي من المسؤولية.
- يمثل الكهول الأكثر من 32 سنة هم أكبر نسبة من موظفي المؤسسات الثقافية.
- بينت الدراسة أن المؤسسات الثقافية تعتمد على المنشطين الذين لديهم الكفاءة والخبرة المهنية.
- بينت الدراسة أن هناك ضرورة لوجود مصلحة خاصة بالاتصال والعلاقات العامة في المؤسسات الثقافية.
- كشفت الدراسة أن نوعية الجمهور المستهدف من طرف المؤسسات الثقافية هو جمهور عام، حيث تقوم بتقديم برامج متنوعة تلبي رغبات الجمهور بمختلف شرائحه.

- نستنتج أن الوسائل الأكثر فعالية في عملية الاتصال مع الجمهور نجد في الاتصال الكتابي وسيلة الإعلانات المكتوبة والملصقات، أما في الاتصال الإلكتروني نجد وسيلة الهاتف والبريد الإلكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي، أما في الاتصال المواجهي نجد وسيلة المقابلات الشخصية هي الأكثر فاعلية.
- تعتمد المؤسسات الثقافية في نوعية الأساليب الاتصالية الخارجية المستخدمة على الإذاعة لسهولة وسرعة نشر الأخبار والإعلانات.
- كشفت الدراسة أن المؤسسات الثقافية تعتمد على التكنولوجيا الحديثة في ميدان الاتصال الخارجي.
- بينت الدراسة أن المؤسسات الثقافية تستقبل مقترحات وآراء الجمهور الخارجي حيال عملها عن طريق سجل المقترحات.
- نستنتج أن نوعية البرامج الثقافية الموجودة داخل المؤسسات الثقافية هي برامج ترفيهية، تثقيفية، تربية تهدف إلى نشر الفكر الثقافي وزيادة حجم الوعي في المجتمع.
- يتم إسناد البرامج الثقافية للمنشطين في المؤسسات الثقافية على أساس التمتع بالمعرفة العلمية والتمكن من الحركات الاتصالية.
- بينت الدراسة أن المؤسسات الثقافية تقوم بتوزيع البرامج الثقافية خلال السنة أحيانا حسب المناسبات الدينية، ودائما حسب الأعياد الوطنية، ونادرا حسب الأيام المناسباتية.
- نستنتج أن هناك عدة معايير يتم من خلالها اختيار البرامج الثقافية داخل المؤسسات الثقافية منها المعرفة المسبقة لنوعية المضمون، والمقابلات الفردية لتقييم البرامج، وتقديم مقترحات وتعديلات.
- نستنتج أن اختيار البيئة المكانية لممارسة الأنشطة الثقافية في المؤسسات الثقافية يتم على حساب نوعية النشاط، نوعية الجمهور، والهدف من النشاط الثقافي.

خاتمة

خاتمة:

انطلقت هذه الدراسة من هدف يتمحور حول الاتصال وعملية التنشيط الثقافي في المؤسسات الثقافية محاولين إبراز طبيعة ونوعية الأساليب الاتصالية التي لها علاقة بالجمهور الخارجي في هذه المؤسسات، وأساليب وطرق وتقنيات التنشيط الثقافي، وأهمية الاتصال في التنشيط الثقافي. وفي الأخير كان استنتاجنا أن مؤسسات الثقافة تجسد الاتصال في عملها وذلك من خلال تقديم مختلف البرامج والأنشطة الثقافية بكل أنواعها وهذا ما يرجع إلى أهمية الاتصال والتنشيط الثقافي في المؤسسات الثقافية لمساهماتهم في تسهيل العملية الاتصالية بين المنشط والجمهور الخارجي.



قائمة

المراجع

قائمة المراجع:

1. أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
2. أشرف قادوس و عبد اللطيف كداي: دليل تقنيات التنشيط الثقافي في المخيمات الصيفية للأطفال، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، إيسيسكو ، 2013.
3. جمال محمد أبو شنب: الاتصال والإعلام والمجتمع "المفاهيم والقضايا والنظرية"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.
4. حسين خريف: المدخل إلى الاتصال والتكيف الاجتماعي، مخبر علم اجتماع الاتصال، قسنطينة، الجزائر، 2005.
5. ربحي مصطفى عليان و عدنان محمود الطوباسي: الاتصال والعلاقات العامة، دار الصفاء للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
6. رحيمة الطيب عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2008 .
7. رشيد زرواتي: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية أسس علمية وتدرجات، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2004.
8. صلاح الدين شروخ: منهجية البحث العلمي للجامعيين، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2003.
9. عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
10. عثمان محمد غنيم و ربحي مصطفى عليان: مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
11. مادي لحسن: التواصل والتنشيط، المدرسة العليا للأساتذة، الرباط، 2008.
12. محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003.
13. مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.

قائمة المراجع

14. مجموعة باحثين: مصوغة التواصل والتنشيط، قسم استراتيجيات التكوين، المملكة المغربية، 2005.
15. المنجي فرحات و الهادي القصار، تقنيات التنشيط، المركز الوطني لتكوين المكونين في التربية، الجمهورية التونسية، 2015-2016 .
16. وثيقة تجريبية: الدليل البيداغوجي للتنشيط الاجتماعي التربوي، وزارة شؤون المرأة والأسرة الإدارة العامة للطفولة، جوان 2013.

الملاحق

الملحق رقم (01): أسئلة المقابلة.

- ما هي طرق الاتصال والتواصل مع الجمهور؟
- هل يتم استغلال التكنولوجيا الحديثة في المؤسسات الثقافية؟
- ما أثر البرامج والأنشطة الثقافية التي تقدمها المؤسسات الثقافية للجمهور الخارجي؟
- ما هو الهدف من البرامج الثقافية المقدمة من طرف المؤسسات الثقافية؟
- كيف يتم اختيار البيئة المكانية لممارسة الأنشطة الثقافية؟
- على أي أساس يتم ضبط الرزنامة الثقافية للبرامج والأنشطة الثقافية؟

الملحق رقم (02): استمارة استبيان

جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص صحافة مكتوبة

- استمارة استبيان -

هذه الاستمارة تندرج ضمن متطلبات شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تحت عنوان:

الاتصال والتنشيط الثقافي

دراسة مسحية لمؤسسات الثقافة لولاية المسيلة

ملاحظة: هذه الاستمارة موجهة لجمع المعلومات من أجل استعمالها في انجاز هذا البحث العلمي نأمل أن تتكرموا بالإطلاع على محاور هذه الاستمارة و وضع علامة (X) على الخانة المناسبة.
- الرجاء الإجابة على كل الأسئلة.
- نعلمكم أن معلومات هذه الاستمارة سرية لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

إشراف الدكتور:

غزال عبد الرزاق

من إعداد الطالبتين:

- بوشالوق مريم

- شيتور حليلة

السنة الجامعية: 2017/2016

الملاحق

البيانات الشخصية :

1/ الجنس :

ذكر أنثى

2/ المستوى التعليمي :

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي تكوين مهني

3/ السن :

22_18 27_23 32_28 أكثر من 32

البيانات السوسيو مهنية :

1/ ماهو المنصب الذي تشغله حاليا ؟

- رئيس مصلحة النشاط الثقافي

- مستشار ثقافي

- منشط ثقافي

- مسؤول مكتب

2/ الأقدمية في العمل :

- أقل من سنة

- من سنة إلى 5 سنوات

- أكثر من 5 سنوات

المحور الأول : طبيعة ونوعية الأساليب الاتصالية التي لها علاقة بالجمهور الخارجي :

1/ هل ترى ضرورة وجود مصلحة خاصة بالاتصال والعلاقات العامة ؟

نعم لا

_____ إذا كانت الإجابة ب "نعم" ماهي فائدتها ؟

2/ ما نوعية الجمهور المستهدف لدى المؤسسة الثقافية ؟

- جمهور عام

- جمهور داخلي

- جمهور نوعي

- جمهور متخصص

3/ ماهي طرق الاتصال مع الجمهور ؟

- الإعلانات المكتوبة .
- الملصقات .
- الكتيبات التوجيهية .
- منشورات ومطويات .
- البريد الإلكتروني .
- الهاتف .
- الفاكس .
- صفحات التواصل الاجتماعي .
- أيام تحسيسية .
- أيام استقبال .
- مقابلات شخصية .

4/ ماهي نوعية الأساليب الاتصالية الخارجية المستخدمة في مؤسسات الثقافة ؟

- الإذاعة -
- التلفزيون -
- الملفات -

5/ هل يتم استغلال التكنولوجيا في ميدان الاتصال الخارجي؟

- نعم لا

6/ كيف يتم استقبال مقترحات وآراء الجمهور الخارجي حيال عمل مؤسسات الثقافة؟

- سجل المقترحات -
- البريد الإلكتروني -
- صفحة الفيس بوك -

المحور الثاني : أساليب وطرق وتقنيات التنشيط الثقافي:

1/ ماهي نوعية البرامج الثقافية الموجودة داخل المؤسسات الثقافية؟

- برامج فلكلورية -
- برامج تراثية -
- برامج ترفيهية -

2/ ماهو الهدف من البرامج الثقافية ؟

- تربوي

- ترفيهي

- تثقيفي

3/ ما أثر البرامج على الجمهور ؟

- زيادة حجم الوعي في المجتمع

- التحسيس ببعض القضايا الاجتماعية

- نشر الفكر الثقافي في المجتمع

- فتح المجال لاستثمار أوقات الفراغ

4/ على أي أساس يتم إسناد البرامج الثقافية للمنشطين ؟

- التمتع بالمعرفة العلمية

- التمكن من المهارات التمثيلية

- التمكن من الحركات الاتصالية

- التمكن من المهارات اللغوية

المحور الثالث : أهمية الاتصال في التنشيط الثقافي :

1/ ماهي فئات الجمهور المستهدف من خلال عملية التنشيط الثقافي ؟

- فئة ذوي الاحتياجات الخاصة

- فئة الأطفال

- فئة الكبار

الملاحق

توزيع البرامج الثقافية خلال السنة :

نادرا	أحيانا	دائما	
			_ مناسبات دينية
			_ أعياد وطنية
			_ أيام مناسباتية

معايير اختيار البرامج الثقافية :

نادرا	أحيانا	دائما	
			_ المعرفة المسبقة لنوعية المضمون
			_ مقابلات فردية لتقييم البرامج
			_ تقديم مقترحات وتعديلات

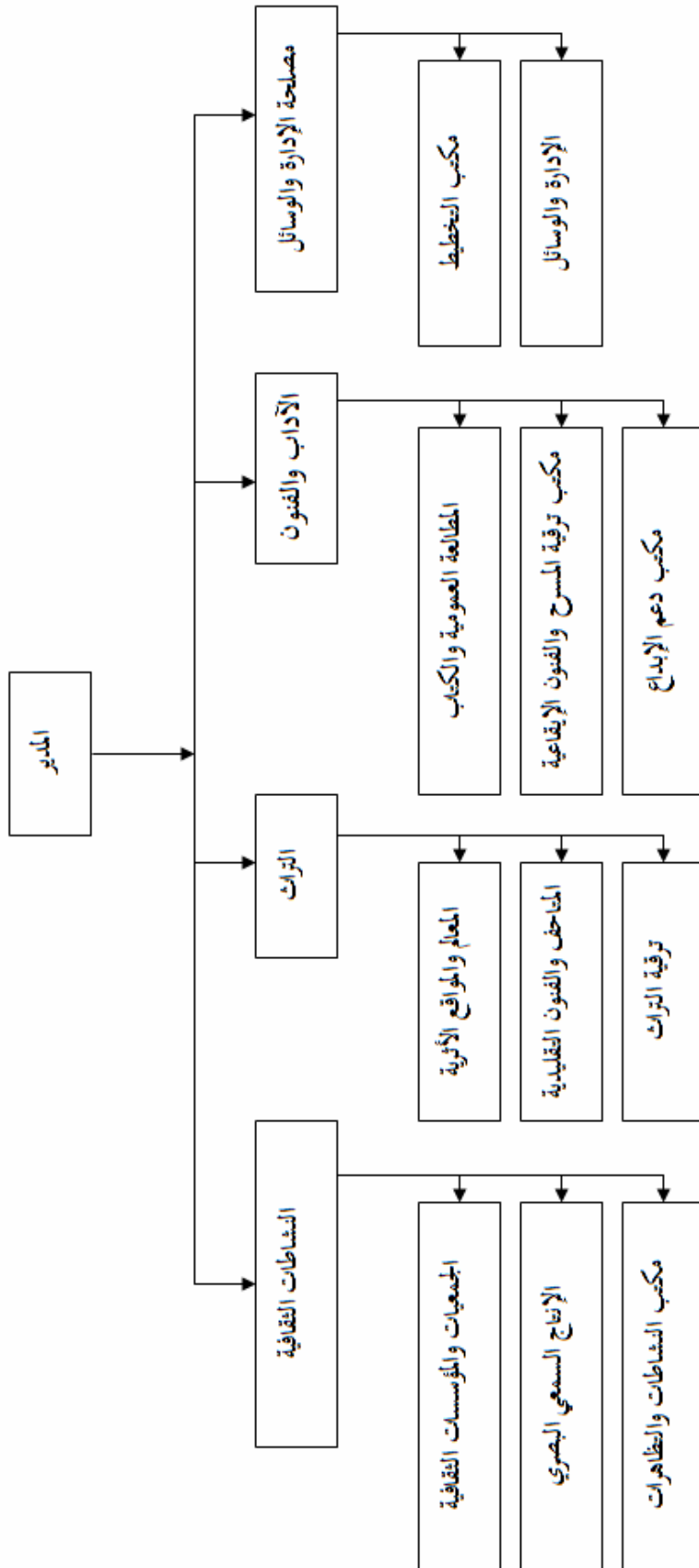
آليات ربط الاتصال لمؤسسات الثقافة على فعاليات المجتمع للقيام بالأنشطة الثقافية :

نادرا	أحيانا	دائما	
			_ الاتصال مع الجمعيات الثقافية
			_ الاتصال والتنسيق مع فعاليات المجتمع المدني
			_ الاتصال والتعاون مع المؤسسات التربوية

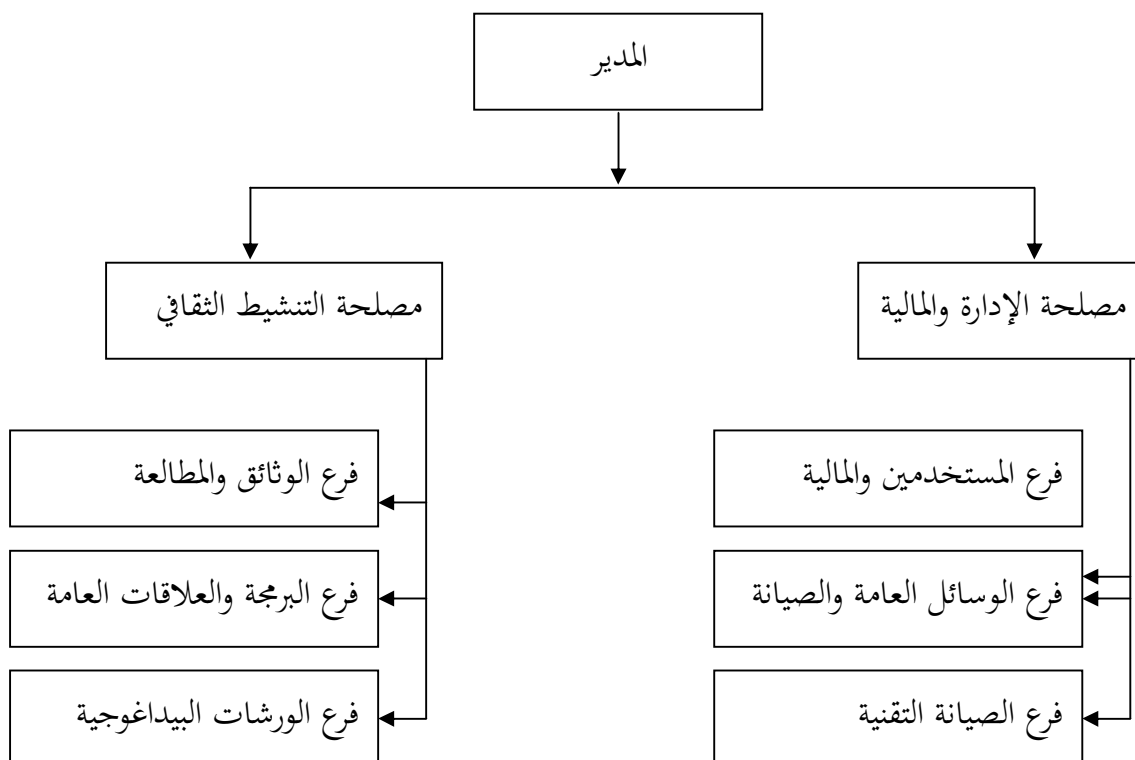
البيئة المكانية لممارسة الأنشطة الثقافية: (البيئة الاتصالية):

نادرا	أحيانا	دائما	
			_ تكييف البيئة المكانية على حساب نوعية النشاط
			_ تكييف البيئة المكانية على حساب نوعية الجمهور
			_ تكييف البيئة المكانية على حساب الهدف من النشاط الثقافي
			_ تغيير البيئة المكانية تبعا لتغير البرنامج الثقافي المسطر

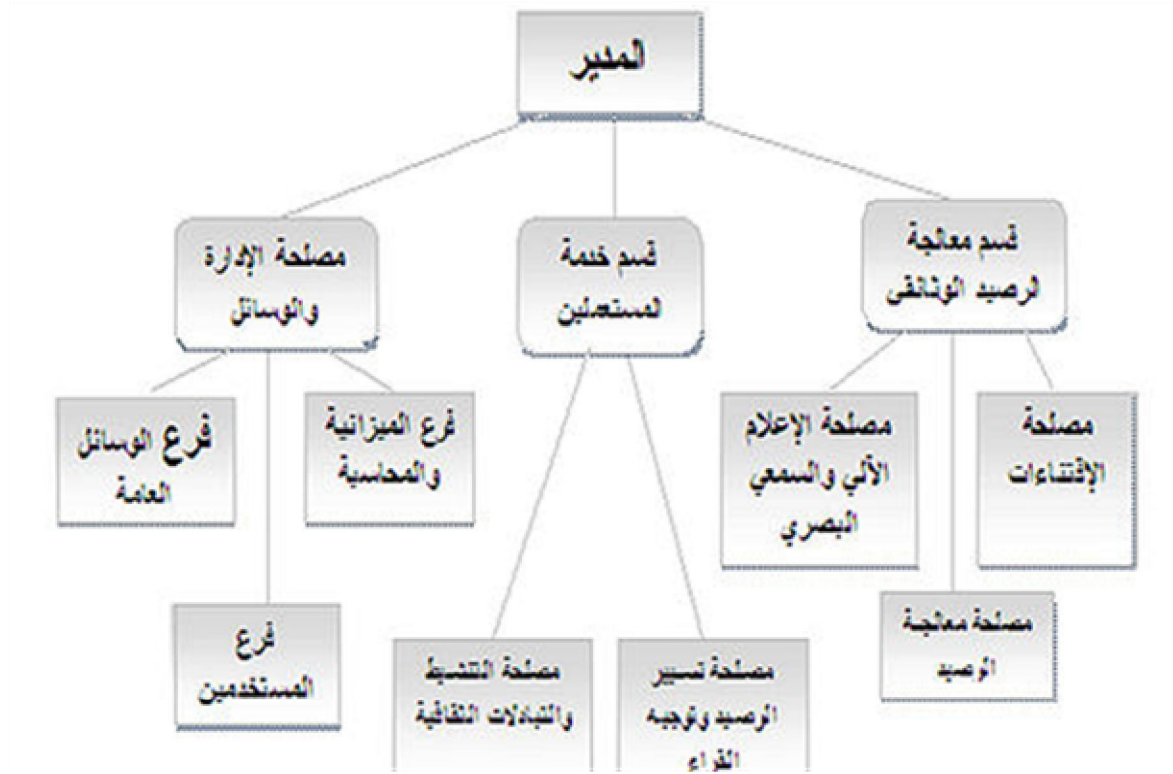
الملحق رقم (03): الهيكل التنظيمي لمديرية الثقافة



الملحق رقم (04): المخطط التنظيمي لدار الثقافة قنفود الحملاوي



الملحق رقم (05): الهيكل التنظيمي للمكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية بودراي بلقاسم
لولاية المسيلة



ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى مساهمة الاتصال في عملية التنشيط الثقافي داخل المؤسسات الثقافية من خلال دراسة عينة من الموظفين (منشطين، مستشارين ثقافيين، رؤساء مصالح التنشيط الثقافي، رؤساء مكاتب بالمؤسسات الثقافية لولاية المسيلة)، وقد تم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات من المبحوثين حيث تم تقسيمها إلى محاور متعددة، حيث تضمن المحور الأول البيانات الشخصية والسوسيو مهنية، أما المحور الثاني تضمن طبيعة ونوعية الأساليب الاتصالية التي لها علاقة بالجمهور الخارجي ، والمحور الثالث تطرقنا فيه إلى أساليب وطرق وتقنيات التنشيط الثقافي، أما المحور الرابع فقد تضمن أهمية الاتصال في التنشيط الثقافي، وبعد المعالجة الكمية والكيفية توصلنا إلى مجموعة من النتائج كصورة تعكس الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي.

الكلمات الدالة: الاتصال، التنشيط، التنشيط الثقافي، المؤسسات الثقافية.

Résumé:

Cette étude a pour objectif l'identification du degré de collaboration de la communication dans l'opération d'animation culturelle au sein des établissements culturels à travers un échantillon d'employés (animateurs, conseillers culturels, chefs de services d'animation culturelle, chefs de bureaux d'entreprises culturelles de la wilaya de M'sila), Un questionnaire a été adapté pour collecter les informations et les données des enquêtés, il a été divisé en divers axes : le premier axe a comporté les données personnelles et socioprofessionnelles, pour le second, il a comporté la nature et le type de méthodes de communication ayant une relation avec le public extérieur, tandis que le troisième axe, nous avons abordé les méthodes, les procédés et les technique de l'animation culturelle, Concernant le quatrième axe, il a comporté l'importance de la communication dans l'animation culturelle. Après le traitement quantitatif et qualitatif, nous avons abouti à un ensemble de résultats comme une image reflétant l'étude avec ses deux aspects, théorique et pratique.

Mots significatifs : La communication, l'animation, l'animation culturelle, Les entreprises culturelles