



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



إتجاهات الطلبة نحو الاتصال الداخلي في المؤسسة الجامعية
(جامعة محمد بوضياف بالمسيلة)
قسم: علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مكملّة لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال

تحت إشراف الأستاذة:

* لعجال عفيفة

من اعداد الطلبة :

✓ مالك ايمن صبري

✓ طويل ليندة

✓ جريدة أيوب

✓ شريكي فاطنة

السنة الجامعية 2018-2019

أهداء

الى والدي الكريم حفظه الله

الى والدتي رحمها الله

الى الالاء المضيئة والوجوه البريئة أصحاب النفوس الالبية

من الال والاصءاء والمخلصين في كل موقع من هذه الءياة

الى كل من علمني حرفا من الأساتذة الافاضل ومن ساهم في اءراء هذه الرسالة

أءدي هذا العمل المتواضع.

شكر وتقدير

لك الله عز وجل اسجد خاشعاً، شاكراً فظلك على إتمام هذا الجهد المتواضع، فشكراً لله شكر
الحامدين، وحمداً لله حمد الشاكرين مقدمة آيات الحب والتقدير والوفاء والعرفان بالجميل لكل من
تعلمت على يديه.

ولا يملك الباحث في هذا المقام، إلا ان يقدم بخالص شكره وتقديره لجامعة محمد بوضياف بالمسيلة
شعبة اعلام واتصال وخص بالشكر الأستاذة لعجال عفيفة لما قدمته لي من جهد ملموس في
عمل هذا البحث.

والى كل أساتذة قسم الاعلام والاتصال.

كما لا يفوتني ان أوجه بالشكر الجزيل الى كل من اقتطع من وقته بتحكيم أدواه الدراسة، واشكر
كل من اعانني على اخراج هذه الدراسة.
والى كل من حوهم قلبي ونسيهم قلبي.

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الطلبة نحو الاتصال الداخلي للمؤسسة الجامعية وهي دراسة وصفية لعينة من الطلبة في جامعة المسيلة، وهذا بغرض الكشف عن أهم الوسائل والتقنيات المستعملة في الاتصال الداخلي ودورها في التحكم في تسيير المعلومات. وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي بتوظيف أدوات جمع البيانات والتي تمثلت في الاستبيان وقد اخترنا عينة مكونة من 40 مفردة اختيرت بطريقة قصدية حيث توصلنا الى جملة من النتائج تمثلت في:

- أغلبية الطلبة يفضلون وسيلة المقابلة الشخصية في الاتصال بالإدارة
- أغلب الطلبة المبحوثين يرون بان أهمية الاتصال الداخلي في الجامعة تكمن في اعلام وارشاد الطلبة.
- أغلب الطلبة لا تعطى لهم فرصة في تبليغ انشغالاتهم للإدارة.
- ان الاشباعات المحققة للطلبة جراء استخدام التكنولوجيات الحديثة تكمن في الحصول على المعلومات بسرعة وسهولة
- أغلبية الطلبة تقيم العملية الاتصالية داخل المؤسسة الجامعية بأنها مقبولة.

Abstract:

This study aims to identify the students' attitudes toward the internal communication of the university institution. This is a descriptive study of a sample of students at the University of M'sila. This is to expose the most important means and techniques used in internal communication and their role in controlling the management of information. We have relied on the descriptive approach by employing data collection tools, which were represented in the questionnaire. We chose a sample of 40 individuals that was chosen in a deliberate way, and we reached a number of results:

- Most students prefer the means of personal interview to contact the administration.
- Most students believe that the importance of internal communication at the university lies in the media and guidance of students.
- The expectations of students through the use of modern technologies is to get information quickly and easily
- The majority of students evaluate the communication process within the university institution as acceptable.

مقدمة

مقدمة:

الاتصال هو ضرورة حتمية لتفاعل الانسان مع البشر والطبيعة من حوله ، حتى يستطيع الاستمرار والبقاء ويعيش في سعادة وتفاهم وسلام . فالاتصال هو ركيزة العملية الاجتماعية ، ومعناه من جيل الى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتعليم ، ولا يمكن لأي جماعة أو منظمة أن تنشئ وتستمر دون اتصال يجري بين أعضائها . كما قد أصبح الاتصال بعدا في الحياة الاجتماعية عموما والحياة التنظيمية خصوصا ، وهذا نظرا لدوره المهم في تنفيذ الاستراتيجية العامة لمختلف المؤسسات . فموضوع الاتصال الداخلي للمنظمات احتل حيزا هاما في المؤسسات بشكل عام والمؤسسات ارتفاع الروح المعنوية وزيادة ارتباط وانتماء العاملين بالمنظمة مما يخلق جو تعاون وتكامل مابين العاملين داخل النسق العام . كما ازدادت أهمية الاتصال بتطور وتعقد التنظيمات وأصبح عنصرا حيويا تهم به وبعنصره باعتباره عملية تفاعل بين الأفراد لتنمية وتقوية العلاقات الاجتماعية والتنظيمية وتقوية روح الجامعة .

وفي إدارة المؤسسات تلعب الاتصالات دورا بارزا ، وتأخذ طابعا متميزا لاسيما وأن العملية في جوهرها عملية اتصالات .

لذا سنتناول في هذه الدراسة موضوع تحت عنوان " اتجاهات الطلبة نحو الاتصال الداخلي في المؤسسة الجامعية " وهي دراسة ميدانية بجامعة محمد بوضياف بولاية المسيلة .

واحتوت خطة البحث على جانبين النظري والجانب الميداني حيث قسمنا الجانب النظري الى فصلين الفصل الأول: مشكلة الدراسة واعتباراتها حيث يتضمن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب ودواعي اختيار الموضوع ثم تليها الأهداف التي تسعى الدراسة الى الوصول إليها ، وايضا المفاهيم الأساسية المتعلقة بمتغيرات الدراسة، ثم عرض لمختلف الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة .

أما في الفصل الثاني كان بعنوان: اتجاه الطلبة نحو الاتصال الداخلي للمؤسسة الجامعية من حيث مفهوم الاتجاه وأهميته وأنواع الاتجاه مكونات وخصائص ووظائف الاتجاه بالإضافة الى مفهوم الاتصال الداخلي وأهميته وأهدافه وأنواعه وأبرز معوقاته وكذا طرق تحسينه .

أما فيما يخص الفصل الثالث خصصناه للإطار التطبيقي للدراسة حيث نص عليه بدوره على تفرغ البيانات وعرضها والتعليق عليها ومن ثم تحليلها واستخلاص النتائج .

أما الخاتمة فكانت عبارة عن استخلاص عما ورد في الجانب النظري والتطبيقي .

الفصل الأول

الإطار المنهجي

للدراسة

1-الإشكالية

يعتبر الاتصال من المواضيع التي لقيت اهتماما كبيرا لدى الباحثين بوصفه نشاطا مستمرا رافق الحياة الإنسانية منذ بدايتها والاتصال ركيزة مهمة في العلاقات الإنسانية ولا يزال بسبب مساهمته في التطور والتغيير الاقتصادي والاجتماعي والثقافي وهو ضرورة إنسانية واجتماعية وحضارية لان الإنسان في حاجة إليه في كل المجالات وبكل أشكاله ووسائله خاصة في المؤسسات بمختلف أنواعها والتي تعتمد على الاتصال بدرجة كبيرة بنوعيه الداخلي والخارجي حيث يعتبر هذا الأخير نوعا من الأنواع التي حلقة الوصل بين المؤسسة والجمهور المستهدف من اجل كسب المكانة اللائقة والسمعة المرغوبة باستخدام كافة وسائله وقنواته وأشكاله المختلفة ويعد الاتصال الداخلي عموما عملية ربط بين أعضاء المؤسسة بغية نشر المعلومات والحقائق والأفكار إذ ان الاتصال الداخلي للمؤسسة له قدر كبير من الأهمية ودور في إحداث الفرق بين المؤسسة الهادفة التي تقوم على والاستماع وحل والمؤسسات الأخرى التي تعاني من صعوبة الاتصال ويمكن ان نقول ان الاتصال ضرورة من ضروريات البنية الأساسية لأي منظمة بالإضافة إلى انه عملية نقل وتبادل المعلومات الخاصة بالمنظمة والاتصال إلى جانب كونه عملية إدارية فهو أيضا عملية اجتماعية عن طريقها تتفاعل جماعات العمل مع بعضها البعض سواء داخل المنظمة او خارجها فداخلها يؤثر على العنصر البشري وهو المحرك الأساسي لعمل التنظيمات باعتباره جزء لا يمكن تجاهله او إغفاله في العملية التنظيمية والإنتاجية للمنظمة مهما كانت وظيفتها وأهدافها فالمورد البشري يمثل المصدر الحقيقي لتكوين القدرة التنافسية لكل منظمة من خلال مجموعة عمليات تنظيمية يكون فيها الاتصال بمثابة العصب المحرك ومن بين هذه العمليات نجد التنسيق والتنظيم ومن هنا نطرح الإشكالية ما هو رأي الطلبة في الاتصال الداخلي في المؤسسة الجامعية؟

2-التساؤلات

- ما طبيعة الاتصال الداخلي بجامعة المسيلة.
- ما هي اساليب وانماط الاتصال داخل جامعة محمد بوضياف المسيلة.
- فيما تكمن اهمية الاتصال الداخلي في الجامعة.
- ما هي آثار استخدام التكنولوجيات الحديثة في الاتصال الداخلي في الجامعة.

3-أهمية الدراسة

تكمن أهمية البحث في معرفة اتجاهات الطلبة نحو الاتصال الداخلي في المؤسسة الجامعية ومدى مكانته وفعاليته لدى الطالب.

4-أهداف الدراسة

- معرفة رأي الطلبة في مدى فاعلية الاتصال الداخلي في المؤسسة الجامعية
- إبراز أهمية الاتصال الداخلي في المؤسسة الجامعية
- إبراز أهم الوسائل والتقنيات المستعملة بين الطالب والإدارة في الاتصال الداخلي
- تبيان مكانة الاتصال الداخلي في النشاط العام للمؤسسة.

5-أسباب اختيار الموضوع

أسباب ذاتية:

- باعتبارنا ندرس تخصص اتصال فان هذا يخلق لدينا ميل نحو هذا الموضوع
- التعرف على الاتصال الداخلي بمؤسستنا الجامعية ورأي الطلبة
- الرغبة في دراسة هذا الموضوع وأهميته في حياة الطلبة

أسباب موضوعية:

القيام بدراسة أكاديمية تعتمد على منهجية علمية واضحة تهدف للتعرض على واقع الاتصال الداخلي بجامعة المسيلة

تزويد رصيد المكتبة بدراسة ميدانية ذات صلة بواقع الجامعة

جدية وحيوية موضوع الدراسة إلى جانب نقص الدراسات حوله على الأقل في جامعة المسيلة التي لم تتناول هذا الموضوع

6-تحديد المفاهيم

1-الاتجاه: تعريف الدكتور أحمد عبد اللطيف وحيد الاتجاه بأنه " : أسلوب منظم منسق في التفكير والشعور ورد الفعل تجاه الناس والجماعات والقضايا الاجتماعية، أو أي حدث في البيئة." تعرف الاتجاهات بأنها " استعداد مكتسب يتكون لدى الفرد نتيجةً لعوامل مختلفة تؤثر في حياته، بحيث يوجه استجاباته سلباً أو إيجاباً نحو الأشخاص أو الأفكار أو الأشياء أو المهن التي تختلف فيها وجهات النظر حسب قيمتها الخلقية والاجتماعية (البراوي، 2013، ص.50)

الاتجاه آراء طلبة الجامعة واستجاباتهم أو وجهة نظرهم سلباً أو إيجاباً نحو الاتصال الداخلي للمؤسسة الجامعية.

2-مفهوم الاتصال: التي تعني communis المشتقة من الكلمة اللاتينية - communication لغة :

يعود أصل كلمة الشيء المشترك، كما تعني ذات الشيء في اللغة الانجليزية، أما في اللغة الفرنسية فكلمة

يعني بلاغ رسمي أو بيان أو توضيح حكومي COMMUNIQUE .

-أما في اللغة العربية فكلمة اتصال تعني البلاغ، فنحن نقول أوصله الشيء أو أوصل إليه الشيء أي أبلغه

إياه، كما تعني أيضا ربط الشيء بالشيء. (هلال المزاخرة، 2012، ص.31)

لقلنا أنها وسائل هامة في عملية الاتصال Communication ولو دققنا النظر في التعريف لآخر

لكمة و نقل الرسائل و المعلومات و الربط بين الأفراد و المجتمعات يعضها البعض .(عبد قبيلة ، السيد،

2005، ص.164)

و تعني في اللغة العربية الوصول للشيء ، و بلوغه و الانتهاء إليه كبلوغ الخبر، أو الربط بين كائنين و

الجمع بينهما ، و تدل حديثا على المعلومة المرسله و شبكة الطرق و تبادل الأفكار و المعلومات ، وهي

تأسيس لاشتراك فردين أو أكثر في مجال واحد، فالاتصال يعني التفاعل بشكل عام .(عبد العزيز، 2005، ص.151)

-اصطلاحاً:

-يعرف تشارلز كولي الاتصال "على أنه ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية و تنمو و تتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان و استمرارها عبر الزمان ". (خليل الجمعي، 1997، ص، ص.09-10)

- كما يعرف هنري ألبرت الاتصال " بأنه نقل المعنى من شخص لأخر من خلال العلامات و الإشارات أو الرموز من خلال نظام لغوي مفهوم ضمني للطرفين.

-و لدى ميلر الاتصال يحدث عندما تواجه معلومات في مكان ما أو لدى شخص ما و نريد إيصالها إلى مكان آخر أو شخص آخر. (دادي عبدون، 2004 ، ص.13)

التعريف الإجرائي للاتصال :هو عملية تبادل المعلومات و الأفكار بين طرفين أو أكثر (مرسل ، و مستقبل (من أجل إيجاد فهم مشترك باستخدام مجموعة من الرموز.

الاتصال هو عملية نقل معلومات و تبادل أفكار و خبرات و تجارب، من مرسل إلى مستقبل عبر وسيلة معينة بهدف الوصول إلى الفهم المشترك، و تحقيق أغراض و وظائف معينة.

3- مفهوم الاتصال الداخلي:

تعددت المفاهيم التعاريف التي نسبت للاتصال الداخلي، و انحصرت في زوايا أو جوانب محددة و بالتالي من الصعب إيجاد تعريف موحد و شامل للاتصال الداخلي و من بين التعاريف المتعددة ندرج ما يلي:

الاتصال الداخلي هو نقل المعلومات و البيانات اللازمة من و إلى الإدارة و – Alwin Dad " يعرفه المؤسسات و المهتمين إجمالاً.

أن الاتصال هو أساس كل تنظيم ناجح، و غن التحكم فيه يساعد كافة – Dr Muphy " و يعرفه الأعضاء في المؤسسة في أعمالهم، و كل رئيس يفشل في إعطاء المعلومات المناسبة أو تلقيها هو رئيس فاشل"

-و تعرف الجمعية الفرنسية الاتصال الداخلي "لأنه مجموع المبادئ و التطبيقات التي تهدف إلى تشجيع سلوك الاستماع، تسهيل تمرير و نشر المعلومات ، تسهيل العمل الجماعي المشترك و ترقية قيم المؤسسة من أجل تحسين الفعالية الفردية و الجماعية فيها . (ديليو، 2003 ، ص.30)

-التعريف الإجرائي للاتصال الداخلي :هو الاتصال القائم بين العمال و الموظفين أو بين العمال و القيادات الإدارية، أو بين مختلف المستويات و الأقسام الموجودة في المؤسسة.

4-المؤسسة الجامعية:

-المؤسسة لغة:من فعل أسس أي الأسس و الأساس، كل شيء مبتدئ و الأس و الأساس أصل البناء، و الأس أصل كل شيء، و أسس الإنسان قلبه لأنه أول متكون في الرحم، و أس البناء مبتدؤه، و قد أس البناء يؤسسه أساسا و أسسه تأسيسا و أسست دار إذا بنيت حدودها و رفعت من قواعدها. (جبور ، 1980 ، ص.394)

-اصطلاحا:

-تركيبية يتدعها الإنسان بالتعاون مع الأفراد الآخرين في المجتمع، فالحب مثلا ظاهرة طبيعية، أما الزواج فهو مؤسسة اجتماعية، و يشمل مفهوم المؤسسة على كل التنظيمات القائمة في المجتمع كالزواج و العائلة الملكية و المشروع الاقتصادي، و الهيئات الدينية و السياسية و القانونية.

المؤسسة بأنها الوحدة التي تجمع فيها و تنسق العناصر البشرية و المادية - (trunchy) و قد عرف للنشاط الاقتصادي، أما بالنسبة لماركس فالمؤسسة تكون متمثلة في عدد كبير من العمال يعملون في نفس الوقت تحت إدارة نفس رأس و نفس المكان من أجل إنتاج نوع من السلع . (الحوش، 2006، ص.23)

-تعريف المؤسسة الجامعية:

تعرف المؤسسة الجامعية ضمن معاجم اللغة العربية بأنها مجموعة المعاهد العلمية العالية، المسماة بالكليات، تدرس فيها الأدب و الفنون و مختلف العلوم . (بن هادي، وآخرون، 1991 ، ص.245)

-اصطلاحا:

عرفها عبد الله عبد الرحمان : هي إحدى المؤسسات أو التنظيمات الاجتماعية التي تسهم في عملية تنمية المجتمع بصفة عامة، و لها وظائف متعددة هي :العملية التعليمية، زيادة المعرفة، إجراء البحوث المتنوعة لمساهمة في حل مشكلات المجتمع المحلي الذي توجد فيه، و من ناحية أخرى يمكن أن نتصور المؤسسات الجامعية ما هي إلا نسق فرعي يرتبط بالتنظيمات و المؤسسات الاجتماعية الأخرى . (عبد الرحمان، 2000، ص.50)

إجرائيا:

مجمع المعاهد و الأقسام و الكليات العلمية العالية التي تدرس مختلف العلوم، و التي تهدف إلى إخراج أشخاص مثقفين و مهنيين بالإضافة إلى باحثين علميين في ضوء أهم مهامها، التعليم العالي و البحث العلمي، من خلال امتلاكها حق منح الدرجات العلمية الأكاديمية.

7- منهج الدراسة :

حتى يتمكن الباحث الإحاطة بكل جوانب موضوعه و أيضا الوصول إلى نتائج موضوعية و دقيقة، عليه اختيار منهج محدد يتناسب وطبيعة دراسته، إذ يعتبر المنهج كأسلوب يعتمد عليه الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها و عرضها و بالتالي الوصول لنتائج و حقائق معقولة حول الظاهرة محل الدراسة.

-تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي و الذي سنحاول من خلاله وصف ظاهرة الاتصال الداخلي و تحليل بياناته و تبيان العلاقة بين اتجاه الطالب والاتصال الداخلي في المؤسسة الجامعية.

-تعريف المنهج الوصفي: هو أسلوب من أساليب المرتكز على معلومات كافية و دقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، و ذلك من أجل الحصول على نتائج عملية، تم تفسيرها و بطريقة موضوعية تنسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة. (عبيدات ، 1999، ص.46)

-في حين يرى الآخرون أن المنهج الوصفي عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة و تصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.

-و اعتمادنا على المنهج الوصفي راجع بالأساس إلى كونه أنسب لهذه الدراسة باعتباره يصف العلاقة بين اتجاه الطالب والاتصال الداخلي بجامعة المسيلة، وكون هذا المنهج يتوافق أيضا و أهداف الدراسة، كما يمكننا من الحصول على كل المعلومات الخاصة بالظاهرة و الوقوف على نتائج و بيانات كمية تجيب على التساؤل الرئيسي للدراسة.

8-مجتمع البحث والعينة :

مجتمع البحث : يشمل مجتمع البحث جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة . (مصطفى عليان ، 2000 ، ص.137)

مجتمع البحث : هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري عليها البحث أو التقصي . (انقرس، 2006،ص.287)

أن مجتمع البحث الذي سيقوم عليه هذا البحث العلمي يتمثل في الطلبة اللذين يدرسون في قسم علوم الاعلام والاتصال لكلية العلوم الانسانية والاجتماعية .

9-عينة الدراسة :

وقد اعتمدت على العينة القصدية بدراستي باختيار طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال لكلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة المسيلة ، وقد تم اختيار هذه الجامعة باعتبارها الجامعة التي ندرس بها ومن ثم سهولة الوصول الى المبحوثين وبالتالي سهولة توزيع الاستمارات وكذلك توفر شروط الدراسة في المبحوثين .

حيث تعتبر العينة بشكل عام عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة ، يتم اختيارها بطريقة معينة ، واجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي .

تعتبر العينة يشمل جانب أو جزء من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث وهي ايضا طريقة جمع البيانات والمعلومات من وعن جميع العناصر أو الحالات المحددة يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر ومفردات مجتمع الدراسة وربما يخدم ويتناسب الكل على تحقيق الأهداف .

غالبا ما يجد الباحث نفسه غير قادر على دراسة جميع العناصر ومفردات البحث ، علاوة على أن دراسة المجتمع ككل قد تكون مضیعة للوقت وتبديد للجهد والمال بغير مبرر فالدراسة الشاملة لجميع المفردات البحث تتحقق حيث تأخذ البيانات من جميع أفراد المجتمع المبحوث دون ترك أي مفردة أو حالة ، فذلك لدقة النتائج المتحصل عليها .

والعينة القصدية هي العينة والتي يتم اختيار وحداتها وفق وجهة نظر الباحث لاعتقاده من أنها تعطي نتائج مرضية .

ويقول عنها الدكتور مرسللي بأنها " تقوم على التقدير الشخصي للباحث باختيار مفردات مجتمع البحث ، وهذه انطلاقا من خلال دراسته الكاملة والمفصلة لما يحتويه هذا المجتمع من مفردات ، ولطبيعة هذه الأخيرة من ما تتضمنه من معلومات ، وبالتالي اختيار تلك التي لها صلة بالبحث على الصعيد المذكور لتشكيل عينات البحث دون الأخذ بعين الاعتبار عامل الانتظام أو الصدفة في ذلك بل فقط عامل التأكد الشخصي من فائدة الاختيار المحقق للنتائج النهائية للبحث.

10-أدوات جمع البيانات:

يحتاج منهج إلى أدوات لجمع البيانات، فالقيام بالدراسة الميدانية يتطلب اختيار سليم للأدوات التي من شأنها أن تجعل العمل متكاملًا ، لذا فدور اختيار الأدوات المناسبة عملية لا تقل أهمية عن باقي العمليات الأخرى، ولا يمكن تحت أي ظرف أن تنجز دراسة علمية من دون توفر أدوات مناسبة لطبيعة الموضوع و نوع المنهج المختار تطبيقه في الدراسة، ولما تناولنا المنهج في العنصر السابق جاء الحديث عن الأدوات التي استخدمناها في يجمع بيانات الدراسة وهي على النحو التالي:

ب.الاستبيان:

هو نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى المبحوثين من أجل الحصول على المعلومات الخاصة بموضوع و مشكلة أو موضوع معين، يطلب من المبحوثين للإجابة عليها مباشرة وهو من أكثر الأدوات استخداما في البحوث الاجتماعية.

وقد تم اختياره في هذه الدراسة لأن مجتمع الدراسة هو طبقة واعية و مثقفة لا تحتاج من الباحث أن يشرح لها المعاني ، كما انه مناسب لأن الذي يقوم بالإجابة عليه لا تتم معرفة هويته مما يجعله يعبر عن رأيه بطريقة أفضل .(بحوش،محمود،2007،ص.82)

-إن الاستبيان أداة من الأدوات المهمة لجمع البيانات خاصة أن هذه الأداة تسمح للمبحوث أن يجيب اجابة تلقائية على الأسئلة دون اصطناع مواقف تفاعل أو فرض إيماءات من الباحث، و يعتمد الاستبيان على الكلمة و السؤال و الحوار ولكنه غير متبادل بين الباحث و المبحوث و بدون وجود مواقف للتفاعل بينهما. (عبد الرزاق الجبلي، 2003،ص.329)

11-الدراسات السابقة:

من اهم الأشياء التي يجب أن يمر بها الباحث هو اطلاعه على الدراسات والبحوث التي سبقت بحثه لأن إطلاعه سوف يجنبه التكرار ايضا وتفادي أخطاء الآخرين ، وقد يسمح له ذلك بفهم موضوعه اكثر وكيفية اختيار الطرق والاجراءات المنهجية التي تلائم دراسته ناهيك على ان هذه الدراسات تتضمن مجموعة من المراجع

الهامة التي اعتمد عليها ، لذا وفي بحثنا هذا حاولنا الحصول على دراسات سابقة أو مشابهاة لهذه الدراسة أين تكنا من الحصول على :

الدراسة الأولى : نجد دراسة بسمه بوقبرين ، بعنوان " دور الاتصال الداخلي في ترشيد قرارات المؤسسة الجامعية"دراسة ميدانية بجامعة العربي التبسي تبسة رسالة تخرج لنيل شهادة الما جيستار 2015-2016. والتي ركزت على ابراز اهمية الاتصال الداخلي ومعرفة دوره في ترشيد قرارات المؤسسة الجامعية .وهي دراسة وصفية لعينة من الاداريين في جامعة تبسة ، وهذا بغرض الكشف عن اهم الوسائل والتقنيات المستعملة في الاتصال الداخلي ودورها في التحكم أكثر في تسيير المعلومات والبيانات وجعلها في خدمة المؤسسة وتحقيق أهدافها وقد اعتمدت هذه الدراسة في المنهج الوصفي بتوظيف أدوات جمع البيانات والتي تمثلت في الملاحظة والاستبيان واختيرت العينة القصدية في هذه الدراسة وتوصلت إلى جملة من النتائج هي :

- وعي المؤسسة الجامعية بتبسة بأهمية الاتصال الداخلي وتقدير أهميته فيما يخص اتخاذ القرارات حيث توليه اهتمام في الواقع على حسب حاجتها الماسة لعملية اتخاذ القرارات في مراقبة وتسيير والتنسيق بين مختلف نشاطاتها وهيكلها.
- الاتصال الداخلي بمثابة شريان المؤسسة الذي يوفر المعلومات اللازمة عبر مختلف القنوات ، الأمر الذي يساهم في اتخاذ قرارات فعالة .
- إن نجاح او فشل أي مؤسسة يقاس بقدر نجاح خطوات وعمليات الاتصال به ، وهذا مايجعل من الضرورة للمؤسسة أن تتحصل على معلومات ذات الجودة والدقة والمصدقية .
- أدى تنوع وسائل الاتصال في المؤسسة الجامعية الى تحسين مستوى الأداء من حيث تفعيل الاتصال .

الدراسة الثانية:

دراسة صايم الحاج جعفر الصادق بعنوان " اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الاخبارية لقناة الشروق الجزائرية الخاصة " دراسة ميدانية بجامعة الدكتور مولاي الطاهر بالسعيدة رسالة تخرج لنيل شهادة ماستر 2016-2017 ، والتي ركزت على التعرف على اتجاهات طلبة الجامعة نحو مشاهدة البرامج الاخبارية في قناة الشروق الجزائرية ، بالتعرف على مدى ملائمة هذه البرامج مع طلبة الجامعة معرفة عادات ودوافع المشاهدة والاشعاعات المتحققة من ذلك . وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي وذلك باستخدام استمارة استبيان لجمع البيانات حول المبحوثين متشملون في 100 مفردة من طلبة شعبة علوم الإعلام والاتصال .واعتمد الباحث في اختيار

- العينة على الاسلوب العشوائي بحث تم توزيع الاستمارات على طلبة الإعلام والاتصال عن قصد وذلك بما يخدم دراساته ، أما نوع العينة فهي حصصية طبقية وتوصلت هذه الدراسة الى جملة من النتائج هي :
- أن الطلبة الجامعيين لا يشاهدونها في فترة الظهيرة بينما يشاهدون برامج هذه القناة في الفترة المسائية
 - أن معالجة القناة لمواضيع بشكل جدي أكثر اهتمام تعتبر من دوافع مشاهدة الطلبة لبرامج هذه القناة بالاضافة الى تقديمها للمشاهد ما لا يجده في القنوات الأخرى .
 - إن الاشباع المحققة للطلبة جراء التعرض لبرامج قناة الشروق تكمن في حصولها على معلومات صادقة بمتوسط (3.78) وتحقيق القدرة على تحليل الأخبار والأحداث بمتوسط (3.45) .

الفصل الثاني

الإتجاه

1- ماهية الاتجاه:

1-1 تعريف الاتجاه:

إن مصطلح الاتجاهات ترجمة عربية لمصطلح في اللغة الإنجليزية attitude ولقد كان الفيلسوف الإنجليزي هيربرت سبينسر أول من استخدم هذا المصطلح عام 1862 م في كتابه حيث قال إن وصولنا إلى أحكام صحيحة في مسائل ميسرة لكثير من الجدل "المبادئ الأولى" حيث يعتمد إلى حد كبير على اتجاهنا الذهني ونحن نصغي إلى هذا الجدل ونشارك فيه (البراوني، 2013، ص. 50).

وقد عرف وزنانكي 1918 م الاتجاه هو الموقف النفسي للفرد حيال إحدى القيم والمعايير. وأضاف ترستون 1929 م هو تعميم الاستجابات تعميماً ينحو بالفرد بعيداً عن شيء نفسي خاص أو قريباً منه (الزبيدي، 2003، ص. 110).

وتعرف دائرة المعارف الإسلامية 1990 م الاتجاه في اللغة قصد جهة معينة وهو المصدر للفعل اتجه واتجه أي له رأي أي سنج. (أبو دواية، 2012، ص. 16).

أما بروشاننسكي وسيدنبورج فيقدمان تعريف للاتجاه فحواه أن "الاتجاه" عبارة عن ميل معقد للاستجابة بطريقة ملائمة أو غير ملائمة "نعم- لا" للموضوعات في البيئة وتختلف طريقة الاستجابة (- هذه من ثقافة إلى أخرى. (بوساحة، 2006، ص. 17).

وعرفه روكيش من خلال المكون المعرفي على أنه تنظيم من المعتقدات له طابع الثبات (النسبي حول موضوع أو موقف معين يؤدي بصاحبه إلى الاستجابة بشكل تفضيلي. (محمد خليفة، 2000، ص. 24).

ومن هنا نستخلص مما سبق أن الاتجاهات هي عبارة عن ردود أفعال تنشأ نتيجة انعكاس أفكار أو معتقدات نحو موضوع ما على شكل موقف يتخذه الفرد وقد تكون اتجاهات إيجابية تدل على القبول والرضا إما اتجاهات سلبية تدل على الرفض والنفور.

2- أهميته وأنواعه:

1-2 أهمية الاتجاهات:

تحتل دراسة لاتجاهات مكاناً بارزاً في الكثير من الدراسات النفسية وحتى الاتصالية والاجتماعية ذلك أن جوهر العمل في هذه المجالات يتمثل في دعم الاتجاهات الميسرة لتحقيق أهداف العمل فيها.

إن تراكم الاتجاهات في ذهن المرء وزيادة الاعتماد عليه تحد من حريته في التصرف وتصبح أنماطاً سلوكية روتينية متكررة وتسهل التنبؤ بها ومن ناحية أخرى فهي تجعل الانتظام في السلوك والاستقرار في أساليب التصرف أمراً ممكناً ومميزاً

للحياة الاجتماعية. ومن هنا كانت دراسة الاتجاهات عنصراً أساسياً في تفسير السلوك الحالي والتنبؤ بالسلوك المستقبلي للفرد والجماعة أيضاً. (جعفر النفاخ ، 2008 ، ص. 08)

نستخلص مما سبق أن دراسة الاتجاهات تساعدنا على فهم معالم المحيط بنا فهي تمثل عوامل مؤثرة في مشاعر الفرد الوجدانية واستعداداته حيث يقوم بتوجيه سلوكه على نحو معين في البيئة التي يعيش فيها.

2-2- أنواع الاتجاهات:

تعددت تقسيمات الاتجاهات وأنواعها باختلاف الزاوية التي ينظر منها علم النفس الاجتماعي للاتجاه كما يلي:

2-2-1 اتجاهات جماعية أو فردية - :

وللإتجاهات الجماعية هي تلك الإتجاهات المشتركة بين عديد من الناس كإعجاب الناس بزعيم سياسي أو بطل ديني أما الإتجاهات الفردية فهي تلك الإتجاهات التي تميز فرداً عن آخر كإعجاب بشخصية معينة أو بفتة معينة من الناس.

2-2-2 إتجاهات علنية وسرية - :

الإتجاه العلني هو الإتجاه الذي يتحدث فيه الفرد أمام الناس أما الإتجاه السري فهو إتجاه يجد الفرد حرجاً في إظهاره ويحاول إخفاءه والإحتفاظ به لنفسه بل قد ينكره.

2-2-3 إتجاهات قوية وضعيفة - :

فالإتجاهات القوية هي التي تسيطر على جانب كبير من الإنسان وتجعله يسلك في بعض المواقف سلوكاً جاداً نحو الإتجاه نحو الدين أما من يقف من الإتجاه موقف ضعيف لا يستطيع مقاومته فإنه يفعل ذلك لأنه لا يشعر بشدة الإتجاه. (كمال محمد ، ص. 12)

2-2-4 إتجاهات موجبة وسالبة - :

الاتجاهات الموجبة هي التي تنحو بالفرد نحو شيء معين كالفن مثلاً أما الاتجاهات السالبة فهي التي تنحج بالفرد بعيداً نحو شيء آخر كالإدمان مثلاً.

2-2-5 إتجاهات عامة وخاصة - :

والإتجاه العام هو الذي يكون معمماً نحو موضوعات متعددة ويكون أكثر ثباتاً واستقراراً من الإتجاه الخاص فالإتجاه الخاص هو الإتجاه الذي يكون محدداً نحو موضوع نوعي محدد.

وهناك نوعان آخران من الإتجاهات هما:

إتجاهات معرفية: أي يحكمها البناء المعرفي

يحكمها الشعور: إتجاهات أخرى

والإتجاهات المعرفية تقوم على معلومات أكثر موضوعية من تلك التي تقوم على المشاعر والأحاسيس المرتبطة شيء أو بقضية ما (المراجع نفسه ، ص.13)

2-2-6- الإتجاهات النوعية - :

هي الإتجاهات التي تنصب على النواحي الذاتية وتسلك الإتجاهات النوعية مسلكا يخضع في جوهره لإطار الإتجاهات العامة وبذلك تعتمد الإتجاهات النوعية على العامة وتشتق دوافعها منها.

3- مكونات الاتجاهات - :

المكون المعرفي :والذي يتضمن جميع الأفكار والمعتقدات والعمليات الإدراكية التي يحملها الفرد ولها علاقة بموضوع الإتجاه.

المكون العاطفي :وهو يمثل مشاعر الفرد ورغباته نحو موضوع ما.

المكون السلوكي :يتمثل في طريق الاستجابة العملية أي يقوم بها الفرد نحو موضوع الاتجاه فإنما تكون اتجاهاته إيجابية فيقبل على موضوع لاتجاه أو العكس. (السلمي ، 1435 ، ص.63)

4- خصائص الإتجاهات - :

إن الإتجاهات مكتسبة ومتعلمة تتشكل نتيجة التنشئة الاجتماعية والخبرات .

تتميز الإتجاهات بخصائص انفعالية من خلال الموقف التفضيلي عند الفرد " الحب .الكراهية إلخ "نحو موضوع ما.

الاتجاهات يمكن الاستدلال عليها عن طريق ملاحظة سلوك الفرد نحو موضوع أو الشيء المعين .

الاتجاهات يمكن قياسها وتقويمها .

الاتجاه الديناميكي متحرك يحرك سلوك الفرد نحو الأشياء أو الموضوعات التي تنتظم حوله .

الاتجاه يمكن أن يكون إيجابيا أو سلبيا أو محايدا .

قد يكون الاتجاه قويا ويضل قويا على مر الزمن ويقاوم التعديل والتغيير وقد يكون ضعيفا يمكن تعديله أو تغييره.

قد تكون الاتجاهات ثابتة وقد تكون متغيرة ويمكن تعديلها وتغييرها وهي محددة بموضوعاتها . (زغلول الزبيدي ،

2003 ، ص.112)

لا تتكون الاتجاهات من فراغ وانما تتضمن علاقة بين الفرد وموضوع ما ، حيث يمثل الاتجاه معنى يربط الانسان بشيء

معين او حدث معين أو قضية معينة نتيجة مروره بخبرة تتعلق بهذا الشيء أو الحدث.

مما نلاحظ أن للإتجاهات عدة خصائص تميزها فهي متعلمة ومكتسبة ومرتبطة بمواقف اجتماعية وتتضمن علاقة بين الفرد وموضوع معين بالإضافة إلى أنها قابلة للتغيير والتعديل وهي سلوكات ظاهرة ليس لها حدود مادي ملحوظ بل يستدل بها من خلال استجابات سلوكية .

5- وظائف الإتجاه:

تقوم الإتجاهات بوظائف متعددة في حياة الفرد حيث تساعد على التكيف في مجتمعه بعاداته وأعرافه ونظمه وضمن مؤسساته وتقدم له فرص التعبير عن ذاته وتحديد هويته في إطار علاقات والتفاعلات الاجتماعية المتنوعة كما أنها تساعد الفرد على اتخاذ القرارات في الموقف التي يتعرض لها ومن ثم فهي تنظم سلوكه ومعرفته وانفعالاته ضمن مجتمعه. ومن أهم الوظائف ما يلي :

- يحدد الإتجاه طريق السلوك ويفسره.
 - ينظم الإتجاه العمليات الدافعية والإدراكية والمعرفية وبعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه الفرد.
 - تنعكس الإتجاهات في سلوك الفرد في أقوله وأفعاله وتفاعله مع الآخرين ضمن مجتمعه.
 - تيسر له القدرة على إتخاذ القرارات في المواقف الاجتماعية والنفسية المتنوعة.
 - توضح الإتجاهات العلاقة بين الفرد وبيئته الاجتماعية.
 - يحدد الإتجاه سلوك الأفراد والجماعات بشكل شبه ثابت.
 - يجعل الإتجاه الفرد يفكر ويناقش ويدرك موضوعات ومشكلات ومعتقدات مجتمعه.
 - تعتبر الإتجاهات المعلنة في أحيان معينة عن مساية الفرد لما يسود في مجتمعه من معايير ومعتقدات.
- وهذه الوظائف ليست مستقلة بعضها عن البعض الآخر بل هي متداخلة ومتناغمة في غالب الأحيان . (الصديق ، 2012 ، ص.309)

ومن هنا نستنتج أن الإتجاهات تعد من المكونات الأساسية للشخصية ويحقق وجودها لدى الشخص مجموعة من الوظائف كوظيفة إرضاء الحاجات وإشباعها والوظيفة التقويمية ووظيفة الدفاع والوظيفة المعرفية ووظيفة الانتماء فهذه الوظائف تعطي للإتجاهات أهمية بالغة وهذا حسب ما أشارت إليه المراجع المتصلة بدراسات الإتجاه. (محمد الجبور ، 2015، ص.06)

الفصل الثالث

الإتصال الداخلي

1- الاتصال الداخلي للمؤسسة:

1-1 مفهوم الاتصال الداخلي:

- يعد الاتصال الداخلي في المؤسسة من أبرز المقومات التي تركز عليه المؤسسة في دفع صيرورة العمل و الإنتاج، و بالتالي المساهمة في نجاح أو فشل أهداف هذه المؤسسة، و كذلك نرى أن أي مؤسسة مهما كان نشاطها تحتاج دائما إلى اتصال داخلي فعال، حيث يتم من خلاله نقل المعلومات و الرسائل بين مختلف الأفراد الناشطين في المؤسسة.

ومن الواضح أن الاتصال الداخلي تطور مع التطور التكنولوجي الهائل الذي يشهده عصرنا الحالي، فنجد هناك تعريفات مختلفة له، وهذا يعود إلى الاختلاف في وجهات النظر، وعموما هو عملية ربط بين أعضاء المؤسسة بغية نشر المعلومات و الحقائق و الأفكار، و يعرف إبراهيم عبد العزيز شيخا "الاتصال الداخلي يعني تبادل الأفكار و البيانات بغرض تحقيق أهداف العمل الإداري". (بلخيري ، 2013 ، ص.).

أي أن تحقيق أهداف المؤسسة و الإدارة مرتبطة بتبادل الأفكار و المعلومات بين مختلف الإدارات.

- كما تعرفه منال طلعت محمود "الاتصال الداخلي دراسة تطبيق مجموعة من المؤشرات و الوسائل، التي بواسطتها تنظم المؤسسة الاتصال مع محيطها". (طلعت محمود ، 2002 ، ص.22)

- و يعرفه عبد الحميد درويش "بأنه ذلك الاتصال الذي يحدث داخل المؤسسة، أو الذي يهدف إلى ضمان انسياب المعلومات و الأفكار.

- و يعرفه أحمد البدوي "بأنه مجمل النشاطات و الأعمال المتخذة لإقامة علاقة بين الفاعلين، و يهدف إلى انجاز مشروع موحد و بلوغ أهداف مشتركة، كما يسمح لكل فاعل داخل المؤسسة أن يكون معروفا بشخصه و مهمته فيها، و يعمل على ازدهارها وفعاليتها فيها". (مصطفى وآخرون ، ص.82)

2- أهمية الاتصال الداخلي للمؤسسة:

تبرز أهمية الاتصال الداخلي في المؤسسة في المجالات التالية:

➤ **اتخاذ القرارات:** حيث يلعب الاتصال دورا هاما في اتخاذ القرارات، إذ عن طريقه يمكن تسهيل عملية إيصال المعلومات و البيانات الصحيحة التي تأتي من الخارج و التي تساعد على اختيار أفضل البدائل للوصول لأرشد القرارات.

➤ **التوجيه:** حيث يستطيع المدير و باستخدام الوسائل المتاحة له أن يوجد و يحدد للعاملين أهداف المؤسسة و الإمكانيات التي تضعها تحت تصرفهم لمساعدتهم على تحقيق هذه الأهداف.

➤ التنسيق : حيث يقصد به التوفيق بين الأنشطة المختلفة في المؤسسة وهذا يتم بوجود قنوات اتصال جيدة في المؤسسة . (جاد الله كشك ، ص.269)

3- أهداف الاتصال الداخلي في المؤسسة:

➤ أهداف خاصة بالعاملين :

- خلق الرضا و الارتياح بين العاملين
- زيادة التفاهم و الثقة.
- الارتقاء بمعنويات العاملين من خلال إشراكهم في عملية تسيير الإدارة بإبداء آرائهم في المواضيع المطروحة .

➤ أهداف خاصة بالقيادة :

- و تدور مجملها حول تمكين القائد من التعرف على ما يحدث داخل المؤسسة، بصورة صادقة لمساعدته على اتخاذ قرارات سليمة، مما يسهل عملية التوجيه و الإشراف و التأثير على العاملين وبالتالي تحقيق التنسيق الكامل بين أنشطة الإدارة المختلفة داخل المؤسسة. (الجميلي ، 1979 ، ص.35)

أهداف الاتصال الداخلي بالنسبة للجمهور:

تتلخص في إقامة نظام اتصال به، يمكننا من توصيل حقيقة الجهود التي تبذلها وكذا ترسيخ صورة المؤسسة من جهة والتعرف على رأي الجمهور فيها وكذا طبيعة إنتاجها وخدماتها في ذهنه والنشاطات التي تقوم بمقترحاته لتحسين خدماته من جهة أخرى .

فداخل المؤسسة، الاتصالات تشجع أولا : التبادل بين الموظفين في إطار ما يسمى بالثقافة من خلال ترسيخ قواعد وممارسات تتماشى مع الأهداف الواجب تحقيقها، عملية الترخيص مرتبطة بمجموع العمليات المنقولة

والمنشورة داخل التنظيم، هذه العادات والممارسات تشكل ثقافة تميز المؤسسة عن باقي المؤسسات الأخرى فالثقافة وآخرون تشكل الإطار المرجعي في داخل المؤسسة الذي من خلاله كل فرد بإمكانه أن يحدد "Gilbert" حسب مكانه فهي تنشأ بشكل رسمي الخطوط العريضة للسلوكيات والتي ضمنها كل فرد يجد فضاء للحرية وللعمل الفردي .
(Gilbert.Jetcoll,1995,p43)

ومما سبق نلاحظ أن للاتصال أهمية قصوى في المؤسسة ذلك أنه يسعى لتحقيق أهداف كبيرة تنصب في مجملها في تحسين أداء المؤسسة وكذا خلق الرضا بين جميع الأطراف لذلك على كل مؤسسة أن تتوخى الحذر أثناء تصميم برامجها الاتصالية مع الأخذ بعين الاعتبار تحسين الاتصال وقنواته داخل المؤسسة.

- الاتصال الداخلي يساهم في الرفع من معنويات العامل ويحسسه بأهمية ودوره في المؤسسة مما من شأنه زيادة معدلات المشاركة في المؤسسات عن طريق إسهامهم في المشروعات التي تقوم بها وكذلك زيادة انتمائهم الى محيط عملهم وتحسين أدائهم. (فهمي العطرزي ، 1996 ، ص.469)
- كما يهدف الاتصال إلى توفير المعلومات عن الظروف المحيطة بالمؤسسة لدى عمالها وكذا شرح وتفسير القرارات بكل وضوح مما يقطع الطريق على مروجي الإشاعات فإذا لم تعتمد الإدارة على الاتصال فإنها ستفسح المجال لظهور نوع واحد من الاتصالات غير الرسمية (بن نوار ، 2004 ، ص.117)
- يرى بعض الباحثين أن الاتصال الداخلي يعمل على تحقيق أهداف متعددة أهمها:
- تحسين الوعي بين العاملين وتعريفهم بالدور الذي تقوم به المؤسسة ومساهماتهم في الاقتصاد القومي وكذلك تعريفهم بآثار زيادة الأجور التي لا يقابلها زيادة في الإنتاج.
 - رفع الكفاءة الإنتاجية للعاملين مما يزيد أرباح المؤسسة أو زيادة كفاءة استغلال الموارد .
 - تحقيق معدل دوران العمل فهناك مزايا واضحة تترتب على استقرار عنصر العمل .
 - اجتذاب العناصر الممتازة من العاملين فعندما تكون علاقة المؤسسة بالعاملين طيبة فإن هذا يجذب إليها العناصر الممتازة بصفة دائمة.
 - رفع الروح المعنوية نتيجة الإحساس باهتمام الإدارة بأمورهم وخلق روح التعاون بين الأفراد والمؤسسة وبينهم وبين بعضهم البعض، وكسب ثقتهم وتأييدهم للإدارة والسياسات الإدارية للمؤسسة.

4-أنواع الاتصال الداخلي:

يشمل الاتصال الداخلي نوعين هما:

- 4-1 الاتصال الرسمي :و هو الاتصال الذي يكون في إطار الأسس و القواعد التي تحكم المؤسسة،فهو الذي يتم في إطار التنظيم أي له إجراءات و قواعد رسمية يسير وفقها، و تكون واضحة وبيئة لجميع أفراد المؤسسة، لأنها غالبا ما تكون موثقة بصورة مكتوبة و رسمية، فهو يعتمد على المذكرات أو التقارير أو الاجتماعات الرسمية أو الخطابات، أو ما شابه ذلك، و الجدير بالذكر أن الاتصال الرسمي قد يكون صاعدا أو نازلا أو أفقيا بين العاملين، و يتم عبر التسلسل التنظيمي للمؤسسة و هذا التنظيم هو الذي يحدد المسؤوليات و تقسيم العمل و العلاقات الوظيفية داخل المؤسسة (تشمل الإدارة و العمال (و يحمل كل ما تريد جهة معينة إيصاله إلى جهة أخرى و يتصف الاتصال الرسمي عادة بما يلي: (علي محمد ، ص.93)

قانوني، مكتوب، يتعلق بالعمل مباشرة، و يتم داخل التنظيم و يتعلق به و هو ملزم للأطراف، وهذه أهم صفات الاتصال الرسمي أما أهدافه فتتمثل في:

نقل الاقتراحات و التوجيهات و التقارير و الأوامر و التعليمات، و إعلام كل فئات المؤسسة بالأهداف المراد الوصول إليها.

و فيما يخص التأثير على العمال فيتجلى عندما تتحكم المستويات العليا في العملية الاتصالية و عندها تكون مبادراتها مقبولة لديهم. (الجيلاني ، 1988، ص.80)

كما يعتمد الاتصال الرسمي على وسائل عديدة منها: الخطابات، المنشورات بكافة أنواعها، التقارير، المذكرات، الأوامر، القرارات الإدارية. (جاد الله كشك ، ص.265)

وتتلخص هذه الوسائل في وسائل سمعية بصرية، كما تأخذ الاتصالات الرسمية اتجاهات ثلاث مختلفة تتمثل فيما يلي:

أ -الاتصال النازل (من الأعلى إلى الأسفل) : هي الاتصالات التي تبدأ من أعلى التنظيم إلى أسفله، أي من مستوى إداري أعلى إلى مستوى إداري أدنى، وهي غالبا ما تستخدم في الأمر و التوجيه و التعليم، تكون وسائلها شفوية كالأوامر الشفهية، المناقشة، المحاضرات، المؤتمرات، الهاتف، و قد تكون كتابية كالنشرات، الكتيبات، الخطابات، المذكرات.

هذا النوع من الاتصال يمكن المدير من نقل أفكاره إلى مستويات الدنيا، التي تقع على عاتقها واقع التنفيذ، ويمكن المرؤوسين من التعرف على مشكلات التنظيم و تفهم طريقة العمل المطلوب.

ب - الاتصال الصاعد (من الأسفل إلى الأعلى): و يتم هذا الاتصال من المستويات الدنيا(القاعدة) إلى المستويات العليا (القيادة) في المؤسسة، و على الرغم من انتشار الاتصال النازل، إلا أن الاتصال الصاعد لا يقل أهمية عنه لأنه يعبر عن مدى ديمقراطية المؤسسة و إدارتها، و تكون في المادة المنقولة أو المرسل من القاعدة إلى القيادة، عبارة عن تقارير و شكاوي، و اقتراحات و ملاحظات إلى الإدارة العليا.

وعلى الرغم من هذه الأهمية إلا أنه يواجه مشاكل و عقبات، حيث غالبا ما يحول بعض المدراء دون وصول المعلومات إلى الرئيس الأعلى، و خاصة إذا كانت تحمل أخبار تسيء إلى المؤسسة أو تسبب له الانزعاج، بالإضافة أيضا إلى بعد المسافة التي تربط بين الإدارة العليا و المستويات التنظيمية الدنيا، و انتشار ظاهرة الخوف لدى المرؤوسين الذي يقابله عزلة الرؤساء.

و يمكن للمدراء زيادة فعالية الاتصال الصاعد و ذلك من خلال إظهار المزيد من الاهتمام و الاستعداد لتقبل الاتصالات و إتاحة الفرصة للمرؤوسين للتعبير عن مواقفهم إشعارهم بأهميتهم في المؤسسة . (عليان ، 2005 ، ص.ص.32،33)

ج -الاتصال الأفقي : و هو اتصال يتم بين أفراد المؤسسة لهم نفس المستويات، كالاتصال بين الموظفين، أو الاتصال بين رؤساء الأقسام أو بين المدراء أي نفس المستوى الرسمي للمؤسسة، ويتم هذا النوع من الاتصال بين الموظفين ،بغية تحقيق التعاون و حل المشكلات و تبادل الأخبار و الأفكار ووجهات النظر و المعلومات و الخبرات شفها و بطريقة مباشرة دون أي عوائق إدارية، و هو بذلك يكون أقرب إلى الاتصال غير الرسمي منه إلى الاتصال الرسمي، ومن الوسائل التي يعتمد عليها هذا النوع من الاتصال، اللقاءات، تبادل الزيارات، الاجتماعات، اللجان، و السلوكيات المختلفة أثناء العمل.

و من أبرز ما يحققه الاتصال الأفقي ما يلي : (حجاب ، 2007 ، ص.35)

-تكامل الجهود مصالح المؤسسة أو تماسك موظفيها على اختلاف مستوياتهم نحو تحقيق أهداف المؤسسة و خلق روح التعاون.

-الاستفادة من تجارب الآخرين و خبراتهم

-يسمح بالاتصال المباشر (عتوي ، ص.194)

الاتصال غير الرسمي : هذا الاتصال لا يخضع لقواعد و إجراءات و قوانين إدارية مثبتة و مكتوبة و رسمية وتفق عليها، كما هو الحال في الاتصال الرسمي، و يتم غالبا خارج عن القنوات الرسمية داخل التنظيم، كما يتم بين مستويات إدارية مختلفة متخطيا خطوط السلطة الرسمية . (حجازي ، 1992 ، ص.24)

لا يتم الاتصال غيرا لرسمي داخل التنظيم فقط، بل قد يتعداه إلى خارج التنظيم من خلال الاتصالات الشخصية و اللقاءات و الحفلات و الاجتماعات غير الرسمية، و يجب على الإدارة استغلال الاتصال غير الرسمي إيجابيا ، و عدم السماح له بالتأثير سلبا على التنظيم من خلال التشويش بأشكاله المختلفة كالإشاعات الكاذبة و غيرها. (عزي ، 1992 ، ص.24)

5- أساليب الاتصال الداخلي (وسائله و قنواته):

لإتمام عملية الاتصال بين المرسل و المتصل والمرسل إليه أو المتصل به لا بد من استعمال أساليب يمكن عن طريقها نقل المعلومات، أي مضمون الاتصال و أساليب الاتصال في ثلاث هي:

1-أسلوب الاتصال الكتابي.

2- أسلوب الاتصال الشفهي.

3- أسلوب الاتصال التصوري .و نستهل ب:

أ -أسلوب الاتصال الكتابي:

يتم الاتصال الكتابي عن طريق الكلمة المكتوبة التي يصدرها المرسل إلى المرسل إليه، و هذا الأسلوب يعتبر من متطلبات الأمور في المنظمات الكبيرة الحجم معقدة التنظيم، و لكي يحقق الاتصال الكتابي الهدف منه يجب أن تتسم الكلمة المكتوبة بالبساطة و الوضوح و الدقة، و يحقق الأسلوب الكتابي في الاتصال في المزايا التالية:

1-يمكن من الاحتفاظ بالكلمات المكتوبة حتى يمكن الرجوع إليها كلما اقتضى الأمر كذلك.

2-يحمي المعلومات المراد نقلها من التحريف بدرجة أكبر من الاتصال الشفوي.

3-يعتبر وسيلة اقتصادية من حيث وقت الإدارة و مالها و جهدها . (عبد العزيز شيخه ، ص.ص.399،308)

هذا النوع من الاتصال يحدث بين جميع الأفراد على اختلاف درجاتهم و أماكنهم في العمل،أو في الإدارة كما يحدث بين الأفراد و الأشخاص بصورة فردية و شخصية في الحياة اليومية و العلاقات العامة و الإنسانية، التي تجمع بين مختلف أفراد من الأماكن المحلية الداخلية أو الخارجية للبلاد، أو المنطقة التي يعيش فيها كل فرد و الاتصال هنا يكون عن طريق استعمال الكتاب و توثيق إثبات المعلومات و المطالب و التعليمات، بهدف نقلها و سهولة الرجوع إليها وقت الحاجة إذا كان هذا الاتصال أثناء القيام بالمهام العملية، هذا الشيء لا يتوفر في عملية الاتصال الشفوي و الذي من الصعب أن يحدث إذا كانت المؤسسة كبيرة و منتشرة في عدة أماكن، و عملية الاتصال الكتابي تحقق الدقة و الأمانة أثناء نقل الرسائل الاتصالية إلى العاملين خصوصا إذا كان يعتبر الشكل المعتمد لدى معظم الموظفين و المسؤولين الذين يعتمدون على التعليمات المكتوبة و اعتمادا تاما و ذلك لكي يستطيعوا معرفة كيفية و مدى إنجاز أعمالهم ، و لأنه يمكن من القيام بنقل نفس المعلومات كما هي إلى أكبر عدد من الأفراد.

هذا النوع من وسائل الاتصال يعطي الطرف الذي يستقبل الرسالة الفرصة الكافية و المناسبة للقراءة،دون أن يقاطعه في ذلك أحد، كما و أن هذه الوسائل تعطي الفرصة الكافية للمرسل للتفكير في موضوع الرسالة وهل صاغها بصورة مناسبة و مقبولة، وضعت جميع الجوانب التي يريد نقلها إلى المستقبل.

و هذا النوع من وسائل الاتصال يكثر في حالات الاتصال من الأعلى إلى الأسفل، و يقل استعماله في الحالات العكسية أي الاتصال من أعلى إلى أسفل من العاملين إلى المدير و الإدارة، وذلك لخوفهم من كتابة المعلومات التي من الممكن أن تسبب الإزعاج للمدير و حتى تغضبه.

و من جوانب ضعف هذه الوسائل الاتصالية هو عدم معرفة المستقبل للدوافع و الأساليب التي أدت إلى إرسالها، أو لأنه من الممكن أن يفهمها بصورة مختلفة، عن القصد منها لأنه يوجد اختلاف في المفاهيم و القدرة على التفكير و مستوياته بين الطرفين الأمر الذي يؤدي إلى دعم تحقيق الاتصال للأهداف المنشودة لأن العاملين ينقلون التعليمات التي وصلت إليهم بصورة خاطئة وغير مطابقة للمقصود.

ولكي تتغلب على هذا الجانب الضعيف، يجب أن نقوم بعملية تعزيز الاتصال الكتابي عن طريق الشرح و المناقشة لموضوع الرسالة، و الهدف منها إذا كانت رسالة عامة، ويتم تحقيق ذلك بأن يقوم المسؤولين بمقابلة العاملين بصورة جماعية أو فردية ، و التأكد من أنهم استطاعوا معرفة أسباب إرسال الرسالة لهم و كيف يمكن القيام بتنفيذ و تحقيق المطلوب منها.

طرق الاتصال الكتابي كثيرة و مختلفة سوف نشرح قسم منها في ما يلي : (نصر الله ، 2001 ، ص.54)

1-التقارير : و هذه التقارير تكتب فيها المعلومات التي ترسل من أسفل إلى أعلى ، بهدف تسهيل مهمة الإدارة في متابعة و مراقبة أعمال العاملين لزيادة معرفته بالأحداث التي تحدث أثناء القيام بالأعمال المطلوبة من كل فرد، و هذه التقارير التي نتحدث عنها من الممكن أن تكون بصورة محددة في أنها ترسل في أوقات محددة و معينة من قبل أو أنها ترسل حسب الوضع القائم و الحاجة إليها (جوهر ، 2001 ، ص. 88)

و التقارير التي تعالج مواضيع معينة مثل التفتيش عن العمل، أو متابعته يجب أن تكون موضوعية، و تظهر الأسباب التي أدت إلى كتابتها بالإضافة إلى كتابة رأي من يكتبها و يقدمها يصوره واضحة و صريحة و ذلك لتوفير وقت المسئول عندما يتفحص الأمور.

و عند كتابة التقارير يجب أن تأخذ في عين الاعتبار أن معظم المسئولين ليس لديهم الوقت الكافي لقراءة ما هو مطول أو يدخل في تعقيدات مملّة، لذا يجب كتابة التقارير بصورة ملخصة بدل التقرير المطول، و يجب أن نراعي الترتيب المنطقي المتسلسل الذي يجعل منه وسيلة الاتصال فعالة و مجدية.

المذكرات و المقترحات:

و هي عبارة عن نوع من الاتصالات الكتابية في معظم الأحيان، التي يقوم بإعدادها و كتابتها العاملين أو الرؤوسين إلى المسئولين عنهم و عن إدارة المؤسسة، بهدف القيام بتوضيح و تفسير بعض الجوانب و المشكلات التي تصادف العمل و التطبيق، أو لكي ثبت حدوث أمر معين داخل المؤسسة أو القيام بتقديم اقتراحات، التي تخص العمل و المؤسسة، و في نفس الوقت من الممكن أن يقوم بتقديم المذكرات للمسئولين إلى العاملين، بهدف شرح و تأكيد بعض الجوانب أو مجرد تذكر ببعض الواجبات التي يجب أن تقوم بها كل فرد.

و هذا النوع من الاتصال الكتابي له أهميته الخاصة في نقل المعلومات و الإقتراحات التي تفيد العمل، والقيام بحل المشاكل التي توجد فيه، لذلك يجب العناية و الاهتمام به، على المسؤول أن يقبله و يقوم بدراسته و يثني على من قام بهذه الاقتراحات و يشجع استعماله من قبل العاملين، و هذا النوع من الاتصال يعطي الفرصة لمن يقوم به أن يحفظ لنفسه نسخة من هذه المذكرات أو الاقتراحات التي يستطيع أن يرجع إليها، إذا لزم الأمر، أو للمتابعة أو التنفيذ .(نصر الله ، المرجع السابق ، ص.232.234.235)

5-1 الأوامر و التعليمات :

تكون في معظم الحالات بصورة إصدار القرارات، أو إعطاء الأوامر، أو الإرشاد و التوجيه للعاملين، و جميعها تصدر مكتوبة، أعلى إلى أسفل لكي تنفذ على أيدي المستويات الأدنى، و في هذا النوع من الاتصال يشترط أن يكون واضحاً مفهوماً منذ اللحظة الأولى لوصوله إلى العاملين، و أن لا يكون فيه التباساً في المعاني أو يفهم على عدة جوانب بالإضافة لكونها تم جوانب بالإضافة لكونها تم جوانب مشوقة لمن يقوم بتنفيذها ، و مهم جداً الأسلوب الذي تكتب فيه، بحيث يتفق مع استعدادات العاملين الذين يرسل إليهم.

و يفضل أن تجمع جميع الأوامر و التعليمات و القرارات في كتاب يعرض على العاملين و الموجودين في المؤسسة، و خصوصاً الجدد، في حين دخولهم إلى العمل و المؤسسة كي تساعدهم في معرفة الأمور السابقة و الموجودة ، و ما يطلب منهم، و الأمور التي تسر مناقشتها و التحدث عنها حينما حدثت، مثل هذا الكتاب من الممكن أن يحدد أو تقرر كل مؤسسة الفترة الزمنية التي يصدر فيها شهر أو نصف سنة أو سنة، أو أقل حسب وضع المؤسسة و سرعة الأحداث التي تحدث فيها.

5-2 الشكاوي :الشكاوي في معظم الأحيان تحدث عندما تكون الأسباب قاهرة لها، و هي في العادة تحدث في جميع المؤسسات و المنظمات التي يعمل فيها أعداداً كبيرة من العاملين بدرجات متساوية أو مختلفة، هذا لا يعني عدم حدوث شكاوي في المؤسسات الصغيرة، لكن حدوثها يكون أقل بصورة ملحوظة و من أسباب حدوثها عدم القيام بتوزيع العمل بين العاملين أو القائمين على التنفيذ بصورة جيدة وواضحة، أو بسبب عدم القيام بالصورة و الشكل المطلوب في هذا الوضع من الممكن و المحتمل أن يكون أحد العاملين مظلوماً أو من الممكن أن الأوامر لم تفهم.

و الشكاوي في معظم الأحوال تقدم من المستوى الاتصالي الأدنى إلى الأعلى، أي من العاملين إلى المسؤولين الذين يتوجب عليهم العمل على الاهتمام بها، و القيام بفحصها و معرفة أسبابها و القضاء عليها، لأن من الممكن أن تؤثر على سير العمل بصورة و الشكل الصحيح، و من المؤكد أن عملية الاهتمام بهذه الشكاوي التي ترسل من العاملين يكون لها التأثير النفسي عليهم ، بحيث يرفع من معنوياتهم و يشعروهم بالأهمية و المكانة عند الإدارة، و الإحساس

بإزاحة الظلم عنهم، و المظلوم لا يمكن أن يكون أداء عمله كما هو مطلوب، أو أن ينفذ الأمر بصورة صحيحة إذا كان غير مقتنع به .(نصر الله ، المرجع السابق ، ص.236)

بالإضافة إلى ما ذكر فإن الشكاوي في الكثير من الحالات إذا كانت جادة تؤدي إلى كشف الانحرافات والجوانب غير القانونية في الأعمال الإدارية، و الجوانب التي من الصعب أن تكتشف إلا بهذه الطريقة، من جهة أخرى من الممكن بل من المحتمل أن تكون الشكاوي في الكثير من الأحيان إذا كانت جيدة جادة تؤدي إلى كشف الانحرافات و الجوانب غير القانونية في الأعمال الإدارية، و الجوانب التي من الصعب أن تكتشف إلا بهذه الطريقة، و من جهة أخرى من الممكن بل من المحتمل أن تكون الشكاوي كاذبة غير صحيحة، و القصد منها ضرر بعض الأشخاص المسؤولين أو حتى العاملين، أو من الممكن ضرر المؤسسة أو تشويه سمعتها و سمعة العاملين فيها، لذلك يجب أن تتوسع في الاعتماد عليها و أن نقوم بمعاينة من يقدم الشكاوي الكاذبة و غير الصحيحة، أو أن نهمل الشكاوي غير الموقعة . (عبد العزيز شيخه ، المرجع السابق ، ص.412)

ب - أسلوب الاتصال الشفهي:

هو نوع من الاتصال يتم و يحدث عندما يتبادل الحديث أطراف عملية الاتصال، و هذا من الممكن أن يحدث إما في وضع يجتمع فيه الطرفين، أو دون أن يرى المتصل به، كما يحدث في المحادثات الهاتفية، و هو يعتبر أكثر أنواع الاتصال نفعا وفائدة لما فيه صالح العمل، وعن طريقه يمكنه القيام بعملية تبادل الأفكار و المعلومات بأسهل الطرق و أبسطها و أقصرها، الأمر الذي يؤدي إلى توفير الوقت و الجهد الذي تستغرقه عملية الاتصال الأخرى، و يسمح هذا النوع بالاتصال الشخصي و يؤدي إلى خلق روح الصداقة و التعاون، و تشجيع الأسئلة و الإجابات أو من الممكن و المحتمل أن يكون العكس هو الصحيح لأنه يعتبر سهل وغير مجبر . (نصر الله ، المرجع السابق ، ص.223)

3-5 المحادثة الشفوية:

هذا النوع من الاتصال من الممكن أن يحدث أو يتم مباشرة، أي وجه لوجه أو من الممكن أن يحدث بصورة سريعة و دون احتمال التأجيل لأهميتها، و تحدث عن بعد و ذلك بواسطة استعمال الأجهزة الخاصة بالاتصال مثل :الهاتف، الأجهزة اللاسلكية، بالإضافة إلى ما ذكر نقول أن هذا النوع من الاتصال يحدث بصورة بصورة رسمية و منظمة، أو من الممكن أن يتم بطريقة رسمية، و الاتصال غير الرسمي هنا يكون في العادة مناسب أكثر وقريب إلى التفاهم و الوصول إلى النتائج من عملية الاتصال أكثر في حالة الاتصال الرسمية.

و في حالة الاتصال من هذا النوع إذا تضمنت الوسيلة أوامر و تعليمات أو معلومات هامة، الاتصال الشفوي وحده لا يكفي، بل يجب أن يكون معزز كتابيا، وإذا كان موضوع الاتصال طرح الشكاوي أو التظلمات يجب معالجتها، و اتخاذ الإجراءات المناسبة المطلوبة و السريعة لكي يرتاح و يطمئن الطرف الذي قام بطرحها (جوهري ، 2001 ، ص.93)

*و من الصفات الخاصة التي تميز هذا النوع من الاتصال الشفوي أن تأثيره كبير . لأن المحادثة تظهر فيه بصورة واضحة التعبيرات على وجه المتحدث، أو القيام بالتأكيد على بعض الألفاظ و العبارات أو الجمل الأمر الذي يشعر الفرد المستمع بأهمية الموضوع، أو جوانب منه، أيضا هذا النوع يعطي المتحدث الفرصة لإدراك فهم الآخرين و مدى استجابتهم و ذلك عن طريق رد الفعل الذي يظهر منهم أو على و وجوههم . جوهري ، 2001 ، ص.94)

إن القيام بالاتصال المباشر بين المسؤولين أو رجال الإدارة و العاملين، و هذا بطبيعة الحال يشعروهم بمدى أهمية و قبحهم من عملية اتخاذ القرارات، الأمر الذي يؤدي إلى رفع الروح المعنوية و مضاعفة الجهود في إنجاز المهام و العمل المطلوب.

5-4- المقابلات الجماعية (المؤتمرات و الاجتماعات):

و هذا النوع من أنواع الاتصال الشفوي الذي يتحدث عن المقابلات الجماعية و التي تتمثل في تتمثل في شكل اجتماعات أو ندوات، و هو يعتبر أوضح الأنواع و أكثرها فائدة، و عن طريقها تكون محاولات معرفة المشاكل التي تواجه الإدارة و طرق حلها أو التخلص منها، أيضا يعطي الفرصة لعملية تبادل الآراء و الأفكار كي تكون منها فائدة لجميع الحاضرين و المتواجدين في نفس المكان.

و بما أن هذا النوع يؤدي إلى تجميع الكثيرين من العاملين مع بعض في نفس الوقت و المكان، فإن هذه الطريقة تقابل بالاهتمام لأنها تفسح المجال أمام الآراء و الأفكار الجديدة التي تأتي من المسؤولين.

و حتى تحقق الفائدة المطلوبة من هذا النوع من الاتصال الشفوي يجب مراعاة الأمور و الجوانب الآتية:

- 1- القيام بالتخطيط للاجتماع الذي نريد الاتصال بالآخرين عن طريقه.
- 2- يجب أن يحدد الموضوع الرئيسي للاجتماع بالإضافة إلى إعداد جدول أعمال مختصر له.
- 3- على رئيس الاجتماع أن يكون ملما بجميع جوانب الموضوع يدرسه دراسة كاملة و شاملة، و أن يقوم بإعداد المعلومات و البيانات الأساسية.
- 4- يجب أن يحضر الاجتماع الأشخاص الذين يهمهم الأمر و يعينهم و لديهم معلومات أو خبرات و إمكانات تساعد على النجاح المرتقب و المطلوب من الاجتماع.
- 5- يجب أن يحدد موعد عقد اجتماع أو المؤتمر في وقت و مكان مناسب.

6- يجب أن يتصف رئيس الاجتماع بالسلوك الديمقراطي، ولديه المقدرة و الرغبة الجادة و الصادقة للاستماع إلى ما يقوله العاملين، و اقتراحاتهم و مناقشاتهم، و في نفس الوقت على الرئيس أو المدير الابتعاد عن إعطاء الأوامر أو فرض الرأي.

7- يجب القيام بتسجيل المناقشات التي تدور في المؤتمر أو الاجتماع و النتائج التي يصل إليها المشتركين و توزيعها على جميع المشتركين و من يهمهم الأمر .(أحمد الصقر ، 1979 ، ص.140)

3-المقابلة (المحادثة):

و هي عبارة عن تبادل لفظي الذي يحدث بصورة مباشرة، أي وجها لوجه بين الشخص الذي يقوم بالمقابلة و بين الشخص الثاني أو الأشخاص الآخرين، و هي عبارة أيضا عن لقاء مباشر يحدث بين شخصين وجها لوجه، و تعتبر المقابلة أداة هامة جدا من أدوات الاتصال الداخلي المؤسساتي التي تستعمل عندما نريد معرفة العلاقة التي تربط بين المتغيرين، تماما كما يحدث في المعرفة التي توجد بين الرئيس و المرؤوس و حتى تكون المقابلة ذات فائدة و يجب أن تتوفر الشروط التالية:

- و في الوقت المخصص الذي تجري فيه المقابلة يجب على الطرفين التفرغ التام لها، و عدم الانشغال بأعمال أو مشاغل أخرى و خصوصا للمسؤول.
- بداية الحديث يجب أن يكون فيها شيء من القبول و الود، و البساطة و الشئ .
- شرط أساسي لنجاح المقابلة هو القدرة على الإنصات عندما يتحدث الطرف الآخر، و الانتباه لتام له، و لما يقوله حتى يشعر بالأهمية و المكانة و حتى يكون رد فعله موضوعي.
- أثناء المقابلة يجب أن لا نسمح لأي شخص بالدخول إلى مكان المقابلة، و ذلك لضمان عدم المقاطعة و التشويش من أي نوع كان ، كما و على الطرفين عدم مقاطعة بعضهم البعض.
- خلال حدوث المقابلة على الطرف المسؤول الحذر من الغضب أو التعصب أو التذمر من أي شيء ، أو ان يكون واضح فيما يقوله.
- على المسؤول الذي يجري المقابلة أن يعطي الطرف الآخر الشعور بأنه استمع بصورة حسنة لما قاله و هنا يأتي عن طريق الرجوع إلى النقاط و الحقائق الأساسية الهامة التي قالها، ثم البدء الفعلي في اتخاذ الإجراءات لتنفيذ الموضوعات المتعلقة في المقابلة.

لذا نعرف و نستخلص في الأخير إلى أن هذا الأسلوب يتم عن طريق نقل و تبادل المعلومات و المرسل إليه شفاهة، أي عن طريق الكلمة المنطوقة لا المكتوبة، و هذا الأسلوب يتميز عن أسلوب الاتصال الكتابي بأنه أكثر سهولة و أكثر يسرا و أكثر إقناعا للمرسل إليه .(أحمد الصقر ، المرجع نفسه ، ص.143،141)

5-5- أسلوب الاتصال التصوري:

هذا الاتصال يعتمد على الصور و الوسائل المرئية في العملية الاتصالية، ويحدث كنتيجة مباشرة لمشاهدة صور معينة أو وسيلة مرئية وما تحمل من معاني تؤثر تأثيرا مباشرة على المشاهد ويحدث منها رد فعل عليها والصور أو الوسائل المرئية عديدة جدا ومتنوعة منها الصور الشخصية الأفلام على أنواعها والشرائح والتلفاز وغيرها وهي تعطي الفرصة للمرسل الذي يستعملها في استخدام الألوان والحركة وجوانب الحياة المختلفة وهذا بطبيعة الحال يكون له التأثير المباشر والكبير على النفوس المستقبلين لهذه الرسالة بالإضافة إلى ذلك فإن هذا النوع من الاتصال من الممكن أن يكون ناطقا وصامتا ومن الطبيعي أن يكون تأثير الناطق أكبر أثرا من الصامت. في نهاية الأمر يجب أن لا ننسى أن لكل وسيلة من الوسائل المستعملة في هذا النوع من الاتصال لها إيجابيات و سلبيات التي يجب أن تأخذ بعين الاعتبار عند استعمالها. (بربر ، 1996 ، ص.323)

هذا النوع من أنواع الاتصال او وسائله يختلف عن الأنواع السابقة في انه لا يعتمد على اللغة كمكون أساسي لعملية الاتصال، بل يعتمد على عامل آخر الذي يرجع إلى حاسة البصر، حيث يشاهد أو يرى او يلاحظ القائم بالاتصال الحركات و الأعمال أو الظواهر المختلفة، التي تصدر عن الطرف الآخر الذي هو المستقبل، و التي تهدف إلى معاني معينة ومحددة التي تخلق نوع من الإحساس أثناء الملاحظة، و هذا الإحساس يعني أن الاتصال قد تم أو حدث، و هذا الأسلوب يستعمل عندما تكون الفعالية لا تعتمد على الكلام أو إذا اختلفت اللغات بين المرسل و المستقبل، أو إذا أراد المرسل أن يعرف مدى رد الفعل أو التغذية العكسية للعملية الاتصالية التي قام بها من قبل حيث يلاحظ ما يظهر على وجه المستقبل من تعبيرات و تغييرات.

و مما يجدر ذكره أن هذا النوع من الاتصال لا يستعمل بشكل واسع بسبب المعوقات الكثيرة التي من الممكن أن تقف أمامه، مثل استعماله اللغة و أهميتها، أو عدم معرفتها بين الطرفين، لذلك فهو لا يستعمل لوحده بل في الحالات الكثيرة يستعمل مع نوع آخر من أنواع الاتصال التي ذكرت . (عبد العزيز شيخه ، المرجع السابق ، ص.247)

وهناك وسائل للاتصال بالمستخدمين و العمال تستخدمها كثير من المؤسسات و أهم هذه الوسائل:

5-6- اللوحات الخشبية:

و هي من وسائل الاتصال المنتشرة، و تعتمد في نجاحها على المكان الذي توضع فيه، و تعتبر الطرقات وصلات الأكل من الأماكن المفضلة، و يتوقف حجم هذه اللوحات على مقدار المعلومات التي ترغب الإدارة في تعريفها للعمال، و يلاحظ في الرسائل الإخبارية الواردة بها أن تكون مختصرة و متعلقة بالأحداث الجارية كاجتماعات الموظفين مما تنشره الصحف الخاصة بشؤون العمال، و مما يعاب على استخدام اللوائح و التعليمات و التحذيرات الخاصة بشؤون العمال، و مما يعاب على استخدام اللوحات انه قد تترك البيانات عن موضوع معين على اللوحة مدة طويلة و الواجب وضع البيانات لمدة قصيرة .(البكري ، ص.241،240)

3-2- مجلة المؤسسة :تصدرها المؤسسة بقصد توزيعها على موظفيها أو عملائها أو موزعيها أو غيرهم، لتحسين العلاقة بينهم و مباشرتها و تدعيمها مما يعود بالخير عليها.تمتاز مجلة المؤسسة بأنه من الممكن أن تظهر شخصية الهيئة للجمهور الذي توزع عليه، فتحكم المنشأة في تحرير المجلة و إخراجها يجعلها قادرة على أن تنقل صورة صادقة إلى الجمهور ، بحيث يشعر أنه يعرف المؤسسة، و من المعروف أن المطبوعات الخاصة بالعمل و الموظفين من أهم الطرق للاتصال بهم وفي مقدمة تلك المطبوعات المؤسسة.

تختلف مجالات المؤسسة في تحريرها و إخراجها حسب الجمهور الذي نشأت من أجله، و هناك أنواع مختلفة لهذه المجلة أهمها:

(أ) مجلة المؤسسة الخاصة بالأفراد.

(ب) مجلة المؤسسة الخاصة بالموزعين ووكلاء البيع.

(ت) مجلة المؤسسة الخاصة بالمستهلكين .(نصر الله ، 2001 ، ص.243)

لذلك نرى أن كلما حوت المجلة أخبار الأفراد الخاصة و صورهم كلما اشتركوا في تحريرها و زاد اهتمامهم بها و ساعدتهم على نجاحها.

و عموما تتم الاتصالات داخل المؤسسة من خلال مجموعة من الوسائل منها:

1-المقابلات الخاصة.

2-الاجتماعات على مستوى الإدارة أو القسم و الاجتماعات العامة.

3-المكالمات الهاتفية.

4-المجلات و الجرائد الداخلية التي تصدرها المؤسسة.

5-الخطابات البريدية المباشرة.

6-الملصقات الدورية الخاصة.

7-النشرات الدورية الخاصة.

8-الصور و الأفلام السينمائية.

6-معوقات الاتصال الداخلي و طرق تحسينه:

6-1 معوقات الاتصال:

تشكو العديد من المؤسسات من عدة معوقات تجعل من المستحيل أن تنجح العملية الاتصالية،

و من هذه العوائق نذكر ما يلي: (حسن ، 2001، ص.73)

-عدم تقبل المسؤولين و انعدام الإدارة لديهم لتغيير الأوضاع أي تصادم الأفكار بين مختلف الأجيال.

-عدم تناسب المضمون مع الانشغالات الحقيقية للعاملين.

-الوسيلة لا تتوافق مع مضمون الاتصال.

-استخدام لغة غير مناسبة مكانا و زمانا.

-عدم تلائم الجو للاتصال و كذلك بالنسبة للهيكل.

-عدم وضوح الأهداف غير محددة و غير قابلة للقياس.

-احتفاظ المؤسسة بالمعلومات لنفسها و اعتبارها سرية.

و هناك من حدد معوقات الاتصال في ثلاثة أنواع من العقبات و التي تصنف إلى :عقبات مادية،

عقبات شخصية، عقبات لفظية.

أ -**العقبات المادية** : كندرة الاتصالات أو الإفراط فيها كذلك دخول أو تداخل متحدث آخر أثناء القيام

بمكالمة هاتفية على الخط و بالتالي يؤدي هذا إلى تحقيق الاتصال لأغراضه، و كذلك تعتبر كثرة

لاتصالات و الاجتماعات في المؤسسة عبئا ثقيلا على العاملين في المؤسسة و تعتبر كذلك ضياع الوقت

وسببا للملل و الضجر وهذا يجعل الاتصال غير فعال و لا يحقق أهداف المسطرة.

ب - **العقبات الشخصية** : و هي تتصل بالنواحي النفسية و الاجتماعية للفرد و القائمة على مدى حكمه

الصائب على الأشياء و حالته النفسية و العاطفية و طباعه و نزعتة و ما شابه ذلك من نواحي خاصة بقيم

الفرد، كذلك نظرا لتجمع مختلف الأصناف البشرية في المؤسسة واختلاف طبيعتهم التفاعلية و هذا ما ينجم عنه صراعات أو جو يسوده التوتر، و هذا الوضع يعتبر معرقلا لعملية الاتصال، كما إن اختلاف المستويات يعرقل العملية الاتصالية.

ج -العقبات اللفظية(التعبيرية):تعتبر اللغة أداة هامة من أدوات الاتصال تساهم في عملية الاتصال و تسييرها كما يمكن أن تعرقلها، فنجد الكثير من الكلمات تحمل أكثر من معنى وفقا للموقف الذي تستخدم فيه، فتجعل المعنى غامضا فير مفهوم و منه لا يصل إلى المستقبل و لا يتحقق الاتصال و هدفه و هو نقل المعلومات و رفض الغموض. كما أن اختلاف المستوى التعليمي و الثقافي و تخصصات العملية و المهنية و هو ما يؤدي إلى اختلاف الألفاظ وفهم تفسير الكلمات و المعاني كذا اختلاف البيئة و التقاليد و العادات و القيم و هي ذات جوانب ثقافية أوسع تدخل في عملية التصور و فهم الاتصال .(حسن ، 2001 ، ص.77)

طرق تحسين الاتصال :يمكن تحسين الاتصال بعدة طرق أهمها:

أولا :تلبية احتياجات ورغبات الأطراف الفاعلة في الاتصال، و المقصود هنا تلبية رغبات العاملين من مختلف المستويات المناصب التي يحتلوها في المؤسسة.

ثانيا:أن يكون المضمون مثيرا للاهتمام و معلوماته تمتاز بالجدية و الحداثة.

ثالثا :أن تتوافق الوسيلة مع المضمون و الأهداف.

رابعا :استخدام اللغة المناسبة زمانا و مكانا.

خامسا :يجب أن تشترك مختلف هياكل المؤسسة في عملية الاتصال الداخلي.

سادسا :يجب أن تكون الأهداف محددة بطريقة جيدة.

سابعا :يجب توظيف تقنية الاستماع و الملاحظة للإلمام بجميع المعلومات المتعلقة بأطراف المشكلة للمؤسسة.

كما توجد ثلاث أنماط من الاتصالات التي تحسن الاتصال الداخلي في المؤسسة و هي كالتالي:

1-نمط الاتصال الرأسي الهابط.

2-نمط الاتصال الرأسي الصاعد

3-نمط الاتصال الأفقي

أولاً: نمط الاتصال الرأسي الهابط:

في هذا النمط يجب على المسؤول أو المدير أن يمد العاملين في المؤسسة بالمعلومات اللازمة و يتم وضع خطة للاتصال حتى تكون هناك اتصالات فعالة.

-خلق جو من الثقة بين المرسل و المستقبل هذا يسهل التوافق و الاتفاق بين الرئيس و المرؤوس.

-يجب معرفة قنوات الاتصال و أنواع المعلومات لدى كل من الإدارة و العاملين على حد سواء.

-يجب الاهتمام بعامل التوقيت السليم في نقل المعلومات.

-يجب استخدام أحسن التقنيات و اتخاذها كوسيلة تقييم لعملية الاتصال.

ثانياً: نمط الاتصال الرأسي الصاعد:

-يجب على الإدارة معرفة أنواع المعلومات المناسبة لهذا النوع من الاتصال مع الإمداد بالقنوات الملائمة.

-يجب أيضاً أن لا يكون الاتصال الصاعد إجبارياً و غير مرغوب فيه مع وجود ارتباط الاتصال الصاعد الهابط.

ثالثاً: نمط الاتصال الأفقي:

-يجب إنشاء دور جديد تكاملي بالمنطقة لتسهيل عملية الاتصال هذا عندما تصبح قيادة العمليات الجانبية بمثابة مشكلة.

-يجب تشكيل فريق عمل بصيغة دائمة لتعرف المشاكل الداخلية.

-يجب حسن استخدام المباشر بين المديرين المشاركين في عملية اتصال مع إقامة دور الاتصال لربط

مختلف الإدارات ذات الاتصال الوثيق هذا على نفس المستوى التنظيمي . العديلي ، 1995 ، ص.471)

الإطار

التطبيقي

تمهيد:

سنقوم في هذا الجانب باستعراض مختلف جداول التحليلية البسطة بتحليل معطيات أسئلة استمارة الاستبيان

1-تفريغ وتحليل البيانات السوسيو ديموغرافية.

المحور الأول: البيانات الأولية

1/الجنس :

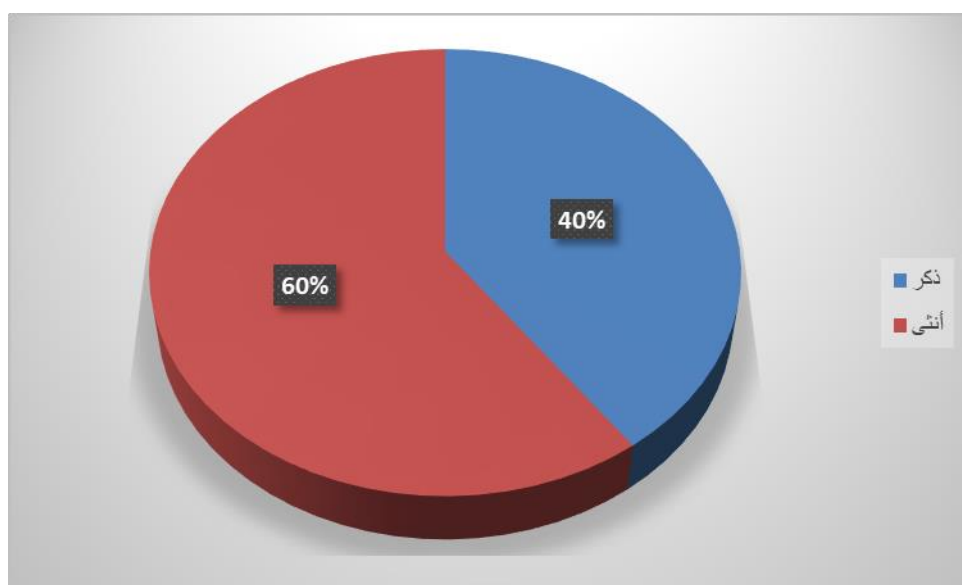
لجدول رقم (1) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	16	%40,0
أنثى	24	%60,0
المجموع	40	%100

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (40)

فرداً، نلاحظ أن حجم الذكور (16) بنسبة 40 %، أما الإناث فقد بلغ عددهن (24) أنثى بنسبة

قدرت بـ 60 %. كما هو موضح من خلال الشكل رقم (1)



الشكل رقم (1) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

2/التخصص

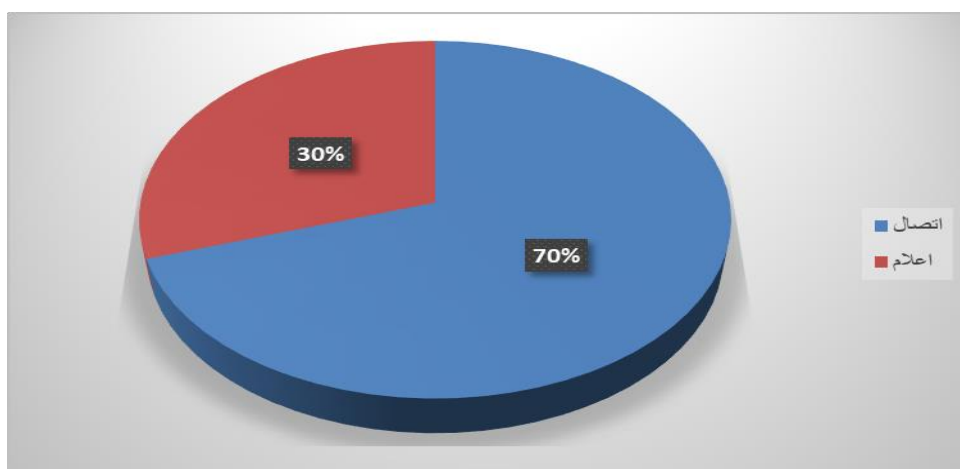
الجدول رقم (2) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص

التخصص	التكرارات	النسبة المئوية
اعلام	28	70,0%
اتصال	12	30,0%
المجموع	40	100%

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (40)

فرداً، نلاحظ أن عدد الذين يدرسون اعلام بلغ (28) بنسبة 70 %، أما عدد الذين يدرسون اتصال

فقد بلغ (12) بنسبة قدرت بـ 30%. كما هو موضح من خلال الشكل رقم (2):



الشكل رقم (2) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص

المحور الثاني: أساليب وأنماط الاتصال داخل جامعة محمد بوضياف

1/ هل تتصل بمختلف المصالح في الجامعة؟

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (1)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	18	45%	20,0	-2,0	1	,400 ^a	0,527	غير دال
لا	22	55%	20,0	2,0				
الإجمالي	40	100%	////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (03) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (18) فرداً بنسبة مئوية بلغت 45%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 55%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ (,400^a)،

وهي قيمة غير دالة إحصائية وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائي بين البديلين (نعم/ لا). بمعنى أن أفراد عينة الدراسة انقسموا إلى مجموعتين مجموعة تتصل بمختلف المصالح الإدارية في الجامعة أما المجموعة الثانية فلا تتصل بمختلف المصالح.

2/ ماهي الوسائل المفضلة إليك للاتصال بالإدارة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (4) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (2)

بدائل الإجابة على السؤال	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
المقابلة الشخصية	30	75%	8,3	21,8	3	76,455 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
الاتصال بالهاتف	1	2,5%	8,3	-7,3				
المراسلات الخطية	1	2,5%	8,3	-7,3				
الموقع الإلكتروني	1	2,5%	8,3	-7,3				
موقع الفيسبوك	7	17,5%	8,3	21,8				
الإجمالي	40	100%	///	///				

من خلال الجدول أعلاه رقم (04) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (2) بالبديل " المقابلة الشخصية " وقد بلغ عددهم (30) فرداً بنسبة مئوية بلغت 75%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الاتصال بالهاتف " والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 2,5% أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " المراسلات الخطية " والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 2,5%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الموقع الإلكتروني " والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 2,5%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " موقع الفيسبوك " والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 17,5% ، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ 76,455^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً

بين الخمس لصالح المجموعة الأولى (المقابلة الشخصية)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أغليتهم أكدوا أن الوسيلة المفضلة للاتصال بالإدارة المقابلة الشخصية.

3/ هل تجد صعوبة في فهم ما يصل إليك من أوامر وتعليمات؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (05) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	16	40,0%	20,0	-4,0	1	1,600 ^a	0,206	غير دال
لا	24	60,0%	20,0	4,0				
الإجمالي	40	100%	////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (16) فرداً بنسبة مئوية بلغت 40 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ 60%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 1,600^a وهي قيمة غير دالة إحصائية وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائي بين البديلين (نعم/ لا) . بمعنى أن أفراد عينة الدراسة انقسموا إلى مجموعتين مجموعة تؤكد بأنها تجد صعوبة في فهم ما يصل إليك من أوامر وتعليمات أما المجموعة الثانية فلا تجد صعوبة.

4/ ما هي الوسيلة التي تراها مناسبة لإعلامك بالنشاطات والمعلومات؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (06) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (4)

بدائل الإجابة على السؤال	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
الاتصال الشخصي	9	%22,5	10,0	-1,0	3	5,200 ^a	0,158	غير دال
موقع الجامعة	15	%37,5	10,0	5,0				
الإعلانات الورقية	5	%12,5	10,0	-5,0				
موقع الفايسبوك	11	%27,5	10,0	1,0				
الاجمالي	40	%100	////////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبدائل "الاتصال الشخصي" وقد بلغ عددهم (9) فرداً بنسبة مئوية بلغت 22,5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدائل "موقع الجامعة" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 37,5% أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدائل "الإعلانات الورقية" والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 12,5%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدائل "موقع الفيسبوك" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 27,5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 5,200^a وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الأربع. وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن الوسيلة التي يرونها مناسبة لإعلامهم بالنشاطات والمعلومات هي البدائل المقترحة وهي الاتصال الشخصي -موقع الجامعة- الإعلانات الورقية -موقع الفيسبوك.

المحور الثالث : أهمية الاتصال الداخلي في الجامعة ؟

1/ هل هناك سهولة في إجراء عملية الاتصال في الجامعة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (1)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	22	%55,0	20,0	2,0	1	,400 ^a	0,527	غير دال
لا	18	%45,0	20,0	-2,0				
الإجمالي	40	%100	////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (22) فرداً بنسبة مئوية بلغت 55 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 45 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ ,400^a، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين بين البديلين (نعم/ لا) .

أي أن أفراد عينة الدراسة انقسموا إلى مجموعتين مجموعة تؤكد بأن هناك سهولة في إجراء عملية الاتصال في الجامعة أما المجموعة الثانية فترى العكس.

2/ حسب رأيك فيما تتمثل أهمية الاتصال الداخلي في الجامعة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (2)

بدائل الإجابة على السؤال	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
يضمن توصيل المعلومات	9	22,5%	10,0	-1,0	3	21,000 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
إعلام وإرشاد الطلبة	22	55,0%	10,0	12,0				
مساهمة في تنمية العلاقات الاجتماعية والإنسانية	3	7,5%	10,0	-7,0				
مساهمة في تحسين سير العمل	6	15,0%	10,0					
الإجمالي	40	100%	//////	-4,0				

من خلال الجدول أعلاه رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (1111) بالبديل " يضمن توصيل المعلومات " وقد بلغ عددهم (9) فرداً بنسبة مئوية بلغت 22,5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " إعلام وإرشاد الطلبة " والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 55 % أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مساهمة في تنمية العلاقات الاجتماعية والإنسانية " والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 7,5%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مساهمة في تحسين سير العمل " والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 15 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة

الحرية (3) قدرت بـ $21,000^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين الأربع لصالح المجموعة الرابعة (إعلام وإرشاد الطلبة)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أغليبيتهم أكدوا أنه أهمية الاتصال الداخلي في الجامعة تكمن في إعلام وإرشاد الطلبة؟.

3/ هل سبق أن واجهتك صعوبات بسبب عدم فاعلية الاتصال الداخلي؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (3)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	28	70%	20,0	8,0	1	6,400 ^a	0,011	دال عند مستوى 0.05
لا	12	30%	20,0	-8,0				
الإجمالي	40	100%	////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (28) فرداً بنسبة مئوية بلغت 70%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 30%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (K^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ $6,400^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الثانية الأعلى تكرار

(نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأنه واجهتهم صعوبات بسبب عدم فاعلية الاتصال الداخلي داخل الجامعة. 4/هل تعطى لك فرصة لتبليغ انشغالاتك للإدارة ؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	14	%35	20,0	-6,0	1	3,600 ^a	0,058	غير دال احصائيا
لا	26	%65	20,0	6,0				
الإجمالي	40	%100	/////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (14) فرداً بنسبة مئوية بلغت 35%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (26) بنسبة مئوية قدرت بـ 82.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 3,600^a وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا).

أي أن أفراد عينة الدراسة انقسموا إلى مجموعتين مجموعة تؤكد بأنه تعطى لها فرصة لتبليغ انشغالاتك للإدارة والمجموعة الثانية ترى العكس.

المحور الرابع: اثر استخدام التكنولوجيات الحديثة في الاتصال الداخلي في الجامعة

1/ هل تعتمد الجامعة على تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الاتصال الداخلي؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (1)

بدائل الإجابة على السؤال	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
دائما	13	32,5%	13,3	-0,3	2	8,450 ^a	0,015	دال عند مستوى 0.05
أحيانا	21	52,5%	13,3	7,7				
نادرا	6	15,0%	13,3	-7,3				
الاجمالي	40	100%	40	0				

من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40)

فردا قد انقسمت إلى اربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " دائما " وقد بلغ عددهم (13) فردا بنسبة مئوية بلغت 32,5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ 52,5% أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نادرا " والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 15%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 8,450^a وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين الأربع

لصالح المجموعة الثانية (أحيانا) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%. وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أغلبيتهم أكدوا أنه أحيانا ما تعتمد الجامعة على تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الاتصال الداخلي.

2/ فيما تتمثل هذه التكنولوجيات؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (2)

بدائل الإجابة على السؤال	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
البريد الالكتروني	5	12,5%	10,0	-5,0	3	14,600 ^a	0,002	دال عند مستوى 0.01
مواقع الانترنت	12	30,0%	10,0	2,0				
الهاتف	4	10,0%	10,0	-6,0				
مواقع التواصل الاجتماعي	19	47,5%	10,0	9,0				
الاجمالي	40	100%		////////				

من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40)

فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على البديل " البريد الالكتروني " وقد بلغ عددهم (5) فردا بنسبة مئوية بلغت 12,5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مواقع الانترنت " والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 30% أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الهاتف " والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مواقع التواصل الاجتماعي " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 47,7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 14,600^a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى

الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين الأربع لصالح المجموعة الرابعة (مواقع التواصل الاجتماعي)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أغليبيتهم أكدوا هذه التكنولوجيات تتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي.

3/ حسب رأيك كيف ساهمت تكنولوجيات الاتصال الحديثة في تداول المعلومات في الجامعة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (3)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
اختصار الوقت والجهد	24	%60	20	4,0	1	1,600 ^a	0,206	غير دال
السرعة في انتقال المعلومات	16	%40	20	-4,0				
الإجمالي	40	%100	//////////					

من خلال الجدول رقم (13) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "اختصار الوقت والجهد" وقد بلغ عددهم (24) فرداً بنسبة مئوية بلغت 60%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "السرعة في انتقال المعلومات" والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 40%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 1,600^a وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (اختصار الوقت والجهد / السرعة في انتقال المعلومات).

أي أن أفراد عينة الدراسة أكدوا بأن تكنولوجيايات الاتصال الحديثة ساهمت في تداول المعلومات في الجامعة من خلال اختصار الوقت والجهد وايضا السرعة في انتقال المعلومات.

4/ ما هي التكنولوجيايات التي تفضلها؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (4)

بدائل الإجابة على السؤال	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
البريد الالكتروني	4	%10,0	10,0	-6,0	3	17,400 ^a	0,001	دال عند مستوى 0.01
موقع الانترنت	9	%22,5	10,0	-1,0				
الهاتف	6	%15,0	10,0	-4,0				
مواقع التواصل الاجتماعي	21	%52,5	10,0	11,0				
الاجمالي	40	%100		////////				

من خلال الجدول أعلاه رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى اربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على البديل " البريد الالكتروني " وقد بلغ عددهم (4) فردا بنسبة مئوية بلغت 10%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مواقع الانترنت " والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ 22,5 % أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الهاتف " والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 15%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مواقع التواصل الاجتماعي " والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ 52,7 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ 17,400^a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين الأربع لصالح المجموعة الرابعة (مواقع التواصل الاجتماعي)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أغليتهم أكدوا أن التكنولوجيات التي يفضلونها هي مواقع التواصل الاجتماعي.

5/ هل تعتقد أن استخدام التكنولوجيات الحديثة أفضل من النشر الورقي؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (5)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	34	%85	20,0	14,0	1	19,600 ^a	0,000	دال عند مستوى 0.01
	6	%15	20,0	-14,0				
	الإجمالي		40	%100				

من خلال الجدول رقم (15) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (34) فرداً بنسبة مئوية بلغت 85 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 15 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كاس²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 19,600^a وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائي بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99 % مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1 %. بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأنه يعتقدون أن استخدام التكنولوجيات الحديثة أفضل من النشر الورقي.

6/ كيف تقيم العملية الاتصالية داخل المؤسسة؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6)

بدائل الإجابة على السؤال	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
جيدة	10	25,0%	13,3	-3,3	2	3,650 ^a	0,161	غير دالة
سيئة	11	27,5%	13,3	-2,3				
مقبولة	19	47,5%	13,3	5,7				
الاجمالي	40	100%	//////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (10) بالبديل "جيدة" وقد بلغ عددهم (10) فرداً بنسبة مئوية بلغت 25%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "سيئة" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 27,5% أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مقبولة" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 47,5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 3,650^a وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين المجموعات الثلاث.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أنهم انقسموا إلى ثلاث مجموعات. مجموعة تقيم العملية الاتصالية داخل المؤسسة بأنها جيدة، أما المجموعة الثانية فتقيمها بأنها سيئة. أما الأغلبية فتقيمها على أنها مقبولة.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة الراهنة الى مجموعة من النتائج يمكن حصرها في الآتي:

- اغلبية الطلبة يفضلون وسيلة المقابلة الشخصية في الاتصال بالإدارة
- اغلب الطلبة المبحوثين يرون بان أهمية الاتصال الداخلي في الجامعة تكمن في اعلام وارشاد الطلبة.
- اغلب الطلبة لا تعطى لهم فرصة في تبليغ انشغالاتهم للإدارة.
- ان الاشباكات المحققة للطلبة جراء استخدام التكنولوجيات الحديثة تكمن في الحصول على المعلومات بسرعة وسهولة
- اغلبية الطلبة تقيم العملية الاتصالية داخل المؤسسة الجامعية بأنها مقبولة.

خاتمة

خاتمة:

لقد أصبح موضوع الاتصال الداخلي مهما ضمن العملية التنظيمية لأي مؤسسة حيث إن مسألة الاتصال الداخلي تثير اهتمام الكثير من الطلبة الذين يرون أنه من الضروري بناء شبكة علاقات بين الإدارة والطلاب ، وباعتبار أيضا أن لهم الدور الكبير من خلال اتصالاتهم في تحقيق أهدافهم.

ولقد حاولنا في هذه الدراسة معرفة الدور الذي يلعبه الاتصال الداخلي في تنمية وتقوية معارف الطالب

وقد أثبتت الدراسة الميدانية التي قمنا بها أن الطلبة يقومون بالاتصال بالإدارة عن طريق المقابلة الشخصية نظرا لفاعليتها ونجاحها وانسياب المعلومات والبيانات بين الطالب والإدارة ، كما ساهم الاتصال الداخلي في إعلام وارشاد الطلبة من خلال اعطائهم كل مال هو جديد واني وتقديم النصائح تساعد على قضاء حاجتهم ويمكننا القول أن الاتصال الداخلي نجح السحد كبير في اشباع رغبات الطالب وفي حصوله على المعلومات بسرعة وسهولة

في الختام فإن هذه الدراسة عبارة عن جهد بشري لا يخلو من الخطأ والزلل ونرجو من كل من اطلع عليه تقويم نقائصه وتقديم اقتراحات .

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

1. -مصطفى، عتوي، أهمية الاتصال والتسيير في المؤسسات ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر.
2. -عبد العزيز شيخا ، ابراهيم ، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الاسكندرية.
3. -مصطفى عليان، ربحي، وآخرون، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم ، ط2، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان.
4. -عبد قبيلة، السيد، فاروق، عبد المجيد، السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية، ط1، دار الميسر للتوزيع، عمان، الاردن.
5. -جاء الله كشك، محمد بهجت، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي ، الاسكندرية.
6. -عبد الرحمان، عبد الله، الدراسات في علم الاجتماع، ج2، دار النهضة العربية، لبنان.
7. -أنجرس، موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط2، دار القسمة للنشر.
8. -أحمد صقر، عاشور، (1979)، إدارة القوى العاملة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر.
9. -الجيلاني ، حسان، (1988)، التنظيم غير الرسمي في المؤسسات الصناعية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر.
10. -خليل الجمعي ، خيرى ن (1997)، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، المكتب الجامعي ، الاسكندرية .
11. -عزي ،عبد الرحمان،(1992)، عالم الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية .
12. -عبد العزيز، خواجه، (2005)، مدخل الى علم النفس الاجتماعي للعمل ، ط1، دار العرب للنشر والتوزيع.
13. -حسن ، راوية ، (2001)، السلوك المنظماتي ، دار المعارف ، القاهرة .
14. -جبور، ادريس، عبد النور ، سهيل،(1980)، قاموس المنهل، دار الادب للنشر والتوزيع ، لبنان .
15. -مصطفى عليان ، ربحي،(2005)، الاتصال والعلاقات العامة ، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، عمان.
16. -عبد الرحمان نصر الله ،عمر،(2001)، مبادئ الاتصال التربوي الإنساني، دار وائل للنشر، عمان.
17. -بربر، كمال،(1996)، الادارة (عملية ونظام) ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

18. - بن نوار ، صالح ، (2004)، الاتصال الفعال والعلاقات الانسانية ، عدد 22 ، مجلة العلوم الانسانية، الجزائر.
19. - عبد العزيز نصر الله، عمر،(2001)، مبادئ الاتصال التربوي الإنساني ، دار وائل للنشر ، عمان.
20. - حجازي، مصطفى،(1992)، الاتصال الفعال والعلاقات الانسانية والادارية ، دار الطليعة، بيروت.
21. - بن هادي، علي، وآخرون،(1991)، القاموس الجديد للطالب، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر.
22. - ناصر العديلي، محمد،(1995)، السلوك الانساني والتنظيمي من منظور كل مقارن ، الادارة العامة، ط1، الرياض.
23. - طلعت محمود، منال،(2002)، مدخل إلى علم الاتصال ، المكتب الجامعي الحديث ، القاهرة.
24. - ناجي جوهر، محمد،(2001)، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، مكتبة الرائد ، عمان .
25. - فهمي العطروزي، محمد،(1996)، العلاقات العامة الإدارية للمؤسسات العامة والشركات، عالم الكتاب، القاهرة.
26. - بلخيري ، رضوان ،(2013)، مدخل للاتصال والعلاقات العامة ، ط1، الجسور للنشر والتوزيع، الجزائر.
27. - دادي عدون ، ناصر، (2004)، الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية ، دراسة نظرية وتطبيقية ، ديوان المطبوعات الجزائرية.
28. - هلال المزاهرة، منال، (2012)، نظريات الاتصال ، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
29. - منير حجاب، محمد،(2007)، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
30. - ديليو، فضيل،(2003)، اتصال المؤسسة ، اشهار، علاقات عامة مع الصحافة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
31. - محمد خليفة، عبد اللطيف،(2000)، الدافعية للإنجاز، دار غريب للطباعة والنشر ، القاهرة .
32. - عبيدات ، محمد،(1999)، منهجية البحث العلمي ، القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان.
33. - الزبيدي، كامل الزغلول،(2003)، علم النفس الاجتماعي ،الوراقة للنشر والتوزيع، عمان ، الاردن.
34. - عبد الرزاق الجبلي، علي،(2003)، تصميم البحث العلمي ، ط2، دار المعرفة الجامعية.
35. - جعفر النفاخ ، نزار حسين، (2008)، اتجاهات الطالبات القسم الأخرى من غير اختصاص نحو التربية الرياضية، العدد 7 ، المجلد 1.

36. - أحمد البراوي، رشيد حسين، (2013)، اتجاهات النفسية حول عمل المرأة، ط1، دار الجرير للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
37. - بحوش، محمود، عمار، محمد، (2007)، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
38. - محمد الجبور، سناء، (2015)، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، ط1، دار أسامة.

رسائل ومذكرات

- 1- أبو دوابة، محمد محمود، (2012)، اتجاه التطرف وعلاقاته بالحالة النفسية لدى الطالب، جامعة الازهر، رسالة مقدمة للحصول على متطلبات الماجستير في التربية .
- 2- بوساحة، عبلة، (2006)، اتجاه الأساتذة الجامعيين نحو تطبيق نموذج الثقافي التنظيمي للنظرية Z دراسة ميدانية بكلية الدب والعلوم الانسانية، رسالة مقدمة للحصول على ماجستير في علم النفس، عتمان.
- 3- بن مطيع الله سلمي، حميد، (1435)، أثر استخدام الوسائط المتعددة في تحصيل الطلاب وعلى تنمية اتجاهاتهم نحو مدارس مكة المكرمة، بحث مكل لنيل درجة الماجستير في المناهج وطرق التدريس باللغة الانجليزية
- 4- الصديق، حسين، (2012)، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلد 28، العدد 3-4، مجلة جامعة دمشق، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الانسانية.
- 5- ابراهيم كمال محمد، سهام، مفهوم الاتجاه ماجستير في التربية (رياض الأطفال)، مركز الدراسات وبحوث المعوقين، جامعة القاهرة.
- 6- سليمان الحوش، مازن، (2005-2006)، الاتصال وتأثيره على المؤسسة الجامعية، دراسة ميدانية بمؤسسة اذاعة الأوراس، نموذج مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، تخصص اتصال، باتنة.

مرجع باللغة الفرنسية

Gilbert J. et coll, (1995), Générer le changement organisationnel, les éditions d'organisation, Paris.

الملاحق

جامعة محمد بوضياف
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال

استمارة استبيان حول

اتجاهات الطلبة نحو الاتصال الداخلي في المؤسسة الجامعية

(جامعة محمد بوضياف بالمسيلة)

قسم : علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذة:

* لعجال عفيفة

إعداد الطلبة:

*مالك ايمن صبري

✓ طويل ليندة

✓ جريدة أيوب

✓ شريكي فاطنة

تحية وبعد:

إن الغرض من هذا البحث هو دراسة اتجاهات الطلبة نحو الاتصال الداخلي في الجامعة ويشرفنا نحن أعضاء البحث أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة المتواضعة راجين منكم الإجابة عنها بوضع علامة (X) في الخانة التي ترونها مناسبة مع العلم أن المعلومات المتصل عليها تستخدم إلا لغرض البحث العلمي .

السنة الجامعية: 2018-2019

المحور الأول: البيانات الأولية

1/الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2/التخصص: اتصال ☐ إعلام ☐

المحور الثاني: أساليب وأنماط الاتصال داخل جامعة محمد بوضياف

1/هل تتصل بمختلف المصالح في الجامعة ؟

نعم ☐ لا ☐

2/ماهي الوسائل المفضلة إليك للاتصال بالإدارة ؟

المقابلة الشخصية ☐ الاتصال بالهاتف ☐ المراسلات الخطية ☐
الموقع الالكتروني ☐ موقع الفيسبوك ☐

3/هل تجد صعوبة في فهم ما يصل إليك من أوامر وتعليمات؟

نعم ☐ لا ☐

4/ما هي الوسيلة التي تراها مناسبة لإعلامك بالنشاطات والمعلومات؟

الاتصال الشخصي ☐ موقع الجامعة ☐
الإعلانات الورقية ☐ موقع الفيسبوك ☐

المحور الثالث: أهمية الاتصال الداخلي في الجامعة؟

1/هل هناك سهولة في إجراء عملية الاتصال في الجامعة؟

نعم ☐ لا ☐

2/حسب رأيك فيما تتمثل أهمية الاتصال الداخلي في الجامعة؟

- يضمن توصيل المعلومات ☐
- إعلام وإرشاد الطلبة ☐
- مساهمة في تنمية العلاقات الاجتماعية والإنسانية ☐

- مساهمة في تحسين سير العمل ☐

3/هل سبق أن واجهتك صعوبات بسبب عدم فاعلية الاتصال الداخلي؟

نعم ☐ لا ☐

4/هل تعطى لك فرصة لتبليغ انشغالاتك للإدارة؟

نعم ☐ لا ☐

المحور الرابع: أثر استخدام التكنولوجيات الحديثة في الاتصال الداخلي في الجامعة

1/هل تعتمد الجامعة على تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الاتصال الداخلي؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

2/فيما تتمثل هذه التكنولوجيات؟

البريد الإلكتروني ☐ موقع الانترنت ☐

الهاتف ☐ مواقع التواصل الاجتماعي ☐

3/ حسب رأيك كيف ساهمت تكنولوجيات الاتصال الحديثة في تداول المعلومات في الجامعة؟

اختصار الوقت والجهد ☐ السرعة في انتقال المعلومات ☐

4/ما هي التكنولوجيات التي تفضلها؟

البريد الإلكتروني ☐ موقع الانترنت ☐

الهاتف ☐ مواقع التواصل الاجتماعي ☐

5/هل تعتقد أن استخدام التكنولوجيات الحديثة أفضل من النشر الورقي؟

نعم ☐ لا ☐

6/كيف تقيم العملية الاتصالية داخل المؤسسة؟

جيدة ☐ سيئة ☐ مقبولة ☐

الفهرس العام

الصفحة	الموضوع
	الاهداء
	الشكر
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	ملخص الدراسة
أ	المقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
03	الإشكالية
04	التساؤلات
04	أهمية الدراسة
04	أهداف الدراسة
04	أسباب اختيار الموضوع
05	تحديد المفاهيم
08	منهجية البحث
10	الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الاتجاه	
14	مفهوم الاتجاه

16-14	أهمية وأنواع الاتجاه
17-16	مكونات وخصائص الاتجاه
17	وظائف الاتجاه
الفصل الثالث: الاصل الداخلي	
19	مفهوم الاتصال الداخلي
20-19	أهمية الاتصال الداخلي للمؤسسة
21-20	اهداف الاتصال الداخلي للمؤسسة
23-21	أنواع الاتصال الداخلي
32-23	أساليب الاتصال الداخلي ووسائله
34-32	معوقات الاتصال الداخلي وطرق تحسينه
الفصل الرابع: عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة	
51-36	عرض وتحليل النتائج
51-36	مناقشة نتائج الدراسة
52	نتائج الدراسة
54	خاتمة
58-56	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس	36
02	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير التخصص	37
03	يبين هل هناك اتصال بمصالح الجامعة	38
04	يبين الوسائل المفضلة للاتصال بالإدارة	39
05	يبين هل توجد صعوبة في فهم ما يصل لطالب من معلومات واوامر	40
06	يبين الوسائل التي يراها مناسبة لاعلامه بالنشاطات والمعلومات	41
07	يبين هل هناك سهولة في إجراء عملية الاتصال في الجامعة	42
08	يبين فيما يتمثل أهمية الاتصال الداخلي في الجامعة	43
09	يبين هل سبق وان واجهت الطالب صعوبات بسبب عدم فعالية الاتصال الداخلي	44
10	يبين هل تعطى للمبحوث فرصة لتبليغ انشغالاته للإدارة	45
11	يبين أثر استخدام التكنولوجيات الحديثة في الاتصال الداخلي في الجامعة	46
12	يوضح التكنولوجيات التي تعتمد عليها الجامعة في الاتصال الداخلي	47
13	يبين كيف ساهمت تكنولوجيات الحديثة في تناول المعلومات في الجامعة	48
14	يبين التكنولوجيات المفضلة للطالب	49
15	يبين هل استخدام التكنولوجيات الحديثة أفضل من النشر الورقي	50
16	يبين تقييم العملية الاتصالية داخل الجامعة	51

فهرس الاشكال

الرقم	الشكل	الصفحة
01	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	36
02	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص	37