



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 -قالمة-
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات.



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر.
شعبة علوم الإعلام والاتصال.
تخصص: إتصال وعلاقات عامة.

العملية الإتصالية في المؤسسة الإعلامية

دراسة ميدانية بإذاعة قالمة (الجهوية).

تحت إشراف الأستاذ:

د. حملاوي حميد

إعداد الطلبة :

-عجاتي زهرة

-بن رازق أية

-سماعلي خولة

الصفة	الدرجة العلمية	الإسم واللقب
رئيسا	استاذ محاضر أ	د.عبانية امال
مشرفا	استاذ محاضر أ	د.حملاوي حميد
مناقشا	استاذ محاضر ب	د.عبادنة محمد

السنة الجامعية : 2022/2021.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر و عرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله حمدا كثيرا مباركا الذي وفقنا على اكمال هذا الموضوع ومنحنا الإرادة على إنجازہ.

نتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان الى الأستاذ الدكتور "حميد حملاوي" على ارشاداته ونصائحه وتوجيهاته العلمية والتي من خلالها تم بفضل الله وعونه انجاز هذا العمل.

كذلك نتقدم بالشكر والعرفان الى مدير إذاعة قالمة الجهوية الأستاذ «عبد الحميد ملوك» على حسن الاستقبال، والى طاقم مؤسسة قالمة على الاستقبال والتعاون المتميز، والى كل من مد لنا يد العون

الاهداء

اهدي ثمرة عملي هذا الى اعز ما املك في الوجود "امي
الحيبة" و"ابي الغالي" حفظهما الله لي واطال في عمرهما
الى اخي "خالد" الذي كان دعما وسندا لكي يراني فيما انا عليه.
الى الصديقة المقربة التي ساعدتني واعانتني لإنجاز هذا العمل
"منال"

الى صديقتي الغاليتان "خولة _ آية"
شكرا لمن ساعدني من قريب او من بعيد

زهرة



الإهداء

الى من قال الحق تعالى فيهما " وقل ربي
ارحمهما كما ربياني صغيرا "

الى ابي الغالي حفظه الله برعايته واطال عمره.

الى امي الغالية حفظها الله برعايته واطال عمرها.

الى كل من كان له أثر على حياتي.

الى كل صديقة مشواري التعليمي.

الى كل من أحبهم قلبي ونسيهم قلبي.

خولة



الاهداء

"بسم الله الرحمن الرحيم"
قال تعالى " وقضى ربك الا تعبد الا اياه وبالوالدين
احسانا "

اهدي ثمرة هذا العمل لحبيبة قلبي وقرّة عيني امي
العزيزة.

الى من تعب عليا وأعطى من عمره الى السند الذي لا
يميل ، الى ابي، الى اخوتي، إيهاب ، ملاك، تاج الدين

الى خالتي "صليحة" التي لطالما كانت تدعمني وتتمنى
لي التوفيق.

الى كل من يعرفني من قريب او من بعيد.

الى كل من امن بي وتمنى لي التوفيق.

آية



فهرس المحتويات

الشكر

الاهداء

أ.....	فهرس الموضوعات
د.....	فهرس الجداول
ه.....	فهرس الاشكال
و.....	ملخص
01.....	مقدمة

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

04.....	تمهيد
05.....	1_ الإشكالية
06.....	2_ أسباب اختيار الموضوع
07.....	3_ اهدف الدراسة
07.....	4_ أهمية الدراسة
07.....	5_ تحديد مفاهيم الدراسة
13.....	6_ الدراسات السابقة
15.....	7_ المقاربات النظرية
20.....	8_ المنهج المستخدم في الدراسة

- 9_ أدوات جمع البيانات..... 21.....
- 10_ العينة ومجتمع البحث..... 22.....
- 11_ مجالات الدراسة..... 23.....

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: ماهية الاتصال

- تمهيد..... 27.....
- المطلب الأول: مفهوم الاتصال..... 28.....
- المطلب الثاني: خصائص وسمات الاتصال..... 29.....
- المطلب الثالث: أنواع ووسائل الاتصال..... 31.....
- المطلب الرابع: وظائف الاتصال..... 52.....
- المطلب الخامس: أهداف وأهمية الاتصال..... 53.....

المبحث الثاني: ماهية الاعلام

- المطلب الأول: مفهوم الاعلام..... 56.....
- المطلب الثاني: وسائل الاعلام..... 56.....
- المطلب الثالث: وظائف الاعلام..... 58.....
- المطلب الرابع: علاقة الاعلام بالاتصال..... 59.....
- المطلب الخامس: اهداف واهمية الاتصال..... 60.....

المبحث الثالث: العملية الاتصالية في المؤسسة الإعلامية

- المطلب الأول: مفهوم العملية الاتصالية..... 62.....
- المطلب الثاني: عناصر العملية الاتصالية..... 62.....

المطلب الثالث: عوامل نجاح العملية الاتصالية.....67

المطلب الرابع معيقات العملية الاتصالية.....70

المطلب الخامس: أهمية العملية الاتصالية.....72

المبحث الرابع: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

المطلب الأول : مفهوم الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية.....73

المطلب الثاني : أشكال الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية.....73

المطلب الثالث : وسائل الإتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية.....74

المطلب الرابع : اهداف الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية.....75

مطلب الخامس : أهمية الإتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية.....76

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

تمهيد.....79

المبحث الأول : بطاقة فنية حول المؤسسة الإعلامية {إذاعة قلمة الجهوية}.....80

المبحث الثاني : عرض النتائج ومناقشتها.....82

المبحث الثالث : مناقشة نتائج الدراسة.....96

خاتمة.....100

قائمة المراجع.....102

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	العدد
81	عينة الدراسة حسب متغير الجنس.	01
82	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن .	02
83	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.	03
84	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الأقدمية.	04
85	سير العملية الاتصالية بالمؤسسة التي تعمل فيها عينة الدراسة .	05
86	مساهمة الاتصال في تسهيل مهام الأفراد في المؤسسة.	06
87	طبيعة الاتصال بين أفراد العينة في المؤسسة.	07
88	كيفية انتقال المعلومات والبيانات داخل المؤسسة .	08
89	الحصول على المعلومات داخل المؤسسة.	09
90	مشاركة الأفراد في اتخاذ القرارات داخل المؤسسة.	10
91	مساهمة الاتصال الداخلي في الترابط والتفاهم بين الصحفيين.	10
92	مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين سير العمل في المؤسسة.	11
93	مساهمة وسائل الاتصال الداخلي في مرونة العمل.	13
94	أهم الوسائل المستخدمة في المؤسسة الإعلامية {إذاعة قالمة الجهوية} .	14
95	الأهداف التي يحققها الاتصال الداخلي في إذاعة قالمة الجهوية.	15

فهرس الأشكال

العدد	عنوان الأشكال	العدد
16	شكل يوضح النسق العام للمجتمع.	01
17	شكل يوضح تطبيق إدارة المؤسسات لمبادئ نظرية العلاقات الإنسانية.	02
18	شكل يوضح سير العمل في ظل نظرية الصراع الاجتماعي.	03
19	شكل يوضح هرم الاحتياجات الإنسانية لماسلو.	04
64	شكل يوضح مقارنة بين الاتصال الشفوي والكتابي.	05
66	شكل يوضح مقارنة بين اتصال في اتجاه واحد واتصال في اتجاهين.	06
66	شكل يوضح عناصر الاتصال.	07
81	شكل يوضح عناصر العملية الاتصالية.	08
82	شكل يوضح كيفية نقل المعلومات في العملية الاتصالية .	09

ملخص:

هدفت الدراسة الراهنة إلى معرفة واقع العملية الاتصالية في المؤسسة الإعلامية في وسط ومحيط إذاعة قالمة الجهوية في بناء كيانها الداخلي ودورها في إدارة المؤسسة وتسييرها وكيفية العمل بين جميع أفراد العينات والربط بينهم وبين مختلف الأطراف المعنية والمكلفة بإنجاز المادة الإعلامية، بالتالي العملية الاتصالية لها الدور والأكبر والأساسي في سير مختلف النشاطات في المؤسسات الإعلامية

وهذا ما لاحظناه في إذاعة قالمة بتجسيدها للاتصال والذي أصبح الركيزة الأساسية التي تقام عليها المؤسسات مهما كانت طبيعة نشاطها.

وقد توصلت الدراسة الى النتائج الآتية:

_ اعتماد إدارة إذاعة قالمة في مختلف نشاطاتها الوظيفية على الاتصال غير الرسمي بشكل.

_ العلاقات بين صحفيي إذاعة قالمة مبنية على التفاهم والود أكثر منها رسمية.

_ الاتصال الغير رسمي بين الصحفيين والمسؤول هو سر نجاح العلاقة الجيدة بينهم القائمة على الاحترام.

Résumé de l'étude

La présente étude visait à connaître la réalité du processus de communication dans l'institution médiatique au milieu et aux alentours de Radio Guelma Régional dans la construction de son entité interne et son rôle dans l'administration et la gestion de l'institution et comment travailler entre tous les membres de la des échantillons et en les reliant aux différentes parties concernées et chargées de la réalisation du matériel médiatique, le processus de communication joue donc le rôle le plus important et le plus fondamental dans la conduite de diverses activités dans les organisations médiatiques

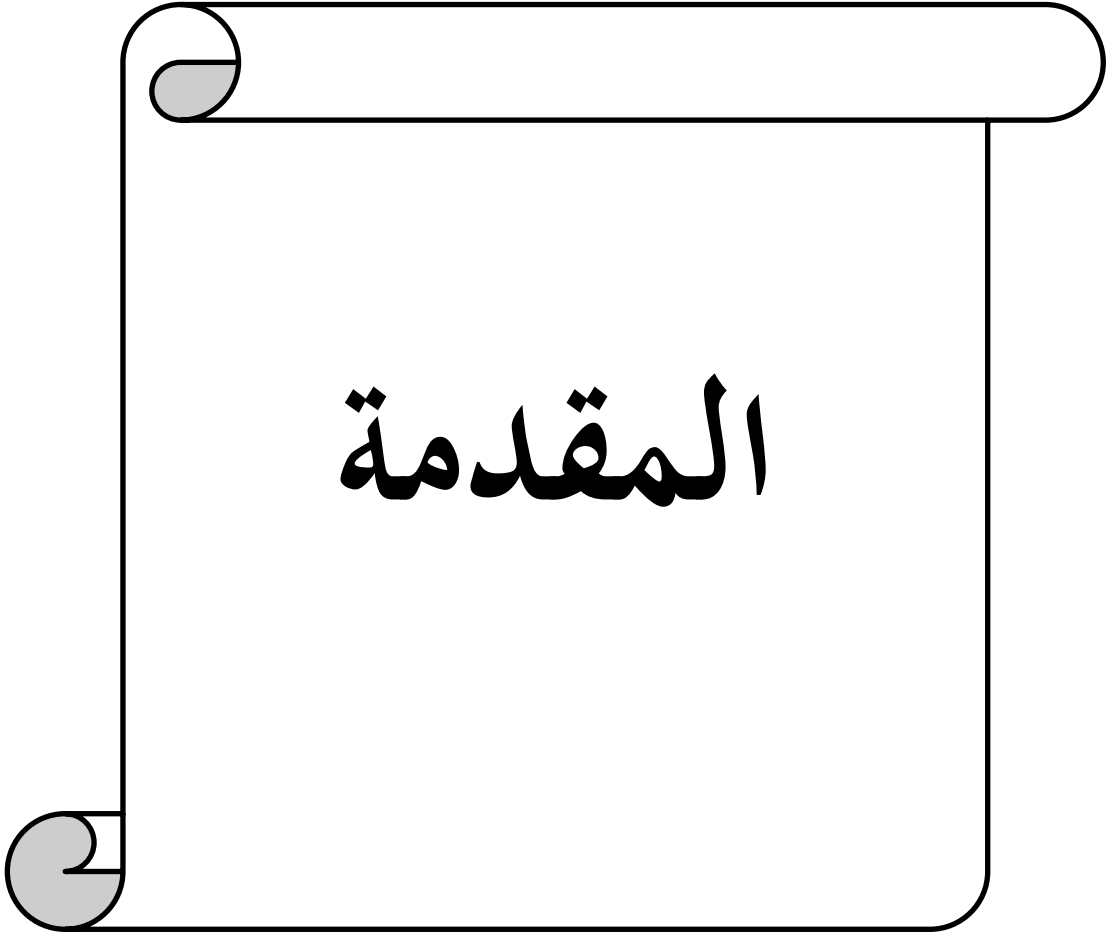
C'est ce que l'on constate sur Radio Guelma avec son incarnation de la communication, devenue le pilier principal sur lequel se bâtissent les institutions, quelle que soit la nature de leur activité.

L'étude a abouti aux résultats suivants:

_ L'administration de Radio Guelma, dans ses différentes activités fonctionnelles, dépend de la communication informelle.

_ Les relations entre les journalistes de Radio Guelma sont basées sur la compréhension et l'amitié plutôt que sur la formalité.

_ La communication informelle entre les journalistes et l'officiel est le secret de la réussite d'une bonne relation entre eux basée sur le respect.



المقدمة

مقدمة:

إن مجتمعنا المعاصر يشهد ثورة معرفية في مختلف الميادين، المجالات، الجوانب خاصة العلمية والمهنية وهذا ما يميزه عن المجتمع التقليدي، فالتطورات الحاصلة فيه والتعقيد حتمت ترابط وتقارب العلاقات الإنسانية القائمة على ما يسمى بالاتصال.

حيث يعتبر الاتصال المحور الأساسي الذي يغذي الحياة اليومية والوظيفية للفرد باعتباره كائن اجتماعي وبطبيعته وفطرته يجب التعامل والتواصل مع بني جنسه، إذ يعرف على أنه عملية سلوكية اجتماعية تعتمد على انتقال المعلومات وتبادل الأفكار والآراء والخبرات والمشاعر بين شخصين أو أكثر بواسطة وسيلة معينة للوصول إلى هدف مسطر، والفرد لديه حاجات ونشاطات يرغب في تجسيدها على أرض الواقع وهذا لا يكون إلا في وجود جو وظيفي مهني أي في المؤسسة.

حيث تعتبر المؤسسة من أهم مكونات المجتمع والتي تلعب دورا كبيرا في رقي وازدهار المجتمع لتحقيقها أهداف خاصة بالفرد والجماعة وهذا لا يتم إلا من خلال عنصر هام وفعال يحدد جميع المهام المرجوة من قبل المؤسسة وهو الاتصال ، حيث يعمل على تنظيم العمليات الإدارية المتبعة في المؤسسة والموجودة في مختلف الوحدات والاقسام ، وهذا كله بفضل الاتصال الداخلي ووسائله المتنوعة التي تسهل وتسرع العملية الاتصالية وتزيد من تدفق البيانات والمعلومات وانتقالها بين الموظفين الذين ينتمون إليها إضافة إلى خلق روح التعاون والعمل الجماعي المنسق .

وبناء على هذا الأساس قسمت دراستنا لثلاثة فصول على النحو الآتي:

يتناول الفصل الأول الإطار العام للدراسة حيث تعرضنا فيه لطرح إشكالية البحث مع ذكر فرضيات الدراسة أسباب اختيار الدراسة، الأهداف والأهمية من الدراسة، تحديد المصطلحات، الدراسات السابقة الخادمة للدراسة والمقاربات النظرية المفسرة للدراسة.

أما الفصل الثاني قسمناه إلى أربعة مباحث، المبحث الأول خصصناه لماهية الاتصال حيث يتكون من أربعة مطالب تتمثل في: المطلب الأول مفهوم الاتصال، المطلب الثاني خصائص وسمات الاتصال، المطلب الثالث أنواع ووسائل الاتصال والمطلب الخامس والأخير يتضمن أهداف وأهمية الاتصال.

أما فيما يخص المبحث الثاني فيتعلق بالإعلام بمطالبه الخمس المتمثلة في ماهية الإعلام، وظائف الإعلام وعلاقة الإعلام بالاتصال، أهداف وأهمية الإعلام.

بالنسبة للمبحث الثالث تناولنا فيه العملية الاتصالية في المؤسسة الإعلامية متكونا من خمس مطالب اولهم مفهوم العملية الاتصالية، ثم عناصرها، عوامل نجاحها، معيقاتها وأخيرا أهميتها في المؤسسة الإعلامية.

أما بالنسبة للمبحث الأخير فيتمحور حول الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية بمطالب خمس بدءا من مفهوم الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية، ثانيا اشكال الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية، ثم وسائل الاتصال الداخلي يليه الأهداف وأخيرا أهمية الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية.

كما خصصنا الفصل الرابع للجانب الميداني الذي ضم بطاقة فنية حول إذاعة _ الملف التعريفي _ تفرغ البيانات ومناقشتها وتحليل الجداول ثم وضمنا نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات، بعده استخلصنا النتائج العامة من دراستنا واضفنا المقترحات التي نخدم موضوع الدراسة.

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد

- 1_ الإشكالية
- 2_ أسباب اختيار الموضوع
- 3_ اهداف الدراسة
- 4_ أهمية الدراسة
- 5_ تحديد مفاهيم الدراسة
- 6_ الدراسات السابقة
- 7_ المقاربات النظرية
- 8_ المنهج المستخدم في الدراسة
- 9_ أدوات جمع البيانات
- 10_ العينة ومجتمع البحث
- 11_ مجالات الدراسة

تمهيد :

إن الله عز وجل كرم الانسان بنعمة العقل الذي يتصف بتميز وإدراك كل ما يحيط به ولذلك لديه حب الاطلاع على مختلف الظواهر التي تحصل في عالمنا من اجل اكتشاف أسباب حدوثها وطرح كثير من الاستفسارات للوصول الى الحقيقة المرادة ولمعرفة الإجابة التي تشبع تساؤلاته المختلفة.

فالباحث مثلا عندما يريد القيام ببحث علمي نجده يطرح اشكاليته باعتبارها الحجر الأساس لبناء ذلك البحث، ولا يمكنه القيام بهذه الخطوة الا من خلال حصيلة معرفية مدخرة من الدراسات السابقة والمعارف المكتسبة وثروة المعلومات التي تُخدم بحثه العلمي.

وعليه فإن هذا الفصل المنهجي يعتبر المسار الممهّد للدخول للفصل النظري اذ تضمن الفصل مشكلة البحث أسباب اختيار الموضوع، تحديد المفاهيم، الدراسات السابقة وتطرقنا أيضا الى المقاربات النظرية والمنهج المستخدم وأدواته ومجتمع الدراسة ولا ننسى بالطبع مجالات الدراسة، وهكذا احطنا بكل الإجراءات المهمة في تصميم وبناء الدراسة.

1_ الإشكالية:

يعد الاتصال والتواصل بين البشر ظاهرة اجتماعية برزت مع ظهور التجمعات الإنسانية، والذي أصبح يلعب دورا كبيرا في وقتنا الحالي نظرا لوفرة وسرعة تدفق المعلومات وحاجة الفرد الماسة للاتصال بالتواصل مع غيره لتوصيل وتبادل الأفكار والآراء، التي تجول بخاطره وحاجته للحوار والنقاش حول مختلف القضايا والاحداث سواء مع أسرته، أقرابه، مجتمعه، وبالتالي يمكن القول أن الاتصال وسيلة نستطيع بواسطتها توحيد الجهود الجماعية في أي منظمة، ولذلك وجب الاعتماد على النظام الاتصالي بطبيعته عملية مستمرة ومتابعة.

إن موضوع العملية الاتصالية يعتبر سر نجاح المؤسسة كونه طريقة فعالة للحوار والتواصل بين الموظفين داخلها .

والعامل القوي المؤدي للتناسق وتحقيق الأهداف المرجوة للمؤسسة، إضافة الى خلق جو من الثقة والتبادل والتعاون بين افراد المؤسسة وجمهورها وبالتالي تحسين أداء العمل.

ففي ظل التطور الذي شهده العالم على مستوى المؤسسات مهما كان طابعها وجب عليها التكيف ومواكبة التطور من النظام التقليدي الى النظام الحديث الذي يتماشى مع استراتيجياتها المناسبة، وعلى سبيل الذكر نجد المؤسسات الإعلامية التي تعتبر من ابرز المؤسسات التي تحتاج لاتصال الدائم والمستمر على اختلاف أنواعه وضروريا لنشاط الفاعلين الاجتماعيين داخليا وخارجيا وهذا لا يتحقق إلا بعملية الاتصال المتبادلة بين الافراد الموظفين فيها والمتعاملين معها فجميعهم مساهمون في تحريك عجلة التواصل والترابط فيما بينهم من خلال توصيل المعلومات والأفكار والاستماع للآراء المختلفة والتكامل والتفاهم مع بعضهم في التعامل والمهام لتحقيق الأهداف التي تسمو إليها المؤسسة الإعلامية .

أي أن العملية الاتصالية في المؤسسة الإعلامية بمثابة الجهاز العصبي الذي يسير كامل نشاطاتها وأعمالها وينظمها وبذلك فهي تعكس صورا إيجابية على هوية وسمعة المؤسسة وعن مدى إمكانية استمراريتها وتطورها داخل محيطها الاجتماعي حيث تعتبر الإذاعة من أهم الهيئات التي تعمل على تقوية أصول الترابط والتقارب بين أفراد المجتمع وافراد كل هذا التنظيم ، فتعميم المعلومات والثقافة وإعلام الجمهور بالأخبار والمستجدات التي تحدث في عالمنا اليوم، فكل هذا التنظيم المنسجم لا يكون إلا من خلال ممارسة ما يسمى بالعملية الاتصالية في الإذاعة وما تحققة من فعالية الأنشطة ومردوديتها الجيدة على المؤسسة وتأثيرها الإيجابي على جمهورها الداخلي والخارجي .

نظرا لهذا قمنا بدراسة العملية الاتصالية داخل إذاعة قائمة الجهوية وعليه نطرح التساؤل الرئيسي الآتي:

ما واقع العملية الاتصالية في المؤسسة الإعلامية؟ .

ولكي نخطط أكثر بالموضوع نطرح التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1_ ما لدور الذي تلعبه العملية الاتصالية في المؤسسة الإعلامية إذاعة قالمة الجهوية؟ .
- 2_ ما هي اهم وسائل الاتصال المستخدمة في إذاعة قالمة الجهوية؟ .
- 3_ ما هو دور الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية إذاعة قالمة الجهوية؟ .

الفرضيات:

في ضوء مشكلة الدراسة وأسئلتها الفرعية تم صياغة الفرضيات الآتية:

- 1_ تلعب العملية الاتصالية دورا هاما في المؤسسة الإعلامية _ إذاعة قالمة الجهوية _ حيث تعتبر الحجر الأساس في العملية الإدارية وعامل أساسي في تكوين قرارات ناجحة.
- 2_ يوجد الكثير من وسائل الاتصال المستخدمة في المؤسسة محل الدراسة.
- 3_ يلعب الاتصال الداخلي دورا فعالا بطبيعته الركيزة الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسة الإعلامية نمحل الدراسة في تحقيق أهدافها.

أسباب اختيار الموضوع :

هناك مجموعة من الأسباب التي دفعتنا لاختيار موضوع العملية الاتصالية داخل المؤسسة الإعلامية كعنوان لمذكرتنا العلمية وقد قمنا بتجزئتها الى أسباب ذاتية وأسباب موضوعية والمتمثلة فيما يلي:

أسباب ذاتية:

- الاهتمام الشخصي بدراسة موضوع العملية الاتصالية في المؤسسة الإعلامية _ إذاعة قالمة الجهوية _ .
- توافق الموضوع المراد دراسته مع تخصص الاتصال والعلاقات العامة.
- التعرف أكثر على المؤسسة الإعلامية _ إذاعة قالمة الجهوية _ .
- الاستفادة من الزيارات الميدانية وإعطاء فكري مقربة عن المجال المهني الإذاعي.

أسباب موضوعية:

قابلية الموضوع للدراسة.

قلة التطرق لموضوع العملية الاتصالية في المؤسسة الإعلامية.

الزيادة في الثروة المعرفية واستفادة الطلبة من موضوعنا .

إبراز الصعوبات التي تواجه المؤسسة الإذاعية من ناحية الاتصال.

3_ أهداف الدراسة :

من البديهي أن كل باحث أثناء اجرائه لدراسته العلمية يسطر مجموعة من الأهداف التي يسعى الى تحقيقها، ويمكن توضيح اهداف الدراسة كالاتي:

تحليل واقع العملية الاتصالية في إذاعة قلمة الجهوية.

معرفة إيجابيات العملية الاتصالية الناجحة في المؤسسة.

تسليط الضوء على وسائل الاتصال المستخدمة في إذاعة قلمة.

التوصل لنتائج تخدم الدراسة المعرفية والعلمية.

4_ أهمية الدراسة:

تمثل أهمية الدراسة موضوع العملية الاتصالية في المؤسسة الإعلامية بالموضوع في حد ذاته، حيث ان هذه الأخيرة تلعب دورا هاما في حياة المنظمات التي تحقق الفهم والترابط المتبادل بين أعضاء المؤسسة، وبذلك فالاتصال هو الشريان الرابط بين افراد المنشأة ووحداها وهيكلها وانشطتها المتعددة وبذلك خلق نوع من الانسجام والتناسق بين اقسامها.

وتعتبر دراسة هذا الموضوع إضافة علمية من ال اجراء المزيد من الأبحاث والدراسات وذلك من خلال البيانات والمعلومات وكذا المعارف والحقائق الجديدة والحديثة التي تمكن الباحث من الإجابة على تساؤلات هذه الدراسة.

5_ تحديد مفاهيم الدراسة:

_ مفهوم الاتصال:

أ_ لغة: اصل كلمة اتصال في اللغة العربية مشتق من الفعل الماضي الثلاثي "وصل" والمضارع منه "يصل" يقال " وصل الشيء" او "وصل الى الشيء وصولا أي بلغه وانتهى، وفي اللغة الإنجليزية والفرنسية ترجع كلمة الاتصال communication الى الكلمة اللاتينية communies والتي تعني الاشتراك.¹

¹ حسن شحاته وآخرون، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص17.

ويعرفه قاموس didactique des lages dictionnaire بأنه نقل المعلومات بين المرسل والمستقبل بواسطة رسالة ما والتي تنقل بينهما من خلال قناة اتصال.¹

ب_ اصطلاحا:

عرفه انجل باركينسون : على انه عملية منظمة وتنظيمية وعفوية تنطوي على ارسال وتحويل معلومات وبيانات من جهة الى جهة أخرى ، بشرط ان تكون المعلومات والبيانات المحولة مفهومة ومستساغة من قبل المستهدفين .

أما بيرلسون وستاينر يعرفان الاتصال على انه عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب اما شفويا او باستعمال الرموز او الكلمات او الصور بقصد الاقناع او التأثير على السلوك.

يعرفه جورج لندر برج : هو نوع من التفاعل يحدث بواسطة الرموز التي تكون حركات او صورا او أي شيء اخر يعمل كمنبه للسلوك .

ويعرفه ستانلي انه: عملية تبادل تفاعلي بين اطراف ذات لغة مشتركة وليس عملا فرديا منعزلا، حيث تقاس فعالية الاتصال في ضوء قدرة عملية التبادل على احداث، تفاعلن تناغم ،انسجام وفهم مشترك للرموز المتبادلة.²

ج _ المفهوم الإجرائي:

استنتاجا من التعاريف السابقة يمكن التوصل الى التعريف الاجرائي:

هو عملية ديناميكية منظمة يتم من خلالها ارسال وتبادل معلومات، افكار، اراء، اتجاهات، مشاعر، تجارب سلوكيات ، خبرات ، معارف بشرط ان تكون هذه العناصر ذات معنى مفهوم وواضح وبسيط وبنفس الدرجة لدى الطرفين _ المرسل ، المستقبل _ ، اما شفويا كالحوارات والنقاشات، اما كتابيا كالرسائل النصية ، تعليمات او عن طريق لغة الجسد مثل الحركات ، الايحاءات ، الإشاراتالخ.

كل هذا بقصد الاقناع والتأثير على السلوك وتغيير وتحديد وجهات النظر والاتجاهات المختلفة.

¹ حسن شحاته وآخرون ،مرجع سبق ذكره،ص17.

² حميد الطائي ،بشير العلاق ،اساسيات الاتصال نماذج ومهارات ،ط1،دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع،عمان الاردن،2019،صص5-6.

مفهوم الاعلام :

أ_ لغة: مصدر الفعل الرباعي المزيد " اعلم " ومجرد الثلاثي «علم " والعلم نقيض الجهل فالعلم هو الحصول على المعرفة ينقلها من ذهن الى ذهن اخر او ينقلها من الواقع الى الذهن مباشرة ، وقد يدل العلم على المعرفة الاصلية التي لا تحتاج الى تجربة او نقل .¹

ب _ اصطلاحا:

يعرف عبد اللطيف حمزة بانه: تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة او الحقائق الواضحة.

كما يعرف سمير حسين الاعلام بانه: كافة أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والابخار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف مما يؤدي الى خلق أكبر درجة من الوعي والمعرفة والادراك والمعرفة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية.

يقصد بالاعلام :

تلك العملية التي يترتب عليها نشر المعلومات والابخار الدقيقة التي تركز على الصدق والصرحة ومحاطة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الراي ، ويقوم الاعلام على التنوير والتثقيف مستخدماً أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي .²

ج المفهوم الإجرائي:

الاعلام هو عملية ذات طابع تنظيمي يقوم على توصيل وتزويد الجماهير بمجموعة من المعلومات والحقائق والابخار الصحيحة والسليمة عن قضايا ومجريات الاحداث المطروحة في مختلف المجالات سواء كانت (اقتصادية ثقافية ، سياسية ، اجتماعية ن تعليمية ، دينية)مصادقية ودون تزييف او تكذيب بهدف خلق وعي اجتماعي والارتقاء بالراي العام إضافة الى للجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية بكل ما يحدث ويجري في محيطه ، ومن اجل مخاطبة عقول الجماهير وتنويرها باستخدام أسلوب التوضيح والشرح لمختلف فئات المجتمع .

مفهوم الاتصال الداخلي:

¹ عبد العزيز الشريف، الاعلام الالكتروني، دار يافا العلمية للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2009، ص4.

² نضال فلاح الضالعين، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري، ط1، دار الاعصار العلمي، عمان الاردن، 2004، ص16.

يعرفه Philippe détire بأنه علاقات العمل بين مختلف الخلايا المكونة لهياكل المنظمة و طرق و انماط العمل

{ نظم المعلومات والمبادلات } ، والمعنى الدقيق هو التعريف بالممثلين وقدراتهم فهو يرى ان الاتصال الداخلي هو تلك العملية القائمة بين مختلف الأطراف في المنظمة او الطرق التي يتم بها العمل¹.

يقصد بالاتصال الداخلي: انتاج او توفير او تجميع البيانات والمعلومات الضرورية لاستمرار العملية الإدارية او تبادلها او اذاعتها ، بحيث يمكن للفرد او الجماعة الإحاطة بأمر ومعلومات جديدة او التأثير في سلوك الافراد او الجماعات والعديل في هذا السلوك وتوجيهه وجهة معينة².

المفهوم الإجرائي:

هو جميع النشاطات الاتصالية الموجودة في أي مؤسسة مهما كان نوعها بين مختلف اقسامها وفروعها حيث يقوم على تبادل وانسياب المعلومات والبيانات بين الافراد العاملين بطرق تسمح لهم بالإحاطة بأخبار المنشأة التي ينتمون اليها، وهذا بدافع التغيير والتعديل في سلوكيات ووجهات معينة وبذلك تساهم في تنظيم سيرورة الإدارة والعمل واستمرارية المؤسسة .

- مفهوم العملية الاتصالية:

هي العملية التي تنقل من مصدر معين الى مستقبل واحد او أكثر بهدف تغيير السلوك وبث رسائل واقعية كالمعلومات والايخبار التي تنشرها وسائل الاعلام عن الاحداث المختلفة او بث رسائل خيالية كالقصص والروايات على مجموعات كبيرة من الناس باختلاف مستوياتهم³

وتعرف عملية الاتصال أيضا على انها عملية تنطوي على قدر عال من حالات التفاعل والتبادل بين أطراف الاتصال، مما يؤدي الى حصول نوع من التأثير وليس مجرد تقاسم معلومات او بيانات مجردة.⁴

المفهوم الإجرائي:

العملية الاتصالية تعني نشاط ينقل المعلومات والحقائق كالأحداث الواقعية او الخيالية كالقصص ، الروايات ، الأفلام الوثائقية لعدد كبير من الجماهير بمختلف فئاتهم العمرية ومستوياتهم الفكرية ، التعليمية ، الثقافية ، كما انها لا تقتصر فقط على بناء البيانات المجردة فقط بل تركز بشكل كافي على حالات التفاعل بين

¹ فريدة عجاله ،الاتصال الداخلي ودوره في التغيير التنظيمي، تخصص تسيير عمومي، قسم علوم التسيير ،كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية و علوم التسيير، جامعة الجزائر3،الجزائر،2013،ص64.

² فريدة عجاله، مرجع سبق ذكره،ص64.

³ مدحت محمد ابو النصر، مهارات الاتصال الفعال مع الاخرين،ط1،المجموعة العربية للنشر و التوزيع،القاهرة،2012،صص25-26.

⁴ حميد الطاقي بشير العلاق،ص8.

الأطراف المشتركة للعملية الاتصالية وبذلك تحقيق الهدف الاسمي والمرجو وهو التأثير في النفوس ، وإقناع الشخص المستهدف بتقبل الرسالة المراد ايصالها ويستجيب لها اما إيجابيا او سلبيا إضافة الى تعديل السلوك وتغييره .

مفهوم المؤسسة الإعلامية:

أ_ المؤسسة:

لغة: من الفعل أسس، أسس ، الأساس ، واساس كل شيء مبتدئ والاساس في اصل البناء ، والاسس اصل كل شيء .

اصطلاحا :

هي ترقية يتدعها الانسان بالتعاون مع الافراد الاخرين في المجتمع فالحب مثلا : ظاهرة طبيعية ، اما الزواج فهو مؤسسة اجتماعية .¹

وهي الوحدة التي تجمع فيها وتنسق العناصر البشرية والمادية للنشاط الاقتصادي فهي عبارة عن تجمع لأشخاص ذوي كفاءة متنوعة تستعمل رؤوس الأموال والقدرات لانتاج سلع وبيعها سلع اعلى منها تكلفة.²

ب_ المؤسسة الإعلامية:

تلك الهيئة او التشكيل الذي يتولى اصدار النتائج المقروءة او المرئية او السمعية ، والذي يكون له شكل قانوني واطار اداري قانوني يتلائم مع طبيعة عمله كي يقوم على تحقيق مجموعة من الوظائف ذات التميز المهاري الإبداعي شكلا ومضمونا ، ومن ثم ترويجا وتسويقا من اجل تقديم خدمة إعلامية تمتلك مقومات الديمومة والاستمرار والتواصل مع الجمهور المتلقي على اختلاف انماطه وجوانبه المعرفية والمعلوماتية والبيئية .

يشير الدكتور محمد فريد محمود عزت في كتابه قاموس المصطلحات ان المؤسسات الإعلامية هي: كل الوسائل والأدوات او الوسائط غير الشخصية للاتصال ، التي عن طريقها تنقل كل المعلومات السمعية والبصرية بشكل مباشر الى الجماهير ، وتشمل التلفزيون ، الراديو ، الصحف ، ومجلات ، الصور المتحركة ، السينما والكتب .³

المفهوم الاجرائي:

منظمة مسؤوليتها اصدار وإنتاج المضامين بانواعها مقروءة، مسموعة ، مرئية ، في اطار قانوني وطابع اداري منسجم يتوافق مع العمل الإداري والنشاطات والمهام ، كما تتسم وظائفه بجانب ابداعي ومهاراتي من

¹ سامية عواج، الاتصال في المؤسسة، مركز الكتاب الاكاديمي، عمان الاردن، 2020، ص188.

² محمد صاحب سلطان، ادارة المؤسسات الاعلامية انماط و اساليب القيادة، دار الميسرة للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2015، ص22.

³ محمد فريد محمود مدحت، قاموس المصطلحات الاعلامية، دار مكتبة الهلال، بيروت، 2008، ص207.

ناحية الشكل والمضمون لتسوق بعدها وتروج بهدف تقديم خدمات إعلامية او إعلانية تتميز بالاستمرارية والاتصال مع الفئة المستهدفة بختلاف انماطها وجوانبها المعرفية والبيئية .

كما انها مجموعة الأدوات والوسائل التقليدية مثل : التلفاز ،راديو ، صحف ، مجلات ، كتب ، سينما ، إضافة الى الوسائط التكنولوجية الجديدة مثل : الايميل ، مدونات الكترونية ، الواجه الكترونية ، مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك ، التويتر هذه الأخيرة هدفها نقل جميع المعلومات السمعية ،البصرية ، المرئية بطريقة مباشرة الى الجمهور .

الإذاعة:

أ_ لغة:

الأصل اللغوي لكلمة الإذاعة يعني الاشاعة ، بمعنى النشر العام وذيوع ما يقال حتى ان العرب يصفون الرجل الذي يكتم السر انه رجل مذياع .

ب_ اصطلاحا:

مصطلح يعني البث المنظم والنشر للاخبار والبرامج والاغاني والموسيقى ، والتمثيلات واي مواد إعلامية أخرى موجهة الى الجمهور العام واستقبال ذلك جماهريا بواسطة أجهزة الراديو وبذلك اصبح هذا المصطلح يعبر عن خصائص فن قائم بذاته له مقوماته المادية وجمهوره ونتيجة جهود وابحاث متواصلة تم توصل الإذاعة لمفهومها الحالي .

وتعرف انها الانتشار المنظم والقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية ، ثقافية ، تعليمية ، تجارية وغيرها من البرامج لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى أنحاء العالم ¹.

المفهوم الإجرائي:

الإذاعة هي هيئة تنظيمية ذات طابع اعلامي صحفي تختص في جمع المعلومات والبيانات والاخبار والاحداث ثم تحويلها الى برامج وفقرات إذاعية ومواد إعلامية متنوعة تعالج فيها الكثير من القضايا والمشكلات ثم بثها في وقت واحد لمختلف شرائح المجتمع .

6_ الدراسات السابقة:

¹ ريم عبود، مدخل الى الاذاعة و التلفزيون، الجامعة الافتراضية السورية للنشر،سوريا،2020،صص2-6.

مما لاشك فيه أن عملية استعراض الدراسات السابقة والبحوث العلمية تنطوي على أهمية كبيرة حيث تسهم في مساعدة الباحث في الوصول إلى النقائص المراد إكمالها، وهذا ما سنستعرضه في دراستنا الحالية من إستنتاج نتائج الدراسات السابقة ومقارنتها بنتائج دراستنا .

الدراسة الأولى : جاءت هذه الدراسة تحت عنوان "واقع الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية "

دراسة ميدانية على "جامعتنا منتوري ، باجي مختار نموذجا" ، أطروحة دكتوراه ، تخصص علم الاجتماع والتنمية ، اعداد الطاهر اجغين ، 2005_ 2006 .

من اهم النتائج التي خلصت اليها هذه الدراسة :

نظام الاتصال المطبق ومدى استجابته لمتطلبات العملية الإدارية في المؤسسات الجزائرية .

وسائل الاتصال المستعملة ومدى ملائمتها ودورها في تحسين أداء المؤسسة .

تقدير مكونات {افراد ، فئات } الاسرة الجامعية لواقع اتصال المؤسسة .

تكمن العلاقة بين موضوع بحثنا وهذه الدراسة في واقع الاتصال في المؤسسات بمختلف مجالاتها ودوره في تحسين سيورة العملية الاتصالية داخل المؤسسة .

وتماشيا مع ما تم ذكره سابقا نجد ان اتصال المؤسسة اصبح عملية أساسية لاغنى عنها في الإدارة ، حيث ان الإدارة اليوم ماهي الا حسن إدارة الاتصالات ونجاح عملية اتخاذ القرارات لتحقيق اهداف محددة باتقان ، كما ان الاتصال في اذاعة قلمة يفيد في تحقيق وتجسيد عمليات إدارية ناجحة وفي نفس الصدد نجد ان اذاعة قلمة يؤثر الاتصال فيها تأثيرا إيجابيا بالرسائل التكنولوجية والتقنية المستخدمة في الاعمال الاتصالية في الإدارة وهذا راجع الى مدى ملائمة استخدام وسائل الاتصال ودورها في تحسين أداء المؤسسة ورفع كفاءتها ف مختلف الأقسام ، حيث بينت هذه الدراسة ان معظم افراد العينة يتفقون على ان الوسائل الاتصالية المستخدمة لها اثر جيد وكبير في معظم الاعمال ومنها تسريع العملية الإدارية .

وتجدر الإشارة الى تقدير مكونات {افراد ، فئات } اسرة اذاعة قلمة لواقع الاتصال داخل المؤسسة الإعلامية نظرا لأنه أساس ولب العمل الإداري داخلها ، وهذا راجع للنتيجة التي كان مفادها توفر اطر للاتصال أهمها خلية الاعلام والاتصال ، إضافة الى منح الموظفين أهمية كبيرة وهذا ما لاحظناه في أكثر من مرة في دراستنا .

الدراسة الثانية : جاءت هذه الدراسة تحت عنوان "الاتصال وتأثيره على تنظيم المؤسسة الإعلامية "

دراسة ميدانية ميدانية بمؤسسة إذاعة الاوراس _ باتنة _ نموذجا ، اطوحة لنيل رسالة ماجستير في علم الاجتماع اعداد مازن سليمان الحوش ، ، 2005_ 2006 .

من اهم النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة هي :

طبيعة العلاقة بين العمال والإدارة وصفت بأنها مرنة وغير متصلبة هذا راجع لقلة العمال وتعدد قنوات الاتصال .

تبين ان المؤسسة تستعمل فيها عدة قنوات للاتصال بين العمال كالاعلانات تليها الرسائل والتقارير

هناك مجموعة من الاتصالات التي ساهمت في نجاح المؤسسة كالاتصال الصاعد ، النازل ، الافقي ، كل هذه الاتصالات سهلت التواصل بين افراد المؤسسة ، ولا ننسى الاتصال الرسمي المكمل للاتصال الرسمي .

تكمن العلاقة بين موضوع بحثنا وهذه الدراسة في كيفية تنظيم الاتصال في المؤسسة الإعلامية وتسهيلها للمهام والوظائف المختلفة.

وتمشيا مع ما تم ذكره سابقا نجد ان الاتصال له دور فعال في تحسين وتسيير مجريات العمل داخل المؤسسة وبين اقسامها وفروعها المتعددة، اذ ان أنواع وسائل الاتصال المختلفة هي التي تسهل على الصحفيين في إذاعة قالمة العمل بكل أريحية وبكل سهولة مع الحفاظ على الجهود والوقت.

والاتصال من اهم العناصر والمكونات التي تؤثر تأثيرا إيجابيا او سلبيا على المؤسسة، فاذا كانت العملية الاتصالية ناجحة وسلسة فإنها تحقق اهداف المؤسسة وتعطي نظرة جيدة وصورة طيبة لجمهورها الداخلي وجمهورها الخارجي اما اذا كانت العملية الاتصالية بطيئة وسيئة فيها تؤثر بالسلب على الأجواء الداخلية للمؤسسة { بين الصحفيين والإدارة}، وتؤثر على المحيط الخارجي {الجمهور الخارجي للمؤسسة}، وبذلك إعطاء سمعة سيئة اتجاه المؤسسة الإعلامية.

حيث اثبتت هذه الدراسة على ان معظم افراد العينة قد اتفقوا على ان الاتصالات المختلفة والمتنوعة تؤثر على نجاح العملية الاتصالية داخل المؤسسة الإعلامية وبذلك تنظيم العمل وتحقيق الانسجام والتناسق بين المهام والوظائف المكلف بها كل فرد يعمل في المؤسسة.

وتجدر الإشارة الى تقدير العوامل التي تساهم في إنجاح العملية الاتصالية في مؤسسة إذاعة قالمة الجهوية ومن أهمها استخدام الوسائل المختلفة للاتصال بين الصحفيين والمذيعين وتسهيل عملية نقل المعلومات والبيانات، إضافة الى التعاون الجماعي والتفاعل الاتصال بين الموظفين الذي يؤثر بالإيجاب على سير العملية الاتصالية في إذاعة قالمة الجهوية، وهذا ما تم ملاحظته في دراستنا الحالية.

7_ المقاربات النظرية المفسرة للدراسة:

تعددت المقاربات النظرية المفسرة والتي تعالج مسألة العملية الاتصالية في المؤسسات ودورها في الأداء وسير العمل فيها، لهذا سنحاول في هذا الجزء وضع بعض النظريات وفق للمتغيرين اللذان تناولتهما في دراستنا الا وهي العملية الاتصالية في المؤسسة الإعلامية بإذاعة قالمة الجهوية.

1_ النظرية البنائية الوظيفية:

تقوم هذه النظرية على " ان تنظيم المجتمع وبناءه هو ضمان استقراره، ذلك نظرا لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكل متوازن، ليحقق الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر، فالبنائية تشير الى تحديد عناصر التنظيم والعلاقات التي تقوم بينها، والوظيفية تحدد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بالتنظيم الكلي، وهو مدى مساهمة العنصر في النشاط الاجتماعي الكلي" ¹.

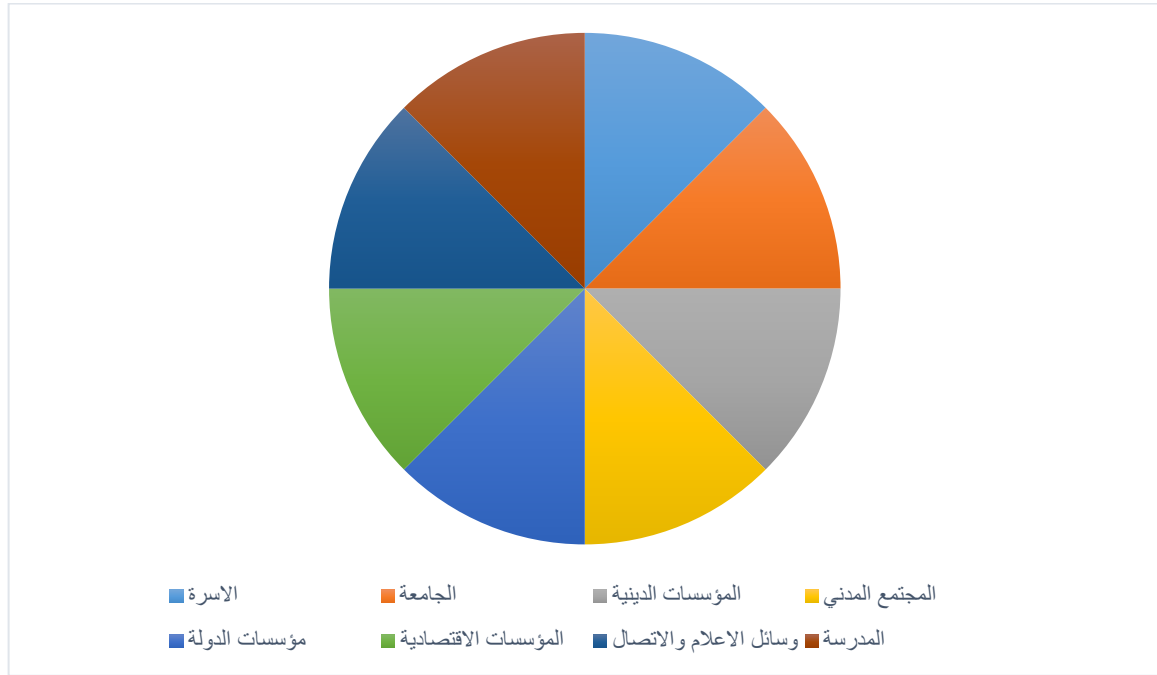
وعليه تشير الدراسة الراهنة الى ان المجتمع، المجتمع المحلي، مؤسسة ، جماعة او أي تنظيم مهما كان هدفه وغرضه وحجمه ، يحتوي على أجزاء مختلفة عن بعضها البعض ولكن على الرغم من اختلافها الا انها مترابطة ومتجانسة الوحدات ، أضافها اشارتها ان المؤسسة او المجتمع او النسق العام يتكون من اجزاء متكاملة كل جزء يكمل الاخر ، ويمكن تحليل النسق ، المجتمع ، المؤسسة تحليلا بنويا وظيفيا الى أجزاء وعناصر أولية ، وبالتالي أي مؤسسة تتكون من أجزاء او عناصر لكل واحدة منها وظائفها الأساسية .

كما ان الوظائف التي تؤديها المؤسسة تكون وظائف ظاهرة وكامنة ووظائف بناءة او هدامة إضافة الى توفرها على نظام اتصال وعلاقات إنسانية.

ومنه فان البنائية الوظيفية تصور البناء او النسق او المؤسسة على انها تتحد مع بعضها البعض لتساهم في تحقيق اهداف ومساعي معينة وتتألف من أجزاء وانساق لها أدوار ووظائف اجتماعية ووظيفية مترابطة ، اضافة الى الافراد المكونين للمؤسسة فهم الذين يساهمون في تطوير عمل المؤسسة بواسطة الاتصال والعلاقات القائمة بينهم ومنه يكون هناك استقرار ومحافظه على النظام او العكس اذا كان العمل يسير بطريقة غير موفقة .

والشكل أدناه يوضح النظرية:

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص130.



الشكل رقم 01: يوضح النسق العام للمجتمع.

2_ مدرسة العلاقات العامة:

"تقول هذه المدرسة ان جميع أمور الإدارة تقع في دائرة العلاقات الإنسانية اذا ما كان العنصر الإنساني هو محور "معيار" لمفهوم العلاقات، فينبغي ان تتلاءم العلاقات الإنسانية مع الأنشطة المختلفة للأعمال بطريقة عملية مفيدة حتى تكون ذات فعالية بالنسبة للإدارة، والعلاقات الإنسانية في الإدارة تعمل على حل المشكلات للصراع البشري بطريقة أكثر فعالية".¹

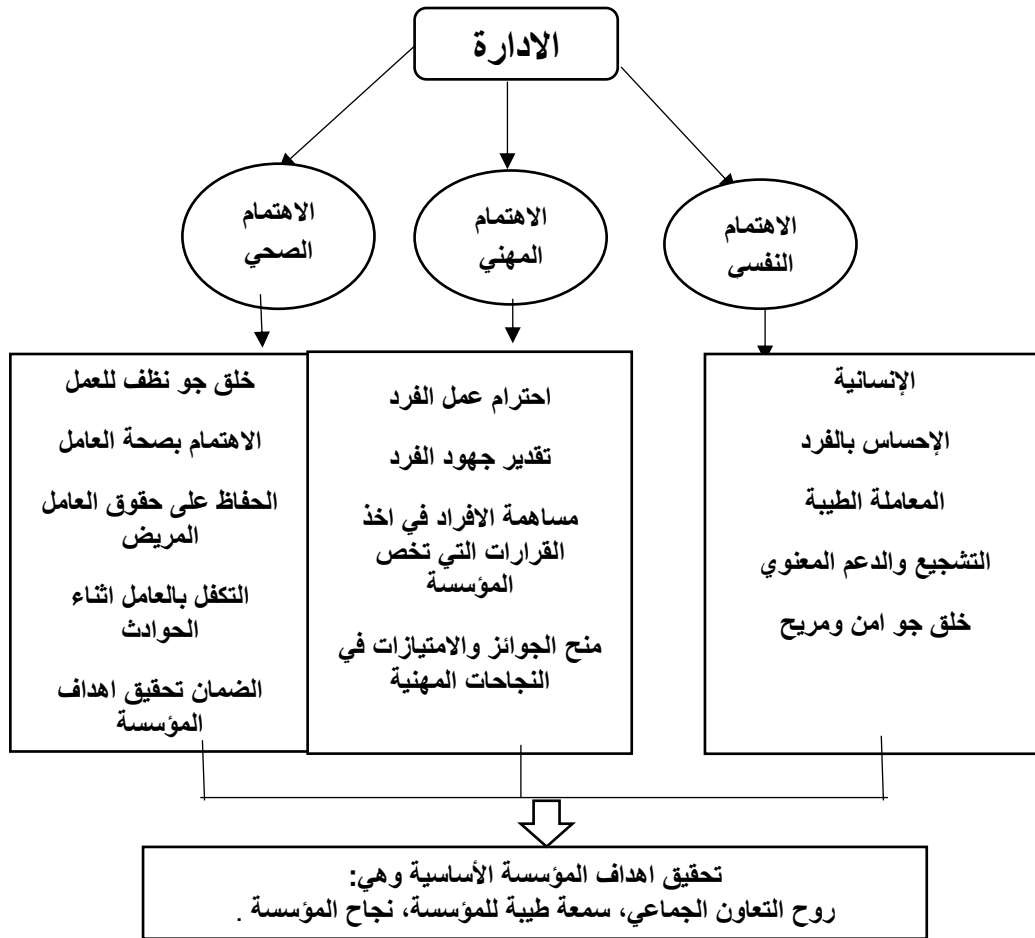
"إلتون مايو وزملاءه ركزوا في نظريتهم على الجانب الإنساني واعتبروه محور العملية الإدارية وهو العنصر المهم في الإنتاجية، كما انها تهتم بالروح المعنوية للعاملين وتاثر الجماعات بالجو الجماعي في انتاجيتهم".²

من خلال ما سبق نجد انه كلما كان الاهتمام بالإنسان كإنسان من خلاله اتصاله وتفاعله مع الجماعة والعلاقات الاجتماعية والعوامل النفسية، كلما زادت الإنتاجية وتحسن سير العمل في المؤسسات وكلما قل وكان متجاهل، كلما كان سلبيا على الإدارة.

والشكل أدناه يوضح نظرية العلاقات الإنسانية:

¹ سيد عبد الحميد مرسي، العلاقات العامة، ط1، دار التوثيق النموذجية، مصر، 1982، ص20.

² ناصر محمد العديلي، السلوك الانساني و التنظيمي (منظور كلي مقارن)، معهد الادارة العامة، الرياض، 1995، ص29.



الشكل رقم 02: يوضح تطبيق إدارة المؤسسات لمبادئ نظرية العلاقات العامة.

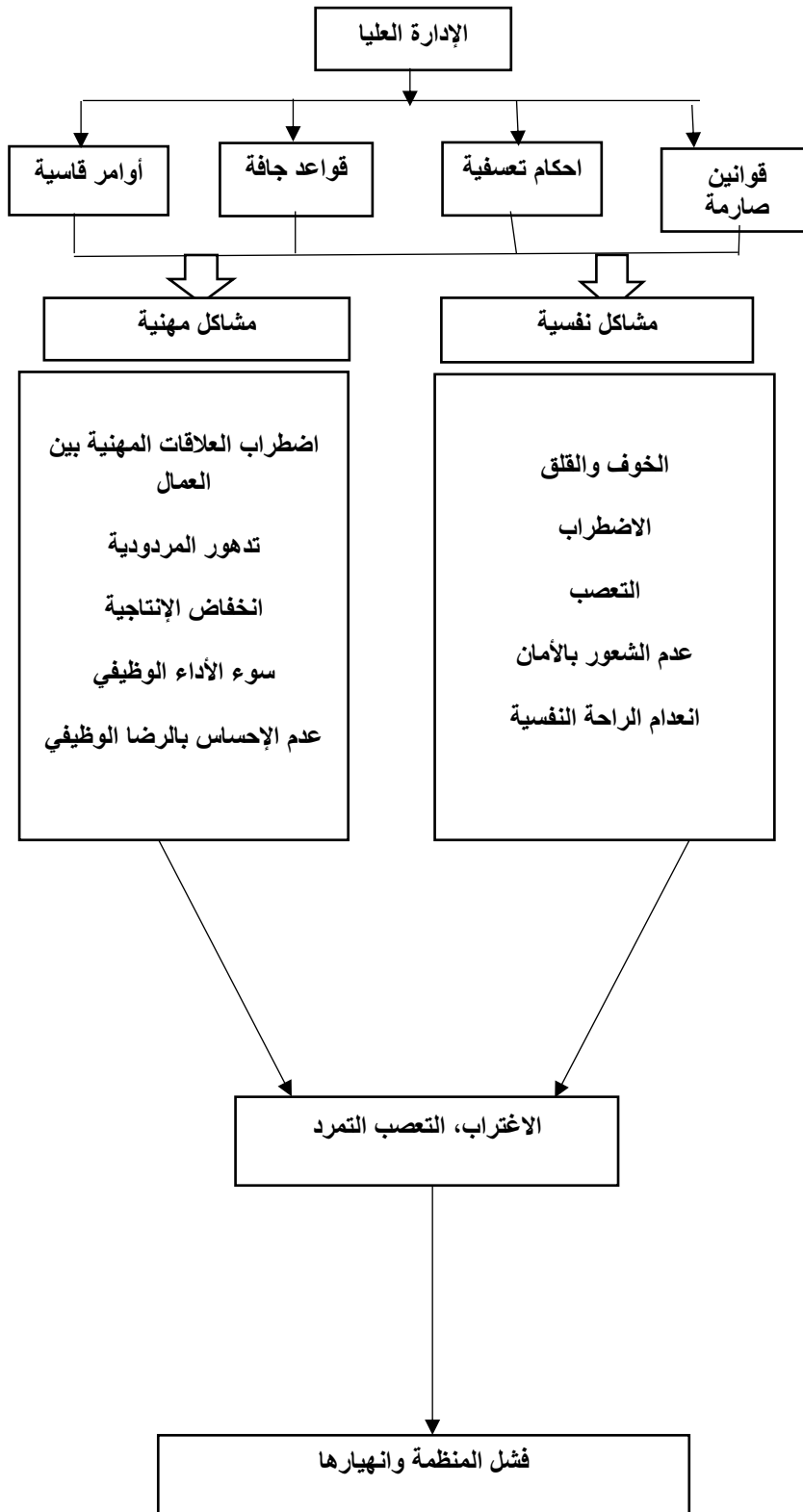
3_ نظرية الصراع الاجتماعي { كارل ماركس } :

"كارل ماركس قرر ان تطور تقسيم العمل وتطور الإنتاج نتج عنه الطبقة او الطبقات، بحيث اصبح لبعض الناس امتلاك فائض عمل غيرهم وبالتالي استطاعوا ان يحققوا تراكماً من هذا الفائض فممكنهم من ان يدخلوا في علاقات استغلالية مع جماهير المنتجين، وهكذا اصبح من الممكن ان تسيطر طبقة على طبقة أخرى ، وبالتالي تنتج ظاهرة الاغتراب في المجتمع الطبقي أي ان العامل يفقد السيطرة على التصرف في ناتج عمله طالما ان ما ينتجه يمتلكه اخرون غيره بحيث لا يستفيد منه"¹.

من هذا المنظور نجد ان النسق العام او المؤسسة او المجتمع وبالأخص الإدارة اذا كانت لاتعدل وتستغل الجماعات الأقل قوة وتحتكرها فسوف تخلق الطبقة في الإدارة وبالتالي سظهر ما يسمى بالاغتراب وتوتر العلاقات الإنسانية ويظهر التذمر والتمرد داخل النسق { المؤسسة } ، وهذا ما يؤدي الى وجود خلل في التوازن الإداري والعلائقي وبذلك ينتهي النظام .

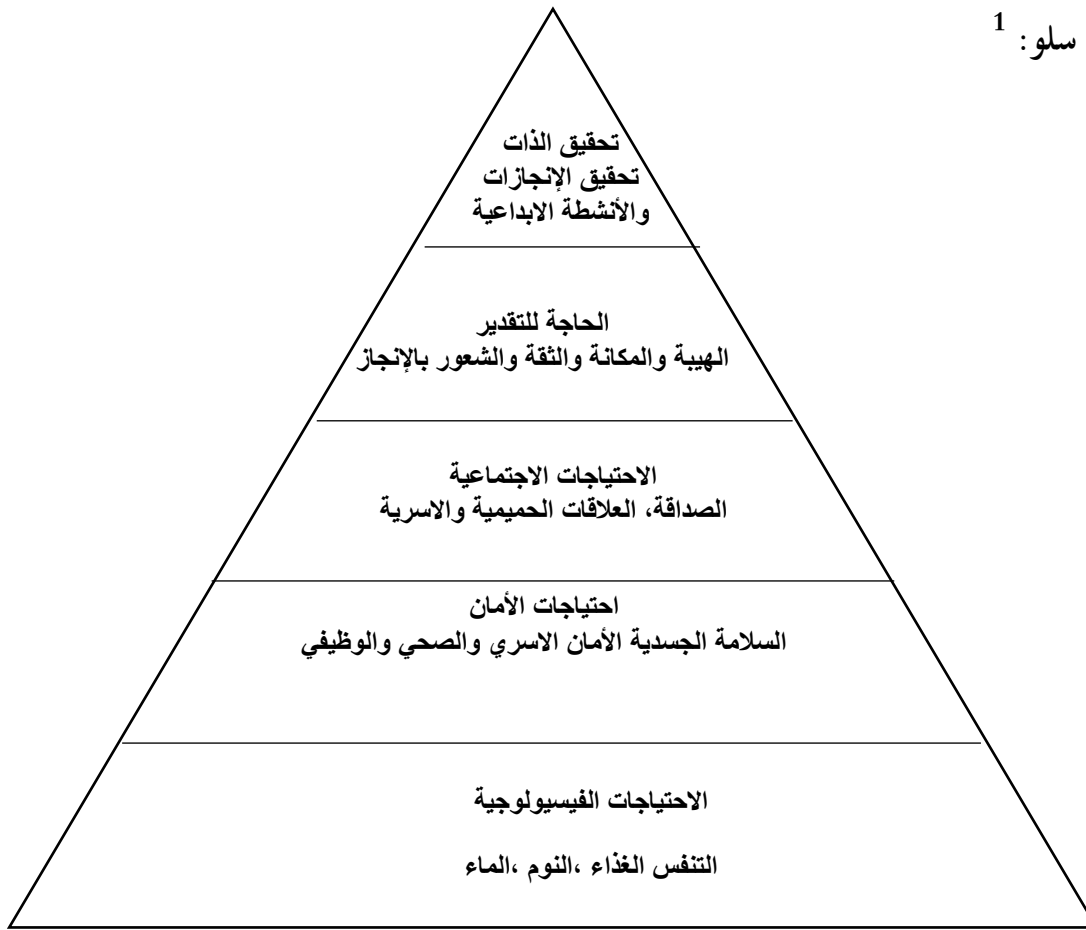
¹ سمير نعيم احمد، النظرية في علم الاجتماع، ط5، دار المعارف للطباعة، القاهرة، 1985، ص168.

والشكل الآتي يوضح نظرية الصراع الاجتماعي :



الشكل رقم 03: يوضح سير العمل في ظل نظرية الصراع الاجتماعي.

4_ هرم ما سلو: ¹



الشكل رقم 04: يوضح هرم الاحتياجات الإنسانية (ماسلو).

هرم ماسلو نسبة للعالم "ابراهيم ماسلو" وهو عبارة عن نظرية ودراسة فلسفية يؤكد بها ان هناك العديد من الحاجات التي يسعى الفرد لإشباعها من خلال قيامه بالعديد من الوظائف والافعال والتصرفات للوصول لها ، كما يؤكد في نظريته ان الحاجات الفردية التي يريدتها أي فرد ان لم يشبعها تسبب له التوتر وعدم التوازن والإحباط في وضعه للحاجات حددها بخمسة مراحل أساسية على شكل هرمي من اسفله الى أعلاه.

يبدأ الهرم بالحاجات الفسيولوجية والتي يحتاجها الفرد من اجل البقاء على قيد الحياة مثل : "هواء ، طعام ، ماء ، نوم ، دفيء ، مسكن ، امان صحي ، يليه بعدها الاحتياجات الاجتماعية مثل: صداقة ، حب ، انتماء أصدقاء ، وغيرها ... ، ثم نجد الحاجة الى التقدير وبالأخص في أمرين ، الأول تقدير الانسان لنفسه مثل : الشعور بالاستقلالية ، الكرامة الخ ، واخر مرتبة هي الحاجة لتحقيق الذات وهي اعلى مرتبة في الهرم ، حيث تتجلى في قدرة الانسان على تحقيق ذاته وسعيه نحو النمو التدفقي ، تحقيق الطموحات .

¹ <https://images.app.goo.gl/ykzhjqfk78aunxf67,15/05/2022,10.15h>.

من خلال ماسبق يمكن القول ان اهم الحاجات الهرمية لهرم ماسلو والخدمة لدراستنا وموضوعنا هي ثلاث حاجات أولها حاجات الأمان حيث ان كل موظف اذا احس بالأمان الوظيفي في المؤسسة التي ينتمي اليها يمكنه العمل والإفادة بشكل اكبر وفعال اكثر من الفرد الذي ينعدم عنده الأمان الوظيفي، كذلك الحاجات الاجتماعية المذكورة سابقا فالفرد العامل في مؤسسة ما اذا كان ينتمي الى زملاءه في العمل فانه يتأثر بهم ويأثر فيهم بشكل إيجابي وهذا ما يخدم المؤسسة ويحقق الأداء المرجو ، إضافة الى حاجة التقدير حيث نجد ان الموظف إذا كان ذو ثقة ولديه مكانة واحترام من الاخرين كان اكثر أداء وفعالية .

إذن نظرية ماسلو في السلوك المؤسسي تقترح ان رفع الدافعية لدى الموظفين يتطلب من المديرين محاولة نقل اهتمامات الموظفين الى مستويات اعلى من الهرم ، بمعنى ان المدراء عليهم بمساعدة افراد العمل لتلبية حاجياتهم الأساسية الدنيا ، وبالتالي عندما تكون حاجاتهم العادية متوفرة سيدفع بهم الى بناء تقدير الذات والاحترام عبر العمل والانجاز ، كذلك رفع مستوى تفكيرهم وهذا كله يخدم اهداف وغايات المؤسسة .

8_ المنهج المستخدم في الدراسة:

تعتمد كل دراسة كل دراسة على منهج معين يساعد على ضبط المتغيرات وتنظيم المعلومات والبيانات ضمن خطوات دقيقة ومفصلة، هدفه تصوير مختلف النتائج والاستنتاجات التي وصل اليها الباحث. يعرف المنهج على انه أسلوب يستخدمه الباحث في دراسة ظاهرة معينة لتنظيم الأفكار المتنوعة بطريقة تمكنه من علاج مشكلة البحث.¹

وقد اخترنا المنهج الوصفي لضبط الجانب التطبيقي و الذي يعرف على انه :

مجموعة الطرق التي تمكن الباحثون من وصف الظواهر العلمية و الظروف المحيطة بها في بيئتها و المجال العلمي الذي تنتمي اليه ،وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثرة و المتأثرة فيها كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون لتحقيقها وراء استخدام هذا المنهج .²

هذا المنهج يساعدنا في دراسة موضوعنا من خلال شرح وتوضيح الاحداث و المواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة او مجموعة ظواهر مهمة ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الاحداث من خلال وصف تقريرى ومحاولة وصف وتحليل الأسباب الظاهرية لتلك الاحداث قصد الوصول الى استنتاجات منطقية مفيدة تسهم في حل اشكالتنا وإزالة المعوقات والغموض الذي يكشف الظاهرة، ومن اجل أيضا تطوير واستحداث الأفكار

¹ محمد سرحان علي الحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، اليمن، 2015، ص35.

² مرجع نفسه، ص46.

.. والمعلومات ونماذج سلوك جديدة، اما بالنسبة للأسلوب المختار لضبط الجانب التطبيقي فقد استخدمنا أسلوب المسح الاجتماعي وهذا الأخير مناسب لدراستنا لما فيه من مزايا وتسهيلات لدراسة الموضوع دراسة تفصيلية تساهم في تفسير وتحليل النتائج بدقة .

9_ أدوات جمع البيانات :

هناك مجموعة من الأدوات التي يستخدمها الباحث في البحث العلمي باعتبارها من اهم مراحلها والتي تسهل عليه الوصول الى المعلومات وجمعها واثبات مدى صدقها وصحتها.

ومن اهم أدوات جمع البيانات ما يلي :

الاستبيان:

يعرف على انه مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف او الأهداف التي يسعى اليها الباحث في ضوء المشكلة التي اختارها، وترسل أسئلة الاستبيان المكتوبة هذه عادة بالبريد العادي او الالكتروني الى مجتمع البحث او الى مجموعة من الاشخاص وكذلك المؤسسات الذين اختارهم الباحث كعينة لبحثه، ومن المفروض الإجابة عن الاستفسارات وتعبئة الاستبيان بالمعلومات المطلوبة فيه واعادتها الى الباحث بنفس الطريقة التي استلمت بها ¹.

الملاحظة:

من الأدوات التي شاع استخدامها في العديد من الأبحاث العلمية على اختلاف أنواعها وتخصصاتها، فالملاحظة غريزة فطرية موجودة في الجنس البشري من ان خلق، وعندما يتحول الانسان الى باحث علمي تتطور عنده هذه الخاصية حتى تشكل جزءا من سلوكه العلمي.

تعرف انما المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك او ظاهرة معينة وتسجيل الملاحظات أولا بأول، كذلك الاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك او الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج والحصول على أدق المعلومات.

وتعرف أيضا انها متابعة سلوك معين بهدف تسجيل البيانات بغرض استخدامها في تفسير وتحليل مسببات وآثار ذلك السلوك.²

¹ محمد سرحان علي الحمودي، مرجع سبق ذكره ص126.

² مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد ابو بكر، مناهج البحث العلمي و تطبيقاته في الاعلام و العلوم السياسية، ط1، دار الوفاء للطباعة و النشر، الاسكندرية، 2007، ص70.

المقابلة:

هي محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة وشخص آخر من جهة أخرى، بغرض جمع المعلومات اللازمة للبحث والحوار، تتم عن طريق طرح مجموعة من الأسئلة من قبل الباحث التي تتطلب الإجابة عليها من الأشخاص المعنيين بالبحث.¹

وتعرف أيضا على أنها مجموعة من الأسئلة والاستفسارات والإيضاحات التي يطلب الإجابة عليها أو التعقيب عليها وتكون المقابلة عادة وجها لوجه بين الباحث وبين الشخص أو الأشخاص المعنيين بالبحث.²

10_ العينة ومجتمع البحث:

أ_ تحديد العينة:

إن اختيار العينة يعد احد اهم المراحل التي يجب على الباحث ضبطها وتحديدتها وفقا لما تمليه طبيعة الدراسة، كما انها القاعدة التي تبنى عليها البحوث الميدانية وبالتالي مصداقية وموثوقية نتائج البحث.

تعرف العينة على أنها: مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطريقة مناسبة واجراء الدراسة عليها ومن ثم تعميم تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.³

وفي دراستنا قمنا باختيار أسلوب المسح الاجتماعي لجميع العينات المختارة.

المسح الاجتماعي:

دراسة شاملة مستعرضة ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحديد وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين.

ويعرف أيضا على انه ذلك النوع من البحوث الذي يتم بواسطته استجواب جميع افراد مجتمع البحث او عينة كبيرة منهم وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط دون ان يتجاوز ذلك لدراسة العلاقة واستنتاج الأسباب.

المسوحات الاجتماعية التي تتناول مشكلات اجتماعية ما فرضت نفسها نتيجة للتغيرات الاجتماعية والاقتصادية مثل بحوث الفقر ، الجريمة ، مشكلة الإدارة، العمل، العمال .

¹ محمد سرحان علي الحمودي مرجع سبق ذكره، ص141.

² عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، البحث العلمي الكمي و النوعي، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2009، ص313.

³ محمد سرحان علي الحمودي مرجع سبق ذكره ص160.

يتميز أسلوب المسح الاجتماعي بالآتي:

1. سهولة تطبيقه وتعدد مجالاته.
 2. قدرته الكبيرة على تغطية وحدات كثيرة من المجتمع المدروس باستخدام أسلوب العينة في اغلب الأحيان .
 3. تناوله لظواهر معاصرة يجعل منها ذات فائدة ونفع كبيرين للمجتمع محل الدراسة.¹
- ب_ مجتمع الدراسة :

هو مجتمع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ، ويمثل هذا المجتمع الكل او المجموعة الاكبر للمجتمع المستهدف الذي يتوجه اليه الباحث لدراسته ويقوم بتعميم نتائج الدراسة على كل المفردات يتمثل مجتمع البحث في دراستنا في الصحفيين والاداريين ورؤساء قسم الإخراج والتنشيط والتقنيين ، الذين يعملون بإذاعة قامة الجهوية والبالغ عددهم عشرين {20} مفردة .

11_ مجالات الدراسة:

المجال المكاني :

ويقصد به المكان او المنطقة التي يجري فيها الباحث دراسته العلمية ويأخذ منها الباحث مجتمع وعينة الدراسة . وقد قمنا بإجراء وتطبيق دراستنا في المؤسسة الإعلامية {إذاعة قامة الجهوية} .

المجال الزمني :

يقصد به الفترة او المدة التي استغرقها الباحث في بناء وجمع بياناته ومعلوماته التي يحتجها للقيام بدراسته العلمية. المرحلة الأولى: قمنا في هذه المرحلة باختيار موضوع الدراسة وجمع المعلومات المختلفة من خلال البحث على المراجع الالكترونية ولم شمل المادة العلمية الخاصة بموضوعنا وكذلك طرح الإشكالية، حيث امتدت مراحل هذا العمل بفترة قدرت بشهرين بداية من جانفي 2022 الى غاية شهر فيفري 2022.

المرحلة الثانية: وفي هذه الخطوة قمنا بزيارة استطلاعية للإذاعة قامة الجهوية، والتي حصلنا فيها على الموافقة من قبل المؤسسة الإعلامية لإجراء بحث الميداني بمساعدة من احد الصحفيين العاملين في قسم التنسيق والإنتاج، حيث امتدت هذه الخطوة بداية شهر مارس 2022.

المرحلة الثالثة : تعد هذه الأخيرة اخر مرحلة في انجاز العمل الميداني ، حيث قمنا بتحديد العينة ومجتمع البحث وتم تزويدنا بالمعلومات التي نحتاجها لتطبيق دراستنا ، حيث تعرفنا من خلالها على الهيكل التنظيمي والمهام

¹ محمد سرحان علي الحمودي ،مرجع سبق ذكره،ص 35-54.

المختلفة للصحفيين ووظيفة كل قسم ، وقمنا أيضا بضبط الاستمارة وعرضها على الأستاذ المشرف ليسوغها لنا في الشكل النهائي ثم وزعناها على المبحوثين للإجابة عليها ، والتي كان عددها عشرون { 20 } استمارة و ثم قمنا باسترجاعها في بداية شهر ماي وقمنا بتحليل وتفرغ البيانات والمعطيات واستخلاص النتائج العامة .

ختاماً لهذا الفصل يمكننا القول بأن الإطار المنهجي لدراستنا هذه يعد خطوة وانطلاقة أولية بدأنا منها متخذين خطوات هامة وأساسية في دراستنا وهذا من خلا لعرضنا لمراحل مهمة بداية من طرح إشكالية الدراسة أسباب اختيار الموضوع ، الأهداف المرجوة من الدراسة ، أهمية الدراسة ، كذلك تحديد أهم المصطلحات الدراسات السابقة المشابهة لدراستنا ، إضافة إلى توظيف أهم المقاربات النظرية المفسرة لموضوعنا ، والمنهج المستخدم ونوع العينة ومجالات الدراسة .

تمهيد :

الاتصال عنصر مهم في حياة المجتمع، اذ انه اساسي في تكوين العلاقات الاجتماعية وتطويرها بين الافراد وفضلا عن ذلك يساهم في زيادة الترابط و التماسك فيما بينهم مما يسهل عملية التواصل ونقل وتبادل الافكار والآراء وكذلك وجهات النظر و الاتجاهات المختلفة . ولا يفوتنا ان ننوه على اهمية الاتصال داخل المؤسسات و المنظمات بمختلف انواعها ،خاصة المؤسسات الاعلامية التي تعرف على انها منظمة لها مجموعة من النشاطات و الاعمال المقسمة بين الموظفين الذين تضبطهم مجموعة من القواعد و التعليمات كل حسب وظيفته التي تهتم بنشر الاخبار و اذاعة البرامج قصد تحقيق الاهداف المسطرة .

كما تجدر الاشارة الى دور الاتصال الداخلي في تسيير و تحسين العملية الاتصالية في المؤسسة الاعلامية وما يترتب عنه من تحقيق المصلحة العامة .وبما ان المؤسسة الاعلامية تحتاج لوسائل اتصالية، فانه من الضروري ان نتطرق لدور وسائل الاتصال الداخلي في المؤسسة الاعلامية لتطوير العمل و سلامته ومساهمتها في استمرار النشاطات و المهام بشكل دائم .

المبحث الاول : ماهية الاتصال

المطلب الاول : مفهوم الاتصال

كلمة الاتصال communication مأخوذة من الاصل اللاتيني commonness وتعني عام او مشترك و لهذا فهي تكون قاعدة مشتركة عامة فالاتصال وظيفة دقيقة و محددة الا و هي المشاركة و تبادل الحقائق و الأفكار و الآراء اي الترويج لفكرة او موضوع او خدمة او سلعة او قضية او فرد.....اشخاص ، جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد و مفهوم لدى الطرفين المرسل /Sender /المستقبل receiver.

عرف "مايكل ويسترون" (الاتصال بانه نقل المعاني و تبادلها اي اسلوب يفهمه اطراف الاتصال ويتصرفون وفقه).

عرفه "انجل باركنسون" (ان الاتصال هو عملية منظمة و نظامية وعفوية ايضا تنطوي على ارسال و تحويل المعلومات و البيانات من جهة لجهة اخرى شريطة ان تكون البيانات و المعلومات المحولة مفهومة و مستساغة من قبل المستهدفين بها ، ويعرف ايضا على انه عملية مستمرة تتضمن قيام احد الاطراف بتحويل الافكار و المعلومات المعينة الى رسائل مفهومة و بطريقة معينة و نقلها الى الطرف الاخر.¹

الاتصال هو تبادل معلومات بين مرسل ومستقبل من خلال وسيلة اتصال شرط أن يوجد تفاهم بين الطرفين يؤدي الى هدف .

تعريف "كولي": عرف العالم الاجتماعي تشارلز كولي سنة 1909 بأنه ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الانسانية وتنمو و تتطور الرموز العائلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان و استمرارها عبر الزمان و هي تتضمن تعبيرات الوجه و الإيماءات و الإشارات ونغمات الصوت و الكلمات و الطباعة....وكل التدابير تعمل بسرعة وكفاءة على مر بعدي الزمان و المكان.

فالاتصال عند كولي هو : الآلية التي توجد فيها العلاقات الانسانية و تنمو عن طريق استعمال الرموز ووسائل نقلها و حفظها.²

تعريف جمعية ادارة الاعمال الامريكية : ان الاتصال اي سلوك ينتج عنه تبادل المعنى .

تعريف سمير حسين: و يعرف الاتصال بأنه النشاط الذي يستهدف تحقيق العالمية او الذبوع او الانتشار او الشبوع او المألوفية لفكرة او موضوع او منشأة او قضية عن طريق انتقال المعلومات او الافكار او الآراء او

¹ حميد الطائي، بشير العلاق ، مرجع سبق ذكره، ص 5-6.

² مدحت محمد ابو النصر، مرجع سبق ذكره، ص 15.

الاتجاهات من شخص او جماعة او اشخاص او جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد و مفهوم فبنفس الدرجة لدى كل من الطرفين .¹

إذن نستنتج من التعاريف السابقة أن :

الاتصال سمة من أهم سمات الكائن البشري التي يتواصل بها مع غيره كعائلته و أسرته و جيرانه وزملائه في العمل و اصدقاءه.... حيث يقوم بتبادل جملة من الكلمات و العبارات و الجمل و الاحاديث التي تتضمن افكار و آراء و معتقدات و اتجاهات ووجهان نظر ، احداث ،وقائع ، معارف ، تجارب حياتية وهذا من خلال ارسالها الى غيره فردا او جماعة او جمهورا مستهدفا وهذا ما يسمى بالطرف المستقبل للرسالة ، بحيث تكون هناك استجابة من خلال رجوع الصدى اما بتقبل الرسالة او بعدم تقبلها و رفضها .

المطلب الثاني : خصائص و سمات الاتصال ,

يعد الاتصال ظاهرة و سلوك إنساني يستخدمه الفرد لتبادل المعلومات و المنفعة لاستمرار حياته ، فالاتصال عملية اجتماعية هامة لا يمكن ان يعيش بدونها الانسان او المنظمات او المؤسسات على المستوى المجتمعي ككل ، وهذه العملية ينبغي أن تقوم على الصراحة و الوضوح ودقة الاخبار و الأمانة و الإخلاص ويشترط الإلتزام بالمعايير الإجتماعية السائدة غي المجتمع مثل الصدق في المعلومات مع ذكر مصادرها .

ومن خصائص عملية الاتصال التي تساهم بدور كبير في توضيح مفهوم الاتصال ما يلي:

1 الاتصال تلقائي النشأة:

يكون الافراد مدفوعين اجتماعيا الى الاتصال ببعضهم البعض لأنه خلقه الله في الانسان من طبيعة بشرية تحمل كل صفات البشر التي تتطلب العيش في جمعات تتفاعل وتتبادل الآراء والمعلومات .

2 الاتصال ظاهرة انسانية :

الاتصال اسلوب انساني واذا كان هناك اتصال لدى الحيوانات والطيور وغيرها فإنه يعتمد على عوامل حسيا بعيدا عن السمات الإجتماعية التي يتميز بها الاتصال الإجتماعي لدى الانسان .

3 الاتصال ظاهرة منتشرة :

¹ مصطفى يوسف الكافي، الراي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر و التوزيع،عمان الاردن،2015،صص130-132.

الاتصال يتحقق داخليا وخارجيا و ينضم طبق قوانين معيننا سواء كانت مكتوبة او غير مكتوبة وبالنظر الى الاتصال الفكري والثقافي بين المجتمعات نجد أن الاتصال من الظواهر العامة والمنتشرة على مستوى الافراد .

4 الاتصال يمتاز بالموضوعية :

الاتصال ليس تصور او خيال و انما هو حقيقة واقعية بمعنى أن معرفتنا للاتصال تستمد من الواقع وما يترتب عليه من تأثيرات متبادلة بين اطرافه .

5 الاتصال له طبيعة تاريخية :

كان الاتصال من أول اشكاله يقوم على المواجهة و بتطور الحياة الإجتماعية أصبح يأخذ أشكالا أكثر تشعبا وتعقيدا مع ظهور الكتابة ومن بعدها الطباعة وهكذا في ما تلاها من مستحدثات .

6 الاتصال يمتاز بالترابط و صفة الالتزام :

فهو وسيلة الترابط و التماسك في المجتمع حيث يحقق للإنسان الشعور بالأمان و التكامل الإجتماعي.¹

وهناك من يرى أن له خصائص اخرى ، هي كالآتي:

__ الاتصال عملية هادفة .

__ الاتصال عملية ديناميكية .

__ الاتصال عملية منظمة .

__ الاتصال عملية دائرية .

__ الاتصال عملية متنوعة .

❖ الاتصال عملية هادفة :

يرمي الاتصال الى تحقيق هدف محدد و هو ارسال المعلومات و البيانات (او نقل فكرة او الترفيه او التعليم) وفهمها من الطرف الآخر لذلك تتطلب مجموعة من الاجراءات و الخطوات المرتبطة ببعضها البعض مثل تصميم الرسالة و ارسالها و الاشراف على وصولها ،استقبال الرد .

❖ الاتصال عملية ديناميكية :

¹ اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، تنمية مهارات الاتصال، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2019، صص 37-38.

تتضمن عملية الاتصال تفاعلا بين المرسل والمستقبل، الاول يؤثر والاخر يتأثر ولا تتوقف عملية الاتصال عن هذا الحد بل قد يتبادل الطرفان الادوار بينهما وبذلك فان عملية الاتصال متغيرة من حيث المكان و الزمان ، اي ان عملية الاتصال عملية ديناميكية وليست استاتيكية ومثال ذلك ما يحدث في الفصل الدراسي بين المعلم و تلاميذه.

❖ الاتصال عملية منظمة :

تتصف عملية الاتصال بأنها منظمة، فهي باعتبارها عملية تعليم تعتبر بالضرورة عملية مقصودة يتم تخطيطها ..تصميمها. تنفيذها و ادارتها بصورة منظمة لإحداث التعلم ، ومن جانب آخر يقوم كل عنصر من عناصر عملية الاتصال بأدوار محددة ، المرسل مثلا يقوم بعملية ترميز الرسالة والمستقبل عليه بفك رموز الرسالة اي ترجمتها وتفسيرها .

❖ الاتصال عملية دائرية :

عملية الاتصال ليست عملية خطية تسير في اتجاه واحد من المرسل الى المستقبل حيث يكون له رد فعل عن طريق التغذية الراجعة فيستقبل المرسل الرسالة لبدأ نشاطا جديدا لتحقيق هدف آخر او يعدل في رسالته الاولى اذ لم يتحقق الهدف منها وهكذا تستمر عملية الاتصال .

❖ الاتصال عملية متنوعة:

يمتاز الاتصال الانساني بأنه عملية اجتماعية لا تتوقف عند استخدام اللغة اللفظية الشفهية او التحريرية فقط بل يتم ايضا استخدام اللغة الغير لفظية كالإشارات و الحركات و الإيماءات ¹.

المطلب الثالث : أنواع ووسائل الاتصال

اولا : أنواع الاتصال

يختلف العلماء في تحديد أنواع الاتصال، فبينما يقتصره البعض على الاتصال الشخصي، الاتصال الجماهيري ، الاتصال التنظيمي يضيف الآخرون الاتصال الجمعي و الاتصال الذاتي ، كما نجد من يضيف الاتصال الثقافي وطبعا ينتج هذا الاختلاف نتيجة اختلاف تعاريف الاتصال و نماذجه ، ونتيجة تعريف كل نوع منه تتمثل هذه الأنواع من الاتصالات فيما يلي :

1. الاتصال البين شخصي communication interpersonnel:

يقصد به الاتصال بين شخصين الى خمسة وكلما زاد العدد قلت كمية التواصل الحميمية وضعفت قدرة الافراد على التواصل مع بعضهم البعض ، يعد هذا الاتصال من أهم أنواع الاتصال و أكثرها قدرة على التأثير ولهذا نجد نظريات الاتصال تركز على أن تغيير السلوكيات و الاتجاهات يتم عبر هذا النوع من الاتصال أكثر من أي نوع

¹ خضرة عمر المفلح، الاتصال المهارات و النظريات و اسس عامة، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر و التوزيع ، عمان الاردن، 2015، ص ص23-

آخر .و يعود هذا التأثير لاستخدام المشاركين في العملية الاتصالية اللفظية وغير اللفظية، وحصول ردات فعل بشكل مباشر مما يضعف عملية التشويش وسوء الفهم بين المتواصلين في الحديث ، كما انه يتيح للمرسل تعديل طريقته عندما يجد الطرف الآخر لا يتقبلها بشكا ايجابي .

يحدث الاتصال الشخصي في مواقف رسمية او شخصية او حميمة خاصة ، فقد يحدث بين الزوجين و بين الافراد الاسرة ، كما قد يحدث بين الرئيس ومرؤوسه في العمل وبين الرئيس وعدد قليل من موظفيه ، هكذا فالعبرة في هذا الاتصال أنه يتاح لكل فرد فيه الفرصة للتفاعل مع الآخرين وجه لوجه .

2. الاتصال الجمعي او العام communication public :

يقصد بهذا الاتصال الاتصال الموجهي face to face الذي يحدث بين شخص وعدد كبير من الجمهور فيمكن معين ووقت محدد فيأخذ هذا الاتصال اشكالا متعددة منها :

■ الخطب : لعل أهم الخطب نحن المسلمين و التي تتكرر دائما هي خطب الجمعة و خطب العيدين حيث يوجه الخطيب رسالته للحضور في المسجد في امور شتى تختلف باختلاف المكان و الزمان ، كما توجد خطب اخرى كثيرة مثل الخطب السياسية ، خطب مدراء الشركات الكبرى لموظفيهم الخ .

■ الندوات و المؤتمرات : يقوم الفرد بإرسال رسالته المحددة في الندوة و يوجه للجمهور الحاضر و الذي يرغب في الاستماع اليه و عادة ما يكون هناك مجموعة من الحاضرين المؤتمرين او الذين يجلسون على طاولة واحدة ثم يلقي كل منهم ورقته أمام الحضور الذي يجلس امامهم .

■ المحاضرات : التي يقوم فيها المحاضر بالحديث عن موضوعه أمام حشد من الناس سواء أكانوا طلابا او جمهورا عاما جاء ليرسم المحاضر .

يمتاز هذا النوع من الاتصال بالقوة و الفاعلية متى ما كان المرسل متمكنا من موضوعه وملما به ومتى كان يتمتع بقدرات اتصالية جيدة يسيطر فيها على عملية الاتصال فيعرف متى يتحدث و متى يسكت و متى يرفع صوته و متى يخفضه ومتى يقول آراءه ومتى يستشهد

بالآخرين و ايضا يعرف كيف يستخدم الاتصال الغير اللفظي من حركات ،إيماءات ، نظرات لجمهوره و يعرف في الوقت نفسه وضعية جماهيره كذلك مدى تفاعلها معه .

يختلف هذا النوع من الاتصال عن الاتصال الشخصي في ان المرسل لا يعرف سمات كل فرد امامه ولا ردات فعل كل فرد ولكنه يأخذ التوجه العام ويبنى عليه في عملية حديثه .

3. الاتصال الجماهيري communication mass :

عندما نريد التواصل مع مجاميع كبيرة من البشر عبر قنوات اتصالية في اللحظة نفسها يسمى اتصالا جماهيريا سواء أكان عبر الوسائط الاتصالية الطباعية كما هو الحال مع الصحف او المجالات ، ام كان عبر الوسائط التقليدية مثل التلفزيون ..اذاعة. كان عبر وسائط حديثة مثل شبكة الانترنت .

العبرة هنا أن قصد المرسل الوصول الى اعداد كبيرة من الناس في اماكن عدة و لعل التطور المذهل في عالم الاتصال اليوم قضى على الكثير مما كان يعتبر من العوائق الجغرافية و الثقافية ، في الوصول الى أماكن بعيدة و مناطق نائية فلآن عن طريق الاقمار الصناعية و الالياف البصرية اصبح الانسان يستطيع التواصل بشكل فردي او جماعي مع كل أنحاء المعمورة بكل يسر و سهولة .

4. الاتصال عبر الثقافات communication interculturel

في عصرنا الحاضر عصر الانفتاح عن الاخر وعصر ما يسمى بالعمولة ، فإنه جرى بنا الحديث عن الاتصال عبر الثقافات اذ أصبح كل فرد منا معرض في كل لحظة بالتواصل مع الآخر المختلف عنا في القيم و العادات و التقاليد و الاعراف ، هذا التلاقي مع الآخر لم يعد مقتصرًا على التلاقي الشخصي ولكن يمكن أن يتم كلحظة مع استخدام الانترنت و تطبيقاتها الاجتماعية المختلفة فأصبح شبابنا و أطفالنا لا يتحدثون و يلعبون مع ابناء المدرسة الواحدة و الحي الواحد ، لكنهم صاروا يفعلون ذلك مع اطفال و شباب العالم فلم يعد امرا مستغربا أن نجد للشباب و الفتيات اصدقاء و صديقات في كل أنحاء المعمورة .

يتطلب هذا الاتصال العابر للقارات و المجتمعات الامم في الاختلاف ليس فقط في القيم و العادات و التقاليد ، اللغة المستخدمة ولكن ايضا في كيفية التفاعل و استخدام الرموز و الاشارات ولكن في طرق التفكير الحديث .

5. الاتصال التنظيمي communication organisationnel :

يقصد بالاتصال التنظيمي الاتصال الذي يتم داخل المنظمات والمنشآت سواء كانت خاصة او حكومية وهو اتصال يهدف الى ضمان انسياب المعلومات و الاتصالات بين المستويات المختلفة لإدارات المنظمة و منسوبها ، ويقسم الاتصال هنا الى اتصال رئسي من الرئيس الى المرؤوسين قاعدي من المستويات الادارية الدنيا في المنظمة الى الاعلى ، افقيا أي الاتصال في نفس المستوى مثلا : من رئيس قسم الى آخر أي من موظف لآخر في مستوى اداري نفسه .

6. وقد بدأ الاهتمام بشكل أكبر بالاتصال التنظيمي في النصف الثاني من القرن الماضي لما تبين لعلماء الاتصال و الادارة من أهمية بالغة لهذا الاتصال في تعزيز و تحسين الانتاج و العمل في المنظمات فهناك علاقة – كما تبين بعض الدراسات – بين زيادة الانتاج و ارتفاع الروح المعنوية ، اضافة الى وجود أنظمة اتصال دون وجود اتصال واضح بين الادارة العليا و العاملين لن يساعد في القيام بالعمل بشكل فاعل وناجح ، كما أن ضعف هذا الاتصال يؤدي الى الغموض في المعلومات و الى انتشار الشائعات في المنظمة و الى كثرة المشكلات و تراكمها ، بالتالي ضعف الروح المعنوية و تحقيق الذات مما ينعكس سلبا على الانتاجية بشكل واضح .

7. الاتصال الذاتي communication interpersonnel :

قصد بالاتصال الذاتي الاتصال بين الإنسان و ذاته فيقوم الانسان بهذا الحوار الداخلي بينه و بين نفسه من اجل مراجعة النفس و الافكار و المشكلات و الوقوف معها مواقف تأملية و تصحيحية وبعدها هذا الاتصال من أهم أنواع الاتصال الانساني ففشلك في هذا النوع يعني فشلك في غيره .¹ يأخذ هذا الاتصال عدة أنواع او أشكال يمكن تحديد بعضها كالتالي :

➤ بحسب عدد افراد المرسل و المستقبل :

يوجد هناك اربعة مواقف لذلك فيها و هي :

— المرسل فرد و المستقبل فرد :

ومن أمثلة ذلك مقابلة الرئيس للمرؤوس ، مقابلة أحد العاملين لأحد العملاء ،مقابلة مدير إدارة ...الموارد البشرية للأحد المتقدمين لإحدى الوظائف الشاغرة في المنظمة او اجتماع رئيس العمال بمجموعة العمال.

— المرسل فرد و المستقبل جماعة : من امثلة ذلك مقابلة الرئيس للمرؤوسين في ادارته لتوزيع العمل عليهم اجتماع رئيس مجلس ادارة المنظمة مع العاملين بإحدى المواقع او الفروع او الادارات ، تجميع العاملين في المنظمة .

— المرسل جماعة والمستقبل فرد : ومن امثلة ذلك مقابلة لجنة الاختيار و التعيين بأحد المرشحين لوظيفة شاغرة بالمنظمة .

— المرسل جماعة و المستقبل جماعة : ومن أمثلة ذلك اجتماع بين ممثلي ادارة المبيعات مع ممثلي ادارة التدريب .

➤ بحسب طبيعة وادوات الاتصال :

أ. الاتصال اللفظي communication verba عن طريق استخدام اللغة ، كلمات منطوقة و مكتوبة ، بمعنى أنه يمكن ان يتم الاتصال في شكل شفوي ، او كتابي ، الالكتروني .

1_1 الاتصال الشفوي communication oral or vocal :

يعبر الاتصال الشفهي عن تبادل الأفكار و البيانات و المعلومات بين المرسل و المستقبل باستخدام الكلمات المنطوقة . من أمثلة هذا الاتصال الاتصال المباشر بين طرفي الاتصال communication face to face ، الاجتماعات ، التليفونات ، المناقشاتالخ.

يسمح هذا النوع من الاتصالات بالتعرف على ردود أفعال الذين ينقلون الرسالة ، يمكن تعديل القرار او التعليمات بصورة فورية لتتلاءم مع الموقف بعد المناقشة .

¹ عبد الطيف بن ديبان العوفي، المهارات الاساسية في الاتصال و التواصل، ط2، دارجامعة الملك سعود للنشر، الرياض، 2018، صص 10-14.

إلا أنه -من جهة أخرى - قد يتطلب يتطلب تكلفة وجهدا أكبر ،حيث يتطلب الأمر انتقال المدير او مجموعة المرؤوسين الى مكان اللقاء ،كما يتطلب من المدير القدرة على مواجهة الموقف ،والاستعداد لما قد ينتج عن المناقشات .

2_1 الاتصال الكتابي: written communication

يعبر الاتصال الكتابي عن نقل الأفكار و البيانات و المعلومات باستخدام الكلمات المكتوبة ، ومن أمثلة هذا الاتصال نجد التقارير، التعليمات المذكرات ، المنشورات المطبوعة و الرسائل التي تنقل من خلال شبكات الحاسب الآلي ، رسائل الفاكس والتلكس .

ستمح هذه الاتصالات المكتوبة بنقل المعلومات الى عدد كبير من الافراد مع إمكانية استيعابهم لها بسرعتهم الخاصة ، هذا الى جانب إمكانية الرجوع اليها في المستقبل ، كذلك تمكن من شرح هذه المعلومات بطرق مختلفة مع تقدير الكثير من التفاصيل أن استدعى الأمر ذلك _ مثال _ ذلك التقرير المالي الذي ينطوي على العديد من التفاصيل و الأرقام يفضل ايصالها عن طريق الكتابة .

ولكي يحقق هذا الاتصال الفعالية في نقل البيانات و المعلومات ، فيجب أن تكون الكتابة كاملة وتقدم كل المعلومات الضرورية بجانب الوضوح في العرض و الإبتعاد كلياً عن العبارات المحيرة او المضللة التي قد تسبب سوء الفهم للقارئ ، اضافة الى حسن الصياغة و تجنب الاخطاء الإملائية و النحوية ... الخ

3_1 الاتصال الالكتروني: Electronic communication

اتاحت التطورات التكنولوجية المتلاحقة طرقاً عديدة و متنوعة لنقل الافكار و البيانات و المعلومات بين الناس، كما تأثر الاتصال بوسائل عصرية كثيرة منها : شبكات الحاسب الآلي ، آلات الفاكسميلي البريد الصوتي Voice mail ، البريد الالكتروني E-mail، الفيديو كاسيت ، الشبكات التلفزيونية الخاصة و تقنيات أخرى متقدمة في طريقها أن تحل محل الوسائل التقليدية في الاتصال مستقبلاً تسمح هذه الاتصالات بنقل كم هائل من المعلومات بشكل أسرع ولعدد كبير من الافراد ، فعلى سبيل المثال يساعد البريد الصوتي على توفير الوقت الذي يضيع في اعداد المكالمات التليفونية والرد عليها ، كما تساعد شبكات المؤتمرات التليفونية في نقل الرسالة الى عدد كبير من الناس في مواقع شتى دون تكاليف سفر او وقت .

ويرغم ما تتيحه الاتصالات الالكترونية من مزايا السرعة و السهولة والكفاءة وخفض التكاليف في نقل المعلومات ، إلا أنه يجب أن لا يفوتنا انها لا تعدو أن تكون آلات او وسائل وأن المعلومات الدقيقة و المناسبة والرسالة ذات الوصف الجيد تصدر دائماً من الانسان وإنه لا فائدة ترجى من هذه الوسائل الحديثة ما لم يكن الانسان يجيد استعمالها .

➤ حسب مدى الرسمية :

1_الاتصال الرسمي Communication formal:

الاتصالات الرسمية هي الاتصالات التي تتم من خلال خطوط السلطة الرسمية في إطار الهيكل التنظيمي الذي تحدد فيه اتجاهات و قنوات الاتصال و تتوقف فاعلية. الاتصالات الرسمية على اعتراف الادارة بفاعليتها وفائدتها و على توفر الوسائل التي تنقلها من والى العاملين في المنظمة و بين جمهور المتعاملين معها من خارج المنظمة ، كما يساهم الاتصال الرسمي في تدفق المعلومات ، التعليمات ،التوجيهات و الأوامر الى المرؤوسين مع التعرف على وجهات نظرهم من خلال إرجاع الأثر .

2_الاتصال الغير رسمي Communication informal :

الاتصالات الغير رسمية هي اتصالات التي تنشأ في أي منظمة بطريقة تلقائية لما بين العاملين من علاقات إجتماعية وصدقات شخصية ، فيتصل هؤلاء الافراد ببعضهم البعض على هذا الأساس الشخصي التلقائي . وقد تكون بعض هذه الاتصالات نازلة وبعضها صاعدة وبعضها في المستوى الافقي دون قيد او شرط مادامت هناك علاقات تربط بين الاطراف المتصلة و هذا التنظيم الغير رسمي لا يعترف بمستويات السلطة او المراكز الرئاسية . و هذا النوع من الاتصال يعتبر ظاهرة عادية تحدث دائما في أي تجمع من الافراد بل ويعتبر حقيقة من ضروريات الحياة الإجتماعية ومن خصائص هذا النوع السرعة الكبيرة التي تنتقل بها المعلومات ،إذ أن طبيعة خط سيره خلال اللقاءات الاجتماعية و الاحتفالات تجعل نقل الأخبار يتم في وقت قصير جدا.

➤ حسب اتجاه الاتصال :

1_الاتصال الرأسي communication vertical:

أ. الاتصال الرأسي الهابط من أعلى الى أسفل :

يمكن تفهم هذا النوع من الاتصالات الرسمية بالنظر للهيكل التنظيمي للمنظمة كمدرج هرمي للسلطة ، حيث يمثل الاتصال أداة رئيسية في نقل الأوامر والتعليمات من الرؤساء الى المرؤوسين حسب تدرج السلطة للهم التنظيمي، ويعتبر التسلسل التنظيمي في المنظمة من أهم العوامل التي تحكم سير وتحرك الرسالة في المنظمة فيما يتعلق بالاتصال الرأسي الهابط ومن أمثلته :

- شفهي : التعليمات الشخصية / المقابلات / الاستشارات/ التليفونات ... الخ
- كتابي: الأوامر والتعليمات / التقارير السرية / الخطابات والمذكرات/ دليل العاملين...الخ

ب. الاتصال الرأسي الصاعد من الأسفل الى الأعلى:

تنتقل الرسالة في الاتصال الصاعد من أسفل الى أعلى ، وهو يعتبر مكملا للاتصال الهابط فتفتح الإدارة بذلك طريقا ذا اتجاهين بينها وبين العاملين، ويساعد هذا النوع من الاتصال على إنجاز الكثير من المهام ، حيث يبحث العاملون من خلاله على اشباع الكثير من الحاجات الاقتصادية والاجتماعية، فيؤدي الى تحقيق المزيد من اثبات

الذات عن طريق زيادة التحرك الفعلي الصاعد في السلاسل التنظيمية ، فالمرؤوسون يرغبون في القرب من رؤسائهم ، ويساعدهم الاتصال الرأسي الصاعد على تحقيق هذه الرغبات ، ومن أمثله :
 - شفهي : المقابلات وجها لوجه/ التليفون/ الاستشارات/ الإشاعات / الاجتماعات والمؤتمرات.
 - كتابي: الخطابات الشخصية/ تقارير الأداء/ المذكرات/ نظم الاقتراحات/ الشكاوي والمظالم/المعلومات الإحصائية.

2/ الاتصال الأفقي Communication horizontal :

ركزت البحوث والدراسات في مجال الاتصالات الإدارية على الرأسي يتم بين الرئيس والمرؤوس أو بين المشرف والعاملين ، أكثر من الاتصال الذي يتم بين الزملاء في نفس المستوى الإداري .
 فالاتصال الأفقي فيه تنتقل الرسالة بشكل أفقي بين العاملين في نفس المستوى الإداري ويؤدي الاتجاه الأفقي للاتصال الى انجاز العديد من المهام في المنظمة ، حيث يمح بالتناسق بين الإدارات المختلفة لتحسين الإنتاجية ، ويعمل على حل العديد من المشكلات ، مما يرفع الروح المعنوية لدى الافراد ذوي العلاقات بالمشكلة ، هذا الى جانب المشاركة في تبادل المعلومات على نفس المستوى الإداري ، اضافة الى تحسين العلاقات المتداخلة و الجانبية مما يقلل من احتمالات النزاع الوظيفي . من امثلة :

- شفهي : استخدام التليفون ونظام المحاطبة / المحاضرات / المؤتمرات / اللجان / المقابلات / الإشاعات ... الخ
 - كتابي : التقرير السنوي / الخطابات / المذكرات / التقارير / الاعلانات الملصقة / لوحات الاعلانات ... الخ .
 ويمكن عقد مقارنة بين هذين النوعين في الاتصال كالتالي.¹

المعيار (العامل)	الاتصال في اتجاه واحد	الاتصال في اتجاهين
الوقت .	أسرع .	أبطء .
فهم الرسالة .	أقل .	أكثر .
الدقة في التوصيل .	أقل دقة .	ادق .
الضوضاء .	أهدأ .	أكثر ضوضاء .
المشاعر .	احباط ، تنسيق ، قلق ، توتر	اقل قلقا، ايجابي .
موقف المستقبلين من المرسل .	سلي .	إيجابي .

ثانيا : وسائل الاتصال :

¹ مدحت محمد ابو النصر، مرجع سبق ذكره، ص ص26-34.

الاتصال ليس بالأمر الحديث بل هو قديم قدم الانسان ، عرف من خلال الحمام الزاجل وتطور الأمر فيما بعد مع التطورات التي حدثت في ثورة الاتصالات الحديثة التي من كام من شأنها تجديد وتحديث وسائله ، نذكر البعض منها :

*الصحافة :

تأتي الصحيفة كأقدم وسيلة للاتصال بعد الكتاب ، يرجع الفضل في وجود هذه الوسيلة الى اختراع الطباعة والفرق بين الصحيفة والكتاب هو ان الصحيفة مطبوع دوري يهتم أساسا بنشر الاخبار بموضوعاتها المختلفة بحيث يرجع بعض علماء الاتصال نهضة الصحافة و ظهورها بالمعنى الذي نفهمه اليوم الى سببين هما :

1) سبب تاريخي :

والذي يتمثل في ظهور طبقة جديدة في المجتمع هي الطبقة البرجوازية (كبار الاسياد) التي يجري في عروقها الدم الأزرق ولا تنتمي الى طبقة ، وكان هؤلاء البرجوازيون يريدون أن يعرفوا على وجه السرعة أهم التغيرات التي تحدث في بلادهم و في كل بلاد العالم .

2) سبب في اقتصادي :

التمثل في اختراع الطباعة و الذي قضى على الخبر المنسوخ المقصور على فئة معينة وجعل الخبر المطبوع يطير بسرعة البرق ثم جاء البريد ليساعد على انتشار الصحافة .

لكل صحيفة شخصيتها الخاصة التي تميزها عن غيرها ، هي مشروع قد يكون مملوكا لحكم الحكومة او فرد او شراكة بين الافراد او شركة مساهمة أو جمعية تعاونية ، بذلك تعد الصحيفة مشروعاً تجارياً فإن من اهدافها تحقيق الربح ولكنها ليست مجرد مشروع تجاري فحسب بل انها على صلة وثيقة بالجمهور العام تؤثر فيه تأثيراً مباشراً مما يجعلها مرفقا عاما في جوهرها تعنى بخدمة الجمهور ، فالمهمة الرئيسية للصحيفة هي السعي لتحقيق الربح و خدمة الجمهور في نفس الوقت عن طريق تعريفه بأحداث و القضايا و الاخبار التي تحدث في بلده او في بلدان العالم الاخرى ، فإن مثلها الاعلى هو ان تجعل الجمهور واعيا مطلعاً على الاحداث اطلعا صحيفا صادقا ، بحيث تسعى الصحف لتقديم كافة المعلومات و الاخبار التي يحتاجها الجمهور للتعرف على ما يجري حولة من احداث و اخبار .

- خصائص الصحيفة كوسيلة اتصال جماهيرية :¹

هناك عدد من الخصائص الاتصالية التي تقدمها الصحيفة و التي تجعلها تنفرد عن وسائل الاتصال الجماهيرية الاخرى ، بحيث تجذب تلك الخصائص الجمهور و قراء الصحف نحو مضامينها فضلا انها تساعد على

¹ وسام فاضل راضي، مهني حميد التميمي، ط1، دار الكاتب الجامعي، الامارات، 2017، صص 118-170.

ديمومة صدور الصحف ، فيرى علماء الاتصال أن لكل وسيلة اتصال جمهورها الذين يتأثرون بمضامينها و يعتادون على التعرض لها ، ذلك لأن لكل وسيلة اتصال خصائص معينة فلا يمكن لأي وسيلة اتصال اخرى تقديمها .
*الخصائص الاتصالية للصحيفة هي :

✓ تمكن الصحيفة القارئ من السيطرة على ظروف التعرض :

هذا من خلال امكانية التعرض للمضامين اكثر من مرة ، اضافة للتعرض في اي وقت بحسب رغبة القارئ و في اي مكان مما يتيح فرصة لاستيعاب معناها و اعادة النظر في تفاصيلها فاذا كانت الصحيفة لا تستطيع ان تقدم الاخبار بالسرعة التي تقدمها الاذاعة ، كذلك لا يستطيع ان تقدم وجهات النظر بإطالة مثل المجالات و الكتب و لا بشكل اقرب الى الواقع مثل التلفزيون الا أن الصحيفة تستطيع أن تفعل كل هذه الاشياء بشكل ربما افضل من أي وسيلة اخرى .

✓ تحتاج الصحافة من القارئ الى مشاركة خلاقة و جهد ايجابي:

بحيث انها تحتاج الى جهد ايجابي لا تحتاجه بعض وسائل الاعلام الاخرى ، ذلك يرجع الى أن العناصر الاعلامية في حالة الطباعة اقل هيكلية في بنيتها من العناصر الاعلامية المسموعة و المرئية ، فالقارئ لا يواجه متحدثا مرثيا او مسموعا كما في الراديو .التلفزيون . السينما ...

وهذا يتيح إما الجمهور حرية كبيرة في التحليل و تصور المعاني و فهم التلميحات اللبقة و الرموز والقراءة ما بين السطور .

✓ تعد الصحافة من افضل وسائل الاعلام للوصول الى الجماهير المتخصصة و الجماهير صغيرة الحجم

لأن استخدام الوسائل الاخرى في الوصول الى هذه النوعية من الجمهور المكلف جدا .

✓ تعدد الصحف بصفة خاصة في النظم التعددية يوفر للفرد حرية الاختيار من بين الصحف وفق ما تتفق مع حاجاته و امكانياته ، و بجانب ذلك فإنها توفر للقارئ حرية اختيار الرسالة أو المحتوى الذي يحقق رغباته من بين العشرات الانواع من المحتوى المنشور في الصحف فضلا عن حرية اختيار الوسيلة المطبوعة تتوافر أكثر من وسائل الاتصال الاخرى .

✓ توفر الصحيفة للفرد امكانية تكرار القراءة ، بحيث تفرد الصحيفة بخاصية سهولة الحفظ و الاقتناء و امكانية الرجوع اليها مرة اخرى .

✓ تصلح الصحف لنشر المواد الطويلة و التحقيقات الصعبة التي تحتاج تفرغا من القارئ لعملية القراءة ، بحيث يتم مراعاة تيسير و تبسيط المعلومات في الصحف وذلك لتسهيل عملية القراءة من خلال عمليات التحرير و الاخراج و صياغتها لكي تتناسب مع كافة المستويات العلمية حتى وإن تم تناول الموضوعات بعمق مقارنة بوسائل الاتصال الاخرى .¹

¹ وسام فاضل راضي، مرجع سبق ذكره، ص 119

✓ تعد الصحف من وسائل الاتصال الجماهيرية التي لا يتمثل فيها اي خاصية من خصائص الاتصال المواجهي في وسيلة الاتصال الغير مباشرة بحيث يقع على القارئ الدور الاكبر في استكمال مقومات الاشكال المختلفة للإدراك من خلال تنشيط خياله وصياغة تفسيراته حيث يتم وضع رموز في دائرة المعاني و الدلالات الصحيحة ، فالقارئ يعيش وحيدا مع المحتوى المنشور ، ولا تتوفر له أثناء فترة القراءة اي مثيرات اخرى تساعده في عملية الادراك و التفسير .

✓ تزيد قراءة الصحف من حصول الافراد على عدد كبير من المعلومات بحيث تساعد الافراد في بناء شخصيتهم وامكانياتهم المعرفية فتعمل على اتساع آفاق الادراك لدى الافراد وذلك من خلال الموضوعات والقضايا ونتائج الابحاث التي تركز فيها الصحف في مضامينها .

✓ يحقق تنوع أبواب الصحف واختلاف مضامينها اتساعا وتنوعا لقرائها مما يتيح فرصة مخاطبة مختلف المستويات والأذواق من خلال صياغة "المادة الاعلامية" وفق الأذواق العامة للجمهور .

✓ تسهل قراءة الافراد للصحف يوميا من مهمة القائم بالاتصال من عرض تفاصيل مادته الاعلامية لإقناع الافراد بجودة الخدمة المقدمة او اقناعهم بالأفكار و الآراء التي تطرحها تلك الصحف من خلال تقديم الحجج و الأدلة مما يجعل القائم بالاتصال يحقق الأثر المطلوب .

✓ ابتكرت الصحف اليومية اساليب و طرق جديدة لتقديم المادة الاعلامية ذلك بتخصيص بعضها لأبواب او صفحات ثابتة تخصص لنشر كل ما يتعلق بأنشطة معينة مثل تخصص بعض الصحف صفحات معينة لأخبار الفنانين ، صفحات ، ملاحق رياضية .
عيوب او سلبيات الصحف :

على الرغم من الخصائص و المميزات التي تمتاز بها الصحف كوسيلة اتصال جماهيرية و باعتبارها وسيلة مناسبة لعدد كبير من فئات المجتمع في تقديم المواد الاعلامية ، إلا أن هناك عيوب و سلبيات تقلل من أهمية الصحف ومن هذه السلبيات هي :

-المنافسة الشديدة التي تواجهها الصحف من وسائل الاعلام الجديد في تقديم المواد الاعلامية مما جعلت هذه الوسائل أكثر جاذبية وتأثير من الصحف ، صحيح أن وسائل الاعلام الجديدة لم تقض على الصحف لكنها استقطبت اعدادا كبيرة من جماهيرها .

-ازدحام الصحف بمواد صحفية مختلفة ومتعددة قد تؤثر بشكل كبير على مدى امكانية انتباه الافراد للمواد الاعلامية المهمة التي تتناولها الصحف .

-هناك بعض الجوانب الفنية قد تعوق الصحف من تقديم المواد الاعلامية مثل نوع الالوان المستخدمة وطرق الاخراج ونوع وحجم الخط المستخدم¹.

¹ وسام فاضل راضي، مرجع سبق ذكره، ص 120.

*المجلات :

-المجلة وسيلة اتصال جماهيرية :

المجلة مطبوع دوري مغلف ودوريته لا تقل عن اسبوع ، إلا في الحالات النادرة والتي تمتاز بنوعية الطباعة الجيدة وبثمن اغلى من الصحف اليومية ، فمصطلح "مجلة " في اللغة العربية يقابلها " magazine" في اللغة الانجليزية ، وقد استعمل الإنجليز في بداية الامر مصطلح "museums" قبل كلمة "magazine" على الدوريات التي تصدر بصفة غير يومية حيث كانت المجلات تهتم بشكل عام في اصداراتها الاولى بسلسلة من الموضوعات و المقالات المتنوعة التي تخص الادب و العلوم ، مع مرور الوقت اصبحت المجلات اكثر تنوعا .

وقد نشأت المجلات وتطورت جنبا الى جنب مع الصحف اليومية ولكنها تختلف عن الصحف في عدة اشياء منها ان المجلة غالبا ما تكون غالبا متخصصة تقتصر على موضوع واحد ، فنجد المجلة الطبية ، رياضية وفنية والاقتصادية ، فهناك مجلات تهتم بأخبار الحوادث ، اخبار النجوم و الفن ، كما هناك مجلات خاصة بجمال المرأة . فتأخذ المجلة مكانا وسطا الصحيفة والكتاب ، فهي تنشر الاخبار و المقالات كما تنشر القصص والروايات ، كذلك هناك مجلات تأخذ طابعا وثائقيا كالكتاب ، فقد يحتفظ بها الجمهور لفترات طويلة تصل الى سنوات ، كما أن هناك من يرى أن المجلة اتخذت مكان الكتاب بالنسبة للكثير من الاشخاص و ذلك بسبب رخص ثمنها بالمقارنة مع الكتاب فضلا أن الموضوعات التي تناوؤها تمتاز بالجدة والتماس مع حياة الجمهور .

كما تتميز المجلات عن الصحف بخصوصية الوظائف التي تؤديها في المجتمع وهي وظائف انفردت بها عن الصحف ، ففي اطار سعيها الى تحقيق مزيد من التوزيع وبالتالي مزيد من عائدات الاعلانات . فكانت المجلات تحاول جذب القراء بخليط من المضمون الذي يتضمن الى جانب الموضوعات و التعليقات السياسية ، مناقشات وحوارات ، مقالات حول القضايا العامة الخلافية ، بحيث تستخدم لغة رفيعة المستوى وكان قراءها يتميزون بدرجة عالية من التعليم ، بحيث يتم تفضيلها من قبل الجمهور المتعلم .

- أنواع المجلات وتصنيفها :

وضع الباحثان ديفيلير و دينيس تصنيفا للمجلات على اساس نوعية القراء في المقام الاول ثم المضمون في المقام الثاني وهو كالتالي :

● المجلات العامة consumer magazine :

وهي الموجهة الى الجمهور العام ، من امثلتها مجلات "ريدرز دايجست" ، و "لايف" و "تيفي كايد" .

● المجلات التجارية Trade magazine :

وهي التي تتوجه الى الجمهور تجارة او صناعة و modern machine shop و electronic busnises معينة مثل مجلات publishers weekly¹ .

¹ وسام فاضل راضي، مرجع سبق ذكره، ص121.

- المجلات المكفولة sponsored magazine : وهي التي تصدرها مؤسسات و اتحادات و جماعات معينة لجمهورها واعضاءها مثل مجلات الكليات و الجامعات وكذلك مجلات العاملين .
 - المجلات الاخبارية news magazines : وهي التي تعمل كالمجلات القومية مثل التايم و النيوزويك ونيو اس نيوز اند وورلد روبرت .
 - مجلات الرأي opinion magazines : وتشمل بعضا من اقدم و اكثر المجلات الامريكية مكانة ، و تتراوح هذه المجلات بين مجلة nation النخبوية التي تصدر منذ الحرب الاهلية الامر الى مجلة national review المحافظة التي اصدرها في الخمسينات الكاتب " وليام باكلي " ، ومجلة new leader ذات التوجه الليبرالي ، فضلا عن مجلتي new republic و the progressive .
 - مجلات الصفوة او النخبة intellectual magazines : وتتميز بالتوزيع المحدود وتشابه مع مجلات الراي ولكنها في العادة تكون لها طبعات كثيفة وتستهدف الوصول الى جمهور اكثر ثقافة ،ومثال هذا النوع مجلات commentary the new leader – american scholar ، كما تفخر مجلات الراي ومجلات الصفوة لنها تؤثر في قادة الراي و قادة التغيير و التأثير في المجتمع . influencing the influential .
 - مجلات رفيعه المستوى Quality magazines : بالرغم من انها تشابه مع مجلات الراي و مجلات الصفوة ، الا ان توزيعها اكبر من توزيع هذين النوعين ويصل الى نحو 500.00 نسخة كما انها تصل الى قطاعات اوسع من الجمهور العام ومن امثلة هذه المجلات . national .esquire . harpre.atlantic monthly geographic .
- الخصائص الاتصالية للمجلات :
- تمتاز المجلات كوسيلة اتصال جماهيرية بعدد من الخصائص الاتصالية التي تميزها عن وسائل الاتصال الأخرى ، من هذه الخصائص ما يلي :
- *المادة المنشورة في المجلة تمتاز بالبقاء لدي القارئ مدة طويلة ومن ثم تحظى بفرص اطلاق اكبر ، فالقارئ يستطيع ان يطلع على المادة الاعلامية اكثر من مرة مما يجعل تأثيرها مستمرا ما بقيت المجلة في حوزة القارئ .
- *تخصص المجلات مساحات اكبر للقضايا الموضوعات الاعلامية مما تخصصه لها الصحف ، مما يتيح فرصة التوسع في نشر التفاصيل¹ .

¹ وسام فاضل راضي، مرجع سبق ذكره، ص 122.

*مجلات متخصصة تخاطب جمهورا نوعيا محددًا تتيح فرصا سهلة للوصول الى جماهير مستهدفة بأضمن وايسر الوسائل.

* الامكانيات الفنية التي تتوافر للمجلات سواء من حيث تميز اخراجا او نوعية وجودة الورق المستخدم ، استخدامها للألوان و الصور والتي تتيح فرصة جيدة لتقديم المواد الإعلامية بأكبر قدر من الجانبيية و التأثير ، فيفيد هذا بدرجة كبيرة عند عرض موضوعات متخصصة ، بحيث تحتاج مثل هذه الموضوعات الى امكانيات فنية متميزة من الناخيتين التحريرية و الاخبارية .

* اسلوب التبويب الذي تتبعه المجلات في تقسيم صفحاتها الى ابواب تحريرية ونوعية ثابتة يعطي فرصة جيدة لتقديم المواد الاعلامية ، بحيث تحقق شعبية كبيرة و إنقراطية أكبر .

* تشارك المجلات في الدعوة الى الاصلاحات السياسية و الاجتماعية في المجتمع .

* تعد المجلات المصورة من الوسائل الرخيصة التي تقدم كما كبيرا من التسلية والترفيه ، بحيث احتلت المجلة مكان الكتب في القراءة بالخصوص المجلات التي تحتوي على مقالات متنوعة ، اخبار ، تحقيقات و صور متنوعة .

* هناك من يروي ان المجلة معلم قليل التكاليف ، اذ تقدم للجمهور في حياته اليومية المشورة .

*السينما كوسيلة اتصال جماهيرية :

- بدايات السينما :

يمكن الاشارة الى خمسة تواريخ مهمة مرت بها السينما العالمية وهي

قدم "اوغست و لويس لومبير" براءة اختراع آلة السينما وصورا اول افلامهما (الخروج من مصانع لمبير ووصول القطار الى محطة لاسيوتا ، في 28 كانون الاول من عام 1859 عرض فلم الساقى المسقى .

1927 اول فلم ناطق ومغنى الجاز انتجه الاخوة وارنر .

1638 اختراع التلوين تكنيكولور technicolor.¹

1953 اختراع الرداء the robe اول فيلم سينما سكوب وهي طريقة اختراعها هنري سكوب وهي طريقة

اختراعها هنري كرتيان عام 1928 واشترت براءة الاختراع لاحقا مؤسسة 20 th century fox

1955 أول فيلم اخرج كليا بالصور المركبة toy story للأمريكي "جون لاستير" ، انتجته مؤسسة ديزني.

كما تميزت الفنون الانسانية عن السينما بامتلاكها تاريخ في ممتد جعل بنيتها الداخلية تتطور و تتغير نتيجة

تأثرها بعدد من المفاهيم واشكال المعرفة المتنوعة خلال سنوات تطورها ، أما السينما حين نشأت فلم تكن ذات

تاريخ يسبق ظهورها ، بل جاءت كتطور تقني في المقام الاول أكثر منه فنا ، فأسلوب تحريكها لاحقا جعلها تجمع

الالة و الفن معا . كما اعتبرت السينما منذ بداياتها صناعة وتجارة ، فلم تأخذ على اتقها مهمة القيام بتوعية

الجمهور ورفع مستواه الفكري والثقافي ولم يأخذ هذا الهدف حيزا من اجندة المنتج ، فكانت السينما ولا تزال لدى

¹ وسام فاضل راضي، مرجع سبق ذكره، ص 123.

الغالبية منهم تجارة تدر بالأرباح عليهم ،الا انها لم تغفل فيكل مراحلها اتباع الوسائل و التحديثات التي تتيح لها لفت انتباه الجمهور وتجعله مشاركا اكثر في العرض عن طريق زيادة التأثير فيه .

قد لعبت السينما ادوارا كبيرة في خلق او تعزيز افكار محددة لدى الجمهور ،بحكم قدراتها الواسعة في محاكاة الواقع او الماضي من جهة وطرح وجهات نظر جديدة

وكثيرا ما تلفت الانتباه ، تخلق الدل من جهة اخرى وقد ساعدها في ذلك امكانياتها الفنية و التقنية فضلا عن خصائص الصورة السينمائية نفسها والتي زادت من قدرتها في التأثير و ايصال الافكار ، من ابرز تلك الخصائص ما يلي :

-الصورة السينمائية واقعية بحكم انها تتمتع بمظاهر كثيرة للواقع ، كما تأتي الحركة في مقدمة هذه المظاهر والتي عملت على زيادة واقعيته .

-الصورة السينمائية يمكنها تناول الموضوعات في الزمن الحاضر و الماضي ، فضلا عن المستقبل المحتمل ، مما يعطيها مرونة كبيرة في معالجة الموضوعات المختلفة أن لا يكون الزمن عائق في تقدم الافكار و الاحداث فيها .

-الصورة السينمائية تعد واقع فنيا اي انها تقدم رؤية مختارة للطبيعة ومصفاة ، كما يمكنها تقديم رؤية جمالية وليس مجرد نسخة بسيطة مطابقة للواقع .

-للصورة السينمائية خاصية "التعبير الاوحد " عن طريق التقاط مظاهر دقيقة و محددة ومن بين مجموع الاشياء ومن ثم تقديمها بشكل مقنع بحكم واقعية الصورة العلمية .

-قابلية الصورة الفلمية "للتشكل " بسبب مرونتها ،وان هذا الامر لا يتعارض مع خاصية " التعبير الاوحد " لأن الصورة في حقيقتها ذات معنى واحد محدد ولا يمكن ان تكون مبهمة او غامضة .

- الخصائص الاتصالية للسينما :

تمتاز السينما بعدد من الخصائص الاتصالية التي تميزها عن وسائل الاتصال الاخرى ، بحيث لا يمكن لأي وسيلة اخرى ان تقدم تلك الخصائص ، إذ أن هناك العديد من الجماهير تفضل الحضور ومشاهدة الاعمال في دور السينما ، ذلك لأنها تقدم ميزات مهمة وخصائص اتصالية تجعل الحضور يعيش الاحداث والقصص الدرامية التي تعرضها فاشاشات العرض العملاقة و المؤثرات الصوتية ، الظلام وطريقة التعرض الجمعي للأفلام تجعل السينما تحظى بخصائص اتصالية فريدة عن وسائل الاتصال الجماهيري الاخرى فضلا ان السينما تتميز بدرجة كبيرة من القصدية من خلال تحمل للجمهور اعباء الطريق وبعد المسافات ودفع الاموال جراء مشاهدة الافلام ،هذه العوامل تجعلهم يركزون فيما يشاهدونه في دور السينما . وبذلك فدرجة القصدية في السينما تفوق جميع وسائل الاتصال الجماهيري¹ .

¹ وسام فاضل راضي، مرجع سبق ذكره، ص ص 124-125.

وتعد السينما وسيلة اتصال ترفيهية وثقافية لعدد كبير من الجماهير من خلال نوعية الافلام و العروض السينمائية المميزة ، انها تقدم نجوم لا يمكن لأي وسيلة اتصال اخرى ان تقدمها بحيث ان اغلب الصحف والفضائيات تبحث عن اخبارهم واخر عروضهم السينمائية التي ينتجوها ، فضلا انها تنبع من المجتمع الذي يعيش فيه الافراد وتطرح همومهم وتتركز في قضاياهم المهمة .

وتمتلك السينما كوسيلة اتصال جماهيرية العديد من الخصائص و المزايا التي تمكنها من تقديم خدمات مميزة للجمهور المتلقي لرسائلها .

من هذه الخصائص و المميزات ما يلي :

✓ الحالة النفسية التي يكون عليها المتفرج اثناء المشاهدة تزيد من استعداده لتقبل كل ما يعرض على الشاشة ، فعندما يقدم اعلان عن خدمة سياحية مثلا او فلم عن منطقة سياحية قد يلقي قبولا لدى المشاهدين لانهم يكونون مؤهلين لمشاهدة كل ما يعرض .

✓ السينما باستخدامها لعناصر الصوت و الصورة والحركة و الالوان و الديكورات ،هذا لإمكانياتها الضخمة و القدرات الازراجية التي تتمتع بها السينما والتي تساعد على توصيل الرسالة و ابراز فكرة الفيلم و التأثير على المشاهد .

✓ كبر حجم الشاشة في السينما يعطي المادة المقدمة فرصة اكبر للتعرض من مختلف الزوايا ودرجة عالية من الابهار ، بحيث تجذب انتباه الجماهير .

✓ يذهب الفرد للسينما وهو يختار الفيلم الذي سيشاهده ،بذلك تتوفر فرصة التأثير الكبيرة للسينما فقد لا تتمتع بها وسيلة الاتصال الجماهيرية الاخرى ،فضلا عن ان المشاهدة الجماعية وسط عدد من الناس داخل دار العرض يمكن ان تزيد من فاعلية السينما فالفرد يشعر انه واحد من هؤلاء الناس ،يشاهد ، يستمع و يستوعب مضمون الفيلم وفكرته .

✓ وسيلة متخصصة ،تعرض نوعية واحد من الموضوعات وهي "الفيلم السينمائي " ، فالجمهور لديه معرفة بما سيعرض من افلام .

✓ ظروف المشاهدة من اظلام للقاعة ووجود اعداد كبيرة من المشاه .

✓ تستطيع مخاطبة الجمهور الأمي وتشارك في ذلك مع التلفزيون الا إن هناك بعض الافلام التي تتطلب قدرا من الثقافة ، القراءة و الكتابة لفهم مضمونها .

✓ دين تستحوذ على اهتمام المشاهد وتساعد على تركيز اهتمامه على ما يعرض .

-الراديو كوسيلة اتصال جماهيري :¹

* مفهوم الاذاعة:

¹ وسام فاضل راضي، مرجع سبق ذكره، ص 126.

يعود مفهوم الاذاعة الى مصطلح راديو radius وهو مشتق من اللاتينية وتعني نصف قطر الدائرة ، فالتسمية تناسب عمل ارسال الموجات الصوتية اذ ان الموجات ترسل عبر الفضاء في شكل دوائر لها مركز ارسال ، كما كانت تسمى ايضا في بداية ظهورها اللاسلكي wireless ، الا أن الامريكيين فضلوا تسميتها بالراديو radio وقد اضيف اليها بعد عام 1914 التلغراف لتصبح التسمية ترمز الى الراديو بين غالبية الدول و القوميات في العالم ، تعني ايضا "اذاعة الكلام و الموسيقى و المعلومات عن طريق الصوت فقط على الناس ، فقد فصتهم عنه المثات او الالاف من الكيلومترات ، يسمعونه جميعا في آن واحد ، فينقل الراديو -الاذاعة- صورا صوتية للأحداث فور وقوعها ، بذلك امكن الربط بين بقاع الكرة الارضية لنقل الاحداث المهمة فور وقوعها . كما تعرف الاذاعة الصوتية ايضا بانها " عملية نقل الصوت من المرسل الى المستقبل بعد تحويله الى موجات كهرومغناطيسية تنتقل عبر الأثير لتستقبل من اجهزة الاستقبال الراديو التي تعيد تحويل الموجات الكهرومغناطيسية الى موجات صوتية مرة ثانية ، و يعمل المصنمخ في اجهزة الاستقبال على تضخيم الصوت لكل يصل الى اذن المستقبل ويوصف الصوت بأنه عماد الاذاعة الصوتية و المادة الاساسية لبرامجها سواء كانت كلمة منطوقة او لحنا مغنى ، موسيقى ، مؤثرا صوتيا او صوتا طبيعيا ، كما يعد الصمت احدى العناصر الغير لغوية التي تستخدم في نصوص البرامج الاذاعية .

خصائص الاذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية :

تخطى الإذاعة باهتمام عدد كبير من الجمهور بحيث تعد من وسائل الاتصال المهمة بالنسبة للجمهور في تلقي الاخبار و المعلومات ، فإنها تمتاز بقدر كبير من الفورية مقارنة بوسائل الاتصال الاخرى ، ذلك لأنها تعتمد على حاسة واحد فقط " حاسة السمع " بحيث لا تحتاج عملية نقل الاخبار و المعلومات و الاحداث الطارئة الى توثيقها من خلال الصور او مقاطع الفيديو وعمليات المونتاج ، وانما تعتمد بشكل رئيسي على الصوت البشري و تدعيمه بالمؤثرات الصوتية ، فضلا عن ان ما يميزها عن الصحف و المجلات سرعة البث بحيث ان عملية بث الاخبار و الاحداث الطارئة لا تحتاج الانتظار حين صدور العدد الاخر بالنسبة للصحف و المجلات ، كما تمتاز الاذاعات بعدد من الخصائص الاتصالية التي تميزها عن وسائل الاتصال الاخرى .

من هذه الخصائص نجد :

✓ الفورية في اذاعة الاحداث و الاخبار التي تحدث مفاجئة مثل اخبار الكوارث ، الاغتيالات ، غرق السفن ، تحطم الطائرات و متابعة تطورات تلك الاحداث لحظة بلحظة ، فلا توجد وسيلة اتصال جماهيرية اسرع من الاذاعات في نقل الاحداث و تتابع تفاصيلها بالسرعة و الفورية ذاتها ، فالتلفزيون يحتاج الى الوقت لكي يصور ويث .¹

¹ وسام فاضل راضي، مرجع سبق ذكره، ص 127

- ✓ وصول الاذاعات الى جميع طبقات الجمهور متخطية حاجز الامية والحواجز الجغرافية ، بذلك تستطيع الاذاعة الوصول الى الاطفال والى الاقل تعليما ، بحيث تصل الى كافة الجماهير التي يصعب على وسائل الاتصال الاخرى الوصول اليهم .
 - ✓ الاذاعة لا تحتاج الى اي جهود من جانب المستمعين ، فكثير من الناس ليس لديهم الوقت للقراءة او الاطلاع ، فالإذاعة الوسيلة السهلة التي تجعلهم على علم بما يحدث .
 - ✓ الرسائل المذاعة اقوى من الرسائل الشفوية – في بعض الأحيان بحيث يمكن تقوية الرسائل المذاعة بواسطة الموسيقى و التأثيرات الخاصة التي تجعل الانطباع الذي تتركه قويا .
 - ✓ تعرض الجمهور للإذاعة لا يحتاج الى عملية التركيز و الانتباه كما تحتاجها وسائل الاتصال الاخرى ، فيستطيع الجمهور الذي يستمع للإذاعات ان يمارس مهام اخرى او يمارس عمله اليومي مع الاستماع للإذاعة ، ومثال ذلك الاستماع للإذاعة عند السياقة .
 - ✓ تسهم الاذاعات في رسم الاطار النفسي للمستمعين ، فالبرامج الصباحية تهيأ للناس اليقظة و العمل و التفاؤل ، بينما تقوم برامج السهرة بالترفيه و الامتاع مما تؤدي في النهاية الى خلق جو من الاسترخاء و الاستسلام للنوم .
 - ✓ لا يحتاج الاستماع الى الاذاعات لمعرفة القراءة و الكتابة ، مما يجعلها وسيلة ملائمة لظروف المجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الامية .
 - ✓ يوفر الاستماع الى الاذاعة الشعور للإحساس الجمعي فقد يستطيع الجمهور ان يشارك في البرامج فعلا ، بحيث يشعر و هو في منزله انه عضو في جمهور كبير من المستمعين مما يعمق من القابلية للاستهواء ، خاصة وان اغلب مستمعي الاذاعات من متوسطي الثقافة ما يجعوا الاستهواء اسرع واقوى اثرا ، فمن خلال مشاركة الجمهور في البرامج يشعرون بأنهم جزء من البرنامج ، هذا ما يجعلهم يتفاعلون معه .
 - ✓ قدرة الاذاعة في استخدام الموسيقى و المؤثرات الصوتية ، بحيث تستخدم الاذاعات العديد من المؤثرات الصوتية التي توحى بالقرب و البعد والعلو و الانخفاض فضلا ان استخدام المؤثرات التي تجعل الجمهور يتخيل الاحداث و المواقف .
 - ✓ تعد الاذاعة من أكثر وسائل الاتصال الجماهيري التي تتيح للجمهور قدرا اكبر من التخيل ، بعكس وسائل الاتصال المرئية او السمع مرئية التي تضع حدودا للتخيل فالتخيل في وسائل الاتصال المرئية و السمع مرئية يدور في حدود و مجال الصورة المعروضة .
- السمات الاعلامية للإذاعة :¹
- تمتاز الاذاعات بعدد من السمات والتي تعد من وسائل قوتها وذاتيتها ، نذكر ما يلي :

¹ وسام فاضل راضي، مرجع سبق ذكره، ص 128

-التغطية الواسعة :

استطاع الارسال الاذاعي ان يتخطى الحدود ويعبر العوائق والموانع الطبيعية مما يضمن انتشار اوسع للرسالة الاعلامية ، فالإذاعة استطاعت ان توصل الرسالة الاعلامية الى كافة شرائح المجتمع وبمختلف المستويات ، لقد اضافت الموجات و البث الاذاعي عبر شبكة الانترنت بعدا جديدا لهذه الميزة ، اذ لم يعد بعد النشاط الاذاعي لأية دولة قاصرة على تقديم خدماتها الاذاعية على المستوى المحلي . او من خلال المحطات الوطنية فحسب ، بل امتد النشاط ليشمل توجيه اذاعات عبر الحدود الدولية لمخاطبة الشعوب في الدول الاخرى من خلال الاذاعات الموجهة .

تخطى الارسال الاذاعي حاجز الامية و الفقر :

حيث كانت الامية والفقر ، اكبر عقبتين هددتا شعبية الاتصال واعاقتا انتشار وسائله ، فلقد نجحت الاذاعات في تخطي هاتين العقبتين ، اذ يمكنها مخاطبة الاميين الذين لا يستطيعون الاعتماد على الصحف و الكتب كمصادر للثقافة او المعلومات ، كما تمكنت الاذاعات من مخاطبة الفقراء الذين لا يستطيعون امتلاك التلفزيون او الذهاب الى السينما ، فقد حقق هذا للإذاعة فرصة الوصول الى الجماهير الامية و الفقيرة فهي جماهير عريضة لا يمكن اغفالها .

ذاتية الاذاعة كوسيلة اتصال :

تمتاز الاذاعة بكونها وسيلة اتصال ذاتية على الرغم من انها تخاطب الملايين في نفس الوقت ، فتمكن هذه الميزة الاذاعات على احتواء المستمع بشكل عميق وتشجيعه على التخيل، فهي مزايا ربما لا توفرها وسائل الاتصال الاخرى وتستعص الاذاعة بذلك عن مخاطبته حاسة واحدة "السمع" ، حين تخاطب ملكة الانسان اللامحدودة . وهي ملكة التخيل فالأمر الذي يجعل الاذاعات اكثر قدرة على التأثير و الاقتناع ، فالمستمع يركز بحاسة السمع ويعمل ملكة التخيل ليسهم في فهم ما يقال ، في اطار هذا تبرز الاذاعة كصلح وسيلة للاستهواء و الاحياء .

قابلية الاذاعة للتصديق :¹

ليس من الشك في ان نجاح عملية الاتصال يتناسب طرديا مع درجة الثقة التي يتعامل بها الناس مع مصادرهم ومدى قناعتهم بمدى ما يقولون ، فتتق المصدر تؤثر تأثيرا كبيرا في مدى فاعلية الرسالة الاتصالية ، فينبع مقياس الثقة من الصفات الخاصة للمصدر و قدراته وعلاقته بجماهيره ، الى جانب اهمية موضوع الاتصال وكيفية صياغة رموزه ، فترتبط ثقة الجماهير في مصادرها ارتباطا شديدا بمدى قابليتها للتصديق . من ثم قدرتها على الاقتناع وبذلك اثبتت الدراسات المكانة الكبيرة التي تحتلها الاذاعات باعتبارها من اهم مصادر الثقة التي يجترمونها

¹ وسام فاضل راضي، مرجع سبق ذكره، ص ص 129-130

ويقدرونها لاسيما في البلدان النامية ، ومن ثم زادت قدرتها الاقناعية وقابليتها للتصديق فرما كان من اسباب ذلك اعتبار الاذاعة في -تلك الاجتماعات- لسان حال الدولة والناطق باسمها .

تنوع جمهور الاذاعات :

تمتاز الاذاعة -كوسيلة اتصال جماهيرية - بانها تخاطب مختلف قطاعات الجمهور بكل فئاته ، مما يضمن له القدرة الاكبر على النفاذ والتأثير في المجتمع ، كما ان امتداد فترات الارسال الازاعي يتيح له الفرصة للوصول الى الجمهور في كل الاوقات وكما يحقق امتداد ساعات الارسال فرصة تنوع البرامج و المواد الازاعية بما يلائم اذواق واحتياجات ورغبات المستمعين .

*التلفزيون :

يتكون مصطلح التلفزيون من جزئين ، استنادا من اللغتين اليونانية و اللاتينية (tele)

وتعني عن بعد او بعيدا و الكلمة اللاتينية videre او vision اي نرى او الرؤية بهذا يكون استخدام مصطلح television بمعنى ان نسجل الصورة الصوت في مكان ونحملهم في نفس اللحظة الى مكان آخر ، كما انه يشير الى الجهاز الذي يستقبل الصورة المتحركة من مسافات بعيدة فيمكن تعريف النظام التلفزيوني ايضا بانه طريقة رسال و استقبال الصورة المرئية والمتحركة بأكبر قدر ممكن من الامانة من مكان الى اخر ، بواسطة موجات الراديو الكهرومغناطيسية كذلك يرسل الصوت المصاحب للمنظر بنفس طريقة ارسال الصورة و بذلك تحصل في جهاز الاستقبال على معيار برنامج متكامل بصريا وسمعيًا ، كما يعرف بأنه تحويل مشهد متحرك وما يرافقه من اصوات أي اشارات كهربائية ثم نقل هذه الاشارات و اعادة تحويلها من طريق جهاز الاستقبال الى صورة مرئية مسموعة .

-خصائص التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية :

يمتاز التلفزيون بعدد من الخصائص التي تميزه عن وسائل الاتصال الاخرى وهي :

✓ يخاطب التلفزيون حاستين من حواس الانسان في وقت واحد وهما السمع و الابصار ، فهما من اهم حواس الانسان بحيث يكسب الفرد ما يقارب

98 % من معلوماته ومعارفه عن طريق هذين الحاستين ، فهناك دراسات تشير الى ان استيعاب الفرد للمعلومات يزداد بنسبة 35 % عند استخدام الصوت و الصورة في وقت واحد ، كما ان مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات تطول عندئذ بنسبة . 55%

✓ يعد التلفزيون بانه اقرب وسيلة للاتصال المواجهي ، بل انه يتفوق عليه من خلال تكبير الاشياء الصغيرة وتحريك الاشياء الثابتة .¹

¹ وسام فاضل راضي، مرجع سبق ذكره، ص ص 131-132.

- ✓ يتسم التلفزيون بالحالية ، اذ يقدم التلفزيون المادة الاعلامية في نفس زمن حدوثها ، فان الحالية او الانية معناها الرؤية من بعد لأحداث تقع في نفس اللحظة .
- ✓ يمتاز التلفزيون بانه وسيلة هامة للتقريب بين شعوب العالم ، فقد اصبح المشاهد بفضل التلفزيون ان يشاهد عادات و تقاليد البلدان الاخرى على الرغم من تباعد المسافات ، حتى وان وصلت تلك المسافات الى قارات اخرى .
- ✓ لا تتطلب مشاهدة التلفزيون انتقال المشاهد الى اماكن معينة مثل : الحضور الى دور السينما لمشاهدة الافلام وانما انتقل بالمشاهد الى المنزل ، فضلا ان مشاهدة التلفزيون لا تتطلب الاستعدادات المسبقة .
- ✓ يمتلك التلفزيون القدرة على تلبية احتياجات و رغبات الجمهور من خلال تقديم مضامين و برامج مختلفة مثل : برامج المنوعات ، البرامج الترفيهية التثقيفية ، التعليمية و الاخبار .
- ✓ يمتاز التلفزيون بالمصداقية و القدرة الكبيرة على الاقناع ، حيث يرى الجمهور بأعينهم الاحداث و يسمعونها مما تجعل عملية الاقناع و المصداقية كبيرة للتلفزيون .
- ✓ للتلفزيون اهمية سيكولوجية كبيرة فهو يحمل في طياته اهمية نفسية خطيرة ، فالقضايا التي يتبناها و الموضوعات التي يطرحها ترسب في عقول المشاهدين على المدى الطويل من خلال التكرار و الالحاح .
- ✓ للتلفزيون اهمية سياسية كبيرة ، حيث يعد اداة فعالة في توصيل سياسات الدول و الحكومات و الافراد ، فضلا ان التلفزيون له دور كبير في عملية صنع القرار و التنشئة السياسية و الاجتماعية .

*الانترنت كوسيلة اتصال :

مفهوم الانترنت :

تعد شبكة الانترنت من ابرز الثورات الاتصالية التي شهدتها العالم والتي استطاعت ان تغير العديد من المفاهيم الاتصالية وان تدخل مفاهيم اخرى و ان تستحوذ على اهتمام الجمهور بحيث اصبحت تستخدم الانترنت للحصول على المعلومات و الاخبار ، فضلا عن انها تعد منبرا للتعبير عن الآراء و الافكار و وسيلة مهمة في التواصل الاجتماعي ، اذ انها تربط جميع سكان العالم ببعضهم البعض حيث لا تعيق مستخدميها الحدود الجغرافية او الثقافية او الاقتصادية و الاجتماعية ، حيث انها لم تقتصر على بلد معين او فئة معينة وانما اصبحت شبكة عالمية مترابطة عبر وصلات او روابط تشعبية يستطيع الجمهور استخدامها و الابحار فيها ، بذلك موفرة لمستخدميها الدخول الى مواقعهم عليها اينما كانوا ومن اي حاسوب او هاتف محمول شرط ان يكون متصل بشبكة الانترنت ، حيث اصبحت الجماهير لا تستغني عن شبكة الانترنت في مفاصل الحياة جميعها ، مما دفع العديد من الباحثين و الشركات و الهيئات الى دراسة شبكة الانترنت ووضعوا لها عدة تعريفات بحسب تصور ورؤية كل منهم لهذه الشبكة ونوع الخدمات التي تقدمها .¹

¹ وسام فاضل راضي، مرجع سبق ذكره، ص 133.

وتعرف شبكة الانترنت بحسب قاموس اكسفورد " بأنها شبكة المعلومات الدولية التي تربط بين عدد كبير من اجهزة الكمبيوتر و التي تمكن عامة الجمهور من الوصول اليها عبر وصلات او روابط شبكية ".
 وبحسب موسوعة ويبيديا .webopedia " ، فتعرف شبكة الانترنت بأنها شبكة عالمية تربط الملايين من اجهزة الكمبيوتر و تربط اكثر من 190 دولة ، ففتح بينهم ففتح لهم تبادل المعلومات .البيانات . الاخبار و الآراء .

خصائص شبكة الانترنت في الجانب الاتصالي :

تتماز شبكة الانترنت بالعديد من الخصائص الاتصالية التي توفرها لمستخدميها و التي تميزها عن وسائل الاتصال الاخرى اذ يعود سبب انتشار شبكة الانترنت و ارتفاع اعداد مستخدميها الى الخصائص الاتصالية :

✓ التفاعلية :

تعني رجوع الصدى و لاتعد التفاعلية سمة للوسيلة بقدر ما هي عملية ترتبط بالاتصال نفسه ، فتعد التفاعلية في الاتصال عبر شبكة الانترنت بمثابة نقطة التقاء بين الاتصال المباشر و الاتصال الوسيط و الاتصال الجماهيري ، فيمثل هذا النمط في الاتصال في المواقف الاتصالية التي ينتج عنها تبادل الادوار بين المشتركين فيهاو تأثر كل طرف فيها بمعطيات الطرف و الاطراف الاخرى .

وتترتب على خاصية التفاعلية التي تفتقدها وسائل الاتصال الجماهيري بنسبة كبيرة ان يكون الاتصال في اتجاهين بدل من اتجاه واحد يتبادل فيه اطراف العملية الاتصالية الادوار وان يكون لكل طرف القدرة و الحرية في التأثير على عمل الاتصال وفي بناء المحتوى وتوجيهه سواء كان هذا التأثير تزامنيا مع

عرض البرامج او المحتوى او لا تزامنيا طبقا لخيارات المتلقي في زمن التعرض و قد ساعدت شبكة الانترنت في ضل التطور التكنولوجي الى تعاظم عنصر التفاعلية والتي وفرت التفاعل بين المرسل و المستقبل ، فالتفاعلية تميز الانترنت عن باقي وسائل الاتصال الجماهيرية لكونها تقربه من الاتصال الشخصي اذ يتمكن المتفاعلون عبر الوسائط التي يستخدمونها -كمبيوتر - اجهزة الاتصال الخلوية - للاتصال و الحصول على استجابة فورية ، فاصبح للفرد عبر هذه الوسيلة الاتصالية (الانترنت) استقبال التلفزيون و الصحافة و الراديو و التفاعل مع المضامين التي تنشرها شبكة الانترنت .¹

✓ سهولة الاستخدام :

تعد هذه الخاصية من اهم خصائص شبكة الانترنت و التي ساعدت على تفضيل الجمهور لهذه الشبكة و زيادة اقبال الجمهور لها اذ لا يتطلب استخدام شبكة الانترنت بذل جهد جسدي او عقلي كبير لفهم او استيعاب ما توفر من مواد خاصة مع استخدام بعض البرمجيات التي تسهم في تسهيل الموضوعات المعقدة ، فتشمل سهولة الاستخدام جواب كثيرة من اهمها سهولة الحصول على المعلومات الى جانب تفعيل الشبكة لعملية

¹ وسام فاضل راضي، مرجع سبق ذكره، ص 134.

الاتصال الشخصي بين الجماهير ، الامر الذي هيا الاتصال بين عدد كبير من الاشخاص لتبادل الرسائل فيما بينهم في وقت كان من الصعب حدوث ذلك قبل ظهور هذه التقنية ، كذلك لتدعيم هذه السمة عملت بعض الشركات البرمجيات على انتاج برامج تمكن من استخدام شبكة الانترنت بسهولة و يسر حتى لذوي الاحتياجات الخاصة ، فضلا عن سهولة تعرض مستخدميها للمواقع المتاحة و الحصول على اعداد كبيرة من مصادر المعلومات مع امكانية ربط تلك المعلومات مع امكانية ربط تلك المعلومات بمواقع اخرى .
✓ سرعة الحصول على المعلومات :

توصف شبكة الانترنت بالطريق الالكتروني السريع للمعلومات نتيجة التقنيات المتوافرة فيها و التي مكنت العالم اجمع من الوصول الى المعلومات المتاحة على الشبكة في الوقت نفسه ، و في كل يوم تظهر من البرامج و النظم الاتصالية ما يزيد من سرعة تناول المعلومات عبر الشبكة مثل تقنية حزمة الانترنت فائقة السرعة.
➤ الانتقائية :

يسمح الاتصال عبر شبكة الانترنت بالانتقاء فهو يعطي فرصة للأفراد بانتقاء ما يريدون ، الامر الذي يضاعف من تأثيراتهم الشخصية و هو ما اسماه بعض الباحثين presentation selective self ، اي ان المستخدمين الذين يقومون بأنفسهم باختيار نوعية المواد التي يتعرضون لها في شبكة الانترنت بحسب الموضوعات و الاهتمامات ، و البريد الالكتروني electronic mail الذي يقوم بدور حيوي في الربط و الاتصال بين مستخدمي الانترنت في جميع المجالات ومختلف التخصصات وتباين الامكنة في زمن قياسي لا يتعدى الثواني وغير ذلك من الخدمات ¹.

المطلب الرابع : وظائف الاتصال .

للاتصال ابعاد اجتماعية وثقافية وتعليمية و تنمية عدة ومنها تنبثق وظائفه التي يمكن حصرها في النقاط التالية :

الوظيفة التعليمية المعرفية :

تتعلق بنقل المعلومات و الخبرات و الافكار الى الاخرين بهدف تنويرهم ورفع مستوايهم العلمية و المعرفية و الفكرية وتكليف مواقفهم ازاء الاحداث و الظروف الاجتماعية و تحقيق تجاربهم مع الاتجاهات الجديدة و اكسابهم المهارات المطلوبة التي تساعدهم في حياتهم الشخصية و الوظيفية .

الوظيفة الاقناعية :

و الغرض منها مساعدة النظام السياسي و الاجتماعي في تحقيق الاتفاق او الاجماع بين افراد المجتمع وفتحهم المختلفة عن طريق الاقناع و ضمان قيام كل فرد بالدور المطلوب منه اتجاه مجتمعه و مؤسساته المختلفة و

¹ وسام فاضل راضي، مرجع سبق ذكره، ص ص 169-170.

المقصود من كل ذلك احداث كل التغييرات المطلوبة من وجهات نظر المجتمع حول حدث معين او فكرة معينة تساعد النظام السياسي او الاجتماعي او تثبيت وجهات النظر او افكار قائمة و التأكيد عليها .
 الوظيفة الترفيهية :

يلعب الاتصال دورا كبيرا في الترويج عن افراد المجتمع و تخفيف اعباء الحياة اليومية ومتاعبها عنهم وذلك من خلال البرامج الترفيهية التي من شأنها الترويج عن نفوس الناس من خلال برامج فنية متعددة وجذابة تستهوي جمهور المستقبلين عبر وسائل الاتصال الجماهيري خاصة .
 الوظيفة الثقافية :

وتتمثل في نقل التراث الثقافي من جيل الى جيل آخر ، من مجتمع الى مجتمع آخر .¹
 * - وهناك وظائف أخرى للاتصال حيث يستخدم الانسان الاتصال لتحقيق عدة وظائف منها :

- استقبال و نقل الرسائل و الاحتفاظ بالمعلومات .
- القيام بعمليات على اساس المعلومات المتاحة بهدف اشتقاق نتائج جديدة لم يدركها الفرد مباشرة ، كذلك بهدف اعادة بناء الاحداث الماضية و التنبؤ بالمستقبل .
- التأثير في العمليات الفيزيولوجية داخل الجسم و تعديلها .
- التأثير في الاشخاص الآخرين و الاحداث الخارجية وتوجيه هؤلاء الاشخاص و تلك الاحداث و في الواقع فان وظيفة الاتصال تتسع لتشمل آفاق ابعد ، فكثير من الباحثين يتناولون الاتصال كوظيفة للثقافة و كوظيفة للتعليم و التعلم و كوظيفة للجماعات الاجتماعية و كوظيفة للعلاقات بين المجتمعات ، بل و يعتبرون الاتصال كوظيفة تنضج شخصية الفرد و غير ذلك من جوانب توظيف الاتصال .²
- و قد قدم عالم الاتصال "ليزلي مولر " تسع وظائف للاتصال على النحو التالي :
- الإخبار و التزود بالمعلومات و مراقبة البيئة .
- الربط و التفسير بهدف تحسين نوعية المعلومات و توجيه الناس لما يفكون به و يفعلونه .
- الترقية وهدفه التحرر العاطفي من التوتر و الضغوط و المشكلات .
- التنشئة الاجتماعية وهدفها المساعدة في توحيد المجتمع من خلال توفير قاعدة مشتركة من المعايير و الخبرات الاجتماعية .

- التسويق والترويج لسلعة ما .
- قيادة التغيير الاجتماعي في المجتمع .
- خلق المثل الاجتماعية وذلك من خلال تقديم النموذج الايجابي في الشؤون العامة و الثقافية و الفنية .

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل لوسائل الاعلام الجديد، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان الاردن، 2012، صص 85-86.

² بسام عبد الرحمن مشاقبة، نظريات الاتصال، دار اسامة للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2015، صص 110-111.

- الرقابة على مصالح المجتمع واهدافه .
- التعلم¹.

المطلب الخامس : أهداف و أهمية الاتصال .

اولا : اهداف الاتصال .

لقد اوضحنا سلفا ان الاتصال يعتبر عملية اجتماعية لا يمكن ان يكتمل بدورها اية جماعة او منظمة اجتماعية وعلى ذلك فان الاتصال يعد وسيلة يستخدمها الانسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته الاجتماعية ونقل معانيها من جيل الى جيل عن طريق التعبير و التسجيل و التصميم ، فلا يمكن لجماعة او منظمة ان تنشأ او تستمر من دونه له .

لهذا عملية الاتصال تسعى لتحقيق اهداف نجدها كما يلي :

- *هدف توجيهي : يمكن ان يتحقق ذلك حينما يتجه الاتصال الى حساب المستقبل يعطيه اتجاهات جديدة او تعديل اتجاهات قديمة او يثبت اتجاهات قديمة مرغوب فيها .
- *هدف تثقيفي : يتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو توعية المستقبلين بأمر مهم بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهم و اتساع افقهم لما يدور حولهم من احداث .
- * هدف تعليمي : يمكن لهذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو اكساب المستقبل خبرات او مهارات او مفاهيم جديدة .
- *هدف ترفيهي : يتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال لإدخال البهجة و السرور للاستمتاع الى نفس المستقبل .
- *هدف اجتماعي : يتحقق هذا الهدف حينما ينتج و يحقق الاتصال الفرصة لزيادة الاحتكاك عند الجماهير و بذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الافراد و المجتمعات².
- *هدف اداري : يعتبر هذا الهدف من الاهداف التي لها مكانة خاصة في عملية الاتصال التي تكثر انتشارها و استعمالها اليومي في جميع المؤسسات و المنظمات التي يعمل فيها العديد من الافراد الذين يعملون في مجالات الاعمال المختلفة ، التي من الطبيعي ان يكون لها هدف او اهداف اخرى كبيرة او عامة لذلك فان هذه المؤسسات و المنظمات تعمل دائما على تحقيق اهدافها المرجوة ، هذه الاهداف تتحقق عندما يتجه الاتصال داخل هذه المنظمات نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات و دعم التفاهم بين العاملين في المؤسسة او الهيئة التنظيمية .

¹ ماهر عودة سميالة واخرون، تكنولوجيا الاعلام و الاتصال، دار الاعصار للنشر و التوزيع، عمان الاردن،2014،ص85.

² عبد اللطيف حمزة، الاعلام و الدعاية، ط1، مطبعة المعارف، بغداد،1971،ص70.

ومن الطبيعي ان تكون مسؤولية القائمين على ادارة المؤسسات ونجاحها لان نجاحها يعني نجاحهم في تحقيق الاهداف و المطالب التي تضعها هذه المؤسسات امامهم وتحاول الوصول اليها.¹
ثانيا اهمية الاتصال:

تم التنويه في السطور السابقة ان الاتصال عملية لا يمكن تجاهلها باي شكل انطلاقا من الوظائف المهمة والاهداف التي لا يمكن انكار وجودها فهذا يقودنا الى سؤال مهم لماذا يعتبر الاتصال مهم ؟
*تظهر اهمية الاتصال للفرد في حاجته للمعلومات و المعارف الخاصة بالقضايا والموضوعات اليومية التي تفيد الفرد في اتخاذ قراراته اليومية .

*وبالإضافة الى ذلك تظهر الحاجة الى الارتفاع بمستوى المعارف والمهارات ، التي تنعكس على الاداء و الانجاز اليومي وكذلك المعارف الثقافية التي تفيد في الخروج بأحكام صائبة في الموضوعات التي يتعرض لها الفرد في حياته اليومية .

*وتظهر اهمية الاتصال ايضا في حاجة الفرد الى المعلومات والمعارف التي تدعم ما يؤمن به من افكار وقيم ومعتقدات .

*تظهر ايضا اهمية الاتصال للفرد في كونه العملية الاساسية لاكتساب الفرد خصائص وسمات المجتمع الذي يعيش فيه وينتمي اليه وتدعم بالتالي انتمائه الى هذا المجتمع ، فالفرد من خلال الاتصال يكتسب قيما وافكارا ومعتقدات المجتمع ، وينقلها بالتالي الى آخريين في صورة او اخرى ، وفي اطار عمليات اجتماعية مثل التثنية الاجتماعية فيتحقق بالتالي التكيف الاجتماعي مع هذا المجتمع ، والتوافق مع قيمه وعاداته ومعتقداته.²

يطلق على العصر الحالي بعصر الاتصال ، فقد اصبح العالم الان يعيش ثورة قوية وحقيقية في مجال الاتصال و الاتصالات ، حيث كان للثورة التكنولوجية بمثابة مهدا في مجال الاتصالات و التي تبلورت معالمها و اتضحت من منتصف القرن العشرين حيث يمثل الاتصال لب العلاقات الاجتماعية و بقدر نجاح الفرد في هذا العلم مع الاخرين بقدر نجاحه في الحياة ، حيث بدأ الاتصال باستخدام الاشارات ودقات الطبول و النيران و الرقص كلغة مشتركة و التفاهم بين الناس ثم تطورت باستخدام الكلام المنطوق ، بعده المكتوب الى ان تطورت مع ظهور وتطور الوسائل التكنولوجية وهذا ما يؤكد لنا اهمية الاتصال حيث عن طريقه يستطيع الانسان ان يشبع حاجاته المختلفة الجسمية ، النفسية ، الاجتماعية و غيرها ، لذلك فالاتصال قدم قدم الانسان فمذ وجود الانسان على هذه الارض وهو يستخدمه بالمفهوم و الكيفية التي تناسب مع حضارته و احتياجاته ، فكلما تقدمت الحضارة كلما ازدادت احتياجات الانسان و بالتالي ازداد استعماله للاتصال . كما انه يؤمن التفاعل الحضاري بين المجتمعات من خلال فتح المجال للاحتكاك البشري الذي يساعد الافراد على تبادل الثقافات و

¹ مي عبد الله ، نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان، 2006، ص57.

² منال طلعت، مدخل الى علم الاتصال، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، الاسكندرية، 2002، ص231.

العادات و التقاليد بين بعضهم البعض كما يمثل صميم العلاقات الاجتماعية ، فطبيعة البشر قائمة على علاقات مستمرة بينهم كما يتيح فرص التقارب بين الافراد في المجتمع الواحد عن طريق التعرف على آراء الاخرين وتبادل الافكار مما يؤدي غالبا الى الحد من التوتر داخل النزاعات.¹

المبحث الثاني : ماهية الاعلام .

المطلب الاول : مفهوم الاعلام .

عرف " تشارلز " الاعلام بأنه عملية نقل المعنى و المغزى بين الافراد .²

عرفه ايضا الكاتب الفرنسي " كرونكت " انه : " الاعلام بين البشر يتم عندما يستجيب الانسان لرمز ما " .³

يعرفه العالم الالماني " اوتوجروت " بأنه : " التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه .⁴

يعرفه علماء اخرون انه : المجال الواسع لتبادل الوقائع والآراء بين البشر كافة بطرق التعبير التي تصلح للتفاهم والمتبادل .

ويعرف الاعلام بأنه عملية ديناميكية تهدف الى توعية و تثقيف و تعليم و اقناع مختلف فئات الجماهير التي تستقبل موادها المختلفة وتتابع برامجها وفقراته بقصد الاعلام بتبليك العملية التي يترتب عليها نشر الاخبار و المعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق و الصراحة ومخاطبة عقول الجماهير و عوافتهم السامية و الارتقاء بمستوى الرأي .⁵

المطلب الثاني : وسائل الاعلام .

الاتصالات قد غزت جميع مجالات الحياة اليومية ، هذه الرغبة في التواصل مؤكدة في جميع وسائل الإعلام المكتوبة و المسموعة و المرئية (الصحافة والاذاعة والتلفزيون و الانترنت) . وهذه الظاهرة مهمة للغاية في المجتمعات المعاصرة لدرجة انه اصبح من المستحيل عدم اخذها في الاعتبار في دراسة النشاط البشري بكافة اشكاله .⁶

من اهم الوسائل الإعلامية التي يمكن استخدامها في المؤسسات الإعلامية نجد ما يلي :

¹ جهان رشقي، الاعلام ونظرياته في العصر الحديث، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1971، ص44.

² الطاهر ميمون، الاتصالات عن بعد، وأثرها على الاقتصاد المحلي، دار المحروسة الجامعية، الاسكندرية، ص23.

³ ابراهيم اسماعيل، الاعلام المعاصر، (وسائله-مهارة-تأثيراته-اخلاقياته) ط1، وزارة الثقافة و الفنون و التراث، قطر، 2014، ص22.

⁴ نعمان ماهر كنعاني، مدخل في الاعلام، ط1، وزارة الثقافة و الارشاد، بغداد، 1968، ص1.

⁵ صفوة مختار، وسائل الاتصال و الاعلام وتشكيل وعي الاطفال و الشباب، دار عربي، القاهرة، 2007، ص33.

⁶ Mathieu quidere·la communication multiligue·bo eck France 2019، p1.

- الصحافة بأنواعها ومنشوراتها المختلفة فمثلا المجالات المتخصصة أكثر أهمية من الصحف اليومية حين يتعلق الامر بأصحاب الاختصاص كمجلات الطب ، الهندسة ، المال ، الطيران وغيرها... والصحف العامة و اليومية تكون أكثر أهمية في الاحوال التي يراد فيها ارسال الرسالة الى فئات اوسع و بشكل اهم و اشمل .
- الافلام الوثائقية : يكون تأثيرها كبيرا وفعالا على الفئات المدومة الاتصال بالوسائل المطبوعة او المقروءة .
- الاذاعة : ميزتها في سعة الرقعة الجغرافية التي تغطيها وقدرتها على انجاز عملية الاتصال بكفاءة وسرعة مع كافة فئات المجتمع ، خصوصا الذين يعملون .
- التلفزيون : هو مفيد بشكل كبير في البرامج او الخطط التي يجب ان ترافقها وسائل ايضاحية مرئية ، كما انه يتميز بسعة انتشاره وتأثيره الفعال و لكنه قد لا يصل الى الفئات التي تسكن المناطق النائية ، التي تعتمد على الالتقاط الجوي العادي وليس اللواقط الفضائية ، اضافة الى انه من المعروف ان الفئات المكونة ممن يسمون بقيادة الرأي العام لا تشاهد التلفاز كثيرا لانشغالهم بأمر كثيرة و متعددة .
- المعارض بأنواعها الدائمة و المؤقتة و المتعلقة بمناسبات معينة قد يكون لها تأثير كبير في احوال محددة .
- المؤتمرات او الندوات او المقابلات التي تعقد دوائر العلاقات العامة بين الادارة و جماهيرها الداخلية او الخارجية لمناقشة او بحث قضية تثير اهتمام فئة او مجموعة من الفئات في فترة محددة .
- برامج البريد اي اوصول المعلومات من خلال الوسائل الموجهة للفئات المستهدفة مباشرة بعد طريق البريد العادي او الالكتروني في حالة الذين يستخدمون اجهزة الكمبيوتر بمختلف انواعها .
- برامج رعاية المناسبات المختلفة كالمسابقات التلفزيونية و الاذاعية و الصحفية وهي تثقيفية او ترفيهية او رياضية كالمسابقات التي تعد في رمضان و المناسبات الرياضية الاخرى .
- الصحف الداخلية وهي المنشورات التي تنشرها المؤسسة / المنشأة لتوزيعها على موظفيها الحاليين و السابقين او العاملين في الخارج وربما العاملين في نفس الحقل فضلا عن حاملي أسهم المؤسسة ...
- صحيفة المؤسسة / المنشأة الخارجية والتي تهدف الى الوصول الى فئات المستهلكين و الواعين و قادة الراي العام ومثال ذلك ما تصدره المؤسسة الكبرى من مجلات ونشرات و صحف محدودة ، شركات الطيران لتي تصدر مجلة متخصصة على متن طائراتها و الافلام الترويجية التي تعرض على شاشات المقاعد وتحتوي على معلومات عن المؤسسة / المنشأة ومواضيع الاتصال الناجح مع الفئات الاكثر اهتماما وتعود عليها بالنفع .

-المنتجات المطبوعة وهي تحمل ألوان و شعار المؤسسة وهي ما تسمى بوسائل تنشيط المبيعات او وسائل تعريف المؤسسة ، ومن الامثلة على ذلك كثيرة و متعددة فالكثير من المؤسسات "باجات" تحمل شعارات او اكياس او هدايا تحمل اسمها و شعارها وهي التي تطلق عليها اسم "هدايا المناسبات" .

المطلب الثالث : وظائف الاعلام .

لظالمات تعددت وتنوعت وظائف الاعلام من دراسة الى دراسة اخرى وتبقى الوظيفة الاساسية هي : توعية و تثقيف ، ابلاغ ، شرح ، تفسير ، امتنان ، اطلاع و احاطة لما يهم الانسان في كل زاوية من زوايا محيطه وفي كل مرفق من مرافق حياته .

هناك مجموعة من الوظائف الاساسية التي تخص الاعلام تتمثل في ما يلي :

- وصل المواطن بكل ما يعنيه في المجالات التي تتصل باهتماماته المختلفة .
- نقل الخبرات وتنمية المهارات في مختلف مجالات النشاط الانساني بالتعاون مع قطاعات الخدمات المختلفة في تأدية رسالتها مثل (قطاع الصحة ، قطاع التعليم ، الانتاج) .
- الاسهام في حل مشكلات المجتمع بإلقاء الضوء عليها و التوعية بها واقتراح افضل الحلول لمعالجتها .
- رفع مستوى الثقافة و تطوير الفكر العام لأفراد المجتمع من خلال المحتويات الثقافية و الفكرية المتنوعة .
- تكوين الراي العام المستنير ازاء قضايا المجتمع الداخلية و الخارجية من خلال توفير المعلومات الصحيحة والكافية وعرض مختلف الآراء الواعية والصادقة¹ .

هناك وظائف اخرى نذكر منها ما يلي :

- وظيفة المراقب : تقوم هذه الوظيفة بدور الرقيب على كل ما يدور في المجتمع ، بما في ذلك مراقبة المؤسسات الاجتماعية الخاصة النافذة و المعروفة في المجتمع .
- وظيفة المرشد للجمهور : تعني انها تقوم المرشد و الدليل الذي يمد المواطنين بمجموعة من المعلومات المهمة خاصة في المجالات الاساسية و التي يحتاجها الجمهور من اجل صنع القرارات و التقييم .
- وظيفة الداعم للسلطة : تعني هذه الوظيفة ان الاعلام يقوم بدور وضع الاجندة للقضايا المطروحة على الساحة السياسية ، حيث تؤدي دورها كمرشح او مصفاة لهذه القضايا وترتيبها حول الاولويات و الاهمية قبل تقديمها للجمهور .

¹ ابراهيم اسماعيل ، مرجع سبق ذكره،ص41.

- وظيفة الحارس الامين على مصالح المجتمع : تعني هذه الوظيفة ان الاعلام يقوم بحراسة المؤسسات الكبيرة فيها و النافذة في المجتمع ، حيث تكون اشد حرصا على متابعة العناصر (الطفيلية) التي تدخل الى المجتمع وتعكر صفو ونقاء العلاقات فيه .¹
- الوظيفة الترفيهية : وهي وظيفة اجتماعية مهمة تتجلى في " اذاعة التمثيليات الروائية و الرقص و الفن و الادب و الموسيقى و المسرحيات و الرياضة و الالعاب وغيرها...عن طريق العلامات و الرموز و الاصوات و الصور ، بهدف الامتاع على الصعيدين الشخصي و الجماعي .
- الوظيفة الثقافية : هي وظيفة جد مهمة قد تتمثل في سير المعلومات و المعارف التي توفرها وكذا العادات و تقاليد حضارات مختلف الشعوب التي تعرض على شكل وثائقي وكذا البرامج ذات البعد التثقيفي التي من شأنها ان ترفع المستوى الثقافي لبناء المجتمع .
- الوظيفة التسويقية : وقد اصبحت من الوظائف المهمة للمنتجين من اجل الترويج لمنتجاتهم سواء في التلفاز او الأنترنت او حتى السينما ، حيث اصبح العديد من نجوم الفن و الرياضة واجهات اعلانية للشركات .
- الوظيفة التوعوية : تهدف الى توعية الشعوب بمجموعة من القضايا التي قد تمه المجالات السياسية او الحقوقية او البيئية...طبعا هناك وظائف عديدة لوسائل الاعلام لكن يمكن اعتبار ان هذه الوظائف التي تسعى الى تحقيقها اعتمادا على الصورة لتوظيفها خدمة للوظائف التي سبق ذكرها ، غير انها في غياب الحياض وسيطرة الايديولوجية يبقى تحقيق تلك الوظائف في عمقها الايجابي منوط بالكثير من الشوائب حيث ان توظيف الصورة الاعلامية بما يخدم وظائف الاعلام حتى في اكثرها بساطة لا يقوم بالوظيفة الحقيقية المنوطة بها على اكمل وجه ، فقد نجد شريحة من المثقفين تعتبر ان الوظيفة الترفيهية التي تقوم بها وسائل الاعلام و التي تحتل حيزا مهما وكبيرا منه ، لا تفعل سوى الهاء الشعوب و صرفها عن مشاكل الحقيقة ، الاقتصادية .السياسية خدمة للطبقات الحاكمة ، فتتجح في توظيف الصور الترفيهية بإسفاق وابتذال هدفهما تسطيح و تنفيه و عي الشعوب بذاتها وبحضارتها و ثقافتها خاصة وان هناك من يعتبر حتى ان ادوات الترفيه من فنون بكل انواعها يجب ان تحمل في عمقها و عيا راقبي يساهم في رقي من يتلقى هذه الفنون ونفس الشيء يمكن ان يقال في باقي وظائف الاعلام فوظائفه تتخذ منحى اخر الذي تروج له ، فقد اصبحت تساهم بشكل كبير في تسليع القيم والمحافظة على نمط انتاج رأسمالي جعل من الربح عقيدته رافعا شعار الربح و لا شيء غير الربح ، محافظا البذل على مصالح الطبقات و القوى العالمية المسيطرة ، فيواقع يصعب فيه بمكان ما بروز اعلام حر يوظف هيمنة الصورة و تطور التكنولوجي في خدمة الحقيقة و في خدمة الجماهير التي تطلع الى مستقبل افضل في ظل هيمنة رجال السلطة و المال

¹ عاطف يوسف، وسائل الاعلام في المجتمع، الهناء للنشر و التوزيع، لبنان، 2014، ص 4-6.

والاعمال ، في ظل انظمة استبدادية تسعى جاهدة الى الحفاظ على مصالحها و استقرار حكمها و في ظل قطب وحيد يفرض نمط انتاج واحد ووحيد .¹

المطلب الرابع : العلاقة بين الاعلام و الاتصال .

هناك صلات وثيقة بين العلام و الاتصال فالأعلام بأنواعه المختلفة يحتاج الى الاتصال بأساليبه ،قنواته اجهزته المختلفة ليتم نقل المادة الاعلامية ونشرها وايصالها الى الناس في كل مكان و زمان .

فالاتصال كلمة تعني المشاركة بين جات مختلفة ، فمن خلال هذه المشاركة يتم نقل المعلومات ، لأفكار المواقف و الاتجاهات من والى الاخرين بحيث ان هذه المادة هي وسيلة الاتصال ، كما ان كلمة اتصال تعني عملية النقل ، فهي وسيلة تمرير الافكار من جهة الى اخرى وهي خطوط وقنوات ومواصلات تربط الناس مع بعضهم البعض . فيهدف الاتصال بمعانيه المختلفة الى توظيف عناصره الثلاثة معا وهي المصدر .الرسالة والمستقبل هذه العناصر تهدف الى الاعلام بوظائفه المتعددة كالأقناع و التسلية ذلك ضمن الاطار العام للتأثير .

ففي ظل التطورات و التغيرات التي يمر بها العالم اليوم خاصة في مجال الاعلام و الاتصال مما جعل الدراسة و البحث فيهما شيق ومثير لفضول الانسان ودراسته وزيادة معرفة مجالاته و فروعه وبتنوع جماهيره ، فمن الملاحظ انهما مفهومان قريبان لبعضهما البعض فاباتالي تجمعهما علاقة واضحة و تكاملية ومنه فلب العلاقة يكمن في ان كل من المفهومين مكمل ومساعد لمفهوم الاخر .²

فالإعلام باعتباره نشاط اتصالي تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي ومكوناته الاساسية (مصدر المعلومات ،رسالة اعلامية) فالوسائل الاعلامية التي تنقل هذه الرسائل الى الجمهور المتلقين و المستمعين و المستقبلين للمادة الاعلامية فنجد ام العملية الاعلامية ومكوناتها هي نفسها عند الاتصال كما ان الاعلام يعتبر هدف من اهداف الاتصال و ايضا كل عملية اعلامية هي عبارة عن اتصال بمعنى ان الاعلام فب بدايته او في صورته البدائية عبارة عن اتصال ، اذن العلاقة بينهما هي علاقة ترابط وتكامل .

المطلب الخامس : أهداف و أهمية الاعلام .

أولا : اهداف الاعلام.

بما ان الاعلام مصطلح شامل ، فان له العديد من الاهداف المختلفة التي تخدم المصلحة العامة و البيئة المحيطة بنا نذكر منها ما يلي :

¹ ماهر عودة شماليية و اخرون، مرجع سبق ذكره،ص85.

² عبد الفتاح ابو المعال، اثر وسائل الاعلام على تعليم الاطفال و تثقيفهم،ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع،2006، صص32-33.

- نقل الاخبار و الحقائق : حيث ان هذا الهدف يعني ربط الافراد بالأخبار المحلية و العالمية وامكانية معرفة مايدور في هذا العالم دون عوائق من حدود او بعد المسافة وباختلاف اللغة حيث مكن الاعلام الشخص المتابع له بالبقاء على الاطلاع المستمر والمباشر لما يجري من حوله من احداث سياسية ، اقتصادية و اجتماعية ...اولا بأول .
 - التعليم : بمعنى ان الشخص يمكنه من خلال الاعلام التزود بالمعلومات التي تزيد من خبرته وعلمه وثقافته في مختلف مجالات الحياة ، كما يتكمن الشخص المتابع من التعليم الغير منهجي الذي يقدم للمتعلم معلومات تدعم التعليم الرسمي وتزيد مهارات المتعلم .
 - ترابط المجتمع و تواصل أجياله : اي ان الاعلام يحقق نقل تراث الامم و المحافظة عليها بين الاجيال اضافة الى استمرار وزيادة الصلة و الروابط المختلفة (اقتصادية ، اجتماعية ، ثقافية ...) بين افراد الاسرة وكذلك المجتمع الكبير وبالتالي بين افراد المجتمع عامة .
 - الترفيه : حيث ان هذا الاخير يمكن القوا عنه انه ضرورة لاستمرار الانسان و بقاءه و استمرار عطائه مما يخفف و يريح اعصابه و يعطيه الفرصة لإكمال عطائه .
 - الرقابة : الاعلام له هذا الهدف المهم حيث يكون رقيباً عمومياً على نشاطات الحكومات و الافراد وفي حالات يكشف عن عمليا الفساد و بالتالي المساهمة الكبيرة و الرئيسية في تصحيح المسارات وضبط الكثير من الانشطة بحيث استحق لقب " السلطة الرابعة " الى جانب السلطات الاخرى .
 - التغطية الشمولية : لما سيتناوله من احداث محلية و عالمية اي انه يشمل و يغطي كل الاخبار و الوقائع التي تجري في عالمنا المعاصر ¹ .
- و يمكن تصنيفها بطريقة مختصرة و هي كالآتي :
- اهداف ثقافية .
 - تغيير وجهات نظر .
 - اهداف اقتصادية .
 - التفاعل مع الاحداث ² .
- ثانيا : اهمية الاعلام

يلعب الاعلام دورا كبيرا في حياتنا اليومية لما لهن اهمية وتسهيل في نقل و ايصال المعلومات و الواقع بالنسبة للفرد و الجماعة حيث يأتي الاعلام بوسائله المتعددة و المختلفة لينقل اهم المحريات ، الاحداث و القضايا

¹ علي خليل شقرة، الاعلام الجديد و شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار اسامة للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2014، صص 14-21.

² فاروق راتب التنشئة الاعلام وتأثيره على عقولنا ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع عمان الاردن، 2016، صص 10.

على المستوى العربي و العالمي وتتوقف أهميته و فاعليته على ارتباطه بالأحداث و الظروف القائمة في وقت معين و يشتمل الاعلام على عدد من وسائل الاتصال التي تؤثر بشكل مباشر على المستقبل¹.
تتمثل أهمية الاعلام في المجتمع في الاثار التي تحدث في منظومة القيم ، انماط التفكير ، اساليب الحياة بسبب التعرض للرسائل الاعلامية التي تعرضها وسائل الاعلام ، فبالحديث عن دور الاعلام في حياة الشعوب و المجتمعات فان له الدور الاكبر في تنمية ثقافة الشعوب وزيادة وعيها و الاطلاع على كل مجريات الاحداث الحاصلة في عالمنا اليوم اي انه كما ذكرنا سابقا انه ضروري في حياة الفرد ويؤثر تأثيرا كبيرا على نفوس المستمعين و القراء بمختلف فئاتهم العمرية و الاجتماعية ، وهذا دليل على ان الاعلام يأخذ حيزا كبيرا من حياة الافراد².
المبحث الثالث : العملية الاتصالية في المؤسسة الاعلامية.

المطلب الاول : مفهوم العملية الاتصالية .

يشير القاموس اللغوي ان تعريف عملية الاتصال على انها : العملية التي من خلالها يتم تبادل المعلومات او المعاني بين طرفين او اكثر وذلك من خلال نظام مشترك من الرموز .

تعني جملة الاجراءات المتخذة بهدف تسجيل استجابة بين القائمين بالعمل في المؤسسات عن طريق التواصل فيما بينها³.

تعرف على انها عملية ديناميكية دائرية يتفاعل من خلالها فرد او اكثر او مجموعة او نظم اجتماعية مع بعضها البعض بغرض تبادل المعلومات و الافكار المختلفة و تتم في وسط اجتماعي يساعد على المشاركة في المعلومات و الانفعالات و الصور الذهنية و هذه العملية لها اهداف معينة وردود حالية و مستقبلية⁴.

مما سبق يمكن القول ان العملية الاتصالية هي عبارة عن نشاط و عملية مخططة و مدروسة داخل النظام الواحد من اجل ضمان تبادل جيد و صحيح للمعلومات و مختلف العمليات الوظيفية و المهنية فيما بين عمال و موظفي المؤسسة من اجل تحقيق اهداف مسطرة للمؤسسة.

المطلب الثاني : عناصر العملية الاتصالية .

إن العملية الاتصالية عملية اساسية نحس بها ونفهم من خلالها بيئتنا ويتأني تبعا لذلك ان نكون قادرين على التعامل معها اي تؤثر فينا او نتأثر بها وليس ثمة تأثير الا عن طريق هذه العملية الاساسية .فهمها تنوعت

¹ علي عبد الفتاح ،الاعلام و المجتمع، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان الاردن،2019،صص36-37.

² محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1،الدار العالمية للنشر و التوزيع، مصر،2003،صص22.

³ ابراهيم علي رابعة ،مهارة الاتصال، الالوكة للنشر، مصر،2015، ص3.

⁴ مصطفى يوسف الكافي، مرجع سبق ذكره،ص121.

عمليات الاتصال فلن تتم عملية الاتصال الا اذا توافرت لها جميع العناصر الاساسية الاربع المرسل ، المستقبل والرسالة ثم الوسيلة . فلا يمكن ان تتم عملية الاتصال اذا غاب احدها بل ان كل عنصر منها يؤثر في الاخر و يتأثر به فهي عملية ديناميكية مستمرة و . هذه العناصر هي :

*- المرسل : هو مصدر الرسالة او النقطة التي تبدأ عندها عادة، و قد يكون هذا المصدر هو الانسان او الآلة او المطبوعات او غير ذلك و يحول هذا المصدر الرسالة التي يريد يوصلها اي رموز تأخذ طريقها من خلال قنوات اتصال مختلفة فالمدرس مثلا هو النقطة التي تبدأ عندها عملية الاتصال داخل حجرة الدراسة وقد تقوم الآلة بدور المرسل كما في حالة العقول الحاسمة الالكترونية التي تزود سلفا بالمعلومات التي يحصل عليها التلميذ عن طريق الاتصال الآلي .

*-المستقبل : هو الجهة او الشخص الذي توجه اليه الرسالة ويقوم بحل رموزها بغية التوصل الى تفسير محتوياتها وفهم معناها وينعكس ذلك في انماط السلوك المختلفة التي يقوم بها ، فيجب ان لا يقاس نجاح عملية الاتصال بما يقدمه المرسل ولكن بما يقوم بها المستقبل سلوكيا ، فالسلوك هو المظهر والدليل على نجاح الرسالة و تحقيق الهدف ، ومنه ينبغي ان يدرك المدرس نجاحه لا يقاس بمقدرته على تقديم المعلومات ، لكنه يقاس بما يقوم به التلميذ و يستدل منه بلوغ الهدف .

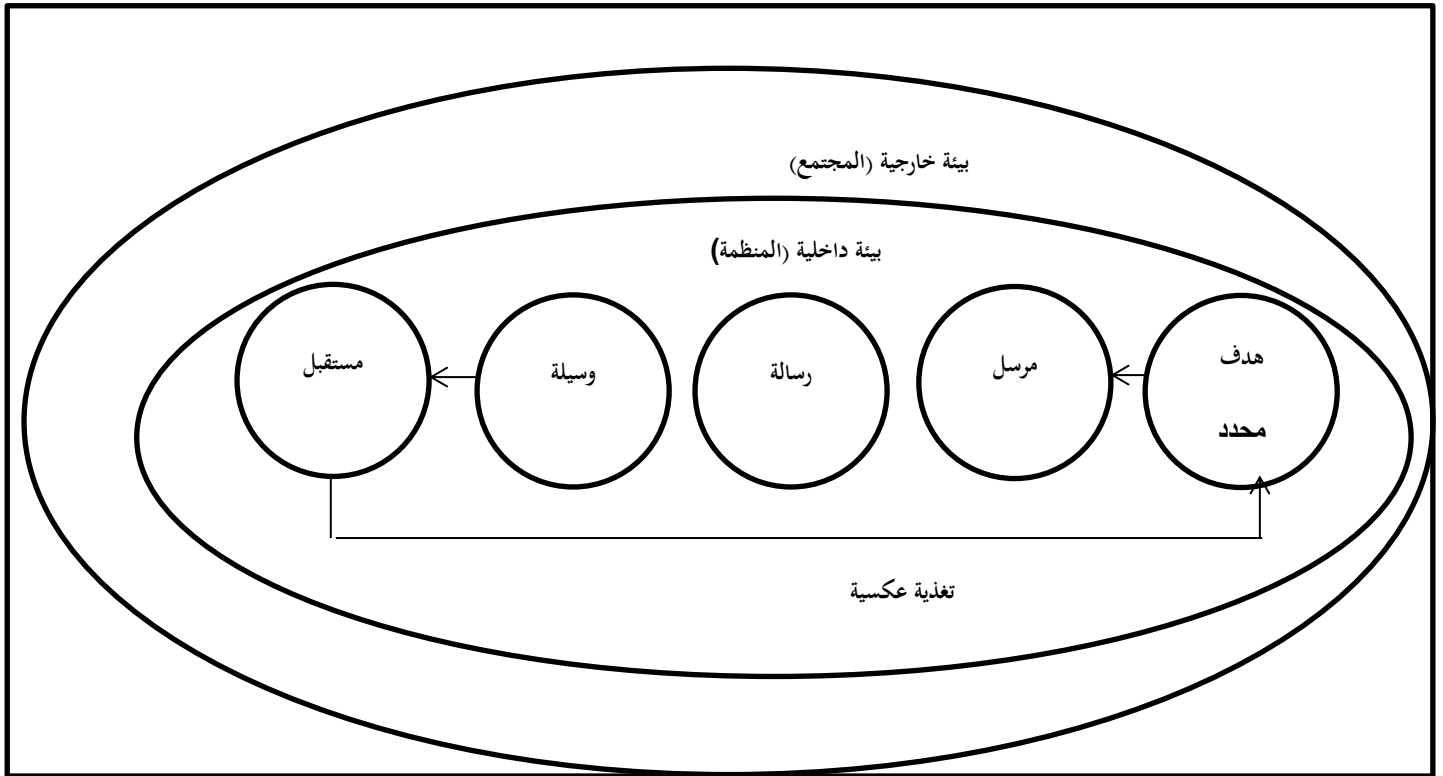
*- الرسالة : يمكن ان نقول ان الرسالة هي الموضوع او المحتوى الذي يريد المرسل ان يوصله للمستقبل ، او هي الهدف التي تصبو عملية الاتصال الى تحقيقه ولكي نعرف الرسالة ما اذا حققت الهدف منها ينبغي ان نبصر ذلك في نوع السلوك الذي يؤديه المستقبل ، فاذا طابق السلوك الهدف المنشود نقول ان الرسالة قد حققت هدفها .ومن اجل ذلك تعرف الرسالة بكونها مجموعة من الرموز المرتبة التي لا يتضح معناها الا من نوع السلوك الذي يمارسه المستقبل .

*- الوسيلة : يمكن تشبيه الوسيلة بانها القناة او القنوات التي تمر من خلالها الرسالة بين المرسل و المستقبل فهي بالمختصر عبارة عن قنوات اتصال لنقل المعرفة شأها في ذلك شأن وسائل المواصلات . و يجب ان نؤكد هنا اهمية الوسيلة في عمليات الاتصال المختلفة فهي ضرورية لها ولا يمكن ان تتم في غيابها ، يجدر ايضا ان نشير الى ظاهرة مهمة تتعلق بوسائل الاتصال وهي ان الوسيلة تؤثر تأثيرا كبيرا على الرسالة المنشودة بل ان الكثيرين يعتقدون ان الوسيلة تعمل على تشكيل الرسالة و الهدف ، حتى انه لا يمكن الفصل بينهما ، فيشيرون احيانا الى ان الوسيلة هي الرسالة .¹

¹ مي عبد الله ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 30-33.

و الشكل في الاسفل يوضح كيفية عمل عناصر العملية :¹

¹ مؤيد نصيف جاسم السعدي ،الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي (دراسة في موقع الفيسبوك)،ط1، الناشر الفا للوثائق للنشر و التوزيع ، عمان الاردن ،2016،ص ص25-26.



الشكل رقم 07 : عناصر الإتصال.

هناك من يقسم عناصر العملية الاتصالية الى تقسيمات متعددة و تتمثل في :

-الطرف الاول في عملية الاتصال والذي يدرك وجود حاجة او فكرة او معلومات ، بالتالي هو المبادر بنقلها الى الطرف الاخر وقد يكون هو المدير او احد غيره او المنظمة ذاتها .فيتولى تحويل هذا الادراك الفكري الى معاني محددة عن طريق استخدام اللغة او الرموز او الاشكال او غيرها وتوجد عدة عوامل تؤثر على مصدر الرسالة من اهمها مدى توافر مهارات الاتصال لدي المرسل ، اتجاهاته و درجة تأثير شخصية المرسل عليها وعلى اتصالاته ودرجة الخبرة و المعرفة السابقة المتوافرة لديه و المحيط الشخصي و المواقف الشخصية و الثقافية و درجة انعكاساتها على اتصالاته .

-الطرف الثاني هو الرسالة وتتضمن المعنى او الفكرة او المعلومة التي يرغب المرسل توصيلها الى المستقبل اليه وذلك بعد صياغتها في لغة مفهومة ، فقد تكون الرسالة في صورة شفوية او مطبوعة او رسوم بيانية ، تعبيرات الوجه وإيماءات اليد ن فيضم محتوى الرسالة كافة المعلومات المطلوب نقلها الى المرسل اليهم والي تتعامل مع مختلف اوجه نشاط المنظمة كالمعلومات المتعلقة بالعمليات التشغيلية و الانتاج ، الخطط ، العمل الواجب تنفيذه ايضا سياسة الافراد ، نظم التعليم ، الاجور ، الحوافز والايجازات ...وغيرها .

قد يعبر عن الرسالة بالرموز بدلا من اللغة وقد يستخدم المرسل تعبيرات او ايماءات او حركات ،تلميحات ، الصوت ، مظهر المحيط بالحيز او المكان الذي يشغله الفرد في المنظمة مثل مكانة الفرد في السلم الوظيفي وذلك للتعبير عن رسالته ، بالتالي امتدت الابحاث لتشمل الاتصالات الغير لغوية بجانب الاتصالات اللغوية . فقد اتضح في بعض الدراسات ان حوالي 7% فقط من معاني الرسالة الكلي يتم نقله من خلال التعبير بالكلمات و 55% بالمئة من المعاني يتم نقلها من خلال لغة الجسم و حوالي 38% من المعاني التي يتم نقلها من خلال الصوت وغيرها . هذا وقد يحدث الاتصال ويتم من خلال الصمت ،المدير الفعال هو الذي يدرك مختلف الرسائل الصامتة التي تنتقل اليه من خلال الزملاء و العاملة .

*- الوسيلة اداة نقل للرسالة : هي الاداة التي تستخدم لنقل الرسالة من المرسل (المصدر) الى المرسل اليه (المستقبل) فيمكن نقل نقل الرسالة من خلال الادوات المرئية او المسموعة او الغير لغوية الحسوسة .

وبالتالي تعددت ادوات نقل الرسالة من المرسل الى المرسل اليه ومنها فالاتصال وجها لوجه مثل مناقشة فرد لآخر ، اجتماع لجنة ، الكتابة كالمذكرات ، التقارير ، الابحاث ، الخطابات وخلافه ، الاعلان باراديو او بالتلفزيون ، بالصحف ، المجلات ، البريد ...او عن طريق الهاتف ، التلكس في المعلومات الروتينية او الضرورية والعاجلة وغيرها ،فيتأثر تحديد ادوات نقل الرسالة في موقف معين ببعض المتغيرات والتي تتمثل في :

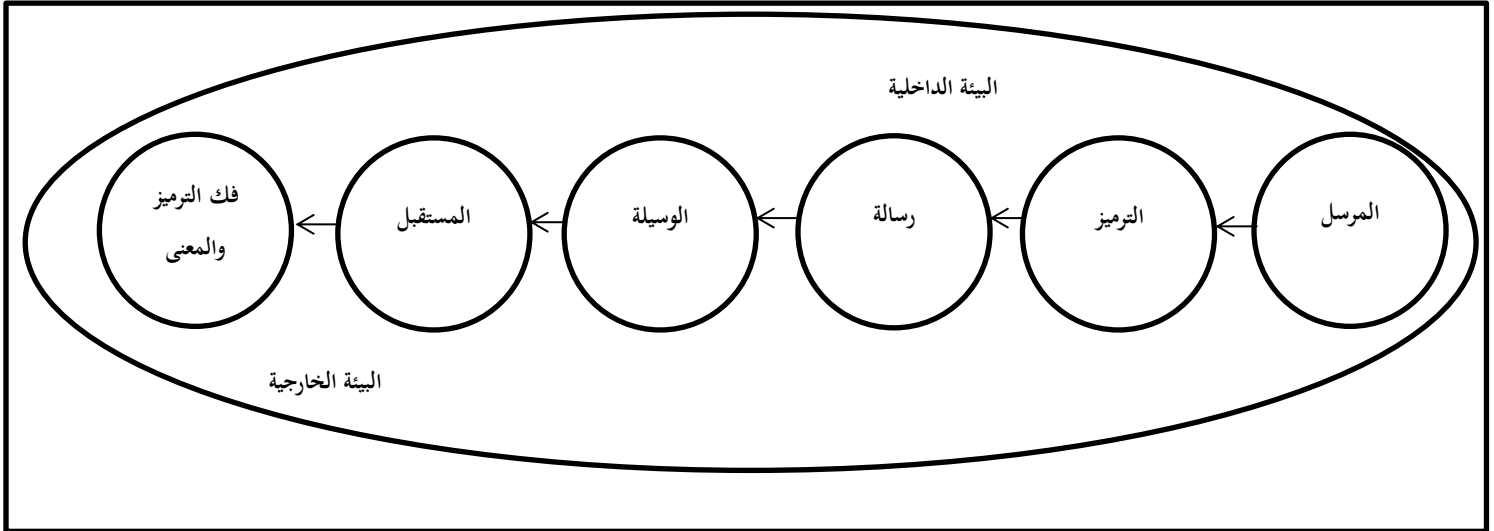
درجة الاحاح ، الوقت و السرية او اهمية الرسالة مثل الاستغناء عن الاهمية ، التكلفة عند المفاضلة بين وسائل نقل الرسالة .

*- المرسل اليه : هو شخصان مختلفان الا ان الفرد قد يكون مرسلا او مستقبلا للرسالة حسب الموقف ولهذا يجب ان تؤخذ شخصية المرسل اليه بعين الاعتبار اثناء اعدا الرسالة وذلك بما يحقق هدف جذب المرسل اليه ونقصد بذلك التفهم الدقيق لقدرات المرسل اليه من العاملين دون تدنيه لاكثر او اقل من الحقيقة ومحاوله الاحاطة بالخصائص النفسية ، الاجتماعية و الاقتصادية للمرسل اليه عند اصدار التعليمات لما لها من اثر ملموس على ادراكهم للرسالة وطرحتها وتفسيرها وبالتالي درجة الاستجابة لتنفيذها .

*- الاستجابة " المعلومات المرتدة " : يقصد بها عملية التغذية العكسية اي استرجاع المعلومات كمؤشر عن درجة استجابة المرسل اليه للرسالة وتؤخذ التغذية العكسية عدة صور منها : قيام المرسل اليه باخبار مرسل الرسالة بعدم فهمها او حاجته الى اجراء بعض التعديلات عليها ، او من خلال تنفيذ مضمون الرسالة فهنا يحاط المرسل بمدى استجابة المرسل اليه لرسالته ، فتستخدم التغذية العكسية لتقييم فعالية الاتصال لهذا يمكن قياس درجة الاستجابة لتنفيذ الرسالة على اساس كمي او اساس نوعي فتقاس الاستجابة كميًا من خلال مؤشرات مختلفة كنسبة انحراف الجودة او نسبة الغياب ، كذلك يمكن ان تقاس بمقاييس نوعية مثل استجابة العاملين للمدير يتغير

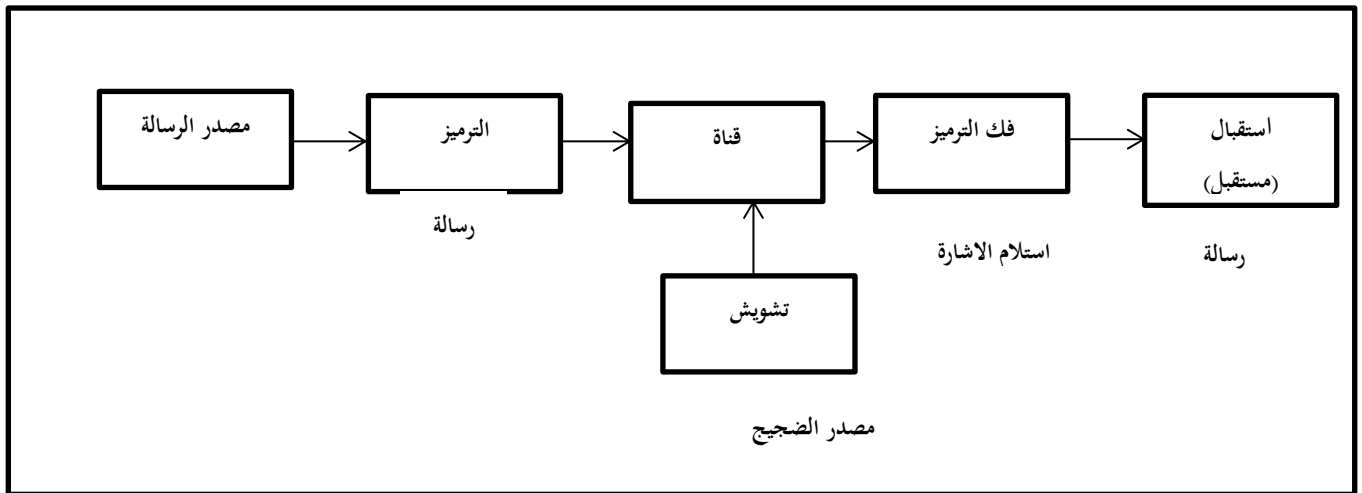
احدى السياسات مثل اظهار مشاعر التأييد ، الولاء ، الحماس فهذه المؤشرات الكمية او النوعية تعكس درجة تحقيق المستهدفات المطلوبة وتستخدم كمرشد عند اعداد الرسائل المستقبلية.¹

الشكل التالي يفسر عناصر العملية الاتصالية ايضا :



الشكل رقم 08 : عناصر عملية الاتصال

وهناك توضيحات اخرى لعناصر الاتصال وهي مثلة في المخطط ادناه:²



الشكل رقم 09 : يوضح كيفية نقل المعلومات في العملية الاتصالية.

¹ نفيسة محمد باشري وآخرون ، السلوك التنظيمي، كلية التجارة للنشر، مصر، 2017، صص 229-231.

²Philippe detire ,la communication interne au service de management ، 2eme edition ، edition laison paris ، 2001,p42.

المطلب الثالث : عوامل نجاح العملية الاتصالية .

يتوقف نجاح عملية الاتصال على عدة عوامل اهمها ما يلي :

*- لغة التخاطب بين المرسل و المستقبل : المقصود هنا اللغة التي يتحدث بها المرسل مع المستقبل واللغات عدة منها العربية و الانجليزية و الفرنسية ، فاذا كانت اللغة برموزها و دلالاتها ومفاهيمها واضحة ومفهومة للطرفين كان ذلك عاملا مساعدا في نجاح عملية الاتصال و العكس بالعكس .

*-المستوى الثقافي والعلمي للمرسل و المستقبل : لكل فرد منا مستوى ثقافي وعلمي معين فاذا تقارب ذلك المستوى بين المرسل و المستقبل فان ذلك عامل مفيدا في تقارب التفاهم بين الطرفين و العكس بالعكس ، مثلا انك تستمع في التلفزيون الى عالم يتحدث عن الهندسة الوراثية وفوائدها و عيوبها فهل سيفهم غير المتعلم تلك الرسالة بشكل جيد؟.

*-توافر مهارات معينة لدى كل من المرسل و المستقبل :الواجب ان تتوفر لدى المرسل (المعلم مثلا) مهارة التحدث و الكتابة او مهارة الفك و التركيب او مهارة اجراء التجارب او مهارة استخدام الة معينة بما يساعد على توصيل رسالته بصورة جيدة ، كما يجب ان تتوفر لدى المستقبل مهارات مثل القراءة و الكتابة والاستمتاع بالمهارات الادائية ويلزم توافر تلك المهارات من الطرفين معا ، فاذا اتقن المعلم مهاراته فقد التلميذ تلك المهارات فلا جدوى من عملية الاتصال .

*-جودة اداة النقل : يقصد بأداة النقل الوسيلة التي تستعمل لنقل الرسالة من المرسل الى المستقبل فاذا كانت الاداة جيدة وسليمة وليس بها اعطال كان ذلك عاملا من عوامل نجاح الاتصال .

*-تنوع وسائل الاتصال : من العوامل التي تساعد على نجاح عملية الاتصال تنوع وسائل الاتصال اي الواجب الا تستخدم قناة اتصال واحدة طوال الوقت لان النوع مثير ويؤدي الى جذب انتباه التلاميذ باستمرار ، فالمعلم الذي يستخدم الكلام طوال الحصة يصاب تلاميذه بالملل و الفتور لذا عليه ان ينوع من استخدامه للوسائل فتارة يستخدم الالقاء وتارة يستخدم المناقشة وتارة يسأل التلاميذ وتارة يعرض وسيلة تعليمية وتارة يقوم هو بأداء العمل وتارة يكلف تلاميذه بعمل ما وهكذا باستمرار .

*-الا يظل المرسل مرسلا و المستقبل مستقبلا طوال الوقت : من المهم تبادل الادوار بين المرسل و المستقبل فمرة يكون المرسل مستقبلا ومرة يكون مستقبل ، كذلك المستقبل يستقبل تارة و يرسل اخر فالمعلم تارة يقدم المادة التعليمية و تارة يتلقى استفسارات تلاميذه وهكذا باستمرار ومن يحق المعلم ان يدلي برايه ومن حق التلميذ ذلك ايضا ومن حق المعلم ان يسأل التلاميذ و من حق التلاميذ ان يسالوه ايضا .

*-توافر اتجاهات ايجابية في موقف الاتصال ¹ .

يلزم لنجاح عملية الاتصال توافر عدة اتجاهات موجبة مثل :

¹ ابراهيم خليل خضر ، مهارالت الاتصال ، ط1، دار الجندي للنشر و التوزيع، القدس، 2013،ص37.

1. اتجاه ايجابي من المرسل الى المستقبل : هذا يعني حب المعلم ، وتقبله اياه والاهتمام به وعدم تعاليه على تلاميذه و ساعدته بهم وتفاعله معه ومساعدتهم في حل مشكلاتهم .
 2. اتجاه ايجابي من المستقبل الى المرسل : هذا الامر مكمل للأمر السابق لان عدم قابلية التلاميذ للمعلم وكراهيتهم له ونفورهم منه وعدم احترامهم له يؤدي الى عدم فهمهم وعدم تقبلهم الرسالة ، على المعلم الجيد ان يحرص على حب تلاميذه له وتعلقهم به وانتظارهم لدروسه بفارغ الصبر .
 3. اتجاه المرسل والمستقبل نحو الرسالة : فالمعلم حين يكون مؤمنا بقيمة الرسالة التي يقدمها للتلاميذ مؤمنا بهدفها وفائدتها و اهميتها فانه يتحمس لها وينفعل بها و يبذل قصارى جهده من اجل توصيلها الى التلاميذ وهذا بعكس المعلم الذي ليست لديه قناعة بما يقوم بتدريسه وكذلك التلميذ اذا كان مقتنعا بما يدرس وبفائدته فانه يقبل على الدراسة بتحمس وانفعال وشغف وحب ، هنا نأخذ دور المعلم في تحبيب تلاميذه لما يدرسونه وان يحاول جاهدا ترغيبهم و تشويقهم للدراسة مستخدما ما يلزم من وسائل وإجراءات وطرق .
- هناك عشر وصايا مهمة لضمان نجاح العملية الاتصالية ولتحقيق اتصال فعال وجيد تتمثل هذه الاخيرة في :
- ❖ وضع افكارك قبل الاتصال : يجب التفكير بمحتوى الرسالة ومعرفة من الذي سيقوم باستلامها او سيتأثر بها .
 - ❖ افحص الغرض الحقيقي للاتصال : يجب ان تقرر ما الذي تريده من عملية الاتصال اي تحديد الهدف او الاهداف المطلوب تحقيقها بوضوح .
 - ❖ عليك ان تأخذ بعين الاعتبار البيئة بشكل كامل ،اي يجب فحص المحيط والمناخ الاجتماعي و الممارسات السابقة للاتصال حتى يتم تكييف الرسالة مع البيئة.
 - ❖ احصل على نصيحة الاخرين في تخطيط الاتصال عندما يكون لذلك قيمة وتشاور مع الاخرين يمكن ان يكون اسلوبا مفيدا في الحصول على وجهات نظر اضافية تتعلم بكيفية معالجة الاتصال .
 - ❖ عليك ان تراعي اسلوب الرسالة كما تراعي محتواها : لا يتأثر المستمع بالرسالة بماذا قيل فقط وانما بكيفية ابلاغها وقولها ونبرة الصوت وتعابير الوجه واختيار الكلمات و اللغة التي تؤثر كلها في رد فعل المستمع .
 - ❖ انقل معلومات مفيدة عندما يكون ذلك ممكنا : يتذكر الناس عادة الاشياء المفيدة لهم ، فاذا اراد الرئيس من المرؤوسين ان يتذكروا رسالة فيجب عليه صيغتها بحيث تأخذ بالاعتبار اهتمامات و احتياجات المرؤوسين و كذلك المنظمة .
 - ❖ تابع الاتصال : يجب ان يطلب المدير من المرؤوسين التغذية الراجعة كي يتأكد ما اذا فهم المرؤوسون الرسالة وهل مستعدون للاستجابة لها .
 - ❖ تذكر عندما تقوم بالاتصال ان يتوافق ويقابل الظروف الحالية : بمعنى تصميم الاتصالات لغرض تحسين الاداء و الروح المعنوية وان تكون ذات قيمة .

- ❖ اربط الأقوال بالأفعال : عندما يناقض المديرين أنفسهم بان يقولوا شيء ويفعلوا شيء آخر .
 - ❖ كن مصغيا جيدا فالمدير يستطيع ان يحصل على فهم افضل بكثير وذلك بتركيزه على المعاني الصريحة و الضمنية للمتكلم .
- دور المدير في تحسين فاعلية العملية الاتصالية ونجاحها في المنظمة :
- يمثل المدير احد الاركان الاساسية في المنظمة ، وعملا مهم يؤثر في نجاحها او فشلها فلا تقتصر مسؤوليته على التخطيط ، التنظيم ، التوجيه و الرقابة فحسب بل تتعداها ليكون مسؤولا عن التطور التنظيمي وادارة الصراعات و اتخاذ القرارات المبينة على التنبؤ و استقراء المستقبل فتتضح هنا اهمية و دور المدير في تحسين عملية الاتصال و فاعليتها في المنظمة بما اكده علماء الادارة و الاتصال على مسؤولية المدير في تحسين عملية الاتصال و فاعليتها في المنظمة بما اكده علماء الادارة و الاتصال على مسؤولية المدير في تحسين نظام الاتصالات بالمؤسسة وجعله اكثر فاعلية بما يأتي :
- نظرة المدير الشاملة في المنظمة كنظام مفتوح من خلال ربط اهدافها بأهداف النظام ككل .
 - حسن نظرة المدير للأخريين كنظرة صحيحة تتفق مع طبيعة المفاهيم الحديثة في التفكير الاداري من حيث كون الانسان نشيطا وقادرا على الابتكار .
 - عدم حرص المدير على المعنى الجاف للسلطة وذلك من منطلق كونها مصدرا للقوة يستطيع من خلالها توفير الجزاءات وازال العقوبات المختلفة بل يعين عليه ان يتمسك بنظرة العمق للسلطة من حيث القدرة على الاقناع للعاملين وقد اثبتت الدراسات ان العمل القائم على الاقناع يتميز من حيث الكم و النوع بميزات افضل من العمل القائم على الضغط .
 - تمسك المدير بالمعنى الافضل لمفهوم الاتصالات ، مع عدم اقتصار النظرة على انه مجرد نقل وتبادل الافكار و المعلومات بصور جافة .
 - عدم اغفال المدير للتنظيم و الاتصال الغير رسمي .
 - النظر الى النزاع داخل المنظمة على انه ظاهرة طبيعية لا يمكن تجنب حدوثها .
 - القول المناسب في الوقت المناسب .
 - القدرة على الاصغاء واتباع قواعد الاستماع الجيد .
 - تجنب المناقشات الحادة والانفعال العاطفي مع المرؤوسين .
 - حسن استخدام المدير للألفاظ و المصطلحات في مجال العمل .
 - القدرة على التنسيق من حيث تبادل المعلومات مع الادارات و الاقسام الاخرى .
 - التمتع بمهارات انسانية تتمتع بالاحتكاك اليومي في صورة اتصالات وعلاقات تفاعل و مهارات فنية خاصة بالعمل .

- اتخاذ القرارات الادارية السليمة مع الاعتماد على المعلومات السليمة في الوقت المناسب لمزاولة العملية الاتصالية.
 - اليقظة و الدراية بمجريات الامور في بيئة العمل و القدرة على التصرف .
 - الاهتمام بالوقت ودراسة البدائل وتوزيع الوقت حسب الاولوية ¹.
- المطلب الرابع : معيقات العملية الاتصالية .**

معوقات الاتصال لا تقتصر على انتاج الافكار والآراء والمعتقدات و نقلها من شخص الى اخر بل تتعداه لمجموعة من الافراد من حيث الاستقبال و الارسال ولذلك فإنها تتعرض لمعيقات مختلفة ، تعمل على تشييت المعلومات او تصفيتيها الامر الذي يحد من فاعليتها ونجد ان هناك انواع من المعوقات هي :

المعوقات الشخصية : وهي التي تعود للشخص نفسه سواء كان المرسل او المستقبل وتحدث عكسيا بسبب الفروقات الفردية مما يجعل الافراد يختلفون في احكامهم عن الاشياء وبالتالي فهمهم لعملية الاتصال و اهم هذه المعوقات هي :

- * تباين الادراك : تباين بين الافراد في ادراكهم للمواقف المختلفة بسبب اختلافاتهم الفردية والبيئية .
 - * الاتجاهات السلبية : وتتضمن اتجاهات المرسل السلبية اتجاه نفسه واتجاه الموضوع المستقبل فتتبلور هذه الاتجاهات السلبية بآراء تعبر عن وجهة نظر غير مرضية نحو المرسل او الموضوع او المستقبل .
 - * القصور في المهارات : ان الاتصال الجيد يتطل توافر مهارات معينة في كل من المرسل و المستقبل كمهارة التحدث والكتابة و التفكير المنطقي و الكتابة... الخ .
 - * تشويه وترسيخ المعلومات : فالتشويه عمل مقصود يهدف الى الحصول على نتائج تخالف اهداف التنظيم الرسمي .
 - * سوء العلاقات بين الافراد: له اثر عام في سير عملية الاتصال وفاعليته ، حيث تكون المعلومات .
- المعوقات التنظيمية :

هي المعوقات الناشئة عن طبيعة التنظيم كمرکزية التنظيم وعدد المستويات الادارية وتجانس الجماعة فالمرکزية تحتم رجوع الفرد لرئيس واحد يملك قدرا كافيا من المعلومات عن مراكز التنفيذ ن الامر الذي يقلل من سرعة الاتصالات و يزيد من وجود احتمالات كثيرة لضياح المعلومات وعدم صحتها . كما ان تعدد المستويات الادارية يعني طول المسافة بين القاعدة و قمة الهرم في الهيكل التنظيمي ومرور المعلومات بسلسلة من المستويات الادارية مما يعرضها لعمليات التحريف و الحذف .

¹ ابراهيم خليل خضر، مرجع سبق ذكره، ص ص35-38.

كذلك من المعوقات التنظيمية معوقات تتعلق بوسيلة الاتصال التي تربط الافراد داخل التنظيم وذلك في حالة استخدام وسيلة ما دون ملائمتها لطبيعة المستقبل ، بالتالي استخدام قناة غير مناسبة او غير متوافقة مع الرسالة .
معوقات تتعلق بالموقف الاتصالي بشكل عام :

*وجود بعض المعوقات الاجتماعية المرتبطة بالبيئة الثقافية او الاجتماعية منع عادات وتقاليد وقيم و ظروف اجتماعية و اقتصادية وسياسية ، قد تكون مقاومة ومعوقة لهدف الاتصال بالتالي تحد من التأثير الايجابي لعملية الاتصال .

*ما يصاحب التقدم التكنولوجي من سرعة هائلة في تدفق العديد من الرسائل ومن ثم التعامل مع كم كبير وهائل منها في وقت واحد وما يصاحب ذلك من الاختلافات في التغيير و الفهم وتشويشها على بعضها البعض نتيجة لهذا التراكم .

*الموقع الجغرافي : ان بعد المسافة بين مراكز اتخاذ القرارات ومراكز التنفيذ تؤدي الى صعوبة الاتصال بينهما في الوقت المناسب مما يسبب في تأخير الاعمال و يزيد الضغط على وسائل الاتصال المختلفة .

*الافراط في طلب البيانات من قبل الاجهزة الرقابية المختلفة تؤدي الى اختناق قنوات الاتصال في المنشأة عن ممارسة العلاقات الانسانية عن طريق الاتصال المباشر مع الافراد ، كما انها تؤدي الى صراع الدور عن العاملين.

*عدم وجود نشاط اجتماعي في المنظمة يعتبر من الوسائل التي تبعد بين الافراد وتحد من الاتصال بينهم فالمناخ الاجتماعي الجيد يؤدي الى ممارسة عملية الاتصال الفعال .

المعوقات الفنية :

تتميز المعوقات الفردية والتنظيمية بالصعوبة ، الا ان المعوقات الفنية والتكنيكية والتي مصدرها عدم وضوح الاهداف او التعليمات او عدم استخدام الوسيلة الملائمة او نقص في الخطط فهي أكثر سهولة في علاجها من المعوقات الاخرى التي تتعلق بالانفس البشرية .

معوقات اتصال مرتبطة بالجانب الاقتصادي للعمل :

تتمثل في ما يلي :

*عدم وضع سياسة محددة للأجور و المرتبات ، فتكون هناك صعوبة في التنبؤ بكيفية الدفع ومواعيده فتتضارب التزامات العاملين المادية بسبب سوء الاتصال وعدم توفير المعلومة والمعرفة .

*عدم وضوح السياسات المتعلقة بالأجور والمرتبات .

*عدم وجود نظام لقياس الانتاجية ، فهو يسهم في تسيير الانشطة الادارية من خلال تحديد الاهداف بصورة ادق حيث انه تصبح الاهداف اعم واشمل دون توافر طرق القياس فيصعب اختيار القرار السليم .

*العشوائية في اختيار العمل الاضافي والذي يؤثر بطريقة مباشرة على علاقة العاملين ببعضهم البعض وعلى نظرة العاملين بالإدارة العليا .¹

المطلب الخامس : اهمية العملية الاتصالية .

ان عملية الاتصال -في اساسها- تعمل على تغيير في البيئة او في الاخرين فالمرسل يقصد من ارساله الرسالة التأثير في مستقبل معين ،لذا يجب التمييز بين مستقبل مقصود وآخر غير مقصود في عملية الاتصال وتأسيسا على ذلك يتوجب ان تصل الرسالة الى الطرف المقصود وليس غير المقصود ،حتى تؤدي الرسالة غرضها . فالغرض من عملية الاتصال والمستقبل لا ينفصلان ، فكل اتصال له غرض الا وهو الحصول على استجابة معينة من شخص معين او مجموعة من الاشخاص ،فقد لا يستجيب المستقبل بالشكل الذي يقصده المرسل .²

حيث أن الاتصال يعمل على استمرارية النشاط في المنشأة و اطراد نموها وبقائها، فهو بمثابة النبض الحي بها اذا توقف أو ضعف او قامت عوائق -مادية او بيئية او تنظيمية او سلوكية - في سبيله تأثرت الادارة والجماعة في العمل . فالاتصال يمثل دورا مهما في عمل اجهزة المجتمع ومؤسساته المختلفة، فلا يمكن وجود مؤسسة بدون اتصال فمهما توفر لها من موارد وامكانيات فانه لا يمكن الاستفادة منها بشكل جيد دون توفر اتصال دائم ومستمر بين أفراد الجماعة بكافة المستويات التنظيمية لن فاعلية العملية الادارية تتوقف على فاعلية وكفاءة قنواتها الاتصالية المختلفة والتي ترب بين قنوات اتصالاتها المختلفة بينها وبين المجتمع الذي يتفاعل ويتعامل معها .

اذن فنجاح الادارة في تحقيق أهدافها يرتبط بشكل كبير بنجاح عملية الاتصال فيها ، بمعنى أن العملية الاتصالية لها دور مهم وفعال لتحقيق الأهداف وغايات المؤسسة .³

¹ محمد الفاتح محمود بشير المغربي، السلوك التنظيمي، ط1، دار الجنان للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2016، صص 173-176.

² ياسر عبد الله طبت ، العلاقات العامة في المؤسسات الاعلامية، مطبعة ابو عمار، للنشر و التوزيع، السودان، 2019، صص 63.

³ <https://www.omandaily.om//05/05/2022,22.30h>.

المبحث الرابع : الاتصال الداخلي في المؤسسة .

المطلب الاول : مفهوم الاتصال الداخلي في المؤسسة الاعلامية.

يعرف الاتصال الداخلي على انه : وسيلة التعريف بالأهداف و القرارات وتوضيحها لجميع العاملين وتوزيع العمل وحل المشكلات وتتبع الجهودات .¹

هو نوع من انواع الاتصال الذي يتم داخل المنظمات والذي يهدف الى ضمان انسياب المعلومات بأقصى درجة ممكنة من المستويات الادارية المختلفة الى المرؤوسين وانتقال رجوع الصدى من هؤلاء المرؤوسين الى المستويات الادارية المختلفة في المنظمة .²

يعرف الاتصال الداخلي على انه ذلك الاتصال الذي يمكن الأفراد من معرفة طريقة سيران عمل المؤسسة من خلال قنوات الاتصال بين الرؤساء والمرؤوسين .³

مجموعة من المبادئ الخاصة بالعمل وتنفيذه من اجل حث الكل على علاقات احسن للوصول الى عمل مشترك جماعي .⁴

المطلب الثاني : أشكال الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية .

هناك مجموعة من الأشكال الاتصال الداخلي التي تخدم التنظيمات الداخلية والإدارية للمنظمات لمختلف انواعها وسندكر أهمها:

1. اتصالات شفوية:

يتطلب هذا النوع من الاتصالات الشفوية على تبادل المعلومات والبيانات والأفكار والآراء الإدارية بين طرفين أو أكثر عن طريق الكلمات المنطوقة والحوارات ومنها : المقابلات ، الاجتماعات ، الشكاوي ، حوارات ، أحاديث جانبية ... الخ.

2. اتصالات مكتوبة (تحريرية) :

يتمثل هذا النوع من أساليب الاتصال على ارسال ونقل وتبادل الرسائل كتابيا سواء على شكل تقارير أو وثائق أو مستندات أو غير ذلك ومنها تقارير ، تعليمات مكتوبة ، دعوات مكتوبة ، رسائل الكترونية ... الخ.

3. اتصالات الكترونية:

¹ مصطفى حجازي، الاتصال في العلاقات الانسانية و الادارة ، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات للنشر و التوزيع، بيروت، 1990، ص17

² علي عوجة وآخرون، مقدمة في وسائل الاتصال، ط1، دار المصباح، جدة، 1989، ص40.

³ مكي عاطف، التنظيم الاداري للقنوات الفضائية، ط1، اطلس للنشر و الانتاج الاعلامي، الجزيرة، 2013، ص40.

⁴ Olivieraim، telephone billt، communication dunod، pris، 2015 ،p2

أحدثت ثورة التكنولوجيا والمعلومات والاتصالات تحولا كبيرا في أساليب الاتصالات الإدارية فقد أتاحت هذه الثورة عصر الأنترنت والاقتصاد الرقمي أساليب وطرق مبتكرة ومتنوعة لتبادل تلك المعلومات الإدارية والوثائق بين العاملين فقد برزت تقنيات متطورة فعالة وسريعة أحدثت التغير الكبير مثل الأنترنت والإكسترنات ، أجهزة الهواتف الذكية ، البريد الصوتي والإلكتروني ، مؤتمرات الفيديو وغيرها.

4. اتصالات غير لفظية (لغة الجسد) :

تعتمد الاتصالات الغير لفظية على الاستخدام المقصود وغير المقصود تعابير والجسد لنقل اشارات وإيماءات وإيماءات توصي برسالة او معنى معين وتقدر بعض الدراسات ان نسبة استخدام لغة الجسد في الاتصال تفوق 99% فيرى بعض الباحثين ان الاتصالات الغير لفظية تتمتع بقدر عالي من المصدقية والحقيقة وقوة الفهم والتأثير على المستلم خصوصا اذا ما اجاد المرسل استخدامها فوفق الباحثين قد توحى لغة الجسد بأشياء دفيئة لدى مصدرها وهذا ما يجعلها اداة جيدة للحكم على تصرفات مصدرها او اعطاء مفاتيح لشخصيتها ، نذكر منها حركة الراس ، العيون ، الدفع ، اللكم و الاشارات ...¹

المطلب الثالث : وسائل الاتصال الداخلي في المؤسسة الاعلامية .

للاتصال الداخلي الكثير من الوسائل الاتصالية التي تسهل عملية التواصل بين افراد المنظمة وتزيد من مرونة العمل و سلاسة نقل المعلومات بمختلف انواعها حيث نجد :

- النشرات الخاصة بالمنظمة .
- الكتيبات .
- المراسلات.
- الاتصال الهاتفي
- الاجتماعات الدورية .
- الدعوات العامة والزيارات الصحفية .
- المؤتمر الصحفي .
- المعارض التلفازية .
- الاذاعة الداخلية والدوائر التلفزيونية المغلقة.
- الاحاديث و الخطب العامة .²

تقسم ايضا الى:

¹ نضال فلاح الضلاعين ،مرجع سبق ذكره،ص89.

² عبد الناصر جرادات ،عبد الناصر جرادات ، اسس العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق،ط1،دار البيازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان الاردن،2009،صص120-141.

- المراسلات.
- المرفقات .
- المطبوعات.
- النشرات.
- الكتيبات.
- الاجتماعات.
- الندوات.
- الدورات التدريبية.
- صندوق الشكاوي .
- صندوق المقترحات.¹

المطلب الرابع: اهداف الاتصال الداخلي في المؤسسة الاعلامية .

تفترض مؤسسات كبيرة ان عاملها يعرفون بالفطرة كيفية اقامة علاقات عمل جيدة مع زملائهم وانهم يعرفون تشخيص المشكلات وتسوية الصراعات .

صحيح ان معظم الموظفين يتعاملون بشكل جيد وسليم ، لكن هذا لا يحدث دائما فأعباء العمل ثقيلة والساعات الطويلة تؤدي الى الاجهاد والاحباط فتدفع افراد العمل الى التصرف بطرق مخالفة لطبيعتهم وهناك اساليب كثيرة لإدارة الصراع لكن المشكلة لا تكمن في الصراع نفسه لان وجود قدر معين من الصراع يكون مفيدا حيث يسمح لأفراد الفريق بالتعبير عن آراء وافكار متعارضة ويتيح للمجموعة الاستفادة من ذكاءها الجماعي .

حيث يهدف الاتصال الى :

- ✓ استخدام الكلمات و الحركات وغيرها لتبادل المعلومات .
- ✓ وضع الافكار في صياغة رسالة وفي وسيلة مناسبة بحيث يمكن ان يفهمها الطرف الاخر ويتصرف بالشكل المطلوب .
- ✓ اعلام المرؤوسين بتعليمات خاصة بتنفيذ اعمال او الامتناع عن تنفيذها بشكل معين وفي وقت معين .
- ✓ اعلام الرؤساء بما تم او بالمشكلات التي ظهرت في التنفيذ، الاقتراحات ومشكلات المرؤوسين بصفة عامة .
- ✓ اعلام المرؤوسين بالأهداف المطلوب تحقيقها والسياسات التي تقررت والبرامج والخطط التي وضعت والمسؤوليات والسلطات التي تحددت .

¹ مدحت محمد ابو النصر، مرجع سبق ذكره، ص ص 57-58.

المطلب الخامس : أهمية الاتصال الداخلي في المؤسسة الاعلامية .

ويعتمد تكوين علاقات زملاء العمل على الشراكة الفعالة والروابط القوية و الاهتمامات المشتركة حيث تزداد هذه الروابط بشكل كبير خصوصا عند حدوث الضغوطات و الازمات ، فان الجميع يلتفون حول بعضهم البعض مثل رجال الدفاع المدني ، او المواقف المهتدة للحياة ، فالاتصال داخل المنظمات مثل شرايين الدم التي تجري في جسم الانسان تحمل خلاياه ، اعضاءه ، الغذاء ، الطاقة وتطرد عنه السموم .

يمكن تحديد أهمية الاتصال في المؤسسة في ما يلي :

- حاجة العاملين للمعلومات المختلفة في العمل .
- حاجة العاملين للمشاركة الفعالة في العمل .
- مزولة العاملين لعملية الاتصال لإنجاز اهداف معينة .
- مساعدة العاملين في إنجاز الاعمال اليومية .
- توجيه وتحفيز العاملين ونصحهم وارشادهم .
- استقبال الجمهور والعملاء وتقديم الخدمات لهم ¹.

ومما سبق نجد انه لا غنى للإنسان عن الاتصال لأنه يستمر مع استمرار الحياة ولأنه حاجة نفسية واجتماعية اساسية ويمكن تلخيص أهمية الاتصال الداخلي في المنظمات الاعلامية ، هذا في انه سر نجاح المنظمات واستمراره كونه الوسيلة المثالية للحوار والتبادل بين الافراد العاملين بشكل دقيق وشفافية عالية ، من هنا يتم تحقيق اهداف المؤسسة كما ان له الدور الفعال في خلق جو تعاوني وهذا ما يؤدي الى نتيجة تسهيل عملية سير الاعمال في المؤسسة ، كما ان الاتصال اذا كان ناجحا وشاملا لجميع الافراد العاملين فانه يحقق الرضا الوظيفي لديهم وبالتالي فهو يساهم في زرع روح التعاون و التناسق سواء في ما بين الموظفين او في الوظيفة في حد ذاتها وهذا ما يمكن من اتخاذ قرارات قوية وناجحة عن طريق تفعيل العلاقة بين الادارة و العاملين ، من خلال هذا يمكننا القول أن الاتصال الداخلي يحقق التفاعل والتمازج في مختلف العمليات الادارية انطلاقا من العنصر البشري الى عملية التخطيط ، التنظيم ، التنسيق ، القيادة وتوزيع المهام والمراقبة وغيرها من الانشطة .

¹ - أميرة منصور علي ، سلوى عثمان الصديقي ، الاتصال و الخدمة الاجتماعية ، صدار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2005 ، ص 130.

من خلال ما سبق وما تطرقنا اليه في جميع السطور يمكن القول ان اهمية الاتصال ودوره الفعال في حياة الفرد والجماعة من بين العوامل والاسباب التي ادت الى دراسته كعلم مستقل بذاته لما له من دور ضروري في جميع مجالات وجوانب الحياة خاصة الجانب الوظيفي و المهني داخل المؤسسات باختلافها وكمثال لدراستنا للمؤسسة الاعلامية يمكننا القول بان الاتصال هو لب وجوهر كل منظمة والقول بمؤسسة جيدة ذات معايير عالية يعني ان الاتصال فيها ناجح وجيد ومعمول به .

الفصل الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

المبحث الأول : بطاقة فنية حول المؤسسة الإعلامية { إذاعة قلمة الجهوية }

المبحث الثاني : تحليل النتائج ومناقشتها

المبحث الثالث : مناقشة نتائج الدراسة

تمهيد:

لكل بحث علمي ودراسة ميدانية اطارها النظري والذي يعتبر بمثابة الأساس والمدخل لدراسة المتغيرات والتعرف عليها وفهمها جيدا، واطارها الميداني والذي لن تكتمل الدراسة الا في ظل وجوده والذي بدوره يهدف الى التحقق كليا من مضمون ما جاء به الجانب النظري

وتنطلق هذه الدراسة الميدانية المتناولة (العملية الاتصالية في المؤسسة الإعلامية _اذاعة قالمة_) وهذا لإدراك طبيعة العملية الاتصالية، دورها، أهميتها، كيفية سيرها وتأثيراتها على الجمهور الداخلي للمؤسسة

هذا الإطار يهدف الى التعرف بصورة تفصيلية وتفسيرية معمقة على مكونات وأجزاء إطار الدراسة

حيث يشمل هذا الأخير بطاقة فنية حول إذاعة قالمة الجهوية مناقشة وتحليل الجداول، النتائج في ضوء الفرضيات

النتائج العامة، المقترحات.

المبحث الأول : بطاقة فنية حول المؤسسة الإعلامية {إذاعة قالمة الجهوية }

التسمية: الإذاعة الجهوية .

الموقع : تقع إذاعة قالمة الجهوية في وسط مدينة قالمة .

المقر : مساحته 900 متر مربع .

تفاصيل المشروع : {عدد المكاتب 10 ، الاستديو هات 02، حظيرة للسيارات ، مولد كهربائي }

يقع المقر بشارع بومعزة السعيد {طريق بلخير _قالمة } يحده من الجنوب موقف لسيارات الاجرة ، من الشمال مقر الاتحاد العام للعمال الجزائريين ، ومن الشرق مديرية التربية ، من الغرب مباني سكنية .

تاريخ الانشاء : أنشئت إذاعة قالمة الجهوية 27-ديسمبر -2008 .

المدير : الأستاذ عبد الحميد ملوك .

عدد العمال : 35+1 .

02 اداريين ، 07 صحفيين ، 12 قسم الإخراج و التنشيط ، 06 تقنيين ، 03 سائقين ، 05 أعوان امن ووقاية

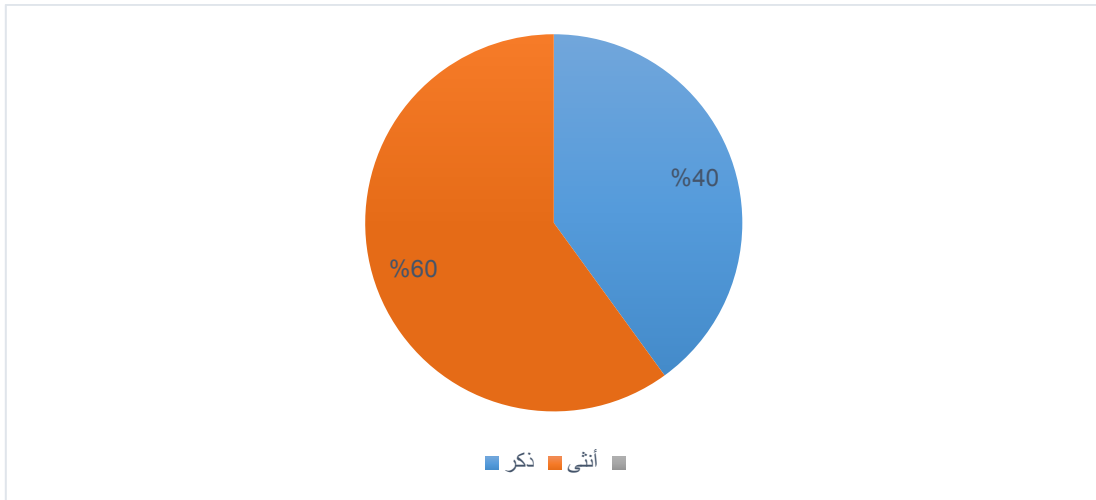
المبحث الثاني : عرض النتائج ومناقشتها

أولاً : عرض وتحليل البيانات الشخصية

المحور الأول : بيانات أولية

الجدول رقم 01 : يوضح عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
%40	8	ذكر
%60	12	أنثى
%100	20	الإجمالي



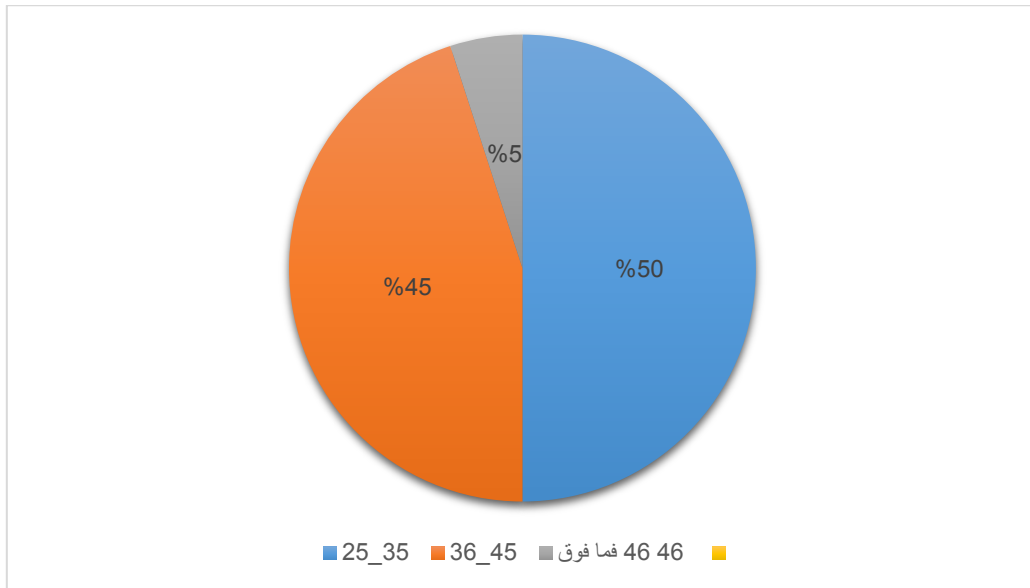
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه التعلق بمتغير الجنس و بالنظر الى تكرار افراد عينة الدراسة التي أجريت باذاعة قامة الذي بلغ عددهم 20 صحفي ، تبين لنا ان أكبر نسبة هي للإناث حيث قدرت 60 %
وعليه نستنتج أن اغلبة الموظفين في مؤسسة إذاعة قامة الجهوية هم من الجنس الانثوي ، حيث تليها نسبة الذكور والتي قدرت بـ %40.

الجدول رقم 02 : يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرارات	السن
50%	10	35_25
45%	9	45_36
5%	1	46 فما فوق
100%	20	الإجمالي

يتجلى من خلال المعطيات المتضحة في الجدول أعلاه ان اغلبية افراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 25_35 و ذلك بنسبة 50% نظرا لاعتباره السن الملائم للشخص العامل بالمؤسسة .

ومنه فإن أغلبية الصحفيين من فئة الشباب التي تتمتع بالعصرية و التجديد في المواضيع و مواكبة الحداثة والتطور.



الجدول رقم 03 : يوضح عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي للصحفيين

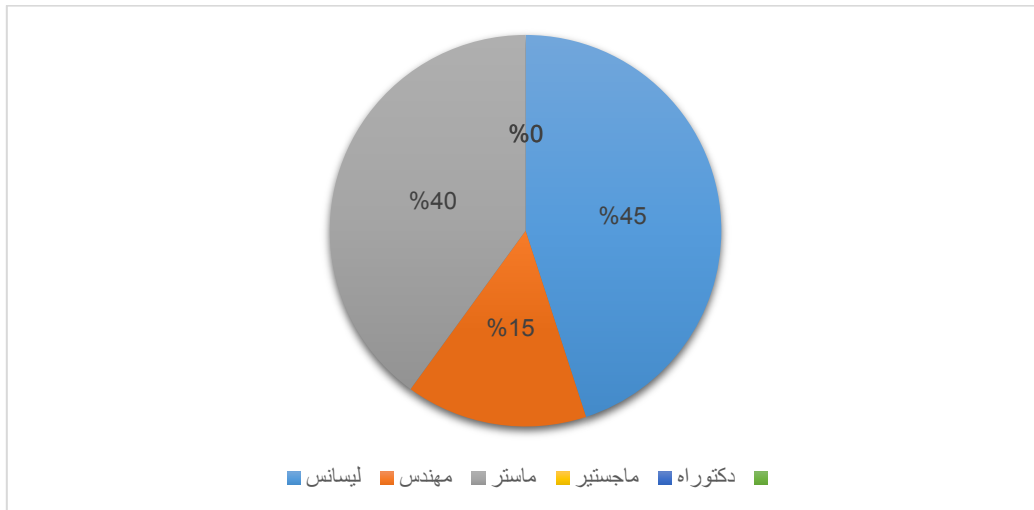
النسبة المئوية	التكرارات	الاحتمالات
%45	9	ليسانس
%15	3	مهندس
%40	8	ماستر
%0	0	ماجستير
%0	0	دكتوراه
%100	20	الاجمالي

بناء على معطيات الجدول أعلاه والذي يمثل المستوى التعليمي للصحفيين المتمركزين في إذاعة قلمة

نجد ان افراد العينة الذين تم اختيارهم في المؤسسة اجابوا بنسبة %45 على المستوى التعليمي ليسانس

أي ان المؤسسة تعتمد على هذا المستوى وهذا دليل على ان العمل في إذاعة قلمة يتطلب شهادات جامعية وكفاءات عالية تخدم مصالحها.

من خلال ما تم استنتاجه نجد ان المهنة الصحفية في إذاعة قلمة الجهوية لا تتطلب مستويات عالية كالمجستير، الدكتوراه، فكأدنى حد شهادات ليسانس والماجستير .

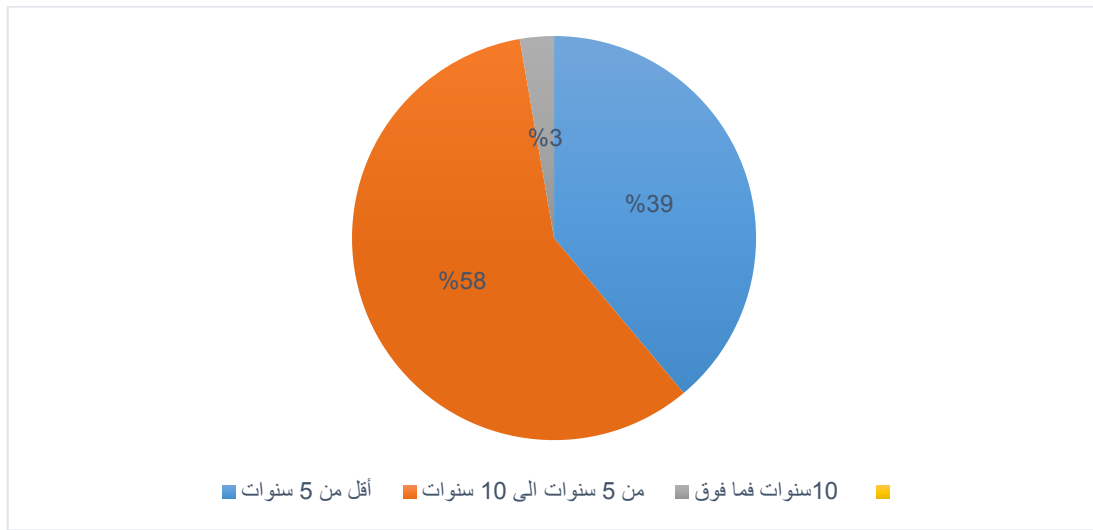


الجدول رقم 04 : يوضح عينة الدراسة حسب مدة الاقدمية في العمل

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	4	20%
من 5 سنوات الى 10 سنوات	6	30%
10 سنوات فما فوق	10	50%
الإجمالي	20	100%

يتضح لنا من الجدول أعلاه ان مدة الاقدمية في المؤسسة ان فئة 10 سنوات فما فوق تمثل الأكبر نسبة حيث تقدر بـ 50% من العدد الإجمالي.

ومنه نستنتج ان إذاعة قالمة الجهوية تحتاج الى خبرة كبيرة ، تجارب مهنية ، كفاءة عالية من الأداء والالتقان في العمل نظرا لطبيعة هذه النشاطات في المؤسسة التي تحتاج الكثير من الخبرات العلمية والإعلامية والتمتع بقدر كاف من المعلومات السابقة والمكتسبات القبلية ، التي يتمتع بها الصحفيين .



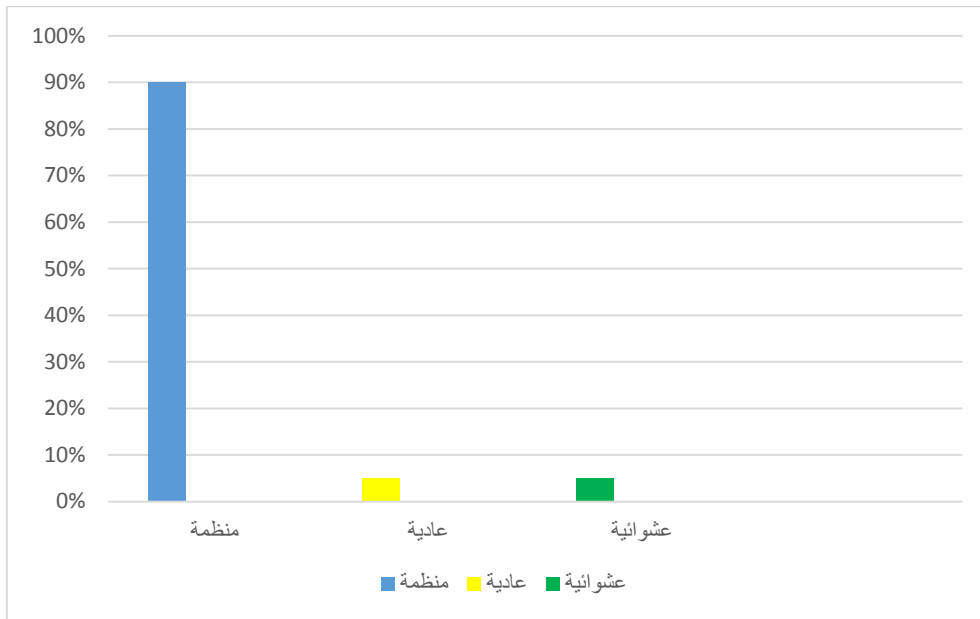
المحور الثاني : عرض وتحليل البيانات المتعلقة بطبيعة الاتصال داخل المؤسسة الإعلامية

الجدول رقم 05: سير عملية الاتصال في إذاعة قلمة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
منظمة	18	90%
عادية	1	5%
عشوائية	1	5%
الاجمالي	20	100%

حسب تحليل البيانات المبينة في الجدول أعلاه والذي يمثل كيفية سير العملية الاتصالية في إذاعة قلمة بين افراد العمل، بين لنا ان اعلى نسبة قدرت بـ 90% أجاب فيها المبحوثين بأن العملية الاتصالية تسير بطريقة منظمة بين الصحفيين.

نستنتج ان الاتصال يساهم بقدر عال في تنظيم مسار مهام الإدارة داخل المؤسسة، والتنسيق بين مختلف الوظائف والنشاطات في جميع الأقسام والمصالح.

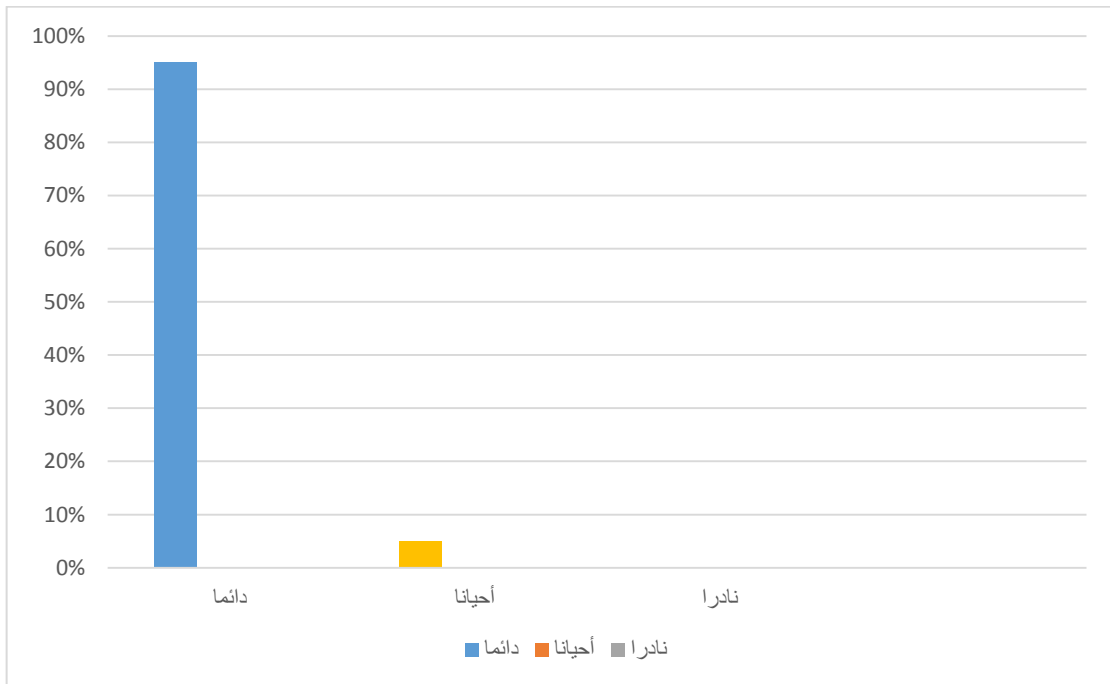


الجدول رقم 06: مساهمة الاتصال في تسهيل المهام في المؤسسة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	19	95%
أحيانا	1	5%
نادرا	0	0%
الإجمالي	20	100%

من خلال ملاحظتنا لبيانات الجدول أعلاه الخاص بتوزيع المبحوثين حول مساهمة الاتصال في تسهيل مهام المؤسسة نجد ان اغلبية افراد العينة أجابوا أن الاتصال يسهل المهام داخل الإذاعة بشكل دائم حيث قدرت نسبة الإجابات بـ 95 %

ومنه فالاتصال له أهمية كبيرة في تسهيل مهام الصحفيين، كل هذا يتجلى من خلال سلاسة الاتصالات بين الإدارة والموظفين في المؤسسة الإعلامية.

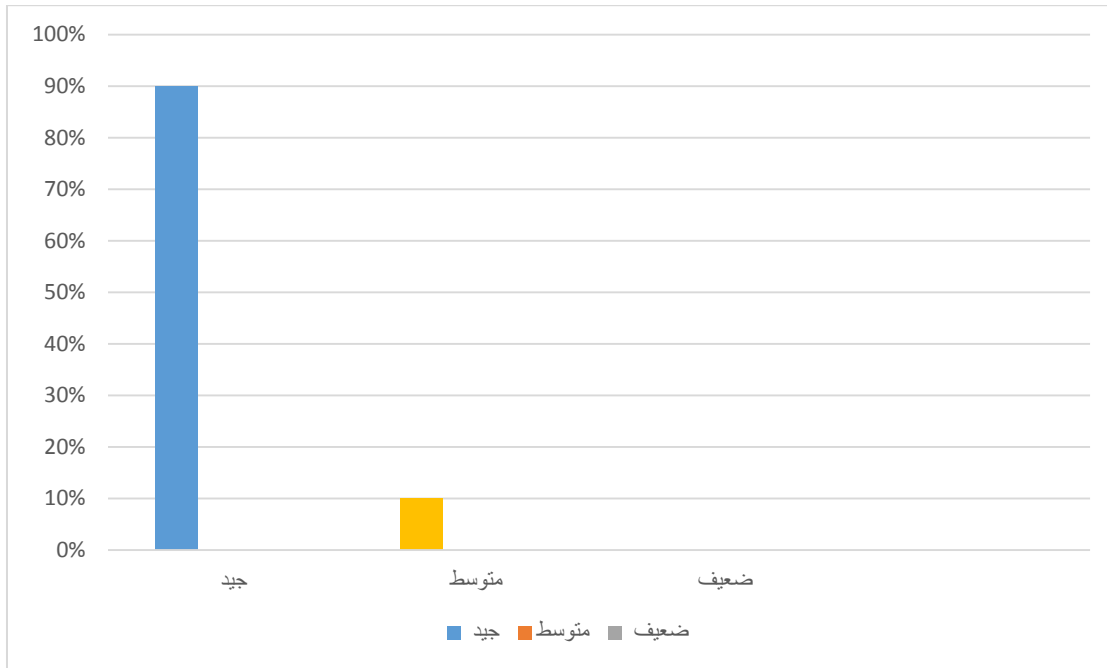


الجدول رقم 07: طبيعة الاتصال بين زملاء العمل

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
جيد	18	90%
متوسط	2	10%
ضعيف	0	0%
الاجمالي	20	100%

يفسر الجدول أعلاه ان أكثر نسبة من افراد العينة والتي تقدر بـ 90% ادلوا بان طبيعة الاتصال بين زملاء العمل جيد.

ومنه نستنتج ان الاتصال بين الصحفيين ينعكس جليا على أدائهم الوظيفي من خلال تحقيق الانسجام والتوازن وبذلك يؤدي دور فعال في المؤسسة فيما يخص سرعة العمل وسهولة نقل المعلومات وتبادلها فيما بينهم.

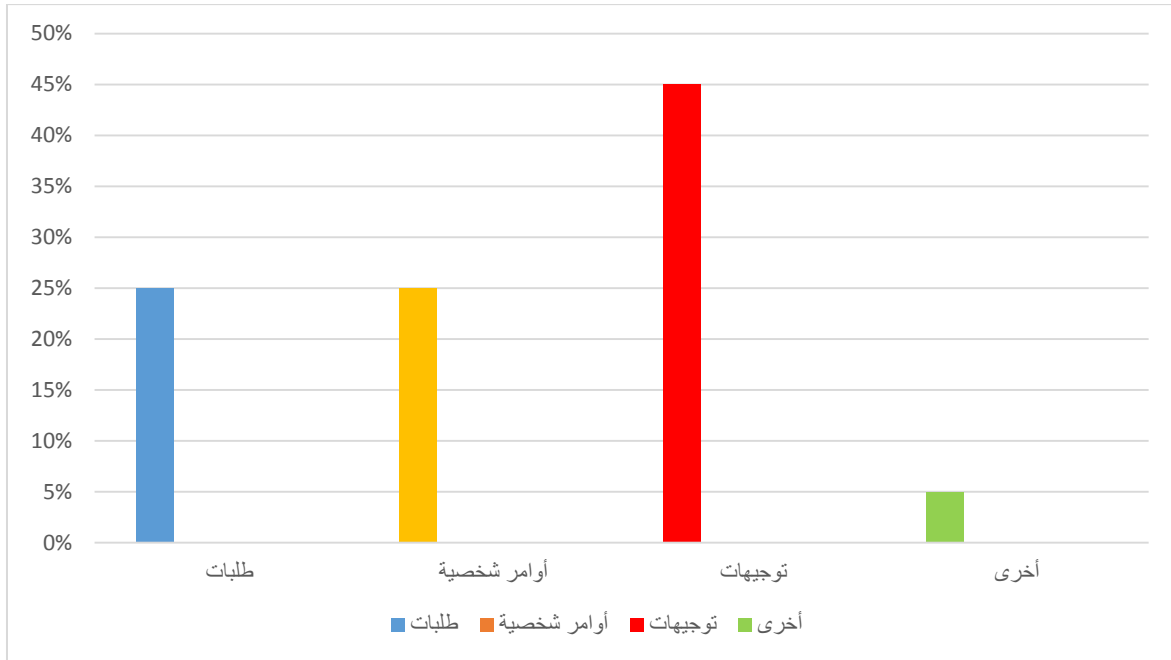


الجدول رقم 08 : كيفية استقبال المعلومات و البيانات

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
طلبات	5	25%
أوامر شخصية	5	25%
توجيهات	9	45%
أخرى	1	5%
الاجمالي	20	100%

من خلال تحليل بيانات الجدول الوضح أعلاه نجد ان المعلومات التي يستقبلها غالبية الصحفيين داخل المؤسسة الإعلامية من قبل رؤسائهم عبارة عن توجيهات، حيث قدرت بـ 45% من اجمالي الإجابات. اذن فاستقبال افراد العينة للمعلومات والبيانات يكون عن طريق توجيهات والتي تدخل ضمن الاتصالات النازلة من المسؤول الى الصحفيين.

ومنه نستنتج ان هناك جو من الاحترام المتبادل بين المسؤول والصحفيين من خلال تطبيق التوجيهات والتعليمات المكلفين بها، كل هذا يزيد من فاعلية الاتصال النازل داخل إذاعة قلمة .



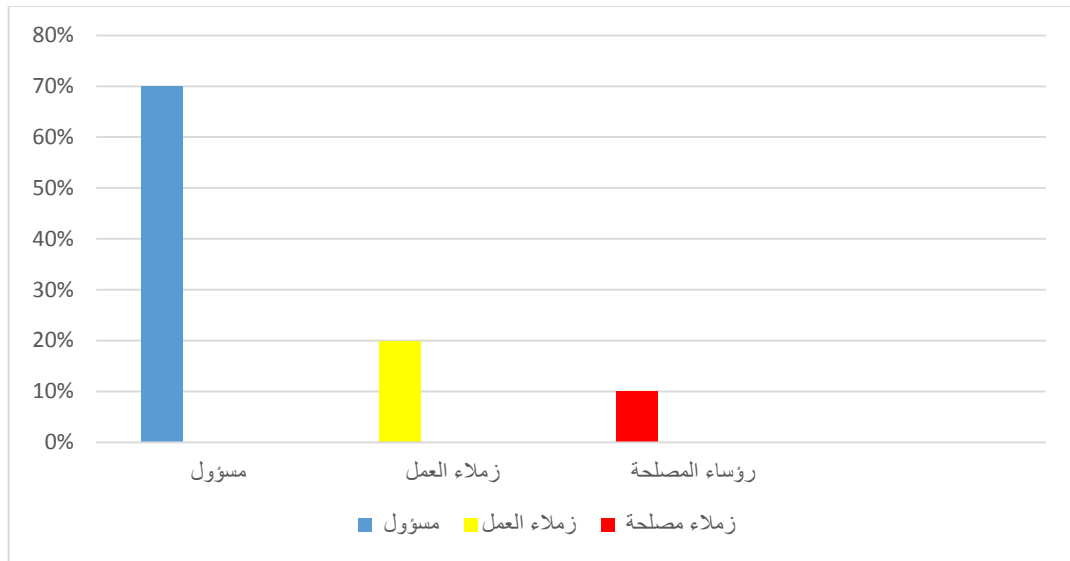
الجدول رقم 09: مصدر الحصول على المعلومات:

النسبة المئوية	التكرارات	الاحتمالات
70%	14	المسؤول
20%	2	زملاء العمل
10%	4	رؤساء المصلحة
100%	20	الإجمالي

من خلال تحليل بيانات الجدول التالي والذي يمثل مصدر الحصول على المعلومات داخل المؤسسة تبين ان النسبة الأكبر التي اختارت الإجابة عن المسؤول قدرت بـ 70%

ومنهم نفهم أن المسؤول هو المصدر الأساسي للمعلومات بمختلف أنواعها، أي أن الاتصال بين المسؤول وأفراد العمل هو اتصال مباشر وفعال مآبين الصحفيين والمدير في المؤسسة الإعلامية.

ومنهم نستنتج أن الباحثين يعتمدون بنسبة كبيرة على مسؤولهم في العمل لاتخاذ المعلومات نظرا لخبرته وكفاءته العلمية ومستواه التعليمي العالي، وقدرته على تمرير المعلومات بشكل جيد وصحيح هدفه المساهمة في تسهيل المهام.



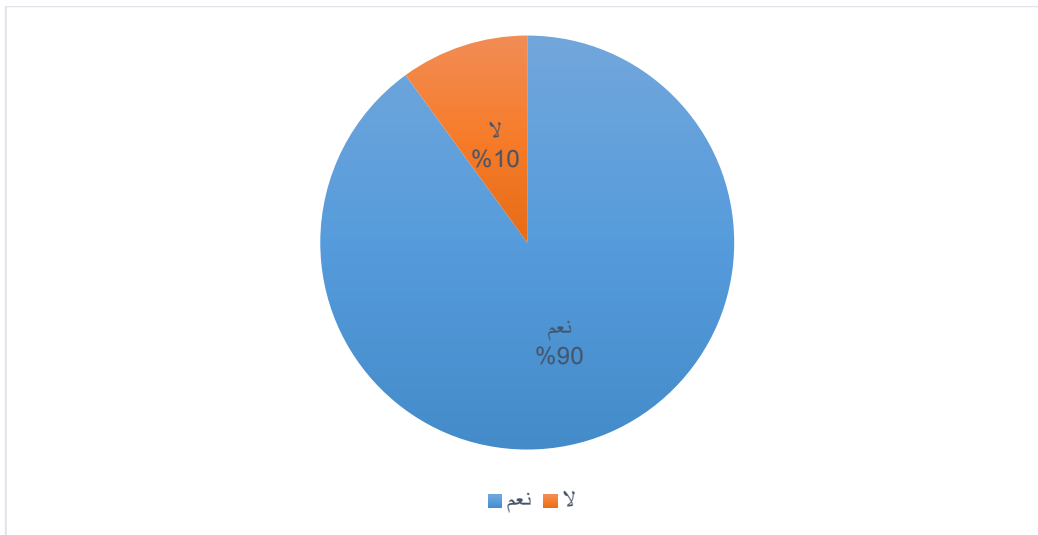
المحور الثالث: عرض وتحليل البيانات المتعلقة بدور الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية (إذاعة قالمة)

الجدول رقم 10: المشاركة في اتخاذ القرارات التي تخص المؤسسة

النسبة المئوية	التكرارات	بدائل الإجابة على السؤال رقم 10
90%	18	نعم
10%	2	لا
100%	20	الاجمالي

يبين لنا الجدول أعلاه ان غالبية افراد العينة يشاركون في اتخاذ القرارات التي تخص المؤسسة حيث وجدنا ان نسبة نعم هي الأكبر وقدرت بـ 90% من اجمالي العدد.

ومن هنا نستنتج ان المؤسسة تمنح لموظفيها حرية ابداء الرأي واختيار القرارات الصائبة التي تصب في مصلحة المؤسسة كل من شأنه المساهمة الفعالة في تسيير وتنظيم النشاطات والاعمال المختلفة داخل المؤسسة، وهذا راجع الى ثقافة الصحفيين ورؤساء المصالح فيما يخص تقبل الرأي الاخر والحوار المتبادل والاستماع لوجهة نظر كل الأطراف بصدر رحب وبالتالي نجاح العمل الجماعي بين اسرة الإذاعة مما يجعل المؤسسة ترتقي إلى الأفضل.

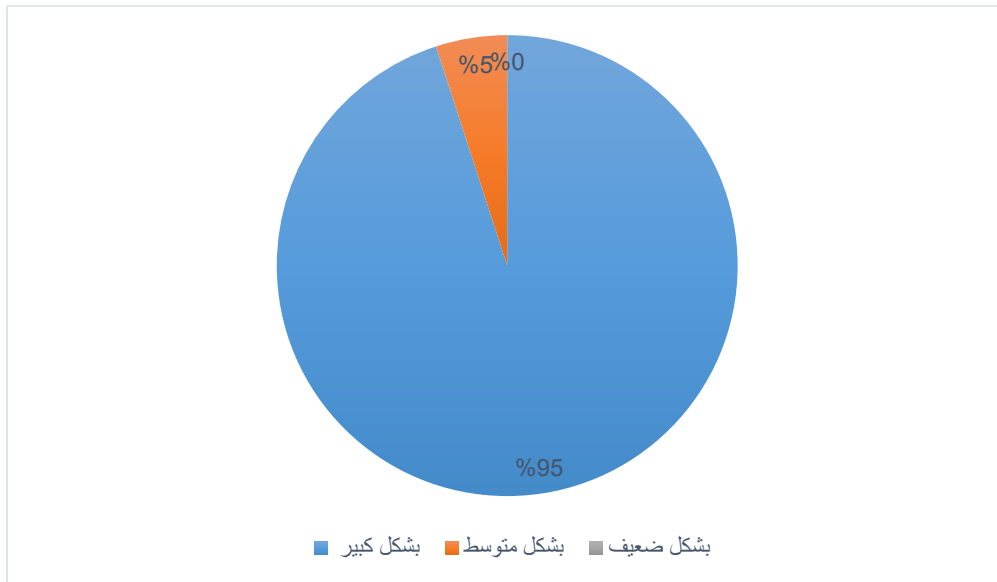


الجدول رقم 11: مساهمة الاتصال الداخلي في الترابط والتفاهم بين الصحفيين

النسبة المئوية	التكرارات	بدائل الإجابة على السؤال رقم 11
95%	19	بشكل كبير
5%	1	بشكل متوسط
0%	0	بشكل ضعيف
100%	20	الاجمالي

من خلال ما لاحظناه في الجدول أعلاه والذي يمثل كيفية مساهمة الاتصال الداخلي في الترابط والتفاهم بين الصحفيين اتضح لنا ان اغلبية المبحوثين كانت اجابتهم على ان الاتصال يساهم _ بشكل كبير _ في توطيد العلاقات بين افراد العمل داخل المؤسسة عن طريق التفاهم والتناسق والترابط فيما بينهم حيث قدرت النسبة بـ 95% من العدد الكلي .

اذن نستخلص ان الاتصال الداخلي له أهمية كبيرة في إنجاح المادة الإعلامية والعلاقات بين الصحفيين، كما انه يعمل على تقريب الموظفين من بعضهم البعض وزيادة الصلة والتعامل أكثر مع الإدارة.



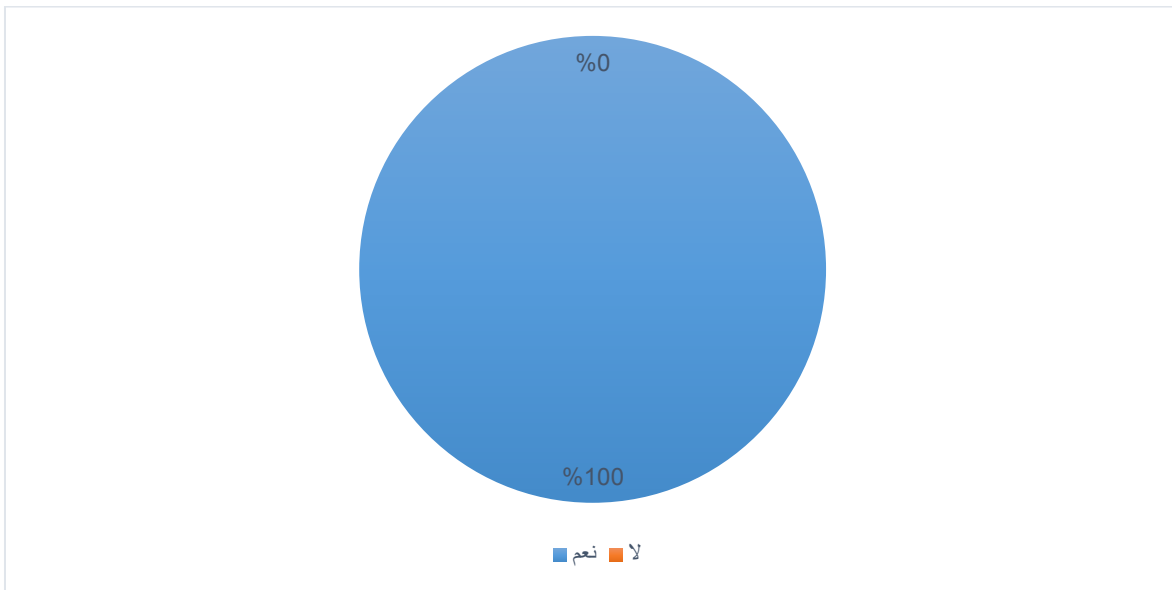
الجدول رقم 12: مساهمة الاتصال الداخلي في تحسين سيرورة العمل في المؤسسة

النسبة المئوية	التكرارات	بدائل الإجابة على السؤال رقم 12
100%	20	نعم
0%	0	لا
100%	20	الاجمالي

من خلال تحليلنا لمعطيات الجدول أعلاه يتضح لنا ان كل المبحوثين اجابوا ب "نعم" علم مساهمة الاتصال تحسين سير العمل داخل المؤسسة وقدرت النسبة المئوية ب 10%

هكذا نجد ان هناك ثقافة بين الصحفيين حول ادراكهم للأهمية التي يلعبها الاتصال الداخلي في تحريك عجلة عمل المؤسسة وضمان سيره بكل اريحية ومرونة تامة، اذ انه أساس العمل الإداري كما انه يلي احتياجات افراد العمل من ناحية التواصل المتبادل كل هذا يحقق الأهداف الرئيسية المراد الوصول اليها من طرف المؤسسة الإعلامية.

مما سبق نستنتج ان الاتصال الداخلي يحتل المركز الأول في تطوير مهام المؤسسة ونجاح عملها.

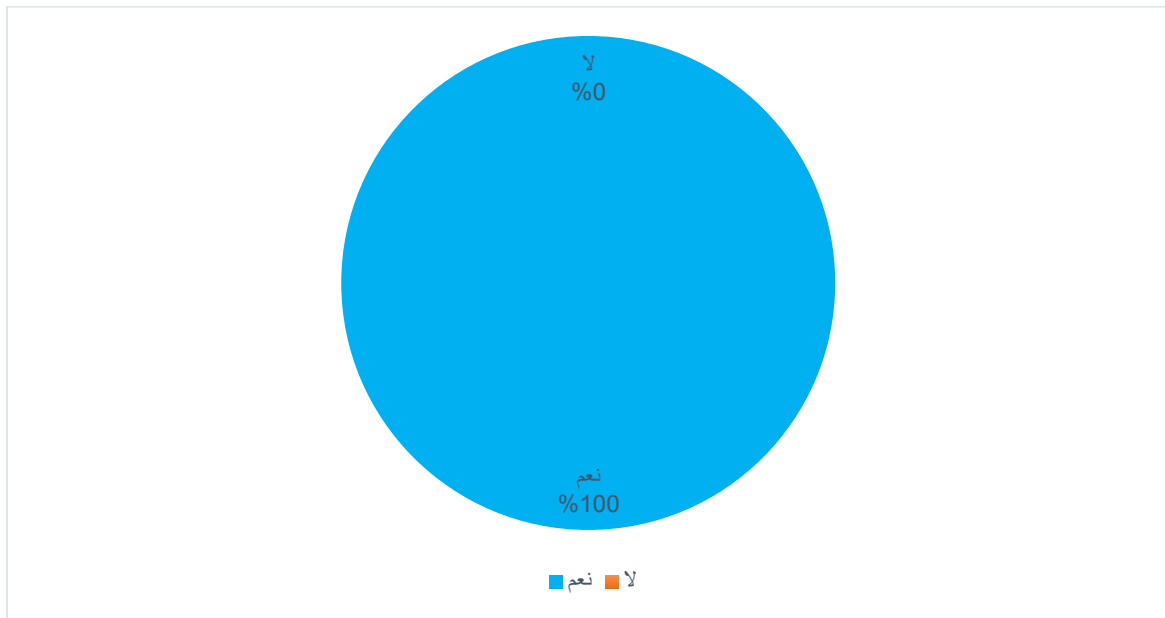


الجدول رقم 13: مساهمة وسائل الاتصال الداخلي في مرونة العمل

النسبة المئوية	التكرارات	بدائل الإجابة على السؤال رقم 13
100%	20	نعم
0%	0	لا
100%	20	الاجمالي

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح مدى مساهمة وسائل الاتصال الداخلي في مرونة العمل نجد ان كل إجابات المبحوثين كانت "نعم" بنسبة قدرت بـ 100%.

وهذا دليل على ان وسائل الاتصال الداخلي تساهم بدرجة عالية في سلاسة العمل إذاعة قامة الجهوية ، ولا يمكن للعمل ان يسير بشكل جيد وممتاز الا من خلال توفر الوسائل الاتصالية المتنوعة والمعمول بها بين مختلف فروع الإدارة واقسامها ، هذا كله يزيد من كفاءة العمل ، وزيادة الاحتكاك والترابط فيما بينهم وبذلك تقوية العلاقات داخل المؤسسة الإعلامية .



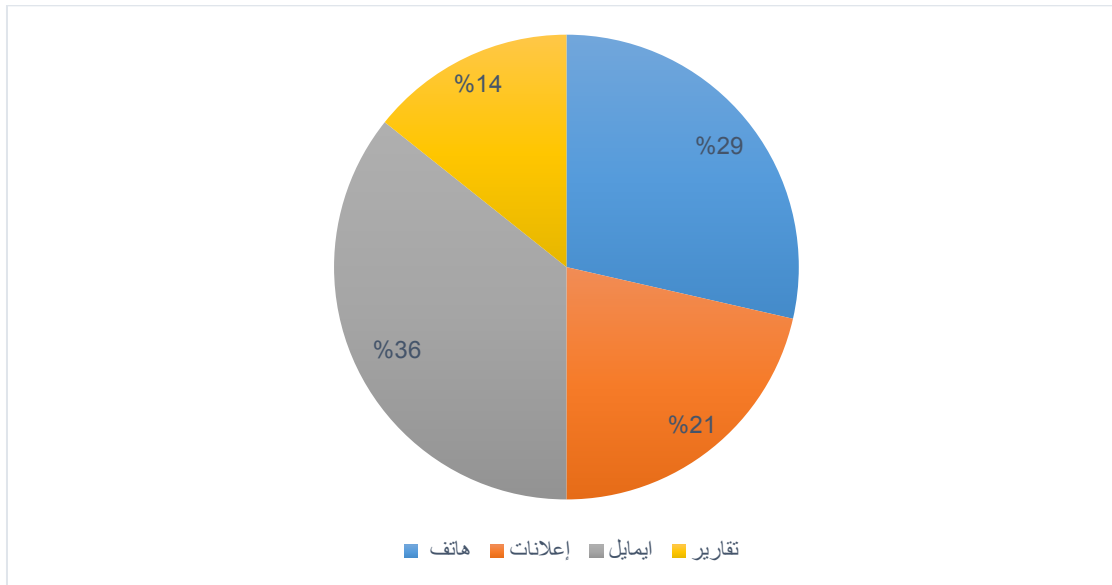
الجدول رقم 14: أهم الوسائل المستخدمة في المؤسسة الإعلامية

النسبة المئوية	التكرارات	يدائل الإجابة على السؤال رقم 14
20%	4	هاتف
15%	9	إعلانات
25%	5	إيميل
10%	2	تقارير
100%	20	الاجمالي

حسب تحليلنا لبيانات الجدول المبين أعلاه اتضح لنا ان الإعلانات هي أكثر الوسائل استعمالا في الاتصالات الإدارية داخل المؤسسة وذلك بنسبة 45% .

فإذاعة قلمة الجهوية تستخدم بكثرة الإعلانات لإعلام الصحفيين بكل المستجدات التي تحصل في المؤسسة وبكل المستجدات التي يطرحها المسؤول أكثر من أي وسيلة أخرى.

ومنه نستنتج ان الإعلانات هي الوسيلة الأولى والرئيسية للتواصل داخل المؤسسة لسهولة الحصول على المعلومات ونقلها من جهة الى أخرى بطريق واضحة وبسيطة ومفهومة لدى كل الصحفيين، ويمكن ان نقول ان المؤسسة لا تعتمد كثيرا على وسائل اتصال حديثة بل تلجأ وسائل اتصال مألوفة.



الجدول رقم 15: الأهداف التي يسحقها الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

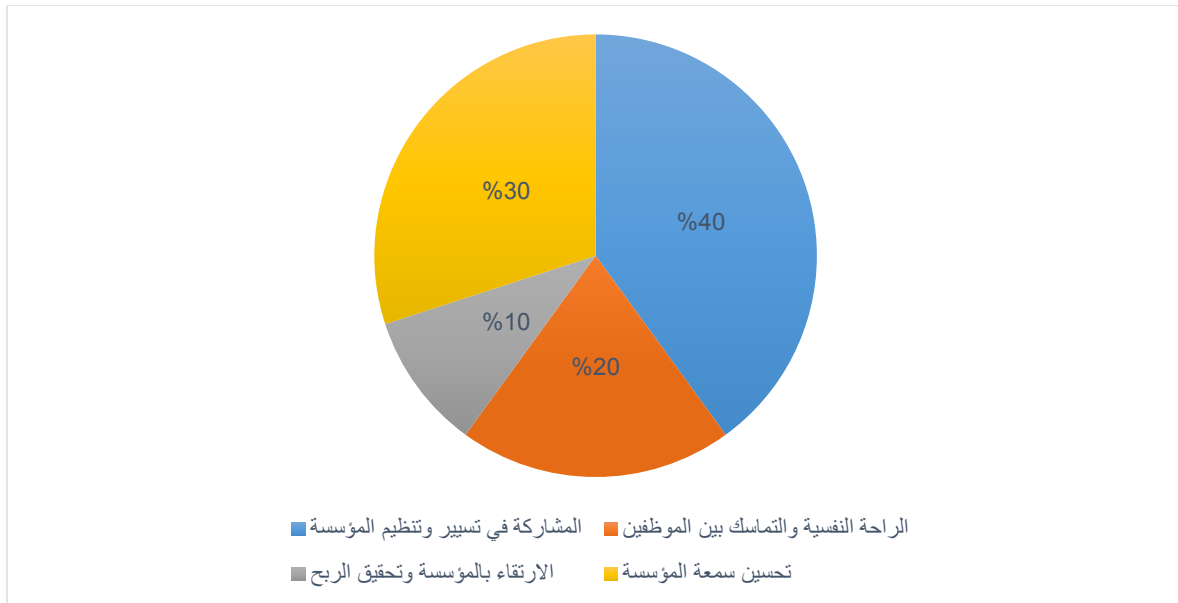
(إذاعة قالمة)

النسبة المئوية	التكرارات	بدائل الإجابة على السؤال رقم 15
40%	8	المشاركة في تسيير وتنظيم المؤسسة
20%	4	الراحة النفسية والتماسك بين الموظفين
10%	2	الارتقاء بالمؤسسة وتحقيق الربح
30%	6	تحسين سمعة المؤسسة
100%	20	الاجمالي

ان الهدف الرئيسي من انشاء أي مؤسسة إعلامية هو بالدرجة الأولى المشاركة في تسيير وتنظيم عمل المؤسسة الإعلامية _ إذاعة قالمة الجهوية _ هذا ما يؤكد الجدول المبين أعلاه.

حيث نلاحظ ان غالبية المبحوثين والذين قدرت نسبتهم بـ 40% يرون أن الاتصال الداخلي على مستوى إذاعة قالمة يتجلى في ضبط وتنظيم مهام الموظفين وأعمال المؤسسة بمختلف اقسامها ومصالحها

ومنه نستنتج أن الاتصال الداخلي الفعال له دور كبير في سيورة اعمال ومهام المؤسسة الإعلامية و بالتالي تحقيق أهدافها المسطرة .



المبحث الثالث: مناقشة نتائج الدراسة:

أولاً: مناقشة النتائج العامة في ضوء الفرضيات:

نتائج الدراسة في ضوء الفرضية رقم 01:

التي مفادها "سير العملية الاتصالية في المؤسسة الإعلامية (إذاعة قلمة الجهوية)

توصلت دراستنا الى نتائج تدل على صدق هذه الفرضية وصحتها وثبوتها، وهذا ما تؤكده النسب المتحصل عليها في الجدول رقم 05، والذي يوضح سير العملية الاتصالية في إذاعة قلمة بشكل منظم وهذا بنسبة 90

نتائج الدراسة في ضوء الفرضية رقم 02:

التي مفادها (يوجد الكثير من وسائل الاتصال في إذاعة قلمة)

توصلت هذه الدراسة الى نتائج تدل على صحة هذه الفرضية، وهذا راجع الى الاهتمام بالجانب التكنولوجي والتقني في إذاعة قلمة من قبل المسؤولين وهذا ما يوضحه الجدول رقم 13 والذي يؤكد على مساهمة وسائل الاتصال الداخلي في مرونة العمل بشكل كبير بنسبة 100، إضافة الى ما يوضحه أيضا الجدول رقم 14 الذي يبين اهم الوسائل المستخدمة في المؤسسة الإعلامية_إذاعة قلمة_ وهي الإعلانات بنسبة 45 تليها بنسبة اقل الايميل والهاتف.

نتائج الدراسة في ضوء الفرضية رقم 03:

التي مفادها (يلعب الاتصال الداخلي دورا هاما في المؤسسة كونه عامل أساسي في سير عملها الداخلي)

من خلال النتائج الميدانية المتحصل عليها من أسئلة المحور الثالث من الاستمارة والمعنون بدور الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية _إذاعة قلمة_ نستنتج ان الاتصال الداخلي يساهم في الترابط و التفاهم بين الموظفين بنسبة 95 وهذا ما يؤكده الجدول رقم 11، كما تؤكده النسب المتحصل عليها من السؤال رقم 12 حيث وجدنا أن هناك دور مهم وكبير في تحسين سيورة العمل في إذاعة قلمة.

ثانيا : النتائج العامة للدراسة :

قمنا في دراستنا بمحاولة معرفة كيفية سير وطبيعة العملية الاتصالية في المؤسسة الإعلامية (إذاعة قلمة الجهوية) لدى الصحفيين و ذلك من خلال تصميم استبيان يحدد العملية الاتصالية في الإذاعة حيث كان المحور الأول يتعلق بالبيانات الخاصة بالمبحوثين، أما المحور الثاني يخص البيانات المتعلقة بطبيعة الاتصال داخل المؤسسة الإعلامية والمحور الأخير خاص بدور الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية.

حيث توصلنا في دراستنا لجملة من النتائج الموضحة كالآتي :

1. اغلب أفراد العينة هم إناث بنسبة قدرت ب 60 %.
2. المبحوثين في إذاعة قلمة تتراوح أعمارهم بين 25_35 بنسبة 50%.
3. اغلب موظفي المؤسسة الإعلامية مستواهم ليسانس بنسبة 45%.
4. الصحفيين المتمركزين في إذاعة قلمة يمتازون بخبرة عمل 10 سنوات فما فوق .
5. العملية الاتصالية في إذاعة قلمة تسير بشكل منظم ومنضبط بين الكيان الإداري داخل المؤسسة .
6. الاتصال يساهم بشكل كبير في تسهيل مهام المؤسسة الإعلامية .
7. الاتصال بين الصحفيين في إذاعة قلمة جيد بنسبة كبيرة وهذا دليل على مرونة التعامل والتواصل الجيد فيما بينهم .
8. أغلبية البيانات والمعلومات التي يستقبلها الصحفيين من مسؤولهم هي توجيهات.
9. يعتمد الصحفيين في أخذهم وحصولهم على المعلومات المختلفة من مسؤول العمل.
10. الصحفيين يشاركون في اتخاذ القرارات التي تخص المؤسسة .
11. الاتصال يساهم في ترابط وتفاهم الصحفيين فيما بينهم بشكل واضح وكبير .
12. الاتصال الداخلي يساهم في تحسين سيرورة العمل بين جميع الصحفيين .
13. اهم الوسائل المستخدمة في نقل وتبادل المعلومات بين الصحفيين هي الإعلانات ، الايميل الهاتف.
14. الأهداف التي يحققها الاتصال الداخلي في إذاعة قلمة تتمثل في تسيير وتنظيم عمل المؤسسة وتحسين سمعتها بالنسبة للجمهور الداخلي و الخارجي .

ثالثا: الإقتراحات

- ✓ إنشاء مجلة خاصة بإذاعة قالمة تختص بالمعلومات الداخلية للمؤسسة .
- ✓ توفير منصب عمل من أجل استقبال وتوجيه الجمهور الخارجي.
- ✓ زيادة النشاط على صفحة المؤسسة.
- ✓ انشاء خلية خاصة بالعلاقات العامة داخل إذاعة قالمة الجهوية .

الخاتمة

خاتمة :

ونافلة القول أن أغلبية المؤسسات الإعلامية والصحفية تعتمد على الاتصال في تنظيمها لكيانها الداخلي قصد إنتاج موادها الإعلامية، ولا يفوتنا أن ننوه على الدور الذي تلعبه العملية الاتصالية داخل المؤسسة الإعلامية الناجحة باعتبارها الركيزة الأساسية التي تقوم عليها المؤسسات من تماسك العلاقات بين أفراد العمل وتحقيق ما يسمى بالتكامل والانسجام التنظيمي، وبذلك إضفاء سمعة جيدة وصورة حسنة لضمان استمراريتها.

وبالتالي الاتصال عملية ونشاط لا يمكن الاستغناء عنه في أي مؤسسة.

ولكي يكون هذا التحصيل المعرفي والعلمي مفيد للطلبة أردنا طرح تساؤل قد يصبح بداية لدراسات جديدة مستقبلا: كيف تساهم العملية الاتصالية الناجحة في تحسين سمعة المؤسسات؟.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: المعجم

- محمد فريد محمود مدحت، قاموس المصطلحات الاعلامية، دار مكتبة الهلال، بيروت، 2008.
- حسن شحاته وآخرون، معجم المصطلحات التربوية والنفسية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2003.

ثانياً: الكتب

- ابراهيم اسماعيل ، الاعلام المعاصر،(وسائله-مهاراه-تأثيراته-اخلاقياته)ط1،وزارة الثقافة و الفنون و التراث قطر،2014.
- ابراهيم علي رابعة ، مهارة الاتصال، الالوكة للنشر، مصر،2015.
- أميرة منصور علي ، سلوى عثمان الصديقي ، الاتصال و الخدمة الإجتماعية ، صدار المعرفة الجامعية ، مصر 2005.
- اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، تنمية مهارات الاتصال، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة،2019.
- ابراهيم خليل خضر ، مهارالت الاتصال ، ط1، دار الجندي للنشر و التوزيع، القدس،2013.
- الطاهر ميمون، الاتصالات عن بعد، واثرها على الاقتصاد المحلي ،دار المحروسة الجامعية، الاسكندرية.
- بسام عبد الرحمن مشاقبة، نظريات الاتصال، دار اسامة للنشر و التوزيع، عمان الاردن،2015.
- جهان رشتي، الاعلام ونظرياته في العصر الحديث، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة،1971.
- حميد الطائي ،بشير العلاق ،اساسيات الاتصال نماذج ومهارات ، ط1،دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع عمان الاردن،2019.
- خضرة عمر المفلح، الاتصال المهارات و النظريات و اسس عامة ، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر و التوزيع عمان الاردن،2015.

- ريم عبود، مدخل الى الاذاعة و التلفزيون، الجامعة الافتراضية السورية للنشر، سوريا، 2020 .
- سامية عواج، الاتصال في المؤسسة، مركز الكتاب الاكاديمي، عمان الاردن، 2020.
- سمير نعيم احمد، النظرية في علم الاجتماع، ط5، دار المعارف للطباعة، القاهرة، 1985.
- سيد عبد الحميد مرسي، العلاقات العامة، ط1، دار التوثيق النموذجية، مصر، 1982.
- صفوة مختار، وسائل الاتصال و الاعلام وتشكيل وعي الاطفال و الشباب، دار عربي، القاهرة، 2007.
- عاطف يوسف، وسائل الاعلام في المجتمع، الهناء للنشر و التوزيع، لبنان، 2014.
- ماهر عودة سمايلة واخرون، تكنولوجيا الاعلام و الاتصال، دار الاعصار للنشر و التوزيع، عمان الاردن 2009 .
- عامر قنديلجي، ايمان السامرائي، البحث العلمي الكمي و النوعي، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2009.
- عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل لوسائل الاعلام الجديد، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان الاردن، 2012.
- عبد الناصر جرادات ،عبد الناصر جرادات ، اسس العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2009.
- عبد الطيف بن ديبان العوفي، المهارات الاساسية في الاتصال و التواصل، ط2، دارجامعة الملك سعود للنشر الرياض، 2018.
- عبد اللطيف حمزة، الاعلام و الدعاية، ط1، مطبعة المعارف، بغداد، 2009.
- عبد العزيز الشريف، الاعلام الالكتروني، دار يافا العلمية للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2009.
- عبد الفتاح ابو المعال، اثر وسائل الاعلام على تعليم الاطفال و تثقيفهم، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع، 2006.

- علي عبد الفتاح، الاعلام و المجتمع، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2019.
- علي عجوة وآخرون، مقدمة في وسائل الاتصال، ط1، دار المصباح، جدة، 1989.
- علي خليل شقرة، الاعلام الجديد و شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار اسامة للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2014.
- فاروق راتب النتشة الأعلام وتأثيره على عقولنا، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع عمان الاردن، 2016.
- مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي (دراسة في موقع الفيسبوك، ط1 الناشر الفا للوثائق للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2016.
- محمد الفاتح محمود بشير المغربي، السلوك التنظيمي، ط1، دار الجنان للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2016.
- محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر و التوزيع مصر، 2003.
- محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، اليمن، 2015.
- محمد صاحب سلطان، ادارة المؤسسات الاعلامية انماط و اساليب القيادة، دار الميسرة للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2015.
- محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- مدحت محمد ابو النصر، مهارات الاتصال الفعال مع الاخرين، ط1، المجموعة العربية للنشر التوزيع، القاهرة، 2012.
- مصطفى حجازي، الاتصال في العلاقات الانسانية و الادارة، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات للنشر التوزيع، بيروت، 1990.
- مصطفى يوسف الكافي، الراي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان الاردن، 2015.

- مصطفى حميد الطائي،خير ميلاد ابو بكر، مناهج البحث العلمي و تطبيقاته في الاعلام و العلوم السياسية،ط1،دار الوفاء للطباعة و النشر،الاسكندرية،2009
- منال طلعت، مدخل الى علم الاتصال، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية،الاسكندرية،2002.
- مي عبد الله ،نظريات الاتصال،ط1،دار النهضة العربية،لبنان،2006.
- ناصر محمد العديلي، السلوك الانساني و التنظيمي(منظور كلي مقارنة)،معهد الادارة العامة،الرياض،1995.
- نفيسة محمد باشري وآخرون ، السلوك التنظيمي، كلية التجارة للنشر،مصر،2017.
- نعمان ماهر كنعاني، مدخل في الاعلام،ط1،وزارة الثقافة و الارشاد،بغداد،1968.
- نضال فلاح الضلاعين، نظريات الاتصال والاعلام الجماهيري،ط1،دار الاعصار العلمي، عمان الاردن،2004.
- وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي،ط1،دار الكاتب الجامعي، الامارات،2017.
- ياسر عبد الله طبت ، العلاقات العامة في المؤسسات الاعلامية، مطبعة ابو عمار، للنشر التوزيع،السودان،2019.
- يمنى عاطف، التنظيم الاداري للقنوات الفضائية،ط1،اطلس للنشر و الانتاج الاعلامي،الجيزة،2013.

المراجع باللغة الأجنبية

- Mathieu quidere.la communication multiligue،bo eck France 2019.
- Olivieraim.telephone billt.communication dunod ،pris ،2015
- Philippe detire ،la communication interne au service de management ،2eme edition ،edition liaison paris ،2001.

المذكرات :

-فريدة عجاله ،الاتصال الداخلي ودوره في التغيير التنظيمي، تخصص تسيير عمومي، قسم علوم التسيير ،كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية و علوم التسيير، جامعة الجزائر3،الجزائر،2013.

المواقع الإلكترونية:

<https://www.omandauly.om//05/05/2022,22.30h>.

<https://images.app.goo.gl/ykzhjqfk78aunxf67>,15/05/2022,10.15h.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم : علوم الإعلام والاتصال علم المكتبات

تخصص إتصال وعلاقات عامة



إستمارة إستبيان

العملية الاتصالية في المؤسسة الإعلامية

–دراسة ميدانية إذاعة قالمة أنموذجا–

في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر تخصص إتصال وعلاقات عامة:

نرجو منكم التكرم علينا من وقتكم الثمين بالإجابة على أسئلة الإستمارة كما نعلمكم أن النتائج المتوصل إليها لن تستخدم سوى في إطار البحث العلمي، كما نضمن لكم أن البيانات المحصلة ستحافظ على طابعها العلمي الأكاديمي.
شكرا

إشراف الأستاذ:

د. حملاوي حميد

إعداد الطالبات:

*بن رازق أية

*غجاتي زهرة

*سماعلي خولة

ملاحظة:

الرجاء وضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

السنة الجامعية: 2022/2021م

الملاحق

المحور الأول: البيانات الخاصة بالمبحوثين

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- السن:

من 25-35

من 36-45

من 46 فما فوق

3- المستوى التعليمي:

ليسانس مهندس ماجستير

دكتوراه ماستر

4- الاقدمية في الوظيفة:

أقل من 5 سنوات

من 5 سنوات إلى 10 سنوات

10 سنوات فما فوق

المحور الثاني: البيانات الخاصة بطبيعة الاتصال داخل المؤسسة الإعلامية.

5- كيف تسير عملية الاتصال بالمؤسسة التي تعمل بها؟

منظمة عادية عشوائية

6- حسب رأيك هل الاتصال يساهم في تسهيل مهامك بالمؤسسة؟

دائما أحيانا نادرا

7- هل الاتصال بينك وبين زملائك في المؤسسة؟

جيد متوسط ضعيف

الملاحق

8- هل البيانات والمعلومات التي تستقبلها من مسؤوليتك في العمل؟

طلبات أوامر شخصية توجيهات

أخرى.....

9- تعتمد في حصولك على المعلومات من:

المسؤول زملاء العمل رؤساء المصلحة

المحور الثالث: البيانات الخاصة بدور الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية .

10- هل تشارك في اخذ القرارات التي تخص المؤسسة؟

نعم لا

11- حسب رأيك هل الاتصال الداخلي يساهم في الترابط والتفاهم بين الصحفيين؟

بشكل كبير بشكل متوسط بشكل ضعيف

12- هل يساهم الإتصال الداخلي في تحسين سيرورة العمل في المؤسسة؟

نعم لا

13- هل تساهم وسائل الاتصال الداخلي في مرونة العمل؟

نعم لا

14- ماهي أهم الوسائل المستخدمة في المؤسسة الإعلامية؟

هاتف

إعلانات

إيميل

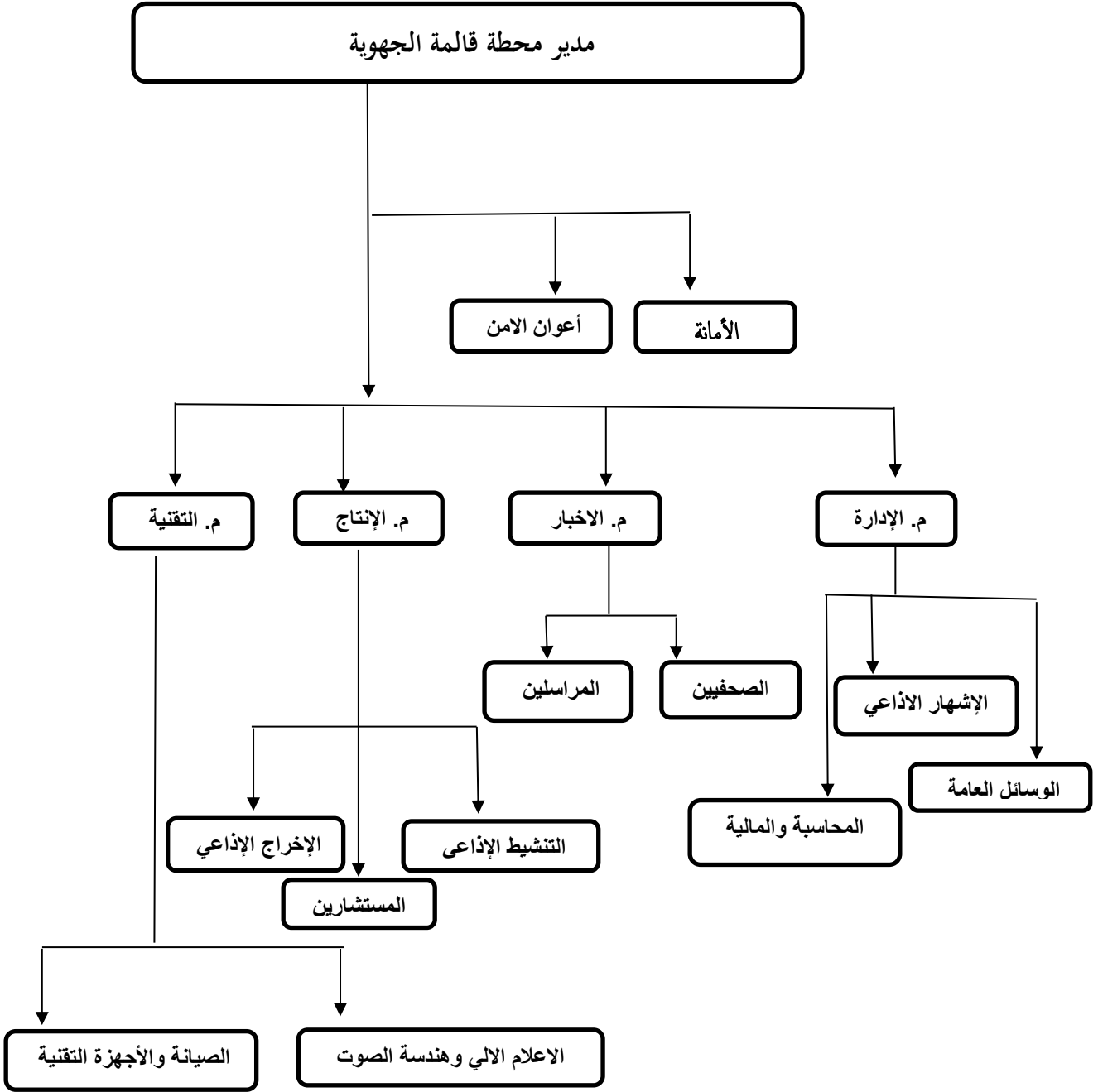
تقارير

الملاحق

15- ماهي الأهداف التي يحققها الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية (إذاعة قالمة)؟

- المشاركة في تسيير وتنظيم عمل المؤسسة
- الراحة النفسية والتماسك بين الموظفين
- الارتقاء بالمؤسسة وتحقيق الربح
- تحسين سمعة المؤسسة

الملاحق



ملحق رقم : 01

الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة _ محطة قالمة _