



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة المسيلة

معهد علوم وتكنولوجيا النشاطات البدنية والرياضية

قسم: الإعلام والاتصال الرياضي

تخصص: سمعي بصري

مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في ميدان علوم وتكنولوجيا والنشاطات البدنية والرياضية

دور الاتصال المؤسسي في تحسين أداء الصحافيين الرياضيين
بإذاعة لمسيلة الجهوية.
- دراسة ميدانية بالإذاعة الجزائرية من لمسيلة

• إمداد الطالب : زيتوني البشير

تاريخ المناقشة: 2016/05/ 29

أمام لجنة المناقشة المكونة من السادة :

- د/ زاوي عبد الوهاب مشرفا.
- د/ أحمد بن رجم رئيسا.
- د/ رابح زاوي عضوا مناقشا.
- د/ أحمد مروان عضوا مناقشا.

السنة الجامعية: 2015- 2016





كلمة شكر و تقدير

(...رَبِّ أَوْزَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ

صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ) (19) سورة النمل.

وأشكر المولى سبحانه وتعالى أن وفقني لإتمام هذا العمل المتواضع ونسأله عز وجل أن يجعله خالصا لوجهه الكريم، ويجعله في ميزان حسناتنا ، كما أتقدم بوافر الشكر والتقدير إلى المشرف الدكتور عبد الوهاب زواوي الذي منحني من علمه وجهده الكثير، وكان له الدور الكبير في توجيهي ومساعدتي على إتمام هذا البحث .

وإلى كل أساتذة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية كما لا انسى كل من ساهم بالمتابعة والتساؤل وكان لي الدعم القوي لإتمام هذا العمل المتواضع .

فإلى كل هؤلاء أرقى آيات العرفان والتقدير وأخلص عبارات الشكر و الوفاء ومع يقيني أن هذا البحث جهد بشري قابل للنقد والتقويم، فإني قد بذلت جهدي في إتمامه والحمد لله على فضله

البشير



إلى

إلى من قال فيهما الله عز وجل: "وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا، إما يبلغن عندك الكبر أحدهما أو كلاهما، فلا تقل لهما أف ولا تنهرهما وقل لهما قولا كريما... " صدق الله العظيم.

أهدي هذا المجهود إلى الذين رضاهم من رضى الله إلى سيدة النساء، إلى العظيمة في عطائها، إلى نور الحياة وبهجتها إلى الشمعة التي أنارت دربي، وفتحت لي أبواب العلم والمعرفة إلى أعز إنسان في الوجود وقدوتي في الحياة إلى التي ضحت من أجلي إلى أعز ما أملك في الحياة والدنيا إلى الحبيبة الطاهرة الوفية الملك الصافي "أمي"، إلى خير الآباء إلى من كان عظيما في عطائه إلى نور الحياة وبهجتها إلى الذي عمل جاهدا على تربيتي وتعليمي وتوجيهي والوقوف إلى جانبي بكل ما أوتي، إلى الذي ضحى من أجلنا بالغالي النفيس، الحنون، الطيب، جزاه الله خيرا "أبي". إلى سندي في الحياة أختي الغاليتين العزيزتين على قلبي.

إلى كل الأقرباء والأحبة، إلى كل أصدقائي ورفقاء المشوار الدراسي، إلى كل من حملتهم ذاكرتي ولم تحملهم مذكرتي.

الرب شير

الصفحة	الموضوع
	آية قرآنية
	كلمة شكر وتقدير
	الاهداء
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول.
	قائمة الاشكال.
أ-ب	مقدمة.
	الفصل الأول: الخلفية النظرية والدراسات السابقة
	الخلفية: النظرية للاتصال
05	أولاً: ماهية الاتصال.
06	ثانياً: نظريات الاتصال.
06	أولاً: نظريات ارسطو .
07	ثانياً: نظرية كينيث بيرك.
07	ثالثاً: نظرية شانون ووفير.
08	رابعاً: نظرية بيرلو.
08	خامساً: نظرية شرام.
	الخلفية النظرية: للاتصال المؤسسي
09	أولاً: ماهية الاتصال المؤسسي .
13	ثانياً: أنواع الاتصال المؤسسي.
18	ثالثاً: وسائل الاتصال المؤسسي.
20	رابعاً: معيار اختيار وسائل الاتصال المؤسسي.
21	خامساً: أهمية الاتصال المؤسسي .
	الخلفية النظرية: للأداء
22	أولاً: تعريف الأداء.

24	ثانيا: أنواع الأداء.
25	ثالثا: تقييم الاداء.
30	رابعا: طرق تقييم الأداء.
31	خامسا: الطرق التقليدية.
33	سادسا: الطرق الحديثة.
الخلفية النظرية: للإذاعة	
34	أولا: تعريف الإذاعة.
34	ثانيا: لمحة تاريخية عم ظهور الإذاعة.
34	ثالثا: التطور التكنولوجي للإذاعة.
35	رابعا: أهمية الاذاعة كوسيلة اتصال وإقناع.
35	خامسا: أهداف الإذاعة.
35	سادسا: خصائص الإذاعة.
38	سابعا: أهمية التخطيط لبرامج الإقناع بالإذاعة
39	ثامنا: البرجة(المفهوم-التصنيفات).
39	تاسعا: تاريخ نشأة الإذاعة الوطنية والإذاعة المحلية.
40	عاشرا: إذاعة لمسيلة الجهوية.
41	احدى عشر: الطاقم الإذاعي.
42	اثنا عشر: مهام الأقسام.
44	الدراسات السابقة.
الفصل الثاني: الإطار العام للدراسة	
50	أولا: الكلمات الدالة في الدراسة.
54	ثانيا: إشكالية الدراسة.
55	ثالثا: فرضيات الدراسة.
56	رابعا: أهداف الدراسة.
56	خامسا: أهمية الدراسة.

57	سادسا: أسباب اختيار الدراسة.
الفصل الثالث: الاجراءات الميدانية للدراسة	
59	تمهيد
60	أولا: الدراسة الاستطلاعية.
60	ثانيا: المنهج المتبع في الدراسة.
61	ثالثا: مجتمع وعينة الدراسة.
61	رابعا: حدود الدراسة.
62	خامسا: الخصائص السيكومترية.
63	سادسا: الإجراءات التطبيق الميداني للأداة.
64	سابعا: الأساليب الإحصائية.
الفصل الرابع: عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها	
66	أولا: عرض نتائج وتفسيرها وتحليلها.
100	ثانيا : مناقشة النتائج
الفصل الخامس: استنتاجات واقتراحات	
106	أولا: استنتاجات عامة.
107	ثانيا: اقتراحات.
108	ثالثا: الآفاق المستقبلية للدراسة.
110	رابعا: المراجع المعتمدة في الدراسة.
115	الملاحق.
116	ملخص الدراسة باللغة العربية.

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
66	يبين وجود اتصال بين الصحفيين وإدارة الإذاعة.	01
67	يبين وجود اتصال بين الصحفيين في الإذاعة.	02
68	يبين كيفية الاتصال الصحفيين بإدارة الإذاعة.	03
69	يبين شعور الصحفيين بسهولة عملية الاتصال بإدارة الإذاعة	04
70	يبين مشاركة الصحفيين في الاجتماعات التي تنظمها الإذاعة.	05
71	يبين تلقي الإذاعة رسائل من الجمهور.	06
72	يبين طبيعة الرسائل التي تتلقها الإذاعة.	07
73	يبين تجاوب الإذاعة مع هذه الرسائل.	08
74	يبين اعتقاد الصحفيين بان لتنوع الاتصال داخل الإذاعة يؤدي ذلك إلى زيادة أدائهم فيها.	09
75	يبين كفية التقييم نوعية الاتصالات وبين ادارة الإذاعة والصحفيين.	10
76	يبين قيام الصحفيين لطرح الصحفيين للمشاكل على إدارة الإذاعة.	11
78	يبين سهولة فهم الصحفيين للمعلومات المقدمة من طرف إذاعة.	12
79	يبين وضوح المعلومات المقدمة لهم.	13
80	يبين مناقشة الصحفيين للمعلومات المقدمة لهم مع بعضهم البعض.	14
81	يبين استعانة الصحفيين بالزملاء لفهم هذه المعلومات.	15
82	يبين قيام الصحفيين أداء الموكله لهم.	16
83	يبين فهم الصحفيين لما يطلب منهم.	17
84	يبين مواجهة الإذاعة لصعوبات في إيصال المعلومات للصحفيين.	18
85	يبين وجود الصحفيين صعوبات في فهم المسؤول على الإذاعة.	19
86	يبين تلقي الصحفيين لمهام والمعلومات من قبل المسؤول على الإذاعة.	20

87	بين وسائل التي يتلقى بها الصحفيين المعلومات.	21
88	بين تفضيل الصحفيين المقابلة الشخصية مع مدير إذاعة لطرح أفكارهم.	22
89	بين لامتلاك الإذاعة مجلة إعلامية.	23
90	بين لاطلاع على الإعلانات التي تصدر داخل الإذاعة.	24
91	يبين مشاركة الصحفيين في عملية التخطيط للبرامج في الإذاعة	25
92	بين لاعتبار الإعلانات من اهم وسائل التي يتعمد عليها الصحفيين للاطلاع على برنامج عليهم.	26
93	بين تقييم لنوعية وسائل الاتصال الخاصة بالإذاعة.	27

قائمة الأشكال البيانية

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
10	يمثل عناصر العملية الاتصالية عند روس	01
66	يبين النسبة المؤية وجود اتصال بين الصحفيين وإدارة الإذاعة.	02
67	يبين النسبة المؤية لوجود اتصال بين الصحفيين في الإذاعة.	03
68	يبين النسبة المؤية كيفية الاتصال الصحفيين بإدارة الإذاعة.	04
69	يبين النسبة المؤية لشعور الصحفيين بسهولة عملية الاتصال بإدارة الإذاعة	05
70	يبين النسبة المؤية لمشاركة الصحفيين في الاجتماعات التي تنظمها الإذاعة.	06
71	يبين النسبة المؤية لتلقي الإذاعة رسائل من الجمهور.	07
72	يبين النسبة المؤية لطبيعة الرسائل التي تتلقها الإذاعة.	08
73	يبين النسبة المؤية لتجاوب الإذاعة مع هذه الرسائل.	09
74	يبين النسبة المؤية اعقاد الصحفيين بان لتنوع الاتصال داخل الإذاعة يؤدي ذلك إلى زيادة أدائهم فيها.	10
75	يبين النسبة المؤية كفية التقييم نوعية الاتصالات وبين ادارة الإذاعة والصحفيين.	11
76	يبين النسبة المؤية لقيام الصحفيين لطرح الصحفيين للمشاكل على إدارة الإذاعة.	12
78	يبين النسبة المؤية لسهولة فهم الصحفيين للمعلومات المقدمة من طرف إذاعة.	13
79	يبين النسبة المؤية لوضوح المعلومات المقدمة لهم.	14
80	يبين النسبة المؤية لمناقشة الصحفيين للمعلومات المقدمة لهم مع بعضهم البعض.	15
81	يبين النسبة المؤية استعانة الصحفيين بالزملاء لفهم هذه المعلومات.	16
82	النسبة المؤية لقيام الصحفيين أداء الموكلة لهم.	17
83	يبين النسبة المؤية لفهم الصحفيين لما يطلب منهم.	18
84	مواجهة الإذاعة لصعوبات في إيصال المعلومات للصحفيين بين النسبة المؤية.	19
85	يبين النسبة المؤية وجود الصحفيين صعوبات في فهم المسؤول على الإذاعة.	20

86	بين النسبة المؤية لتلقي الصحفيين لمهام والمعلومات من قبل المسؤول على الاذاعة.	21
87	بين النسبة المؤية لوسائل التي يتلقى بها الصحفيين المعلومات.	22
88	بين النسبة المؤية لتفضيل الصحفيين المقابلة الشخصية مع مدير لإذاعة ل طرح أفكارهم.	23
89	بين النسبة المؤية لامتلاك الإذاعة مجلة إعلامية.	24
90	بين النسبة المؤية للاطلاع على الإعلانات التي تصدر داخل الإذاعة.	25
91	يبين النسبة المؤية لمشاركة الصحفيين في عملية التخطيط للبرامج في الإذاعة	26
92	بين النسبة المؤية لاعتبار الإعلانات من اهم وسائل التي يعتمد عليها الصحفيين للاطلاع على برنامج علمهم.	27
93	بين النسبة المؤية تقييم لنوعية وسائل الاتصال الخاصة بالإذاعة.	28

إن اختلاف التنظيمات و تعددها و انتشارها الهائل في المجتمع الحديث ، استدعى علماء الاجتماع إلى الاهتمام بهذه الظاهرة ، فقاموا بدراستها و تشخيصها وتتبع نتائجها على مختلف المستويات نظرا لأن الانسان كائن لا يستطيع أن يعيش وأن يعمل منعزلا عن الآخرين ، فهو يتبادل معهم الافكار والاحاسيس، حيث يآثر فيهم ويتأثر بهم و هذا يدل على تنسيق الجهود و العمل في سبيل إشباع احتياجاتهم المختلفة التي يحتاجها الانسان لضمان حياته ، وعلى هذا الاساس لا يمكنه تحقيقها دون أن يستعمل الاتصال كطريقة لتواصل مع الآخرين ،ومن هنا نادى الاخصائيون بضرورة الاهتمام بالاتصال كنقطة أساسية لابد من الاهتمام بها في تنمية المجتمع .

ومع تطور هذا المجتمع و تنجية لتغيرات الحاصلة بدأت تظهر في المجتمع عدة تنظيمات و مؤسسات ، مما زاد الاهتمام أكثر بالاتصال خاصة وأن هذه المؤسسات تضم في داخلها أفراد أو جماعات بشرية تربطهم علاقات إنسانية و تجمعهم أهداف و أغراض مشتركة ، و تحكمها نظم و قوانين مشتركة أيضا، فالأفراد و الجماعات يتحركون داخل المؤسسة من خلال القيام بأنشطة و أعمال بغية السعي في تحقيق الاهداف و الغايات وإشباع احتياجاتهم المختلفة، ولهذا فإنهم يتواصلون ويتبادلون المعلومات من خلال الاعتماد على الاتصال ، فلا يمكن ان تسير أمور أي مؤسسة دون توفر شبكة اتصالات فيها، لا يمكن تحقيق أهداف المؤسسة بدون الاعتماد على الاتصال و الذي يتنوع من الاتصال شخصي والاتصال مؤسسي و الاتصال التنظيمي.

ولعل من أبرز المؤسسات التي تعتمد بشكل كبير على الاتصال في تسير أمورها نجد المؤسسة الاعلامية بمختلف أنواعها سواء السمعية أو البصرية أو المكتوبة فهي وسيلة اتصالية ، تعتمد في ممارسة عملها على الاتصال الذي يعتبر اللب الرئيس في تسيرها و استمرارها ، فهي تضم في تركيبها العنصر البشري الذي يعتمد على بالضرورة على الاتصال من أجل التواصل مع الآخرين فيها، حتى يتمكن من أداء المهام و الاعمال الاعلامية في المؤسسة الاعلامية ، فهو يسمح بتلقي المعلومات وتبادل الافكار بينهم و بين عملها الخارجي المحيط بها ، كما أنه يشكل أرضية هامة يتم بواسطتها توحيد النشاط التعاوني بين جميع الوحدات و الأفراد التي تتضمنها.

وستطرق على هذا الاساس الى نوع من انواع الاتصال وهو الاتصال المؤسسي في المؤسسة الاعلامية وهي إذاعة لمسيلة الجهوية ، باعتبارها واحد من المؤسسات التي تحتاج الى الاتصال من اجل تسير أمورها والاستمرار في تواصل بثها الاذاعي، و العمل خلق جو مناسب لأداء المهام الاعلامية من قبل الصحفيين و تبادل المعلومات

بينهم ، وسنحاول التعرف على دور لاتصال المؤسساتي في تحسين اداء الصحافيين الرياضيين داخل هذه المؤسسة الاعلامية، عليه فإن دراستنا هذه قسمة إلى شقين وهما جانب نظري و جانب تطبيقي :

حيث تناولنا في الجانب الاول الذي تمثل في الخلفية النظرية التي تحدثنا فيها عن الاتصال بصفة عامة وتعريفه و عن اهم نظرياته ، وتطرقنا الى الاتصال المؤسساتي ماهيته و انواعه و وسائل و اهميته ، و كذلك تطرقنا إلى الاداء تعريفه و أنواعه وطرق وتقييمه وفي الأخير تحدثنا عن الاذاعة تعريفها وأهم خصائصها ، وكذلك أهم الدراسات السابقة والمشابهة التي تناولت هذا الموضوع، إضافة إلى الاطار العام لدراسة الذي تضمن أهم الكلمات الدالة في الموضوع و تعريفها ، وتضمن إشكالية الدراسة و تساؤلات الدراسة و فرضيات وأهمية وأهداف الدراسة.

أما الجانب الثاني فتمثل في الجانب التطبيقي والذي تطرقنا فيه إلى أهم الاجراءات الميدانية لتطبيق الدراسة و الدراسة الاستطلاعية و تحديد مجتمع وعينة الدراسة وكذلك حدود الدراسة و المنهج المتبع فيها ، الأدوات المستعملة في جمع المعلومات إضافة إلى الحدود الزمنية و المكانية لدراسة و اهم الاساليب الاحصائية المستعملة في الدراسة، وعرضنا فيه أهم النتائج و الاستنتاجات واهم الاقتراحات و الآفاق المستقبلية لدراسة الخاصة بموضوع الدراسة.

1-الاتصال:

1-تعريف الاتصال:

إن تحول الإنسانية إلى الحياة الاجتماعية هو تحول يدين في أساسه إلى صفات التفاعل وإلى قدرات الاتصال المتطورة التي يتمتع بها الإنسان، فالإتصال يعتبر العمود الفقري للمجتمع، حيث يعد عملية جوهرية لسائر المخلوقات، وبدون اتصال يعيش لأنسان منعزلا في بقية المجتمع سواء انعزال حضاري أو انعزال اجتماعي، ونظرا لأهمية لاتصال فقد حضبي باهتمام من الباحثين والمفكرين في مجالات عديدة كعلم النفس، و علم الاجتماع، والأنثروبولوجيا حيث تناول كل علم حسب ما يتناسب مع اهتماماته وبحوثه.

1-1-تعريف الاتصال من الناحية اللغوية:

اتصل الشيء - بمعنى التام - ولم ينقطع، اتصل بفلان بمعنى بلغه وانتهى إليه

كما يقال: اتصل به بخبر بمعنى علمه. (معجم مجازي العرب: 2001، ص1028)

ويقال كان على اتصال به أي على علاقة، ارتباط وصلة، كما يرد بمعنى التصاق، تقارب واشتراك. (المنجد في اللغة العربية المعاصرة: 2001، ص73)

كما يعرفه مختار قاموس بأنه: وصل بالشيء وصلا" بمعنى نقل المعلومات والمعاني والأفكار بين مجموعة من أشخاص لتحقيق هدف أو غرض معين ". (سلوى عثمانى الصديقي، هناء حافظ بدوي: 1999، ص10)

أما في اللغة العربية الفرنسية والإنجليزية فقد اشتق مصطلح الإتصال من كلمة "COMMUNIS"، التي تعني في اللغة الفرنسية "COMMUN"، وفي اللغة الإنجليزية "COMMON"، أي "مشترك أو اشتراك في الشيء": فالإتصال عملية تساعد الناس على التماسك مع بعضهم البعض في وحدة متكاملة. (جيري جيري ترجمة وليد عبد اللطيف هوانه: 2002، ص331)

1-2-تعريف الاتصال من الناحية الاصطلاحية:

نجد أن لفظ الاتصال اختلف معانيه باختلاف اتجاهات القائمين على دراسته ولكن نظرتة ومفهومه لهذا المصطلح، ويرجع ذلك الاختلاف في طبيعة ميدان كل من يتناول هذا اللفظ.

فهناك من تناوله على أنه: عملية نقل المعلومات من طرف لأخر. (جمال الدين المرسي، ثابت عبد الرحمان إدريس: 2002، ص601)

ويعرفه ناصر العديلي: بأنه تبادل المعلومات من شخص أو أكثر، عن طريق خلق التفاهم بين المرسل والمرسل إليه. (ناصر محمد العديلي: 1995، ص 164)

كما عرفه قاموس أكسفورد: نقل لأفكار أو توصيلها أو تبادلها بالكلام أو بالكتابة أو بالإشارة. (محمود المساد: 2003، ص 178)

كما عرفته الجمعية الإدارية الأمريكية بأنه: عملية خلق التفاهم وإشاعته، أي تبادل الأفكار ونقلها ونشرها بين الأفراد. (محمود المساد: مرجع سابق ص178)

فالاتصال هو يشر إلى تبادل وانتقال للأفكار والمعلومات ما بين الأشخاص داخل نسق معين وفي هذا الصدد يذكر مجدي محمد عبد الله أن الاتصال: العملية التي بها يتفاعل المرسلون للرسائل في سياقات اجتماعية معينة. (مجدي احمد محمد عبد الله: 1999، ص 269)

كما نجد أن علماء لاتصال قد عرفوا الاتصال عل أنه لفظ مشتق من الكلمة اللاتينية COMMUNICATION، ويفصد به " مقاسمة المعنى وجعله عاما بين شخصين أو مجموعة أو جماعات من الأشخاص. (صلاح الدين محمد عبد الباقي: مرجع سابق ص230)

وقد ركز علماء النفس على أن الاتصال هو وسيلة للتأثير، لذلك فإن الاتصال من وجهة نظرهم بأنه: السلوك اللفظي أو المكتوب الذي يستخدمه أحد الأطراف للتأثير على الطرف الأخر. (احمد ماهر(أ): 1997، ص252)

وينظر علماء نظم المعلومات إلى الاتصالات من نظر الرياضة والإحصائية والهندسة فالشيء محل الاتصال هو معلومات، ووفقا لنظم المعلومات فإن الاتصالات هي: استقبال وترميز وتخزين وتحليل، استرجاع وعرض وإرسال المعلومات. (عبد صلاح الدين عبد الباقي: مرجع سابق، ص 352)

2-نظريات الاتصال:

2-1-نظرية ارسطوا:

وهو صاحب نظرية متطورة نحو فهم ظاهرة الاتصال رغم بعده عن عصرنا بجوالي 2500 عام ، فهو أول من وضع الأطر النظرية لعملية الاتصال من خلال ثلاثة عناصر هي الخطيب و الخطبة و المستمع ، وبترجمة هذه العناصر

لتفق مع عناصر الاتصال المباشر ، يمكن القول أنها تتضمن مرسلا ورسالة و مستقبلا، بالإضافة إلى بروز ثلاثة مبادئ وهي : تدفق الاتصال ذي الاتجاه الأحادي على قدرات المرسل عدم معرفة كيفية استقبال الرسالة ، والاتصال بالنسبة لأرسطو غير مباشر ، يحاول فيه التحدث أن يقنع غيره ، وأن يحقق هدفه مع مستمعه ، عن طريق صياغة قوية للحجج التي يعرفها. (قشي محمد :2015، ص06)

2-2 نظرية كينيث بيرك:

تنتمي هذه النظرية على الاتجاه الدرامي في دراسة الاتصال البلاغي، من خلال النظر إلى الحدث واهم مفاهيم الدراما المثيرة لحوافز الفعل الاتصالي، بمعنى وجود علاقة بين الحدث والمعنى بالاتصال وحبیب ركان وآخرون "أن هذه النموذج مكون من خمسة أركان هي: (قشي احمد: مرجع سابق، ص06)

-الحدث الذي يشمل الفعل الحادث والمشهد المشكل لخلفية الحدث، وموقف فعل الاتصال القائم بالاتصال ومشاركته في العمل الاتصال

-الوسائل والأدوات المستخدمة

-الهدف المسبب لإحداث الفاعل للعمل الاتصالي

-ويتضمن هذا النموذج النقاط المتعلقة بنموذج (ارسطو)ولكنه يتميز عنه بوجود عناصر: الوقت والوسيلة والسبب.

3-3 نظرية لازويل:

ويرى (روبن برنت) أن صاحب هذه النظرية قد فسر العملية الاتصالية بالعبارات التالية:

من يقول؟ ماذا يقول؟ لمن؟ وبأي وسيلة؟ وبأي أثر؟. (برنت روبن: 1992نص68)

بمعنى ان لا زويل فسر العملية الاتصالية إلى خمسة عناصر كما يلي:

-من يقول؟ وهو المرسل-لمن؟ وهو المستقبل

-ماذا؟ وهي الرسالة -بأي وسيلة؟ وهي القناة أو الوسيلة

-بأي تأثير؟ وهو رجع الصدى

4-2 نظرية شانون وويفر:

هذه النظرية تتضمن ومصدرا ومرسلا وإشارة ومستقبلا وهدفا ويرتبط بإشارة وسيلة اتصال تقع تحت تأثير التداخل أو التشويش، ويتقسم هذا التشويش أو الضوضاء إلى تشويش طبيعي أو مادي وآخر دلالي ومن أمثلة النوع الاول

حدوث صوت مزعج كصوت الجمهور أو صوت المذياع أثناء الحديث مما يشوش على المعنى، أو يمنع وصوله ومن أمثلة النوع الثاني اختلاف مدلولات الألفاظ ضمن عبارات الحديث، مما يحدث تفاوت في فهم المعنى المقصود، والتأثر به. (احمد سالم: 2004، ص22)

5-2-نظرية بيرلو:

لا تختلف هذه النظرية عن النظريات السابقة في توجيه تدفق الاتصال حيث يتألف من أربعة عناصر هي المصدر، الرسالة، الوسيلة، والمستقبل، وهذا النظرية بترابط مكوناتها تقدم بعدا جديد لعملية الاتصال، بالإشارة إلى هذا المنظور لا يمكن تحديد بداية عملية لاتصال أو نهايتها، لأنها تحدث متصلة وهذه النظرية تدل على أن الهدف من علمية الاتصال التأثير على الآخرين، وان الاتصال أداء شخصي يعتمد على قدرات المرسل، اتجاهاته. (سعد بن عبد الرحمان الدايل وعبد الحافظ محمد سلامة:2003، ص80)

6-نظرية شرام:

هذه النظرية قد أشارت إل أن عملية الاتصال اللفظي عملية دائرية، تبدأ بإرسال للرسالة اللفظية بعد تحليلها للوقوف على مناسبتها للموقف، والهدف منه، ثم سيتقبلها ليقوم هو الآخر بتحليلها للوقوف على مضمونها، واتخاذ قرار يتعلق بردة الفعل المناسبة، والتي هي بمثابة رسالة جديدة يستقبلها المرسل الأول. (عبد الكبير أحمد: 2014، ص09)

2-الاتصال المؤسساتي

1_ ماهية الاتصال المؤسساتي

إن الحديث عن ماهية الإتصال المؤسساتي، يجعلنا نتطرق إلى مفهوم العلمية الإتصالية وأهميتها في الحياة الإجتماعية والفرق بين مفهوم الإعلام والاتصال.

1-1-تعريف العملية الاتصالية:

الاتصال جوهر العلاقات الإنسانية وأساس تواجدها، سواءً كان ذلك داخل المؤسسة أو داخل الأسرة أو حتى في نطاق المجتمع ككل حسب محمود عودة "يشير مفهوم الاتصال إلى العملية التي تنقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي . أي تنظيم اجتماعي . معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى العلاقات المتضمنة فيه، بمعنى أن يكون هذا النسق الاجتماعي مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو مجتمع محلي أو مجتمع قومي أو حتى المجتمع الإنساني ككل . (محمود عودة: مرجع سابق ، ص05)

الجلي من هذا التعريف، أن الاتصال هو العملية التي تسمح لأطراف الاتصال بتبادل المعلومات و الرسائل وذلك مهما كان النسق الاجتماعي الذي تحدث فيه تلك العملية لا يتوقف دور العملية الاتصالية عند هذا الحد، بل تزيد إسهاما في المعاملات الإنسانية ذات معنى ة قيمة لذلك يقول ويلكوكس

(R.P Wilcox) : " إن آرائكم الأكثر إبداعا ليس لها معنى أوقيمة، إذا لم تتقنوا عملية وكيفية إيصالها إلى الطرف الآخر . (بوعطي جلال الدين :مرجع سابق ، ص32)

هذه الفكرة يدعمها قول إبراهيم إمام : "إنّ الاتصال هو حامل العملية الاجتماعية، وهذا بنقل أشكالها ومعانيها من جيل إلى جيل . (إمام إبراهيم: مرجع سابق، 28)

الإجابة على هذا التساؤل يقدمها يس عامر في قوله أنّ : " الاتصال ظاهرة اجتماعية، حركية تؤثر وتتأثر بمكونات السلوك الفردي وبالعوامل المؤثرة على طرفي عملية الاتصال القائمة على نقل تبادل المعلومات، الأفكار والمعاني المختلفة التي نفهمها باستخدام لغة مفهومة لدى الطرفين من خلال قنوات معينة .(يس عامر: 1969، ص، 27-28) وعليه، تساهم العملية الاتصالية في أي نسق اجتماعي كان على جعل المعاملات الإنسانية تقوم على عملية التأثير والتأثر. وهذا عبر الأدوار فيما بين أطراف الاتصال.

هذه الفكرة تجرنا إلى تبادل الحديث عن العناصر التي تقوم عليها العملية الاتصالية، إذ أن الفعل الإتصالي مهما كان مضمونه، هدفه أو سببه، يقوم على مجموعة من العناصر المشكلة في النهاية للعملية الاتصالية، لذلك فحسب (جون دوران J. Durant) الاتصال هو ذلك الفعل الذي من خلاله يثري اثنان أو جماعة من الأفراد كل منهما الآخر عن طريق قناة معينة ورسالة تحمل معلومات معينة" ... وعليه ، تقوم العملية الاتصالية

على العناصر التالية: المرسل، الرسالة، القناة.

والمستقبل، لكن الملاحظ أن هذه العناصر غير كافية لجعلها أكثر ديناميكية، لغياب عنصر مهم هو "رجع الصدى". لهذا السبب يطرح كين كايد و شرام (Kin caid et schramm) خمسة عناصر أساسية للعملية الاتصالية:

البيّن من هذا النموذج، أن عناصر العملية الاتصالية لا تتوقف عند ما حدّده سابقا دوران J.Durant وإنما تضم نقطة أساسية في عملية إحياء وتحديد الاتصال وهي عملية رجع الصدى.

إنّ دور المستقبل في عملية الاتصال حسب كين كايد و شرام (Kin Caid et Schramn) لا يتوقف عند استقبال الرسائل بل يتم إعادة إنتاجها في شكل رجع صدى. وهذا ما يسمح بإحياء العملية الاتصالية وبالتالي يلعب المستقبل في هذه العملية دوراً أساسياً، ولهذا يرى رايمون روس (Raymond Ross) أنّ "الاتصال سيرورة تتضمن الترتيب الانتقاء والتعبير عن الرموز بطريقة تسمح للمستقبل بإعادة إنشاء فكرته بطريقة مستمرة وذلك من خلال العناصر التالية:

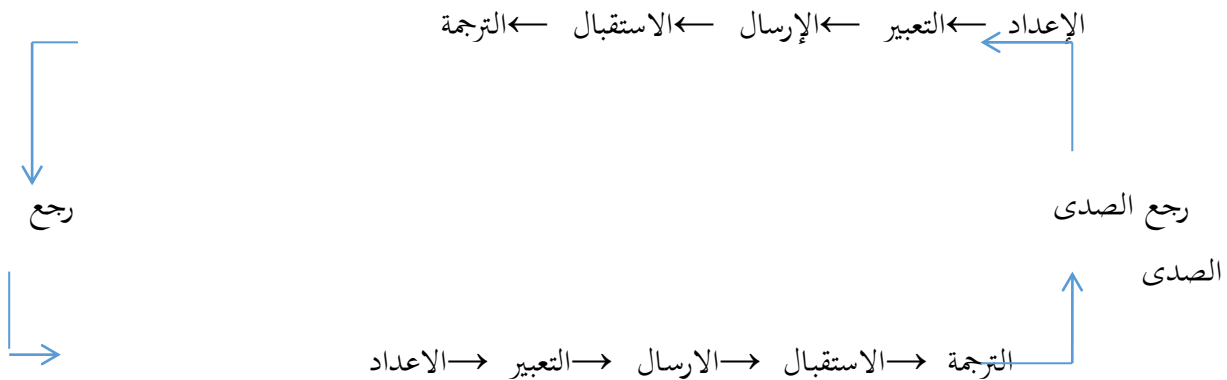
1-الإعداد : وهي مرحلة تحديد نوعية ومضمون الرسالة التي سوف يرسلها المرسل (أ).

2-التعبير: ما هي اللغة التي سيعبر من خلالها المرسل عن الرسالة.

3-الإرسال: نقصد الوسيلة التي من المفترض أن يتم عن طريقها نقل الرسالة من (أ) إلى (ب).

4-الاستقبال: وهو المستقبل (ب)، الذي يقوم باستقبال الرسالة في شكل رموز. (بوعطيظ جلال الدين: مرجع سابق ص34)

5-الاسترجاع: وهو المستقبل (ب) عندما يتفاعل ويرد على رسالة (أ) وهذا الاسترجاع، يسمح بإحياء العملية الاتصالية التي تكون على النحو التالي:



شكل رقم (1) : يمثل عناصر العملية الاتصالية عند (روس) ... (بوعطيظ جلال الدين : مرجع سابق، ص35)

يتبين لنا مما طرحه رايمون روس (Raymond Ross) أن المرسل و المستقبل في العملية الاتصالية لهما أدوار منسجمة، تقوم على عملية تبادل الأدوار التي تؤدي بدورها إلى إعادة إحياء العملية الاتصالية المتوقفة على مدى فهم المستقبل للرسالة بصورة سليمة. من هنا فالعملية الاستراتيجية أساسية في نجاح عملية الاتصال، خاصة إذا ما توقفت على التجارب والمخزون الفكري الذي يتمتع به المستقبل ودورها في تحديد نوعية الرسالة التي سوف يرسلها المرسل.

على ضوء ما سبق، تكتسي العملية الاستراتيجية أهمية كبرى في العملية الاتصالية فهي أساس تواجد واستمرار المعاملات الاجتماعية. أضف إلى ذلك، فهي لا تسمح فقط بنقل الرسائل فيما بين أطراف الاتصال وإنما أيضا بتوفير مناخ من التفاعل القائم على تبادل الأدوار من أجل أن تكون العملية الاتصالية أكثر ديناميكية وحيوي.

2- مفهوم الاتصال المؤسسي:

بديهي جداً في أن يكون للاتصال أهمية كبرى في العلاقات الاجتماعية، فهو العملية التي تسمح بتحديد المعاملات فيما بين الأفراد والسؤال الذي يمكن طرحه، ما هو مفهوم الاتصال المؤسسي؟ وقبل الخوض في تحديد هذا المفهوم المركب، فحري أن نشير إلى علاقة الاتصال بالمؤسسة، ينظر إلى المؤسسة على أنها وحدة اجتماعية تتكون من مجموعة أفراد يتفاعلون فيما بينهم بحكم طبيعة النشاط والوظيفة التي يؤديها في المؤسسة، وهذا ما يجعلنا نحاول توظيف الاتصال ليس فقط كوظيفة طبيعية في المجتمع وإنما كوظيفة، أساسية داخل المؤسسة القائمة على تنظيم وتوجيه المعاملات التي تحدث بداخلها لأجل تحقيق الهدف المنشود. وليبيان هذه العلاقة يطرح ا. سيمون ()

A. Simon نقاط الاختلاف الموجودة بين الاتصالات التي تحدث داخل المؤسسة وبين ما يحدث بين وسائل الاتصال الجماهيرية والأفراد، فيقول:

1- "الجماهير التي يتوجه إليها الراديو أو التلفزيون ليس بينهم أي قاسم مشترك إلا المصطلح التقني، كما أنهم لا يتقاسمون معرفة مخصصة، فمن الصعب معرفة أفكار وتوجهات الجماهير في نفس الوقت الذي يتلقون فيه الرسائل من وسائل الإعلام" . . . (بوعطيط جلال الدين، ص 37)

فحسبه، يتوقف دور وسائل الاتصال الجماهيرية على إرسال المادة الإخبارية والإعلامية دون أن يكون لذلك استجابة من قبل المستقبل على عكس ما يحدث بين طرفين أو شخصين داخل المؤسسة، يمتلكان نفس مجال التخصص والمعرفة، الشيء الذي يسمح لهم بالحوار، الاتصال وبارسال وتبادل رموز مفهومة في إطار عملية التأثير والتأثر. وحسبه أيضا، تتم عملية استقبال الأفراد للمعلومات والأوامر في إطار معاملاتهم مع مختلف أجهزة المؤسسة وأعضائها انطلاقاً من تجربة طويلة في المعاملات والمعرفة العميقة، للمحيط الداخلي التي تسمح بتكون رصيد معرفي عن كل شخصية وقدراتها.

2- "ما يحدث بين وسائل الاتصال الجماهيرية والأفراد، هو اتصال جامد فليس هناك تفاعل، فالعملية تنحصر في إرسال المعلومات فقط. ليس هناك عامل التفاعل الذي نجده في الاتصال الذي يحدث داخل المؤسسة" . . . كما

يطرح ا.سيمون (A. Simon) أيضا، مصطلح "الدور الاجتماعي" فيقول: "إن الأدوار داخل المؤسسة على عكس مختلف الأدوار التي يقوم بها الأفراد، هي ليست فقط الفكرة التي يجب أن يحفظوها، بل هي في ما يمكن أن يستوعبه الفرد من دور عن طريق أشخاص آخرين، هم على ارتباط أو علاقة معه. على غرار ما يحدث بين وسائل الاتصال الجماهيرية والأفراد من عملية تقنية فقط قائمة على نقل المعلومات دون وجود تفاعل وانسجام، فإن وظيفة الاتصال داخل المؤسسة، هو كل فعل اتصالي يكون الهدف منه تبادل المعلومات والتفاعل فيما بين أعضائها في أدوار منسجمة، هذه الفكرة، تدفعنا الى عرض مجموعة من التعاريف التي تخص الاتصال المؤسسي لغاية فهمه بكل لين ويسر.

حسب أحمد خاطر " :هو عملية نقل المعلومات الخاصة بالمؤسسة وخارجها والاتصال كونه عملية إدارية، فهو أيضا عملية اجتماعية عن طريقها تتفاعل جماعات العمل ويستطيع الرئيس الأعلى أو معاونه تحقيق التأثير المطلوب في تحريك الجماعات نحو الهدف وهي أيضا عملية نفسية تتطلب قدرا مناسباً من فهم الصورة الكاملة لسير العمل، مما ينمي الإحساس بالإسهام في الإدارة والشعور بالاهتمام وهذا ما يعزز شعورهم بالرضا والاستقرار النفسي . ويضيف أيضا إنه تجميع للبيانات والمعلومات الضرورية لاستمرار العملية الإدارية وذلك بنقلها وإذاعتها بحيث تمكن الفرد أو الجماعة من احاطة الغير بأمر ومعلومات جديدة أو التأثير في سلوك الأفراد والجماعات لتغيير هذا السلوك وتوجيهه وجهة معينة، كما يمكن اعتباره احد مقومات قيام أي مؤسسة من حيث عناصر التنظيم الإداري. "... (أحمد خاطر:1982،ص 139-140)

الجلي من هذا التعريف، أن الاتصال يساهم داخل المؤسسة في إدارة وتسيير الموظفين بهدف التأثير على سلوكياتهم وفق ما يتناسب مع توجهات الإدارة.

وإذا كان أحمد خاطر قد اعتبر الاتصال المؤسسي عملية إدارية تنظيمية للموارد البشرية دون تحديد الأطراف أو الفروع الإدارية المختصة في ذلك. فإن ألكس مكاييلي (AlexMuccheilli) يعتبره : "مجموع الأنشطة الإعلامية والاتصالية المنجزة من قبل مسؤولي الاتصال الداخلي أوالمختصين الآخرين والذين يقومون بوضع سياسة اتصالية للمؤسسة، حيث تهدف هذه الأنشطة إلى تسهيل التداخل واحتواء الأفراد مع قيم المؤسسة و كذا تحريك و تفعيل العمل المشترك من أجل السماح للآخرين بإيجاد معنى لأنشطتهم داخل المؤسسة . وعلى كل . هو ذلك النشاط الذي يشمل القاعدة والقمة والمشاركة في إدارة الأفراد بهدف تحريكهم وتحقيق التناسق الاجتماعي داخل المؤسسة وذلك باستعمال عدة وسائل أهمها: جريدة المؤسسة، الملصقات الإجتماعات.

(Alex Muccheilli^1995^p166)

الجدير بالتنويه، أن الاتصال المؤسسي ليس بالعملية الإدارية التي تهدف إلى تسيير الموظفين، وإنما هو مجموع الأنشطة الإعلامية والاتصالية التي تقوم بها المديرية والمصالح، المتخصصة التي تستعمل العديد من الوسائل كالإصدارات الكتابية مثلا وذلك وفق أهداف محددة ،بهدف تحقيق انسجام اجتماعي بين الإدارة والموظفين قصد

توجيه نشاطهم وسلوكهم وفق استراتيجية مؤسستهم، لملاحظ من التعريفين السابقين، أن الاتصال المؤسسي هو العملية التي توجه من خلالها إدارة المؤسسة أو مديريات الاتصال سلوكيات الموظفين وفق أهدافها لكن السؤال المطروح، هل يمكن تحديد معنى الاتصال المؤسسي فقط في تلك العملية التي تحدث بين القمة والقاعدة؟ فحسب محمد العطروري " : هو العملية التي عن طريقها يمكن إيصال معلومات من أي نوع ومن أي عضو في الهيكل التنظيمي في المؤسسة إلى عضو آخر ، قصد إحداث تغيير و قد يكون الاتصال من مستوى أعلى إلى مستوى اقل والعكس أو أعلى المستوى الأفقي ، بهدف إحداث تغيير من أي نوع وإلا كان مجرد ضوضاء لا فائدة منه ويكون الاتصال إما للحصول على معلومات أو البيانات لإعطاء تعليمات أو توجيهات بقصد تسهيل العمل (محمد فهمي العطروري: 1991، ص126)

وعليه، فالإتصال المؤسسي هو كل عملية يهدف من ورائها أي عضو في المؤسسة تمرير رسالة معينة بهدف إحداث تغيير على الطرف الآخر سواء كانت هذه الرسالة تتضمن معلومات، تعليمات أو توجيهات، القصد منها السير الحسن لنشاط المؤسسة على ضوء ما سبق، لا يمكن تحديد مفهوم الاتصال المؤسسي فقط بمجموع الأنشطة الإعلامية والاتصالية التي تهدف من ورائها إدارة المؤسسة إلى تمرير رسائلها، قصد توجيه سلوكيات الموظفين وفق اتجاهاتها. وإنما هو ذلك الفعل الاتصالي بشكله العام الذي يحدث بين أي فرد داخل المؤسسة يكون الهدف منه تحقيق الإنسجام والتقارب بين كل الأطراف من أجل الأداء الحسن لنشاطها.

2-أنواع الاتصالات داخل المؤسسة: بعد أن تم التطرق في المبحث الأول إلى مفهوم الاتصال المؤسسي والذي يمثل مجموع الأنشطة الإعلامية والاتصالية التي تساهم في تجميع كل الطاقات البشرية نحو خدمة نشاط المؤسسة، فإن العرض الموالي سيكشف عن أنواع هذه الاتصالات وأبرز خصائصها.

1-الاتصالات الرسمية:

الاتصال الرسمي من أكثر الأنواع شيوعا وانتشارا في المؤسسة حيث تعرفه معظم مصطلحات الإعلام على أنه : ذلك الاتصال الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في المؤسسة بالطرق الرسمية المتفق عليها في نظمها وتقاليدها والذي يعتمد على الخطابات، المذكرات والتقارير (عاطف العدي العبد: 1995، ص22)
وعليه، فالإتصال الرسمي هو كل ما يتم وضعه من قبل الإدارة مسبقا والذي يبقى معروفا ومتعارفا عليه داخل المؤسسة وخاضعا للتنظيم الهيكلي للمؤسسة وبمعنى آخر، هو مجموع الأنشطة الاتصالية المحددة من قبل الإدارة. وعليه، فكل أطراف المؤسسة مطالبون بالامتثال لهذا النوع من الاتصال لكن هذه الفكرة تبقى غير كافية لتحديد معالم الاتصال الرسمي لذلك هناك من يعرفه على أنه : " ذلك النظام المتينة عناصره بصورة مكتوبة ورسمية في الجهاز الإداري وعادة ما توجه نظم الاتصالات الرسمية في الأجهزة الإدارية لخدمة سياسات المؤسسة.(عاطف العدي العبد: مرجع سابق، ص23)

1-الاتصال النازل

يعتبر هذا النوع من الاتصالات الأكثر شيوعا وانتشارا في التنظيمات الإدارية ومع "الأجهزة الكلاسيكية التي يكون فيها التركيز منصبا على نقل المعلومات، الأوامر والتوجيهات من الأعلى إلى الأسفل. (مصطفى العشوي:1991،ص144)

هذه العناصر التي يجب أن تمر عليها أي رسالة موجهة إلى القاعدة ليست بالعملية السهلة بل تتطلب التدقيق والتحديد في عملية تمرير المعلومات إلى الموظفين فالمعلومات التي ترسلها الإدارة سواءً كانت في شكل أوامر أو تعليمات فلا بد أن يتم شرحها وتوضيحها للموظفين حتى يفهم أهداف ومعنى هذه المعلومات التي يجب أن تندمج مع سياسة الإدارة وهذا لا يتحقق إلا إذا استعملت هذه الأخيرة الوسائل التي تراها فعالة في تحقيق ذلك، مثل الندوات والاجتماعات التي تعد الفرصة المناسبة لمسؤول المؤسسة، لشرح طموحات الإدارة وإقناع الموظفين بها من جهة والسماح للموظفين بعرض آرائهم حول هذه المعلومات من جهة أخرى وعند توصل كل الطرفين:الموظفين والمسؤولين إلى رأي موحد فإنه يمكننا القول بأن الموظفين قد اندمجوا ضمن أهداف المؤسسة. علاوة على أهمية الاتصال النازل في توجيه سلوكات الموظفين على حسب ما يتوافق مع أهداف المؤسسة، فإن لهذا النوع عدة سلبيات، أهمها:

- 1-استخدام هذا النوع من أجل مهمة دعائية تستغلها الإدارة لتزيين الواقع الذي تعشيه المؤسسة و إخفاء كل السلبيات التي قد تشوه صورتها أمام الموظفين.
- 2-إعطاء أوامر للموظفين دون السماح لهم في مقابل ذلك بعرض أو تقديم آرائهم واقتراحاتهم وبالتالي يصبح هذا النوع من الاتصال أداة للاحتكار والسيطرة على الموظفين.
- 3-إقامة جدار فيما بين الإدارة والموظفين، الأمر الذي يجعلهم يشعرون بالتهميش و بأنهم بعيدون كل البعد عن نشاط وأهداف مؤسستهم، وهذا من شأنه أن يوسع من الفجوة الإتصالية بين الإدارة و الموظفين.
- 4-تمر الرسائل والمعلومات من خلال هذا النوع من الاتصال من طرف واحد دون وجود قناة للحوار والإستماع بين الإدارة والموظفين وبالتالي فهذا الأسلوب في التعامل مع القاعدة يساهم بصفة سلبية في تكوّن مجموعات معارضة لسياسة إدارة المؤسسة الذي يتطور ويشكل اضطرابات وفوضى قد لا تستطيع الإدارة مواجهتها. وإذا كان هذا النوع من الاتصال لا يتوافق مع انشغالات القاعدة فهناك نوع آخر يسمح بتوصيل رسائل القاعدة إلى القمة.

(2)-الاتصال الصاعد:

لا يقل الاتصال الصاعد أهمية عن الاتصال النازل وإن كان أقل إنتشارا في المؤسسات ذات التنظيم المركزي إلا أنه يعد الفرصة التي تسمح للموظفين بالتعبير عن انشغالهم. وإذا كان النوع الأول يركز على اتصال من جانب واحد دون اشراك الآخر فإن الاتصال الصاعد يمكن القاعدة من المشاركة في القرارات التي تتخذها الادارة هذه المشاركة، تتم عن طريق وسائل مختلفة تسمح للموظفين بطرح

مشاركهم على الادارة الامر الذي يساعد هذه الأخيرة على اتخاذ القرارات السليمة، فحسب عبد الرحمان عبد الباقي: "لا يقتصر دور الموظف في تلقي البيانات وإنما تعطى له الفرصة أيضا لإيصال البيانات والمعلومات إلى رؤسائه وهي الطريقة المثلى التي تتيح للمرؤوسين بنقل اتجاهاتهم وآرائهم عن مختلف الأمور الحيوية لإدارة المؤسسة. (عبد الرحمان عبد الباقي: مرجع سابق، ص08)

وعليه، يسمح هذا النوع من الاتصال للموظفين بالتعبير عن آرائهم وكذلك بالمشاركة في إدارة مؤسستهم كما يعد الفرصة التي من خلالها تستمع الادارة إلى الموظفين وهو بذلك يعتبر أسلوبا من أساليب التسيير الإداري المتفتح القائم على الديمقراطية وحرية التعبير. أمام أهمية هذا النوع من الاتصالات داخل المؤسسة، فإنها قد توجد في عدة أشكال:

- 1- "رسمية: أي محددة من حيث أطراف العملية الاتصالية: المرسل و المستقبل.
 - 2- غير الرسمية: غير محددة ونستطيع رغم ذلك التعرف على المرسل والمستقبل.
 - 3- قد تتعلق بإشاعة عندما تكون غير محددة وليس هناك مرسل أو مستقبل معروف.
 - 4- عفوية غير متعلقة بمعلومة نازلة أو تكون كإجابة على معلومة مرسله من القمة.
- فالمرسل والمستقبل في هذا النوع من الاتصال قد يكون غير معروف في بعض الأحيان وذلك على عكس الاتصال النازل الذي يبقى فيه المرسل والمستقبل والرسالة معروفين ومحددتين وبالتالي يكثر في هذا النوع من الاتصال الاشاعات والمعلومات المجهولة المصدر مما يجعل عملية الاتصال صعبة على ذلك يتضمن الاتصال الصاعد أهم عنصر في العملية الاتصالية التي تحدث بين المرسل والمستقبل وهو "رجع الصدى" الذي لا نجده في الاتصال النازل والذي لا يعطي الفرصة لمستقبل الرسالة بالتعبير عن آرائه و الإجابة عنها بكل حرية لذلك تكتسي التغذية الاسترجاعية في الاتصال الصاعد أهمية بارزة كونها تساعد الادارة على أن تكون على اتصال وارتباط دائم ومباشر مع الموظفين "فالالاتصال الصاعد وسيلة للانفتاح وليس بعملية إدارية وهو الرابط غير المباشر للاختبار الاسترجاعي لمدى تطور ونمو الموظفين. (عصام الأعرجي: 1978، ص 222)

وعليه، أصبحت التغذية الاسترجاعية المتمثلة في "رجع الصدى" الفرصة التي تختبر من خلالها الإدارة وضعية الموظفين وانشغالهم وآرائهم حول طريقة إدارة مؤسستهم، لهذا يمكن استخدام عدة وسائل للإستفادة من التغذية الإسترجاعية مثل التحقيقات الميدانية و استطلاعات الرأي التي قد تقوم بها إدارة المؤسسة من وقت إلى آخر لمعرفة آخر التطورات التي يعرفها واقع المؤسسة. كما يمكن القول ، بأن الاتصال الصاعد يسمح بـ:

1- بالنسبة للموظفين:

- نقل إتجاهاتهم وانشغالهم إلى رؤسائهم.
- مساهماتهم في عملية إتخاذ القرارات داخل مؤسستهم.
- إبداء ملاحظاتهم دون الإحساس بالخوف.
- المناسبة التي تسمح لهم بتغيير سلوكيات مسؤوليهم و التقرب أكثر منهم. (عصام الأعرجي: مرجع سابق، ص222)

(2)- بالنسبة للإدارة:

- معرفة الواقع ووضعية الموظفين وكذلك أهم المشاكل والانشغالات المطروحة من قبلهم.
- التعرف على آراء الموظفين حول مسؤوليتهم و محاولة التقرب منهم.
- تسمح استطلاعات الرأي بالإختبار الاسترجاعي لما يعيشه ويحسه الموظفون ولهذا السبب فإنه على الإدارة أن لا تُظهر أي تهديد أوخطر على إجابات الموظفين التي تحملها استطلاعات الرأي لذلك فهي مطالبة بإظهار روح الثقة والمرونة في التعامل. (عاصم الأعرجي: مرجع سابق، ص 223)

(3)- الاتصال الأفقي:

يتعلق هذا النوع من الاتصالات بالعلاقات التي تنشأ بين مختلف مصالح المؤسسة وبين الموظفين، بهدف تجنب وصول مشاكل القاعدة إلى القمة. زيادة على ذلك "يسمح الاتصال الأفقي بالحصول على معلومات لا يمكن الحصول عليها بواسطة الاتصال العمودي خاصة في المؤسسات التي يسودها التسلسل. (عبد الرحمان عزوي: 1992، ص 25)

1- خلافاً على مستوى المجموعة: (بوعيط جلال الدين: مرجع سابق، ص 23)

تتعرض أي مجموعة مهما كان عدد أعضائها إلى سوء تفاهم بسبب الحساسيات التي قد تؤثر على طبيعة الاتصالات التي تحدث فيما بينهم والتي يمكن رصدها فيما يلي:

أ- جمود المجموعة بسبب الحالة النفسية الاجتماعية وهذا بسبب:

- الرفض الجماعي لأي نوع من السيطرة و الهيمنة التي قد يمارسها رئيس المجموعة على الموظفين، وذلك لعدم إعطائهم الفرصة للحوار، مما يجعل الإتصال يتم وفق اتجاه واحد، قد يتعرض أعضاء المجموعة إلى بعض الضغوطات التي قد يمارسها رئيسهم، الذي من المفروض واجباً أن ينظم تدخلاتهم ويوفر لهم المناخ المناسب للإحتكاك وتبادل الآراء ويوجههم نحو هدف المجموعة والمؤسسة لكن هناك من الرؤساء الذين يمارسون الإحتكار على باقي أعضاء المجموعة بمجرد وصولهم إلى القمة هذه الوضعية تولد لدى أفراد المجموعة نوعاً من الكآبة و الخمول في ظل مناخ يسوده الضغط والكبت لحرية التعبير.

- الإختلافات الفكرية الإيديولوجية العميقة لكل فرد في المجموعة: لا يتقاسم كل أعضاء المجموعة نفس

الأفكار وهذا ما يحدث اصطدامات في الرؤى وحتى في أهداف المجموعة، قد تؤدي إلى انشقاقات على مستوى هذه المجموعة. أضف إلى ذلك، فقد يرفض بعض أعضاء المجموعة الإيديولوجية المفروضة عليهم لأنها لا تتناسب مع توجهاتهم الفكرية.

- الضغوطات الداخلية والخارجية: محاولة أحد أعضاء المجموعة التأثير والضغط على باقي الأعضاء من أجل

تحقيق هدف معين. أضف إلى ذلك، فقد تتعرض المجموعة نفسها إلى ضغوطات خارجية يكون لها تأثير على توجهات أعضائها.

وعليه، تعد الإختلافات الإيديولوجية العميقة التي قد يقع فيها أفراد المجموعة من أهم العوامل التي يمكن أن تؤثر

بصفة سلبية على مستوى احتكاكهم، وقد تحدث اضطرابات واصطدامات في أهداف المجموعة وهذا لا يخدم المجموعة ولا نشاط المؤسسة.

ب- الجمود الفردي: ويظهر ذلك من خلال:

- رفض بعض الموظفين المشاركة في أية مجموعة عمل، بسبب:
- طبيعة الموظف التي تتميز بعدم الميول للعمل الجماعي وبالتالي يفضل بعض الموظفين العمل بصفة فردية.
- الخصوصية الفكرية لكل موظف، فقد لا تتوافق مع وجهات النظر الأخرى وبالتالي يجد صعوبة في التعامل مع الموظفين الآخرين.

- تفضيل بعض الموظفين البقاء كملاحظين دون التدخل أو المشاركة مع باقي الموظفين
- إشباع بعض الموظفين لحاجاتهم الشخصية و خدمتها على حساب حاجات المجموعة.
- وعليه، قد يكون مصدر المشاكل داخل المجموعة سببه فردي متعلق بطبيعة الشخصية وما تتميز به من خصائص قد لا تتناسب مع العمل الجماعي القائم على الإحتكاك ولا مع الصالح العام للمجموعة مثل أنانية بعض الموظفين وتفضيلهم لقضاء حاجاتهم الشخصية على حساب حاجات المجموعة.

2-خلافات فيما بين مجموعات العمل:

علاوة على الخلافات التي تحدث فيما بين أعضاء المجموعة، هناك خلافات قد تنشأ فيما بين المجموعات على مستوى المؤسسة أهمهما:

- الإختلاف في أهداف كل مجموعة قد يؤدي إلى حدوث اصطدامات في العمل.
- كلما تعددت مصادر المعلومات خاصة المصادر غير الرسمية كلما إرتفعت درجة الإختلاف في وجهات النظر لدى الموظفين هذه النقطة مهمة تبين لنا الدور الذي يمكن أن تلعبه الإشاعات والمعلومات المجهولة المصدر في خلق تقسيمات فيما بين الموظفين وفيما بين مجموعات العمل بحيث تتحرك كل مجموعة عمل انطلاقاً من مصادرها الخاصة، هذه الوضعية تؤدي إلى حدوث فوضى في العمل واضطرابات على مستوى الإتصالات التي تحدث فيما بين المجموعات.

- إرتفاع درجة الكراهية فيما بين المجموعات، الأمر الذي من شأنه تأزيم العلاقات فيما بينهم وهذا ما يؤثر على مستوى إتصالاتهم، فالأحكام المسبقة التي تؤمن بها كل مجموعة عن المجموعة الأخرى سيكون لها تأثيراً كبيراً على مستوى إحتكاكها دون إهمال دور الحساسيات الإيديولوجية والعقائدية في ذلك. إذن، مهما تعددت أسباب الخلافات التي قد تؤثر على الإتصالات الأفقية، فإنه يمكن تلخيصها في أهم عاملين وهما:

أولاً : طبيعة الموظف ومدى قابليته للعمل الجماعي القائم على الحماس والإحتكاك من أجل تحقيق أهداف المجموعة وليس الهدف الشخصي.

ثانياً : الإختلافات الإيديولوجية والفكرية العميقة التي لها تأثير كبير على مستوى الإتصالات التي تحدث فيما بين

الموظفين، خاصة تلك المتعلقة بما تؤمن به كل مجموعة من أفكار تجعلها لا تقبل آراء وأفكار مناقضة لتوجهاتها لهذا تتجه إلى تبني سياسة إتصالية معادية للأطراف الأخرى ولتجاوز هذه الحساسيات لا بد من أن تكون الإتصالات الأفقية قائمة على الإحتكاك، الحوار والتعاون الجماعي مع إحتفاظ كل فرد بخصائصه الشخصية والفكرية مع توجيه كل طاقاته نحو خدمة المصلحة العامة.

بعيدا عن العوامل التي قد تؤثر على الإتصالات الأفقية، تبقى هذه الأخيرة مهمة في تشكيل مناخ إجتماعي منسجم من حيث النشاط والأهداف و فرصة لتشكيل نوع آخر من الإتصالات وهي الإتصالات غير الرسمي:

II الإتصالات غير الرسمية:

لقد كان التركيز منصبا دائما على دور الإتصالات الرسمية في نشاط المؤسسة دون تسليط الضوء على نوع آخر من الإتصالات التي قد يكون لها دوراً فعالاً في العلاقات الإنسانية و خاصة في نشاط المؤسسة "فالمدراس الكلاسيكية قد أهملت جوانب أساسية في السلوك التنظيمي مما أدى إلى نشوء تنظيم غير رسمي مواز للتنظيم.(مصطفى العشيوي: مرجع سابق،ص10)

وعليه، تشمل الإتصالات غير الرسمية مجموع العلاقات في وضعها الطبيعي دون أن تخضع لقواعد تنظيمية كعلاقات الصداقة. وعلاوة على ذلك، فهي تمثل حاجة إنسانية لا يمكن القضاء عليها. لذلك أيضا يرى "صالح الشيكشي" أنّ: "الإتصال غير الرسمي ينشأ في أي جهاز من تلقاء نفسه نظرا لما بين الأفراد من علاقات إجتماعية وصلات شخصية لا تخضع لأية إتجاهات محددة كما هو الحال في الإتصالات الرسمية وهذا النوع من الإتصالات في حقيقة الأمر حتمية ومن ضروريات الحياة الإجتماعي .(صالح الشيكشي:1978،ص 29)

3_ وسائل الإتصال المؤسسياتي: (بوعطيط جلال الدين : مرجع سابق،ص57)

بعد الحديث في المبحث السابق عن أهم نوعين في الإتصال المؤسسياتي وهما الإتصال الرسمي وغير الرسمي، فإننا سنستدرج في هذا المبحث أهم وسائل الإتصال داخل المؤسسة وكذلك المعايير الواجب أخذها بعين الإعتبار في عملية إختيار تلك الوسائل.

I- وسائل الإتصال داخل المؤسسة:

1- الملتصقات الحائطية:

تعتبر الملتصقات بمختلف أنواعها من أكثر الوسائل إستعمالا في الإتصال المؤسسياتي ومن أهم أنواعها نذكر:
أ- مذكرة المصلحة **Note de service**: تحتوي مذكرة المصلحة على تعليمات وتوضيحات عن موضوع ما بأسلوب بسيط، دقيق ولا يجذب فيها الجمل الطويلة(1). ("... كما أنها من أكثر الوسائل استعمالا من قبل الادارة المؤسسة لإعلام موظفيها بأهم المعلومات والتعليمات المتعلقة بنشاطهم لكن هناك من المؤسسات التي لا تقوم بإصدار هذا النوع من الوسائل، إعتقادا منها بأنها سوف لن تقرأ، لذلك تقوم بإصدار جريدة المؤسسة، الأكثر إستعمالا في المؤسسات الضخمة.

2-الرسائل: هي الرسائل التي يقوم مسؤول المؤسسة بإرسالها إلى الموظفين والمتعلقة بموضوع مهم أو شخصي أو لتقديم تشكرات تقديرا لمجهود معين.

3-التقارير: تعد التقارير من أهم الوسائل التي تهدف إلى نقل أهم المعلومات إلى مختلف أفراد المؤسسة وتلخص التقارير محتوى ندوة أو اجتماع معين ومن أهم محتوياتها، نجد:

"-العنوان : موضوع التقرير.

-مقدمة عن المشكل: ملخص عن المضمون.

-عرض القضية: حوصلة سريعة.

-تحليل الحلول الممكنة : إبداء الحكم.

-الحل المقترح: تقديم رأي الجماعة أو الرأي الشخصي.

-الخلاصة: إقتراحات محددة مع توضيح سبل تحقيقها على أرض الواقع

4-جريدة المؤسسة: هي الأكثر شيوعا وأهمية في الاتصال المؤسسي كما تعتبر جريدة إتحاد الصحف

والصحافيين للمؤسسات الفرنسية (UJFF) أهم نموذج عن هذا النوع من الاصدارات.وهي على غرار الإصدارات الكتابية الأخرى "تحتوي على معلومات مفصلة دقيقة وتحليلات معمقة .لذلك نجدها عادة ما تتكون من عشرين (20) صفحة، كما أنها تستعمل في الاتجاهات الثلاثة للاتصال المؤسسي : النازل، الصاعد والأفقي بحيث تستعملها الإدارة لإرسال قراراتها وتعليماتها وأداة هامة يعبر من خلالها الموظفون عن انشغالاتهم و أخيرا وسيلة للتواصل والاحتكاك فيما بين الموظفين. (بوعطيط جلال الدين : مرجع سابق،ص58)

5-المعلومات السريعة Flash info :

تتميز بالآنية في نشر المعلومات على مستوى المؤسسة، رسائلها قصيرة ومختصرة ومن أهم مميزات:

-متعلقة بالحدث .معلومات خام .رسائلها سريعة و دقيقة .سريعة الاستهلاك والزوال. (بوعطيط جلال الدين: مرجع سابق،ص58)

6-المقابلات: من أهم أنواعها، نذكر:

"-مقابلة تحقيق .مقابلة لتقييم و إعطاء تقديرات عن الوضع .مقابلة لتحديد الحاجات و المتطلبات.

-مقابلة لتحديد الأهداف و المهمات المستقبلية. (Revert(regis) et NICOLAS(jean)-1997-P64)

7-مجموعات الحوار: تهدف هذه المجموعات إلى " إشراك الموظفين في عملية البحث عن حلول لمشاكلهم،

كما أنها تصبح مصدرا مهما للحصول على المعلومات الضرورية التي يحتاجها الموظف

أضف إلى ذلك، فهناك نوعان بارزان من مجموعات الحوار وهما:

1- مجموعات الحوار الدائمة: موضوعها وهدفها ثابت.

2- مجموعات الحوار غير الدائمة: تتغير بتغير المواضيع والمشاكل المطروحة. (بوعطيط جلال الدين: مرجع سابق، ص60)

4- معايير إختيار وسائل الاتصال المؤسساتي: (بوعطيط جلال الدين : مرجع سابق، ص66)

إذا كان صاحب الحملة الانتخابية يضع حملته الدعائية لجنة مختصة في انتقاء الوسيلة الإعلامية الأكثر فعالية في تمرير رسائله إلى الجماهير ليتم إقناعهم بها من جهة وإذا كانت عملية إختيار الصحفي للعمل في صحيفة ما تتم وفق مؤهلاته الثقافية وعلاقاته المتعددة مع الأفراد من جهة أخرى فإن القاعدة هي نفسها التي تحدث في إطار إختيار أدوات الإتصال داخل المؤسسة والتي تخضع لمجموعة من المعايير، أهمها:

1- البساطة والإستقلالية : وتعني القدرة على تحريك الوسيلة بكل سهولة مع مراعاة التكلفة التي يمكن أن

تطلبها من ميزانية المؤسسة. على أن تكون مستقلة عن كل جهة في المؤسسة وعدم إستعمالها لأغراض دعائية.

2- التدقيق في الجمهور المستهدف: كلما كان الجمهور المستهدف مُدَقَّقُ الخصائص كلما كان مضمون

الرسالة التي تتضمنها الوسيلة الإتصالية متوافقا مع ذلك فالإطار السامي ليس كالعامل البسيط فكلا الطرفين له خصائصه المهنية المختلفة وهذا ما يتطلب التدقيق في إختيار الوسائل والرسائل، لكن المبالغة في التخصيص قد يؤدي إلى تهميش باقي أطراف المؤسسة.

3- السرعة: كلما كانت وسيلة الإتصال سريعة كلما كانت رسائلها آنية تتماشى مع آخر المعلومات و الأحداث

التي تعرفها المؤسسة. وأحسن مثال على ذلك، نجد المعلومات السريعة (Flash Info) والملصقات الحائطية

التي هي سريعة الإستهلاك مقارنة بجريدة المؤسسة التي تتطلب وقتا في عملية اعدادها وتوزيعهاوعليه، فأهم الشروط الواجب توفرها في عملية إختيار وسائل الإتصال المؤسساتي هي:

- البساطة و التكلفة أقل. المصدقية. السرعة.

5-أهمية الاتصال المؤسسي: (بوعطيط جلال الدين : مرجع سابق، ص70)

-للاتصال دورا فعال في حل الأزمات و الخلافات التي قد تحدث فيما بين الموظفين على مستوى المؤسسة و توجه الاختلافات نحو المصالحة والالتحاد.

-يساهم الاتصال في تفعيل العمل الجماعي و الترابط فيمل بين الموظفين داخل المؤسسة بحيث يسمح لهم بالإحتكاك و التعارف على بعضهم البعض و الإحساس بالتضامن و بالتالي إيجاد وسط اتصالي مميز بالنسبة للمجموعة.

-الإتصال هو الأداة التي تمكن من قياس درجة ممارسة الديمقراطية داخل المؤسسة والتي يكمن اكتشافها من مجموع المعاملات التي يجب أن تتم بشفافية في الحوار و حرية التعبير التي يجب أن يتمتع بها الموظفون لعرض انشغالاتهم على القمة.

-ينظم لاتصال عملية سريان المعلومات على مستوى المؤسسة ، فهو يجنب انتشار الشائعات التي قد تؤدي إلى حدوث فوضى في عملية اعلام الموظفين و هذا ما قد يؤثر سلبا على نشاطهم بالمؤسسة ،وعليه فالاتصال هو الأداة المنظمة لقنوات الاعلام في الإتجاه الذي يضمن خدمة إعلامية سليمة لضمان الأداء الحسن لمختلف نشاطات المؤسسة.

1-الاداء:

1-مفهوم الأداء: يعد الاداء من بين اهم المفاهيم المتداولة خاصة في الجانب التنظيمي وتسيير الموارد البشرية، ولهذا سوف نحاول من خلال إعطاء عدة تعريفات لغوية واصطلاحية لتوضيح هذا المفهوم.

1-1-المعنى اللغوي: من معاجم اللغة يتضح أن الاداء مصدر الفعل أدى ويقال أدى الشيء أو صله والاسم: أدى الامانة، وأدى الشيء قام به. (ابن منظور: المجلد 14، ص26)

1-2- المعنى الاصطلاحي: لقد تعددت التعاريف لمفهوم الاداء نذكر منها:

الأداء هو تنفيذ أمر أو واجب أو عمل ما أسند إلى شخص أو مجموعة للقيام به. (أحمد زكي بدوي، محمد كامل مصطفى:2003، ص166)

ويمكن تعريف الأداء على أنه " درجة تحقيق وإتمام المهام المونة للوظيفة، وهو يعكس الكيفية التي يحقق بها الفرد متطلبات الوظيفة وغالبا ما يحدث لبس أو تداخل بين الأداء والجهد، فالجهد يشير إلى الطاقة المبذولة أما الأداء فيقاس على أساس النتائج (راوية حسن:2003، ص209)

الأداء" هو قيام الفرد بالأنشطة والمهام المختلفة التي تبدأ منها عمله والكيفية التي يؤدي بها العاملون مهامهم أثناء العمليات الإنتاجية والعمليات المرافقة لها باستخدام وسائل الإنتاج والاجراءات التحويلية الكمية والكيفية. (عبد الملك مزهود:2001، ص86)

ويعرفه علي السلمي الاداء: الرغبة والقدرة يتفاعلان معا في تحديد مستوى الأداء حيث أن هناك علاقة متلازمة بين الرغبة والمقدرة في العمل والمستوى في الاداء. (صلاح الدين عبد الباقي:2005، ص280)

1-3- أنواع الأداء: ويمكن تقييم أنواع الأداء بغرض اختيار معيار التقسيم لذلك فان نوع الأداء يزكن حسب معيار التقسيم، ومن ثم يكمن تقسيم الأداء إلى أنواع حسب معيار المصدر، إضافة إلى معيار حسب الشمولية. (عادل عشي:2002، ص50-06)

1-3-1-حسب معيار المصدر: وفقا لهذا المعيار يمكن تقسيم الاداء إلى نوعين الأداء الذاتي أو الداخلي والأداء الخارجي.

-الأداء الداخلي: ويطلق على هذا النوع من الأداء أداء الوحدة نأي انه ينتج ما تملكه المؤسسة من الموارد فهو ينتج ما يلي:

● **الأداء البشري:** وهو أفراد المؤسسة الذي يمكن اعتبارهم موارد استراتيجي قادر على صنع القيمة وتحقيق الأفضلية التنافسية من خلال تسير مهاراتهم.

● **الأداء التقني:** ويتمثل في قدرة المؤسسة على استعمالها واستثمارها بشكل فعال.

● **الأداء المالي:** ويمكن في فعالية تهيئة واستخدام الوسائل المالية المتاحة.

-**الأداء الخارجي:** هو الأداء الناتج عن المتغيرات التي تحدث في محيط الخارجي للمؤسسة لا تسبب في أحداثه ولكن المحيط الخارجي هو الذي يولده، فهذا النوع بصفة عامة يظهر في النتائج التي تحصل عليها المؤسسة كارتفاع سعر البيع، وكل هذه التغيرات تنعكس على الأداء سواء بالإيجاب أو السلب، وهذا النوع من الأداء يفرض على المؤسسة تحليل نتائجها ن وهذا مهم إذا تعلق الأمر بمتغيرات كمية أين يمكن قياسها وتحديد أثرها.

1-3-2-3-2 **حسب معيار الشمولية:** وحسب هذا المعيار يمكن تقسيم الأداء إلى نوعين هما الاداء الكلي والاداء الجزئي.

1-3-2-3-1 **الأداء الكلي:** وهو الذي يتجسد في الإنجازات التي ساهمت فيها جميع العناصر والوظائف أو الانظمة الفرعية للمؤسسة لتحقيقها، ولا يمكن نسب إنجازها إلى عنصر من دون مساهمة باقي العناصر.

1-3-2-2-2 **الأداء الجزئي:** وهو يتحقق على مستوى الانظمة الفرعية للمؤسسة، وينقسم بدوره إلى أنواع تختلف باختلاف المعيار المعتمد لتقييم عناصر المؤسسة، حيث يمكن أن ينقسم حسب المعيار الوظيفي إلى أداء وظيفة مالية، أداء وظيفة الافراد، أداء وظيفة التموين، أداء وظيفة الإنتاج، أداء ووظيفة التسويق. (عمر محمد تومي الشبيلي: 1988، ص56)

1-4-4-1 **تقييم الأداء**

1-4-4-1 **تعريف تقييم الموارد البشرية -الافراد-** يقصد بتقييم اداء الموارد البشرية أو الأفراد في المنظمة "دراسة وتحليل أداء العاملين لمعلمهم ملاحظة سلوكهم وتصرفاتهم أثناء العمل، وذلك للحكم على مدى نجاحهم ومستوى قدراتهم في القيام بأعمالهم الحالية، وايضا الحكم على امكانيات النمو والتقدم للفرد في المستقبل وتحمله لمسؤوليات أكبر، وترقية لوظيفة أخرى. (صلاح الدين عبد الباقي: مرجع سابق، ص 285)

من خلال ملاحظة هذا العريف نجد أنه ينص على توضيح تقييم أداء الفرد من خلال نتائج عمله من جهة، وعلى سلوكه وتصرفاته من جهة أخرى، وأن التقييم، يشتمل على نجاح الفرد وتفوقه في وظيفته الحالية من ناحية، ومن ناحية أخرى مدى نجاحاته وفرص ترقيته في المستقبل.

كما يمكن أن نقول إن تقييم أداء الفرد هو قياس كفاءة الأداء الوظيفي لفرد ما الحكم عليه وعلى قدرته واستعداده للتقدم. (محمد سعيد أنور سلطان: مرجع سابق، ص294)

كما يعرفه أحمد ماهر تقييم الاداء بانه نظام يتم من خلاله تحديد مدى كفاءة أداء العاملين لأعمالهم. (أحمد ماهر: 2005ص284)

ويرى عبد الغفار حنفي في تقييم الاداء الطرقية أو العملية التي يستخدمها ارباب الاعمال لمعرفة أي من الافراد أنجز العمل وفقا لما ينبغي له أن يؤدي ويترتب على هذا التقييم وصف الفرد بمستوى كافية أو جدارة أو استحقاق معين. (عبد الغفار حنفي: 2006، ص361-362)

4-1-2 عملية تقييم الأداء: مما لا شك فيه أن عملية تقييم الاشخاص قديمة، كما أنها عملية مستمرة تمارسها في حياتنا اليومية في مواقف عديدة، فنحكم على شخص ما أنه ذكي واخر ناقص الذكاء، وشخص اجتماعي واخر انطوائي وغيرها من عمليات التقييم. تبلورة عملية التقييم في المؤسسات والمنظمات الاعمال واصبحت مع مرور الوقت وظيفة متخصصة لها قواعد ويقوم بها أفراد مدربون على أدائها، وتستعمل فيها مقاييس رسمية توضح على أساس علمي وموضوعي.

طبيعتهم الفطرية يطمحون دوما إلى الرقي والتطور في مناصبهم وحياتهم اليومية كان لا بد من تقييم عملية الأداء لأول مرة في الجيش الأمريكي خلال الحرب العالمية الاولى، ولم تأخذ بها المنظمات وخاصة منها الصناعية إلا في أواخر العشرينات واولئ الثلاثينيات كما أنه لم يتبلور كوظيفة منظمة متخصصة إلا منذ عهد قريب، وأصبح يستعمل بصورة علمية مبنية على الدراسة والتحليل. (حسن إبراهيم بلوط: 2002ص362)

4-1-3 أغراض تقييم الاداء: تسعى المنظمات من وراءتي واستخدام إدارة الأداء لتحقيق ثلاثة اغراض من الأداء وهي: (جمال محمد المرسي : 2006ص407-408)

1_ اغراض استراتيجية: يتمثل الغرض الرئيسي لاستخدام إدارة الأداء في تحقيق الربط بين أنشطة العاملين والأهداف أو الغايات التنظيمية، ويستند التنفيذ الفعال الاستراتيجيات إلى تحديد النتائج المرغوبة، وانماط السلوك ونوعيات السمات الضرورية أو المطلوبة للتنفيذ، ثم تطوير أنظمة القياس واسترجاع المعلومات والتي سوف تدعم من استخدام العاملين لقدراتهم وتطوير انماطهم السلوكية للوصول للنتائج المحددة.

2-أغراض إدارية: تعتمد المنظمات على معلومات إدارة الأداء، خاصة تقييم الأداء، في اتخاذ العديد من القدرات الإدارية أبرزها: إدارة المرتبات والأجور، الترقيات، التسريح المؤقت عن العمل، الاستغناء عن العمل.

3-أغراض تنموية: يتمثل الجانب الاخير من اغراض التقييم إدارة الاداء في تنمية العاملين وتطوير أساليب أدائهم للعمل، عندما لا يؤدي الموظف عمله على النحو المتوقع، فإن إدارة الأداء تسعى إلى تنمية أدائه من خلال المعلومات المرتدة من أنظمة تقييم الاداء والتي تعكس نواحي الضعف في الأداء.

ومن الناحية المثالية، فإن انظمة الأداء لا يجب أن يقتصر دورها على تحديد مجالان الضعف في الأداء، ولكن كذلك أسباب الضعف وهل ترجع إلى قصور في المقدرة أو الحفز أو علاقة العمل. إلخ

ومن الغريب أن يشعر المديرين والمشرفون بعد الراحة عند مواجهتهم للعاملين بنواحي الضعف في الأداء والتي افرزتها انظمة التقييم الأداء على الرغم من أهمية ذلك لتحقيق فعالية الأداء لبقية جماعة العمل أو الحفاظ على علاقات العمل اليومية.

4-1-4-1 القائمون بعملية تقييم الأداء: (بوعطيط جلال الدين:2009ص84)

الافراد والجماعات التي تقوم عادة بعملية التقييم للأداء هي:

- المشرف أو الرئيس المباشر للفرد.
- التقييم عن طرق الزملاء.
- التقييم عن طرق المرؤوسين.
- التقييم الذاتي أي عن طريق الأفراد أنفسهم.
- التقييم عن طريق العملاء.

4-1-4-1-1 التقييم عن طرق المشرف أو الرئيس المباشر:

يعتبر التقدير والحكم على أداء الفرد من خلال المشرف المدخل التقليدي والاكثر استخداما، وفي حقيقة الأمر، فإن هذه العملية هي جزء من مسؤوليات المديرين ولا يمكن التهرب منها، ومن ناحية أخرى، نجد ان المشرف ومن خلال مركزه يمكنه التعرف على متطلبات العمل، ومراقبة الفرد أثناء العمل واعطاء حكم وتقدير أفضل عنه.

دلت الدراسات أن هذا الاسلوب من الاساليب أكثر من غيره من الاساليب من حيث الاستخدام والانتشار فقد اتضح من خلال مؤتمر عقد لهذا الغرض أن 95% من المشاركين أكدوا على اعتبار المشرف المباشر كأحد القائمين بالتقييم، بينما أشار الآخرون بأن التقييم الذاتي في نفس الوقت ويمثل 13% وتمثل لجان كمدخل لتقييم 6% بينما يمثل التقييم من خلال الافراد الفنيين بما يعادل 6%. (عبد الغفار حنفي: مرجع سابق ص366-367)

4-1-4-2 التقييم عن طريق الزملاء:

يمثل زملاء الموظف أحد المصادر القيمة للمعلومات عن الأداء، وتزداد أهمية هذا المصدر في المواقف خاصة مثل التي مثل الحالات التي يصعب فيها على المشرفين ملاحظة سلوك مرؤوسيهم أو المواقف التي تزداد فيها الاعتمادية على العمل المشترك، أو الحالات التي تطلبها القوانين أو التشريعات فالزملاء تتوافر لديهم معلومات وخبرات واسعة عن متطلبات أداء الوظيفة، كما تتوافر لهم فرص متجددة لملاحظة أداء بعضهم البعض في الأنشطة اليومية. ومن العيوب المحتملة لهذا المصدر توافر فرص التحيز الناتجة عن الصداقة وصراعات العمل في ذات الوقت ألا أنه لا يوجد ما يؤيد هذا الزعم في نتائج الأبحاث والدراسات بهذا الخصوص. (جمال الدين محمد مرسى: مرجع سابق ص444-455)

4-1-4-3 التقييم الذاتي (أي عن طريق أنفسهم):

الاتجاه المستحدث هو عطاء الفرصة خاصة للمديرين لتقييم انفسهم حيث يحفز هذا الاسلوب على تخطيط المسار الوظيفي للفرد، هذا التقدير الذي يعطيه الفرد لنفسه ،ليس أو لا يشكل جزءا من التقييم الرسمي لأداء الفرد، و على الرغم من عدم استخدام التقييم الذاتي كمصدر وحيد للمعلومات عن الاداء إلا أنه لا يزال يمثل أحد المصادر الهامة ، وعلى وجه الخصوص فإن الأفراد يستطيعون الحكم على سلوكياتهم الخاصة ، كما أنهم يمتلكون كافة نواحي المعرفة عن الأداء ومحدداته و نتائجه ، إلا أنه يؤخذ على هذا المصدر الميل للمبالغة في التقييمات . (عبد الغفار حنفي: مرجع سابق ص367)

4-1-4-4 التقييم عن طريق المرؤوسين:

ينظر إلى المرؤوسين باعتبارهم مصدرا هاما للمعلومات عن الأداء في حالات تقييم أداء المديرين حيث ما تتوافر لهم الفرصة للتعبير عن كفاءة الرئيس في قيادتهم وتوجيههم للعمل وتنمية روح الفريق وتشجيع التعاون وحل الصراعات... الخ.

إلا أنه قد يدخل على المدخل -من ناحية أخرى - إمداد المرؤوسين ببعض مصادر القوة في علاقاتهم برؤسائهم مما قد يسبب للرؤساء بعض الحرج أو الشعور بعدم الراحة كما أن ذلك يؤدي إلى ميل الرؤساء إلى تدعيم رضاء العاملين على حساب الإنتاجية.

وفي الحقيقة فإن المواقف السابقة قد تحدث فقط في حالة استخدام معلومات التقييم لاتخاذ بعض القرارات الإدارية، إلا أن هذا المدخل مثل مدخل تقييمات الزملاء، تبرز أهميته بوجه خاص عند استخدام معلومات التقييم للأغراض التنموية وتحسين فرص أداء العمل كما تزداد فرص صلاحية هذه الأداة عند تزايد فرص عدد المرؤوسين

الذين يقومون بتوفير المعلومات عن أداء رؤسائهم، بعكس الحال عندما يقل هؤلاء المرؤوسين. (جمال الدين محمد المرسي : مرجع سابق ص445)

4-1-4-5 التقييم عن طريق العملاء:

تبرز أهمية هذا المصدر عند تقييم أداء العاملين في مجالات الخدمات على وجه الخصوص، فبسبب الطبيعة الخاصة للخدمات والتي تشمل عدم القابلية للتخزين ولاستهلاك المباشر ومشاركة العميل في إنتاج الخدمة فإن المشرفين والزلاء والمرؤوسين لا تتاح لهم الفرصة عادة لملاحظة سلوك الموظف.

ولابد من ذلك، فإن العميل يعتبر الشخص الوحيد الذي يتمكن من ملاحظة سلوك الموظف والحكم على أداءه، من ثم يعتبر أفضل مصدر للمعلومات بشأن الأداء.

لقد تبنت العديد من المؤسسات الخدمية أنظمة لتقييم الأداء تستند إلى وجهات نظر العملاء في أداء العاملين لديها لوظائفهم ومن أمثلة ذلك مؤسسة "ماريوت" التي تمتلك سلسلة فنادق ماريوت، والتي تقوم بتصميم استقصاء لكل نزيل في كل غرفة للتعرف على مدى رضائه عن الخدمة، كما يقوم قسم "خدمة العملاء بشركة WHIRPOOL بالاتصال بعينة عشوائية من العملاء الذين تم تقديم خدمة فنية لهم في منازلهم للتعرف على تقييماتهم لسوك طاقم الخدمة تقديمه لها في منازلهم.

ويكمن العيب في هذا المصدر في ارتفاع تكلفته، حيث يحتاج الأمر إلى استخدام الاتصال التلفوني أو استخدام البريد أو إجراء مقابلات مباشرة عن طريق باحثين متخصصين، وهو ما يستلزم وقتا وتكلفة ملوسة. (جمال الدين محمد المرسي: مرجع سابق ص446-447)

4-5 محاور تقييم الأداء:

وهو مجموعة من المحاور التي يتم إرجاء التقييم على أساسها، وهذ المحاور هي: (محمد عبد الحميد فاروق عبدو فليه: 2005 ص269-270)

4-5-1 محور معدلات الأداء:

حيث يتم تقييم العاملين، بالاستناد إلى مدى قدرتهم على إنجاز الأعمال المحددة لهم ويؤخذ على هذا المحور:

أنه قادر على توفير حكم مستقبلي على صلاحية العاملين، كما أنه يخضع جميع العاملين داخل المؤسسة إلى معدلات أداء واحدة مما يضيفي على العاملين دوا من الملل واللامبالاة والكسل والجمود وانه يتجاهل بعض العوامل عند تقييم الاداء، مثل نوع سلطة الرئيس المباشر للعمل، وطريقة تعامله مع الموظفين.

4-5-2 محور الصفات الشخصية:

حيث الاهتمام بدراسة بعض الصفات المحددة في العاملين الذين نسعى لتقييمهم، وقد تكون هذه الصفات متصلة مباشرة بشخصية الفرد وخصائصه، كالتعاون أو الالتزام أو المبادأة أو الانتماء أو الصدق، وقد تكون ذات صلة بالعمل، كقدرته على الإنتاج، أو دقته في الأداء، أو حرصه على مصلحة المؤسسة، أو قدرته على تحسين وسائل العمل وأساليبه، ومما يؤخذ على هذا المحور:

صعوبة تقديم حصر كامل للصفات التي يفترض توافرها في الموظفين واختلاف الاهمية النسبية بين هذه الصفات بعضها البعض، من حيث علاقتها بالعمل، إلى صعوبة القياس معظم الصفات، وخاصة الصفات القيمية، ومن ثم تصبح عملية التقييم ذاتية.

4-5-3 محور الهادفة:

حيث يتم التركيز على أسلوب الإدارة بالأهداف، حيث تسعى المؤسسة إلى تحديد الأهداف الخاصة بكل موظف، بناء على مشاركة معه ومع رئيسه، على أن تم المساءلة على أساس مدى تحقيقه لهذا الاهداف، وكذلك صعوبة قياس عمليات الانجاز الخاصة بها، وربما يرجع ذلك إلى صعوبة تحويل هذه الأهداف إلى معايير كمية محددة.

4-5-4 محور الفعالية العامة:

حيث يتعدى التفاصيل الدقيقة، ليتم التركيز على مستوى الفعالية العامة لدى العاملين، باعتبار الفعالية تمثل الغاية العليا التي تنشدها إدارة المؤسسة، ومعنى ذلك أن هذا المحور يسعى جمع كافة العناصر المتعلقة بعملية تقييم الأداء إلى حد كبير، ولكن ضمن نظرة إجمالية عامة، حيث يركز هذا المحور على مدى فعالية الموظف في تقييم الآراء والمقترحات المتعلقة بتطوير المؤسسة.

ويؤخذ هذا المحور:

عدم صلاحيته في الحكم على بعض المسائل الفرعية التي يبدو فيها الحكم التفصيلي ضروريا، وبالرغم من هذا فإن المحور يتلاقى النقض الرئيسي في المحاور السابقة، وذلك بتركيزه على التقديرات العامة، وعدم حرصه على تقديم تقديرات تفصيلية ونهائية.

4-6 طرق تقييم الأداء:

كانت الطريقة أو الأسلوب المتبع في تقييم الأداء في الماضي يعتمد بدرجة كبيرة على آراء وملاحظات الرئيس المباشر، ورأيه الشخصي في بعض الصفات التي تتوفر في العامل، أي أن التقييم كان يركز أو يصب على

الصفات وخصائصه، مثل قدرته على أداء العمل والمواظبة والانتظام، التعاون مع الزملاء العمل، وغيرها من الصفات والخصائص، ولم يكن ينصب على الإنتاجية.

ولقد تطورت أساليب التقييم، حيث أصبح التقييم يركز على نتائج أداء العاملين وليس على العاملين بحد ذاتهم، وفيما يلي نتعرض بالتفصيل لبعض الطرق التقليدية والحديثة في تقييم الأداء. (بوعطيط جلال الدين: 2009ص88)

4-7-1 الطرق التقليدية لتقييم الأداء:

4-7-1-1 طريقة التقييم ببحث الصفات أو الخصائص:

وتمركز هذه الطريقة على تحديد مجموعة من الصفات، مثل التعاون مع الرؤساء والزملاء والمرؤوسين والانتظار في مواعيد العمل، والسرعة في والدقة في أداء العمل والمبادأة والالتزام، وتحمل المسؤولية، والقدرة على حل المشكلات وغيرها من الصفات ويتم اعطاء وزن لك صفة من هذه الصفات، ويقوم الرئيس المباشر بإعطاء الفرد تقديرا معيناً، يحسب توفر كل صفة من تلك الصفات في الفرد تجمع تلك التقديرات، ويصبحا ممثلاً للمستوى الذي يعتقد القائم بالتقييم أنه يمثل مستوى أداء الفرد. (بوعطيط جلال الدين: مرجع سابق ص849)

4-7-1-2 طريقة التوزيع الإجمالي:

تتبع هذه الطريقة غلى التخلص من التحيز الشخصي في عملية التقييم والميل إلى إعطاء تقديرات عالية أو منخفضة لمعظم المرؤوسين، لذلك تلزم بعض المنشآت الرؤساء المباشرين توزيع تقديراتهم على الافراد بما يتماشى مع التوزيع التكراري **NORMAL DISTRIBUTION** ، ويقضي هذا التوزيع بان يكون التفاوت في القدرات بين الأفراد المجموعة العادية بالنسب التالية:

10% من مجموعة الافراد تتوفر لديهم قدرات بدرجة كبيرة جدا.

20% من مجموعة الافراد تتوفر لديهم قدرات بدرجة كبيرة.

40% من مجموعة الأفراد تتوفر لديهم قدرات بدرجة متوسطة.

20% مجموعة من الافراد تتوفر لديهم قدرات بدرجة قليلة.

10% مجموعة من الافراد تتوفر لديهم قدرات بدرجة قليلة جدا.

ويلزم الرؤساء المباشرين بتوزيع تقديرات عمل المرؤوسين وفقا للتوزيع السابق، وما يعاب على هذه الطريق انها لا تصلح في حال وجود عدد قليل من المرؤوسين (صلاح الدين عبد الباقي: 2002، ص387)

4-7-1-3 طريقة الترتيب العام:

وتمثل هذه الطريقة في قيام الرئيس بترتيب مجموعة المرؤوسين ترتيبا تنازليا وفقا للأداء العام للعمل -OVER ALL PERFORMANCE، وليس بناء مجموعة الخصائص أو الصفات الشخصية، وهذا يعني أن الأساس هنا هو ملاحظة فعالية العمل الكلي لكل مرؤوس حيث يعطي تقديرا واحدا لأداء المرؤوس، مثل ضعيف، متوسط، جيد، ممتاز.

ويعاب على هذه الطريقة أيضا عدم الموضوعية واعتمادها على التقرير الشخصي، كما أن هذه الطريقة لا تهتم بالخصائص أو عوامل محددة في أداء الفرد، ولكنها تقوم بتقييمه ككل.

كما يؤخذ على هذه الطريقة -أيضا- أنها لا تسمح بمقارنة العاملين في مجموعات مختلفة حيث لا يتوفر أساس واضح لبيان ما إذا كان أفضل فرد في أحد المجموعات، مساويا لأفضل فرد في مجموعة أخرى، أو أحسن أو أضعف منه. (فاروق عبده فلي، محمد عبد الحميد: مرجع سابق، ص272)

4-1-7-4 طريقة المقارنة بين العاملين:

وهي تشبه الطريقة السابقة، وتعرف أحيانا بطريقة مقارنة الأزواج من العاملين، حيث يقوم الرئيس بمقارنة في المجموعة، مع كل فرد من الأفراد الباقين، وتناسب هذه الطريقة المجموعات الصغيرة، حيث تقل فعاليتها كلما زاد عدد أعضاء المجموعة، لطول الوقت الذي تستغرقه من ناحية ولصعوبة المقارنة من ناحية أخرى.

وهذه الطريقة لا تخدم أغراضا أخرى، مثل أغراض الترقية والنقل والتدريب، لعدم توافر أسس المقارنة، وقد يقتصر الغرض من استخدامها على اختيار فاعلية سياسات الاختيار والتعيين. (فاروق عبده فلي، محمد عبد الحميد: مرجع سابق ص272-273)

ويلاحظ على الطرق السابقة الحكم المطلق فيها للمقيم وهذا يترتب عليه اخطاء عامة يقع فيها المقيمون عند التقييم الشخصي لأداء الأفراد، لأن المقيم إنسان معرض للخطاء في أي وقت ولا يمكن عزل ذاتيته في عمله كمقيم أو أي عمل آخرون ومن الأخطاء المعروفة في هذا المجال ما يلي: (محمد عبد الحميد، فاروق عبده فلي: مرجع سابق ص273-274)

-تأثير شخصية المقيم وطريقة تفكيره ودافعه في التقييم: فقد يميل المقيم إلى التشدد أو التساهل في التقييم، وقد يوكن دافعه في ذلك منح فرصة للأفراد للحصول على العلاوة أو الترقية، أو إعطاء انطباع جيد عن نفسه للأفراد، أو الخشية من واجهة المرؤوسين، في حالة إعطاء تقدير ضعيف.

-تأثير الحداثة: فمن المفترض أن يلاحظ الرئيس أداء المرؤوس على مدار السنة حتى يتمكن من التقييم السليم لأدائه، ولكنه قد يتأثر المقيم في الملاحظة لأداء المرؤوس بالفترة الأخيرة قبل إجراء التقييم، فالفرد يتذكر عادة بوضوح الوقائع القريبة، وينسى الأحداث البعيدة.

-التحيز الشخصي للمقيم:

بمعنى أن بعض الرؤساء يتحيزون ضد أو مع بعض المرؤوسين، وقد يكون هذا التحيز سليم أو إيجابي، بسبب العلاقات بين الرئيس والمرؤوسين، أو بسبب النوع أو العقيدة أو السن، مما يعوق التقييم عن تحقيق أهداف المؤسسة.

التشابه بين الرئيس والمرؤوسين:

حيث يؤدي التشابه في الخصائص بين الرئيس والمرؤوسين، إلى ميل الرئيس إلى إعطاء المرؤوس تقديراً أعلى مما يستحق.

ويمكن إيجاز سلبيات الطرق التقليدية فيما يلي:

- إن التقييم يخضع للتقدير الشخصي، ولا بد أن يستند إلى أسس موضوعية.

- وأنه يركز على سمات الشخصية للأفراد، لا بد من التركيز على الأهداف الممكنة قياسها للأداء

-ضعف فعالية الطرق التقليدية في إفادة المرؤوس، ومساعدته على أداء عمله بطريقة أفضل.

- إن هذه الطرق تشجع العامل غير الناضج الاستمرار في عدم نضجه والحد من قدرات العامل الناضج، وعدم استخدامها أو استغلالها.

- إن الطريقة التقليدية تفترض وجود مجموعو من الصفات المحددة، التي تشكل أفضل سلوك إداري، وهو افتراض غير سليم، حيث أن الوظائف الإدارية تختلف فيما بينها من حيث الصفات الشخصية والنفسية المطلوبة لكل منها.

4-7-2 الطرق الحديثة لتقييم الأداء:

نظراً للانتقادات التي وجهت إلى الطرق التقييمية التقليدية المذكورة سلفاً، فقد توصل رجال الفكر الإداري إلى مجموعة من الطرق الحديثة التي تتفادى هذه العيوب أو تقلل منها زمن هذه الطرق نذكر: (بوعيط جلال الدين: مرجع سابق ص91)

4-7-2-1 طريقة الاختيار الإجباري: وهي تقوم على عدد من العبارات التي تصنف أداء العمل، حيث يتم توزيع هذه العبارات في مجموعات، عادة ما تكون عبارات ثنائية تعبر عن نواحي إيجابية أو سلبية توفر المعيار الموضوعية ذات العلاقة المباشرة بالعمل، ويختار القائم بعملية التقييم من كل مجموعة العبارة التي يرى أنها تنطبق على أداء الفرد الذي يقوم بتقييمه، وتمتاز هذه الطريقة بقلّة التحيز من جانب القائم بعملية التقييم، لكنها تتسم بالصعوبات أهمها:

-صعوبة المحافظة على سرية الشفرة.

-صعوبة العبارات المستخدمة كمعيار للأداء علما وأن العبارات من هذا النوع تحتاج إلى خبرات كبيرة.

-ويضاف إلى ذلك عدم صلاحية هذه الطريقة في معاونة المرؤوسين على التغلب على نواحي القصور في أدائهم، وتطور قدراتهم، بمعرفة الرئيس.

4-7-2-2 طريقة الاحداث الحرجة: وتكون من خلال رصد الأحداث الحرجة، وهي تلك الأحداث الهامة الغير متكررة في أداء كل فرد قد يكون بعضها ايجابيا وبعضها الآخر سلبيا، ومن خلال ضبطها وتحليلها تتضح الصورة العامة عن الأداء الكلي للفرد.

الأساس في هذه الطريقة هو تجميع عدد من الواقع التي تسبب في نجاح أو فشل العمل ويطلب من الرئيس المباشر أن يلاحظ أداء المرؤوسين، ويقرر ما إذا كانت أي من الوقائع تحدث منه أثناء أدائهم لعملهم. (صلاح الدين عبد الباقي(أ): مرجع سابق ص388)

هذا ويتم اكتشاف مثل هذه الحوادث الجوهرية من خلال دراسة سلوك الافراد أثناء العمل بعد ذلك ترتب مثل هذه الأحداث الجمعية حسب تكرارها أو أهميتها ثم تعطي أوزان لكل منها، بحيث تكون اساسا لعملية التقدير، وفي بعض الأحيان قد تترجم هذه الوقائع المسجلة الى خصائص أو سمات معينة مثل المقدرة على التعليمية، الاعتمادية، القدرة على العمل، المسؤولية المبادأة. (جمال الدين محمد المرسي: مرجع سابق، ص425-426)

ولعل أهم مميزات هذه الطريقة: تركيزها على تقييم أداء العمل، والاعتماد على الوقائع الموضوعية، وذلك بخلاف الطرق التقليدية التي كانت تركز على السمات الشخصية للأفراد، كما تتفادى هذه الطريقة الاعتماد على ذاكرة الرئيس، والتي تتأثر غالبا بأحداث القربة حيث يقضي هذا البرنامج بتسجيل الوثائق فور حدوثها، كما أنها من ناحية أخرى تتضمن الجوانب الإيجابية في سلوك وتصرفات الفرد، مما يساعد الرئيس على استخدام الأساليب المرتبطة بتدعيم نواحي القوة، وتوجيه الفرد لتفادي نقاط الضعف. (فاروق عبده، محمد عبد المجيد: مرجع سابق ص275)

4- تعريف الإذاعة:

1-1- لغة: إذاعة بمعنى ذاع، ذبوع وانتشار أي الإفشاء والمناداة بالخبر في الناس.

1-2- اصطلاحا: تعرف بأنها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج لتلتقط في وقت بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم، فرادى أو جماعات لاستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة، والأصل اللغوي لكلمة إذاعة يعني الإشاعة بمعنى النشر العام وذبوع ما يقال، حتى إن العرب يصفون الرجل الذي لا يكتفم بالسر بأنه رجل مذياع. (إمام إبراهيم، 1985، ص256)

2- لمحة تاريخية عن ظهور الإذاعة وتطورها:

بدأ استخدام الإذاعة اللاسلكية للأغراض الشعبية خلال الحرب العالمية الأولى (1914)، (1918) وقد أدي الاستخدام العسكري للإذاعة اللاسلكية إلي تحسين معدات الأجهزة، وتم تدريب آلاف العاملين على استخدام الإشارات اللاسلكية وكان هؤلاء الرجال العسكريون هم طليعة العمل الإذاعي بعد عودتهم إلى الحياة المدنية.

كذلك حدثت تغيرات كبيرة في الحياة الاجتماعية بعد الحرب، فقد أسفرت الخبرات المبررة للحرب العالمية الأولى عن زيادة وعي المواطن العادي بأهمية السياسة، وضرورة المشاركة في وضع السياسات الحكومية حتى يمكن تجنب الكوارث الحربية قبل وقوعها، وبذلك أصبح رجل الشارع بحاجة ماسة إلى من يمدّه بالمعلومات التي تساعد في تكوين الرأي الصحيح، وفي نفس الوقت أدي ظهور الصحف الشعبية وانتشائها على نطاق واسع إلى زيادة التوقعات باستخدام اللاسلكي ليمارس دورا أساسيا في عملية الاتصال الجماهيري. (حسن عماد مكاوي: 1889، ص31)

وقد تم اكتشاف إمكانيات الإذاعة كوسيلة اتصال مصادقة ففي أحد أيام عام 1916، كان المهندسون بإحدى الشركات الصناعية في مدينة "بيتسبيرج" بالولايات المتحدة الأمريكية يقومون بإجراء تجارب لإرسال الصوت، وكانوا يحاولون مزج الكلام بالموسيقي علي أجهزة "الجراموفون" وقد أصابتهم الدهشة حين علموا بوجود مستمعين غير متوقعين من الهواة الذين كانوا يستخدمون المعدات الإذاعية لمنازلهم، وكان هؤلاء الهواة سعداء بالاستماع إلي هذه الموسيقي وأرسلوا خطابات للشركة يطلبون المزيد وبعد انتهاء الحرب العالمية الأولى ظهرت نوادي تهتم بالخدمات الإذاعية، وبدأ تطوير هذه الخدمات في بلاد عديدة، وقد واكبت هذه الرغبات تجارب العلماء الذين حاولوا الاستفادة من خبرات الاتصال اللاسلكي التي اكتسبوها خلال فترة الحرب العالمية الأولى وكان الألمان والكنديون قد سبقوا العالم في استخدام الإذاعة كوسيلة اتصال شعبية منذ عام 1919، ثم تبعتها الولايات المتحدة الأمريكية بافتتاح أول محطة إذاعية منتظمة في مدينة "بيتسبيرج" بولاية "ميتشجان" الأمريكية في 31 أغسطس من عام 1920 باسم KDKA التي تعتبر أول إذاعة منتظمة في العالم. (حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص 24-26)

3- التطور التكنولوجي للإذاعة المسموعة:

فيما يتعلق بالتطور التكنولوجي بالإذاعة المسموعة فقد مر بمراحل عديدة حيث كان الراديو في بدايته شيئاً مبتكراً سواء للقائمين بالاتصال أو المستمعين، وكانت أجهزة الاستقبال الأولى تتسم بالضخامة في الحجم، وكان الاستماع يتم عبر سماعات الرأس، وكانت الاستوديوهات عبارة عن مكاتب بسيطة مغطاة بسجاجيد سمكية، ولم يكن هناك أجهزة لمخ الصوت، ولا ميكروفونات مغناطيسية، ولا أسطوانات "الجراموفون" من خلال وضع ميكروفون قريباً من الأسطوانة وكانت جميع أنماط الأداء الإذاعي تتم علي الهواء، وتظهر هذه المراحل في التطور التكنولوجي للإذاعة المسموعة كما يلي :

3-1- مراحل استخدام الموجات الطويلة:

كان يتم استخدامها في بدايات الإرسال الإذاعي واستخدام هذا النوع من الترددات عدم القدرة على نقل الرسالة الإذاعية مسافات بعيدة، وازدحام المساحات الجغرافية التي تحضي بالتغطية الإذاعية.

3-2- مرحلة استخدام الموجات المتوسطة:

وتمثلت المرحلة الثانية في تطور تكنولوجيا الإذاعة في استخدام الموجات المتوسطة التي تغطي مساحات جغرافية أوسع، وكان الإرسال باستخدام نمط التشكيل ال ساعي A M وفي مراحل أكثر تقدماً تم استخدام نمط التشكيل الترددي FM.

3-3- مرحلة اكتشاف الموجات الميكروويف:

خلال الحرب العالمية الثانية تم اكتشاف موجات الميكروويف التي تعتمد على ترددات عالية جداً، وتتيح إمكانيات كبيرة في زيادة الخدمات الإذاعية، وهي تتسم بعدد من الخصائص لعل من أهمها البث في خطوط مستقيمة، وهي تتأثر سلباً بأشياء الكرة الأرضية، وتتطلب خطوط نظر وهمية بين محطات الإرسال والاستقبال، وتحتاج إلى محطات تقوية ببث الإرسال الإذاعي عبر المسافات الطويلة.

3-4- مرحلة اكتشاف واستخدام أجهزة الاستقبال الإذاعي:

وذلك خلال الخمسينيات من القرن العشرين تم اكتشاف أجهزة الاستقبال الإذاعي "ترانزستور" الرخيصة الثمن، وسهلة الحمل والتنقل مما زاد من إمكانية استقبال البث الإذاعي على نطاق جماهيري عالي.

3-5- مرحلة البث الفضائي:

وخلال الستينيات من القرن الماضي تم التوصل إلى البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، وأتاح ذلك وصول الرسالة الإعلامية إلى مسافات جغرافية شاسعة وأتاح النقل المباشر للأحداث الهامة وملاحقة المستمعين لها لحظة بلحظة.

3-6-مرحلة الأسلوب الرقمي Digital: وخلال عقد الثمانينات من القرن العشرين ظهرت تكنولوجيا جديدة تعتمد على نقل الصوت وكافة أشكال البيانات بالأسلوب الرقمي كبديل لنمط البث السائد طوال القرن العشرين بالأسلوب التماثلي analogue وقد أتاح النظام الرقمي جودة ونقاء الرسالة الاتصالية، وخلوها التام من عوامل التشويش والتداخل بين القنوات.

4-أهمية الإذاعة المسموعة كوسيلة اتصال و إقناع¹ (حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص27-28)

إن أهمية الإذاعة المسموعة كوسيلة اتصال إقناعي تتبع سعة انتشار هذه الوسيلة، فضلا عن تطورها السريع في الوسيلة والأسلوب وما أحدثته من تحولات سريعة في المجتمعات المعاصرة، من خلال إشاعتها للأفكار والمعلومات والمعارف وعمليات تداولها بين الأفراد والمجتمعات، وأن أهم ما يميز الإذاعة المسموعة يضيفي عليها الأهمية لأنها تخطت كافة الحواجز كالمسافات المتباعدة والأمية والفوارق الاجتماعية والاقتصادية، باعتمادها علي الكلمة الإذاعية التي أضحت مسموعة في كل مكان خلال شمولية التغطية، في كل زمان ومكان من خلال سعة البث وانتشاره، أصبح لها تأثير واضح علي البني الاجتماعية والثقافية في كافة المجتمعات، وفضلا عن ذلك فإن سعة وتنوع البرامج الإذاعية جعل منها وسيلة ممتعة ومسلية فاستخدمت للإمتاع والترفيه واستخدمها التنمويون في خطط التنمية وبرامجها والتطورات التي دخلت في العديد من المجتمعات العربية ومما زاد من أهمية الإذاعة في التنمية قدرتها المتنامية في نشر المستحدثات، وبذلك أضحى لهذه الوسيلة دور فعال في نشر وتعلم طرق الزراعة الحديثة وتعلم مهارات وتنمية الإبداع والتأثير في القيم والعادات والتقاليد وتغيير أنماط السلوك الفردي والجماعي، ولما تتمتع به الإذاعة من قدرة علي الإقناع فقد أثرت في خلق الميول والاتجاهات وأسهمت في تعزيز الاتجاهات الإيجابية، وجسدت الممارسات الديمقراطية وعمقت من مساراتها واتجاهاتها، وساعدت علي توسيع خيال الأفراد ورفع تطلعاتهم وإحاطتهم بكل ما يجري حولهم من أحداث وتطورات.

5-أهداف الإذاعة: حددت أهداف الإذاعة بموجب حاجات المجتمع وذلك من خلال:

- تنوير الرأي العام بالأنباء الداخلية والخارجية وإيقافه على مختلف التيارات العالمية.
- مواءمة استطلاع رغبات المستمعين وتطلعات المجتمع لتطوير البرامج وتطويرها لخدمة الشعب.
- تشجيع الهوايات وتنمية المواهب وتقديم جيل من الفنانين والمدرسين على الخدمات الإذاعية المتطورة.
- السعي نحو تبادل المنح والبعثات والخدمات والبرامج الإذاعية مع سائر الدول.
- إصدار مجلات والنشرات والكتيبات بما يتفق والأهداف الإذاعية.
- تقديم الحفلات المختلفة والبرامج الترفيهية.

- معاونة قوي الشعب العامل بالتعرف على حقوقهم وواجباتهم عن طريق الإسهام الجدي في رفع كفايتهم الفكرية والفنية.

- تقديم الخدمات الإذاعية والإعلامية في مجالات الإعلام الصحي والزراعي والخدمات المتعلقة بتوفير الاحتياجات الأساسية للشعب وتحسين مستوى الخدمة والاستجابة السريعة لمشاكل الجماهير اليومية ومعاونتهم على حل مشاكلهم.

6- خصائص الإذاعة: وتكمن أهمية الإذاعة المسموعة باعتبارها وسيلة اتصال جماهيري في الخصائص التي تتمتع بها والتي مكنتها من توطيد الصلة بطبقات واسعة من الجماهير وهذه الخصائص يمكن إيجازها كالتالي:

- الأساليب الفنية المتطورة والمتجددة مكنت الإذاعة من توظيف رسائلها الاتصالية في برامج التنمية وعمليات التغيير الاجتماعية والاقتصادية التي تشهدها المجتمعات المعاصرة من خلال التأثير على العاطفة والعقل في آن واحد.

- إن خاصية الانتشار التي تتميز بها الإذاعة جعلت منها أداة مرفقة للفرد أينما حل أو ذهب، يستمتع بها في كل وقت يرغب فيه للاستمتاع أي خلق الألفة والتقارب بين الفرد والوسيلة.

- إمكانية تقديمها لمضامين مختلفة ومتنوعة أدت إلى تحقيق أهدافها في المجتمع.

- أسهمت الإذاعة في خلق الإحساس الجماعي لدى الأفراد بعيدا عن العزلة لدرجة أخذ الفرد معها يحس أنه عضو في مجتمع كبير يمكن أن يتفاعل معه من خلال هذه الوسيلة، الأمر الذي دفعه إلى متابعة برامجها والمشاركة في هذه البرامج.

- الفورية في نقل البرامج الإذاعية أشعرت الفرد بالإحساس بالذات والتفاعل مع المجتمع بمصادقية من خلال هذه الوسيلة، وأسهمت هذه الإذاعة في توسيع مداركات الفرد وتنمية خياله.

- إمكانية تسجيل البرامج وإعادة بثها لأكثر من مرة وترسيخ الكثير من القيم والمفاهيم وأنماط السلوك والمعايير الاجتماعية. (حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص45)

ولذلك فإنّ الخصائص التي تتمتع بها الإذاعة جعلتها رفيقا مألوفًا للإنسان المعاصر وتحسسه بالألفة والارتياح وتخفف عنه الضغوط والتوترات النفسية التي يتعرض لها كل يوم في ميادين العمل من جراء المشكلات اليومية في حياته الروتينية.

وفضلاً عن ذلك فالإنسان يتعرض إلى ربح كبير من الضغوط الإعلامية عند سماعه لكم هائل من الأخبار عن الأحداث المحلية والوطنية والعالمية التي تثير الفرح أو الخوف، وهذا كله من خلال مضامين تعبر بصدق عن البواعث الوجدانية التي تشعر الفرد بالراحة النفسية.

7- أهمية التخطيط لبرامج الإقناع بالإذاعة: (حسن عماد مكاوي : مرجع سابق، ص48)

إذا أريد النجاح لأية خطة في الاتصال الإقناعي لوسائل الاتصال الجماهيري المسموعة والمرئية، لابد من توفير عدد من العناصر الأساسية التي تعد من المستلزمات الأساسية لكل ما يتعلّق بالتخطيط لإنتاج البرامج المسموعة وتمثل هذه العناصر في النقاط التالية:

- تحديد أهداف الخطة البرمجية التي يرمي المخطط الإعلامي لتحقيقها بدقة ووضوح على أن تكون هذه الأهداف ممكنة وقابلة للتنفيذ.
- وضع سقف زمني لتنفيذ الخطة البرمجية وفق توقيتات زمنية محددة لكل مرحلة بحسب نوعية الأهداف وأولوياتها وأهميتها ومراعاة الظروف والمتغيرات المحيطة وما تطلبه من مرونة.
- تحديد وسائل وسبل تحقيق الأهداف الموضوعية للخطة الإنتاجية بالإمكانات المخصصة لها وفقاً للسقف الزمني المحدد.
- تهيئة المعلومات والبيانات الصادقة والدقيقة المتعلقة بالموارد البشرية والمادية المتاحة قبل البدء بتنفيذ الخطة بالمكان، تجزئة الخطة العامة بعيدة المدى إلى خطط مرحلية أو دورات برمجية على أن تنبثق من الخطة العامة وتخرج عنها بأي شكل من الأشكال.
- إحكام عملية المتابعة ووضع نظام دقيق للمراقبة والتقييم لمعرفة مدى نجاح عمليات التنفيذ في تحقيق الأهداف وتلاقي حالات الإنفاق في الوقت المناسب.
- وضع خطط على درجة كبيرة من المرونة، تكون بمثابة خطط بديلة لمواجهة الظروف الطارئة المستجدة.
- إتاحة الفرصة أمام أكبر عدد ممكن من العاملين لضمان شمولية المشاركة.
- يجب ترجمة الخطط العامة بعيدة المدى وتحويلها إلى خطط تنفيذية فرعية بمستويات مختلفة ومتدرجة عند التنفيذ تعتمد على توزيع الأدوار لضمان دقة التنفيذ وتحقيق الأهداف.
- يجب التوافق والتنسيق بين عمليات التنفيذ وعمليات المتابعة خلال كل مرحلة من مراحل التنفيذ وتحقيق المطابقة بين مقتضيات التنفيذ والأهداف المتوخاة من الخطة.

8- البرمجة:

8-1- مفهوم البرمجة:

يمكن تحديد البرمجة بأنها استراتيجية انتقاء البرامج وترتيبها عبر الخريطة الإذاعية التي يتم تخطيطها لجذب الجماهير المستهدفة بعناية، ويحتاج مسؤولو البرامج إلى المعلومات والمهارات التي تساعدهم على تحديد الجماهير المستهدفة بفئاتها المختلفة، واختيار الأوقات المناسبة لتقديم البرامج التي تناسب كل فئة، ووضع هذه البرامج ضمن الخريطة الإذاعية، حتى تحقق البرامج فوائدها يجب القيام بدراسات مستمرة واستطلاعات للرأي للتعرف على رغبات واحتياجات الجماهير وخصائصها الديموغرافية والسيكوجرافية ويتم ذلك غالباً من خلال الخدمة الإذاعية ذاتها أو عن طريق مراكز البحوث المستقلة.

8-2- تصنيفات البرامج:

خلال الأيام الأولى للراديو كانت ساعات الإرسال قليلة، وكانت معظم البرامج تعتمد على تقديم الموسيقى، ومع ازدياد ساعات الإرسال أضيفت برامج الأحاديث، ثم برامج الأخبار، وكانت الممارسة الشائعة للعديد من الهيئات الإذاعية تعتمد على تصنيف البرامج إلى فئتين: الفئة الأولى تعتمد على الكلمة المنطوقة وتشمل الأحاديث والمناقشات والبرامج التعليمية والبرامج المتخصصة والفئة الثانية تعتمد على البرامج الموسيقية والمنوعات، وبعد تطور الخدمات الإذاعية لم تعد برامج الراديو تداع عشوائياً وإنما أصبحت تخضع لخطة برامج تسمى " الدورة الإذاعية" وتتكون الدورة الإذاعية من ثلاثة شهور ويتم تقسيم هذه الدورة إلى خرائط أسبوعية، وأخرى يومية، ويجب مراعاة التوازن في تدفق البرامج على مدار اليوم الواحد من حيث الوقت المخصص لكل نوعية من البرامج الإعلامية.

8-3- تقنيات خرائط البرامج (حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص54-55)

عند إعدادات خريطة البرامج الإذاعية يراعى الاعتبارات التالية:

- **طول البرنامج:** تتكون الخريطة الإذاعية من عدد كبير من البرامج أو الوحدات التي تتنوع من مساحتها الزمنية، فمنها ما يبدأ من ثوان معدودة إلى نحو الدقائق (إعلانات)، ومنها ما يزيد منه عن ذلك (البرامج).
- **شكل الجدول الأسبوعي:** ينقسم الجدول إلى سبع خانات تشير كل خانة منها إلى أحد أيام الأسبوع، ويوضع بالجدول عناوين البرامج، وتقويتها، وأسماء مقدميها، ويراعى عند تخطيط الجدول الأسبوعي إن يسنح بالمرونة وإحلال أية برامج غير مدرجة في الجدول الأساسي كلما تطلبت الضرورة ذلك، وهناك برامج يتغير توقيتها مثل نشرات الأخبار، ومواقيت الصلاة وبعض برامج الخدمات العامة.

- **ترتيب البرامج:** يساعد ترتيب البرامج على جذب انتباه المستمعين وإثارة فضولهم للاستماع وهناك عدة أساليب تستخدمها الإذاعات للحفاظ على اهتمام المستمعين لأطول فترة ممكنة، مثل وضع البرامج المتشابهة وراء بعضها البعض خلال فترة زمنية معينة.
- **وضع البرامج في المكان والزمان المناسب:** يعتمد اختيار التوقيت المناسب لوضع البرنامج ضمن الخريطة الإذاعية على نشاط الجمهور وسلوكه، وعادات التعرض للإذاعة، فهناك أوقات تناسب ربات البيوت والأطفال، والشباب، وكبار السن، وبناء على دراسة عادات وأنماط الاستماع لفئات الجمهور يتم وضع البرنامج على الخريطة بما يتناسب مع ظروف الجماعات المستهدفة.
- **قالب البرنامج:** يعتمد غالب البرنامج على طبيعة المحتوى، وكذلك على الهدف الذي ينشده القائم بالاتصال، مثل الإعلام والتثقيف والترفيه، ويشمل محتوى البرنامج على كل جوانب الحياة بلا قيود مثل التجارة والصناعة والزراعة والصحة والسياسة والشؤون الخارجية والرياضة والجرائم والنوعية الدينية.
- **سرعة الإيقاع:** كلما كانت البرامج سريعة الإيقاع زادت أثارها وجاذبيتها، ولكن السرعة المبالغ فيها قد تسبب الفهم وعدم القدرة على الاحتفاظ بالمعلومات، كذلك فإن بطء الإيقاع يؤدي إلى شعور المجتمع المستمع بالملل والرقابة.
- **الانطباع أو الأثر:** يجب أن يخلق البرنامج انطباعا جيدا لدى المستمعين حتى يجعلهم يرتبطون به ويتوحدون معه، فالبرامج الجيدة هي التي نحقق انطباعات جيدة لدى المستمع وينتقل الإعجاب ببعض البرامج المفضلة إلى الإعجاب بالخدمة الإذاعية.

10- تاريخ ونشأة الإذاعة الجزائرية:

تعتبر الإذاعة المسموعة في الجزائر حديثة النشأة، وذلك بعد أن كانت حكرا على المستعمر الفرنسي آنذاك وفي يوم 28 أكتوبر 1968 تم استعادة مقر الإذاعة والتلفزيون من طرف الفرنسيين العاملين فيها باعتبارها جزءا من السيادة الوطنية وبدأت العمل بإطارات جزائرية لم تكن لها الخبرة الكافية في ذلك الوقت لكن مع مرور الزمن أخذت في التطور واكتساب الخبرة.

9-1- مؤسسة الإذاعة الوطنية:

في تاريخ 1 جويلية 1986 وبمقتضى المرسوم رقم 150/86 تم وضع اللبنة الأولى للمؤسسة الوطنية للإذاعة الصوتية (E.N.R.S)، والمؤسسة الوطنية للتلفزة (E.N.T.V)، والمؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري (N.P.A.E).

ومع إنشاء مؤسسة الإذاعة الوطنية، حولت لها جزء من الهياكل والوسائل والأملاك والأعمال والمستخدمين الذين كانت تحوزهم أو تسيروهم الإذاعة والتلفزة الجزائرية في إطار أعمالها في ميدان إنتاج البرامج الإذاعية وإنتاجها المشترك، واستيرادها وبثها وفق المرسوم رقم 150/68 المؤرخ في جويلية 1986 في الجريدة الرسمية.¹ (نور الدين تواتي: 2009، ص 127)

9-2- الإذاعة المحلية في الجزائر:

في الجزائر لم تظهر الإذاعة المحلية إلا في سنوات متأخرة وذلك للعوائق القانونية والسياسية على الرغم من وجود عدة مجتمعات محلية تتميز في العادات والتقاليد واللهجات، وبعد التحولات السياسية والتعديلات القانونية شهد قطاع الإعلام عدة تغييرات نحو حرية التعبير والتعددية الإعلامية التي سمحت بظهورها من جديد في بداية التسعينات، وذلك للتسهيلات التي حولت للإذاعة السمعية العمومية، طبقا للمادة 13 من قانون الإعلام، والتي سمحت باستعمال إمكاناتها وقنواتها لبث الثقافة الشعبية اللهجات المحلية، ولقد أنشأت هذه المحطات في الولايات التي تتوفر على أجهزة تقنية ومالية موروثه عن الاستعمار.¹ (نور الدين تواتي: مرجع سابق، ص 138)

- إذاعة المسيلة (الحضنة) الجهوية: إعلام جوار هادف... وخدمة إخبارية متميزة.² (أرشيف إذاعة لمسيلة)

10-1- تقديم المؤسسة:

يأتي إنشاء إذاعة المسيلة الجهوية ضمن مخطط وطني يهدف إلى إعلام جوار يهتم ويتفاعل مع انشغالات المواطنين اليومية في مختلف مجالات التنمية والحياة الاجتماعية، والخدمة العمومية المنبثقة من إرادة وطنية جسدها الإذاعة الجزائرية من خلال تحويل مبدأ حق المواطن في الإعلام إلى واقع ملموس تؤكد عشرات الإذاعات الجهوية المنتشرة عبر ربوع الوطن.

وقد بدأ التجسيد الميداني لمشروع إذاعة المسيلة الجهوية بداية 2002 وذلك باستغلال مقر المجلس الشعبي الولائي سابق وإعادة تهيئته، حيث أشرف فخامة رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة علي انطلاق بثها يوم الثلاثاء 07 أكتوبر 2003 أين أمضي على أول ورقة طريق للبث اليومي. إن انطلاق هذا الصرح الإعلامي لم يكن عاديا بالنسبة لسكان ولاية المسيلة، إذ تحقق حلمهم الذي انتظروه طويلا، وأصبح بإمكان المواطن أن يتابع يوميا الأخبار المحلية من مختلف ربوع الولاية، وأن يشارك ويتفاعل مع مختلف البرامج القريبة من اهتماماته وقضاياها، فبين الفينة والأخرى يتناهى إلى السمع صوت يؤكد أن ما تستمع إليه يأتيك من إذاعة المسيلة الجهوية على

الموجتين 104.5 FM

وFM102 1 . صوت ألفه المستمع وصار جزء من حياته ويوميته. ولقد شهدت إذاعة المسيلة الجهوية منذ انطلاق بثها تطورات ومراحل عدة خاصة فيما يتعلق بتنوع الشبكات البرمجية إضافة إلى الحجم الساعي للبث اليومي وهو ما توضحه النقاط التالية:

- انطلاق البث لشبكة برمجية على مدى أربع ساعات يوميا من 09.00 صباحا إلى 13.00 ظهرا وذلك من تاريخ 07 أكتوبر 2003 إلى 04 جويلية 2004.

- ثم تطور الحجم الساعي للبث اليومي ليرتفع بتاريخ 05 جويلية 2004 إلى 08 ساعات بث يوميا من الساعة 08.00 صباحا إلى 16.00 مساء.

- وبتاريخ 15 جوان 2006 تقرر توسيع حجم البث الساعي إلى 12 ساعة بث يوميا من الساعة 07.00 صباحا إلى الساعة 19.00 مساء.

- حاليا البث اليومي يقارب 13 ساعة يوميا من الساعة 06.40 صباحا إلى 19.30 مساء وفق شبكة برمجية متنوعة، بالإضافة إلى كل هذا فإن إذاعة المسيلة الجهوية شاركت في مسابقات عدة منها مسابقة الميكروفون الذهبي لطبعته الأولى والثانية حيث تحصلت على جائزة الميكروفون لأفضل برنامج أطفال " براعم الأمل" لموسم 2007، كما نالت جائزة أكبر علم وطني.

10-2-الطاقم الإذاعي: مثل كل الإذاعات، توجد بإذاعة المسيلة الجهوية عدة أقسام تتكامل فيما بينها لتضمن استمرارية البث والمادة الإذاعية وهي: (أرشيف إذاعة لمسيلة)

✓ قسم الإدارة:

- مدير الإذاعة المشرف العام على المؤسسة. - 03 مساعدين إداريين.

- كاتبة إدارية. - 06 أعوان أمن.

- 03 سائقين. - عاملة تنظيف.

✓ قسم الأخبار: -09 صحفيين.

✓ قسم الإنتاج:

- 06 مخرجين. - 05 منشطين.

✓ القسم التقني: -مهندس. - 04 تقنيين.

10-3- العمال بالقطعة:

بالإضافة للعمال الدائمين، ولضمان السير الحسن للعمل الإذاعي استعانت المحطة بخدمات المتعاونين لإعداد بعض البرامج والعديد من المراسلين موزعين عبر دوائر الولاية من أجل التغطية الإخبارية اليومية.

❖ الاتصال بنا:

- الهاتف: * 035.54.74.14

* 035.54.86.37

- الفاكس: * 035.54.82.32

- البريد الإلكتروني: * radiomsila@gmail.com

- العنوان: * بجوار مقر ولاية المسيلة ص ب 1400 القبضة الرئيسية.

❖ الموجة: يمكن التقاط برامج إذاعة المسيلة الجهوية على الموجتين 102.1 و 104.5 FM وعبر

الموقع الإلكتروني www.radio-msila.dz

10-4- مهام الأقسام: (أرشيف إذاعة مسيلة)

4-1- قسم الأخبار:

يضمن قسم الأخبار ووفق برنامج عمله اليومي، تقديم الفقرات التالية:

- تقديم المواضيع الإخبارية على رأس كل ساعة.

- إعداد الريبورتاجات الميدانية لنشرة الأخبار المحلية اليومية.

- استقبال المراسلات من مختلف دوائر وبلديات الولاية وإعدادها للبث.

- تقديم نشرة الأخبار المحلية يوميا.

10-4-2- قسم الإنتاج:

➤ المخرجون: يضمن المخرجون يوميا، ووفق برامج عملهم اليومي، المهام التالية:

- تحضير ورقة العمل اليومي التي تتضمن برنامج البث.

- الإشراف على البث المباشر.

- ضمان مختلف التسجيلات للبرامج والفقرات.

- المساهمة في إعداد وتقديم البرامج أسبوعيا.

➤ المنشطون: يضمن النشاطون يوميا، ووفق برنامج عملهم اليومي، المهام التالية:

- ضمان الفترة التنشيطية اليومية.

- إعداد وتقديم البرامج أسبوعيا.

كما يضمن قسم الإنتاج إعداد وتنفيذ مختلف الإعلانات، والفواصل الإخبارية، وال فقرات التنشيطية.

10-4-3- القسم التقني: يضمن القسم التقني، ووفق برنامج عمله اليومي المهام التالية:

- ضمان البث اليومي المباشر.

- ضمان مختلف التسجيلات اليومية الداخلية والخارجية.

- القيام بمختلف التركيب والمزج التي يتطلبها العمل الإذاعي.

- المراقبة اليومية للأجهزة والوسائل وصيانتها.

10-5- شبكة البرامج:

يتم تحضير وإعداد شبكة البرامج بقسم الإنتاج، تحت الإشراف المباشر لمدير المحطة، ويراعى في إعدادها مجموعة من الشروط التي ينبغي الاستجابة لها:

- الطابع المحلي لأغلب البرامج.

- التنوع في المحتوى ومس جميع شرائح المجتمع وأطيافه.

- مراعاة التقسيم الزمني للبرامج بما يتوافق مع مقاييس العمل في الإذاعات المحلية.

- التركيز على البرامج التشاركية مع المستمع.

الدراسات السابقة والمشابهة:

1-الدراسة الاولى :

بلحاجي وهيبه(2003) تحت عنوان الاتصال المؤسساتي وعلاقته في تفعيل عملية التشريع في حالة المجلس الشعبي الوطني .مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة الاتصال المؤسساتي بتفعيل عملية التشريع في المجلس الشعبي الوطني دراسة وصفية استطلاعية 2000/2001، وكذلك معرفة طبيعة العلاقة التي تربط النواب بإدارة المجلس الوطني كما هدفت إلى التعرف على العوامل المؤثر على الاتصالات بين النواب واستخدام الباحث المنهج المسحي وكانت عينة دراسته نواب المجلس الشعبي الوطني لسنة 2000/2003 ، وتم استخدام الاستبيان والمقابلة والملاحظة لجمع البيانات، وتوصل الباحث إلى النتائج التالية:

إن فعالية العمل التشريعي في المجلس الشعبي الوطني مرهون بوجود مناخ اتصالي قائم على التفاهم والحوار دون الاخذ بالاعتبار الانتماءات الحزبية.

2-الدراسة الثانية:

مذكرة لنيل شهادة ليسانس علوم الاعلام والاتصال، من إعداد الطالب كرعى عائشة وزراي مایسة تحت عنوان دور الاتصال المؤسساتي في تحسن اداء المؤسسة العمومية دراسة ميدانية لمدرية البناء والتعمير لولاية مسيلة 2014، استخدم المهج الوصفي، وكانت عينة عشوائية، إجراء الدراسة على عمال المؤسسة التعمير والبناء في ولاية مسيلة، واستعمل كل من المقابلة والملاحظة والاستبيان لجمع البيانات والمعلومات، وتوصل الدراسة إلى النتائج التالية :

مساهمة الاتصال المؤسسي في تحسين الاداء داخل مديرية التعمير والبناء لولاية لمسيلة.

قد يساهم الاتصال في تحسين الاداء من خلال التعريف بالمؤسسة لدى معاملها بصورة أكبر.

كما استطاع الاتصال المؤسسي من تحسين اداء مديرية البناء التعمير من خلال الزيادة في الاداء وبسرعة عالية

3-الدراسة الثالثة:

واقع لاتصال المؤسسي في الجامعة الجزائرية دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر بسكرة، من اعداد بن عمار زليخة

مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال 2001 ، من خلال هذه الدراسة حاولت الاجابة عن

الاسئلة التالية:

ماهي وسائل لاتصال المؤسسي؟

ماهي أطره التنظيمية؟

هل يحسن استعمال هذه الوسائل الموفرة؟

استخدمت الباحثة المنهج المسحي، وكانت عينة الدراسة عينة منتظمة شملة الطلبة والعمال والاساتذة في جامعة

بسكرة، استخدم الاستبيان كأداة لجمع المعلومات ولقد توصلت الباحثة الى النتائج التالية:

إن توفير الاتصال واستغلالها بصورة جيدة يساعد على إبلاغ ونشر المعلومات وإيصالها في الوقت المناسب.

انشاء المؤسسات لهيئات تنظيمية اتصالية متخصصة يساهم بشكل كبير في تطوير العملية الاتصالية داخل

المؤسسة.

التحاور والتشاور بين مختلف أطراف الأسرة الجامعية يؤدي حتما إلى تطوير المؤسسة وقيامها بمهامها على أكمل وجه، كما يساهم في تدعيم الروابط والعلاقات.

ضرورة توفير وسائل الاتصال اللازمة والتي من شأنها تسهيل عملية نقل المعلومات وتحقيق العدالة في استغلال الوسائل من طرف كل الفئات وخاصة شبكة الإنترنت رسم برامج وسياسة اتصالية خاصة بالمؤسسة مجال الدراسة بمشاركة جميع الاطراف.

4-الدراسة الرابعة:

واقع الاتصال بين الجماعات التربوية في مؤسسات التعليم الثانوي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام والاتصال، من إعداد الطالبة زيتوني صبرية2000/2001، جامعة قسنطينة، طرحة الباحثة التساؤلات التالية:

ما طبيعة نظام الاتصال السائد بين الإدارة والأستاذ؟ وما هي العوامل التي تحكم في هذا النمط؟

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، استخدمت الباحثة الاستبيان لجمع المعلومات من العينة، اجرية هذه الدراسة على بعض ثانويات برح بوعريريج التي تضم 17 ثانوية وتم اختيار3ثانويات، اعتمدت على العينة الطبقية العشوائية، توصلت البحتة الى النتائج التالية:

اظهرت هذه الدراسة أن الاتصال الذي يسود في المؤسسة التعليمية يسر في اتجاه واحد ذلك أن الأساتذة لا يشاركون في اتخاذ القرار إلى جانب لإدارة ولا يؤخذ بأرائهم ووجهات نظرهم حتى وإن شاركوا في الاجتماعات والمجالس، فهي تعد مشاركة مفرغة من محتواها.

نظام الاتصال الذي يسود في المؤسسة التعليمية غير واضح وصعب نوعا ما يتصف بالتعقيد في المعاملات.

عدم التخطيط للاتصال من طرف الإدارة يجعل اتصالها سيئا مع الأساتذة.

غموض الادوار عيق الاتصال بين الادارة والأساتذة.

وسائل الاتصال في المؤسسة التعليمية قليلة ومختلفة بحيث لا يمكن للأساتذة والإداريين من أداء مهامهم على أكمل وجه.

5-الدراسة الخامسة:

واقع ممارسة الاتصال في المنشأة الجزائرية دراسة منشأة حالة مطاحن الزبان القنطرة لولاية بسكرة مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية من إعداد الطالبة دليلة بركان جامعة محمد خيضر بسكرة 2006/2005.

كانت تساؤلات الدراسة كالتالي: ما هو واقع ممارسة الاتصال في المنشأة الجزائرية؟

استخدم الباحثة المنهج التحليلي والمنهج الوصفي والمنهج التوثيقي وكان مجتمع الدراسة هو عمال هذه المطاحن، اما العينة فكانت عينة عشوائية منتظمة، والنتائج التي وصلت اليها الدراسة: اهتمام المخططين للاتصال بالجانب الخارجي وانشطته على حساب الجانب الداخلي. عدم امتلاك المنشأة جريدة لتعرف بنشاطاتها.

نقص الاتصال بين المشاة مجال الدراسة والمنشأة الام من جهة وبين المنشأة الاخرى التابعة لها .

-علاقة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية: بعد عرض البحوث والدراسات السابقة المرتبطة بالموضوع الدراسة

في مجال الاتصال المؤسسي ودره في تحسين اداء الصحافيين الرياضيين في المؤسسات الاعلامية الجزائرية وبالرغم من اختلافها في الاهداف والادوات، ومجتمعات البحث إلا أن هناك مجموعة من النقاط يمكن التعليق عليها:

_اعتمد اغلب الدراسات عل المنهج الوصفي.

_معظم الدراسة اعتمد على الاستبيان لجمع جمع المعلومات.

_بعض الدراسات اعتمدت على الاتصال ودوره داخل المؤسسات لاقصادية و تتطرق له في المؤسسات الاعلامية.

-توظيف الدراسات السابقة في الدراسة الحالية: لقد تمكنا بفضل الاطلاع على مختلف الدراسات السابقة من:

1-اختيار عينة ومجتمع البحث من إعلاميين وصحافيين في إذاعة لمسييلة.

2_اختيار المنهج الوصفي.

3-الاعتماد عليها في اعداد اسئلة الاستبيان.

4-اختيار الاساليب الاحصائية.

5- طريقة صياغة بعض أسئلة الاستبيان.

-الفرق بين الدراسة الحالية و الدراسات السابقة : بعد استعراض الدراسات السابقة التي دارت حول موضوع الدراسة الحالية:

-لم تتطرق الدراسات السابقة الى الاتصال المؤسسي في المؤسسات الاعلامية.

-إن الدراسة الحالية تركز على الاتصال المؤسسي في تحسن اداء الصحافيين الرياضيين بينما اهتمت الدراسات

السابقة بعلاقة الاتصال المؤسسي بأداء المؤسسة ككل مثل دراسة كورعي عائشة التي ركزت على اداء المؤسسة

ككل شملة المؤسسات اخرى دون التطرق الى المؤسسات الاعلامية.

-اختلفت أهداف الدراسات الحالية مع أهداف الدراسة الحالية بسبب الاختلاف في الموضوعات المعالجة.

_ الكلمات الدالة في الدراسة: تضمن الدراسة مجموعة من المفاهيم والمصطلحات الاعلامية ومن أجل تيسير فهمها على القراء ندرج بعض المفاهيم والمصطلحات بالاعتماد على المراجع التي وتم الاعتماد عليها في هذه الدراسة ومنها ما يلي:

1-الاتصال:

1-1الاتصال لغة:

يقال :اتصل الشيء " بمعنى التام " لم ينقطع " واتصل بفلان " بمعنى بلغه وانتهى إليه كما يقال :اتصل به بخبر بمعنى علم (مخاني للطلاب، 2001 ، ص1028)

ويقال كان على اتصال به اي على علاقة، ارتباط وصلة، كما يرد بمعنى التصاق، تقارب واشتراك .(المنجد في اللغة العربية المعاصرة 2001، ص75)

2-1الاتصال اصطلاحا:

نجد ان لفظ الاتصال اختلف معانيه باختلاف اتجاهات القائمين على دراسته ولكل نظريته ومفهومه لهذا المصطلح، ويرجع ذلك الى طبيعة ميدان كلمن تناوله هذا اللفظ منها ما يلي:

- ويعرفه ناصر محمد العديلي : بأنه " تبادل المعلومات من شخص أو أكثر. ذلك عن طريق خلق التفاهم بين المرسل والمرسل إليه. (ناصر محمد العديلي. 1995 ص164)

- ويعرفه قاموس اكسفورد بأنه " نقل الافكار او توصيلها او تبادلها بالكلام أو بالإشارة أو بالكلام . (محمود المساد، 2003، ص178)

- ويعرفه خضير شعبان بأنه "عملية نقل الرموز المواتية من اطراف مؤثرة ومتأثرة، بقصد احداث تغير في السلوك أو الموقف... ونجاح الاتصال امر نسبي قد يتحقق جزئيا أو كليا على نحو يساهم فيه عاملان هما طبيعة الانسان ومدى ثقافته. (خضير شعبان، 2000، ص 06)

- ويعرفه محمود عودة بأنه "العملية الاجتماعية الاساسية، طالما كانت المعاني و الافكار التي تنتقل بواسطته مؤثرة في جميع العمليات الاجتماعية الخرى، والأشكال الناتج عن هذه العملية، كالطرق الشعبية والسنن الاجتماعية"...أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي. (عبد الرحمان درويش، 2005، ص 87)

3-1 التعريف الإجرائي :

هو عملية نقل الافكار والمعلومات بين شخصين أو أكثر، احدهما المرسل الاخر المرسل إليه.

2- الاتصال المؤسسي:

1-2 اصطلاحا: المقصود به الاتصال الذي يتم داخل المؤسسة أو المنظمات و الذي يهدف الى ضمان انسياب المعلومات و الافكار بأقصى درجة من المستويات الادارية المختلفة إلى المرؤوسين ، و انتقال رجح الصدى من هؤلاء المرؤوسين إلى المستويات إدارية مختلفة.

وفد تطورت الدراسات الخاصة بالاتصال المؤسسي او التنظيمي في النصف الثاني من القرن 20، ولذلك فإن مفهوم الادارة الحديثة يتحقق إلا إذا توفرت قنوات الاتصال المستمرة بين العاملين والإدارة. (عبد الرحمان درويش: 2005، ص 87)

"هو تقديم جميع المعلومات الخاصة بالمؤسسة كتقديم الاخبار عن نفسها والتعريف لنشاطها وتأكيد حضورها وتقديم الاخبار والمعلومات للمحيط الخارجي. (DITHINNAIE; COMMEACIE: 1987, P30)

2-2 الاتصال المؤسسي اجرائيا:

هو تلك الانشطة الاعلامية والاتصالية التي تتم بين افراد المؤسسة بقصد نقل المعلومات والافكار بين افراد بكل انواعه سواء من السفلى الى الأعلى أو من الأعلى إلى أسفل أو الاتصال الافقي، وهو يجمع بين الاتصال الإداري والاتصال المؤسسة مع المجتمع الخارجي المحيط بها، من أجل تحقيق الانسجام داخل المؤسسة.

3- الأداء:

3-1 اللغة:

جاء لسان العرب لابن منظور : مصدر الفعل أدى، يقال أدى الشيء أوصله، والاسم الأداء أدى الأمانة، وأدى الشيء قام به. (لسان العرب: 1 المجلد 14، ص 160)

3-2 اصطلاحا :

"الاداء هو تنفيذ أمر أو واجب أو عمل ما أسند إلى شخص أو مجموعة من الاشخاص للقيام به. (أحمد زكي: 1984، ص 166)

"هو درجة تحقيق و إتمام المهام المكونة للوظيفة، هو يعكس الكيفية التي يحقق بها الفرد متطلبات الوظيفة، وغالبا ما يحدث لبس أو تداخل بين الاداء والجهد، فالجهد يشير إلى الطاقة المبذولة، أما الأداء فيقاس على اساس النتائج. (راوية حسن(أ): 2003، ص 209)

هو قيام الفرد بالأنشطة والمهام المختلفة التي يتكون منها عمله والكيفية التي يؤدي بها العاملون مهامهم أثناء العمليات الإنتاجية، والعمليات المرافقة لها باستخدام وسائل الإنتاج، والإجراءات التحويلية الكمية والكيفية (عبد الملك مزهود: 2001، ص86)

3-3 الأداء إجرائيا:

يقصد به كل الجهود التي يبذلها الصحفيين من خلال تنفيذ الاوامر والمهام التي توكل إلى الصحفيين في الاذاعة من أجل تحقيق اهداف المؤسسة.

4- الاذاعة:

1-4 التعريف اللغوي: يقال أذاع، يذيع، إذاعة، أي ينشر، وإذاعة السر أي إفشاؤه. (عبد العزيز شريف: 1986، ص 103)

2-4 التعريف الاصطلاحي يعرفها الباحث (إبراهيم إمام) أنها الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغير ذلك من البرامج، لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم. (إبراهيم إمام، 1985، ص 14)

كما يعرفها (فضيل دليو) بأنها ما يبث عن طريق الأثير باستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها اجتياز الحواجز الجغرافية والساسية، ويربط مستمعيها برابط مباشر وسريع. (فضيل دليو: 1985، ص 135)

وفد ذكر الباحث سعد لبيب ان الاعلام المحلي المتمثل في الاذاعة المحلية هو ذلك الإعلام الذي يقوم بخدمة مجتمع محدود ومتناسق من الناحيتين الاجتماعية والثقافية أي أن هذه الإذاعة لا شأن لها بالتقسيمات الادارية والتخطيطية التي قد تصطلح عليها الحكومة في فترة معينة، وإنما ترتيب الإذاعة يأتي على أساس المجتمع الذي يضم افراد لهم نفس الخصائص الاجتماعية وتجمعهم وحدوة فكرية تراثية وثقافية خاصة، وتعكس هذه الإذاعة تراثهم وافكارهم بل وحتى لهجتهم المحلية. (سعد لبيب: 1985، ص 124)

3-4 التعريف الاجرائي: هي وسيلة شعبية، لا تعرف الحواجز القائمة بين الحدود، وهي وسيلة تحقق فيها التدفق الاعلامي على درجة عالية من الكفاءة، و يتأثر الفرد بالأداء الصوتي تأثرا، ذهنيا دون تنحية الفكر و العقل جانبا، وهي تخاطب المثقف و لأمي ، اضافة إلى أنها إحدى وسائل الترفيه.

5- طبيعة متغيرات البحث:

1/5-التغير المستقل: يسمى أحيانا بالمتغير التجريبي وهو عبارة عن المتغير الذي يفترضه الباحث، إنه السبب أو أحد الأسباب لنتيجة معينة، ودراسته قد تؤدي إلى تأثيره على متغير آخر وفي هذه الدراسة هو: الاتصال المؤسسي.

2/5 المتغير التابع: يتغير نتيجة تأثير يعرف بانه متغير التغير المستقل وفي هذه الدراسة هو:

اداء الصحافيين. (رشيد زرواتي: 2007، ص 129)

- الاشكالية:

-يعد الاتصال من بين المواضيع التي لقيت اهتماما واضحا وجليا من طرف المختصين و الباحثين في مجال السلوك الانساني عموما و السلوك التنظيمي خصوصا ، ويمكن القول بأن الاتصال نشاط انساني يقوم به من اجل التواصل مع غيره من البشر وفهم ما يجري من حوله من تطورات ،من هذا نجد أن الانسان كائن اجتماعي بطبعه ، فالاتصال هو قدم وجود الانسان على الكون و مهما تعددت السبل وطرق الاتصال التي كان يستخدمها الانسان في تواصله مع غيره من البشر مثل قرع الطبول والرقص والدخان ، كل ذلك من اجل تلبية حاجياته المتنوعة و المختلفة.

وهنا يقول بعض المؤرخون ان هناك اهتماما واضحا بالاتصال ودوره في الحياة الانسانية ظهر قبل القرن الخامس قبل الميلاد في كتب البابليين والمصريين القدامى وغيرها، ويعد كل من ارسطو ومعلمه افلاطون من الاوائل الذين عاشا قبل الميلاد من المؤسسين لفن الاتصال، وقد توصل كلا من هما الى ان الاتصال فن وصناعة يمكن تعليمها بتمرين، والاتصال بالنسبة لأرسطو هو نشاط شفهي يحاول فيها المتحدث ان يقنع غيره، وان يحقق هدفه مع المستمع عن طريق صياغة ماهرة للحجج التي يعرفها.

فالاتصال وظيفة اجتماعية مهمة، الهدف منها تنظيم وتوجيه مجموعة المعاملات الانسانية، التي تحدث في المجتمع فانه بات ايضا مهما في كل المؤسسات مهما كان النشاط الذي تؤديه في المجتمع، من منطلق انها وحدة اجتماعية تتكون من مجموعة من الافراد تجمعهم علاقات العمل والتي تتطلب تنظيمها وتوجيهها وفق ما يخدم نشاط المؤسسة وهذا طبعا لا يتحقق الا باستخدام عامل الاتصال باعتباره آداة لتواصل بين افراد المؤسسة من اجل تحقيق الاهداف المسطرة. (بلحاجي وهيبه، 2002، ص04)

فلقد تخطى الاتصال من كونه ضرورة اجتماعية للتعامل ليصبح يمس جميع مؤسسات المجتمع وتنظيماتها المختلفة، ويتنوع بتنوع هذه المؤسسات ولذا نجد انواع مختلفة من الاتصال منها الاتصال الشخصي والاتصال الذاتي وكذلك الاتصال المؤسسي.

هذا الاخير يتم في المؤسسات والشركات يلعب دور هام داخلها فلا يمكن دراسة سلوك الافراد في المؤسسات الرسمية دون التعرض الى مفهوم الاتصال، فهو بمثابة العمود الفقري للتنظيم وفعاليتها وهنا يمكن تشبيه دور لاتصال داخل المؤسسة بمثابة الدم الذي يجري في عروق الانسان، ودره في نقل الدم الى كافة اعضاء الجسم، فهو يحافظ على استمرارية العمل داخل المؤسسة وترتفع كفاءة العمل كلما كانت الانظمة الاتصالية جيدة فهو يحدد التماسك بين اعضاء المؤسسة. (بوعيط جلال الدين، 2009، ص15)

فنجاح المؤسسة هو عبارة عن تظافر جهود الافراد فيما بينهم وقدرتهم على فهم المفاهيم والافكار الجديدة، التي تساعدهم على العمل والتأقلم مع كل الظروف المحيطة بالمؤسسة .

فالمؤسسات الاعلامية الرياضية مهما تنوعت سواء المسموعة او المقروء او السمعية البصرية ,تتكون مجموعة من الافراد أو ما يعرف بالصحافيين يقومون بأعمال داخلها، من اجل ايصال المعلومات والاحبار الى الناس والصحافيين عند ادائهم لمهامهم يقومون مجموعة من الاتصالات ، التي تنوع من اتصال الشخصي او اتصال مؤسستي ، ولهذا فإن الصحافيين يحتاجون الى الاتصال من اجل القيام بمهامهم وسنحاول في دراستنا هذه تسليط الضوء على اذاعة لمسيلة كنموذج من المؤسسة اعلامية التي يوجد بها اعلاميين يقومون باتصالات عديدة اثناء ادائهم لمهامهم داخلها او خارجها، وسنحاول من خلال دراستنا هذه التعرف على دور الاتصال المؤسستي في تحسين اداء الصحافيين في هذه المؤسسات الاعلامية، ومنه نطرح التساؤل التالي : هل للاتصال المؤسستي دور في تحسين اداء الصحافيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية؟

-التساؤل العام:

هل للاتصال المؤسستي دور في تحسين اداء الصحافيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية؟

-التساؤلات الجزئية:

-هل لتنوع الاتصال المؤسستي دور في تحسين اداء الصحافيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية؟

-هل للغة الاتصال المؤسستي دورا في تحسين اداء الصحافيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية؟

-هل لوسائل الاتصال المؤسستي دورا في تحسين اداء الصحافيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية؟

• فرضيات الدراسة :

قبل الخوض في صياغة الفرضيات من المستحسن تعريف الفرض العلمي "هو عبارة عن جملة او جمل عدو تعبر عن إمكانية وجود علاقة بين عامل مستقل وعامل آخر تابع، فهي كافة الاحتمالات او أفكار تتولد في عقل الباحث يسعى إلى إثباتها او نفيها. (محمد عبيدات :1999، ص28)

الفرضية العامة :

-للاتصال المؤسستي دور في تحسين أداء الصحافيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية.

الفرضيات الجزئية:

- لتنوع الاتصال المؤسستي دور في تحسين أداء الصحافيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة جهوية.

-لغة الاتصال المؤسستي دور في تحسين أداء الصحافيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية.

-لوسائل الاتصال المؤسسي دور في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية.

اهداف الدراسة:

-معرفة انواع الاتصال المؤسسي دورها في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية.

-معرفة لغة الاتصال المؤسسي و دورها في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية.

-معرفة وسائل الاتصال المؤسسي دورها في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية.

أهمية الدراسة:

يعتبر الاتصال عاملا حيويا لكل المؤسسات التي ترقب في تجنب المشاكل و الصعوبات التي قد تنشأ بين مختلف العلاقات الانسانية مما جعل عملية الاهتمام بهذا أمرا ضروريا.

وتتجل اهمية هذه الدراسة في معرفة الدور الذي ان يلعبه الاتصال المؤسسي في أداء الصحفيين الرياضيين داخل إذاعة لمسيلة ومدى نجاحه في تحقيق الانسجام والتكامل بين العاملين في المؤسسات الاعلامية.

كما تكمن اهمية هذه الدراسة في إثراء مكتبة الجامعة بموضوع يعالج الاتصال المؤسسي ودره في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين في المؤسسة الاعلامية الجزائرية (إذاعة لمسيلة).

أسباب اختيار الموضوع:

أ- اسباب ذاتية:

الرغبة في كسب الخبرة حول عملية الاتصال في المؤسسة الاعلامية التي تسمح لنا بالدخول للحياة المعرفية والعلمية.

ارضاء لفضولنا كطلبة للتعرف على سيرورة العميلة الاتصالية داخل المؤسسة الاعلامية باعتبارها مؤسسة لها دور في الحياة المجتمع.

ب- الاسباب الموضوعية:

اثراء البحث العلمي عامة وجامعة لمسيلة خاصة بموضوع الاتصال المؤسسي باعتباره أحد العناصر الهامة في تطوير وتسير المؤسسات.

معرفة واقع الاتصال المؤسسي إذاعة لمسيلة الجهوية ومكانته فيها كأسلوب لتواصل فيما بين الصحفيين.

حدائة الموضوع وجديته وقلة البحوث العلمية التي تناولت الاتصال المؤسسي في المؤسسات الاعلامية (اذاعة لمسيلة) ودوره في تحسين اداء الصحفيين فيها.

تمهيد:

يعتبر الإطار المنهجي للبحث أحد الجوانب الهامة، بحيث لا يمكن لأي باحث أن يتخلى عنه، وهناك علاقة وطيدة بين موضوع البحث ومنهجه، فلكي يتم تأسيس عمل منهجي منظم لابد من توضيح جميع الجوانب والإجراءات التي يتم القيام بها أثناء عملية الدراسة، لكي يكون البحث موضوعي ويسير للمطلع فهم وتفسير النتائج على ضوء المعلومات الواردة فيه.

وقد جاء هذا الفصل ليوضح الخطوات المنهجية المتبعة في موضوع الدراسة والمعونة ب "الاتصال المؤسسي ودوره في تحسين اداء الصحفيين بإذاعة لمسيلة" من خلال عرض المنهج المتبع فيها، بالإضافة إلى الدراسة ومجالاتها المكانية والزمانية وكذا أدوات جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

1- الدراسة الاستطلاعية:

قبل الشروع في الدراسة الميدانية والتي تتمثل في توزيع استمارة الاستبيان على الصحفيين وإعلاميين العاملين في إذاعة مسيلة ارتأينا القيام باستطلاع أولي تمثل في زيارتنا للمدينة للإذاعة بهدف إتاحة الفرصة لي كباحث لمعرفة بعض الجوانب المحيطة بالموضوع الدراسة ومن أهمها:

- التعرف على مكان ومدى إمكانية إجراء هاته الدراسة.

- تحديد العينة وطريقة اختيارها ومعرفة الأجواء والظروف المحيطة.

- التقرب أكثر من أفراد العينة (الصحفيين، منشطين والإعلاميين، تقنيين).

وكون موضوع الدراسة متعلق بالاتصال المؤسسي ودوره في تحسين اداء الصحفيين بإذاعة مسيلة الجهوية فإن مجتمع الدراسة يمثل الصحفيين والإعلاميين بإذاعة مسيلة الجهوية والذي يبلغ عددهم (10) وذلك حسب المعلومات المقدمة من طرف مديرة الإذاعة وبعض الصحفيين المختصين في المجال الاعلامي بإذاعة.

2- المهج المتبع في الدراسة:

من المؤكد أن البحث العلمي ما هو إلا سلسلة منظمة من المراحل المضبوطة بجملة من القواعد، والتي تسعى وفي كل العلوم إلى الوصول إلى حقيقة سميتها الموضوعية والدقة والترتيب، ولقد تعددت المناهج العلمية للبحث تبعا لتعدد مواضيع الدراسات في العلوم الانسانية والاجتماعية وذلك من أجل الوصول الى الحقائق بطريقة علمية دقيقة ويعرف المنهج على أنه "مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق اهداف بحثه. (رشيد زرواتي: 2002، ص91).

وقماشيا مع اهداف وطبيعة موضوع الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي كوسيلة لتحليل موضوعنا، والذي عرف بأنه أحد أشكال التحليل العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة. (سامي محمد ملحم: 2006، ص370)

ولا يقتصر المنهج الوصفي على وصف الظاهرة وجمع المعلومات فيها، بل لابد من تصنيف هذه المعلومات وتنظيمها وتلخيصها بعناية، ثم تحليل تلك المعلومات والأدلة بعمق في محاولة لاستخلاص تعميمات ذات معنى ومغزى تؤدي إلى تقدم المعرفة. (عبيدات، ذوقان وعيس عبد الرحمان: 2006، ص248)

وحتى مع التفضيل كثير من الناس بعض الأنواع التطبيقية الأخرى التي تقدم نتائج عملية مباشرة، فان المنهج الوصفي هو بحث أساسي قد يؤدي إلى نتائج أكثر فائدة من البحوث التطبيقية، بل قد يعتمد على أثر تلك الدراسة البحتة إلى مجال أوسع أثر أكبر. (فان دالين: 1969 ، ص13)

-3مجتمع وعينة الدراسة :

المجتمع الاصلي في هذه الدراسة هو الصحفيين في إذاعة لمسييلة، وذلك لأنه الأقرب وأكثرها ملائمة وخدمة لنتائج الدراسة وذلك انطلاقا من آراء المحكمين، وبعد الاطلاع على متغيرات الدراسة، وبعد التشاور مع الاستاذ المشرف واستشارة بعض الأساتذة توصلنا الى اختيار عينة الدراسة عينة قصدية و اعتمدنا على اسلوب المسح الشامل تبعا وملائمته لموضوع دراستنا، يتم توزيع استمارة استبيان على الصحفيين والاعلاميين في إذاعة لمسييلة.

-4حدود الدراسة:

من اجل الإحاطة بالمشكلة ومعرفة مختلف جوانبها ،فقد وقع اختيارنا في دراسة هذه الاشكالية على الاعلاميين في الاذاعة المحلية لمسييلة، حيث شملت عينة البحث على (10) من الاعلاميين والصحفيين في الاذاعة ، ولقد كانت الانطلاقة في هذه الدراسة بعد الاجتماع مع الاستاذ المشرف لضبط موضوع الدراسة ضبط حقيقيا و واضح ومن ثم طرح الاشكالية وذلك بداية من شهر نوفمبر 2015 ، حيث باشرنا في جمع المادة في جمع المعلومات الخاصة بالجانب النظري مرورا بمرحلة البحث الميداني مع بداية شهر فيفري ، وتم في اواخر شهر ماي 2016 وضع الخلاصة العامة والتوصيات.

-5أدوات جمع البيانات والمعلومات:

تعتبر أداة الدراسة المحور الذي يستند إليه البحث وتوظيفها يكون بقصد الوصول إلى كشف الحقائق التي تبني عليها الدراسة، وقد تم الاعتماد على :

1- استمارة الاستبيان : والتي تعرف بأنها" نموذج يضم أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف، ويتم تنفيذ الاستمارة إما عن طريق المقابلة الشخصية أو ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد (محمد علي محمد: 1980 ص 339)

ويستخدم الاستبيان لجمع البيانات الميدانية التي لا يتيسر على الباحث جمعها عن طريق أدوات جمع البيانات الأخرى، وقد كانت استمارة الاستبيان هي الملائمة لإجراء هذه الدراسة، ويضم هذا الاستبيان (30) سؤالا، حيث يتم التطرق إلى جميع التساؤلات وذلك عن طريق أسئلة حول التي تدور حول الاتصال المؤسساتي ودوره تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسييلة الجهوية.

ويستخدم الاستبيان لجمع البيانات التي يتيسر على الباحث جمعها عن طريق أدوات البحث الأخرى، وكانت استمارة الاستبيان هي الملائمة لإجراء هذه الدراسة وتضم مجموعة من الأسئلة قد تكون مقيدة او مفتوحة أو مقيدة مفتوحة موزعة على محاور كما يلي:

المحور الاول:

تضمن اسئلة عن لغة الاتصال المؤسسي ودورها في تحسين اداء الصحفيين بإذاعة لمسيلة الجهوية (1-11).

المحور الثاني: تضمن اسئلة عن لنوع الاتصال المؤسسي ودوره في تحسين اداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة (12-20).

المحور الثالث: تضمن اسئلة عن وسائل الاتصال المؤسسي ودورها في تحسين الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية (21-30).

2-المقابلة: كما استنعتنا في دراستنا على اداة المقابلة مع بعض الصحفيين الرياضيين وعلى رأسهم مديرة الاذاعة وكذلك الالتقاء مع بعض التقنيين والمقابلة هي تقنية وتفاعل مباشرة مع المبحوثين ويعرهما انجلش بأنها محادثة موجهة يقوم بها الباحث مع المبحوثين بغرض الحصول معلومات لتوظيفها بالبحث العلمي.

3- طريقة التحليل البيليوغرافي:

وهي الطرق المستعملة وتتمثل في جمع المعلومات النظرية من المراجع التي لها صلة بموضوع الدراسة وذلك لإعطائها صيغة علمية.

6- الخصائص السيكو مترية:

للتحقق من صلاحية أداة الدراسة، والتأكد من توفرها على الخصائص السيكو مترية تم تطبيقها على عينة تتكون من (10) من الصحفيين والإعلاميين وذلك بعد الصياغة النهائية للاستمارة ثم الشروع في توزيعها على أفراد العينة ابتداء من 8-4-2016 وقد دام العملية حوالي اسبوع لجمع كافة الاستمارات وتفرغها.

صدق الأداة:

ويعد أهم الشروط لواجب توفرها في ادوات القياس وهو من أهم معايير جودة الاختبار وعرفه انتازي (1990) ANATASI " أن صدق الاختبار يعني ما الذي يقيسه وكيفه صحة هذا القياس ويعرفه ليند كويت " هو الدقة التي يقيسها الاختبار ما وضع من اجله. (محمد نصرالدين رضوان: 2003، ص 177)

ومن اجل صدق الاداة اعتمد الباحثون على أكثر من وسيلة وهي كالتالي:

الصدق الظاهري: يشر هذا النوع من الصدق إلى إذا ما كانت أداة الدراسة تبدو كما لو كانت تقيس أو لا تقيس ما وضعت من أجل قياسه، حسب احمد سعاف صالح " يعد الاختبار صادقا إذا كان يقس ما اعد لقياسه فقط، اما إذا اعد لسلوك ما وقاس غيره لا تطبق عليه الصدق. (أحمد السعاف صالح:1989،ص 169)

صدق المحتوى: هو قياس مدى تمثيل الأداة الدراسة لنواحي الجانب المقاس، عن طريق تحليل عناصر الاستبيان تحليلًا منطقيًا لتحديد الأبعاد والمحاور، والجوانب المتمثلة فيه، وسنة كل منها إلى الاستبيان بأكمله، وقد اعتمد الباحث على ما يلي لتقنين هذا النوع من الصدق:

-المراجع العلمية والدراسات السابقة.

-حكم الخبراء والمختصين من أجل مدى معرفة مدى التوافق بين أسئلة الاستبيان وإشكالية وفرضيات البحث وبغية تحري الصدق موضوعية الأداة العلمية فمنها عرض الاستمارة على بعض الأساتذة في معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية في قسم الإعلام والاتصال الرياضي الذين يعتبرون كمحكمين، وبعد موافقة الاستاذ المشرف ولأخذ بعين الاعتبار الملاحظات والتوجيهات لمقدمة من طرف الأساتذة المحكمين فما بعملية توزيع الاستمارة الإستبائية على أفراد العينة.

7-الإجراءات التطبيقية الميدانية للأداة:

-المجال المكاني: تم إجراء الدراسة في الإذاعة المحلية لولاية مسيلة.

-المجال الزمني: تم إنجاز البحث في الفترة الممتدة من بداية شهر نوفمبر 2015 إلى غاية بداية شهر ماي 2016.

الدراسة النظرية: من بداية شهر نوفمبر 2015 إلى نهاية شهر مارس 2016.

الدراسة الميدانية: من شهر افريل 2016 إلى غاية شهر ماي 2016.

8- الأساليب الإحصائية:

لقد اتبعت مجموعة البحث على الأساليب الإحصائية المتمثلة في النسبة المئوية كأسلوب إحصائي يخدم الموضوع كي يأخذ الشكل المقتن وذلك بإتباع القانون التالي:

$$س = (ك * 100) / مج$$

س: النسبة المئوية لكل سؤال.

مج: مجموع التكرارات.

ك: تكرارات الصحافيين. (محمد نصر الدين رضوان: مرجع سابق، ص75)

طريقة تحليل الأشكال:

الفصل الثالث : الإجراءات الميدانية للدراسة

استخدمنا الدوائر كأشكال لتبيين معطيات الجداول وتحويلها إلى درجات الزوايا التي يحتلها كل اقتراح من الدائرة، وكانت طريقة حسابها بالقاعدة الثلاثية كالتالي:

$$(z = s * 100 / 360)$$

z = درجة الزاوية التي يحتلها هذا الاقتراح من الدائرة.

s = النسبة المئوية للاقتراح. (محمد نصر الدين رضوان: مرجع سابق، ص75).

المحور الأول: لتنوع الاتصال المؤسسي دورا في تحسين أداء الصحافيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية.

السؤال الأول: هل يوجد اتصال بينك وبين إدارة الإذاعة؟

1-1- الغرض من السؤال: معرفة بين الصحافيين إدارة الإذاعة.

1-2- جدول رقم 01: يبين إمكانية وجود اتصال بين الصحافي وإدارة الإذاعة.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
يوجد	10	100%
لا يوجد	0	00%
المجموع	10	100%

1-3- التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 01: يمثل إمكانية وجود اتصال بين الصحافيين وإدارة الإذاعة

1-4- تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال نتائج الجدول يتضح لنا أنّ الصحافيين المستجوبين أجابوا نسبة 100% أي أنه يوجد اتصال بينهم وبين إدارة الإذاعة.

1-5- الاستنتاج:

من خلال نتائج نستنتج ما يلي أن انه يوجد اتصال بين الصحافيين وإدارة الإذاعة لان الإذاعة تحتاج إلى اتصال بين الصحافيين من اجل إنجاحها بثها الإذاعي.

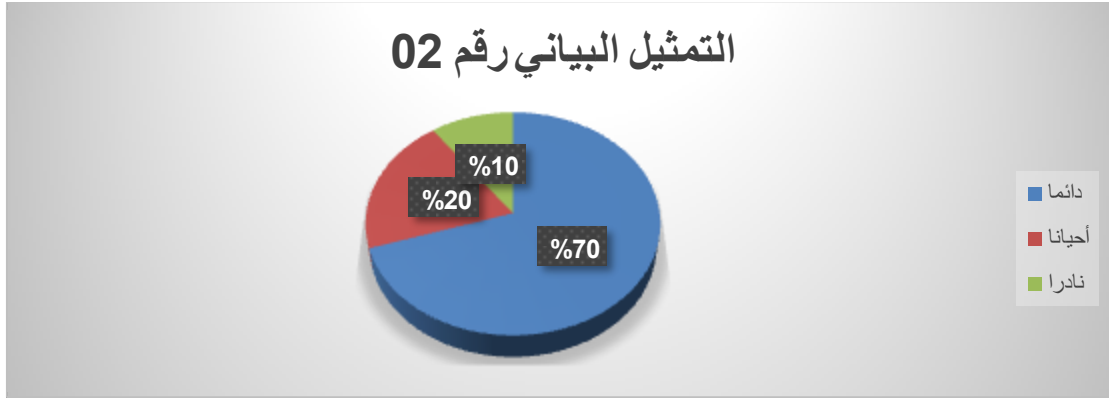
2-السؤال الثاني: هل يوجد بينك وبين زملائك اتصال اثناء اداء المهام الموكلة لهم.

2-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كان هناك اتصال بين الصحفيين أثناء اداء مهامهم الموكلة لهم.

2-2-الجدول رقم 02: يبيّن وجود اتصال بين الصحفيين أثناء أداء المهام الموكلة.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	07	70%
أحيانا	02	20%
نادرا	01	10%
المجموع	10	100%

2-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 02: يمثّل وجود اتصال بين الصحفيين اثناء اداء المهام الموكلة لهم.

2-4-تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نلاحظ أنّ 70% تتمثل الاختيار الأول "دائما" أي ان الصحفيين يؤكّدون بانه يوجد اتصال بينهم ، أمّا الاختيار الثاني "أحيانا" بلغت نسبته 20% أي أنّه أحيانا ما يوجد اتصال بينهم ،والاختيار الثالث "نادرا" بلغت نسبته 10% أي أنّه نادرا ما يكون هناك اتصال بينهم.

2-5-الاستنتاج:

نستنتج من إجابات صحفي الإذاعة المستجوبين أنه يوجد اتصال بينهم أثناء اداء المهام الموكلة لهم أي انه يوجد اتصال افقي بينهم.

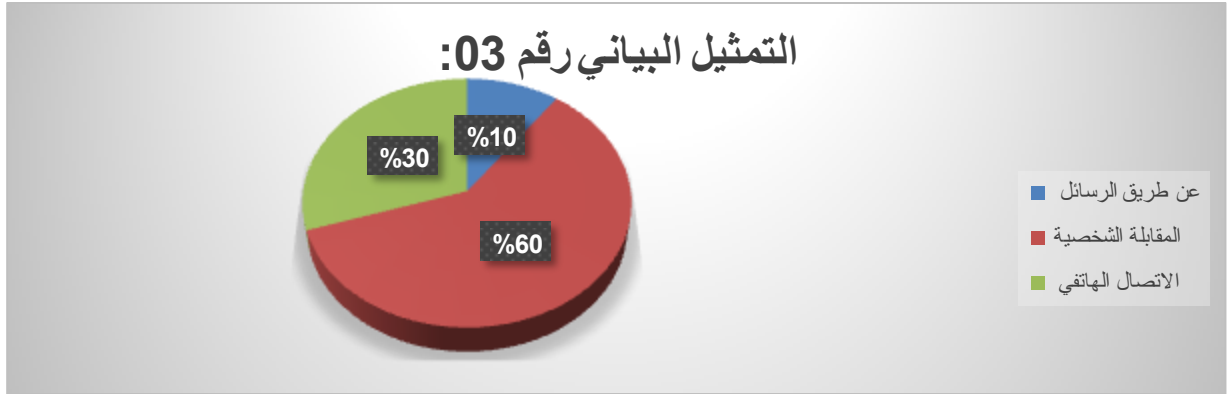
3-السؤال الثالث: كيف يتم الاتصال بإدارة الاذاعة؟

3-1-الغرض من السؤال: معرفة الوسائل التي يستعملها الصحفيين للاتصالهم بإدارة الاذاعة.

3-2-الجدول رقم 03: يبيّن الوسائل التي يستعملها الصحفيين للاتصال بإدارة الاذاعة.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
عن طريق الرسائل	01	10%
المقابلة الشخصية	06	60%
الاتصال الهاتفي	03	30%
المجموع	10	100%

3-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 03: يشمل الوسائل التي يستخدمها الصحفيين للاتصال بإدارة الاذاعة.

3-4-تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال نتائج الجدول نلاحظ ان نسبة 10% من الصحفيين أجابوا بأنهم يفضلون الاتصال عن طريق المقابلة الشخصية، وبنسبة 60% من الصحفيين يفضلون الاتصال عن طريق المقابلة الشخصية، بينما ان نسبة 30% من الصحفيين يفضلون الاتصال بإدارة الاذاعة عن طريق لاتصالات الهاتفية.

3-5-الاستنتاج: نستنتج من خلال النتائج المدونة في الجدول ان الصحفيين يفضلون الاتصال بإدارة

الاذاعة عن طريق المقابلة الشخصية لأنها أكثر الوسائل نجاعة العمل الاذاعي او الاعلامي في المؤسسة الاعلامية.

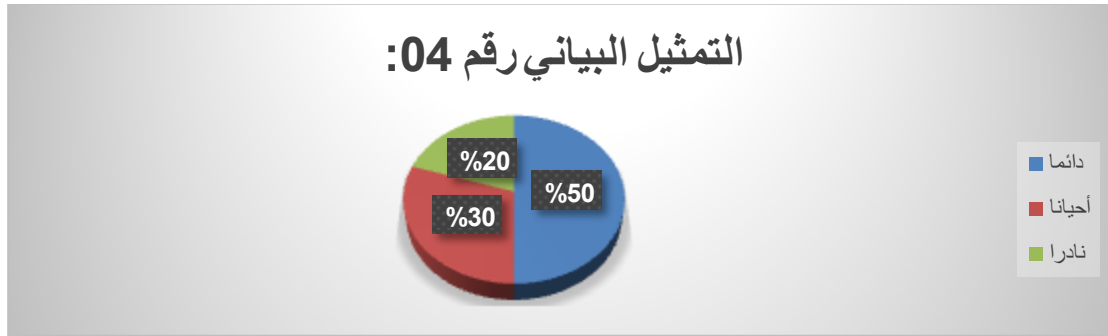
4-السؤال الرابع: هل تشعر بسهولة عملية الاتصال بإدارة الاذاعة؟

4-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كان الصحفيين يشعرون بسهولة عملية الاتصال بإدارة الاذاعة.

4-2-الجدول رقم 04: يبيّن شعور الصحفيين بسهولة عملية الاتصال بإدارة الاذاعة.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	05	50%
أحيانا	03	30%
نادرا	02	20%
المجموع	10	100%

4-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 04: يمثل شعور الصحفيين بسهولة عملية الاتصال بإدارة الاذاعة.

4-4-تحليل ومناقشة النتائج:

يتضح لنا من خلال النتائج المدوّنة في الجدول أعلاه نلاحظ ان نسبة 50% من الصحفيين المستجوبين أجابوا بعبارة "دائما" أي أنهم يشعرون دائما بسهولة علمية الاتصال بإدارة الاذاعة، ونسبة 30% أجابوا بعبارة "أحيانا" أي أنهم أحيانا ما يشعرون بسهولة عملية الاتصال بإدارة الاذاعة، بينما نسبة 20% اجابة بعبارة "نادرا" أي أنهم نادرا ما يشعرون بسهولة عملية الاتصال بإدارة الاذاعة.

4-5-الاستنتاج:

نستنتج من خلال نتائج جدول أن الصحفيين المستجوبين يشعرون بسهولة علمية الاتصال داخل الإذاعة لان هذا يساعد الاذاعة والصحفيين في تقديم عمل إذاعي متميز.

5-السؤال الخامس: هل تشارك في الاجتماعات التي تنظمها الإذاعة؟

5-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كان الصحفيين يشاركون في الاجتماعات التي تنظمها الإذاعة.

5-2-الجدول رقم 05: بين مشاركة الصحفيين في الاجتماعات التي تنظمها الإذاعة.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	03	30%
أحيانا	04	40%
نادرا	03	30%
المجموع	10	100%

5-3-التمثيل البياني



التمثيل البياني رقم 05: يمثل مشاركة الصحفيين في الاجتماعات التي تنظمها الإذاعة.

5-4-تحليل ومناقشة النتائج:

من الصحفيين أجابوا بعبارة "دائما" أي 30% من خلال النتائج الموضحة في الجدول نلاحظ أنّ نسبة من الصحفيين 40% أنهم يؤكّدون بأنّ دائما ما يشاركون في الاجتماعات التي تنظمها الإذاعة، أمّا نسبة أجابوا بعبارة "أحيانا" أي أنهم يؤكّدون أنهم احيانا ما يشاركون في الاجتماعات التي تنظمها الإذاعة، بنما نسبة 30% من الصحفيين أجابوا بعبارة "نادرا" أي أنهم نادرا ما يشاركون في الاجتماعات التي تنظمها الإذاعة.

5-5-الاستنتاج: من خلال الجدول المدون اعلاه نستنتج ان الصحفيين احيانا يشاركون في الاجتماعات

التي تنظمها الإذاعة.

6-السؤال السادس: هل تتلقون رسائل من الجمهور؟

6-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كانت الاذاعة تتلقى رسائل من الجمهور.

6-2-الجدول رقم 06: يبيّن ما إذا كانت الاذاعة تتلقى رسائل من الجمهور.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	07	70%
أحيانا	03	30%
نادرا	00	00%
المجموع	10	100%

6-3-التمثيل البياني:

التمثيل البياني رقم 06:



التمثيل البياني رقم 06: يمثل تلقي الاذاعة لرسائل من الجمهور.

6-4-تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 70% من الصحافيين أجابوا ان الاذاعة دائما تتلقى رسائل من الجمهور، بينما نجد نسبة 30% أجابوا أن الاذاعة احيانا ما تتلقى الرسائل من الجمهور، في حين كانت نسبة 00% نادرا منعدمة.

6-5-الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أنّ لإذاعة تتلقى رسائل من قبل الجمهور وهذا يعنى الاذاعة لها اتصال بالعالم الخارجي.

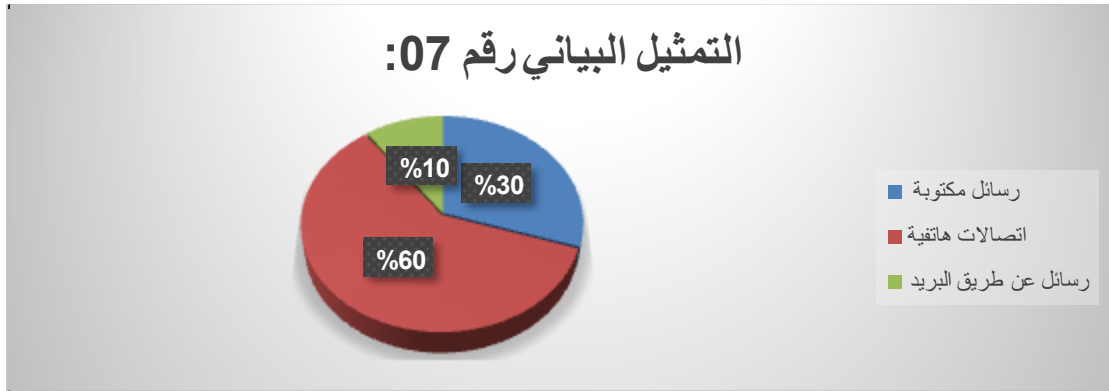
7-السؤال السابع: كيف تكون طبيعة هذه الرسائل؟

7-1-الغرض من السؤال: معرفة طبيعة الرسائل التي تصل الإذاعة من قبل الجمهور.

7-2-الجدول رقم 07: يبيّن طبيعة الرسائل التي تصل الإذاعة من قبل الجمهور.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
رسائل المكتوبة	03	30%
اتصالات هاتفية	06	60%
رسائل عن طريق البريد	01	10%
المجموع	10	100%

7-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 07: يمثل كيفية تكون طبيعة الرسائل التي تلقتها الإذاعة.

7-4-تحليل ومناقشة النتائج: يتضح لنا من خلال البيانات في الجدول أنّ نسبة 30% من الصحفيين

المستجوبين أجابوا بان الإذاعة تتلقى الرسائل عن طريق الرسائل المكتوبة، أما نسبة 60% يؤكّدون ان في الإذاعة تتلقى الإذاعة رسائل عن طريق الاتصالات الهاتفية من قبل الجمهور، أمّا نسبة 10% من الصحفيين فيرون أنّ الإذاعة تتلقى رسائل من قبل الجمهور عن طريق البريد.

7-5-الاستنتاج: نستنتج من خلال تحليل البيانات الموجودة في الجدول أنّ الإذاعة تتلقى رسائل من قبل

الجمهور عن اتصالات هاتفية أي ان الاتصالات الهاتفية هي الوسيلة التي يفضلها الجمهور للاتصال بالإذاعة.

8-السؤال الثامن: هل تجاوبون مع هذه الرسائل؟

8-1الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كانت الإذاعة تتجاوب مع الرسائل التي تصلها.

8-2جدول رقم 08: يبين تجاوب الإذاعة مع الرسائل التي تتلقاها من الجمهور.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	05	50%
أحيانا	04	40%
نادرا	01	10%
المجموع	10	100%

التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 08: يبين تجاوب الإذاعة مع الرسائل التي تصلها من الجمهور.

8-3 تحليل ومناقشة النتائج:

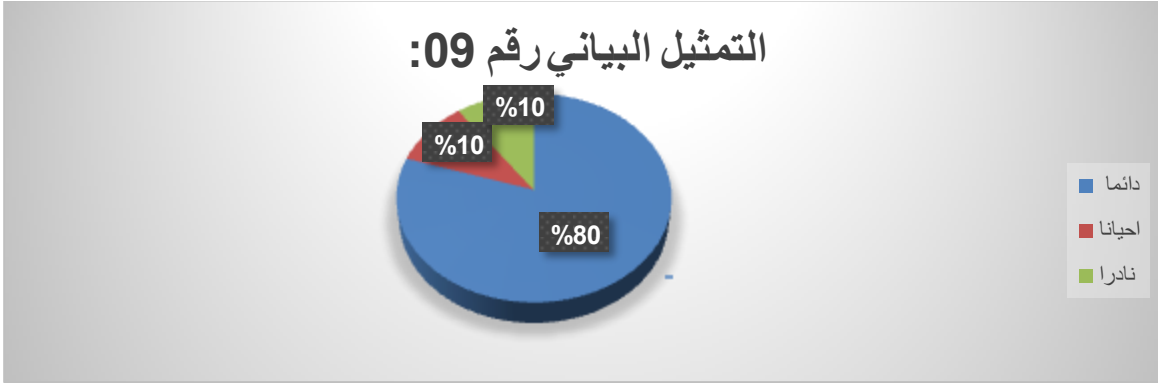
من خلال البيانات الموجودة في الجدول يتضح لنا أنّ نسبة 50% من الصحفيين اجابوا بعبارة " دائما" أي ان الإذاعة دائما تتجاوب مع الرسائل التي تصلها، بينما نسبة 40% من الصحفيين الذين أجابوا بعبارة " أحيانا " أي ان الإذاعة أحيانا ما تتجاوب مع لإذاعة، بينما أن نسبة 10% من الصحفيين اجابوا بعبارة " نادرا" أي ان الإذاعة نادرا ما تتجاوب مع الإذاعة.

8-4الاستنتاج: من خلال نتائج الجدول نستنتج ان الإذاعة تتجاوب مع الرسائل التي تصلها من الجمهور.

- 9-السؤال التاسع: هل تعتقد ان تنوع لاتصال داخل الاذاعة يؤدي ذلك إلى زيادة ادائك فيها؟
- 9-1-الغرض من السؤال: معرفة إذا كان لتنوع الاتصال داخل الاذاعة يؤدي ذلك إلى زيادة اداء فيها.
- 9-2-الجدول رقم 09: يبين تنوع لاتصال داخل الاذاعة يؤدي إلى زيادة الاداء فيها.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	08	80%
أحيانا	01	10%
نادرا	01	10%
المجموع	10	100%

3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 09: يمثل تنوع الاتصال دور في زيادة أداء الصحفيين.

9-4-تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال البيانات الموجودة في الجدول يتضح لنا أنّ نسبة 80% من الصحفيين اجابوا بعبارة " دائما" أي أنهم يؤكّون ان تنوع الاتصال في الاذاعة يؤدي إلى زيادة الاداء في المهم الموكلة لهم، بينما نسبة 10% من الصحفيين الذين اجابوا بعبارة " احيانا" أي أنهم يؤكّدون أنه احيانا " ما يكون لتنوع لاتصال داخل الاذاعة يؤدي إلى زيادة لهم الاداء لمهم الموكلة لهم، بينما أن نسبة 10% من الصحفيين اجابوا بعبارة " نادرا" أي أنهم نادرا ما يكون لتنوع لاتصال دورا في زيادة الاداء لمهامهم.

9-5-الاستنتاج: من خلال تحليل النتائج المتحصل عليها نستنتج أنّ الصحفيين يؤكّدون بان لتنوع الاتصال يزيد من ادائهم للمهام الموكلة لهم.

- 10-السؤال العاشر: كيف تقيم نوعية الاتصالات بينكم وبين ادارة الاذاعة؟
- 1-10-الغرض من السؤال: معرفة تقيم نوعية الاتصالات بينكم وبين إدارة الاذاعة .
- 10-2-الجدول رقم 10: بين تقيم نوعية الاتصالات بين الصحفيين والاذاعة.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
جيدة	06	60%
حسنة	04	40%
سيئة	00	00%
المجموع	10	100%

10-3-التمثيل البياني



التمثيل البياني رقم 10: يمثل تقيم الصحفيين لنوعية الاتصالات بين الصحفيين وإدارة الاذاعة.

10-4-تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال النتائج نلاحظ أنّ نسبة 60% من صحفيي الإذاعة أجابوا بان نوعية الاتصالات بينهم وبين الاذاعة جيدة، في حين أنّ نسبة 40% من الصحفيين أكدوا أنّها حسنة.

10-5-الاستنتاج:

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول نستنتج أنّ نوعية الاتصالات بين الاذاعة و الصحفيين هي جيدة.

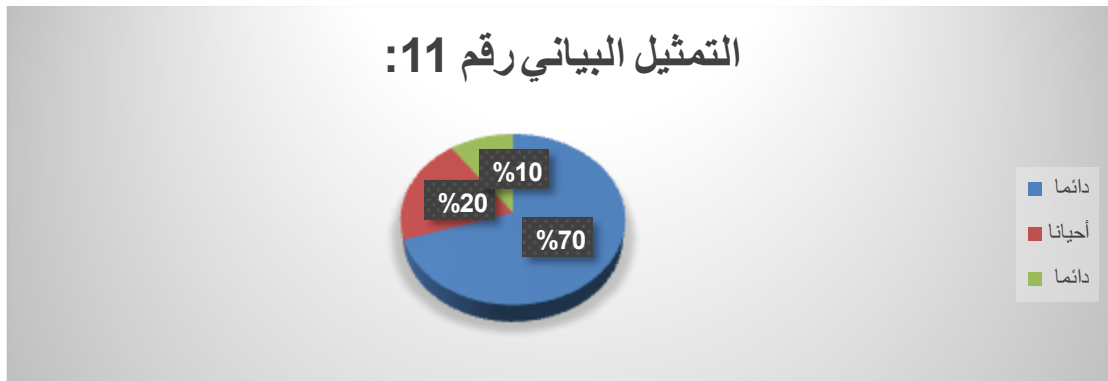
11-السؤال الحادي عشر: هل تطرح المشاكل التي تواجهك امام على إدارة الاذاعة؟

11-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كانت الصحافيين يطرحون المشاكل التي تواجههم امام ادارة الاذاعة.

11-2-الجدول رقم 11: يبين طرح المشاكل التي تواجه الصحافيين على إدارة الاذاعة.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	07	70%
أحيانا	02	20%
نادرا	01	10%
المجموع	10	100%

11-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 11: يمثل طرح الصعوبات التي يواجهها الصحافيين امام الاذاعة.

11-4-تحليل ومناقشة النتائج : من خلال الجدول نلاحظ أنّ نسبة 70% من الصحافيين اجابوا بعبارة

"دائما " أي أنهم يطرحون المشاكل على إدارة الاذاعة، ونسبة 20% من الصحافيين أجابوا بعبارة "أحيانا" أي أنهم أحيانا ما يطرحون المشاكل على إدارة الاذاعة، بينما نسبة 10% من الصحافيين يؤكدون أنهم نادرا ما يطرحون المشاكل على إدارة الاذاعة.

11-5-الاستنتاج:

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول نستنتج أنه الصحافيين يقومون بطرح المشاكل التي

تواجههم امام إدارة الاذاعة.

استنتاج المحور الأول:

ما يمكن استنتاجه من خلال النتائج المتحصل عليها في هذا المحور هو ان الصحفيين في الاذاعة يتصلون بالاذاعة وان الاذاعة تلقي رسائل من الجمهور، وهذا يعني ان الاذاعة تحتك بمحيطها الخارجي وكذلك ان الصحفيين يشعرون بسهولة العملية الاتصالية، وكذلك من أفضل الوسائل التي يتلقى بها الاذاعة الرسائل من قبل الجمهور هي الاتصالات الهاتفية، أكد الصحفيين ان لتنوع الاتصالات في الاذاعة يؤدي إلى زيادة الاداء في المهام الموكلة لهم، وأن الاذاعة تجاوب الاذاعة مع الرسائل التي تصلها من قبل الجماهير، وكذلك أكد الصحفيين انهم يوجد اتصال بينهم وهذا لان العمل الاعلامي يتطلب اتصال بين جميع الاطراف لإنجاح العمل الاذاعي أو الاعلامي.

المحور الثاني: اللغة الاتصال المؤسسي دورا تحسين أداء الصحافيين الرياضيين بإذاعة المسيلة الجهوية.

- 1-السؤال الثاني عشر: هل المعلومات المقدمة لك في إذاعة لمسيلة سهلة الفهم؟
- 1-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كانت المعلومات المقدمة لصحافيين سهلة الفهم.
- 1-2-الجدول رقم 12: يبين سهولة المعلومات المقدمة لصحافيين سهلة الفهم.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	10	100%
لا	00	00%
المجموع	10	100%

1-3- التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 12: يمثل سهولة فهم المعلومات المقدمة لصحافيين.

1-4- تحليل ومناقشة النتائج

من الإذاعيين اختاروا العبارة " نعم " أي أنّ الصحافيين يرون ان % يتضح لنا من خلال الجدول أنّ 100 المعلومات المقدمة سهلة الفهم.

1-5- الاستنتاج:

نستنتج من خلال تحليل البيانات أنّ صحافيي الإذاعة الجهوية يؤكّدون المعلومات المقدمة لهم سهلة الفهم.

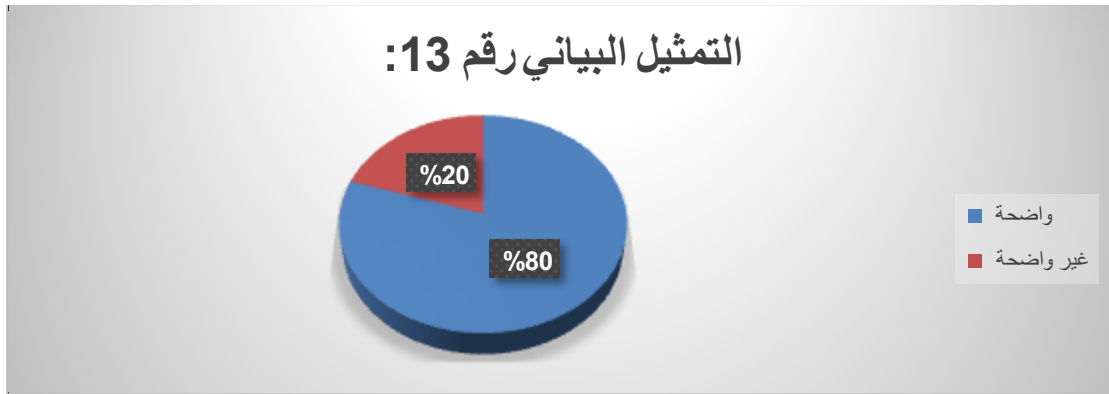
2-السؤال الثالث عشر: هل هذه المعلومات المقدمة من طرف الإذاعة واضحة؟

2-1-الغرض من السؤال: التعرف على وضوح المعلومات المقدمة لصحافيين.

2-2-الجدول رقم 13: يبين إذا كانت المعلومات المقدمة لصحافيين واضحة.

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
واضحة	08	80%
غير واضحة	02	20%
المجموع	10	100%

2-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 13: يمثل وضوح المعلومات المقدمة لصحافيين من طرف الإذاعة.

2-4-تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال الجدول نلاحظ أنّ نسبة 80% والتي تمثّل الاختيار " نعم " من صحفيي إذاعة المسيلة الجهوية وهذا الاختيار يعني أنّ المعلومات المقدمة من طرف الإذاعة تبدو واضحة، بينما كان الاختيار "لا" بنسبة 20% وهذا اختيار يعني أن المعلومات المقدمة لصحافيين غير واضحة.

2-5-الاستنتاج: نستنتج من خلال تحليل نتائج الجدول أعلاه أنه الصحافيين من يؤكّدون ان المعلومات المقدمة واضحة.

3-السؤال الرابع عشر: هل تناقش هذه المعلومات مع زملائك في إذاعة؟

3-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كان الصحفيين يتناقشون حول المعلومات التي تصلهم.

3-2-الجدول رقم 14: يبيّن قيام الصحفيين بمناقشة المعلومات مع الزملاء.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	05	50%
أحيانا	04	40%
نادرا	10	10%
المجموع		100%

3-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 14: يمثل إذا ما كان الصحفيين يقومون بمناقشة المعلومات مع زملائه.

3-4-تحليل ومناقشة النتائج: من خلال الجدول نلاحظ أنّ نسبة 50% من الصحفيين أجابوا بعبارة "

دائما" أي أنهم يؤكّدون على أنهم دائما يقومون بمناقشتها، في حين بلغت النسبة 40% من الصحفيين

أجابوا بعبارة " أحيانا" أي أنهم يؤكّدون أنهم أحيانا ما يقومون بمناقشتها، بينما بلغت نسبة 10% من

الصحفيين اجابوا بعبارة "نادرا" أي أنهم يؤكّدون نادرا ما يقومون بمناقشتها.

3-5-الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول، نستنتج أنّ صحفيي إذاعة المسيلة الجهوية

يؤكّدون أنهم يقومون بمناقشة المعلومات مع الزملاء.

4-السؤال الخامس عشر: هل تستعين بالزملاء لفهم هذه المعلومات؟

4-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كان الصحفيين يستعينون بزملائهم لفهم المعلومات.

4-2-الجدول رقم 15: يبين الصحفيين استعان الصحفيين بالزملاء لفهم المعلومات.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	05	50%
أحيانا	04	40%
نادرا	01	10%
المجموع	10	100%

4-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 15: يمثل استعانة الصحفيين بزملائهم لفهم المعلومات .

4-4-تحليل ومناقشة النتائج: من خلال الجدول نلاحظ أنّ نسبة الإجابة بعبارة دائما بلغة 50% من

الصحفيين يؤكدون أنهم دائما يستعينون بزملائهم لفهم المعلومات ، وفي حين ان نسبة 40% أجابوا بأنهم

احيانا ما يستعينون بالزملاء لفهم المعلومات ، بينما نسبة 10% أجابوا بأنهم نادرا ما يستعينون بالزملاء

لفهم المعلومات بالزملاء.

4-5-الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها من خلال التحليل الجدول نستنتج أنّ النسبة الكبيرة

من صحافيي الإذاعة يؤكدون على أنهم ستعينون بالزملاء لفهم المعلومات.

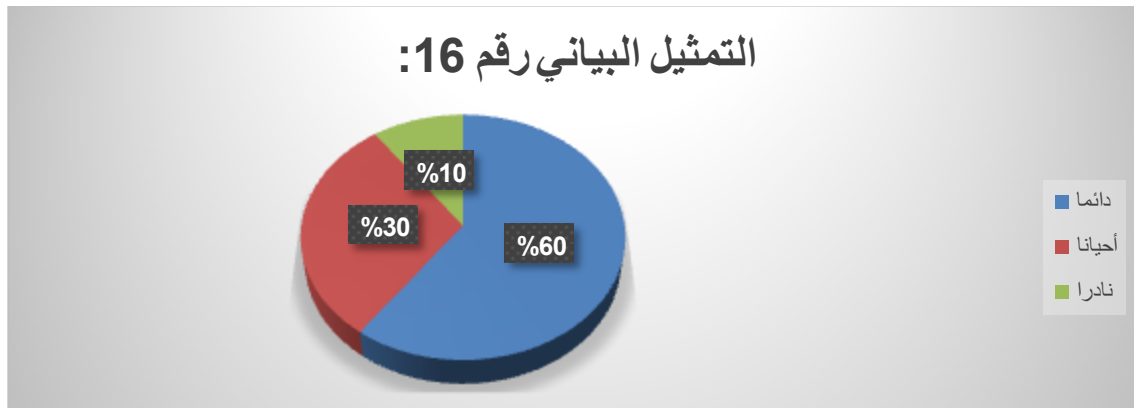
5-السؤال السادس عشر: هل تقوم بأداء المهام الموكلة لك كلها؟

5-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كان الصحفيين يقوم بأداء المهام الموكلة لهم كلها

5-2-الجدول رقم 16: يبيّن ما إذا كان الصحفيين يقومون بأداء المهام الموكلة لهم.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	06	60%
أحيانا	03	30%
نادرا	01	10%
المجموع	10	100%

5-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 16: تمثل قيم الصحفيين بأداء المهام الموكلة لهم.

5-4-تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال النتائج المبيّنة في الجدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 60% الصحفيين الذين أجابوا بعبارة "دائما" وهذه الإجابة تعني أن الصحفيين يؤكدون أنهم دائما يقومون بأداء المهام الموكلة لهم، في حين كانت الإجابة بعبارة "أحيانا" بنسبة 30% وهذا يعني أنه أحيانا ما يقومون بأداء المهام الموكلة لهم، في حين كانت نسبة العبارة "نادرا" 10% أي أنهم نادرا ما يقومون بأداء المهام الموكلة لهم.

5-5-الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها من تحليل بيانات الجدول نستنتج أنّ الصحفيين

يقومون بأداء المهام الموكلة لهم.

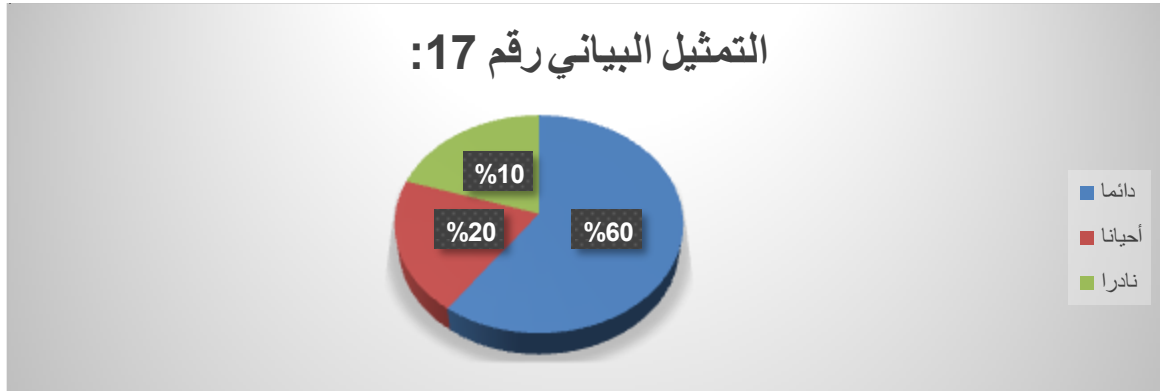
6-السؤال السابع عشر: هل تفهم ما يطلب منك بدقة؟

6-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كان الصحفيين يفهمون ما يطلب منهم.

6-2-الجدول رقم 17: يبيّن فهم الصحفيين لما يطلب منهم.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	07	70%
أحيانا	02	20%
نادرا	01	10%
المجموع	10	100%

6-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 17: يمثل قيام الصحفيين بأداء المهام الموكلة لهم كلها.

6-4-تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال الجدول نلاحظ أنّ نسبة الإجابة الأولى بلغت 60% أي أنّ الصحفيين دائما يفهمون ما يطلب منهم بدقة، في حين بلغت نسبة الإجابة الثانية 20% أي أنّ الصحفيين أحيانا ما يفهمون ما يطلب منهم، ونسبة 10% من الصحفيين أنهم نادرا ما يفهمون ما يطلب منهم.

6-5-الاستنتاج:

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول نستنتج أنّ معظم صحفيي الإذاعة الجهوية يؤكّدون أنهم يفهمون ما يطلب منهم بدقة.

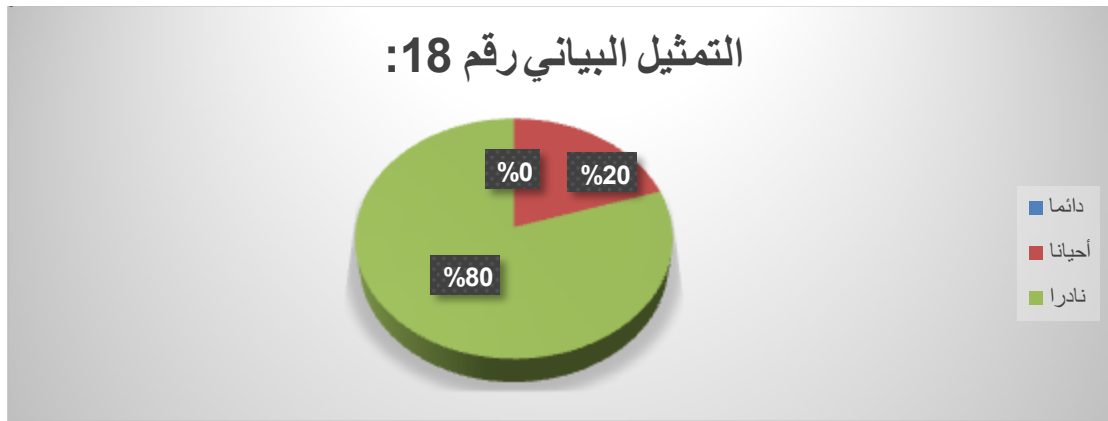
7-السؤال الثامن عشر: هل تواجه الاذاعة صعوبات في إيصال المعلومات لكم؟

7-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كانت الاذاعة تواجه صعوبات في إيصال المعلومات لصحافيين.

7-2-الجدول رقم 18: يبيّن ما إذا كانت الاذاعة تواجه صعوبات في إيصال المعلومات لصحافيين.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	00	00%
أحيانا	02	20%
نادرا	08	80%
المجموع	10	100%

7-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 18: يمثل مواجهة الاذاعة صعوبات في إيصال المعلومات لصحافيين.

7-4-تحليل ومناقشة النتائج: من خلال النتائج المبينة في الجدول نلاحظ أنّ نسبة 00% من صحافيي

الإذاعة أجابوا بالإجابة بعبارة "دائما" أي هي منعدمة، في حين بلغت 20% نسبة الصحافيين الذين أجابوا

بالإجابة الثاني بعبارة " أحيانا أي أنهم يؤكّدون أنه أحيانا ما تواجه الاذاعة صعوبات في إيصال المعلومات،

لهم، بينما كانت الاجابة الثالثة بنسبة 80% بعبارة "نادرا" أي أنهم يؤكّدون نادرا ما تواجه الاذاعة صعوبات

في إيصال المعلومات لهم.

7-5-الاستنتاج: من خلال تحليل النتائج في الجدول أعلاه نستنتج أنّ صحافيي إذاعة المسيلة الجهوية يرون

أنّ لإذاعة لا تواجه صعوبات في إيصال المعلومات لهم.

- 8-السؤال التاسع عشر: هل تجد صعوبة في فهم المسؤولين في إذاعة لمسيلا؟
 8-1-الغرض من السؤال: معرفة إمكانية وجود الصحفيين لصعوبات في فهم المسؤولين.
 8-2-الجدول رقم 19: يبيّن مواجهة الصحفيين لصعوبة في فهم المسؤولين في الاذاعة.

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	10	100%
لا	00	00%
المجموع	10	100%

8-3-التمثيل البياني



التمثيل البياني رقم 19: يمثل وجود صعوبة في فهم المسؤولين في الاذاعة

8-4-تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال ملاحظتنا للجدول نلاحظ أنّ نسبة الصحفيين الذين أكّدوا من خلال لإجابة بعبارة " لا " أي أنهم يؤكدون أنهم لا يجدون صعوبة في فهم المسؤولين في الاذاعة حيث نسبة 100%.

8-5-الاستنتاج:

من خلال تحليل النتائج المدوّنة في الجدول أعلاه نستنتج أنّ الصحفيين لا يجدون صعوبة في فهم المسؤولين في الاذاعة.

9-السؤال عشرين: هل تعتقد انه كلما كانت المعلومات مفهومة كلما أدى ذلك إلى زيادة أداء الصحفيين؟

9-1 الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كانت المعلومات مفهومة كلما أدى ذلك إلى زيادة الأداء. إنَّ معظم صحفيي إذاعة المسيلة الجهوية الذين أجابوا على هذا السؤال كانت إجاباتهم على النحو التالي: أكد الصحفيين المستجوبين أن المعلومات تلعب دورا كبيرا في نجاح العمل الإذاعي فكلما كانت هذه المعلومات مفهومة فإن ذلك يؤدي إلى زيادة الاداء في اداء الماهم الموكلة لهم، فإذا كان فيها خلل هذا سوف يؤدي إلى وجود نقائص في العمل الإذاعي.

استنتاج المحور الثاني:

ما يمكن استنتاجه من خلال النتائج المتحصل عليها أنّ نسبة كبيرة من الصحافيين يؤكّون ان المعلومات المقدمة من طرف الاذاعة سهلة الفهم، وكذلك هم يؤكّون ان هذه المعلومات المقدمة واضحة ولا توجد صعوبات في فهمها، وان الصحافيين يقومون بالتناقص مع بعضهم البعض من اجل فهم كل المعلومات، وان الصحافيين لا يجدون في فهم المسؤولين في الإذاعة. ان وان الصحافيين يقومون بأداء المهام الموكلة لهم كلها، وان الصحافيين يؤكّون انه كلما كانت المعلومات مفهومة كلما أدى ذلك إلى زيادة الأداء في العمل.

المحور الثالث: لوسائل لاتصال المؤسساتي دورا في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية.

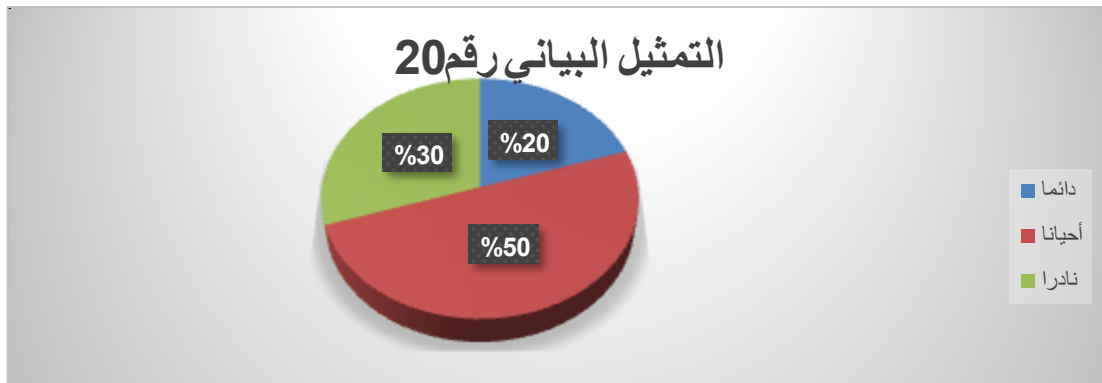
1-السؤال الواحد وعشرين: هل تتلقون المعلومات والمهام مباشرة من المسؤول على الإذاعة؟

1-1-الغرض من السؤال: التعرف ما إذا كان الصحفيين يتلقون المهام من المسؤول على الإذاعة.

1-2-جدول رقم20: يبيّن تلقي الصحفيين المهام من المسؤول على الإذاعة.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	02	20%
أحيانا	05	50%
نادرا	03	30%
المجموع	10	100%

1-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 20: يمثل تلقي الصحفيين المهام من المسؤول على لإذاعة.

1-4-تحليل ومناقشة النتائج: من خلال نتائج الجدول يتضح لنا أنّ الصحفيين المستجوبين بإذاعة المسيلة أجابوا بعبارة "دائما" بنسبة 20% أي أنهم يؤكدون ان دائما ما يتلقى المهام مباشرة من المسؤول على الإذاعة، ونسبة 50% من الصحفيين أجابوا بعبارة "أحيانا" أي أنهم يؤكدون ان أحيانا ما يتلقى المهام من المسؤول على الإذاعة، في حين ان نسبة 30% أجابوا بعبارة "نادرا" أي أنهم نادرا ما يلغون المهام من المسؤول على الإذاعة.

1-5-الاستنتاج: نستنتج من خلال إجابات الصحفيين بالإذاعة المستجوبين لا يتلقى المهام من مسؤول على الإذاعة.

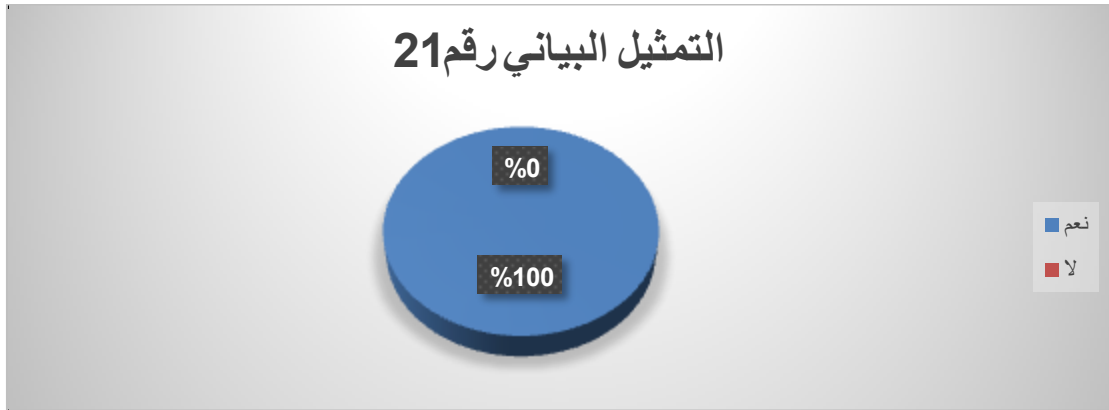
2-السؤال الثاني والعشرين: هل توجد وسائل لتلقي المعلومات؟

2-1-الغرض من السؤال: معرفة الوسائل التي يتلقى بها الصحفيين المعلومات.

2-2-الجدول رقم 21 يبيّن الوسائل التي يتلقى بها الصحفيين المعلومات.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	10	10%
لا	00	00%
المجموع	10	100%

2-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 21: يمثّل وجود إمكانية وسائل لتلقي المعلومات.

2-4-تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نلاحظ أنّ نسبة 100% تمثّل الاختيار الأوّل "نعم" أي أنّه توجد وسائل لتلقي المعلومات، أمّا الاختيار الثاني "لا" بلغت نسبته 00% أي أنّها منعدمة.

2-5-الاستنتاج: إجابات الصحفيين المستجوبين نستنتج انه يوجد وسائل لتلقي المعلومات.

3-السؤال الثالث والعشرين: إذا كان الجواب بنعم فما هي هذه الوسائل؟

3-1-الغرض من السؤال: معرفة الوسائل المجددة لتقلي المعلومات.

من خلال هذا السؤال كانت إجابات الصحفيين كالتالي:

-الاتصالات الهاتفية

-المقابلة الشخصية

-البريد الإلكتروني

-الرسائل المكتوبة

-مواقع التواصل الاجتماعي. (الفاسبوك)

4-السؤال الرابع والعشرين: هل تفضل المقابلة الشخصية مع مدير الاذاعة لطرح افكارك؟
4-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كان الصحفيين يفضلون المقابلة الشخصية مع مدير الاذاعة لطرح الافكار.

4-2-الجدول رقم 23: بيّن تفضيل الصحفيين لطرح أفكارهم بالمقابلة الشخصية مع مدير الاذاعة.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	06	60%
لا	04	40%
المجموع	10	100%

4-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 23: يمثل تفضيل طرح الصحفيين لأفكارهم بمقابلة مدير الاذاعة.

4-4-تحليل ومناقشة النتائج:

يتضح لنا من خلال النتائج المدوّنة في الجدول أعلاه بأنّ نسبة 60% من الصحفيين الذين صرحوا بأنهم يفضلون طرح أفكارهم بالمقابلة شخصية مع مدير الاذاعة، في حين بلغت نسبة 40% من الصحفيين الذين أكدوا بأنهم لا يفضلون طرح المعلومات بالمقابلة الشخصية.

4-5-الاستنتاج: نستنتج من خلال تصريحات الصحفيين بإذاعة المسيلة الجهوية أنهم يفضلون المقابلة الشخصية مع مدير الاذاعة لطرح أفكارهم.

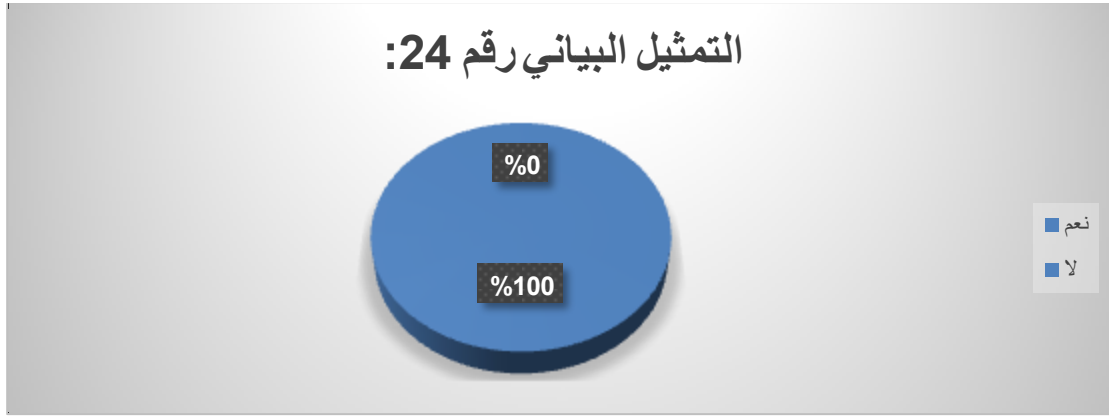
5-السؤال الخامس والعشرين: هل تمتلك الاذاعة مجلة إعلامية.

5-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كانت للإذاعة مجلة إعلامية.

5-2-الجدول رقم 24: يبيّن امتلاك الاذاعة لمجلة إعلامية.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	00	00%
لا	10	10%
المجموع	10	100%

5-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 24: يمثّل امتلاك الاذاعة لمجلة إعلامية.

5-4-تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال النتائج الموضحة في الجدول نلاحظ أنّ نسبة 100% من الصحافيين يؤكّدون بأنّ الإذاعة لا

تمتلك مجلة إعلامية، أمّا نسبة 00% فكانت منعدمة.

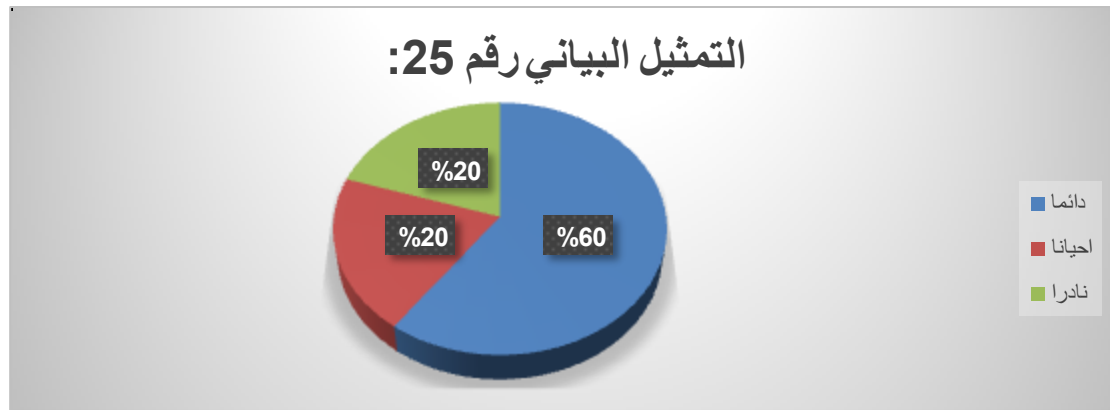
5-5-الاستنتاج: نستنتج أنّ الإذاعة لا تمتلك مجلة إعلامية.

6-السؤال السادس والعشرين: هل تطالع الاعلانات التي تصدر داخل الاذاعة بصورة مستمرة؟
6-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كان الصحفيين يطالعون الاعلانات التي تصدر داخل الاذاعة بصورة مستمرة.

6-2-الجدول رقم 25: يبيّن مطالعة الصحفيين للإعلانات التي تصدر داخل الاذاعة.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	06	60%
أحيانا	02	20%
نادرا	02	20%
المجموع	10	100%

6-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 25: يمثل مطالعة الصحفيين للإعلانات التي تصدر داخل الاذاعة.

6-4-تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال النتائج المبينة في الجدول نلاحظ أنّ الإجابة على السؤال كانت نسبة 60% من الصحفيين أجابوا بعبارة "دائما" أي أنّهم دائما يطالعون الاعلانات التي تصدر داخل الاذاعة، بينما نسبة 20% منهم يرون أجابوا بعبارة "أحيانا" أي أنّهم أحيانا ما يطالعون الاعلانات التي تصدر داخل الاذاعة، ونسبة 20% أجابوا بعبارة "نادرا" ما يطالعون الاعلانات التي تصدر داخل الاذاعة.

6-5-الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أنّ الصحفيين يطالعون الاعلانات التي تصدر داخل الاذاعة.

7-السؤال السابع والعشرين: هل تشارك في عملية التخطيط للبرامج في إذاعة؟

7-1-الغرض من السؤال: معرفة مشاركة الصحفيين في عملية التخطيط للبرامج في الاذاعة.

7-2-الجدول رقم 26: يبيّن مشاركة الصحفيين في عملية التخطيط للبرامج في الاذاعة.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	04	40%
أحيانا	04	40%
نادرا	02	20%
المجموع	10	100%

7-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 26: يمثل مشاركة الصحفيين في عملية التخطيط للبرامج في إذاعة.

7-4-تحليل ومناقشة النتائج:

يتضح لنا من خلال البيانات في الجدول أنّ نسبة الصحفيين الذين يرون انهم دائما يشاركون في عملية التخطيط للبرامج في الإذاعة هي 40%، أمّا نسبة 40% من الصحفيين فيرون أنهم احيانا ما يشاركون في عملي التخطيط للبرامج في الاذاعة، و20% منهم يرون أنهم نادرا ما يشاركون في عملية التخطيط للبرامج في الإذاعة.

7-5-الاستنتاج:

نستنتج من خلال تحليل البيانات الموجودة في الجدول أنّ بعض الصحفيين في إذاعة المسيلة الجهوية يؤكدون أنهم يشاركون في عملية التخطيط لبرامج في إذاعة والبعض الاخر يؤكد على انه لا يشارك فيها.

8-السؤال الثامن والعشرين: هل تعتبر ان الاعلانات هي من أهم الوسائل التي تعتمد عليها لاطلاعتك على برنامج عملك؟

8-1-الغرض من السؤال: معرفة إذا كانت الاعلانات هي من أهم الوسائل التي يعتمد عليها الصحفيين للاطلاع على برنامج عملهم في الاذاعة.

8-2-الجدول رقم 27: يبين ما إذا كانت الاعلانات تعتبر من أهم الوسائل للاطلاع على برنامج العمل في الاذاعة.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	02	20%
أحيانا	05	50%
نادرا	03	30%
المجموع	10	100%

8-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 27: يمثل اعتبار الصحفيين الاعلانات هي من أهم الوسائل للاطلاع على برنامج العمل في الاذاعة.

8-4-تحليل ومناقشة النتائج: من خلال البيانات الموجودة في الجدول يتضح لنا أن نسبة 20% من الصحفيين الذين أجابوا بعبارة "دائما" أي انهم دائما يعتبرونها من أهم الوسائل للاطلاع على برنامج العمل، أما نسبة 50% من الصحفيين الذين أجابوا بعبارة "أحيانا" أي انهم أحيانا ما يعتبرونها من أهم الوسائل في للاطلاع على برنامج العمل في الاذاعة، بينما نسبة 30% من الصحفيين أجابوا بعبارة "نادرا" ما يعتبرونها من أهم الوسائل التي يعتمدون عليها للاطلاع على برنامج العمل في الاذاعة.

8-5-الاستنتاج: من خلال تحليل النتائج المتحصل عليها نستنتج أن الصحفيين بإذاعة المسيلة الجهوية لا يعتبرون ان الاعلانات من أهم الوسائل لاطلاع على برنامج العمل في لإذاعة.

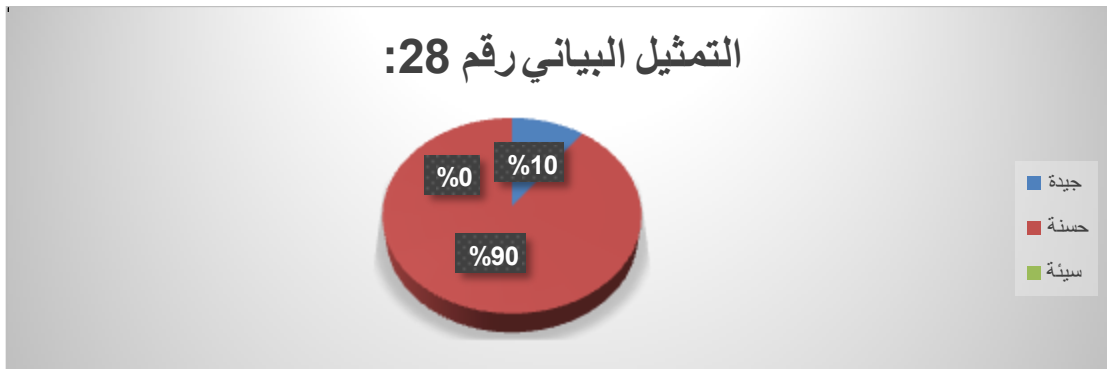
9-السؤال التاسع والعشرين: كيف تقيم نوعية وسائل الاتصال الخاصة بالإذاعة؟

9-1-الغرض من السؤال: معرفة تقييم الصحفيين لنوعية وسائل الاتصال الخاصة بالإذاعة.

9-2-الجدول رقم 28: يبين تقييم الصحفيين لنوعية وسائل الاتصال الخاصة بالإذاعة.

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
جيدة	01	0%
حسنة	09	90%
سيئة	00	00%
المجموع	10	100%

9-3-التمثيل البياني:



التمثيل البياني رقم 28: يمثل تقييم الصحفيين لنوعية وسائل الاتصال الخاصة بالإذاعة.

9-4-تحليل ومناقشة النتائج: من الجدول نلاحظ ان نسبة 10% من الصحفيين أجابوا بعبارة جيدة أي أنهم يؤكدون ان وسائل الاذاعة هي بوضعية جيدة بينما أن نسبة 90% من الصحفيين أجابوا بعبارة "حسنة" أي أنهم يؤكدون أن وضعية الوسائل هي حسنة، بينما نسبة 00% هي منعدمة.

9-5-الاستنتاج: من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول نستنتج أنّ الصحفيين بإذاعة المسيلة الجهوية يقيمون الوسائل الاتصال الخاصة بالإذاعة هي حسنة.

10-السؤال الثالثون: في رأيك هل تعتقد أنه كلما كانت وسائل الاتصال متطورة يؤدي ذلك إلى زيادة المهام بنجاح؟

10-1-الغرض من السؤال: معرفة ما إذا كانت لتطور وسائل الاتصال دور في زيادة المهام بنجاح.

من خلال هذا السؤال كان جواب الصحفيين كما يلي:

أكد الصحفيين أنهم كلما كانت وسائل متطورة فإن ذلك يؤدي إلى زيادة المهام بنجاح، لأن لها أهمية كبير في إعداد كل الاعمال الإذاعية، فإن كانت متطورة فإن ذلك يؤدي بالضرورة إلى زيادة أداء المهام بنجاح وكفاءة. كما انه كلما كانت هذه الوسائل ذات نوعية متطورة فإن ذلك يؤدي إنتاج منتج إعلامي جيد وذو نوعية عالية مما يزيد اهتمام الجمهور به، و بالتالي إرضاء و إشباع حاجياته.

استنتاجات المحور الثالث:

من خلال النتائج نستنتج ان الصحفيين لا يتلقون المعلومات دائما من مدير الاذاعة، وكذلك نستنتج ان الاذاعة تستعمل وسائل لاتصال بالصحافيين منها الاتصالات الهاتفية، ان بعض الصحافيين يفضلون المقابلة الشخصية مع مدير لإذاعة لطرح افكارهم، ونستنتج كذلك ان جلي الصحافيين يؤكدون بان الاذاعة ل لا تمتلك مجلة أو دوريات خاصة بها، بالإضافة إلى أن نوعية وسائل الاتصال بالإذاعة هي حسنة، ويعتقد الصحافيين انه كلما كانت وسائل الاتصال متطورة كلما أدى ذلك إلى زيادة أداء المهام بنجاح.

1- تحليل النتائج في ضوء الفرضيات:

الفرضية الاولى: التي مفادها "لتنوع لاتصال المؤسساتي دروا في تحسين أداء الصحافيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية"

من خلال الجدول رقم 01 نجد أن نسبة 100% من افراد عينة البحث أي الصحافيين يؤكدون بأنهم يتصلون بإدارة الاذاعة، بينما نجد نسبة 00% من الاجابات منعدمة، ومن هذا نستنتج ان الاتصال الصاعد بين الصحافيين في الاذاعة.

ونلاحظ من خلال الجدول رقم 02 نجد ان نسبة 70% من أفراد العينة الصحافيين يؤكدون أنه يوجد بينهم دائما في اتصال اثناء أداء المهام الموكلة لهم، بينما نجد ان نسبة 20% من أفراد العينة يؤكدون انه احيانا ما يوجد اتصال بينهم اثناء أداء المهام الموكلة لهم، في حين نجد ان نسبة 10% من أفراد العينة يؤكدون انه نادرا ما يكون هناك اتصال بينهم اثناء المهام الموكلة لهم.

ومن خلال ملاحظة الجدول رقم 03 نجد ان نسبة 10% من أفراد العينة يؤكدون أنهم يتصلون بإدارة الاذاعة عن طريق الرسائل، في نجد ان نسبة 60% من الصحافيين يؤكدون بأنهم يفضلون الاتصال بإدارة الإذاعة عن طريق المقابلة الشخصية، بينما نجد ان نسبة 30% من الصحافيين يؤكدون بأهم يفضلون الاتصال بإدارة الاذاعة عن طريق الاتصال الشخصي.

من خلال ملاحظة الجدول رقم 04 نجد ان نسبة افراد العينة من الصحافيين يؤكدون أنهم دائما يشعرون بسهولة الاتصال بإدارة الاذاعة، في نجد ان نسبة 30% من أفراد العينة يؤكدون أنهم احيانا ما يشعرون بسهولة لاتصال بإدارة الاذاعة، في حين نجد ان نسبة 20% من أفراد العينة يؤكدون أنهم نادرا ما يشعرون بسهولة الاتصال بإدارة الاذاعة.

من خلال الجدول رقم 05 نجد ان نسبة 70% من أفراد العينة من الصحافيين يؤكدون ان الاذاعة دائما تتلقى رسائل من الجمهور، بينما نجد أن نسبة 30% من أفراد العينة يؤكدون ان نادرا ما يتلقى رسائل من الجمهور، في حين نسبة 00% منعدمة.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 أن نسبة 30% من أفراد العينة من الصحافيين يؤكدون ان طبيعة الرسائل التي تتلقها الاذاعة من الجمهور هي رسائل كتابية، في حين أنه نسبة 60% من أفراد العينة من الصحافيين يؤكدون ان طبيعة الرسائل التي تتلقاها الاذاعة تتمثل في اتصالات هاتفية، بينما نجد أن نسبة 10% من الصحافيين يؤكدون ان طبيعة الرسائل التي تتلقاها الاذاعة تكون رسائل عن طريق البريد.

ومن خلال الجدول رقم 07 نلاحظ أن نسبة 60% من أفراد العينة من الصحافيين بالإذاعة يؤكدون الاذاعة دائما تتجاوب مع الرسائل، في حين نلاحظ أن نسبة 30% من الصحافيين يؤكدون انه احيانا ما تتجاوب

الاذاعة مع الرسائل التي تتلقها من الجمهور، بينما نجد أن نسبة 10% من أفراد العينة يؤكدون أنه نادرا ما تتجاوب مع هذه الرسائل التي تتلقى من الجمهور.

ونلاحظ من خلال الجدول رقم 08 من نجد أن نسبة 80% من أفراد العينة يعتقدون دائما يكون لتنوع الاتصال داخل الاذاعة يؤدي إلى زيادة ادائهم، في حين ان نسبة 10% من أفراد العينة يؤكدون أحيانا ما يكون لتنوع الاتصال في لإذاعة يؤدي إلى زيادة ادائهم. بينما أن نسبة 10% من أفراد العين من الصحفيين يؤكدون أنه نادرا ما يكون لتنوع الاتصال في لإذاعة يؤدي إلى زيادة أدائهم فيها.

ومن خلال الجدول رقم 09 نجد ان نسبة من الصحفيين يقيمون نوعية نوع الاتصال بينهم وبين إدارة الاذاعة جيدة، بينما ان نسبة من الصحفيين يقومون نوعية الاتصال بينهم إدارة الاذاعة حسنة، في نجد ان نسبة من الصحفيين يقومون ان نوعية الاتصال بينهم وبين إدارة الاذاعة سيئة.

ومن كل هذا نستنتج أنه هناك اتصال بين الاذاعة والصحفيين أي من الاسفل نحو الأعلى والعكس صحيح يهتم بإيصال كل المعلومات المتعلقة بالعمل الاعلامي في الاذاعة، كما نجد ان هناك سهولة في العملية الاتصال داخل الاذاعة وهذا يؤكد عل ان الاذاعة يعمل على توفير كل الامكانيات والوسائل لصحفيين من أجل تحقيق أهداف الاذاعة، وان هاك اتصال بينهم، وكام اشار "محمود المساد" في كتابه الادارة الفعالة "بان الاتصال النازل دور في تحقيق أهداف وغايات المؤسسة و منه فإن هذه الفرضية محققة.

الفرضية الثانية والتي مفادها " للغة للاتصال المؤسساتي دورا في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية"

من خلال الجدول رقم 12 نجد ان نسبة 10% من الصحفيين يؤكدون ان المعلومات المقدمة من الاذاعة سهلة الفهم، في ان نسبة عدم الفهم كانت منعدمة تماما.

ومن خلال الجدول رقم 13 نجد ان نسبة 80 % من الصحفيين يؤكدون بان هذه المعلومات واضحة، بينما نجد ان 20% من الصحفيين يؤكدون ان هذه المعلومات غير واضحة.

وبين الجدول رقم 14 ان نسبة 50% من الصحفيين دائما يناقشون هذه المعلومات مع زملائهم فلهم هذه المعلومات ن بينما ان نسبة 40% من الصحفيين يؤكدون بأهم احيانا ما يناقشون هذه المعلومات زملائهم لفهم هذه المعلومات، في حين نجد ان نسبة 10% من الصحفيين يؤكدون بأهم نادرا ما يستعون لفهم هذه المعلومات المقدمة من طرف لإذاعة.

أما في الجدول رقم 15 فنجد أن نسبة 50% من الصحفيين دائما يستعينون بزملائهم لفهم هذه المعلومات، بينما نجد أن نسبة 40% من الصحفيين احيانا ما يستعينون بزملائهم لفهم هذه المعلومات، بينما نجد ان نسبة 10% من الصحفيين أنهم نادرا يستعينون بزملائهم لفهم هذه المعلومات.

من خلال الجدول رقم 16 نلاحظ أن نسبة 60% من الصحفيين أنهم دائما يقومون بأداء كل المهام الموكلة لهم، في حين أن 30% من منهم يؤكدون أحيانا يقومون بأداء المهام الموكلة لهم كلها، 10 منهم يؤكدون بأنهم نادرا ما يقومون بأداء كل المهام الموكلة لهم.

من خلال الجدول رقم 16 نلاحظ أن نسبة 60% يؤكدون على أنهم يقومون بأداء كل المهام الموكلة لهم، بينما نجد أن نسبة 30% من الصحفيين يؤكدون أنهم لا يقومون بأداء كل المهام الموكلة لهم، في حين نجد ان نسبة 10% منهم يؤكدون على أنهم لا يقومون بأداء كل المهام الموكلة لهم.

من خلال الجدول رقم 17 أن نسبة 80 % من الصحفيين أنهم يفهمون بدقة ما يطلب منهم، في حين نجد أن نسبة 10% منهم يؤكدون أنهم لا يفهمون ما يطلب منهم بدقة.

من خلال الجدول رقم 18 نجد أن نسبة 00% منعدمة بالنسبة لصعوبات التي تواجه الإذاعة في إيصالها إلى الصحفيين، بينما نجد نسبة 20% من الصحفيين يؤكدون ان الإذاعة أحيانا ما تواجه صعوبات في إيصال المعلومات لهم، في حين نجد نسبة 80% من الصحفيين يؤكدون أن الإذاعة نادرا ما تواجه صعوبات في إيصال المعلومات لهم.

من خلال الجدول رقم 19 نلاحظ أن نسبة 10% من الصحفيين يؤكدون أنهم لا يواجهون صعوبات في فهم المسؤولين في الإذاعة، بينما نجد أن نسبة 00% منعدمة تماما.

كما يرى الصحفيين أنه كلما كانت المعلومات التي تقدمها الإذاعة لهم مفهومة كلما أدى ذلك إلى زيادة أدائهم في العمل الإعلامي الإذاعي.

من خلال هذه النتائج يتوضح لنا أن اللغة للاتصال المؤسسي دورا كبيرا في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين وهذا من خلال وضوحها وسهولة الفهم، فكلما كانت اللغة مفهومة إن ذلك إلى زيادة أداء الصحفيين في الإذاعة، ومنه نستنتج أن الفرضية الثانية محققة.

الفرضية الثالثة والتي مفادها "لوسائل الاتصال المؤسساتي دورا في تحسن أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية "

نلاحظ من الجدول رقم 20 ان نسبة 20% من الصحفيين يؤكدون انهم احيانا ما يتلقون ما يتلقون المهام والمعلومات مباشرة من مسؤول الاذاعة مباشرة، بينما نجد ان نسبة 50% من الصحفيين يؤكدون انهم احيانا ما يتلقون المهام مباشرة من المسؤول على الاذاعة، في نجد ان نسبة 30% من الصحفيين يؤكدون انهم نادرا ما يتلقون المهام مباشرة من المسؤول على الاذاعة.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 21 أن نسبة 100% من الصحفيين يؤكدون انه يوجد وسائل لتلقي الرسائل المعلومات من إدارة الاذاعة، في نجد ان نسبة 00% كانت معدومة.

وأكد الصحفيين انه هذه الرسائل قد تكون الاتصالات الهاتفية، البريد الالكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي، المقابلة الشخصية.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 22 أن نسبة 60% من الصحفيين يؤكدون انهم يفضلون المقابلة الشخصية مع مدير الإذاعة لطرح أفكارهم، بينما نجد ان نسبة 40% من الصحفيين يؤكدون انهم لا يفضلون المقابلة الشخصية لطرح أفكارهم.

من خلال الجدول رقم 23 أن نسبة 100% من الصحفيين يؤكدون ان الاذاعة لا تملك مجلة ولا تصدر منشورات خاصة بها.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 24 ان نسبة 60% من الصحفيين يؤكدون انهم دائما يطلعون على الاعلانات التي تصدر داخل الاذاعة، بينما نسبة 20% يؤكدون انهم احيانا ما يطلعون هذه الاعلانات، في حين نسبة 20% يؤكدون انهم نادرا ما يطلعون هذه الاعلانات.

ونلاحظ من خلال الجدول رقم 25 نجد ان نسبة 40% من الصحفيين يؤكدون انهم دائما يشاركون في عملية التخطيط لبرامج في الاذاعة، ونجد ان نسبة 40% يؤكدون انهم احيانا يشاركون في عملية التخطيط لبرامج، بينما نجد ان نسبة 20% من الصحفيين يؤكدون انهم نادرا ما يشاركون في هذه العملية.

ومن خلال الجدول رقم 26 نلاحظ ان نسبة 20% من الصحفيين يؤكدون انهم دائما يعتبرون الاعلانات من أهم الوسائل التي يعتمدون عليها في الاطلاع عن برامج علمهم فيها، اما نسبة 50% يؤكدون انهم احيانا ما يعتمدون عليها في حين نجد ان نسبة 30% من الصحفيين يؤكدون انهم نادرا ما يعتمدون عليها.

ونلاحظ من خلال الجدول رقم 27 نجد ان نسبة 10% من الصحفيين يؤكدون ان نوعية وسائل الاتصال الخاصة هي جيدة، بينما نجد ان نسبة 90% من الصحفيين يؤكدون ان نوعية وسائل الاتصال الخاصة بالإذاعة هي حسنة، في نجد ان نسبة 00% من الصحفيين يؤكدون ان نوعية وسائل الاتصال هي سيئة.

ويؤكد الصحفيين انه كلما كانت وسائل الاتصال متطورة كلما ادى ذلك إلى زيادة أداء المهام بنجاح.

و من خلال ما سبق نستنتج انه أن لوسائل الاتصال المؤسسي دورا في تحسين اداء الصحافين الرياضيين ومنه فإن الفرضية الثالثة محققة.

1-استنتاجات عامة:

انطلاقا من هاته النتائج وما تتضمنه الدراسة من عناوين نستنتج في الاخير أن الاتصال المؤسسي يلعب دورا كبيرا في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية وهذا طبعا انطلاقا من جملة النتائج والنقاط المتوصل إليها أبرزها وجود اتصال بين الصحفيين والاذاعة وذلك ضرورة وجود اتصال بين الصحفيين فيما بعضهم البعض إضافة إلى سهولة اتصال الصحفيين بإدارة الاذاعة.

كما ان الصحفيين لا يجدون أي صعوبة في التواصل مع مدير الاذاعة وأن جل المعلومات المقدمة من للصحفيين

هي سهلة الفهم وواضح، وانه كلما كانت المعلومات المقدمة للصحفيين واضحة كلما أدى ذلك إلى زيادة الاداء فيها.

كما نجد ان الصحفيين يجدون ان الوسيلة السهلة في طرح افكارهم على مدير لإذاعة هي بالمقابلة الشخصية وان نوعية وسائل هي الاتصال المتواجدة في الإذاعة هي بنوعية جيدة.

لنستخلص في الاخير الاتصال المؤسسي يلعب دورا كبيرا في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية وهذا يؤكد صحة الفرضة العامة.

2-الاقتراحات:

من خلال هذه الدراسة رأينا أنه من الواجب علينا أن نتقدم بمجموعة من الاقتراحات ومن خلال مما من نتائج واستنتاجات يمكن اقتراح ما يلي:

1-ضرورة انشاء مجلة اعلامية للإذاعة.

2-يجب العمل على توفير وسائل متطورة لنقل المعلومات في إذاعة.

3-العمل على فتح المجال بين الصحفيين والاذاعة.

4-يجب مراعات العمل جماعي بين الصحفيين اثناء أداء المهام الموكلة لهم في الميدان الإعلامي.

5-يجب العمل من أجل القضاء على كل المشاكل التي تعرقل العملية الاتصالية في الاذاعة.

6-العمل على مشاركة كل الفاعلين في العملية الاتصالية في التخطيط إلى كل الاعمال التي تقوم بها الاذاعة.

7-من الضروري العمل على اعطاء انطباعات لرسائل التي تصل الاذاعة واعطائها اهمية كبرى.

8-العمل على توفير كل الوسائل والامكانيات اللازمة بالاتصال داخل الاذاعة.

10-اعطاء اهمية بالجانب الاتصالي داخل الاذاعة.

11-ضرورة الإكثار من القيام بمثل هذه الدراسات في كل المؤسسات الاعلامية بكل انواعها سواء البصرية السمعية أو المكتوبة.

12-العمل على توفير المناخ الاتصالي الملائم لصحافيين داخل الإذاعة.

3-الافاق المستقبلية:

استكمالاً لما قدمناه في هذه الدراسة يمكن أن تحتويه الدراسات القادمة في هذا المجال على عينات أكبر، ان يتنوع مجتمع الدراسة وعينته في الدراسات القادمة ان تشمل هذه الدراسات دور لاتصال المؤسساتي في باقي المؤسسات الاعلامية الاخرى، وهذه بعض النماذج من العناوين التي اقترحتها حول موضوع لاتصال المؤسساتي:

- 1- دور الاتصال مؤسساتي في تحسين اداء الصحفيين الرياضيين في الصحافة المكتوبة.
- 1- دور الاتصال المؤسساتي في تحسن اداء الصحفيين الرياضيين في التلفزيون الجزائري.
- 3- دور الاتصال في تحقيق الرضى الوظيفي لدى الصحفيين الرياضيين في المؤسسات الاعلامية.
- 4- مساهمة الاتصال المؤسساتي في زيادة الرضى الوظيفي لدى الصحفيين في وكالات الانباء الجزائرية.
- 5-الاتصال المؤسساتي وعلاقته بأداء الصحفيين الرياضيين في المؤسسات الاعلامية.
- 6-الاتصال المؤسساتي ودوره في تسير المؤسسات الرياضية قناة الهادف والخبر الرياضي كنموذج.
- 7- مساهمة الاتصال المؤسساتي في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين في وكالة الانباء الجزائرية.

الخاتمة:

نظرا لأهمية البالغة للاتصال داخل المؤسسات الاعلامية بصفة عامة، ولاتصال المؤسساتي بصفة خاصة في دوره في تحسين اداء الصحفيين الرياضيين العاملين في إذاعة لمسيلة، الذي يعتبر بمثابة النواة الاساسية في تسير الاذاعة.

ولقد حاولت هذه الدراسة الخاصة التطرق إلى أهم جوانب هذا الموضوع من خلال "محاولة ربط لغة الاتصال مؤسساتي بالصحفيين الرياضيين العاملين في إذاعة لمسيلة ومحاولة التعرف على دورها في تحسين أدائهم فيها، ونجاحهم في القيام بالأعمال الاعلامية في إذاعة ن وكذلك حاولنا ربط وسائل وتنوع لاتصال المؤسساتي ودرها في تطوير وتحسين أداء الصحفيين الرياضيين فيها، ووجدنا ان هذا الموضوع من المواضيع الجوهرية النادرة في الحياة الدراسية للمباحث نظرا لما يحتويه من اهمية بالغة في دراسة تسير المؤسسات الاعلامية ، واهتمامه بالعملية الاتصالية داخلها.

وانطلاقا من آراء واستجواب الصحفيين والاعلاميين العاملين في حقل أو ميدان الاعلام المحلي المسموع (إذاعة لمسيلة الجهوية)، وقد بنيت الفرضيات في هذا الإطار وكانت الدراسة في طابعها قد توصلت إلى النتائج التالية:

-يلعب تنوع لاتصال المؤسساتي دورا في تحسيت أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية.

-تلعب لغة الاتصال المؤسساتي دورا في تحسيت أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية.

تلعب وسائل الاتصال المؤسساتي دورا في تحسيت أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية.

ولقد افرزت النتائج المتحصل عليها ان الاتصال المؤسساتي دورا كبيرا في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة لمسيلة الجهوية.

المصادر

1. القرآن الكريم.

المراجع:

1. إبراهيم إمام، الإعلام والتلفزيون، ط2، دار الفكر العربي، مصر، 1985.
2. أحمد زكي بدوي، مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصرية، القاهرة، 1985.
3. أحمد زكي بدوي، محمد كامل مصطفى: معجم مصطلحات القوى العاملة، د ط، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 1984.
4. فضيل دليو: مقدمة في وسائل الاعلام الجماهيري، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.
5. رشيد زرواتي، تدريبات على البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار هومة، المسيلة، 2002.
6. سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط4، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان الاردن، 2006.
7. عبيدات، ذوقان وعدس، عبد الرحمان وعبد الحق، البحث العلمي مفهومه أدواته أساليه، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
8. عاطف العدلي العبد: الاتصال و الرأي العام: دار الفكر العربي، د ط، القاهرة، 1995.
9. فان دالين، مناهج البحث العلمي في التربية وعلم النفس، ترجمة نبيل نوفل وآخرون، القاهرة، مصر، 1969.
10. محمد علي محمد، علم الاجتماع والمنهج العلمي، دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر القاهرة مصر، 1980.
11. محمد نصر الدين رضوان، الاحصاء الاستدلالي في علوم التربية البدنية والرياضية، ط1، 2003.
12. ربحي مصطفى عليان، عدنان الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2005.
13. أحمد العساف صالح، مدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، دون جهة نشر، القاهرة، 1989.
14. -معجم مجاني للطلاب، دار المجاني، ط5، بيروت، لبنان، 2001.
15. -المنجد في اللغة العربية المعاصرة، دار المشرق، بيروت لبنان، ط5، 2001.
16. محمد ناصر العديلي: السلوك الإنساني والتنظيم في الإدارة، معهد الإدارة العامة، السعودية 1990.
17. محمود المساد: الإدارة الفعالة، مكتبة الناشر، ط1، 2003.
18. مصطفى العشوي: اسس علم النفس التنظيمي، المؤسسة الوطنية لكتاب، د ط، الجزائر، 1991.
19. خضير شعبان: مصطلحات في الاعلام والاتصال، ط1، دار لسان العرب، 2000.

20. محمود عودة: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، ط1، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، 1988.
22. لسان العرب لابن منظور: دار الصادر، المجلد 14، بيروت لبنان.
23. رابوية حسن: إدارة الموارد البشرية لرؤيا مستقبلية، دار الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2003.
24. محمد سعيد انور سلطان: السلوك التنظيمي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر ، 2003.
25. صلاح عبد الباقي: الموارد البشرية من الناحية العلمية والعملية الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002.
26. صلاح الدين عبد الباقي (أ): الموارد البشرية من الناحية العلمية والعملية، الدار الجامعية، الإسكندرية، د ط، 2005.
27. صالح الشبكشي: العلاقات الإنسانية في الإدارة، دار الفكر العربي، القاهرة ، 1987.
28. عبد العزيز شريف: مدخل إلى وسائل الاعلام، ط2، دار الكتاب المصرية، القاهرة، مصر، 1989.
29. محمد يسرى إبراهيم دعبس: الاتصال والسلوك الانساني، سلسلة 18، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1999.
30. عبد الغفار حنفي (أ): السلوك التنظيمي وإدارة الفاعلين، الدار الجامعية، الاسكندرية، 1990.
31. عصام الأعرابي و آخرون: مبادئ الادارة العامة، بغداد، د ط، بغداد، 1978.
32. عبد الرحمان عزي: عالم الاتصال، دوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
34. طريق شوقي فرج وآخرون: علم النفس ومشكلات الصناعة، دار غريب، القاهرة. بدون سنة.
35. خليل محمد الشماع : مبادئ الإدارة مع التركيز على إدارة الأعمال ، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، الاردن ، 1999.
36. برنت روبن :الاتصال و السلوك الإنساني معهد الإدارة العامة ، الرياض السعودية، 1992.
37. احمد سالم : وسائل و تكنولوجيا التعليم ، مكتبة الرشد ،الرياض السعودية، 2004.
38. سعد بن عبد الرحمان الدايل و عبد الحافظ محمد سلامة: مدخل إلى تكنولوجيا التدريب ، د ط، القاهرة، 1993.

- 39 سلوى عثمانى، هناء حافظ بدوي: ابعاد العاد العملية الاتصالية - رؤية نظرية وعلمية و واقعية، المكتب الجامعي الحديث، الازرايطة، مصر، 1999.
40. حسن عماد مكاوي: الاذاعة في القرن الحادي والعشرين، ط1، المصرية اللبنانية للطباعة والنشر، 1985، ص31
41. جيري جراي : الاشراف، ترجمة وليد عبد اللطيف هوانه ، مركز البحوث الجامعية ، السعودية، 1988.
42. جمال الدين محمد المرسي و ثابت عبد الرحمان إدريس: السلوك التنظيمي، الدار الجامعية، 2002.
43. مجدي احمد محمد عبد الله : علم النفس الصناعي ،دار المعرفة ، الاسكندرية مصر ، د ط، 1999.
44. احمد ماهر (أ): السلوك التنظيمي -مدخل بناء المهارات الجامعية، الدار الجامعية، الاسكندرية ، ط6 ، 1997.
45. محمد عبد الحميد، فاروق عبدو فليه: السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية، د1، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2005.
46. عبد محمد عساف : السلوك الاداري و التنظيمي في المنظمات المعاصرة، دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان الاردن، دط، 1999.
47. عبد الباري إبراهيم الدرة: تكنولوجيا الأداء في المنظمات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، د ط ، القاهرة ، مصر 2003.
48. أحمد خاطر: مقدمة في إدارة المؤسسات الاجتماعية، دار الكتاب الجامعي ، د ط، القاهرة، 1982.
49. عامر يس : الاعلام والاتصال الجماهيري، المكتبة الأنجلوساكسونية، د ط، القاهرة، 1969.
50. عمر محمد تومي الشبيلي: علم النفس الإداري، الدار العربية للكتاب، طرابلس، 1988.
51. محمد فهمي العطروري: العلاقات الإدارية في المؤسسات العامة ، عالم الكتاب ، د ط ، 1991.
52. نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة و السمعية والبصرية في الجزائر الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 2009.
53. عبد الرحمان درويش: مقدمة في البحث الاجتماعي، مكتبة وهبة، ط11، مصر، 1990.
54. لوكيا الهاشمي: السلوك التنظيمي ج2، مخبر التطبيقات النفسية و التربوية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، دط، 2006.

55. حسن إبراهيم بلوط: إدارة الموارد البشرية من منظور استراتيجي، النهضة العربية، بيروت، 2002.

الرسائل الجامعية:

- 1- بلحاجي وهيبة: الاتصال المؤسساتي وعلاقته بتفعيل عملية التشريع في المجلس الشعبي الوطني، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2002.
- 2- بوعطيط جلال الدين: الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2009.
- 3- عبد الله الطويرقي: علم الاتصال المعاصر دراسة في الأنماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الاعلامية، مكتبة العبيكان، الرياض، ط1، 1997.
- 4- قشي محمد: دور الاتصال الإداري في تطوير الإدارة الرياضية، مذكرة ماستر، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية لمسيطة، الجزائر، 2015.
- 5- عبد الكبير احمد: أساليب الاتصال لدى مسيري المؤسسة الرياضية مذكرة ماستر، جامعة لمسيطة، 2013.
- 6- عادل عشي: الأداء المالي للمؤسسة قياس و تقييم، رسالة ماجستير معهد الاقتصاد، جامعة بسكرة، 2002.

الدوريات والمجلات

- 1- عبد المالك مزهود: الأداء بين الكفاءة والفاعلية والتقييم، مجلة العلوم الانسانية، العدد 01 نوفمبر، 2001
- 2- سعد لبيب: الاذاعة المحلية ودورها في التغيير الثقافي، مقال عن الإذاعة الصوتية بالوطن العربي، اتحاد إذاعات العربية، تونس، 1985.

المراجع باللغة الفرنسية:

-Alex Muccheilli" les sciences de l'information et de la communication -
édition Hachette-paris-1995

-Dictionnaire commerciale académie de séance commercile; édition
hachett,France,1987.

-REVERT (regis) et NICOLAS (jean) "les médias et Les communication en
crise-édition ècomia-paris-1997.

جامعة محمد بوضياف

معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية

قسم: الإعلام والاتصال الرياضي

ماستر تخصص: سمعي بصري رياضي

استمارة استبيان تحت عنوان :

دور الاتصال المؤسسي في تحسين أداء الصحفيين

الرياضيين بإذاعة المسيلة الجهوية*

" دراسة ميدانية بإذاعة المسيلة المحلية "

إشراف الأستاذ:

* د/ عبد الوهاب زاوي

إعداد:

❖ زيتوني البشير

ملاحظة: ضع العلامة (x) داخل إطار الإجابة المناسبة.

نرجو منكم المساعدة بالإجابة الموضوعية والدقيقة على الأسئلة التي تتضمنها الاستمارة ونحيطكم علما

أن المعلومات التي تدلين بها لن تستعمل إلا لغرض علمي بحت.

السنة الجامعية: 2015 - 2016

المعلومات الشخصية:

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- المستوى العلمي: ثانوي جامعي

دراسات عليا

3- مدة ممارسة مهنة الاعلام: ثلاثة سنوات

خمس سنوات

أكثر من خمس سنوات

المحور الاول: تنوع الاتصال المؤسسي ودره في تحسين اداء الصحافيين الرياضيين في المؤسسة الاعلامية الجزائرية

1- هل يوجد اتصال بينك وبين ادارة الاذاعة ؟

يوجد لا يوجد

2- هل يوجد بين وبين زملائك اتصال اثناء اداء المهام الموكلة لك؟

دائما احيانا نادرا

3- كيف تتصل بإدارة الاذاعة ؟

عن طريق الرسائل

المقابلة الشخصية

الاتصال الهاتفي

4- هل تشعر بسهولة عملية الاتصال بإدارة إذاعة المسيلة ؟

دائما احيانا نادرا

6- هل تشارك في الاجتماعات التي تنظمها إذاعة المسيلة ؟

دائما احيانا نادرا

7- هل تطرح المشاكل التي تواجهك على إذاعة المسيلة ؟

دائما احيانا نادرا

8- هل تتلقون رسائل من الجمهور ؟

دائما احيانا نادرا

9- كيف تكون طبيعة هذه الرسائل ؟

رسائل مكتوبة اتصالات هاتفية رسائل من طريق البريد

10- هل تتجاوبون مع هذه الرسائل؟

دائما نادرا احيانا

11- هل تعتقد أن تنوع الاتصال داخل المؤسسة إذاعة المسيلة يؤدي إلى زيادة اداك فيها؟

دائما احيانا نادرا

12- كيف تقيم نوع الاتصال بينكم وبين ادارة الاذاعة؟

جيدة متوسطة نادرا

المحور الثاني: لغة الاتصال المؤسستي دورا في تحسن اداء الصحافيين الرياضيين في المؤسسة الاعلامية الجزائرية

13- هل المعلومات المقدمة لك في إذاعة المسيلة سهلة الفهم؟

نعم لا

14- هل هذه المعلومات واضحة؟

واضحة غير واضحة

15- هل تناقش هذه المعلومات مع زملائك في الاذاعة؟

دائما احيانا نادرا

16- هل تستعين بزملائك لفهم هذه المعلومات؟

دائما احيانا نادرا

17- هل تجد صعوبة في فهم المسؤولين في إذاعة المسيلة ؟

نعم لا

18- إذا كان الجواب نعم فماهي هذه الصعوبات؟

19- هل تقوم بأداء المهام الموكلة لك كلها ؟

دائما احيانا نادرا

20- تفهم ما يطلب منك بدقة؟

نعم لا

21- في رأيك هل تواجه إذاعة المسيلة صعوبات في اوصول المعلومات لكم؟

دائما احيانا نادرا

10- هل تعتقد انه كلما كانت المعلومات مفهومة كلما ادى ذلك الى زيادة ادائك؟

نعم لا

المحور الثالث: لوسائل الاتصال المؤسساتي دور في تحسين اداء الصحافيين الرياضيين في المؤسسة الاعلامية

23- هل تتلقون المعلومات و المهام مباشرة من المسؤول على إذاعة المسيلة؟

دائما احيانا نادرا

24- هل توجد وسائل لتلقي المعلومات؟

نعم لا

25- إذا كان بنعم فما هي هذه الوسائل؟

.....
.....

26- هل تفضل المقابلة الشخصية مع مدير الاذاعة لطرح أفكارك؟

نعم لا

27- هل تملك الاذاعة مجلة اعلامية؟

نعم لا

28- هل تطالع الاعلانات التي تصدرها المؤسسة بصورة مستمرة؟

دائما احيانا نادرا

29- هل تشارك في عملية التخطيط للبرامج في إذاعة المسيلة ؟

دائما احيانا نادرا

30- هل تعتبر أن الاعلانات من أهم الوسائل التي تعتمد عليها الاذاعة لاطلاعك عن برنامج عملك ؟

دائما احيانا نادرا

31- كيف تقيم نوعية وسائل الاتصال الخاصة بإذاعة المسيلة ؟

جيدة حسنة سيئة

32- في رأيك هل تعتقد انه كلما كانت وسائل الاتصال متطورة ادى ذلك الى زيادة اداء المهام بنجاح؟

نعم لا



ملخص الدراسة:

- عنوان الدراسة: دور الاتصال المؤسسي في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة مسيلة الجهوية.

- اهداف الدراسة:

- معرفة دور الاتصال المؤسسي في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة مسيلة الجهوية .

-مشكلة الدراسة:

-هل الاتصال المؤسسي دورا في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة مسيلة الجهوية؟

فرضيات الدراسة

الفرضية العامة:

للاتصال المؤسسي دورا في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة مسيلة الجهوية .

الفرضيات الجزئية

- لتنوع الاتصال المؤسسي دورا في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة مسيلة الجهوية .
- للغة الاتصال المؤسسي دورا في تحسن أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة مسيلة الجهوية.
- لوسائل الاتصال المؤسسي دورا في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة مسيلة الجهوية .

اجراءات الدراسة:

العينة الدراسة: قصدية متكونة من (15) من الصحفيين والاعلاميين في الاذاعة مسيلة الجهوية.

المجال الزمني: بداية من شهر نوفمبر 2015 الى غاية شهر ماي 2016.

المجال المكاني: الاذاعة الجزائرية من مسيلة.

المنهج المستخدم: المنهج الوصفي.

النتائج المتوصل اليها:

-لتنوع الاتصال المؤسسي دورا كبيرا في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة مسيلة الجهوية.

-لغة لاتصال المؤسسي دورا كبيرا في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة مسيلة الجهوية.

-لوسائل الاتصال المؤسسي دورا كبيرا في تحسين أداء الصحفيين الرياضيين بإذاعة مسيلة الجهوية.

الاقتراحات:

من خلال هذه الدراسة رأينا انه وجب علينا أن نتقدم بمجموعة من الاقتراحات ومن خلال مما سبق من نتائج واستنتاجات، يمكن اقتراح ما يلي:

1-ضرورة انشاء مجلة إعلامية خاصة بالإذاعة.

2-يجب العمل على توفير وسائل متطورة داخل الإذاعة.

3-العمل على مشاركة كل الفاعلين في عملية الاتصالية في التخطيط إلى كل الأعمال التي تقوم بها الإذاعة.

4-العمل على توفير كل الوسائل والامكانيات اللازمة بالاتصال داخل الاذاعة.

