

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
العلوم الإنسانية
فرع علوم الإعلام و الاتصال



الإستراتيجية الاتصالية للجمعيات بولاية تيزي وزو بعد الحرائق التي مست الولاية
دراسة حالة جمعية قداماء الكشافة الاسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و
الهلال الاحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو انموذجا
من 26 ديسمبر الى غاية 21 جانفي 2022

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال تنظيمي

تحت اشراف :

■ د. حمون كريم

من إعداد:

■ كاتية إسعد

■ ليدية قاصد

2022/2021

شكر و عرفان

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا إلى إتمام هذا البحث العلمي المتواضع، كما نتقدم بخالص الشكر إلى

لأستاذ المشرف "كريم حمون" على كل الدعم والتوجيه الذي قدمه لنا وعلى توجهاته القيمة وتدخلاته

طوال إعدادنا لهذا العمل المتواضع

كما نتقدم بالشكر والعرفان إلى كل أعضاء جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية والهلal الأحمر

الجزائري محافظة ولاية تيزي وزو لدعمهم وحسن تعاملهم معنا

كما نشكر أساتذتنا الكرام وكل من ساهم في تعلمنا

وإلى كل من ساهم من قريب أو بعيد لأداء عملنا في أحسن الظروف

وشكري متواصل لكل من ساعدني ولو بالكلام الطيب لانجاز هذه المذكرة

وفي الأخير نسأل الله تعالى أن يوفقنا في هذا العمل المتواضع والسلام خير ختام.

إهداء

اللهم نشكرك على نعمتك ونحمدك عيها اللهم نشكرك على كل طريق صعب يسرته لنا، والحمد لله الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل والصلاة والسلام على سيدنا محمد سيد المرسلين وخاتم الأنبياء.

ان واجب الوفاء والإخلاص يدعوننا أن نتقدم بالشكر الجزيل و التقدير إلى كل من ساعدنا في هذا العمل ونخص بالذكر: الى من أفنيا حياتهما وكل غايتهما لسماع كلمة نجاح، ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا.

أمي الغالية مصدر الأمان والمنبع الذي طالما سقانا الحب والحنان.

أبي الغالي أستاذي مرشدي الذي علمني الحياة وغرس في أعماقي الإرادة والصبر والمثابرة هو مثلي الأعلى في الأصالة والثبات.

إلى سندي في الحياة أخواتي: نسرين و ارزقي.

وإلى كل أفراد العائلة صغيرا وكبيرا.

إلى من رافقتني طوال مشواري وكل خطواتي وقدمت لي الدعم والسند وضلت لي الصديقة والأخت الوفية التي بعثها الله لي الطيبة كاتية.

إلى من جمعنا بهم قسم واحد ومدرج واحد إلى كل طلبة اتصال تنظيمي وخاصة مايا، ياسمين، مريم، فاطمة، فارس.

وإلى كل من يشغل مكان في قلبي وحياتي.

ليديّة

إهداء

إلى من تسجد له كلماتي وتنحني له أحاسيسي إلى من أعطاني العطف والحنان وكل الرعاية وغرس القيم والأخلاق في قلبي إلى من حصد الأشواك من دربي ليمهد لي طريق العلم إلى من علمني حياة الكفاح ووراء كل تعب واجتهاد فرح ونجاح، إلى أظلني بظله ورسم طريق علمي بما لا يصلح لأحد تجاوزه إليك يا تاج وعنوان نجاحي أبي الغالي حفظك الله وأطال في عمرك.

إلى التي حملتني و هنا على وهن و تعبت و سهرت إلى من شقت و كبرت، إلى من علمت و أدبت إلى اغلي رمز في الحياة إلى من كانت الأم و الأخت و الصديقة و كل شيء إلى القلب النابض بالبياض إلى مثلي الأعلى إلى من كان دعائها سر نجاحي , فلكي مني ثمرة ما صنعت مني لك نجاحي أُمي الغالية حفظك الله و أطال في عمرك .

إلى من يحملون في عيونهم ذكريات طفولتي وشبابي إلى من شاركوني معني الحياة ومرها أخواتي يوبا وسارة .

إلى كل الأقارب من بعيد وقريب الذين لا تقل معزتهم فؤادي.

إلى من سرنا سويا ونحن نشق الطريق معا نحو النجاح إلى من تكاتفنا يدا بيد ونحن نقطف زهرة تعلمنا إلى أخواتي اللواتي لم تنجبهم أُمي لكنهم ولدن من رحم الأيام والمواقف ليديّة، مايا، ياسمين، مريم، فاطمة، صبرينة .

إلى طلبة السنة الثانية ماستر اتصال تنظيمي أتمنى لكم دوام النجاح والتألق في الحياة المهنية .

اهدي هذا العمل إلى روح جدي وجدتي رحمهما الله وأسكنهم فسيح جنانه .

كاتبة



ملخص الدراسة:

يعتبر الاتصال من أهم المواضيع التي شغلت اهتمام الباحثين في مختلف الفروع المعرفية كما انه يعد عملية حيوية لنجاح و استمرار أي مؤسسة مهما كان نوع النشاط التي تقوم به و من هذه المؤسسات نجد الجمعيات التي تعطي للاتصال أهمية كبيرة باعتبار أن كل نشاطاتها تقوم على الاتصال و لنجاح العملية الاتصالية داخل الجمعيات يقتضي وضعها في إطار استراتيجي ديناميكي واضح المعالم و من بين هذه الاستراتيجيات نجد الإستراتيجية الاتصالية التي تضمن السير الحسن لعملية الاتصالية و كذا التعريف بأنشطتها و جهودها المبذولة و الأعمال التي قامت بها لمساعدة المتضررين من الحرائق , و من هذا المنطلق هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة للكشف عن ' الإستراتيجية الاتصالية للجمعيات بولاية تيزي وزو بعد حرائق الغابات التي مست الولاية جمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولاية لتيزي وزو أنموذجاً' .

والدراسة انطلق من خلال السؤال الرئيسي التالي:

ما هي الإستراتيجية الاتصالية المتبعة من طرف جمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولاية لتيزي وزو بعد الحرائق التي مست الولاية؟

واندرج عن السؤال الرئيسي جملة من التساؤلات وهي:

- ما واقع الاتصال في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولاية لتيزي وزو؟

-هل تعتبر الإستراتيجية الاتصالية عامل من العوامل المساعدة في تنفيذ الإستراتيجية العامة لجمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولاية لتيزي وزو ؟

-ما هي الوسائل و التقنيات الاتصالية الأكثر استخداما في الجمعيات ؟

-ما مدى تطبيق الإستراتيجية الاتصالية من طرف جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولاية لتيزي وزو لمواجهة آثار الحرائق ؟

يهدف البحث إلى معرفة الاتصال داخل الجمعيات محل الدراسة والتعرف على أكثر و أهم الوسائل التي

تعتمد عليها الجمعيات محل الدراسة في عملية الاتصال ومحاولة التعرف على نشاطاتها و الجهود

المبذولة خصوصا بعد الحرائق التي مست الولاية.

و لمعالجة هذه الدراسة اعتمدنا على منهج دراسة حالة للوصول إلى نتائج دقيقة و باستخدام أدوات جمع البيانات **الملاحظة , المقابلة و استمارة الاستبيان** كأداة أساسية و رئيسية في الدراسة و تم تطبيق هذه الأدوات على عينة مكونة من **50 مفردة** من أعضاء جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية تيزي وزو , إذا تضمنت أسئلة الاستمارة على خمسة محاور أساسية , المحور الأول احتوى على البيانات الشخصية للمبحوثين بستة أسئلة , و المحور الثاني تضمن ثمانية أسئلة عن أهمية الاتصال في الجمعيات محل الدراسة , و يأتي بعد ذلك المحور الثالث بخمسة أسئلة عن الإستراتيجية الاتصالية عامل من العوامل المساعدة في تنفيذ الإستراتيجية العامة للجمعيات , أما المحور الرابع احتوى على سبعة أسئلة عن أهم الوسائل و التقنيات الاتصالية الأكثر استخداما من طرف الجمعيات محل الدراسة , و في الأخير المحور الخامس الذي ضم 14 سؤال عن تطبيق الإستراتيجية الاتصالية من طرف الجمعيات لمواجهة أثار الحرائق ؟ أما مجموع الأسئلة الإجمالي فهو **40 سؤال**.

و بعد إجراء الدراسة الميدانية توصلنا في الأخير إلى مجموعة من النتائج:

- للاتصال أهمية ومكانة كبيرة في الجمعيات محل الدراسة كونه يمثل احد الوظائف الأساسية التي تعتمد عليها الجمعيات من اجل الحفاظ على استمرارها.
- الاتصال السائد في الجمعيات محل الدراسة هو الاتصال النازل و ذلك لأنه يساهم في عملية سريان المعلومات بين الرؤساء و المرؤوسين بأحسن وجه و بالتالي رسم صورة حسنة للجمعيات.
- تعتبر الإستراتيجية الاتصالية عامل من العوامل الهامة المساعدة في تنفيذ الإستراتيجية العامة للجمعيات محل الدراسة والهدف الاسمي الذي إليه جمعية قداماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيو الهلال الأحمر الجزائر باللجنة الولائية لتيزي وزو من خلال تبانتها الإستراتيجية الاتصالية هو تحسين صورتها وبناء سمعة طيبة للجمعيات لدى جمهورها بما يساعدها في جذب المتطوعين و الأعضاء.
- الوسائل الاتصالية الأكثر استخداما من طرف الجمعيات محل الدراسة هي الوسائل الالكترونية والكتابية.
- أهم الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها الجمعيات لنقل المعلومات هي التقارير و الرسائل الادارية إضافة إلى الهاتف و مواقع التواصل الاجتماعي و الاجتماعات .

الكلمات المفتاحية : الاتصال – الاستراتيجية – الاستراتيجية الاتصالية - الجمعيات

خطة البحث

مقدمة

الإطار المنهجي

- 1-الإشكالية وتساؤلاتها.
- 2-أسباب اختيار الموضوع .
- 3-أهداف الدراسة.
- 4-أهمية الدراسة.
- 5-مجتمع وعينة الدراسة.
- 6-منهج الدراسة وأدواته.
- 7-تحديد المفاهيم والمصطلحات.
- 8-الدراسات السابقة.
- 9-مجالات الدراسة.

الإطار النظري:

الفصل الأول: مدخل إلى الاتصال

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الاتصال

المطلب الأول: مفهوم الاتصال وخصائصه.

المطلب الثاني: أشكال وأنماط الاتصال.

المطلب الثالث: أهمية وأهداف الاتصال.

المبحث الثاني: طرق الاتصال ونماذجه

المطلب الأول: طرق الاتصال.

المطلب الثاني: نماذج الاتصال.

خلاصة الفصل.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى الإستراتيجية الاتصالية.

تمهيد

المبحث الأول: الإستراتيجية الاتصالية.

المطلب الأول: مفهوم الإستراتيجية الاتصالية وأنواعها .

المطلب الثاني: مبادئ الإستراتيجية الاتصالية.

المطلب الثالث: آفاق وأهداف الإستراتيجية الاتصالية.

المبحث الثاني: مراحل صياغة الإستراتيجية الاتصالية.

المطلب الأول: مراحل صياغة الإستراتيجية الاتصالية.

المطلب الثاني: مراحل تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية في مخطط اتصالي .

المطلب الثالث: عراقيل التخطيط الاستراتيجي للاتصال.

خلاصة الفصل.

الفصل الثالث: الاتصال في الجمعيات

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الجمعيات

المطلب الأول: مفهوم الجمعية وخصائصها.

المطلب الثاني: نشأة و تطور الجمعيات.

المطلب الثالث: الجمعيات الخيرية في الجزائر.

المطلب الرابع: أهمية الجمعيات وأنواعها.

المبحث الثاني: الاتصال في الجمعيات.

المطلب الأول: ماهية الاتصال في الجمعيات.

المطلب الثاني: خصائص الاتصال الجماعي.

المطلب الثالث: أشكال الاتصال في الجمعيات وتطوره.

المطلب الرابع: وسائل وتقنيات الاتصال الجماعي.

خلاصة الفصل.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة.

I. بطاقة تعريفية للجمعيات محل الدراسة.

- 1- تعريف جمعية قدماء الكشافة الإسلامية، دراسة الهيكل التنظيمي للجمعية.
- 2- التعريف بجمعية الهلال الأحمر الجزائري، وتقديم نبذة تاريخية عن الجمعية.

II. المعالجة الكمية والكيفية للبيانات المدروسة

- 1- تحليل الكمي والكيفي للبيانات المدروسة.
- 2- تحليل دليل المقابلة.
- 3- نتائج الدراسة.
- 4- الإقتراحات.

الخاتمة.

قائمة المراجع

الملاحق

مقدمة:

يعتبر الاتصال الركيزة الأساسية في المجتمع و احد الدعائم التي تساهم في نقل و تبادل الأفكار و المعلومات والآراء الإنسان يتفاعل مع غيره من خلال وسائل الاتصال حتى يعبر عن أبعاده التفاعلية و الاجتماعية ، و هو وسيلة لخلق حركة ديناميكية للجماعات على مستوى المجتمع أو حتى المؤسسات .

بحيث يعتبر الاتصال النشاط الأساسي للإنسان حيث يلعب دورا هاما في الحياة الاجتماعية, فهو يتسم بأهمية بالغة في حياة الأفراد و المجتمعات بصفة عامة, حيث يعتبر الركيزة الأساسية لاستقرارها, كذلك هو الحال بالنسبة للمؤسسات بصفة خاصة التي تعتبر اليوم الاتصال احد أهم العوامل التي تسعى من خلالها إلى تحقيق أهدافها و الوصول إلى حل لمختلف مشاكلها , فهو يعمل على تسيير و تنظيم العلاقات داخل المؤسسات إذ يساهم في حسن سيرورة التفاهم و الانسجام بين أطراف العملية الاتصالية و هو الوسيلة التي يتم بواسطتها توحيد النشاط المنظم و نظرا لأهمية العملية الاتصالية أولت لها المؤسسات الحديثة اهتماما بالغا حيث تعد من أولى استراتيجياتها , كل هذا لأنها أدركت أن الاتصال سر نجاح المؤسسات خاصة في الوضع الراهن المتميز بالسرعة و التطور المستمر و التدفق السريع للمعلومات فان نقل هذه الأخيرة من فرد إلى آخر يعتبر من الضروريات الجوهرية المساعدة على أداء الأعمال بطريقة أفضل و جعل الأفكار تفهم بوضوح .

فالالاتصال داخل المؤسسات أصبح يمثل احد العناصر المهمة لتسيير نشاطها حيث لا يمكن تحقيق أهدافها دون وجوده فقد بات عنصر ضروري لأي مؤسسة على اختلاف أشكالها و أهدافها حيث تسعى كل على حدة إلى تحقيق غايات و أهداف معينة و على غرار العديد من المؤسسات نجد الجمعيات التي تعطي اهتماما كبيرا لعنصر الاتصال الذي بدوره يعمل على تنظيم العلاقات بين الأعضاء في الجمعيات و كذا يسعى إلى تقديم انطباع حسن عن الجمعيات لدى جمهورها الداخلي و الخارجي فالسمعة الطيبة التي تتمتع بها أي جمعية يعد بمثابة ثروة إستراتيجية ذات قيمة كبرى و أن الصورة التي تتصف بها تعد عون كبير لها لتحقيق الأفضل.

وبما أن الجمعيات أصبحت تدرك على مدى أهمية وجود الاتصال من خلال الدور الذي يلعبه في كافة المستويات الإدارية و التنظيمية و هو احد العوامل الهامة و المساعدة في عملية تنفيذ إستراتيجيتها أصبح من الواجب وضعه في إطاره الاستراتيجي ليحقق الأثر المطلوب و من بين الاستراتيجيات نجد الإستراتيجية الاتصالية التي أصبحت جزء من الإستراتيجية العامة للجمعيات لاعتبارها نشاط إداري مخطط له مسبقا يتمشى مع كل الظروف , فهي تعتبر القلب النابض للاتصالات داخل الجمعيات إن لم نقل نواتها فهي تساهم بشكل كبير في تسهيل عملية انتقال المعلومات بين الجزاء

المختلفة للتنظيم بالإضافة إلى ذلك تساعد في عملية اتخاذ القرارات الرشيدة لبلوغ الغايات و الأهداف المسطرة و هي عامل استراتيجي مهم لضمان مكانتها في وسط محيطها الخارجي .

و في هذا الإطار تعتبر جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو من الجمعيات التي ساهمت في تقديم يد العون و المساعدة للمتضررين من الحرائق و لتحقيق هذا الهدف جعلها ملزمة بوضع إستراتيجية اتصالية واضحة المعالم في جدولها كنقطة مهمة للبدء في عملية رسم خطط كفيلة و مدروسة و اتخاذ التدابير اللازمة للإتمام العمل على النحو الذي تتمناه , إذ تسعى هذه الجمعيات من خلال الإستراتيجية الاتصالية المتبعة لتقديم أفضل الخدمات إلى المتضررين الأمر الذي سيساعدها في الحصول على مكانة اجتماعية مقبولة و سمعة طيبة و تقوية علاقاتها مع جمهورها الخارجي .

وفي هذه المذكرة تناولنا موضوع الإستراتيجية الاتصالية للجمعيات بولاية تيزي وزو بعد حرائق الغابات التي مست الولاية دراسة حالة جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة محافظة الولائية لتيزي وزو، وتم تقسيم الدراسة إلى مقدمة وخمسة فصول وخاتمة وتناولت مقدمة الدراسة طرح المشكل من العام إلى الخاص.

تطرقنا أولا في هذه الدراسة إلى الإطار المنهجي للدارسة الذي تناولنا فيه طرح إشكالية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع منها الذاتية والموضوعية بالإضافة في أهداف وأهمية الدراسة ثم يليها مجتمع وعينة الدراسة ومنهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، ثم تحديد المفاهيم والمصطلحات وتليها الدراسات السابقة وفي الأخير مجالات الدراسة.

ثم يأتي الفصل الأول الذي قسمناه إلى مبحثين، المبحث الأول تطرقنا من خلاله إلى الاتصال من مفهومه وخصائصه، أشكال وأنماط الاتصال وأهمية وأهداف الدراسة، وفي المبحث الثاني تناولنا فيه طرق الاتصال ونماذجه.

وفي الفصل الثاني تطرقنا في المبحث الأول الذي يحمل عنوان الإستراتيجية الاتصالية إلى مفهوم الإستراتيجية الاتصالية وأنواعها، مبادئ الإستراتيجية الاتصالية، أفق وأهداف الإستراتيجية الاتصالية، والمبحث الثاني تناولنا فيه مراحل صياغة الإستراتيجية الاتصالية ومراحل تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية في مخطط اتصالي، أخيرا عرّاقيل التخطيط الاستراتيجي للاتصال.

أما الفصل الثالث ارتبط بالجمعيات إذ تناولنا في المبحث الأول مفهوم الجمعية وخصائصها، نشأة وتطور الجمعيات و الجمعيات الخيرية في الجزائر وأهمية الجمعيات وأنواعها، وفي المبحث

الثاني والذي خصص للاتصال في الجمعيات تناولنا فيه ماهية الاتصال في الجمعيات وخصائص الاتصال الجمعي وأشكال الاتصال في الجمعيات وتطوره وأخيرا وسائل وتقنيات الاتصال الجمعي.

وأخيرا الفصل الرابع الذي تناولنا فيه الإطار التطبيقي للدراسة لذا قمنا في المبحث الأول بتقديم بطاقة تعريفية للجمعيات محل الدراسة وتناولنا تحليل وتفسير البيانات المدروسة، عرض النتائج المتوصل إليها تقديم اقتراحات وتوصيات ليختم أخير الفصل بعرض الخاتمة.

الإطار المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.
2. أسباب اختيار الموضوع.
3. أهداف الدراسة.
4. أهمية الدراسة.
5. مجتمع الدراسة وعينة الدراسة.
6. حدود الدراسة.
7. منهج الدراسة وأدواته.
8. تحديد المفاهيم والمصطلحات.
9. الدراسات السابقة.

1 - إشكالية الدراسة:

يعد الاتصال وسيلة يمكن من خلاله توحيد الجهود في أي منظمة حيث أن نقل المعلومات من شخص لآخر ضروري من أجل تحقيق الأهداف المطلوبة فالاتصال من أهم النشاطات التي تتحكم في تسيير المنظمات بمختلف أنواعها وأشكالها.

إذ يعتبر الاتصال بالنسبة للمؤسسات الركيزة الأساسية والعمود القوي للتواصل على كافة المستوي الإدارية، لا يمكن الاستغناء عنه لأنه العصب التليد لكل نظام وهو شريان النظام داخل المنظمات باختلاف أنشطتها وهو مطلب لا بد من توفره حتى تصل إلى تحقيق أهدافها، وهو بمثابة العصب الحيوي في كافة العمليات التنظيمية لأنه يوفر لها المعلومات الضرورية لاستمرارها، وفي وقتنا الحاضر أصبح الاتصال بمثابة الأكسجين الذي تتنفس به إدارة المنظمات ومن بين هذه المنظمات نذكر الجمعيات.

وعليه فالجمعيات عبارة عن تنظيمات تطوعية حرة يؤسسها المواطنون بشكل تعاقدى مؤقت أو دائم، من أجل حل مشاكلهم و تلبية احتياجاتهم المختلفة دون انتظار تدخل الدولة، تجسيدا لوعيهم المدني ونضجهم و رغبتهم في الإسهام في تنمية المجتمع و تطوره، خصوصا في ظل الفراغ الذي أحدثته انسحاب الدولة من القيام بأدوارها الاجتماعية، حيث يتجند المواطنون بطريقة رسمية لإغراض لا تهدف الربح، ولكنها تسعى لسد الفراغ، و لتكون القناة التي تربط بينهم و بين الدولة بصورة حضارية تكرر قيم التسامح و التكامل و التعايش السلمي التي تميز المجتمع، و بهذا تلعب الجمعيات دور التأطير و التنظيم لمبادرات المواطنين و مطالبهم، و تقوم بالتفاوض العقلاني بينهم و بين مؤسسات الدولة.

ومنه أصبحت الجمعيات المكان الملائم لإجراء الاتصالات بين الأشخاص، لان الجمعيات تقسح المجال أمام الاتصال المقنع والجاد وجها ووجه بين مختلف الأفراد ولعله من النادر أن نجد هذه الحالة في مؤسسة أخرى وعليه فان الجمعية فضاء اتصالي وأيضا فضاء جماهيري بحضور أعضاء الجمعية وأعضاء آخرين ليسو منظمين للجمعية لتفعيل العملية الاتصالية ما بين الجميع باختلاف توجهاتهم.

وبما أن الجمعيات أصبحت تدرك أن الاتصال احد العوامل المهمة و المساعدة في تنفيذ إستراتيجية الجمعيات أصبح من الضروري وضعه في إطاره الاستراتيجي ليكون أكثر فعالية من أجل تلبية الأهداف التي تسعى الجمعيات إلى تحقيقها، و من بين هذه الاستراتيجيات نذكر الإستراتيجية الاتصالية التي أصبحت جزء من الإستراتيجية العامة للجمعيات تعتبر الإستراتيجية الاتصالية الأساس

الاطار المنهجي للدراسة

الذي تقوم عليه العلاقات بين الأفراد و الجمعيات علي حد سواء , فلا يمكن لأي جمعية أن تمنع عن بناء إستراتيجية اتصالية في جميع مستوياتها لأنها من أهم النظم الاتصالية التي تعلق عليها الجمعيات أمالا كبيرة و تضمن لها السير الحسن للعملية الاتصالية فهي ضرورة ملحة لا بد منها , و ذلك من اجل أن تتمكن الجمعيات من تحقيق أهدافها المسطرة .

و بناء على هذا جاءت الدراسة محاولة للكشف عن الدور الذي تلعبه الإستراتيجية الاتصالية للجمعيات بعد المشكلة البيئية التي عانت بها ولاية تيزي وزو جراء حرائق الغابات في موسم صيف 2021 و التي تعتبر من اكبر الولايات تضررا و من خلال الأضرار التي خلفتها من خسائر مادية و بشرية , بادرت العديد من الجمعيات بأعمال تطوعية و إعانات و مساعدات للمتضررين من الحرائق التي شهدتها هذه الولاية و على الرغم من الخسائر إلا انه أبانت من الصورة الايجابية من خلال التكافل و التضامن و التلاحم بين المواطنين و الجمعيات, و من بين كل الجمعيات اخترنا كل من جمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري محافظة تيزي وزو, كميدان وأنموذجا للدراسة و من هنا نقوم بطرح التساؤل الرئيسي التالي :

ما هي الإستراتيجية الاتصالية المتبعة من طرف جمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو بعد الحرائق التي مست الولاية؟

وتتفرع هذه الإشكالية لمجموعة من التساؤلات وهي:

1-فما واقع الاتصال في جمعيات قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو؟

2-هل تعتبر الإستراتيجية الاتصالية عامل من العوامل المساعدة في تنفيذ الإستراتيجية العامة لجمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولايو تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائرية اللجنة الولائية لتيزي وزو؟

3-ما هي الوسائل والتقنيات الاتصالية الأكثر استخداما من طرف هذه الجمعيات؟

4-ما مدى تطبيق الإستراتيجية الاتصالية طن طرف قدماء الكشافة و الهلال الأحمر الجزائري لمواجهة آثار الحرائق؟

2-أسباب اختيار الموضوع

لعل اهتمام الباحث ورغبته في تناول موضوع معين عن غيره من المواضيع مبني على اعتبارات ذاتية وأخري موضوعية، فالذاتية متعلقة بشخصية الباحث اهتماماته نحو مواضيع، أما الموضوعية فهي مرتبطة بالموضوع بحد ذاته سواء من حيث قيمته العلمية أو حدائته أو إذا كان صالحا للدراسة، ومن هذا المنطلق يمكن تلخيص أسباب اختيار الموضوع في:

2-1الأسباب الذاتية:

-الميل والرغبة في دراسة هذا الموضوع من أجل التعرف على جميع جوانبه مع العلم أن ارتباط العمل الاهتمام أو الميل الذاتي يحقق دافعية أكثر للعمل.

- علاقة الموضوع بالتخصص اتصال تنظيمي.

- الاهتمام البالغ بالاتصال والرغبة في التعرف على استراتيجياته.

2-2الاسباب الموضوعية:

- قابلية الموضوع للدراسة والانجاز سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية.

- قلة الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الاتصال في الجمعيات لأن أغلب الدراسات تجري في المؤسسات الخدمائية والاقتصادية.

3 - أهداف الدراسة

إن الغاية من دراسة أي موضوع في البحوث الجامعية هو بالدرجة الأولى تعويد الباحث على التنقيب عن الحقائق، واكتشاف آفاق جديدة من المعرفة في مواضيع يظهر شغفها بها وحبها للتحقيق فيها، وتسلسل الضوء على الجوانب المراد دراستها وكشفها، وبصفة عامة نستطيع القول إن الأهداف التي تسعى إليها دراستنا هي:

- محاولة التعرف على أهمية الاتصال داخل جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائري محافظة ولاية تيزي وزو والهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو .
- جمع المعلومات النظرية حول موضوع الإستراتيجية الاتصالية وإسقاطها على الواقع الحالي من خلال الدراسة الميدانية.
- الرغبة في الاقتراب من بعض الجمعيات للإطلاع والتعرف على نشاطاتها خصوصا بعد الحرائق التي مست ولاية تيزي وزو.
- محاولة معرفة الجهود المبذولة من طرف الجمعيات لمساعدة المتضررين من الحرائق.
- البحث عن مدى تطبيق الإستراتيجية الاتصالية والتعرف عن أهم الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها هذه الجمعيات مجال الدراسة في عملية الاتصال.

4-أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية: تعتبر هذه الدراسة إضافة جديدة لمكتبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ببحث علمي جديد في مجال الإستراتيجية الاتصالية، وعلى اعتبار أن هذه النوعية قليلة في المكتبة الجامعية، وتعتبر من البحوث التي لا تزال تحتاج إلى المزيد من الدراسات التي تتعلق بالإستراتيجية الاتصالية خاصة في الجمعيات.

وتظهر أهمية هذه الدراسة في أهمية الموضوع نفسه لان الاتصال يعتبر عنصر أساسي في التخطيط الاستراتيجي لأية منظمة، كما أن هذه الدراسة تستسقي أهميتها من خلال الإستراتيجية الاتصالية للجمعيات وغيرها والتي تساعد في وضع إستراتيجية اتصال عامة ومنظمة، تسير وفقها هذه الجمعيات وتسعى من خلالها إلى تحقيق الأهداف التي قامت من أجلها.

5-مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم المراحل المنهجية في بحوث العلوم الإنسانية والاجتماعية، والتي تتطلب الدقة البالغة والواجب توفرها لدي الباحث:

وهذه خطوة مهمة إذ أن التحديد السليم لمجتمع الذي ستجرى الدراسة عليه يعتبر عاملا حاسما في نجاح في نجاح الدراسة، بتحقيق أهدافها وهنا ينبغي أن يكون الباحث قادرا على اختيار مجتمع الدراسة بعناية فائقة وبطريقة تضمن إمكانية تعميم النتائج التي سيتم التوصل إليها في ذلك المجتمع.

-ويعرف مجتمع البحث على انه: جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث.¹

وفي دراستنا هذه يتمثل مجتمع البحث في الجمعيات الخيرية بولاية تيزي وزو، ومن بين كل الجمعيات اخترنا كل من جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو والهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو ، وقمنا باختيار هذه الجمعيات لاعتبارات منها:

- سهولة الوصول للجمعيات.

-التسهيلات المقدمة من طرف هذه الجمعيات.

عينة الدراسة :

وعند القيام بأي بحث لابد اختيار عينة للدراسة تكون ممثلة لمجتمع البحث حيث تعرف العينة كما يلي:

هي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة ويتم اختياره وفق قواعد خاصة، لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا، فالعينة هي بعض من مفردات المجتمع تؤخذ منه وتطبق عليها الدراسة للحصول على معلومات صادقة بهدف الوصول إلى تقديرات تمثل المجتمع الذي سحبت منه، وأنها الأجزاء التي تستخدم في الحكم على الكل.²

1- ذوقان عبيدات , كايد عبد الحق و آخرون ,البحث العلمي مفهومه وأدواته و أساليبه,دار الفكر , الطبعة السابعة عشر, عمان , 2015,ص 96.

2- علي عبد المؤمن, مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات و الأساليب, دار الكتب الوطنية للنشر و التوزيع, الطبعة الأولى, ليبيا, 2008, ص 184.

الاطار المنهجي للدراسة

-وقد اعتمدت هذه الدراسة على **العينة القصدية** وهي العينات التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم، ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة، كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توفر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي.¹

ولقد اخترنا العينة القصدية في دراستنا، وذلك طبقا لسمات خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم موضوع البحث.

وعلى هذا اعتمدنا على اختيار مفردات العينة من المجتمع المدروس والمتمثل في أعضاء قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو والهلل الأحمر الجزائري اللجنة الولاية لتيزي وزو، وقمنا بانتقاء هؤلاء الأعضاء من مختلف اللجان المكونة لها، ومنه اعتمدت دراستنا على عينة مقدره ب:

الجمعيات	العينة
جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو	30 مفردة
جمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو	20 مفردة

6-حدود الدراسة:

إن أي دراسة ترسم هدفا محددًا من أجل تحقيقه ضمن حدود معينة تكون في متناول إمكانيات الباحث، وهذه الدراسة لا تخرج عن هذا النطاق وبالتالي يمكن رسم حدود هذه الأخيرة من خلال التقسيم التالي:

الحدود المكانية: وتسمى بالمجال الجغرافي للدراسة وعلى هذا فقد أجريت هذه الدراسة بجمعية قداماء الكشافة الإسلامية محافظة تيزي وزو والهلل الأحمر الجزائري محافظة تيزي وزو.

الحدود البشرية: ويتمثل في أعضاء جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو والهلل الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو والمتمثل في 20 مفردة من الهلال الأحمر الجزائري و30 مفردة من جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية.

الحدود الزمنية: تقصد بها المدة الزمنية التي يقضيها أي باحث في انجاز دراسته مهما كان نوعها وتم انجاز دراستنا هذه خلال السنة الجامعية 2022/2021.

1- محمد عبيدات , محمد ابو نصار , عفة مبيضين , منهجية البحث العلمي القواعد و المراحل و التطبيقات , دار وائل للطباعة و النشر , الطبعة الثالثة , عمان , 1999, ص96 .

الإطار المنهجي:

تم انجاز كل الجوانب المنهجية المتعلقة بموضوع الدراسة في نهاية شهر ديسمبر إلى غاية نهاية شهر ماي 2022.

الإطار النظري:

و تم فيه جمع كل المعلومات المتعلقة بموضوع دراستنا في الجانب النظري كل من المتغير المستقل المتمثل في الإستراتيجية الاتصالية و المتغير التابع المتمثل في الجمعيات , بالاعتماد و الاستعانة على مراجع عديدة و تمثلت في الكتب , محاضرات , مذكرات , مجلات , و تم البحث عنها طيلة الفترة الممتدة من نهاية شهر مارس إلى غاية نهاية شهر ماي .

الإطار الميداني:

أما بالنسبة إلى هذا الإطار فيتمثل في الدراسة الميدانية المتعلقة بالنزول إلى مكان الدراسة و المتمثل في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو , حيث تم الشروع في انجاز هذا الجانب بداية من شهر جوان إلى غاية شهر أوت .

7-منهج الدراسة وأدواته:

-عند القيام بأي بحث علمي لابد من إتباع خطوات فكرية منظمة وهادفة لبلوغ نتيجة معينة، وذلك بإتباع منهج يتناسب مع طبيعة موضوع الدراسة، ويقصد بالمنهج الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة موضوع ما.¹

المنهج: هو أسلوب منظم أو خطة أو إستراتيجية تستند إلى مجموعة من الأسس والقواعد والخطوات، تفيد في تحقيق أهداف البحث باتخاذ منحنى علميا، يتميز بجمع معلومات والوقائع عن طريق الملاحظة العلمية الموضوعية والمنطقية.²

و يتوقف تحديد منهج الدراسة على الهدف الذي تسعى الوصول إليه و طبيعة الدراسة في حد ذاتها، إذ يندرج هذا البحث ضمن الدراسات الوصفية التي تستهدف الحصول على معلومات دقيقة و كافية حول متغيرات موضوع الدراسة، لهذا كان منهج دراسة حالة هو المنهج الذي نراه ملائما لموضوع الدراسة

1- عبود عبد الله العسكري, منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية , دار النمير للطباعة , طبعة الأولى , دمشق , 2002, ص 01 .

2- علي معمر عبد المؤمن, مرجع سبق ذكره, ص 14.

الاطار المنهجي للدراسة

حيث تهدف دراستنا إلى: دراسة حالة وهي الإستراتيجية الاتصالية للجمعيات بولاية تيزي وزو بعد الحرائق التي مست الولاية.

ومنه يعرف منهج دراسة حالة بأنه: المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأي وحدة سواء كانت فردا أو مؤسسة أو نظاما اجتماعيا، وذلك بقصد الوصول إلى تعليمات متعلقة بالوحدة المدروسة، وغيرها من الوحدات المتشابهة.¹

-أدوات جمع البيانات:

إن عملية جمع البيانات هي خطوة مهمة في أي بحث علمي، لأن دقة النتائج المتوصل إليها مرتبطة بشكل كبير بالاختيار الجيد لأدوات جمع البيانات، وعليه اعتمدنا في هذه الدراسة على مجموعة من أدوات جمع البيانات نذكر منها:

استمارة الاستبيان:

للإجابة عن تساؤلات الدراسة اعتمدنا على استمارة الاستبيان كأداة أساسية والتي نعني بها:

-الاستبيان أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق والتواصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال، ودراسة المواقف والاتجاهات والأداة يساعد الملاحظة ويكملها وهو في بعض الأحيان الوسيلة العلمية الوحيدة للقيام بالدراسة العلمية.²

وحتى تحقق الاستمارة الغرض الذي تسعى إليه لا بد أن تتضمن أسئلة ذات موصفات محددة، بحيث تكن هذه الأسئلة تعبر عن موضوع الدراسة وتشمل مختلف أبعاده دون الخروج من الموضوع، وقد استخدمنا الاستمارة لأنها توصلنا إلى بيانات ومعلومات مهمة خاصة بموضوع دراستنا، كما أننا حاولنا بكل جهد أن تكون الأسئلة شاملة لموضوع دراستنا وواضحة ومفهومة وبعيدة عن الغموض والتأويل.

-وفي هذا الإطار تم عرضها على الأستاذ المشرف بغية تعديلها من ناحية الهيكله وصياغة الأسئلة ومدى مطابقة محاورها مع تساؤلات الدراسة وأهدافها.

وبعد مراجعة الملاحظات المقدمة من طرف الأستاذ المشرف تم تجهيز استمارة الاستبيان في شكلها النهائي والمشملة على خمسة محاور و40 سؤالاً، حيث يتم توزيعها على أعضاء جمعية قدماء الكشافة

1- محمد سرحان علي المحمودي , مناهج البحث العلمي, دار المكتبة الوسيطة للنشر و التوزيع , الطبعة الثالثة, صنعاء 2019, ص 35.

2- رجاء وحيد دويدي , البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العلمية , , دار الفكر , دمشق , الطبعة 1, 2000, ص 328

الاطار المنهجي للدراسة

الإسلامية والهلال الأحمر الجزائري محافظة تيزي وزو والأسئلة المطروحة في الاستمارة نوعين هما:
الأسئلة المغلقة 37 سؤالاً.

- الأسئلة المفتوحة: وتكون فيها الإجابة حرة تحتوي على أسئلة يعين فيها المشارك بطريقة ولغة خاصة
كما هو الحال في أسئلة المقابلة،¹ وتحتوي هذه الاستمارة على 3 أسئلة مفتوحة.

وقد تضمنت هذه الاستمارة على خمسة محاور أساسية مرتبطة بتساؤلات الدراسة:

المحور الأول: البيانات الشخصية.

**المحور الثاني: واقع الاتصال في جمعيات قداماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو والهلال
الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو؟**

**المحور الثالث: هل تعتبر الإستراتيجية الاتصالية عامل من العوامل المساعدة في تنفيذ الإستراتيجية
العامة لجمعية قداماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو والهلال الأحمر الجزائري اللجنة
الولائية لتيزي وزو؟**

المحور الرابع: ما هي الوسائل الاتصالية الأكثر اعتماداً من طرف هذه لجمعيات؟

**المحور الخامس: ما مدى تطبيق الإستراتيجية الاتصالية من طرف جمعية قداماء الكشافة الهلال
الأحمر الجزائري لمواجهة آثار الحرائق؟**

المقابلة:

إلى جانب الاستمارة قمنا بالاعتماد كذلك على المقابلة كأداة داعمة لبحث في جمع البيانات.

-تعد المقابلة إحدى أدوات البحث العلمي التي تجمع بين طرفين هما الباحث وشخص أو أكثر من أفراد
عينة البحث، اجتماعاً فردياً أو جماعياً، يتمثل دور الباحث فيها بإعداد أسئلة المقابلة إعداداً جيداً وطرحها
بطريقة جيدة على الفرد أو الشخص المعني ويقوم هذا الشخص بتقديم إجابات عن هذه الأسئلة شفويًا،
ويقوم الباحث بتدوينها ثم تصنيفها ثم تحليلها.

¹- احمد بن مرسللي , مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال , ديوان المطبوعات الجامعية , 2003,ص286

في ضوء ذلك يمكننا تعريف المقابلة على أنها:

عملية اتصال شخصي لفظي فعال يقوم على الثقة، تجرى بين الباحث وبين أحد أفراد عينة البحث، بهدف الحصول على بيانات تسهم في تحديد جوانب مشكلة البحث بصورة عميقة ودقيقة وواضحة، وإيجاد الحلول المناسبة لها.¹

وقد عرف **موريس انجيس** المقابلة بأنها: محادثة موجهة يقوم بها فرد مع آخر أو مع أفراد، بهدف حصوله على أنواع من المعلومات لاستخدامها في بحث علمي أو الاستعانة بها في عمليات التوجيه والتشخيص والعلاج.²

وقد استخدمنا المقابلة المقننة أو المبرمجة، وهي التي تكون أسئلتها و متسلسل طرح هذه الأسئلة محددين مسبقا من قبل الباحث، و بالتالي فان الأسئلة نفسها تطرح و فيكل مقابلة و في الغالب بحسب بنفس التسلسل ، حيث يكون لدى الباحث قائمة من الأسئلة أو الموضوعات التي ستتم مناقشتها ، و يحاول الباحث غالبا التقييد بهذه الأسئلة ، إلا أن ذلك لا يمنع من طرح أسئلة غير مخطط لها إذا رأى الباحث ضرورة لذلك و إذا أثارت إجابة المبحوث بعض التساؤلات الهامة لديه .³

واستخدمنا المقابلة المقننة إلى جانب الاستبيان كأداة مكملة لتفسير وتحليل البيانات المجمعة عن طريق استمارة الاستبيان، وقد احتوى دليل المقابلة في جانبها الشكلي تاريخ إجراء المقابلة ومكانها ومدة المقابلة وقمنا بالتسجيل الفوري لحوار المقابلة على دفتر ثم إعادة سماع الحوار وتلخيصه واستخلاص الأفكار المهمة والأساسية فيه.

وقد طبق دليل المقابلة على عينة قدرت ب فردين خارج عينة الدراسة الأصلية وتوزعت عينة المقابلة على النحو التالي:

مقابلة مع المكلفة بالاتصال في جمعية قداماء الكشافة الإسلامية السيدة أمال يوم 14 جوان على الساعة 10 في مقر الجمعية.

مقابلة مع رئيس جمعية الهلال الأحمر الجزائري السيد بوعزيز سمير على الساعة 13:00 يوم 25 جوان بمقر الجمعية .

1- وائل عبد الرحمن التل ، عيسى محمد قحل ، البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، دار الحامد للنشر و التوزيع، الطبعة الثالثة، عمان ، 2007، ص

2- عمار بوحوش ، محمد محمود الدنبيات ، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية، طبعة رابعة ، الجزائر ، 2007، ص76.

3- محمد عبيدات ، و آخرون ، مرجع سبق ذكره ، ص 57.

الاطار المنهجي للدراسة

وتتمحور أسئلة المقابلة في:

- هل الاتصال مهم في عملكم بالجمعية؟
- ما طبيعة الاتصال القائم داخل الجمعية؟
- هل للجمعية حساب على مواقع التواصل الاجتماعي؟ وما هو الموقع الأكثر استخداما للتواصل مع المواطنين خاصة؟
- ما هي الأهداف التي تسعى الجمعية لتحقيقها أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الإستراتيجية الاتصالية التي تتبعها الجمعية لمواجهة أثار الحرائق؟ وهل هذه الإستراتيجية تنجح في تحقيق الأهداف؟
- هل تواجه الجمعية صعوبات في وضع وتنفيذ الإستراتيجية الاتصالية الملائمة؟ وكيف تسعون لمواجهة هذه الصعوبات؟
- من يسهر على تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية في الجمعية؟
- هل قامت الجمعية بتنظيم أيام تحسيسية عن طريق عقد ملتقيات وندوات خاصة بالجمهور الخارجي للجمعية وذلك لتوعيتهم؟ وما هي هذه الحملات؟
- ما هي الوسائل التي تستخدمها الجمعية للتواصل مع جمهورها الخارجي بقصد تعريف المواطنين بنشاطاتها التحسيسية؟
- ما هي الإجراءات التي قامت بها الجمعية مع جمهورها الداخلي والخارجي؟
- كيف تقيمون العمل الاتصالي في الجمعية بصفة عامة باعتباركم بغض النظر عن المكانة والمنصب؟

الملاحظة:

تعد الملاحظة نقطة البداية في أي دراسة علمية وتعد من أهم الوسائل المستخدمة في جمع البيانات حول الظاهرة الاجتماعية والإنسانية، كونها تحتل أهمية كبيرة في البحوث الميدانية لأنها تتميز عن غيرها من الأدوات جمع البيانات والمعلومات التي تتعلق بسلوك الأفراد وأفعالهم وملاحظة تصرفاتهم، وهذه التقنية لا تتطلب جهدا كبيرا ولكنها تعتمد على مدى خبرة ومهارة الباحث.

-تعني **الملاحظة**: الاهتمام والانتباه إلى شيء أو حدث أو ظاهرة بشكل منظم عن طريق الحواس، حيث نجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمع عنه، الملاحظة العلمية تعني الانتباه لظواهر والحوادث بقصد تفسيرها واكتشاف أسبابها والوصول إلى القوانين التي تحكمها.¹

-واستفدنا من هذه الأداة من خلال الزيارات التي قمنا بها إلى ميدان الدراسة وذلك لملاحظة سلوك الأعضاء وطريقة تطبيقهم للإستراتيجية الاتصالية وكذلك التعرف على ردود أفعال المبحوثين ومدى صحة أقوالهم. كما أن هذه الأداة السبب الرئيسي لاختيار موضوع الدراسة فبعد فترة الحرائق لاحظنا أن قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو والهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو من بين الجمعيات التي ساهمت في تقديم الإعانات والمساعدات لفائدة العائلات المتضررة من الحرائق التي مست الولاية.

8-تحديد المفاهيم والمصطلحات:

الإستراتيجية الاتصالية والجمعيات

1-7-الإستراتيجية:

لغة: اشتقت كلمة strategy من الكلمة اليونانية strategos وهي تعني فن القيادة أو فن الحرب.²
اصطلاحا: يعرفها **Chandler** بأنها تحديد الأهداف الأساسية طويلة الأمد لمنظمة، واختيار طرق التصرف وتخصيص الموارد الضرورية لغرض تحقيق الأهداف.³
إجرائيا: هي مجموعة من الخطط والإجراءات، التي تعتمد عليها هذه الجمعيات لتحقيق أهدافها وغاياتها على المدى البعيد أو القريب.

2-7 الاتصال: لغة : كلمة **Communication** مشتقة في لفظها من الأصل اللاتيني **communis**

معناها مشترك أو عام فعندما نقوم بعملية الاتصال فنحن نحاول أن نقيم رسالة مشتركة مع شخص أو أي **Common** جماعة أخرى أي أننا نحاول أن نشترك سويا في المعلومات و الأفكار الموافق.

1- جودت عزت عطوي , أساليب البحث العلمي , مفاهيمه أدواته , الإحصائية, دار الثقافة , طبعة الأول, عمان , 2007, ص 120.

2- مجد صقور , رعد الصرن , الإدارة الإستراتيجية , الجامعة الافتراضية السورية , سوريا , 2018 , ص 9 .

3- وائل محمد صبحي إدريس, طاهر محسن منصور الغالبي, الإدارة الإستراتيجية المفاهيم العمليات, دار وائل للنشر و التوزيع , الطبعة الأولى , عمان , 2011, ص 16.

اصطلاحاً: جاء في قاموس المصطلحات الإعلامية أن الاتصال هو: انتقال المعلومات، أو الأفكار، أو الاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز والاتصال هو أساس كل تفاعل اجتماعي، فهو يمكننا من نقل معارفنا وبيسر التفاهم بين الأفراد.¹

إجرائياً: هو عملية نقل المعاني والأفكار والمعلومات والتجارب، وتبادلها بأسلوب يفهمه كل أعضاء الجمعية سواء مع بعضهم البعض أو بالبيئة التي ينشطون فيها، وذلك لتحقيق أهدافها.

7-3 الاستراتيجية الاتصالية:

اصطلاحاً: هي خطة عمل شاملة لبلوغ هدف استراتيجي، ويرتبط مفهومها بوجود طرف آخر يراد التأثير عليه بشكل عام كالزبون، والموارد، والمستخدم والمنافس وغيره سواء من داخل المنشأة أو من خارجها، ومن هنا يجب أن تؤخذ ردود فعل الطرف المقابل بالحسبان عند وضع الإستراتيجية.²

الإستراتيجية الاتصالية: هي مجموع القرارات والإجراءات المستقبلية لأي مؤسسة وذلك من أجل تحقيق أهدافها سواء على المدى البعيد أو القريب.

إجرائياً:

هي مجموعة من الخطط والأنشطة الاتصالية التي تلجا إليها جمعية قداماء الكشافة الإسلامية والهلال الأحمر الجزائري بعد حرائق الغابات التي مست الولاية قصد التواصل مع جمهورها الداخلي والخارجي من أجل تحقيق أهدافها وتسخير جميع الإمكانيات والوسائل اللازمة لتنفيذ الخطط.

7-4 الجمعيات:

اصطلاحاً: هي جمعيات اختيارية ينظمها الأفراد على أسس ديمقراطية على حاجياتهم عن طريق العمل المتبادل، حيث يكون الدافع الأول لهذا التنظيم هو أن أداء هذا العمل المفيد يعود بالنجاح وبأفضل الجزاء.³

عرفت المادة الأولى من القانون الجمعيات الأهلية بنصها على أنه: " تعتبر الجمعية في تطبيق أحكام هذا القانون، كل جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة معينة أو غير معينة تتألف من أشخاص طبيعيين، أو

1- رحيمة الطيب عيساني , مدخل إلى الإعلام و الاتصال المفاهيم الأساسية و الوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية, دار للكتاب العالمي للنشر, الطبعة الأولى , 2008, ص ص 15, 16 .

2- محمد رفيق الطيب , مدخل للتسيير – أساسيات , وظائف , تقنيات -, الجزء الثاني , ديوان المطبوعات الجامعية , بن عكنون , الجزائر , 1995, ص 5.

3- كلثوم حمدي , ام الخير حمدي , وسائل الإعلام الاجتماعي كآلية لزيادة مدا خيل الجمعيات الخيرية , مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية المركز الجامعي تمناست , المجلد 7, العدد 4 , 2008, ص 10.

أشخاص اعتبارية أو منهما معا لا يقل عددهم في جميع الأحوال عن عشرة، وذلك لغرض غير الحصول على ربح مادي.

إذا الجمعية وفقا لهذا المفهوم: هي تجمع مستمر من الأشخاص الطبيعية والاعتبارية أو هما معا، وتتقيا تحقيق غرض غير الربح المادي.¹

إجرائيا:

هي مؤسسة من مؤسسات المجتمع المدني النشطة في الحياة الاجتماعية تقوم على اتفاقية بين جماعة مستقلة من الأشخاص سواء كانوا طبيعيين أو اعتباريين هدفهم تحقيق هدف مشترك غير الربح المادي وذلك بالاستعانة بعدة وسائل وعبر قنوات الاتصال المختلفة.

9-الدراسات السابقة:

-تعتبر الدراسات السابقة أحد الأجزاء المهمة في خطة البحث العلمي، وهي تعد بمثابة الجزء الثاني المتعلق بالإطار النظري، والدراسات السابقة هي مجال واسع ويمكننا من خلاله فهم الموضوع والاستفادة مما توصل إليه الباحثون من قبل والابتعاد عن الأخطاء قدر الإمكان، ومن خلال اعددنا لهذا الموضوع قمنا بتسجيل بعض الدراسات السابقة التي تتعلق بموضوع دراستنا:

الإستراتيجية الاتصالية للجمعيات بولاية تيزي وزو بعد حرائق الغابات التي مست الولاية؟ ومنه يمكن القول أن الدراسات السابقة تلعب دورا كبيرا في إعطاء فكرة عامة للباحث عن البحث الذي يقوم به وعن مراحل تطوره وفي هذه الدراسة اعتمدنا على الدراسات التالية:

8-1-الدراسة الأولى:

هذه الدراسة للباحث بن قيط الجوادي بعنوان إستراتيجية الاتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية دراسة وصفية لإدارة الإستشفائية بالأغواط. رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3. وقد قام الباحث بطرح التساؤل الرئيسي التالي: هل هناك إستراتيجية للاتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية أم لا؟ وما هي هذه إستراتيجية المتبعة في الاتصال للإدارة الإستشفائية؟

وقام الباحث في هذه الدراسة بطرح مجموعة من التساؤلات التي يمكن إدراجها في:

1- محمد عبد الله مغازي ، الحق في تكوين الجمعيات و المؤسسات الأهلية ، في ضوء أحكام القضاء الدستوري و الشريعة الإسلامية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، 2007 ، ص 19.
2- بن قيط الجوادي ، إستراتيجية الاتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية ، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، 2011/2012.

الاطار المنهجي للدراسة

- (1) إستراتيجية الاتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية و الإدارة الإستشفائية بالأغواط موجودة أم لا ؟
 - (2) أين تظهر الإستراتيجية الاتصالية للإدارة الإستشفائية الجزائرية من خلال الإدارة الإستشفائية بالأغواط ؟
 - (3) إستراتيجية الاتصال لهذه الإدارة مطبقة أم لا؟
 - (4) ما مدى نجاح إستراتيجية الاتصال للإدارة الإستشفائية؟
- وقد استهدفت هذه الدراسة التعرف على الإستراتيجية المتبعة من الإدارة الإستشفائية الجزائرية والإدارة الإستشفائية بالأغواط خصوصا كحالة، والبحث عن مدى تطبيق هذه الإستراتيجية، والتعرف على مدى نجاح هذه الإستراتيجية الاتصالية للإدارة الإستشفائية الجزائرية عموما والإدارة الإستشفائية بالأغواط بصفة خاصة، أو عدم نجاحها والتعرف على الصعوبات والمعوقات التي تحول دون ذلك.
- ولتحقيق ذلك اعتمد الباحث على المنهج المسحي، واستخدم أدوات جمع البيانات التالية **المقابلة والملاحظة وكذا السجلات والوثائق.**
- اعتمد الباحث على **الملاحظة** كوسيلة من وسائل البحث وذلك لملاحظة وجود ملصقات أو ألواح التوثيق أو ألواح الإعلانات في المؤسسات الإستشفائية بكل أنواعها أم لا وكل ما يخدم البحث.
- المقابلة:** واعتمد عليها لمقابلة العاملين في الإدارة الإستشفائية بالأغواط بكل فروعها من مديرية الصحة والسكان، والمؤسستين العموميتين الإستشفائيتين، والمؤسسات العمومية للصحة الجوارية السبعة. اعتمد الباحث على **العينة القصدية** وتمثلت هذه العينة في العاملين بالإدارة الإستشفائية بالأغواط من مديرية الصحة والسكان، والمؤسستين العموميتين الإستشفائيتين (الأغواط، أفلو)، والمؤسسة العمومية للصحة الجوارية السبعة للولاية.
- وهذه الدراسة توصلت لمجموعة من النتائج المتمثلة:
- ✓ الإستراتيجية الاتصالية في الحملات الخمسة للإدارة الإستشفائية لولاية الأغواط غير مطبقة، وإن افترضنا أنها موجودة نظريا رغم وجود وثيقة رسمية تبين وجود إستراتيجية اتصالية واضحة في هذا الأمر إلا أن من خلال المقابلات والملاحظات يمكن القول أن هناك بعض المبادئ الإستراتيجية إلا أنها تفتقد إلى عنصر الاستمرارية.
 - ✓ تم التركيز في هذه الحملات على إستراتيجية اتصالية لكن في أوقات معينة من السنة ثم تنطفئ.
 - ✓ عدم استقبال المطويات بكثرة وبصفة دائمة وذلك في اغلب الحملات فلا نجدها حتى عند القائمين على الإدارة الإستشفائية ناهيك عن الأشخاص الذين هم هدف هذه الحملات.

- ✓ قلة المحاضرات وإن نظمت في أماكن معدودة وغير مستمرة علما أن الولاية لها أربع وعشرون بلدية فلا يمكن أن تقام محاضرة هنا وأخرى هناك وتهمل المناطق الأخرى.
- ✓ قلة الاجتماعات في الآونة الأخيرة على مستوى الولاية التي لها إلزامية القرارات هذا حسب العاملين في الإدارة الإستشفائية مما أدى إلى تدهور الحالة الصحية وعدم تفعيل إحدى وسائل الاتصال الفعالة التي لها دور في الحد من انتشار الأمراض.
- ✓ الإذاعة لها دور كبير في إيصال المعلومات بخصوص الحملات التحسيسية ومكافحة الأمراض.

2-8- الدراسة الثانية:

هذه الدراسة للباحثة العوادي صبرينة¹ بعنوان دور الإستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للجمعية الخيرية جمعية الإرشاد والإصلاح لأم البواقي تندرج ضمن مذكرات الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، وقامت الباحثة بطرح التساؤل الرئيسي المتمثل في: ما هو دور الذي تؤديه الإستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للجمعية الخيرية؟

واندرج عن هذا التساؤل العام تساؤلات فرعية وتتمثل في:

- 1) هل تعتمد الجمعية على إستراتيجية اتصالية لتحقيق الصورة الذهنية؟
 - 2) ما هي الوسائل والتقنيات الاتصالية الأكثر اعتمادا داخل الجمعية لتجسيد الإستراتيجية الاتصالية والتواصل مع جمهورها الداخلي؟
 - 3) كيف تساهم الإستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للجمعية الخيرية؟
- وهذه الدراسة استهدفت التعرف على الدور الذي تقوم الإستراتيجية الاتصالية في تحسين صورة الجمعية الخيرية، والتعرف على أهم الوسائل الاتصالية المعتمدة من طرف الجمعية لتجسيد الإستراتيجية الاتصالية.

استخدمت الباحثة منهج دراسة حالة من اجل تحليل ظاهرة الدراسة من كل الجوانب بدءا برصد الإستراتيجية الاتصالية لجمعية الإرشاد والإصلاح، وانعكاسها على الصورة الذهنية للجمعية والتقنيات الاتصالية التي تعتمد عليها لتطبيق الإستراتيجية.

واستخدمت أدوات جمع البيانات التالية: الملاحظة اعتمدت على الملاحظة بالمشاركة وذلك لتعرف على سلوك المبحوثين أثناء أدائهم لمهامهم داخل الجمعية، واستمارة الاستبيان استعمالها من اجل معرفة

1- العوادي صبرينة , دور الإستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للجمعية الخيرية , مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال , جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي , 2018 / 2019.

الاطار المنهجي للدراسة

أراء الأعضاء داخل جمعية الإرشاد والإصلاح حول دور الإستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للجمعية وأهم التقنيات الاتصالية المعتمدة داخل الجمعية.

-واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على العينة القصدية وتمثلت عينة الدراسة في جميع أعضاء المكتب البلدي لجمعية الإرشاد والإصلاح لمدينة أم البواقي، وتم انتقائهم في مختلف اللجان المكونة للجمعية والذي قدر عددهم ب 30 مفردة أو عضو.

-وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- ✓ جمعية الإرشاد والإصلاح تمتلك مكتبا خاصا بالاتصال.
- ✓ تأكيد أغلب المبحوثين أن الجمعية تقوم بدورات تكوينية وأن أغلب مفردات العينة شاكنت في هذه الدورات.
- ✓ عبارة عن وسائل كتابية، وتتمثل في الإعلانات بالإضافة إلى الملصقات كما تعتمد أيضا على وسائل الاتصال الحديثة المتمثلة في الهاتف وشبكات التواصل الاجتماعي، وفيما يخص الوسائل الأخرى موجودة لكن بنسبة ضئيلة.

3-8-الدراسة الثالثة:

هذه الدراسة للباحثان أحلام محمد الشريف، و ريم بومجان¹ بعنوان دور الاتصال في تحسين أداء الجمعيات دراسة ميدانية على عينة من الجمعيات بأم البواقي , تدرج ضمن مذكرات الماستر في علوم الإعلام و الاتصال .

وقامت الباحثتان بطرح التساؤل الرئيسي التالي:

فما هو دور الاتصال في تحسين أداء الجمعيات محل الدراسة؟

- واندرج ضمن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات التالية:

- (1) ما مدى أهمية الاتصال في الجمعيات محل الدراسة؟
- (2) ما طبيعة الاتصالات السائد في الجمعيات محل الدراسة؟
- (3) ما هي الوسائل والأساليب الأكثر استعمالا في الجمعيات محل الدراسة؟
- (4) ما تقييم المبحوثين لمستوى الأداء في الجمعيات محل الدراسة ومدى مساهمة الاتصال في تحسينه؟

1- أحلام محمد الشريف، ريم بومجان، دور الاتصال في تحسين أداء الجمعيات، مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال , جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي , 2017/2018.

الاطار المنهجي للدراسة

- استهدفت هذه الدراسة إلى تشخيص وصف طبيعة الاتصالات السائدة في الجمعيات الجزائرية، والتعرف إلى أكثر الأساليب ووسائل الاتصال استعمالاً في الجمعيات سواء من طرف المسؤولين أو الأعضاء المنخرطين لمعرفة مدى ملائمة وانسجام هذا الأسلوب ومهام الجمعية.

- قياس فعالية الأداء لدى العاملين بالجمعيات محل الدراسة، ومعرفة العلاقة القائمة بين الاتصال والأداء الجمعي.

- المساهمة في تعزيز أثر الاتصال على أداء الجمعيات من خلال تطبيق النتائج التي تتواصل إليها وتقديم مجموعة من الاقتراحات التي تساعد في تعزيز دور الاتصال في الجمعيات.

ونظراً لطبيعة الدراسة اعتمدت الباحثتان على المنهج الوصفي التحليلي لوصف الظاهرة وتحليلها، واستخدمت أدوات جمع البيانات التالية: استمارة الاستبيان: استخدمنا الاستمارة لأن طبيعة الدراسة فرضته وهذا بتوجيه مجموعة من الأسئلة التي كانت متسلسلة منطقياً لتجنب قطعية أو فاصل بين الأفكار وحتى يتجاوب المبحوث بشكل جيد أثناء الإجابة، وتم توزيع الاستمارة إلكترونياً من خلال الحسابات الخاصة بأعضاء الجمعيات محل الدراسة وصفحاتها الرسمية واسترجاع النتائج من خلال النظام الإلكتروني.

المقابلة: واعتمدت على المقابلة المقننة المفتوحة حيث قامت بطرح مجموعة من الأسئلة بشكل مقنن حول الجمعيات وسؤال مفتوح حول مشكلة الدراسة وتمت هذه المقابلة مع المسؤول بالإعلام والتوجيه بجمعية ناس الخير مقابلة عبر الهاتف، ومقابلة مع رئيس جمعية يس تربية ودين مقابلة بمقر الجمعية، ومقابلة مع ممثل جمعية فرسان الخير بمقر الجمعية، مقابلة مع رئيس جمعية الإرشاد والإصلاح مقابلة إلكترونية.

وتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في الجمعيات محل الدراسة بأما البواقي وقد اعتمدت على عينة مجتمع البحث على المسح الشامل لأعضاء جمعيات عبر ولاية أم البواقي محل الدراسة.

وتم اختيار 50 عينة من مجموع مجتمع الدراسة، أعضاء من جمعيات عبر الولاية وقد تم توزيع 67 استمارة تمت الإجابة على 50 منها أي ما بنسبة 100 بالمئة من عينة الدراسة، واستبعدت 6 استمارة لعدم صلاحيتها للتحليل وبذلك فإن عدد الاستمارات التي تم تفريعها وتحليلها وتفسيرها كانت 43 استمارة.

- وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- يوجد قسم خاص بالاتصال في الجمعيات محل الدراسة لكن تحت مسميات أخرى.

الاطار المنهجي للدراسة

- للاتصال مكانة داخل الجمعيات ودور كبير في تسيير العمل الجمعي.
- ضعف الاهتمام بالجانب الاتصالي في الجمعية نظرا لقلّة الدورات التكوينية في مجال الاتصال.
- يرى أعضاء الجمعيات أن نظام الاتصال السائد في الجمعيات يساعد في تدفق المعلومات الضرورية بالرغم من غياب متخصصين.
- الوسائل الأكثر استخداما في الجمعيات هي الاجتماعات والموقع الإلكتروني في الخاص بها.

• الدراسة الأولى:

- أوجه التشابه والاختلاف:

تناولت هذه الدراسة إستراتيجية الإتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية دراسة وصفية للإدارة الإستشفائية بالأغواط، وتتشابه هذه الدراسة مع دراستنا كونها تناولت نفس المتغير المستقل ألا وهو الإستراتيجية الإتصالية وكذا اعتمادنا على نفس العينة والمتمثلة في العينة القصدية، والتشابه في أدوات جمع البيانات المقابلة والملاحظة إلا أن في دراستنا أضفنا أداة الاستمارة.

وتختلف دراستنا عن هذه الدراسة في عدة جوانب نذكر منها:

- كان الاختلاف في منهج الدراسة فدراستنا اعتمدت **على منهج دراسة حالة** أما هذه الدراسة اعتمدت **على المنهج المسحي**، بالإضافة إلى ذلك الاختلاف في حجم العينة وكذا المكان والزمان الذي أجريت فيه الدراسة واختلاف آخر يتمثل في طبيعة المؤسسة الذي أجريت فيه الدراسة الميدانية.

- أوجه الاستفادة من الدراسة:

أفادتنا هذه الدراسة في جميع المعلومات حول الإستراتيجية الاتصالية من خلال الإطار النظري الذي خصص فيه جزء للإستراتيجية الاتصالية، فاستعنا بها في بعض النقاط التي تخدم موضوع دراستنا.

• الدراسة الثانية:

- أوجه التشابه والاختلاف:

تناولت هذه الدراسة نفس متغيرات دراستنا و تمثلت في دور الإستراتيجية الإتصالية في تحسين الصورة للجمعية الخيرية، و تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا كونها تناولت الإستراتيجية الإتصالية في الجمعيات، إضافة في نوع العينة و التي تمثلت في العينة القصدية و المنهج المستخدم، و اعتمدت كلتا الدراستين على نفس أدوات جمع البيانات الملاحظة و استمارة الاستبيان ألا أننا أضفنا أداة المقابلة

الاطار المنهجي للدراسة

لدراستنا, بالإضافة إلى ذلك التشابه في طبيعة المؤسسة الذي أجريت فيه الدراسة و هي الجمعيات يكمن الاختلاف بين هذه الدراسة و دراستنا في المجال المكاني و الزماني و في حجم العينة.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

كانت لهذه لدراسة أهمية كبيرة لنا حيث أفادتنا في شقها النظري خاصة فيما يتعلق بالإستراتيجية الإتصالية في الجمعية بالإضافة عند إطلاعنا على استمارة الاستبيان للدراسة السابقة ساعدتنا في استخلاص نتائج صحيحة مما سهل علينا اختصار الوقت والجهد، بحيث كانت هذه المذكرة جد غنية بمراجع قيمة وكثيرة حول لإستراتيجية الاتصالية والجمعيات.

• الدراسة الثالثة:

-أوجه التشابه والاختلاف:

تناولت هذه الدراسة دور الإتصال في تحسين أداء الجمعيات، وتتشابه دراستنا مع هذه الدراسة كونها تناولت نفس المتغير التابع وهو الجمعيات، والتشابه في طبيعة المؤسسة الذي أجريت فيه الدراسة وهي الجمعيات.

ويكمن الاختلاف بين دراستنا وهذه الدراسة في عدة جوانب منها:

الاختلاف في المنهج المستخدم فدراستنا استخدمت منهج دراسة حالة وهذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، إضافة إلى عينة الدراسة وحجمها ومجالها المكاني الزماني.

- أوجه الاستفادة من الدراسة:

استفدنا منها في بعض الأجزاء في شقها النظري فيما يتعلق بالجمعيات.

الفصل الثاني: ماهية الاتصال

تمهيد

المبحث الأول: مدخل إلى الاتصال.

المطلب الأول: مفهوم الاتصال وخصائصه.

المطلب الثاني: أشكال الاتصال وأنماطه.

المطلب الثالث: أهمية وأهداف الاتصال.

المبحث الثاني: طرق الاتصال ونماذجها.

المطلب الأول: طرق الاتصال.

المطلب الثاني: نماذج الاتصال.

خلاصة الفصل.

تمهيد الفصل:

يأخذ الاتصال دورا وحيزا كبيرا في الحياة اليومية للأفراد و المؤسسات بصورة عامة نظرا لكونه الوسيلة الأساسية في تحقيق التفاعل مع الآخرين للوصول إلى الأهداف المطلوبة, و بالتالي فهو وظيفة أو مهمة أساسية لوجود المؤسسات و استمرارها , بل إنها تعد مؤشرا لمدى كفاءتها في الوصول إلى الآخرين, كما أنها تعد جزءا أساسيا في تحقيق التواصل و الانتماء الاجتماعي و التطور الفكري و الثقافي و الإنساني, و بالتالي فان الاتصال هو فن استخدام المعلومة من قبل المرسل لغرض إيصالها إلى الطرف الآخر لأحداث الاستجابة, و عليه فبدون الاتصال الدائم تفتقد المؤسسة التفاعل الضروري لسير العمل , لذلك يعتبر الاتصال من أهم العمليات الإدارية بحيث يعتبر وسيلة و ليس غاية إذ يجعل العملية الإدارية تتم بسهولة, كما انه يساعد على تنفيذ الفعال لبرامج المؤسسات مهما كان مجال نشاطها إذ يقوم كل فرد داخل المؤسسة بوظائفه استنادا إلى الاتصال الذي يعد جزءا من العمل و انعدامه ينعدم السير الحسن للمؤسسة .

و عليه سنتطرق في هذا الفصل إلى تعريف الاتصال، خصائصه وأشكال الاتصال وأنماطه،

أهمية وأهداف الاتصال، و تناولنا أيضا طرق الاتصال ونماذجها.

المبحث الأول: مدخل إلى الاتصال

المطلب الأول: مفهوم الاتصال وخصائصه

أ- مفهوم الاتصال:

يعتبر الاتصال من أبرز العوامل التي أنشأت علاقات بين الأفراد والمجتمعات وأن الحاجة إليه جعلته تمر بعدة مراحل نحو التطور، المستمر مكنت الأفراد من تنظيم الأعمال وتنسيقها فيما بينهم من خلال تبادل معلومات وأفكار والتي تكون أولاً وأخيراً مضمون الاتصال.

- تم تعريف الاتصال من طرف الكثير من الباحثين و المتخصصين كل حسب تخصصه أو حسب توجهه النظري , و بالعودة إلى أصل كلمة communication في اللغة اللاتينية نجد أنها مشتقة من

الأصل communara و التي تعني مشتركاً أو عاماً to make common، أو تقاسم الشيء to share أو نقله to transmit , و هذا يعني أن عملية الاتصال هي نقل و مشاركة الآخرين في الأفكار والمعلومات أو حتى المشاعر و الأحاسيس و هو نفس ما ذهب إليه " محمد فريد الصحن " حين عرف الاتصال هو: "نقل و إدراك الأفكار و المعلومات و المشاعر و المعاني بين الأفراد و المجموعات".¹

- تقوم جيهان احمد رشتي: إن الاتصال هو العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة كائنات حية أو بشر أو آلات في مضامين اجتماعية معينة وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات (منبهات) بين الأفراد عن قضية أو معنى أو واقع معين.²

ويعرف الاتصال أيضاً بأنه عبارة عن عملية إرسال واستقبال رموز أو الرسائل سواء كانت هذه الرموز شفاهية أو كتابية لفظية أو لا لفظية ويعتبر الاتصال أساس التفاعل الاجتماعي الذي يؤدي إلى نشوء علاقات متنوعة ومتعددة في مختلف المواقف سواء كان ذلك بين شخصين أو أكثر.³

- الإتصال عملية ديناميكية يقوم بها شخص ما أو أشخاص، بنقل رسالة تحمل المعلومات والأفكار والآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين، لتحقيق هدف ما عن طريق الرموز لتحقيق استجابة ما في ظرف ما (أو سياق أو بنية اتصالية) بغض النظر عما قد يعترضها من تشويش.⁴

¹-مصطفى محجوبي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية العلاقات الإنسانية داخل التنظيم الإداري، مذكرة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة , 2016/2015، ص 37.

²- محمد فريد عزت، الاتصال ووسائله الجماهيرية التقليدية والتكنولوجية، دار النشر للجامعات، الطبعة 1، القاهرة، 2018، ص 12.

³- عزي عبد الرحمان، عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 27.

⁴- صالح خليل أبو اصبع، الاتصال الجماهيري، دار البركة لنشر و التوزيع، الطبعة الثالثة، عمان , 2010، ص 8.

- يعرفه د.سمير حسين: الاتصال هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار أو الشبوع أو المؤلفبة لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية، عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات، باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين.¹

ب- خصائص الاتصال:

علوم الإعلام و الاتصال يستمد أصوله من علم أخرى مثل علو النفس , علم الاجتماع , علم الفلسفة و الاقتصاد و جميع هذه العلوم المختصرة تعتبر الاتصال مجالاً هاماً بالنسبة للمواضيع التي يدرسها .

- ✓ عملية مستمرة وديناميكية وهي ترجع إلى عدة عوامل منها صعوبة تنميط الكثير من الرسائل سواء من حيث المحتوى أو الصياغة وكذلك تغيير الأهداف واختلافها من رسالة إلى أخرى ومن وقت لآخر وتغير معتقدات وطموحات أطراف الاتصال أو غير ذلك من العوامل.
- ✓ الاتصال عملية تفاعل بين طرفين تحقق المشاركة في الخبرة بينهما فكل من المرسل والمستقبل يشتركان في رسالة واحدة (الصياغة والتفسير، التصرف) كما أن كل منهما يؤثر على الآخر.
- ✓ يمكن أن يتم الاتصال بعدة طرق وليس فقط بالطرق الكتابية أو اللغوية، بحيث يمكن أن تكون الأحاسيس أو المعاني بواسطة سلوكيات أو إشارات معينة.²
- ✓ الاتصال يشكل نظاماً متكاملًا بمعنى أن الاتصال يتكون من وحدات متداخلة ويعمل جميعاً حينما تتفاعل مع بعضها البعض من المرسل ومستقبل ورسائل ورجع الصدى وبيئته الاتصالية، وإذا ما غابت بعض العناصر أو لم تعمل بشكل جيد فإن الاتصال يتعطل أو يصبح بدون تأثير.

1-محمد كمال القاضي، وسائل الإعلام (النشر - الإنتاج - البث)، شركة ناس للطباعة، القاهرة، 2003، ص 19.
2-حمزة علي، أمينة عيادة، الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة الخدمائية، مذكرة ماستر في وسائل الإعلام و المجتمع، جامعة الجليلي بونعامة بخميس مليانة , 2015 / 2016، ص 29.

المطلب الثاني: أشكال الاتصال وأنماطه

بما أن الاتصال في المؤسسة عملية قائمة على تبادل المعلومات والتعليمات، والأوامر التي تخص المؤسسة ذاتها مع جمهورها وبيئتها وقد اتخذت أشكالاً وأنماطاً عديدة، تم تحديدها و تقسيمها من قبل الباحثين وفق معايير مختلفة.

1- الاتصال الداخلي:

الاتصال الداخلي الذي يحدث داخل المنظمة بين موظفيها وأقسامها وفروعها وجميع مستوياتها، من أجل نقل المعلومات والتعليمات والأوامر التي تسمح بتحقيق العمل المرغوب، وتساهم في الوصول إلى الأهداف المسطرة، وهذا النمط له أهمية كبرى في التعريف بأهداف المؤسسة وسياستها ومشاريعها لدي موظفيها، وكذا تزويدهم بالمعلومات والمعارف التي يحتاجونها لأداء مهامهم، كما يعمل على تعزيز روح المبادرة لديهم من خلال الاهتمام بتطلعاتهم واقتراحاتهم وتنمية مهاراتهم.

2- الاتصال الخارجي:

" الاتصال الخارجي هو مجموعة المعلومات والنشاطات التي ترسلها المؤسسة إلى المحيط الخارجي، بهدف إمداده بالمعلومات المتنوعة تبعاً لتنوع الجمهور الذي تخاطب".

حيث يعتبر الاتصال الخارجي عاملاً مهماً لخلق صورة وسمعة جيدة للمؤسسة في محيطها ومتعاملاتها، وهو ما يعتمد على مصداقية ما تقدمه هذه المؤسسات من معلومات وبيانات تختص بها أو بأنشطتها ومنتجاتها وخدماتها، وازدادت أهمية الاتصال الخارجي في ظل تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية، الذي فرض على المؤسسات ضرورة الاستجابة لتطلعات جماهيرها من خلال التزامها تجاههم، وتجاه المجتمع بشكل عام.¹

1- ليلي سليمان، دور الاتصال في تفعيل الأداء البيئي للمؤسسات الصناعية الجزائرية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال بيئي، جامعة باتنة 01الاج لخضر، 2020/2019، ص 34- 35.

الجدول (01) يوضح الفرق بين الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي.

التعريف	الجمهور المستهدف	بعض الوسائل المستخدمة	الأهداف
الاتصال الداخلي	كل الفاعلين داخل المنظمة والمنتسبين والمرتبطين بها.	المراسلات الداخلية المذكرات - تقارير الاجتماعات - المحاضر اليومية - لوحة الإعلانات-الانترنت.	تحريك - إعلام وتحفيز - تطوير الشعور بالانتماء للجماعة والمنظمة.
الاتصال الخارجي	الموردين - الزبائن - البنوك وأصحاب المصلحة.	الفواتير - الإشهار - المراسلات الخارجية - وسائل الإعلام (الإذاعة- التلفزيون -الصحافة يوم دراسي)	التواصل مع الشركاء بطريقة فعال - استقطاب زبائن جدد مع الحفاظ على الزبائن القداماء.

هناك نوعين من الاتصالات في المؤسسة الاتصال الرسمي والاتصال غير رسمي:

1) الاتصال الرسمي:

وهو عملية إرسال واستقبال المعلومات، والأوامر والتعليمات والتوجيهات والنشرات والقرارات والتعميمات، داخل الإطار التنظيمي للمؤسسة وتتخذ الطابع الكتابي، وتسري وفقا للمسارات التي يحددها الهيكل التنظيمي الرسمي للمؤسسة ولوائحها وقوانينها، ويتحدد الاتصال الرسمي بعدة مسارات منها:¹

- الاتصال الهابط:

يمكن تعريف هذا النوع من الاتصال بانسياب المعلومات من المستويات الإدارية الأعلى إلى الأدنى، وهو أكثر استخداما في المؤسسات، وتعبّر عن الرسائل التي تنبع من الإدارة العليا وتنتقل للأسفل خلال المستويات المتداخلة للإشراف عبر الهيكل التنظيمي وصولا إلى عمال الطبقة الدنيا في السلسلة. ويقوم على افتراض أن الإدارة هي المسئولة عن اتخاذ القرارات الملائمة لمصلحة العمال بامتلاكها السلطة لغرض الالتزام بالتعليمات المطلوبة. وهذا الاتصال مهم لنقل المعلومات للعاملين فيما يتعلق بأهداف المؤسسة وسياساتها وإجراءاتها. بالرغم من أن العدد الزائد من مستويات الإشراف قد يجعل الاتصال الهابط أكثر صعوبة.²

- الاتصال الصاعد:

1- محي الدين عارف حسين، الاتصال الجماهيري وتكنولوجيات المعلومات، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان الأردن، 2015، ص 29.

2- وفاء محمد الزبيدي، أنماط الاتصال وعلاقته باتخاذ القرار الإداري لدى قادة مدارس التعليم العام بمدينة مكة المكرمة، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد التاسع عشر، 2018، ص 233.

والاتصال الصاعد يتضمن تقارير عن الأداء والتوجيهات والمقترحات العامة، ومقترحات بصدد الميزانية والشكاوى وطلبات المساعدة أو التعليمات، وكما هي الحال في الاتصال الهابط فان الأفراد في المستويات الوسطى في هرم السلطة يعملون كمصفاة للمعلومات التي تمر من خلالها إذا يقومون بتوحيد وتلخيص المعلومات عن الأحداث والأداء عند المستويات الدنيا ومن الوسائل المستخدمة في الاتصال الصاعد الاجتماعات أو اللقاءات وجها لوجه، والتقارير والمذكرات المكتوبة والهاتف والاجتماعات.

حيث تنتقل فيها المعلومات من المستويات الدنيا في التنظيم صعودا إلى الإدارة كوسيلة يستطيع بها العاملين الاتصال بمدراء المستويات العليا في المؤسسة والتعبير عن آرائهم وأفكارهم والشعور بالمشاركة والقيمة الفردية داخل المؤسسة. ويجب على المدراء تشجيع هذا الاتصال لأنه يزودهم بتغذية عكسية عن فهم الموظفين للرسائل التي وصلت إليهم. أما عيوبه فتتمثل في المحاولة الدائمة من العاملين لعدم نقل المعلومات السيئة من أجل إثارة انطباع جيد لدى المدراء كما أن نفسية العاملين ومشاعرهم وسلوكهم تعتبر من العوامل المؤثرة في نوعية معلوماتهم المقدمة للإدارة.

- الاتصال الأفقي:

هو الاتصال بين الزملاء في نفس المستوى الإداري , و فيه تنقل الرسالة بشكل أفقي , و هذا يؤدي إلى انجاز العديد من المهام , حيث يسمح بالتنسيق بين الإدارات المختلفة لتحسين الإنتاجية , و يعمل على حد العديد من المشكلات بما يرفع الروح المعنوية لدى الأفراد , هنا إلى جانب المشاركة في تبادل المعلومات في نفس المستوي الإداري , و تحسين العلاقات الداخلية مما يقلل من احتمالات النزاع الوظيفي ,(اتصال في اتجاه واحد أو اتجاهين) , ركزت البحوث و الدراسات في مجال الاتصالات الإدارية على الرأسي , حيث يتم بين الرئيس و المرؤوس , أو بين المشرف و العاملين , يؤدي الاتجاه الأفقي للاتصال إلى انجاز العديد من المهام في المنظمة , حيث يسمح بالتنسيق بين الإدارات المختلفة لتحسين الإنتاجية , و يعمل أيضا على حل العديد من المشكلات , مما يرفع الروح المعنوية لدى الأفراد و يقلل احتمالات النزاع الوظيفي .¹

(2) الاتصال غير الرسمي:

وهي تلك الاتصال التي تتم بين العاملين في المؤسسة نتيجة لتكوين علاقات واتصالات بين هؤلاء الأفراد بهدف تحقيق رغبات أو حاجات اجتماعية أو اقتصادية. و يمكن التغلب أو تطويع الاتصال غير الرسمية عبر رسم سياسة للاتصالات تتسم بالمرونة و الفاعلية، و ذلك عبر تطبيق نظام المشاركة في

¹- إبراهيم خليل خضر، مهارات الاتصال، دار الجندي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013، فلسطين ، 42.

عملية صنع القرارات و السياسات، لاسيما تلك القرارات التي تؤثر بشكل مباشر على حياة العاملين الوظيفية أو المالية.

ويذكر أن الاتصال غير الرسمي هي جزء من واقع الحياة في المنظمات، ومن العبث أن تحاول الإدارة القضاء عليها، يمكن أن تكون لها نتائج ايجابية وتكمل الاتصالات الرسمية، وتلحق الضرر بالمنظمة إذا ما أصبحت مصدرا ثابتا للإشاعات والأقاويل، ويتطلب الأمر من المديرين الحذر واليقظة والاستماع إلى ما يدور ويقال، وإطلاع العاملين باستمرار على ما يجري في المنظمة والإصغاء إليهم.¹

المطلب الثالث: أهمية وأهداف الاتصال

أ-أهمية الاتصال:

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

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

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

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

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

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

✓ تعمل على خلق فرص الاحتكاك والتقارب بين الأفراد والجماعات والمؤسسات والمجتمع.²

✓ الاتصال الوسيلة الوحيدة التي يتم من خلالها الحصول على المعلومات وتبادلها.

✓ وسيلة للتخاطب والتفاعل بين الأطراف المختلفة.

1- وفاء محمد الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 235

2- أيت حمي كاهينة، دور الاتصال وفعاليته في تسيير المؤسسة، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2014/2013، ص 33، 34.

✓ يقوم الاتصال على فكرة الأخذ والعطاء التي تستمر في الاتصال بمقدار ما تتوقع تحقيقه من هذا الاتصال من فوائد.¹

ب - أهداف الاتصال:

تسعى عملية الاتصال لتحقيق هدف أساسي وهو التأثير في المستقبل و الوصول إلى إيجاد معاني مشتركة بين المرسل و المستقبل، يكون التأثير في الأفكار والاتجاهات لتكوينها، و تعديلها أو تغييرها، ومن هنا يمكن حصر أهداف عملية الاتصال في الآتي :

(1 هدف تعليمي وثقفي): وهو محاولة إكساب المستقبل خبرات ومهارات ومفاهيم جديدة تواكب التطور المستمر في الحياة.

(2 هدف ترويحي ترفيهي): بمحاولة إدخال البهجة والفرح والاستمتاع إلى الجمهور المستقبل من خلال أساليب الترفيه التي تساعد على التخلص من الضغوط الكثيرة للحياة.

(3 هدف اجتماعي): يهدف إلى خلق درجة من التفاعل الاجتماعي بين الجماهير وتدعيم الروابط والعلاقات الاجتماعية.

(4 هدف تنظيمي إداري): يعمل على تحسين سير العمل الإداري وتذليل العقبات وتوجيه الأفراد لتحقيق هدف محدد ودعم الروابط والصلات بين كافة المستويات الإدارية والمساعدة في اتخاذ القرارات.

ويمكن توضيح هذه الأهداف فيما يلي:

أ) زيادة درجة القبول للضرورة لاتخاذ القرارات.

ب) الالتزام بالأهداف التنظيمية.

ت) توفير البيانات اللازمة لاتخاذ القرارات.

ث) توضيح الواجبات والسلطة والمسئولية.

ج) نقل المعلومات والبيانات والإحصائيات والمفاهيم عبر القنوات المختلفة بما يسهم في اتخاذ القرارات الإدارية.²

1- لطيفة غريق، مكانة الاتصال التقليدي في المجتمع المحلي في ظل وسائل الاتصال الحديثة، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع الثقافي، جامعة الجزائر 2، 2016/2015، ص ص 46، 47.

2- دحدوح منية، محاضرات مادة مهارات الاتصال في العلاقات العامة، علوم الإعلام والاتصال، جامعة 8ماي 1945قائمة، 2020/2019، ص ص 14، 15.

❖ أهداف أخرى لاتصال:

- توطيد العلاقات بين العاملين بالمستويات المختلفة وبين الرئيس و المرؤوسين وخلق المناخ المناسب لتحقيق الأهداف.
- المعلومات والبيانات التي تنقل عن طريق وسائل الاتصال تمكن الإدارة من دراسة احتياجات العاملين ورغباتهم ومحاولة إشباعها.
- الاتصال وسيلة لنقل وتدفق المعلومات والبيانات والأفكار من المرؤوسين إلى الإدارة ونقل التوجيهات والأوامر والقرارات من الإدارة إلى المرؤوسين.
- إزالة العوائق والحواجز التي تعترض العملية الاتصالية.
- ترسيخ صورة المؤسسة ونشاطاتها في ذهن جماهيرها، وكذا طبيعة إنتاجها وخدماتها.
- تحسين الوعي بين العاملين وتعريفهم بالدور الذي يقومون به للمؤسسة.
- تمكن القائد من التعريف على ما يحدث داخل المؤسسة بصورة صادقة مما يسهل عملية التوجيه والإشراف والتأثير.¹

المبحث الثاني: طرق الاتصال ونماذجه

المطلب الأول: طرق الاتصال

تجمع الكثير من المؤلفات أن طرق الاتصال تصنف إلى:

1/ الاتصال المباشر وغير المباشر:

إن الاتصال هو الذي يتجه فيه الاتصال إلى الأفراد أو المجموعات المستهدفة بطريقة مباشرة، حيث يتم اللقاء مباشرة في عملية تفاعلية بينهما، ويتميز الاتصال المباشر بما يلي:

✓ حدوث اتصاليين باتجاهين من المرسل إلى المستقبل والعكس.

✓ حدوث ردود فعل عكسية مباشرة.

✓ إمكانية سيطرة المرسل على العمليات الانتقائية لدى المستقبل.

أما الاتصال غير المباشر أو يطلق عليه الاتصال الجماهيري وهو النوع الأكثر شيوعا. لأن يتم بين طرفين من خلال وسيلة معينة مثل الصحافة أو التلفزيون وغيرها من الوسائل الأخرى، ويتميز هذا النوع من الاتصال بخصائص نوجزها في:

✓ الانتشار الواسع.

✓ سرعة الاتصال.

1- أحلام محمد الشريف، ريم بومجان، مرجع سبق ذكره، ص ص 59-60.

✓ قلة التكلفة مقارنة مع الاتصال المباشر.

✓ الإمكانية الفنية المساعدة.

2/ الاتصال الشفهي والكتابي:

الاتصال الكتابي هو تدوين الرسالة برموز أبجدية أو رياضية عند نقلها بين المرسل والمستقبل، أما إذا نقلت دون تدون فهي رسالة شفوية، أما عن المفصلة بينها فان طبيعة الموقف هو الذي يحدد أفضلية أي منهما على الآخر.¹

المطلب الثاني: نماذج الاتصال

لقد بذلت محاولات عديدة لتوضيح و تحليل عملية الاتصال و تحديد أبعادها و مجالاتها ووضعت هذه المحاولات في شكل نماذج متعددة للاتصال تختلف من وجهة نظر إلى أخرى و يرجع الاهتمام ببناء النماذج الاتصالية إلى بداية الاهتمام بدراسة الاتصال كعلم له أصوله و قواعده , فكان هذا الاهتمام مع بداية إدراك خطورة التأثير السياسي على الصحافة الجماهيرية, و مع بداية الاهتمام بالنتائج المعنوية للفيلم و الراديو, و كانت هذه الدوافع للاهتمام بالاتصال لرفع كفاءته في مجالات التعليم و الدعاية والإعلان و العلاقات العامة, بالإضافة إلى التطورات في علم النفس و الاجتماع.

في الحقيقة لم يكن هناك بعد الحرب العالمية الثانية نماذج للاتصال, و لكن بعد الاهتمام بعد ذلك خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية حتى بدأ انه ظاهرة عملية أمريكية, حيث نوقش في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية إمكانية علم الاتصال , و لقد عقد الخمسينيات من القرن العشرين فترة خصبة في بناء نماذج , و اتسع مجال الاتصال اتساعا كبيرا في أواخر الأربعينيات و بداية الخمسينيات , حيث بادر عدد من علماء الاجتماع و السلوكيين بتطوير نظريات الاتصال و تقديم نماذج لذلك تجاوزت حدود و مجالات تخصصاتهم , فشملت مواضيع مثل أسس الاتصال الغير لفظية من الإشارات و غيرها , التأثير الاجتماعي والإقناع طبيعة الاتصال الجماهيرية , السلوك الانتخابي الخ... ومن أهم هذه النماذج يمكن أن نقدم:²

1- مختار فرزولي, دور الاتصال في بناء وتنفيذ الإستراتيجية الوطنية لقطاع السياحة أفاق 2025, رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال واتصال استراتيجي, جامعة الجزائر 3, 2009, 2010 ص ص 27, 28.
2- نبو جمال الدين, الاتصال الداخلي في المؤسسة الخدمائية, مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال, جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم , 2019, 2020, ص 34.

1- نموذج لاسويل Lasswell:

من بين النقلات النوعية في هذه الفترة، ظهور دراسات تحليلية للاتصال في شكل نماذج، كان من أشهرها تشخيص العالم السياسي الأمريكي **هارولد لاسويل** الذي نشر عام 1948، نتيجة لعمله في مجال الدعاية، والذي قدم منظورا عاما للاتصال تجاوز الحدود السياسية، والذي يمكن تلخيصه بالعبارة التالية: من يقول؟ لمن؟ بأي وسيلة؟ بأي أثر؟ ووفقا لهذا التصور ينظر إلى عملية الاتصال على أنها عملية خطية يتم من خلالها نقل الرسائل من المرسل إلى المستقبل، وانصب اهتمامه على العنصر الخامس وهو عنصر التأثير، وذلك لان دراساته كانت تتركز على تأثير الدعاية على الرأي العام، والرسالة وحدها لا تكفي لان الأمر الهام والأساسي هو مدى تأثير تلك الرسالة على الرأي العام، فان لم يتحقق هذا التأثير تصبح عملية الاتصال فاشلة. وركز لاسويل كما فعل أرسطو على الرسالة اللفظية واهتم بعناصر الاتصال نفسها، وقدم تعريفا اشمل للقناة فشملت الوسائل الجماهيرية بالإضافة إلى الحديث اللفظي بوصفه جزءا من عملية الاتصال، والاتصال عنده يمكن أن يحقق الإعلام والتسلية والإثارة والإقناع.

وقد عدل ريموند نيكسون من عبارة **لاسويل** وأضاف إليها ما يتصل بالموقف العام للاتصال، و الهدف من العملية الاتصالية فأصبحت: من؟ يقول ماذا؟ لمن؟ وما تأثير ما يقال، وفي أي ظروف؟ ولأي هدف، ووضح انه لا يمكن تقويم عملية الاتصال إلا على أساس الهدف الذي تسعى لتحقيقه، وقد نبه أيضا **فيرنج Feering** النظر إلى أهمية الأصداء الراجعة من المستقبل. كما يثير كل من **كولمان L.Coleman** و **مارش P. March** على أهمية وحدة العملية الاتصالية فالمرسل والمضمون و الوسيلة و المستقبل و الاستجابة جميعا حلقات متصلة في سلسلة واحدة.¹

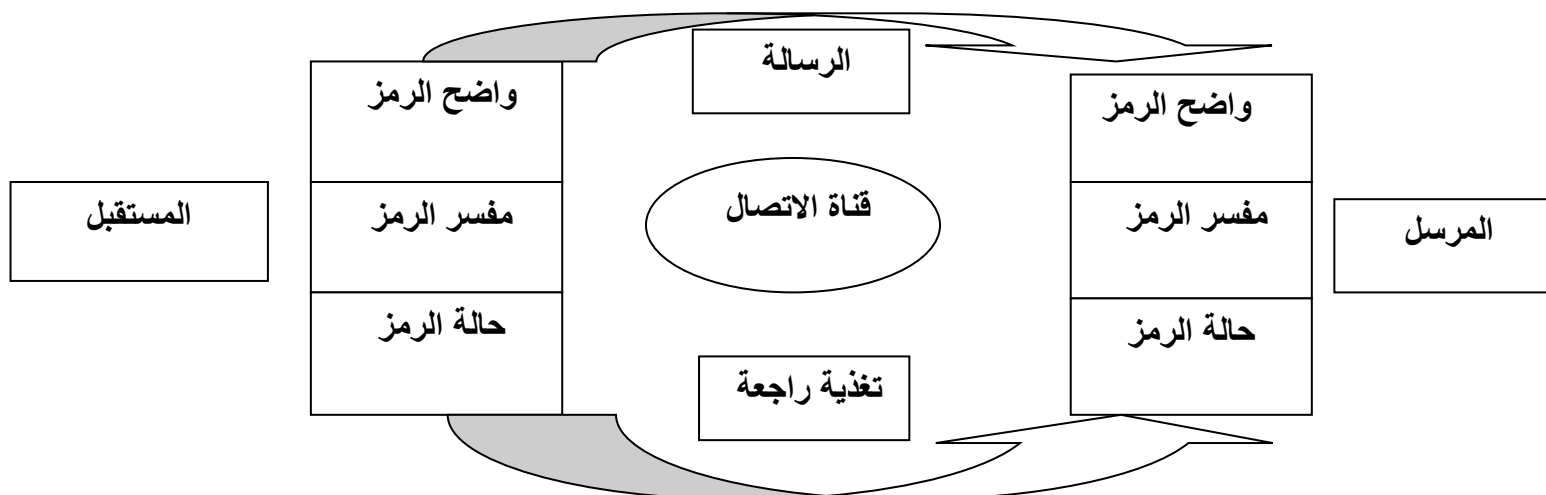
2- نموذج شارام:

يستهدف شارام في نمودجه أساسا على تحليل أفكاره التي مبدؤها أن الاتصال هو خلق نوع من الاتحاد و الترابط بين المرسل و المستقبل حول رسالة معينة، أو مجهود هادف يرمي إلى توفير أرضية مشتركة بين المرسل و المستقبل، و قد وضع شارام عناصر عملية الاتصال التي تشمل ثلاثة عناصر هامة هي المصدر: قد يكون شخصا يتحدث أو يكتب أو يرسم أو يشير أو قد يكون مؤسسة اتصالية.

الرسالة: وقد تكون كلمات مكتوبة على الورق أو موجات صوتية عبر الأثير أو إشارة يمكن تفسيرها. **الوجهة (المقصد) :** وقد يتمثل في شخص ينصت أو يراقب أو يشاهد أو يقرأ و قد يكون عضو في مجموعة و حتى تتم عملية الاتصال لابد أن تكون الرسالة المراد إبلاغها للمستقبل معدة إعدادا رمزيا ,

1- قادري محمد، الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية بين النظرية والتطبيق، رسالة ماجستير في علوم التسيير إدارة الأعمال، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2010/2009، ص ص 49,50.

وعند وصول هذه الأفكار المتبلورة و المؤطرة في الرسالة إلى المستقبل تبدأ عملية فك الرموز و الكلام و آلية التخاطب و الاتصال و العنصر الضروري في نسق الاتصال يتمثل في التوافق و التناغم بين المرسل و المستقبل , أي انه لا بد من وجود استعدادات لفهم الرسالة الموجهة من طرف المرسل و معرفة تحليل و تفكيك رموزها إلى تطبيق محتواها، و ذلك يتركز أساسا على مجال الخبرة المشتركة بينهما والشكل التالي يبين ذلك .



الشكل 01: نموذج شارام

من هذا الشكل يظهر لنا أن شارام قدم مفهوم مجال الخبرة الذي اعتبره ضروريا ليؤكد بلوغ الرسالة إلى تحقيق أهدافها بالطريقة المرسومة لها. ¹

3- نموذج شانون و ويفر :

نشر شانون عام 1949 نتائج البحث الذي أجراه " لشركة بل للهاتف " لدراسة المشكلات الهندسية لإرسال الإشارات , و كانت هذه النتائج هي أساس نموذج " شانون " و " ويفر " للاتصال الذين ادخلا مصطلح الضوضاء أو التشويش الذي قد يتداخل مع إرسال الإشارة من مصدرها إلى هدفها و يصور هذا النموذج فكرة أساسية رئيسية تبدأ بالمصدر الذي تنطلق منه الرسالة إلى الناقل حيث يتم ترميزها على شكل إشارة , ثم يتم نقل هذه الإشارة بواسطة أداة الاتصال معينة إلى المستقبل الذي يقوم بدوره بفك هذه الرموز عن طريق عملية ثم تمر بعد ذلك إلى الهدف و بذلك تتم عملية الاتصال من خلال ستة عناصر هي :

1- جمعة عبد الغني، لعربي حمزة، مهارات الاتصال لدى أستاذ التربية البدنية والرياضية وعلاقتها بدافعية الانجاز لدى تلاميذ الطور الثانوي، مذكرة ماستر في ميدان علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة اكلي محند أولحاج البويرة , 2016/2017، ص ص 12,13.

- مصدر المعلومات.
- المرسل.
- القناة.
- المستقبل.
- الهدف.
- مصدر الضوضاء.

فنشاط المرسل هو وضع الفكرة في رموز، ونشاط المستقبل هو فك هذه الرموز وإعادةتها إلى الفكرة، وأوضح كلود شانون بان العملية التي تتم فيها ترميز ونقل وفك الرموز، تصبح عرضة للتشويش أو التداخل وهي في طريقها من المرسل إلى المستقبل، وهذا التشويش يؤثر سلبيا في عملية الاتصال، ففي توضيحهما لنظريتهما ادخلا مصطلح ضوضاء الذي يرمز لأي تشويش يتداخل مع إرسال الإشارة من مصدرها إلى هدفها.

مثل التشويش في جهاز الراديو، أو الضباب الكثيف، أو صفحات الجريدة غير الواضحة وتصبح هذه العملية عرضة للفشل في تحقيق أهدافها، وطورا فكرة التصحيح واعتبرها وسيلة للتغلب على المشكلات بتشغيلها ومراقبة ومقارنة بين الإشارة التي أرسلت بتلك التي يتم استلامها، وترسل إضافية لتصحيح الخطأ، ومن النقد الموجه لهذا النموذج هو عدم احتواءه على عنصر الأثر الرجعي.¹

4-نموذج كاتز ولازارسفيد:

في عام 1955 قدم عالما العلوم السياسية **الياهو كاتز و بول لازار سفيد** مفهومهما عن تدفق الاتصال على مرحلتين في كتابهما " التأثير الشخصي " , وقد بنيا النموذج على بحث سابق وجدا فيه أن المعلومات المقدمة من الوسائل الجماهيرية لا يكون لها اثر على المستقبلين كما تزعم وجهات النظر السابقة للاتصال , وقد أوضح بحثهما أن الرسائل السياسية المذاعة و المطبوعة تبدو ذات تأثير ثانوي ضئيل على قرار الناخبين في عملية التصويت , و نتيجة للبحث عن سبب وجود هذا الأثر , فقد طوروا وجهة نظر توضيح الصلة بين الحركة الديناميكية الذاتية ووسائل الاتصال الجماهيرية .

ففي مركز البحوث التطبيقية الذي أنشأه "لازار سفيد" في جامعة كولومبيا بنيويورك استخدم فيه المقاييس العلمية لدراسة استجابات المستمعين للمواد الإعلامية التي تقدم في أجهزة الاتصال،

1- كسيرة مريم، قرور نبيلة، الاتصال الداخلي وأثره في تحسين أداء العاملين في المؤسسة، مذكرة ماستر في علوم التسويق إدارة الأعمال، جامعة أكلي محند أولحاح البويرة , 2018/2019، ص ص 9,10.

وتحليلها وردود أفعالها في سلوكياتهم واتجاهاتهم، ومن خلال الدراسة الميدانية توصل إلى نظريته في الاتصال المستمدة من التأثير على مرحلتين والتي يتبلور فيها الموقف الاتصالي على النحو التالي:

- المرسل هو الذي يؤلف وينقل الرسالة، وهي ما يرغب المرسل فيها إلى المستقبل وهو الجماهير من وجهة نظر النظرية، وهذه الجماهير لا تتأثر بالرسالة مباشرة وإنما يتأثرون أكثر إذ ما نقلت إليهم مرة أخرى عن طريق قادة الرأي، ويمكن مفهوم قادة الرأي من خلال الدراسات التي في المجتمعات المحلية القروية، حيث يحتكر قائد الرأي بعض الأساليب الاتصال كالقراءة جهاز الراديو مثلا، فانه يستطيع إعداد صياغة الرسالة بشكل يتفق مع الحلة المعنوية للمستقبل. وعلى الرغم من أن الأبحاث اللاحقة قد اقترحت أن هذا المفهوم يمكن تطبيقه على حالات فقط، فان هذه الصيغة أوضحت الصلة بين الاتصال وجها لوجه والاتصال الجماهيري كما لفتت النظر إلى فكرة قادة الرأي.¹

5- نموذج بيرلو Berlo: ²

أما في العشرية الموالية (الستينات) التي يعتبرها البعض سنوات التكامل لما بذل مجهودات عملية كبيرة في إثراء مختلف المجالات التي لها علاقة بالاتصال باعتماد على أعمال علماء سابقين، فان من أهم ما يذكر في هذا الصدد هو كتاب " ديفيد بيرلو " " عملية الاتصال " الذي ألفه عام 1960، والذي تأثر بوجهة نظر أرسطو عن الاتصال وقدم نموذجا يشمل العناصر التقليدية: الرسالة، القناة، المستقبل. أشار بيرلو إلى أن المهارات والمواقف، المعرفة والثقافة والنظم الاجتماعية للمصدر مهمة لفهم طريقة عملية الاتصال، كما أن المحتوى والمعالجة والرمز مهمة للرسالة وقد اهتم النموذج بالحواس الخمس، بصفتها قنوات رئيسية للمعلومات وأن العوامل نفسها تؤثر على المستقبل كمصادر.

ركز في شرحه للنموذج على أن أهمية الاتصال متسلسلة، وأن المعاني موجودة في الناس وليست في الكلمات أي أن تفسير الرسالة يعتمد بشكل رئيسي على المرسل والمستقبل أكثر من اعتمادها على عناصر الرسالة نفسها، وهو ما يكون قد دعم التحول الذي يبعد عن نظريات الاتصال التي تؤكد على بث المعلومات إلى وجهات النظر تركز على تفسير المعلومات.

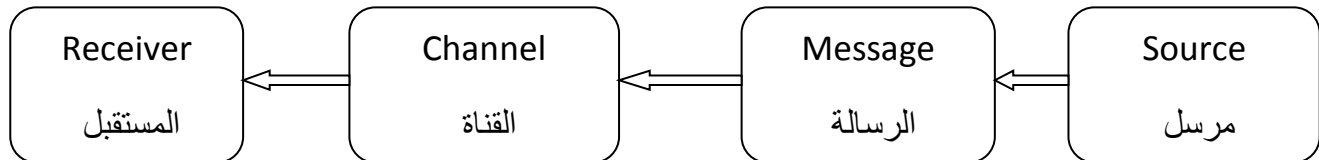
الرسالة: (2) M: Message	المصدر: (1) S: Source
المستقبل: (4) R: Receiver	القناة: (3) C: Channel

1- نيوجمال الدين، مرجع سبق ذكره، ص ص 40 , 41.

2- المرجع نفسه، ص 41.

الشكل 02

يوضح نموذج بيرلو للاتصال



خلاصة الفصل:

لقد تم عرض ودراسة موضوع الاتصال والذي هو عملية يتم من خلالها نقل المعلومات أو الأفكار من شخص إلى آخر أو آخرين بصورة يحقق الأهداف المنشودة للمؤسسة و تعرفنا على خصائص الاتصال الجيد و أنواع الاتصال الرسمي بمختلف أشكاله من الاتصال النازل الصاعد و الأفقي والاتصال الغير الرسمي و تم التطرق إلى أهمية الاتصال و أهدافه للمؤسسة و أخيرا تم التطرق إلى طرق الاتصال و نماذجه.

الفصل الثاني: الإستراتيجية الاتصالية

- المبحث الأول: مدخل عام إلى الإستراتيجية الاتصالية
 - المطلب الأول: مفهوم الإستراتيجية الاتصالية وأنواعها
 - المطلب الثاني: مبادئ الإستراتيجية الاتصالية
 - المطلب الثالث: أفاق وأهداف الإستراتيجية الاتصالية

 - المبحث الثاني: مراحل صياغة الإستراتيجية الاتصالية
 - المطلب الأول: مراحل صياغة الإستراتيجية الاتصالية
 - المطلب الثاني: مراحل تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية في مخطط اتصالي
 - المطلب الثالث: عراقيل التخطيط الاستراتيجي للاتصال
- خلاصة الفصل.

تمهيد:

يتميز المجتمع الإنساني بأنه مجتمع اتصالي , فظاهرة المجتمع البشري في أساسها هي ظاهرة اتصالية بحثة , فهي تسهل أغراض التجمع البشري من ناحية و تحقيق الهدف الإنساني من التجمع من ناحية أخرى, فالاتصال و منذ قيام حضارات التجمع البشري كان و لا يزال عصب انتماء الإنسان ووسيلة لتحقيق التناغم و الاندماج الجمعي بين الأفراد و المجتمع, و لو لا الاتصال لما نمت المجتمعات و مع التطورات الهائلة في جميع مجالات الحياة اليومية تطورت أساليب التخطيط للاتصال و فنونه و علومه حتى وصلت إلى ما يعرف بالإستراتيجية الاتصالية .

وإن أي مؤسسة مهما كان طابعها العملي فهي تحتاج إلى إستراتيجية ولن تسنى ذلك إلا بوضعها في منظومة اتصالية تعتمد فيها على الاتصال سواء كان ذلك في الإطار الداخلي أو الخارجي لهذا يمكن للمؤسسة أن تخلق إستراتيجية اتصالية تمكنها من بلوغ هدفها.

وعليه سوف نتطرق في هذا الفصل إلى كل من مفهوم الإستراتيجية الاتصالية، أنواعها، مبادئها، أفاق وأهداف الإستراتيجية الاتصالية، مراحل صياغة الإستراتيجية الاتصالية وكذا مراحل تنفيذها في مخطط اتصالي، وفي الأخير سنتطرق إلى عراقيل التخطيط الاستراتيجي للاتصال.

المبحث الأول : مدخل عام إلى الإستراتيجية الاتصالية

المطلب الأول: مفهوم الإستراتيجية وأنواعها وأسس بناء الإستراتيجية

قبل أن نتطرق في تقديم تعريف لإستراتيجية الاتصالية سوف نتحدث بصفة عامة عن الإستراتيجية: مفهومها وأهميتها.

1- مفهوم الإستراتيجية:

- الإستراتيجية هي علم وفن وضع الخطط العامة والمدروسة بعناية والمصممة بشكل متلاحق ومتفاعل ومنسق، لاستخدام الموارد (مختلف أشكال الثروة والقوة) لتحقيق الأهداف الكبرى.

شاع استخدام مصطلح الإستراتيجية في العقود الأخيرة وهو من أصل يوناني ويعني فن الأشياء أو الخطط العامة، ثم استخدمت أيام اليونان لتعني فن قيادة القوات العامة. وقد تطور استخدام مصطلح الإستراتيجية على يد **كلاوز فيتر** في القرن 19 الذي درس العلوم العسكرية على أسس عقلية، فعرف الإستراتيجية على أنها نظرية استخدام المعارك كوسيلة للوصول إلى هدف الحرب، في ضوء مفهومه الأساسي الذي يقول بان الحرب هي استمرار للسياسة بوسائل أخرى. وعلى الرغم من وجهة هذا التعريف فان المنظرين العسكريين الرئيسيين مثل: **ليدل هارت** و **أندريه بوفر** و **ماوتسي تونغ** و **سوكولوفسكي** قدموا تعريفاتهم المختلفة والتي يجمع بينها الاتفاق على أنها علم وفن إعداد الخطط والوسائل التي تعالج الوضع الكلي للصراع، الذي تستخدم فيه القوة بشكل مباشر من اجل تحقيق هدف السياسة الذي يتعدى تنفيذه بوسائل أخرى. ويحدد العسكريون القواعد العامة التي تحكم الإستراتيجية بالمبادئ التالية:

المحافظة على حرية على حرية العمل، الاقتصاد في القوى، الحصول على المبادرة، تحقيق المفاجأة، قوة الحشد، خفة الحركة، بساطة المخطط العام، تحقيق التعاون والتنسيق، وحدة القيادة.

أما تطبيق هذه المبادئ فيختلف من عصر إلى آخر ويتأثر بظروف الزمان والمكان والأوضاع الدولية، وبالمستوى التقني والإمكانيات الاقتصادية والموارد البشرية والعوامل السياسية والجغرافية والتاريخية وبطبيعة العدو وفكره وإمكانياته وخطه.¹

1- صبرينة ايت عبد الله، إستراتيجية وسائل الإعلام المسموعة في تحقيق نظرية الاستخدامات والاشباع، رسالة ماجستير في اتصال استراتيجي، جامعة الجزائر 3، 2012/2011، ص 16.

- تنوعت التعاريف التي تناولت ماهية الإستراتيجية كمفهوم ومصطلح وأشهرها المدخل العسكري وتعني فن إدارة وقيادة الحروب، وبصفة عامة تعني الخطة الحربية أو هي فن التخطيط للعمليات العسكرية قبل نشوب الحروب، وفي نفس الوقت فن إدارة تلك العمليات عقب نشوب الحروب.

- و مفهوم الإستراتيجية عموماً: هي مجموعة السياسات و الأساليب و الخطط و المناهج المتبعة من أجل تحقيق الأهداف المسطرة في أقل وقت ممكن و بأقل جهد مبذول.

في يعرف **Thomas** الإستراتيجية على أنها: خطط و أنشطة المنظمة التي يتم وضعها بطريقة تضمن خلق درجة من التطابق بين رسالة لمنظمة و أهدافها, بين هذه الرسالة و البيئة التي تعمل فيها بصورة وذات كفاءة عالية.¹

كما عرفها **فيرن بانكسو** " أنها طريقة أو أسلوب و مدخل لكيفية التعامل مع مشكلة ما , في حين هناك من اتخذ تلك الأسس التي تمثل الأساليب و الإجراءات اللازمة لتحقيق أهداف الإعلام و الاتصال إلى تطبيقها من إطار التوجيه البحثي لديه " , كما عرفها **باركر** بأنها عملية بناء الاتصالات الفعالة مع الجمهور و التي تحتاج لفترة زمنية ممتدة حتى تتحقق الأهداف المرجوة منها.²

2-أهمية الإستراتيجية :

- ✓ تحقيق أفضل انجاز ممكن و ذلك من خلال اتجاهات و أهداف المنظمة لفترة زمنية طويلة .
- ✓ تعطي الخطة الإستراتيجية أهدافا و توجهات واضحة للمستقبل .
- ✓ التعرف على العوامل الداخلية و الخارجية المؤدية إلى إحداث تغييرات مهمة في المنظمة كإدخال منتجات جديدة أو التوسع في الأهداف أو البحث عن أسواق جديدة.
- ✓ تساعد الإستراتيجية متخذي القرار على معرفة الاتجاهات الصحيحة في اتخاذ القرارات و تساعد المدراء على فحص المشكلات الرئيسية .
- ✓ تنظيم تدخل القرارات المالية و التسويقية المهمة المتعلقة باتجاهات المنظمة.
- ✓ تمكن الخطة الإستراتيجية متخذي القرار من تحقيق الاتصال الكفأ و التنسيق و التكامل و التفاعل مع كافة الفعاليات للمنظمة .
- ✓ إضافة إلى أن التخطيط الاستراتيجي الناجح هو بحد ذاته من الأعمال الإدارية الكفوة.³

1- أردان حاتم خضير العبيدي , أحمد محمد فهمي سعيد البرزيجي , الإدارة الإستراتيجية مدخل في إستراتيجية الإبداع التنظيمي و مكوناتها, دار الدكتور, الطبعة الأولى, بغداد 2021 , ص 12, 15 .

2- ابراهيم يحيوي , محاضرة استراتيجيات الاتصال علم الاجتماع و الاتصال , جامعة محمد لمين دباغين , سطيف 2 , 2018/2019 . ص 34 .

3- خالد رجم , محاضرات مقياس إستراتيجية المؤسسة, جامعة قصدي مرباح ورقلة معهد العلوم و التقنيات التطبيقية , 2016 , ص 4

✓ تمكن الإستراتيجية من زيادة قدرة المنظمة على الاتصال بالمجموعات المختلفة داخل البيئة المنظمة.

✓ أهداف الإستراتيجية تكون واضحة و دقيقة و مدروسة, و هذا يساعد على توجيه جهود المنشأة بالاتجاه الصحيح.

3-أسس بناء الإستراتيجية :

على الرغم من التأكيد على أن وضع أسس ثابتة للإستراتيجية, يتناقض مع المتغيرات الدائمة للطرق التكتيكية التي تتسم بسرعة التغير لمسايرة التطورات الحادثة سواء الداخلية منها أو الخارجية , لكن يمكن القول أن القواعد و الأسس تمثل الخطوات الأساسية التي يمكن إنتاجها في بناء الإستراتيجية و من بين هذه القواعد و الأسس ما يلي :

- إن نقطة البدء في بناء الإستراتيجية هي تحديد الأهداف بطريقة واضحة و مقارنتها بالوسائل و الإمكانيات مع ملاحظة ضرورة الملائمة بين الأهداف و طرق تحقيقها.

- مراعاة أن تتسم الإستراتيجية بالمرونة مع القدرة على مواجهة ما ينشأ من تغيرات بعضها محتمل , و البعض الأخر يرتبط بعامل التغير مع ملاحظة أن هناك عوامل طارئة يمكن أن تحدث و لذا يراعى أن تكون الإستراتيجية ديناميكية و مرنة .

- إن الإستراتيجية بناء عقلي تنظيمي يعمل على تحقيق الأهداف التي تضعها السياسة, كما أنها تالية لها في التنظيم, لكنها ليست منفصلة عنها.

- إن الإستراتيجية بجميع مستوياتها تسبق التخطيط, ومن ثم فإنها لا تهتم بالتفاصيل الواجبة في مجال التخطيط.

و ينبغي أن يراعى الاستمرارية الإستراتيجية مع اعتماد كل مرحلة على المرحلة التي تسبقها, و على أن يكون المدى الزمني مناسباً حتى يمكن التنبؤ بالتغيرات المتوقعة الحدوث.¹

1 - محمد هاني محمد، الإدارة الإستراتيجية الحديثة, دار المعترف للنشر و التوزيع, الطبعة الأولى , 2014, ص 49.

أولا : مفهوم الإستراتيجية الاتصالية :

- تعرف الإستراتيجية الاتصالية على أنها المخطط العام للسياسة الاتصالية للمؤسسة أو المنظمة , مشروع إجمالي متوسط أو طويل المدى يحدد الأهداف و يختار الوسائل ¹.

و يمكن تعريف الإستراتيجية الاتصالية على أنها " عبارة عن خطوات علمية مدروسة و منظمة ذات طبيعة خاصة تتكامل مع خطوات التخطيط الاستراتيجي الإداري لكل قطاعات المجتمع لتحقيق غايات متكاملة تخدم الاتجاه المستقبلي لكل من المؤسسة و جماهيرها معا , و ليكون التطور أو التقدم أمنا و مستقرا و متوازنا.

ويعرف فليب كوتلر الإستراتيجية الاتصالية على أنها: أسلوب للمؤسسة بان تبذل و تحافظ على الرابطة الضيقة من الأهداف و الوسائل من ناحية، و الإمكانيات المتاحة في السوق من ناحية أخرى، و هو يدور بصفة خاصة حول كيفية تحديد و تسيير النشاطات التي اختارتها المؤسسة ك مجال للاستثمار.

و هناك من يرى بان إستراتيجية الاتصال عبارة عن مجهود فكري منظم و هادف، يهدف إلى السيطرة على الفرص و القيود الخارجية. ²

- و التخطيط الاستراتيجي هو أساس بناء الإستراتيجية الاتصالية , إذ لا يمكن تنفيذ أعمال على أحسن وجه دون تخطيط لها , و هذا ما يشير إليه تعريف آخر يرى أن الإستراتيجية الاتصالية عملية مبنية على قاعدة معلومات إرشادية(خطة) , و موجهة حسب النتائج المرجوة . تجمع أوامر العاملين تحت لوائها, و هي أساسا تشكل رباط لعناصر الخطة التي قد درست الواقع المحلي, و تفضل تعددية انساقا الاتصال لتحرض على التصرف المدروس و الايجابي و للتغيير الاجتماعي المنشود , و هي تمتد في المؤسسة من سنتين إلى خمس سنوات من خلال إعداد خطط سنوية , وفيها تحدد العناصر المختلفة اللازمة لتطبيق الإستراتيجية و متابعتها ابتداء من الأهداف . الخلايا الاتصالية و المستهدفين و الوسائل , الوسائط و التواريخ إلى التكاليف المتعلقة بها, و الحدود أو القيود الممكن أن تواجهها العملية الاتصالية و المشكلة التي تواجه المنظمات هو الفشل في التمييز بين التخطيط **planning** و صنع الإستراتيجية **strategizing** , فالتخطيط يتعلق بالبرمجة و ليس الاكتشاف , كما أن التخطيط إنما هو للتقنين في حين أن الإستراتيجية هي قبل كل شيء بحث و تنقيب مستمر، فالإستراتيجية الاتصالية إذا عملية إبداعية, عقلانية التحليل, و حوسبة التصور الإنساني, و هي أيضا عملية ديناميكية متواصلة تسعى إلى تحقيق

¹- بن قيط الجوادي , إستراتيجية الاتصال للإدارة الإستشفائية الجزائرية , رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال , جامعة الجزائر 03, 2012/2011, ص 60 .

²- ماريا قعبي , الإستراتيجية الاتصالية للوكالات السياحية عبر شبكة الفيسبوك في الجزائر , مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال , جامعة الجزائر 03 , 2020/2019, ص 19 .

رسالة المنظمة من خلال إدارة وتوجيه الموارد المتاحة بطريقة كفؤة فعالة, و القدرة على مواجهة تحديات بيئة الأعمال المتغيرة من تهديدات وفرص ومنافسة ومخاطر أخرى مختلفة وبغية تحقيق مستقبل أفضل انطلاقا من نقطة ارتكاز أساسية في الحاضر, هذا وقد أصبح التكامل الاستراتيجي في توجهات الإدارة يعتبر شرطا ضروريا للكفاءة و الفاعلية, وتعويضا عن حالات التشتت والتنافر أو عدم التنسيق بين السياسات و القرارات , و سوف يتوقف نجاح المنظمة بضرورة الاعتماد على إستراتيجية اتصالية واضحة و متكاملة من اجل التعامل مع عناصر و متغيرات البيئة المعقدة .¹

ثانيا : أنواع إستراتيجية الاتصال

1- إستراتيجية الاتصال الداخلي:

- إن الاتصال الداخلي في المنظمة , و أن كان من الضروري وضعه في إطار استراتيجي فهو لا يبتعد عن كونه احد المهام و الوظائف التي تساعد المنظمة في تنفيذ إستراتيجيتها العامة , وفق الطرق و السياسات الموضوعة للوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة فيها و إستراتيجية الاتصال الداخلي قريبة جدا من تلك المعدة للاتصال الخارجي و هي تعرف على أنها :

" نقل و نشر المعلومات و المعرفة بين الموظفين لزيادة وعيهم و تنمية روح الانتماء و تفعيل مشاركتهم لتعزيز أدائهم الفردي و المؤسسي .

و من أهداف إستراتيجية الاتصال الداخلي نجد:

- إيصال المعرفة لكافة المستويات الإدارية.
- ترسيخ الثقافة المؤسسية و تعزيزها.
- توجيه العاملين وتنسيق جهودهم بما يخدم الأهداف المؤسسية.

و على ذلك نجد أن المنظمة تتكيف وفق البيئة الموجودة فيها أن كانت سياسية، اقتصادية، ثقافية أو اجتماعية لذلك نجد انه من أسباب إعداد إستراتيجية الاتصال الداخلي:

¹- عيسى بوكرموش , إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية , رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال , جامعة الجزائر 03, 2012/2011, ص 13.

أ- الحاجة إلى الاتصال Le besoin de communiquer :

وجد الاتصال مصدره في العلاقات العامة بين البشر ويعرف المختصون الاجتماعيون الاتصال على انه حاجة إنسانية أساسية وأسلوب أولي مكلف بتعريف الفرد الاجتماعي، من هذا المنطلق يتضح أن الاتصال يستند على الأفراد و حاجاتهم.

ب- الإدارة الإستراتيجية:

الاتصال الداخلي باعتباره نشاط استراتيجي ليه أن ينتج عن الإدارة الإستراتيجية التي تحملها المديرية العامة في اعتبار انه سيشارك في إعداد هوية المنظمة، و تساعد في تلبية أهدافها العامة لذلك لا يمكن للمديرية العامة أن تبقى خارج عملية الاتصال¹.

2- إستراتيجية الاتصال الخارجية:

إن إستراتيجية الاتصال الخارجية هي عبارة عن برنامج متكامل و مسطر من حيث الأساليب ووسائل الاتصال , " يهدف إلى تعريف الجمهور المستهدف بالمؤسسة ومنتجاتها و محاولة التأثير على أرائهم لجعلهم يفضلونها على المؤسسات المنافسة الأخرى " .

كما يمكن النظر إلى الاتصال الخارجية على " أنها ذلك المخطط الذي يحتوي على مجموعة تدخلات من الاتصال قادر على إحداث تغييرات ضرورية في المعارف , الآراء , الاتجاهات الاعتقادات و السلوكيات على مستوى الجمهور المستهدف , و ذلك لحل المشاكل وفق إطار زمني محدد مع الأخذ بعين الاعتبار الموارد المتاحة " .

إن إستراتيجية الاتصال الخارجية هي احد الاتجاهات الحديثة في الفكر التسويقي , لأنها تعتبر احد الأنشطة الرئيسية في مجال تسويق السلع و الخدمات, إذ يعتمد عليها في تحقيق الأهداف فهي مجموع المعلومات و النشاطات التي ترسلها المؤسسة إلى المحيط الخارجي بالكيفية و الكمية التي تساهم في تحقيق أهدافها المسطرة .

¹ - عماد الدين شعبان , دور الإستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية , مذكرة ماستر اتصال و علاقات عامة , جامعة محمد خيضر بسكرة قطب شتمة , 2019/2018, ص 45.

أهداف إستراتيجية الاتصال الخارجية :

تهدف إستراتيجية الاتصال الخارجية إلى تحقيق الأهداف التالية:

- إشباع حاجات العملاء و رغباتهم من خلال توفير السلع أو الخدمات التي تستجيب لهذه الحاجات والرغبات.
- تزويد الجمهور بالحقائق حول أنشطتها وفعاليتها و الحصول على التغذية العكسية منه.
- إبرام الاتفاقيات والمعاهدات بين الأطراف ذات العلاقة كافة لتحقيق منافع متبادلة.
- التوفيق بين مصالح كافة الأطراف ذات الصلة بالأنشطة المنظمة , و التي تتمثل في إشباع رغبات المستهلكين و حاجاتهم , و الإرباح لأصحاب المنظمة , ثم رفاه المجتمع .
- الكشف عن اتجاهات وميول جمهور المؤسسة.
- وضع برامج تتلائم مع الأهداف العامة للمؤسسة ، و التعريف بالخدمات التي تؤديها .
- تصحيح الأفكار الخاطئة عن المؤسسة و محاربة الإشاعات التي تمسها.
- خلق علاقات التعاون بين المؤسسة و مؤسسات أخرى.¹

المطلب الثاني: مبادئ الإستراتيجية الاتصالية

تعتبر الإستراتيجية الاتصالية من بين العوامل الهامة و المساعدة في عملية تحديد الطرق و الوسائل المساهمة في تطبيق و أداء الإستراتيجية العامة للمنظمة , و إذا كانت هذه الإستراتيجية تعد بعدا بالنسبة للإستراتيجية العامة للمنظمة , فان التطورات المتسارعة في المجال التكنولوجي و في مختلف الميادين الأخرى , و نظرا للخصائص التي تميز المحيط المتغير للمنظمة جعل الاتصال اليوم جزءا لا يتجزأ من التفكير الاستراتيجي .

إستراتيجية الاتصال تعتبر فن إدارة مجموعة الاستعدادات للوصول إلى الهدف المطلوب، كما يجب توفر بعض المبادئ الأساسية لتكون مقبولة من طرف المنظمة:²

1-مبدأ الوجود Existence:

يجب أن تكون الإستراتيجية الاتصالية موجودة في الواقع و محددة بشكل رسمي , فالكثير من المؤسسات ليس لها إستراتيجية اتصالية، بل يكفي بعمليات غير منتظمة.

1- بوهلة شهيرة، إستراتيجية الاتصال و دورها في الأداء التنافسي للمؤسسة , رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال اتصال استراتيجي , جامعة الجزائر 03 , 2011 / 2012, ص ص 38,39.
2- حمزة عليلي، امينة عياد، الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة الخدمائية , مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال, جامعة الجليلي بونعامة بخميس مليانة , 2015/2016, ص 40.

2- مبدأ الاستمرارية Continuité:

من أهم الخصائص الأساسية للإستراتيجية الاتصالية في الإستراتيجية الاتصالية أن تكون مستمرة على المدى الطويل، لكي تظهر كفاءتها وفعاليتها.

3-مبدأ التميز Différeciation: إن احد الأدوار الأساسية للإستراتيجية الاتصالية هي إعطاء المنتج أو الخدمة تميز غير موجود في العروض الأخرى (التميز الايجابي بالطبع) , حيث تقاس نوعية الاتصال بدرجة التميز التي يخلقها المنتج أو الخدمة المعروضة .

4-مبدأ الوضوح Clareté:

يجب أن تكون الإستراتيجية الاتصالية واضحة و بسيطة و سهلة الفهم لدى الجمهور المستهدف , فأي إستراتيجية تعتمد على أسس ومبادئ عمل غير مفهومة ومعقدة، فالنتيجة ستكون مبهمه لا قيمة لها.

5-مبدأ الواقعية Réalisme:

يجب تطابق الإستراتيجية الاتصالية مع خصائص المنتج أو الخدمة، وذلك لكي تكون مرحبا لها من طرف الجمهور المستهدف، فأي معلومة لا ترتبط بالواقع فإنها تؤدي إلى رفض الرسائل المعروضة , من ذلك فقدان المنتج أو الخدمة لقيمتة وجمهوره.¹

6-مبدأ المرونة Flexibilité:

إستراتيجية الاتصال يجب أن تكون:

- مرنة حسب مختلف الأشكال الاتصالية.
- مرنة حسب الاتصال.
- مرنة حسب نوع الخدمات أو المنتج.

7-مبدأ التناسق Cohérence:

يجب أن يتناسق الاتصال مع مجموعة قرارات المؤسسة، و بالخصوص مع قرارات التسويق هدفه , موقعه, قنوات التوزيع.

¹- شهرابي نوال، الإستراتيجية الاتصالية داخل المؤسسة الإعلامية , مذكرة ماستر في الاتصال و العلاقات العامة , جامعة الطاهر مولاي سعيدة , 2016/2017, ص 62.

8-مبدأ القبول الداخلي Acceptation interne :

لابد على الاتصال ورسائله أن تكون مسموعة و مفهومة من المستهلكين فقط بل و أيضا من الجماهير داخل المؤسسة في حد ذاتها (مستخدمين, عمال, إطارات) فهذا المبدأ أساسي لأنه جزء من الاتصال، فهو سيكون منجز من طرف الموظفين, و بالخصوص الذين لهم علاقة مباشرة مع الجماهير الخارجيين.¹

المطلب الثالث: آفاق و أهداف الإستراتيجية الاتصالية

لأن مؤسسة نسق حي، لابد من أن تكون إستراتيجيتها مرنة وقابلة للتطبيق حتى تتأقلم مع المتغيرات الداخلية والخارجية التي تحيط بها، وهناك شرط ثان ضروري لنجاح هذه المهمة، وهو أن تكون هذه الإستراتيجية معروفة ومقبولة لدى المستخدمين.

وتعتمد المؤسسة إلى تحقيق مجموعة من الرهانات من خلال وضع إستراتيجية للاتصال الداخلي منها: ²

أ- **تحفيز المستخدمين :** تمكن الاتصالات الجيدة العامل من التعبير عن آرائه في الإدارة الممثلة في رؤسائه و هذا ما يؤدي إلى تحفيزه للقيام بعمله على أحسن وجه و بالتالي كسب هذا الرهان و المتمثل في تحسين الإنتاجية و المنافسة داخل المؤسسة .

ب- **تنسيق الأفعال :** لا يمكن لأي مؤسسة أن تحقق أهدافها الإستراتيجية إذا لم تتمكن من تنسيق مجمل أفعالها و مبادراتها , و قد يؤدي غياب المعلومة على المستوى العام إلى نشوء الخلل و عدم التجانس الذي يؤدي إلى ظهور انقسامات بين مجموع أطراف العملية الاتصالية داخل المؤسسة , ولكي يتحقق التنسيق الكافي لابد على المسير أن يكون قادرا على بث المعلومات الضرورية لمساعدته وأن يكون قادرا على إعادة صعود المعلومة .³

ج- **تغيير التصرفات و العقليات:** تواجه المؤسسات اليوم مجموعة من المتغيرات الداخلية و الخارجية , تستدعي ضرورة التأقلم معها لأجل البقاء و من بين هذه المتغيرات :

- الكثير من المؤسسات تغير مجال نشاطها.

- ظهور المنافسة الحادة.

1- مرجع نفسه , ص 63.

2- العوادي صبرينة , دور الإستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للجمعية الخيرية , مذكرة ماستر اتصال و علاقات عامة , جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي , 2019/2018, ص 24 .

3- سارة قلقول , الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة السياحية , مذكرة ماستر في الاتصال و العلاقات العامة , جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

- تطور التكنولوجيا و الاستثمارات.

قد تتوفر الأدوات اللازمة للتطور و مواجهة مجمل هذه المتغيرات لكن رغم ذلك قد تشهد الكثير من المؤسسات فشلا ذريعا و يرجع السبب الرئيسي لذلك رفض أو مقاومة التغيير بسبب تحجر الذهنيات وتمكن الإستراتيجية الاتصالية هنا من مواجهة هذا التصلب في المواقف و تقديم الإجابات الضرورية للاستفسارات المطروحة دون إهمال جانب من العملية و هم التقليل من حدة المعارضة الناتجة غالبا من الرغبة في التمسك بما اعتدنا عليه لان كل ما هو جديد مجهول و غامض و يصعب التأقلم معه.

د- تحسين الإنتاجية : الرهان الرابع و الأخير الذي تعمد المؤسسة إلى كسبه هو تحسين الإنتاجية و المنافسة داخل المؤسسة , و قد تصل المؤسسة إلى تحقيق هذا الهدف إذا نجحت في تحقيق الأهداف الثلاث سابقة الذكر , و يساعد الاتصال في بلوغ هذه الغاية من خلال بث المعلومات و التعريف بمجمل الخطوات و الإجراءات و القواعد و المعارف .

ولجأت الكثير من المؤسسات في السنوات الأخيرة إلى الاتصال الداخلي للتحقيق من مستوى بث و وضع الإجراءات و الأدوات في مجال النوعية، لحث المستخدمين وتحفيزهم على تحقيق الأهداف المتعلقة بحسن مردودية مؤسساتهم.¹

المبحث الثاني : مراحل صياغة الإستراتيجية الاتصالية

المطلب الأول : مراحل صياغة الإستراتيجية الاتصالية

أولا: صياغة الإستراتيجية:

يقصد بها إعداد خطط طويلة الأجل لتحقيق الإدارة الفعالة للفرص و التهديدات البيئية و نقاط القوة والضعف بأسلوب فعال كما تعني صياغة الإستراتيجية أيضا وضع و تحديد غايات المنظمة أو المؤسسة و أهدافها الرئيسية وذلك في ضوء الرؤية المستقبلية الشاملة، و وضوح و تحديد رسالة المؤسسة وتوجيه البحث لتحديد و تحليل العوامل الداخلية و الخارجية المؤثرة مع التقليل المخاطر، كما تحتوى عملية صياغة الإستراتيجية على تحديد الإستراتيجية البديلة، ثم اختيار البديل الاستراتيجي المناسب.²

مثل مختلف الخطط الإستراتيجية فخطة الاتصال في المؤسسة تمر على أكثر من مرحلة لإعدادها، و هذه المراحل تتميز في مجموعها بتقسيمها إلى ما قبل وضع الخططة، إعدادها أو وضعها ثم متابعة تنفيذها، و حسب الكتاب فهناك أربعة مراحل إعداد و أخرى للتنفيذ كما يلي:

1- العوادي صبرينة , مرجع سبق ذكره , ص ص24,25.

2- محمد الصيرفي , التخطيط الاستراتيجي, مؤسسة حورس الدولية للنشر و التوزيع , الطبعة الأولى , الإسكندرية 2008, ص 58 .

- تحديد أهداف الاتصال.
- دراسة المحيط الاجتماعي والثقافي.
- تعيين ال أهداف les cibles و تكييف الوسائل.
- اختيار وسائل وروابط الاتصال.
- التنفيذ.

ومما يلي شرح كل عنصر أو مرحلة من هذه المراحل كالآتي:

1- تحديد الأهداف: يعتبر تحديد الأهداف مرحلة مهمة بالنسبة لوضع إستراتيجية الاتصال, كما أن هذه المرحلة تمر بنقطتين:

أ- **تحديد الأهداف العامة :** و هذا العنصر يعود للمدير وحده لاعتباره الشخص الوحيد الذي بإمكانه أن يضمن تلاحم الجميع من جهة، و من جهة ثانية فإنه هو المقرر , و الأهداف تعبر عن نظرة إستراتيجية المسيرين . كما تضمن تحديد الأهداف العامة محاولة التعرف و التأكد من القبول الجماعي للأهداف الخاصة لإستراتيجية الاتصال. و هذا يمكن أن يعني تحديد الأهداف العامة مباشرة هيئة الإدارة ككل.

ب- **تحديد الأهداف الخاصة:** على خلاف المرحلة السابقة فإن تحديد الأهداف الخاصة يستوجب إشراك الجميع في هيئة الإدارة، وذلك بالنظر إلى خصوصيات المرحلة و التي تتضمن:

- تسلسل النشاطات في كل المستويات.
- مصداقية المنهجية انطلاقا من مشاركة كل مسير.
- تلاحم الجميع حول الأهداف و التي تسمح بتجنب الغموض.
- هذا و يجب الأخذ بعين الاعتبار أن هذه المرحلة تركز على مجموعة من النقاط التالية وهي:
- منهجية التخطيط، لان كل خطوة تتعلق بنشاط الاتصال يجب أن تكون في إطار منهجي، وذلك بغية
- التحقيق من فروقات من جهة، و من جهة أخرى تخفيض المخاطر والخسائر.
- إدماج الإدارة، ضمن الإستراتيجية العامة وذلك على اعتبار أنها المعنى الأول بتطبيق هذه الإستراتيجية والمسؤولة على نجاحها.

- النقطة الثالثة تتعلق بالتغذية المرتدة , و ذلك على اعتبار أهداف إستراتيجية الاتصال لا تقتصر على سير المعلومة و ضمان وصولها إلى المستقبل فقط , و إنما الأهم من ذلك يجب معرفة مدى رد فعلهم الايجابي و إدراج جميع ردود الأفعال ضمن إستراتيجية محددة .¹

2-دراسة المحيط الاجتماعي و الثقافي للمؤسسة:

في هذه المرحلة تقوم المؤسسة بكل من :

أ/ البحث عن هوية المؤسسة و صورتها :

هوية المؤسسة تعبر اسمنت المؤسسة، فالهوية القوية للمؤسسة تسمح بتحقيق الانسجام، و هكذا فكل عمل اتصال يرتبط بهوية المؤسسة يدعم هذا الانسجام.

فالمؤسسة كشخص معنوي مثل الشخص الحقيقي، لها هوية تحدد من خلال عدد من العوامل منها: هياكلها، أنظمتها، تاريخها، المجموعات الثقافية التي تكونها....

و صورة المؤسسة تنتج أو هي انعكاس للهوية، و تقييم من خلال المكونات الأساسية، و عادة ما يكون الحديث عن صورة المؤسسة الخارجية من خلال عمليات التسويق أما الصورة الداخلية فتنتج عن إدراك أو معرفة الهوية في الداخل.²

ب/ تأكيد أهداف الاتصال المحددة من الاتصال و تكييفها :

تحدد الأهداف من طرف إدارة الاتصال، انطلاقا من تصورها لواقع المؤسسة وما ترجوه منها، وهذه الأهداف بعرضها على واقع المؤسسة الحقيقي يتم اكتمالها.

ج/ تعيين خطوط حركة المعلومات في المؤسسة:

الدراسة الثقافية الاجتماعية تسمح بتحديد خريطة لقنوات الاتصال، سواء الرسمية، وهي الضرورية للقيام بالاتصال و الواجب معرفتها في المؤسسة ، والقيام بتعديلات عليها للاستعمال الأمثل و الفعال . و تتم مختلف هذه العمليات عادة من طرف مجموعة مؤقتة، يتم تكوينها من طرف الإدارة لهذا الغرض، و تحديد صلاحياتها، و تنتهي أو تحل بمجرد نهاية العمل.

3- تعيين المستقبلين و تكييف الرسائل :

بعد تحديد أهداف الاتصال النهائية يجب ترجمتها إلى رسائل اتصال، و تعيين المستقبلين للاتصال التي

¹-بن قيط الجوادي , مرجع سبق ذكره , ص ص 62,63.

²-عماد الدين شعبان , مرجع سبق ذكره , ص 48 .

ترسل إليهم وتكيفها مع المستقبلين المحتفظ بهم، و المستقبلين هم أشخاص في المؤسسة أو مجموعات منسجمة من الأشخاص ، و الذين يستهدفون بإرسال الاتصالية , و يمكن أن يكونوا مباشرين أو غير مباشرين .

4- اختيار رسائل و روابط الاتصال:

بالنسبة لوسائل الاتصال يمكن أن تكون شفوية أو كتابية، كما يمكن تقسيمها إلى تلك التي لا يترك أي اختيار للمستخدم وهي تخضع فقط لإدارة السلطة الرئاسية.

كما نجد تلك التي يشارك فيها المواطن مثل الاجتماعات العلمية، و هناك من يترك تدخل ايجابي بالنسبة لمستخدم .

وتجدر الإشارة هنا انه كلما كانت وسائل الاتصال اقرب إلى العلاقات الشخصية كلما كان الاتصال أكثر فعالية.

أما بالنسبة للروابط فهنا يمكن القول انه كلما كان هناك عدد اكبر من الوطاء بين المرسل و المستقبل كلما زادت إمكانية تحريف المعلومة , و بالتالي فان تحريف المعلومة يتناسب تناسباً طردياً و كثرة الوسائط , كما يشترط أن تكون على قدر كبير من المميزات و المؤهلات الشخصية العالية .

5- تنفيذ إستراتيجية الاتصال:

تنفيذ إستراتيجية الاتصال التي تعد في فترة زمنية من سنتين إلى خمس سنوات، و فيها تتحدد العناصر المختلفة اللازمة لتطبيق الإستراتيجية و متابعتها ابتداء من الأهداف، الخلايا الاتصالية و المستهدفين، و الوسائل، و الوطاء، و التواريخ، إلى التكاليف المتعلقة بها، و الحدود أو القيود التي تواجهها العملية الاتصالية.¹

¹- مرجع نفسه, ص ص 49, 50.

المطلب الثاني: مراحل تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية في مخطط اتصالي

يتطلب الدخول في هذه المرحلة توفير إجابات عن الأسئلة التالية :

- ما هي المهام التي يجب تنفيذها.
 - وعلى أي مستوى يتم تنفيذ هذه المهام.
 - في أية مرحلة من مراحل البرنامج يتم تنفيذها.
- وتشير الدراسات إلى أربعة ادوار تنظيمية للمؤسسات المعنية بوضع مخطط الإستراتيجية الاتصالية وتنفيذها و هي:

- مؤسسات القيادة السياسية: وتعمل على تنسيق جهود البرامج الوطنية مثل الوزارات.
 - مؤسسات تقديم الخبرة الفنية في مجال الإعلام: ومنها الأجهزة الحكومية المتخصصة و الجامعات، ومؤسسات الخبرة من القطاع الخاص.
 - مؤسسات معنية بعملية الترويج و التعبئة و تقديم الخدمات: منها أجهزة الإعلام, ووزارات أخرى ذات علاقة بالمؤسسة.
 - المؤسسات المنفذة: التي تتحمل مسؤولية إدارية في عملية تنفيذ البرامج و المشاريع و تنسيقها .
- لذلك من الطبيعي أن تتضمن هذه المرحلة مجهودا خاصا يتمثل في إعداد المخطط التنفيذي للإستراتيجية الاتصالية، و الأمر هنا بالجانب التطبيقي و إعداد الوثائق , و ضبط التوقيت و الميزانية .

1/ الإطار التنظيمي: و نقصد به ضبط و بصفة واضحة الهيئة المسؤولة عن تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية, وأعضائها وكيفية التنسيق فيما بينهم .

2/ إعداد وكسلة المتدخلين: يتطلب إعداد الوثائق و الوسائل الاتصالية مشاركة العديد من المتدخلين من ذوي اختصاصات متعددة، كخبراء الاتصال، المهندسين، و تسير الهيئة و الباحثين، و أعضاء من الجمهور المستهدف.

3/ لوحة القيادة التسييرية : يجب على المجموعة المكلفة بتنفيذ الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة أن تعين قائد يتولى مهمة إعداد رسائل تسييرية للمخطط الاتصالي التنفيذي , و عليهم التعريف المسبق لمعايير قياس النتائج, و على أساس الأهداف , الوسائل و خلايا الاتصال التي تعرف من طرف المديرية تحدد النتائج المنتظرة من عمل المستهدفين و الوسطاء .

تهدف لوحة القيادة إلى: 1

- اتخاذ القرارات التشغيلية و التنفيذية للقيام بالمهام .
- توفير الحوار بين الرؤساء و المؤسسة.

من هذه الأهداف يمكن أن نعرف لوحة القيادة بأنها مجموعة من المعلومات الهامة و الضرورية التي تسمح باكتشاف الانحرافات , و اتخاذ القرارات المناسبة للوصول إلى الأهداف المرجوة من خصائصها أنها سهلة الاستعمال و قابلة للتكيف مع كل المتغيرات و هي متناسبة مع حجم النشاط و طبيعة مراكز المسؤولية .

و يجب أن تسمح وسائل التسيير ل خطة العمل بتسيير مستمر للمخطط التنفيذي للاتصال , كل عناصر الإستراتيجية الاتصالية يتم إسقاطها على المخطط التنفيذي للاتصال لتصبح عبارة مهام تنفيذية تشغيلية , و منه فالمخطط التنفيذي للاتصال ينطلق من نفس التشخيص الذي انطلقت منه الإستراتيجية ويلتزم بتحقيق الأهداف التي تبنتها الإستراتيجية الاتصالية .

يتم في المخطط التنفيذي تصميم الرسائل الاتصالية بالشكل المناسب الذي يتلائم و خصائص الجمهور المستهدف التي يتم ضبطها من قبل في الإستراتيجية الاتصالية , بالإضافة إلى اختيار الوسائل الاتصالية لكل فئة من فئات الجمهور المستهدف , تنفيذ المخطط الاتصالي يحتاج كذلك إلى إشراف و متابعة من طرف المسؤولين عن الإستراتيجية الاتصالية , أو من طرف خبراء و هذه العملية تتطلب مؤشرات لتحقيق الأهداف عند بداية تنفيذ المخطط .2

1- حمزة علي، أمينة عباد ، الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة الخدمائية ، مذكرة ماستر في وسائل الإعلام و المجتمع ، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة ، 2015 / 2016 ، ص ص 53 ، 54 .
2- المرجع نفسه، ص 55 .

المطلب الثالث: عراقيل التخطيط الاستراتيجي الاتصالي .

1/ معوقات خاصة بتنظيم الاتصال:

بمعنى عدم كفاءة نظم الاتصال نتيجة لنقص او ضعف وسائل الاتصال .

2/ معوقات تنظيمية:

- عدم التطابق بين التنظيم المخطط له مع النظام الهيكلي المطبق .
- جهل اغلب العمال بتفاصيل الأعمال الموكلة إليهم.
- عدم وجود قنوات اتصال واضحة تسير فيها البيانات و المعلومات في جميع الاتجاهات.
- النقص في تحديد المسؤولية لعدم وضع خطوط السلطة و المسؤولية .
- توجه الأفراد إلى سلطات أعلى من السلطات المباشرة لهم مما يضيف أعباء على السلطات يخلط أحيانا بعض الأعمال.

3/ معوقات نفسية واجتماعية:

- كبر عدد العمال في المؤسسات واختلاف العوامل النفسية والاجتماعية فيهم وضعف الإدارة في عملية التقرب منهم.
 - ضعف الفهم الجيد و الصحيح للعملية الاتصالية من طرف الإدارة العليا في المؤسسة مما يؤدي إلى سوء الفهم في استعمالها .
 - نقص الفهم لدى أفراد المؤسسة و تأويل القرارات و الوثائق المختلفة حسب المستعمل و لما يتمتع به من الجانب النفسي و الاجتماعي .
 - تميز بعض القادة بصفات شخصية غير ملائمة لأداء أدوارهم الاتصالية على الوجه المطلوب مثل عدم تعاونهم و ضعف رغبتهم في الاتصال .
- كما يمكن حصر أهم هذه المعوقات التي تحول دون تطبيق التخطيط الاستراتيجي بصورة فعالة في المؤسسة بالنقاط التالية :

أ/ سرعة و تقلب البيئة :

إن سرعة التحول و التقلب هي أهم ميزة للبيئة الحالية , إذ أنها تجعل عملية التخطيط الاستراتيجي متقدمة قبل أن تتم , حيث انه يتزايد الطلب على التخطيط الاستراتيجي كلما تميزت البيئة بالتقلب و هذا

الأخير يجعل عملية التخطيط الاستراتيجي صعبة للغاية مما يلي ضرورة متابعة و مسايرة التقلبات الحاصلة في البيئة عن كثب لرصدها و التأقلم معها سريعا .

ب/ تردد المدراء عن عملية التخطيط :

و هذا لأنه يرون انه مضيعة للوقت، في حقيقة الأمر إنهم يحتاجون إلى نوع من تفويض السلطة للقيام ببعض الأشغال الروتينية لمروؤوسيهم للتفرغ إلى عملية التخطيط الاستراتيجي.

ج/ تعارض بعض السياسات مع الإستراتيجية :

مما يترك انطباع سيئ لدى المدراء حول التخطيط الاستراتيجي , مما يجعلهم يعتقدون أن التخطيط الاستراتيجي لن يأتي بفائدة على المؤسسة و في الحقيقة يجب إعادة النظر في بعض السياسات و الإجراءات التي لا تتماشى و الإستراتيجية .

د/ كمية المواد المتاحة :

إذ تلعب وفرة وندرة الموارد الدور الرئيسي في وضع الإستراتيجية فلا يمكن تبني إستراتيجية تفوق موارد المؤسسة وإمكانياتها.

و / كلفة وقت التخطيط الاستراتيجي :

حيث أن وضع وتحديد رسالة المؤسسة يستلزم مناقشات طويلة و عميقة تقوم على كم هائل من المعلومات قد لا تستطيع المؤسسة الحصول عليها أو تخصيص الموارد لجمعها لأنها غير متأكدة من ربحيتها.¹

1- حفصي أمال , الإستراتيجية الاتصالية لمؤسسات الأمن للوقاية من حوادث المرور , مذكرة ماستر في اتصال و علاقات عامة , جامعة محمد بوضياف بالمسيلة , 2015,2016, ص ص 31,32.

خلاصة الفصل:

لقد تناولنا في هذا المبحث متغير من الدراسة و المتمثل في الإستراتيجية الاتصالية و أدرجنا مفاهيمه الأساسية و حاولنا قدر الإمكان الإلمام بكل جوانب الموضوع , إذ قمنا في المبحث الأول بتقديم نظرة كلية عن الإستراتيجية الاتصالية و قدمنا توضيحات أساسية حول الموضوع حسب دراسة الباحثين و المفكرين لها و الذين اجمعوا أن الاتصال عنصر أساسي و مهم في أي مؤسسة مهما كان نوعها. نظرا لما تقدمه من تنسيق و تنظيم في سير العمل و القيام بأعمال و ممارسة نشاط الاتصال بشكل ملائم, فالإستراتيجية الاتصالية من بين العوامل الهامة و المساعدة التي تساعد المؤسسات بجميع أشكالها للوصول إلى غاياتها رؤيتها المستقبلية هذا من جانب و من جانب آخر قمنا بإبراز مختلف مراحل صياغة و تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية و كذا مختلف العراقيل التي قد تمس التخطيط الاستراتيجي للاتصال.

و من هنا يك التأكيد أن الإستراتيجية تعتبر من مقومات نجاح المؤسسات رغم أن عدد قليل من هذه المؤسسات التي تأخذها ضمن برنامج تسييرها كما لا يمكن تنفيذ أي عمل دون التخطيط, فالإستراتيجية الاتصالية عملية مبنية على قاعدة من معلومات إرشادية .

المبحث الأول: ماهية الجمعيات.

المطلب الأول: مفهوم الجمعية وخصائصها.

المطلب الثاني: نشأة وتطور الجمعيات.

المطلب الثالث: الجمعيات الخيرية في الجزائر.

المطلب الرابع: أهمية الجمعيات الخيرية وأنواعها.

المبحث الثاني: الاتصال في الجمعيات.

المطلب الأول: ماهية الاتصال في الجمعيات.

المطلب الثاني: خصائص الاتصال الجمعي .

المطلب الثالث: أشكال الاتصال في الجمعيات وتطوره .

المطلب الرابع : وسائل و تقنيات الاتصال الجمعي .

تمهيد:

تمثل الجمعيات تنظيمات تطوعية حرة أسسها مجموعة مواطنين من اجل تحقيق أهداف معينة و بالتالي فهي تسعى إلى تقديم خدمات إلى أفراد المجتمع غير الربح المادي ودون انتظار تدخل الدولة, ونجاح أي جمعية يرتبط ارتباطا وثيقا بجلمة من العناصر و من بين هذه العناصر نجد الاتصال الذي شكل أهمية بالغة في نجاحها و يمكن القول أن كل نشاطاتها قائمة عليه و إذا أرادت هذه الأخيرة الوصول إلى أهدافها و تعريف جمهورها بنشاطاتها وبرامجها لابد من إتباعها لنظام اتصال يزيد من ارتباط الأعضاء مع بعضهم البعض ما يولد لديهم الطموح للنهوض بالجمعية إلى أعلى مراتبها وتقديم أحسن ما لديها فعال يضمن لها بقائه و استمرارها ما يساعدها في التوسع والانتشار.

وعليه سوف نتطرق في هذا الفصل إلى تقديم تعريف للجمعيات وخصائصها، نشأة و تطور الجمعيات و الجمعيات الخيرية في الجزائر و في الأخير أهمية الجمعيات وأنواعها أما المبحث الثاني خصصناه للاتصال في الجمعيات تناولنا فيه ماهية الاتصال في الجمعيات و خصائص الاتصال الجمعي, أشكال الاتصال في الجمعيات وتطوره و أخيرا وسائل وتقنيات الاتصال الجمعي .

المبحث الأول: ماهية الجمعيات

المطلب الأول: مفهوم الجمعية وخصائصه

أ- مفهوم الجمعية:

تعرف المادة 2 من قانون الجمعيات الجمعية كما يلي:

الجمعية تشكل اتفاقية يديرها قانون منظم في إطاره يجتمع أشخاص وأشخاص معينون من خلال عقد هدفه ليس الربح.¹

-الجمعية هي كيان مستقل عن السلطات العمومية تشكل مؤسسة جوهرية في المجتمع الديمقراطي لا غنى عنها لتوسيع مشاركة الأفراد في عملية التنمية وحسب كل jean louis lavill و renand sain saulieu على أنها تجمع العديد من الأشخاص اللذين قرروا الاجتماع من اجل التعاون لحل مشكلة ما أو استجابة لحاجة وفي دراستهم للجمعيات ركزوا على شيئين هامين : التعاون الإرادي و العمل التطوعي بطريقة حرة تستند على ما يطلق عليه بالفعل المنظم أو الفعل الجماعي².

-عرفت المادة الأولى من القانون للجمعيات الأهلية بنصها على انه: تعتبر الجمعية في تطبيق أحكام هذا القانون كل جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة معينة أو غير معينة تتألف من أشخاص طبيعيين، أو أشخاص اعتبارية أو منهما معا لا يقل عددهم في جميع الأحوال من عشرة و ذلك لغرض غير الحصول على ربح مادي.

-إن الجمعية وفقا لهذا المفهوم: هي تجمع مستمر من الأشخاص الطبيعية أو الاعتبارية أو هما معا تحقيق غرض غير الربح المادي.³

-وقد عرف الفقهاء الجمعيات بأنها منظمات اجتماعية لا تهدف إلى الربح و العمل فيها يقوم على أساس تطوعي و تهدف إلى تقديم خدمات عديدة و متنوعة يحتاج إليها المجتمع و يتاح لأعضاء هذه الجمعيات و للناس الاشتراك في جميع مراحل العمل في هذه الجمعيات و يطلق عليها في الولايات المتحدة باسم القطاع الثالث على أساس أن الدولة هي القطاع الأول و القطاع الخاص الهادف إلى الربح هو القطاع الثاني.

1- اوهايبية فتيحة, نوارى أمال, الاتصال الجمعي, أشكاله و أجياله, وسائله و تقنياته و أهدافه, مجلة العلوم الإنسانية جامعة محمد خيضر بسكر, العدد التاسع 2006 صفحة 3.

2- عباس بشير شريف, دور الأنشطة الاتصالية للجمعيات الخيرية في دعم العمل الخيري لجمعية وافلو الخير ا نموذجاً مذكرة ماستر في اتصال و علاقات عامة, جامعة دملاي الطاهر 2016-2017 صفحة 29.

3- محمد عبد الله مغازي, الحق في تكوين الجمعيات و المؤسسات الأهلية في ضوء أحكام القضاء الدستوري و لشريعة الإسلامية, دار الجامعة الجديدة للنشر, الإسكندرية 2005 ص 19.

-ومن بين تعريفاتها في علم الاجتماع تعرف بأنها العملية الاجتماعية التي تنعكس في التفاعل والاتصال الذي يحدث بين مجموعة من الأفراد أو الجماعات بغرض تحقيق أهداف معينة.¹

ب - خصائص الجمعيات:

حتى يتم إرساء عمل جمعيوي يستوجب ذلك توفر عدة شروط وخصائص تتمثل أهميتها فيما يلي:²

الاستقلالية:

- وذلك في الجوانب الإدارية والتنظيمية كآليات صنع القرار وعلى السلطة.
- استقلالية الرسالة والزاوية والأهداف وفق المصالح والأولويات والاحتياجات.
- غير تابع لكيان حزبي لان عملها موجه لكل أفراد المجتمع، وان كانت قد تتبين أهدافها سياسية كالقيام بأنشطة التوعية السياسية أو الدفاع عن حقوق وحرريات الأفراد.

التطوعية:

حيث أنها منظمات تطوعية، ليست قهرية ملزمة، يلتحق بها الأفراد باختيارهم ويتركونها بإرادتهم الحرة، ولذلك تقوم على المشاركة التطوعية سواء في إدارتها أو أنشطتها، ولأنها نشأت بمبادرات اجتماعية فهي عبارة عن قنوات لمساهمة أفراد المجتمع في التعبير عن التزامهم واهتمامهم بالشأن العام وبمقدار نجاحها في هذا الجانب تضمن استقرارها واستمراريتها.

التنوع:

حيث أنها تتبنى أهداف اجتماعية وثقافية وسياسية وغيرها، وبالتالي تنشط في مجال محدد أو في عدة مجالات في نفس الوقت وذلك وفق اللوائح المنظمة لها، حيث تختلف دائرة نشاط الجمعيات باختلاف أولويات اهتمامها وفق للإطار الاجتماعي واحتياجات الأفراد، كما تختلف درجة الإسهام الذي تقدمه وفقا لطبيعة النظام السياسي والحرية التي يوفرها، ويعتبر التنوع طريق التكامل بين الجمعيات لأنه لا يمكن لأي جمعية مهما بلغت إمكانيتها أن تقوم بكل شيء .

المؤسسية:

هي مؤسسة أو تنظيم هيكلية بمعنى أنها تشكل بناء مؤسساتها وجهاز إداريا وبشريا قائما على أسس وقواعد لا يجعله يختلف عن باقي المنظمات والهيئات الدولية، تتنوع أعماله ومهامه بين مختلف أعضائه

1 -فاضلي سيد علي, نظام عمل الجمعيات في التشريع الجزائري, رسالة ماجستير في الحقوق, جامعة محمد خيضر بسكرة, 2008-2009 ص ص 7 , 8.

2 -عباس نصيرة, الاتصال التنظيمي في مؤسسات المجتمع المدني , مذكرة ماستر أكاديمي , في علوم الإعلام و الاتصال , جامعة عبد الحميد ابن باديس , مستغانم , 2019-2020 ص ص 59 , 60.

بشكل منظم له مقره وفروعه في كثير من الدول، انطلاقاً من هذا البناء المؤسسي أصبح لكثير من المنظمات غير الهادفة لربح القوة والنفوذ ما جعل منها تفرض وجودها في كثير من دول العالم خصوصاً في الدول الكبرى.

التجانس:1

ويتوجه ذلك بعدم وجود نزاعات داخل المنظمة، حيث أنها تؤثر على مستوى أدائها فكلما كانت جل هذه النزاعات سليمة كلها أدى ذلك للوفاق داخل المنظمة ومنه أحداث التجانس واستقرار داخل الجمعية.

القدرة على التكيف:

ويقصد به قدرة الجمعية على التكيف مع الوضع كلما أدى ذلك إلى تحقيق الفاعلية لان جهودها وعدم تكيفها يؤدي إلى القضاء عليها أو ربما نقص فعاليتها.

الشفافية والمحاسبية:

ضرورة وجود آليات مراقبة ومحاسبة بالتقييم الدوري لنشاط كل جمعية مع التأكيد على مبدأ الشفافية والمساءلة كشرط الاستفادة من موارد تمكن الجمعيات من مباشرة نشاطاتها المختلفة والتخطيط لها على مختلف المستويات.

اللاربحية:

حيث لا يستهدف الحصول على الربح المادي، وهذا تأكيد لطبعها في توفير خدمات دون مقابل مادي، وان قدمت خدمات بمقابل مادي يوجه إلى تدعيم نشاطها ولا يوزع على الأعضاء .

1- المرجع نفسه, ص 61.

المطلب 2: نشأة وتطور الجمعيات

لقد عاش الإنسان منذ القدم حياة بسيطة معتمدا على ما تجود به الطبيعة¹ و عندما تقدمت العصور وطرا التطور على المجتمع الإنساني و تغير بناؤه الاجتماعي من البسيط إلى المركب , واخذ تيار المدنية طريقه إلى المجتمع , ظهرت بعض المشكلات الاجتماعية التي لم يعرفها الإنسان في السابق كانتشار الفقر و البطالة بصورة كبيرة, ولقد أثرت المشكلات على الحياة الاجتماعية الأمر الذي أدى بالإنسان إلى التفكير في القضاء عليها و ذلك بالتخفيف من حدتها أو حلها حلا جذريا ,وان ذلك عن طريق الخدمات الاجتماعية والتي يعتبر التطوع و الخير احد أولوياتها الأساسية, و أن الحديث عن نشأة الجمعيات والمؤسسات الخيرية يكون على عدة أصعدة :

أولا: على الصعيد العالمي

في البداية كانت جهود البر و الإحسان تتخذ في غالبها الطابع الفردي و أن شاركت بها الهيئات الدينية المختلفة, وظل الأمر على حاله إلى أن اتسعت رقعت المجتمعات البشرية و تعرضت الإنسانية لهزات اجتماعية و اقتصادية عنيفة اقتضت على إن جهود الأفراد لا تفي بالغرض و لا تحقق النتائج المجودة لاسيما وقد تعرضت العلاقات الاجتماعية و الأسرية إلى عوامل تفكك , فبدأ التفكير في توحيد هذه الجهود و تجميعها لتتضافر و تحقق فاعلية اكبر و مردودا أفضل, لذا برزت فكرة إنشاء مؤسسات خيرية للبر و الإحسان و كان ذلك في القرن 19, حيث حدثت تطورات هامة في ميدان الخدمة الاجتماعية التطوعية واهم هذه التطورات ما يلي :

1. تأسيس جمعية جنيف للمنفعة العامة 1863, ويرجع الفضل في تأسيسها إلى الإيطالي هنري *دونان* وهي جمعية تطوعية لخدمة الجرحى في الحروب, ثم عرفت باسم اللجنة الدولية للصليب الأحمر
2. ظهور حركة جمعيات الإحسان التي بدأت عام 1868 في مدينة لندن وإنجلترا
3. أدت حركات الصلاح في الجامعات إلى قيام حركة المحلات الاجتماعية, والمحلة الاجتماعية هي مؤسسة اجتماعية تنشأ في الأحياء الشعبية الفقيرة التي ينتشر فيها الفقر والآفات الاجتماعية الأخرى .

¹ - قارة مريم, دور مواقع التواصل الاجتماعي, الفيسبوك في تفعيل العمل الجمعي , مذكرة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال , جامعة الجليلي بونعامة , خميس مليانة , 2018-2019, صفحة 36 , صفحة 37.

ثانيا: على الصعيد الإسلامي العربي

تشكل العمل الخيري المؤسسي منذ بدايته حتى الآن متأثرا بالظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية للمجتمع العربي في مساره التاريخي وهناك عدة عوامل كان لها تأثير واضح على توجهات وأهداف وحجم دور العمل في المراحل التاريخية المختلفة, فمن ناحية الدينية و الروحية في المنطقة العربية تأثير كبير على العمل الخيري المؤسسي , كما أن قيم التكافل الاجتماعي التي بها الأديان انعكست على المنظمات فقاما بدور كبير في نشر التعليم و الثقافة الدينية إلى جانب تقديم الخدمات و المساعدات الاجتماعية, كما شهد هذا القطاع تطورا أثناء فترات النضال ضد الاستعمار الأجنبي أو الحروب والكوارث التي شهدتها المنطقة العربية مما عزز التكاتف الشعبي و استنفار الجماهير و انتظامها من أجل الحفاظ على استقلالها و هويتها الوطنية .

وتعود نشأت الجمعيات في الوطن العربي إلى بدايات القرن 19 مثلا مصر 1871 تونس، 873 والعراق 1873، الأردن 1912، فلسطين 1920.¹

ثالثا: على المستوى المحلي

بعد الانفتاح السياسي في الجزائر ظهرت موجة كبيرة من الجمعيات في شتى الميادين الاجتماعي والثقافية والرياضية والصحية والبيئية وغيرها، استلقت عليها وصف الحركة الجمعوية نظرا للديناميكية و الحيوية التي خلفتها في المجتمع، فعرفت انطلاقة هائلة باعتبارها أهم مكونات المجتمع المدني و قربها إلى قضايا المجتمع و شرائحه المختلفة وبذلك أصبحت الحركة الجمعوية مصدرا للحراك الاجتماعي والتحول الديمقراطي .

وبالتالي يمكننا أن نعرف الجمعية الخيرية على أنها تلك الجهود المنظمة لتقديم المساعدة للأفراد والجماعات بهدف علاج الأهم أو امنع والوقاية من حدوث الكوارث وأزمات أو تحسين ورفع مستوى معيشتهم وتنمية قدراتهم.

✓ الجمعيات الخيرية هي تجمع لجهود مجتمعية تجمع متطوعين مؤمنين بمجتمعهم وبالقضايا الإنسانية وبمسئوليتهم المجتمعية على دراسة احتياجات المجتمع ووجهوا جهودهم وأموالهم للعمل الخيري.²

1 - المرجع نفسه ،ص37.

2 -عباس بشير شريف، مرجع سبق ذكره، ص ص 32 , 33.

المطلب الثالث : الجمعيات الخيرية في الجزائر

ونبرز واقع الجمعيات الخيرية في الجزائر من خلال مرحلتين¹:

• إبان العهد الاستعماري الفرنسي بالجزائر:

من بين الجمعيات الأهلية التي ظهرت في الجزائر خلال هذه الفترة ما يربوا عن 3924 جمعية متنوعة ما بين شبه إدارية واقتصادية واجتماعية ودينية، أي نسبة 88.39% إلا أن جلها تابعة للمستعمرين الذين أنشؤوا من اجل تنظيم التجمعات الأوروبية المستوطنة في الجزائر. وكانت هذه الجمعيات في الغالب ذات طابع اجتماعي تهتم بالجاليات من حيث توفير المسكن و العمل و الرعاية الصحية و التمدرس و بعضها ذات طابع ديني و تتمثل في الجمعيات التبشيرية التي كانت تمارس نشاطها التبشيري في الجزائر, بينما لدلى أوساط الأهالي الجزائرية فكانت الجمعيات في هذه الفترة تقدر ب336 جمعية نشطة, بنسبة 8.53% وهي موجهة للشرائح الاجتماعية النخبوية و التي عملت الإدارة الفرنسية على تكوينهم لخدمة مصالحهم الاستعمارية, إلا أنها كانت تتواجد بعض الجمعيات الخيرية التقليدية الغير المعترف بها تنشط في أوساط الجزائريين بشكل سري عن الإدارة الفرنسية على غرار الجمعيات الخيرية و الزوايا, الطرق الصوفية و النوادي الثقافية.

بمجرد مرور قرن على الاحتلال الجزائر ومع التطورات الفكرية و السياسية التي عرفها الوطن العربي وزيادة الوعي في أوساط الجزائر وتنامي الروح الوطنية, بدأ الجزائريين بتأسيس الجمعيات منها ما هو إسلامي على شاكلة جمعيات العلماء المسلمين سنة 1931.

• بعد فترة الاستقلال:

بمجرد أمسكت الدولة بزمام الأمور في الجزائر عمات السلطة الحاكمة الإبقاء على حالة التضييق و تقييد الحركة الجهوية بما فيها الجمعيات الخيرية وذلك من خلال إنشاء جهاز إداري تابع للدولة مهنته مراقبة نشاط الجمعيات عن قرب.

ولم يقف الأمر عند هذا الحد بل اعتبرت السلطة الحاكمة أن أي نشاط جمعي خارج عن السلطة يعد تهديدا لهذه الأخيرة لأنه بحسبها لا يوجد قنوات وسطية بين المواطن والسلطة.

وفي سنة 1971 صدر أول قانون جزائري متعلق بتنظيم و تسيير الجمعيات تحت رقم 71 / 79 الذي تميز بتكريسه للنزعة الأيديولوجية الاشتراكية التي تبنتها الدولة كنهج لها والتي رسخت هيمنة الحزب الواحد

1- قردوح شفا ,بوا لعجول زهية ,دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي للجمعيات الخيرية , مذكرة ماستر في علم الاجتماع الاتصال , جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل , 2020-2021 , ص ص 58 , 60 .

على مختلف مجالات الحياة العامة حيث تميزت هذه الفترة بفراغ و شغور للنشاط الجمعي بما في ذلك الجمعيات الخيرية.

بعد أحداث 5 أكتوبر 1988م بادرت الحكومة الجزائرية على تبني عديد الإصلاحات الدستورية¹، منه بين ما أبرزته هذه الأحداث هو إعلان دستور جديد للبلاد 1989، وقد أكد الخبراء أن هذا الدستور يعد الدستور الأكثر ديمقراطية و جراءة في تاريخ الجزائر المستقلة و ابرز ما يمكن ملاحظته في هذا الدستور هو الحق في إنشاء الجمعيات الخيرية.

ويشكل صدور هذا القانون فترة توعية للجزائر في مجال الاعتراف بحرية العمل الجمعي في الجزائر، والمجتمع المدني عموما. و بذلك شهد العمل الخيري المنظم انتعاشا مهما اثر هذا القانون، إذ شهدت الجزائر تشكل عديد الأحزاب السياسية و النقابات و الجمعيات على اختلاف توجهاتها و نشاطاتها نتيجة المناخ الديمقراطي الذي عرفته الجزائر خلال هذه الفترة و التي استفادت منه الحركة الجموعية الجزائرية، حيث عرفت نموا في حجمها و غزارة في نشاطها، مما عزز مبدأ الحوار بين مختلف الفعاليات الاجتماعية النشطة على الساحة الجموعية داخل الجزائر.

ألا أن الانفراج الذي عرفتها البلاد لم تدم طويلا "حيث أدت الانفلاتات الأمنية التي مرت بها الجزائر في أعقاب توقيف المسار الانتخابي و دخول الجزائر إلى دوامة العنف، الذي أدى بالجزائر إلى سن قانون الطوارئ سنة 1992 م حيث فرضت الدولة عددا من القيود و الإجراءات الرقابية على نشاط هذه الجمعيات حيث فرضت الدولة عددا من القيود و الإجراءات الرقابية على نشاط هذه الجمعيات كإعداد التقارير حول نشاطها و اخذ التراخيص لعقد تجمعاتها و كذا الرقابة على مصادر تمويلها، ووضع قيادتها تحت الرقابة الأهلية و غيرها".

وهذا الوضع هو الآخر لم يعمر طويلا، حيث تم سن دستور جديد للبلاد في 1996م وكان من بين ما نص عليه هذا الدستور هو احترام الحقوق والحريات الأساسية للفرد الجزائري، وذلك ما جاءت به مادته 36 و عززت بالمادة 41 من هذا الدستور والتي دعت صراحة إلى ضرورة تكريس حرية التعبير والاجتماع والجمعيات والتي تعد من بين الحقوق الأساسية التي يجب صيانتها وضمانتها.

¹ المرجع نفسه، ص 61.

المطلب الرابع: أهمية الجمعيات وأنواعها

أولاً: أهمية الجمعيات الخيرية¹

تسعى الجمعيات الخيرية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف ومن أبرز هذه الأهداف ما يلي:

- منح الفرصة للقادرين مادياً على تقديم المساعدة للفقراء وهذا ما ينعكس بشكل إيجابي عليها وعلى المحتاجين، فالأغنياء يقومون بذلك يزداد شعورهم بالرضا مما يحفز على زيادة الرحمة والمودة بين أفراد المجتمع.
- التخلص من المشكلات التي تعاني منها الكثير من المجتمعات كالأمية والجهل وغياب الوعي، بحيث تقوم الجمعيات الخيرية بمحاربة ذلك من خلال فتح فصول لمواجهة الأمية وجمع الأموال لصالح الفقراء والغير القادرين على التعلم من هذا، توفير لهم فرصة التعلم إلى جانب ذلك تقوم بعمل ندوات وحملات توعية للمواطنين للتخلص من ظاهرة ما.
- تشجيع أبناء المجتمع بمختلف أعمارهم على التعاون والترابط فالجمعيات الخيرية من خلال الإعلانات التي تقوم بها تشجع على التبرع واستفادة المعوزين.
- المساهمة في البناء الحضاري للأمة وتنمية شخصيتها بما يتماشى ومتطلبات العصر في إطار الثوابت الوطنية.
- المساهمة في تنمية المجتمع بالاعتناء بالشباب من خلال توفير أماكن الترفيه والتسلية وإعداد برامج تربوية وعلمية وصحية ورياضية.
- العمل من أجل جمع الأمة حول المبادئ التي تضمن الوحدة وعناصر الحق والعدل في ظل القيم النبيلة والعمل على نشر ثقافة السلم.
- المساهمة في الحملات الإغاثية والتضامنية وطنياً ودولياً.
- تشجيع الإبداع الفكري والثقافي والمحافظة على الموروث الوطني وإصدار مجلة تعنى بذلك.
- المساهمة في حماية المحيط ونشر الثقافة البيئية في أوساط مختلف فئات المجتمع.

1- العوادي صابرينة , دور الإستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للجمعية الخيرية , مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال , جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي, 2018-2019 , ص ص 50 , 51 .

ثانيا: أنواع الجمعيات الخيرية

هناك عدة أنواع للمؤسسات الخيرية بحيث تعتبر منظمات غير ربحية ماديا فهي تصنف إلى ثلاثة أنواع
نوجزها فيما يلي: ¹

المنظمة الخيرية الخاصة:

تنشأ بتأسيس مال معين لمدة غير معينة للعمل ذي صفة إنسانية أو إعلامية أو فنية أو أي عمل اخر من الأعمال البر والرعاية أو النفع العام دون قصد الربح المادي، حيث تقتصر منفعتها على أفراد أو جهات معينة وكذا عضويتها تنحصر في أشخاص معينين وذلك وفق نظامها.

الجمعية الخيرية:

تهدف إلى تقديم الخدمات الاجتماعية تفقدا والخدمات التعليمية أو الثقافية أو الصحية مما له علاقة بالخدمات الإنسانية دون أن يكون هدفها الربح المادي.

المنظمات الخيرية والجمعية الخيرية ذات الصفات العامة:

هي كل جمعية أو منظمة يقوم الأفراد بإنشاء دار لرعاية الأيتام أو جمعية للدفاع المدني وتتجلى أهميتها في أنها تستهدف تحقيق المصلحة العامة شأنها في ذلك شأن الإدارات العامة.

كما أن هناك تقسيمات أخرى تتضمن أربعة جوانب:

منظمات حكومية يصنفها تشريع و تمويل حكومي، منظمات أهلية تقوم بالجهود الأهلية و يمولها الأهالي، منظمات دولية و هي منظمات الرفاهية الاجتماعية مثل منظمة اليونسكو و المنظمات التابعة للأمم المتحدة.

1- متوس إبراهيم، واقع استخدام استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع فائسبوك في نشر و مشاركة العمل التطوعي في ظل جائحة كورونا، مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2020-2021، ص ص 44، 45 .

المبحث الثاني: الاتصال في الجمعيات

المطلب الأول: ماهية الاتصال في الجمعيات

إن الجمعيات تسعى أساساً من أجل خدمة مختلف شرائح المجتمع و الاهتمام بانشغالاتهم , و محاولة تلبية حاجياتهم وحل مشاكلهم بأفضل الطرق الممكنة كونها الوسط بينهم وبين السلطات المسؤولة و المعنية بالحفاظ على حقوقهم .

و من أجل كل هذا، كان لابد من وجود طرق للاتصال تنتهجها الجمعيات لتحقيق أهدافها و الوصول إلى غاياتها و نظراً لأهمية الاتصال في مثل هذه المؤسسات تطرح هذه الأخيرة إشكاليات عدة تخص: لمن , لماذا , متى و كيف يتم الاتصال .

- لمن الاتصال: لمختلف الشرائح الاجتماعية وخصوصاً الشريحة الشابة منها.

- لماذا الاتصال: لتوصيل المعلومات التربوية، تكوينية، علمية، مهنية وتوجيهية موجهة لمختلف الفئات بمختلف مستوياتها الفكرية و الثقافية المختلفة.

متى الاتصال: يكون الاتصال الدائم ومتواصل في كل المجالات و الميادين ما دام هناك مرسل ومستقبل.

كيف يتم الاتصال: هناك عدة قنوات متنوعة منها:

- الكيفية الشفوية المباشرة: ويتم عن طريق الحوار في إطار ندوات، لقاءات، أو مؤتمرات مستديرة وغيرها.

- الوسائل السمعية البصرية والمكتوبة: وتتم عن طريق الأفلام، والإذاعة، والصحافة المكتوبة والمرئية والنشرات المختلفة للمؤسسات الإعلامية المختلفة.¹

¹- أوهايبية فتيحة , نواري أمال , مرجع سبق ذكره , ص 4 .

المطلب الثاني: خصائص الاتصال الجمعي

يمكن رصد أهم خصائص الاتصال الجمعي في النقاط التالية :

1- الاتصال الجمعي اتصال مؤسسي :

إذا كانت الجمعية نوع من المؤسسات الغير ربحية، فان الاتصال الجمعي هو أيضا اتصال مؤسسي وبالتالي يحمل نفس أبعاده و خصائصه، الذي حددها الباحثين في بعدين :

- **بعد تسويقي:** يتعلق موضوع الاتصال بالمنتج أو الخدمة، ويتوجه بالأساس صوب جماهير المؤسسة في بيئتها الخارجية.

- **بعد مؤسسي:** تكون المؤسسة موضوع الاتصال وأن يكون الاتصال ذو علاقة بهوية الجمعية وصورته، سواء كانت موجهة لجمهور داخلي أو خارجي.¹
وعموما تتعامل الجمعية مع الجماهير الداخلية والخارجية التالية:

- المتعاطفون Sympathisantsm:

هم يعرفون الجمعية يشاركون بطريقة ثانوية، لكنهم غير ملزمين بشكل دلالي. هدف الجمعية هو الحفاظ عليهم مع دراسة الأفراد الأكثر قابلية للالتحاق بالحركة وإعطائهم فرصة توطيد التزاماتهم (مثال يصبحوا أعضاء) و تعتمد في ذلك على جملة من التقنيات كتنظيم التظاهرات أو تنظيم أبواب مفتوحة.

- الأعضاء Adherants:

درجة اشتراكهم معتدلة (هم ملتزمون) هدف الجمعية هو جعلهم أوفياء لها بإعطائهم فرصة تطوير معارفهم حول قضية الجمعية و منهم تولى مسؤوليات الجمعية بطريقة منتظمة و الوسائل التقنيات الأكثر اعتمادا من طرف الجمعيات هي : الاشتراكات في جريد الجمعية , المشاركة في تنظيم الأحداث , دعوتهم لحضور اجتماعات اللجان المحلية , المشاركة في انتخاب الممثلين الجهويين .

المتطوعون:

المسؤولية و يشاركون في تسيير الجمعية إذ لا بد من تجنيد وسائل من اجل الحفاظ على تحفيزهم و تشجيعهم على توظيف أعضاء جدد .

والوسائل المعتمدة هي: هيكلية خاصة للعلاقات مع الجماعات المحلية، نواب السلطة.

1- فاطمة بخوش , كريمة عثمانى , الاتصال الجمعي في الجزائر : قراءة في المؤشرات و الدلالات , مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية , جامعة صالح بوبنيدر: قسنطينة 03, جامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس, الجزائر, العدد 49, 2018, ص 150.

-الأجراء: هم يعملون في المقر في المندوبية الجهوية أو في مهام بالخارج , وظفوا نتيجة لكفاءتهم وتحفيزهم , وإحساسهم بالانتماء للجمعية أكثر من إحساسهم بمشروع الجمعية , هدف الجمعية هو الاحتفاظ بالعناصر الجيدة وتحسين فعاليتهم . و قصد بلوغ هذه الأهداف هناك وسيلتين هامتين : اقتراح مشروع محرك و محفز و سماع ملاحظاتهم قصد ضمان فعالية التنظيم .¹

2- الاتصال الجموعي اتصال عمومي :²

تتشارك الجمعية مع المؤسسة العمومية في فكرة خدمة الصالح العام , مما يجعل الاتصال الجموعي يحمل بغض خصائص الاتصال العمومي , لكون الباحثين يجمعون أن خدمة القضايا ذات الصالح العام يمثل المقياس الرئيس لتحديد ماهية الاتصال العمومي , كما أن الدولة هي المفاعل الأساسي لآليات التواصل العمومي و هو مبدأ منافع لعمل الجمعية الذي يقتضي الاستقلالية عن الدولة و مرافقتها و بل السعي لجعلها محل بحث و مسألة .

3-الاتصال الجموعي اتصال وظيفي و علائقي :

حاولت التنظيمات الجموعية ناشطة في مجال الاجتماعي و الإنساني تنويع رسائلها , تطوير بعض الأشكال المهنية الذي يتطلبه أي عمل مؤسس من خلال إدارة مشاريعها و تكوين سياستها الاتصالية, هذه الأفعال الاتصالية أثارت جدلا بين الباحثين أمام تنوع و أهداف و رؤى الجمعيات : الإعلام, التواصل مع الجمهور, بناء و تشكيل صورتها إثارة الجمهور للتطوع و تلبية حاجياتها المالية...من أجل ذلك تلجأ للاتصال وتقنياته بطريقة مستوحاة من عالم السلع تكييفها مع رسالتها الإنسانية وقيمها التضامنية, وبالتالي تنقسم النظرة للسياسة الاتصالية للجمعية إلى جانبين : جانب اتصالي وظيفي ومبني علي مبادئ التسويق, واتصال علائقي قائم على المشاركة والتوعية , وقد ناقش هذا النوعين من الاتصال الباحث Eric Dacheux تحت مسمى التسويق الجموعي في الإستراتيجية الاتصالية للمنظمة الجموعية كمقارنة بديلة الاتصال الوظيفي الاختزالي و المحدود في أبعاده الإنعائية, من أجل إضفاء القيمة العلائقية للاتصال التي هي لب و جوهر العمل الجموعي التطوعي التضامني .

- الاتصال الجموعي اتصال وظيفي : حسب دومنيك وولتون Dominique Wolton هو اتصال يلي حاجات اقتصادية و يكون في المجتمعات المفتوحة من أجل تبادل السلع و الخدمات و من أجل المحافظة على التدفقات الاقتصادية و المالية أو الإدارية و تلعب القواعد دورا مهما من أجل تحقيق الفعالية المرتبطة بضرورات ومنافع, غير أن هذا النوع من الاتصال لم يعد قادرا على تلبية تطلعات

1- أوهابيه فتحة، نواري أمال، مرجع سبق ذكره , ص ص 9,8 .

2- فاطمة بخوش، كريمة عثمانى ، مرجع سبق ذكره , ص ص 150,152.

المؤسسات الغير ربحية حيث ظهر في السبعينيات مصطلح التسويق الاجتماعي **P.Kotler et G. Zaltman** و الذي ضم أيضا الإشهار الاجتماعي حيث تم تطبيق مفاهيم التسويق و أفكاره المطبقة على المؤسسات الخاصة و التجارية للترويج لأفكار و رسالة الخدمة العمومية, و قد قدم بذلك التسويق بمنهجياته المعتمدة و تطبيقه على مختلف المؤسسات التي تنتمي للحقل الاقتصادي السياسي الإداري والاجتماعي , من اجل خلق السلوك المرغوب لدى المتلقي , و هو ما جعل تقنياته احد وسائل الجمعيات حيث استخدمت بدورها الاتصال الوظيفي , و يشجع هذا الموقف **Jean – Paul Flipo** مؤكدا أن الجمعيات كغيرها من المؤسسات تعمل ضمن منطق التسويقي من اجل إحداث التأثير المطلوب في السلوكيات و الاتجاهات , بالاعتماد على تقنيات التسويق التي تسمح بالترويج للأفكار و بناء صورة أكثر إقناعا , و الحصول على دعم و تمويل و كسب ثقة الجمهور , و يعمل التسويق على محورين متكاملين دراسة احتياجات جمهورها و تحليل الوسائل التي تسمح بتحريك الموارد الضرورية لتلبية الحاجات .

-الاتصال الجمعي اتصال علاني :

حسب **Eric Dacheux** فان الاتصال الجمعي قائم على أسس التقاسم , و هو ناتج عن تداخل جانبيين اتصال اشتراكي قائم على متعة التبادل و اكتشاف الأخر و التقاسم و التفاهم و التفاعل الذي يسمح بتشكيل هوية الجمعية , و اتصال معياري فانه مؤسس على فكرة أن علاقة الفرد بالأخر تتشكل من خلال شعائر قواعد و معايير اجتماعية و ثقافية تضبط هذه العلاقة و تدبرها .

و بالتالي فان الاتصال الجمعي هو بناء و إدارة للعلاقات و تقاسم للمعاني تؤطرها أبعاد معيارية وقواعد أخلاقية تتمثل في الالتزام و الطوعية و التشاركية من خلال الالتزام بمبادئ الثقة في الذات وفي الأخر و في رسالة الجمعية .

إن التفرقة بين الاتصال الوظيفي و الاتصال العلائقي شبيهة بتلك التي قدمها هابرماس في تفرقة بين العقلانية الأدائية و العقلانية التواصلية , حيث انطلق من فكرة نقدية فيها أن العقلانية الأدائية وقعت في براثن اللاعقلانية فضلا عن تراجع الإنسان المؤسس و ميلاد الإنسان ذي البعد الواحد , لذا عمل هابرماس على نقد العقلانية الأدائية التي غالت في التقنية و التقدم الصناعي على حساب إنسانية الإنسان و بالمقابل احل العقلانية التواصلية مشروعا بديلا في مزاجية عقلانية متبصرة تروم الحوار و التواصل بين الذات و تعيد للإنسان الضائعة , محورها الاتفاق و هدفها بلورة إجماع يعبر عن المساواة داخل فضاء عام ينتزع فيه الفرد جانبا من ذاتيته و يدمجها في المجهود الجماعي الذي يقوم على التفاهم و التواصل , و إن كانت الجمعية مطالبة بالجمع بين المقاربتين ما دام الاتصال هو الوسيلة و هو الغاية .

➤ **تقنيات الاتصال العلاني:** و يمكن حصر أهم تقنيات الاتصال العلاني في ما يلي :

- **الشهادات الحية:** تقديم شهادات حية لأشخاص استفادوا من الجمعية و نقل خبراتهم و تجاربهم موثقة من خلال صور أو على شكل فيديو...و يمكن إضافتها لموقع الجمعية , و هو ما يمنح مصداقية و شفافية أكثر للجمعية و يحفز على إظهار الجانب الانفعالي و كسب تعاطف الجمهور , و ذلك بالاعتماد على الشهادات الحية التي تقدم , و في هذا الجانب يفيد أيضا ما يعرف في الوسيط الاتصالي **LE STRYTELLING** أي تقديم الرسائل في شكل قصص سردية و يستخدم هذا النوع من تقنيات لإضفاء البعد الإنساني على صورة المؤسسة, و يمكن أن توظف الجمعيات هذه التقنية بسرد قصة مثلا حول طفل يتم استطاعت الجمعية إنقاذه من الانحراف و ضمان التعليم

-**الرعاية / الاحتضان :** إن الجمعية حريصة على أن تنتقي الأشخاص الذين يتمتعون بالنزاهة و إنسانية قبل بهم كمتطوعين , لان اختيار متطوعين و حاضنين مشكوك في سمعتهم قد تشوش على سمعة الجمعية و يؤثر على مسيرتها و أهدافها و يجعلها فريسة سهلة للإشاعات , و يجعل منها محل مساءلة و تشكيك لذلك و يجب أن يكون الراعي مدرك لرسالة الجمعية و مؤمن بأهدافها .

- **التركيز على البعد الرمزي:** تسعى الجمعية لإضفاء البعد الرمزي علي هويتها بالتأكيد على مشاعر الانتماء و التلاحم الذي يطبع اتصالها الداخلي و الذي يظهر الجانب العلاني بين الأعضاء في مختلف التظاهرات و المناسبات و هو ما يمنحها هوية ثابتة و شخصية متماسكة فإظهار اللطف التودد تبادل الابتسامات كلها اتصالات غير لفظية تمنح مصداقية اكبر للجمعية و تكثف من بعدها الرمزي.

- **معايشة الوضعية:** و ذلك بتجريب الجمعية للخبرات التي يعيشها الأشخاص كدخول عالم الصم والبكم، دخول الأحياء الفقيرة و تقاسم معاناة الأشخاص و الإحساس أكثر بالأمهم من خلال القرب و الجوارية التي تمنح الجمعية الإنسانية التي يتطلبها أي عمل تطوعي .

المطلب الثالث: أشكال الاتصال في الجمعيات وتطوره. 1

لقد تبنت الجمعيات منذ أن أصبحت تتواجد بصفة رسمية أربع تقنيات للاتصال تمثلت فيما يلي :

- الاتصال النازل 1901 م 1960 م.

- الاتصال الصاعد 1960م.

- الاتصال الأفقي 1970م.

- الاتصال الاجتماعي 1980م 1990م.

الاتصال النازل 1901-1990:

تميزت هذه الفترة بما يعرف بالإعلام النازل أي أن الجمعية كانت بمثابة المرسل الذي ينقل قيمه للجمهور بشكل راقى، وتعتبر الجمعية هي التي تزود بالمعلومة و تعيد حساب هذه الرؤية للاتصال له هدفين:

الهدف الأول: وهو التربية الشعبية التي تركز على التوجه للعمال أو الفقراء الذين لا يملكون وقتنا للتنقيف فتكون مهمة الجمعية في هذه الحالة هي فتح تنظيم أوقات التنقيف.

الهدف الثاني: هو أكثر اتساعا حيث يركز على إعطاء الجميع المعرفة والتكوين المهمين حتى يصبحوا مواطنين قادرين علي المشاركة في حياة الأمة و ليخرجوا من الجهل و يصارعون ضد و هكذا حتى يضمنا سلامتهم على الأرض.

و مع بداية الستينات حيث ارتفع النمو الديمغرافي , وزاد الازدحام العمراني و تطور المجتمع المستهلك الذي ولد حاجات جديدة ظهر نع ثاني من الاتصال و هو :

الاتصال الصاعد 1960م:

أصبحت الجمعيات تتدخل كوكلاء عن الديمقراطية الشعبية المحلية , كما كانت تسمح للشخصيات المحلية بقبول المسؤوليات الهامة و الاعتماد على مؤهلاتهم .

تميزت هذه الفترة بالإعلام الصاعد، حيث كانت الجمعية تبذل جهدا من اجل الفهم و الدمج و التوجيه وذلك من اجل إدارة أفضل، كما عملت على رفع مستوى الإعلام و الاهتمام بالانشغالات المطروحة

1- عزيزة بلطوم , البعد الاتصالي في برامج المنظمات الجمعوية الناشطة في مجال حماية البيئة , رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال اتصال بيئي , جامعة الجزائر 3, 2016/2015, ص ص 133,134.

ومعالجتها. وقد استعملت الجمعيات لهذا الغرض وسائل متقنة للاتصال. حيث عملت على خلق طرق الاستماع من أجل التسجيل و الرد على الطلب الاجتماعي, و مع ذلك بقيت تقنيات الاتصال محدودة.

ومع اقتراب السبعينيات ظهرت جمعيات جديدة ومعتمدة تنشط في مختلف الميادين خاصة مع تزايد الحركة الاجتماعية والتجربة التي أتت لدفع الجمعيات التقليدية نحو الأمام و هنا ظهر نوع آخر من الاتصال هو:

الاتصال الأفقي 1970م:

خلال هذه الفترة كانت الإيديولوجية الشائعة تركز على الاتصال الأفقي, الذي يطمح إلى إعطاء المحرومين من الاتصال الحق في ذلك, و الاتصال الأفقي لا يعتمد كثيرا على التدرج الهرمي للوظائف, بقدر ما يعتمد على قدرة الجمعيات على الاتصال مع جمهورها. هذا الشكل من الاتصال قد ترجم بظهور دعائم اتصالية جديدة مثل :

Le Super 8, La vidéo militante, la presse locale associative, et les radios pirates.

و هناك شكل اتصالي أخيرا تنتبه الجمعيات منذ الثمانينات و المتمثل في:

الاتصال الاجتماعي 1980 م 1990 م:

عرفت السنوات الأخيرة ظهور عدة عوامل شاركت في تعديل الحقل الجمعي لاسيما :

- ظهور التقنيات الجديدة مثل:

Sos, Medcins Sans Frontier, Les Restaurants Du Cœur.

- ظهور وتطور تقنيات التسويق المباشر مثل:

Publipostage Cible, L Informatisation Des Fichies.

هذه التقنيات التي ساعدت في تطوير العالم الجمعي الذي يتميز أساسا بطابعه الاجتماعي لأنه يتناول القضايا الاجتماعية و التي تمس كطل الأفراد حتى الأشخاص ذو المستوى التعليمي والمادي الضعيف, وقد تطور العالم الجمعي , و أصبح قطاع اقتصادي مستقل , حيث شغل مكان راقى ضمن مجموعة جد واسعة من الاقتصاد الاجتماعي بالإضافة إلى أن القطاع الجمعي يسعى لإثبات ذاته , أي إثبات قدرته على العمل . وذلك بان يكون قادرا و مؤهلا لجلب حلول جيدة في حدود الجودة, التكلفة ومدة الصلاحية للطلبات المعبر عنها.

حسب هذه الرؤية إستراتيجية الاتصال لا تقف عند حد القيام بأي نشاطات فقط بل تتعدى ذلك إلى حد الترقية الخارجية لنشاطها، وترتكز على جملة المهام الداخلية والخارجية لأهدافها ولبرنامجها وعلى الأداء التقني لمشاريعها ولماليتها.

و يعتمد تقييم المنتوجات و خدمات الجمعية و نشاطها و برامجها على ثلاث شروط :

- مشروع مؤسسة واضح.
- تنظيم هيكل.
- التعبئة الايجابية لمعاينها (الأعضاء , الأجراء , المتطوعين) .

فاتصال الجمعية يتوقف على مجموعة الوسائل التي تنظم فكرة، إنشاء، حفظ وتطوير نشاطاتها.

المطلب الرابع : وسائل و تقنيات الاتصال الجمعي 1

و بيد اتصال المؤسسات في الفضاء العام غنيا و معقدا و لكنه سيستجيب لأهداف كبرى سبق الإشارة إليها كالبحث عن التمويل و إقناع الجمهور أو الرأي العام – إرساء حقل اجتماعي الحث علي التفكير لتحقيق هذه الأهداف ترجع الجمعيات للعديد من التقنيات الاتصالية و من أبرزها :

-1 Le Coupoing :

مبدأها سهل يقوم على وضع ورقة إضافية بارزة , و يسمح إرسال هذه الورقة بالحصول (تلقي معلومات إضافية كتيب أو عريضة) أو تقديم هبة , و تهدف هذه التقنية إلى إثارة الممولين المحتملين (المرتقبين) الذين تتناسب خصائصهم مع خصائص الجمهور المستهدف من الإستراتيجية التسويقية للجمعية .

-2 خلق المناسبات الإعلامية La création des événement médiatique :

تقوم الجمعيات بتنويع عملياتها **coup de poing** مثل التيليطون , أو الأيام العالمية التي تشكل بؤر اهتمام وسائل الإعلام كالיום العالمي للسيدا , اليوم العالمي للمرأة .

-3 Le Mailing :

يستعمل لضمان وفاء الممولين، يقوم على نفس نموذج الرسائل المرسله من قبل المؤسسات الإعلامية والتجارية ترسل أظرافة جذابة للزبون، مع نص أو جمل مفتاحية مسطر عليها ومكتوبة بالألوان وبها عبارات التقدير والاحترام للمستقبل، مع طلب إجابة سريعة لتفادي إهماله، كما توضع مع الظرف

1- اوهايبيبة فتيحة , نواري أمال, مرجع سبق ذكره , ص 10.

قصاصة إجابة مطبوعة وظرف به عنوان الجمعية لتسهيل المهمة على الممول.

4- الاسم و الرمز Le nom et logo :

عند إنشاء الجمعية , يكون المسؤولين عليها واعين بأهمية و ضرورة التناسق بين اسم الجمعية باعتبارها أول عناصر الهوية و المشروع , فالاسم هو قلب هوية الجمعية .

كما أن للرمز أهمية كبيرة في الإعلام والترميز عن مهام واسم الجمعية. و يظهر اسم و رمز الجمعية في كل وسائلها و دعائهما كالمرسلات، الملصقات، سياراتها، و منتجاتهم المتنوعة.

5- الحملات الاشهارية Les campagnes publicitaire :

تلجا أغلبية الجمعيات الكبيرة إلى وكالات الإشهار من اجل تصميم حملات وطنية, و استعمال وسائل الاتصال الخاصة بقطاع السوق. تسعى الجمعيات بصفة منتظمة إلى الحصول على فضاءات للإعلانات في الصحف، الراديو، و التلفزيون.

6- الرعاية Le sponsoring :

تقوم الجمعيات الخيرية Le mécénat على تقديم الأموال دون فائدة مادية، بينما تهدف الرعاية (الثقافية أو الرياضية) إلى التغطية المالية والتقنية لنشاط ما قصد الرفع من قيمتها و تحقيق صورة جيدة, و الجمعيات أيضا تقوم بنشاطات ترقيوه معتمدة في دعمها المالي على شركائها من المؤسسات و تنظيمات دولية أو محلية .

7- المشاهير Les stars – ombrelles :

تلجا الجمعيات إلى شخصيات معروفة، مثل الإشهار لسببين: أولا لجلب اهتمام وسائل الإعلام وثانيا للاستفادة من رصيد الحب و عفوية النجم المختار.

8- الجريدة الداخلية les journaux interne :¹

كل الجمعيات تقوم بإصدار جريد إعلامية موجهة إلى مموليها تشكل هذه الجرائد لأغلبية الجمعيات أهم وسيلة لجمع التبرعات.

¹-رحابي مسعود , زياد فيروز , قرفي سامية , دور الاتصال الجمعي في تحفيز الشباب الجامعي نحو المشاركة في العمل التطوعي , مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال , جامعة 8 ماي 1945قتالمة , 2016/2017, ص ص 26, .27

9- الانترنت

تتوفر أغلبية الجمعيات اليوم على مواقع أنترنت إذ أن أهم وابزر الجمعيات لديها موقع منذ 1997 و 1998. و إذا كانت بعض الجمعيات لديها موقع بنموذج الكتيبات **site plaquette** هناك مواقع تعد كمصدر مهم لكل المعلومات المرتبطة أو المتعلقة بمجال أو قطاع أو نشاط الجمعية و البعض منها يقدم خدمات أخرى كإمكانية تقديم التبرعات عبر الأنترنت .

خلاصة الفصل:

في الأخير يمكننا القول أن الجمعيات تلعب دورا هاما في تنمية المجتمع والنهوض به في كافة المجالات حيث تسعى إلى تلبية حاجيات الفرد المختلفة دون انتظار تدخل الدولة، ويجدر القول أن الاتصال في الجمعيات يأخذ دورا أساسيا و مهما في نجاحها وهو الأداة التي تعرف جماهيرها بكل ما يتعلق بنشاطاتها و فعاليتها كونها الركيزة الأساسية لاستمرارها و بقائها.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

ا. بطاقة تعريفية للجمعيات محل الدراسة .

1- تعريف جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو , دراسة الهيكل التنظيمي للجمعية .

2- التعريف بجمعية الهلال الأحمر الجزائري محافظة ولاية تيزي وزو و تقديم نبذة تاريخية للجمعية.

ii. المعالجة الكمية و الكيفية للبيانات الميدانية

1- تحليل الكمي و الكيفي للبيانات المدروسة

2- تحليل دليل المقابلة

3- نتائج الدراسة

4- الإقتراحات

الخاتمة

1- بطاقة تعريفية للجمعيات محل الدراسة

1-التعريف بجمعية قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية :

جمعية وطنية معتمدة من طرف وزارة الداخلية تأسست سنة 1989 هي استمرار للكشافة الإسلامية الجزائرية التي تأسست سنة 1939م، إنها جمعية ذات طابع التربوي، تطوعي غير سياسية شبه عسكرية تضم الجميع: الطفل، الشاب، العميد، و من الجنسين معا مجال نشاطها كشفي محض حسب القانون الكشفي العالمي على المستوى الروحي، البدني، الثقافي، الترفيهي، المدني.....

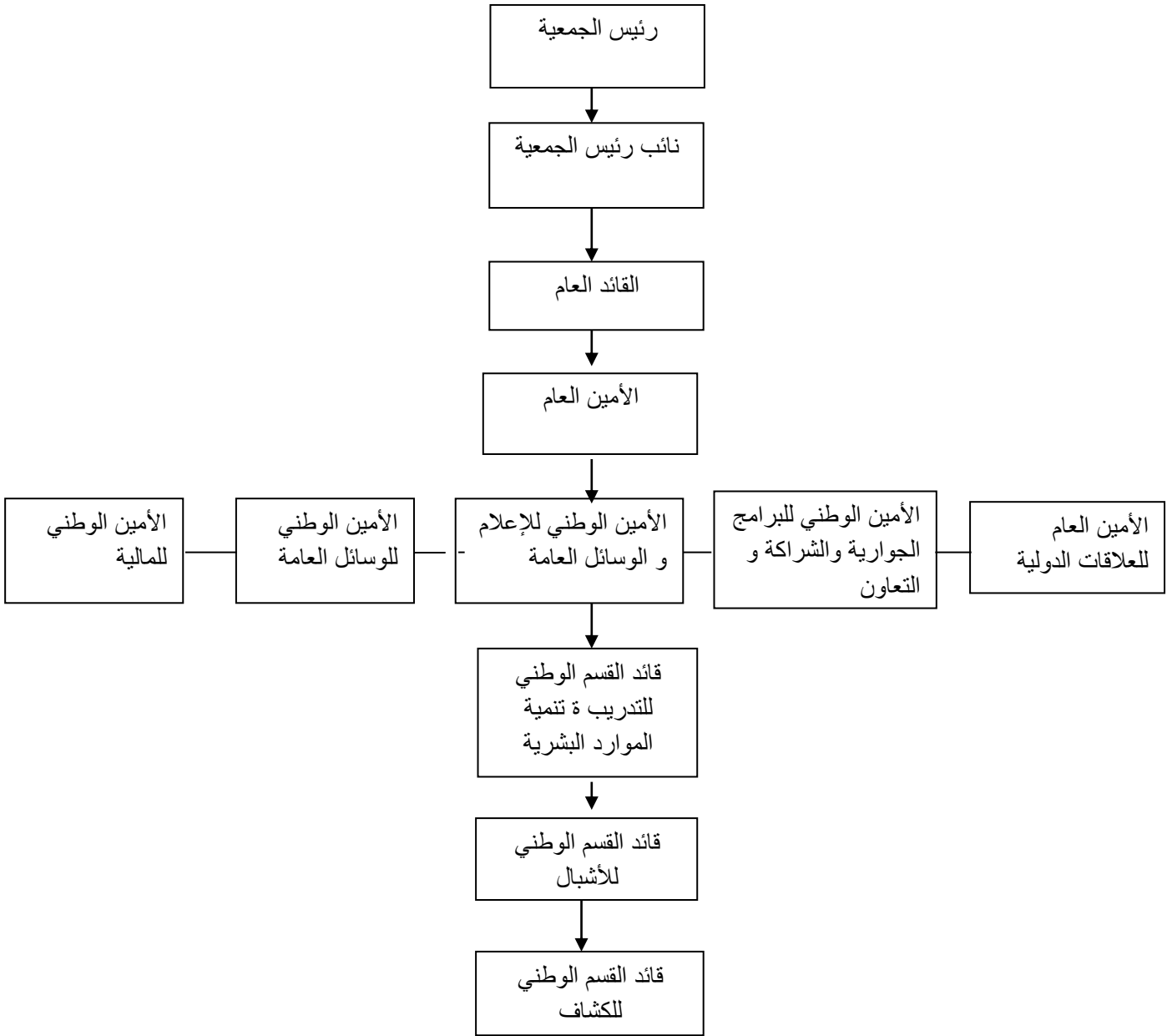
وتكون شباب لخدمة وطنه محيطه بتطبيق مبدأ الطريقة الكشافية العالمية وفقا لديننا و تقاليدنا و تنمية القدرات الذهنية و الجسدية لدى الشباب و تنمية لدى الشباب الجانب الروحي و المدني و تقوية رابط الأخوة بين الشباب –المشاركة في التجمعات العالمية والوطنية –المشاركة في الدراسات المتعلقة بمشاكل الشباب الجزائري- تجميع الوثائق المتعلقة بالحركة الكشافية قصد كتابة تاريخها – نشر الدوريات – الدراسات التربوية ذات العلاقة بأهداف الجمعية .

ومن مجالات عمل جمعية قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية نذكر:

- إحياء المناسبات الدينية والوطنية (المولد النبوي الشريف، عيد الاستقلال, 1 نوفمبر.....)
- تنظيم مسابقات ثقافية ونشاطات ترفيهية في المدارس والأحياء.
- دروس الدعم المدرسي في مقرات الأفواج
- الندوات التربوية الأسبوعية مثال محاربة الآفات الاجتماعية والتوعية بمخاطرها.
- المشاركة في مختلف النشاطات التضامنية¹

1- معلومات مقدمة من طرف رئيس الجمعية

الهيكل التنظيمي للمكتب الوطني :



المصدر: القائد غزالة عمار من جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو في 14 جوان.

و من أهداف جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية:

بما أن جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية هي جمعية تربوية نفعية متميزة بمقتضى هدفها , تسميتها و طريقة تسيرها عن كل جمعية ذات الطابع السياسي , تنظيمه أو هيكلته .

و ترمي الجمعية إلى تحقيق الأهداف التالية:

- المساهمة الجادة في تنمية القدرات العقلية و الروحية والجسدية والاجتماعية للفتية والشباب المنتسبين إليها, بشكل يجعلهم أعضاء فاعلين في مجتمعاتهم المحلية والوطنية والعالمية.

-المشاركة في عملية التنشئة الاجتماعية والتربوية لأطفال والشباب, بشكل يعزز الانتماء الوطني لديهم و يحافظ على مكونات الهوية الوطنية.

-تنفيذ البرامج والنشطة باستخدام مبادئ الحركة الكشفية العالمية و طريقها التربوية كيفية مع خصوصيات المجتمع الجزائري و هويته.

- تفعيل دور عمداء الحركة الكشفية و روادها الأوائل و تقديم الدعم و المساندة المادية و المعنوية لهم .

- العمل على توثيق تاريخ الحركة الكشفية بالجزائر.

- تنمية العلاقة بين الهيئات الوطنية الحكومية و الغير حكومية, توطيد العلاقة بين الجمعية و الهيئات الكشفية و الجمعيات ذات الأهداف و الاهتمامات المشتركة.

- تأسيس الأفواج الكشفية على المستوى الوطني مع تنمية العضوية في أوساط الجالية الجزائرية الخارج.-المساهمة في خدمة و تنمية المجتمع.

- مرافقة الأطفال والشباب في الحياة التربوية والاجتماعية والعلمية والثقافية والرياضية والسياحية والبيئية والترفيهية.

- الحرص والعمل على ترقية المواطنة لدى الأطفال والشباب بالممارسة, في إطار مبادئ نوفمبر 1954.

2-التعريف بالهلال الأحمر الجزائري

هي جمعية إنسانية تطوعية جزائرية, تأسست في 15 اكتوبر لعام 1956 حيث وضعت لائحها الداخلية وتم إرسالها إلى قادة الثورة الجزائرية للإقرار بها و الموافقة عليها, ووافق عليها مسؤولو قيادة الولاية الخامسة, و تم إنشاء الجمعية في 29 ديسمبر 1956م , و جرى الاعتراف ب ها من قبل اللجنة الدولية لصليب الأحمر و الهلال الأحمر عام 1963.

نشأة الهلال الأحمر الجزائري:

جمعية الهلال الأحمر الجزائري هي أقدم المنظمات الإنسانية في الجزائر نشأت يوم بلغت حرب التحرير أشدها سنة 1954 و 1962 و في عام 1956 بطنجة المغرب أثناء جلسة عمل جمعت العديد خطرت فكرة إنشاء جمعية الهلال الجزائري في 15 أكتوبر 1956 و وضعت لائحته الداخلية و بعث بها إلى قادة الثورة الجزائري لإقرارها و قد وافق عليه مسؤولو قيادة الولاية الخامسة وهران و في 29 ديسمبر 1956 تم إنشاء الهلال الأحمر الجزائري في جلسة افتتاحية عقدت بإشراف الأستاذ بوكلي أول رئيس للهلال الأحمر الجزائري و في الثامن من جانفي 1957 رفعت اللائحة الداخلية إلى عملة طنجة و قد كانت منطقة دولية حيادية آنذاك و في اليوم التالي أذيع على أمواج الأثير و نشر عن طريق الثقافة نبأ ولادة الهلال الأحمر الجزائري صادقت الدولة المؤقتة للحكومة الجزائرية جنييف في جويلية 1960 و اعترفت الدولة الجزائرية رسميا عند الاستقلال بالهلال الأحمر الجزائري بكونه جمعية إغاثة طوعية مستقلة تساعد السلطات العمومية كما اعترف به رسميا م قبل اللجنة الدولية للصليب الأحمر في 4 جويلية 1963 و اقر به عضو في الاتحادية الدولية .

ومن أهم الأعمال التي تقوم بها الجمعية هي:

- التعاون والتضامن وذلك بمساعدة المحرومين والمحتاجين والمعوزين وتقديم الفطور في رمضان.
- زيارة المستشفيات والتبرع بالدم.
- توزيع مساعدات إنسانية من مواد غذائية وألبسة وغيرها.

II- المعالجة الكمية و الكيفية للبيانات الميدانية

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول (02) يمثل متغير الجنس حسب كل جمعية

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابية
نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	الذكر
75%	15	50%	15	
25%	5	50%	15	الأنثى
100%	20	100%	30	المجموع

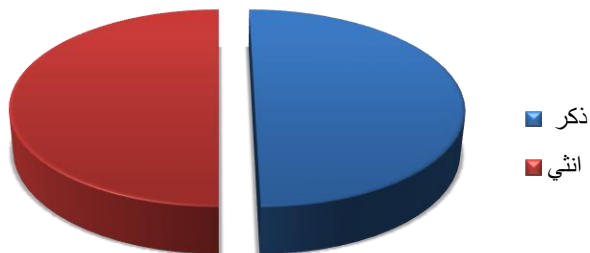
التحليل الكمي:

يتضح لنا من خلال الجدول أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية فئة الذكور فيها متساوية مع فئة الإناث بنسبة 50 % لكل منهما و يمكن إرجاع ذلك إلى أن العمل الخيري لا يقتصر على فئة معينة بل هو متاح لكل من الإناث و الذكور, أما بالنسبة للهلال الأحمر الجزائري نجد أن أغلبية أفرادها من فئة الذكور و ذلك بنسبة 75% في حين نسبة الإناث قدرت ب 25%.

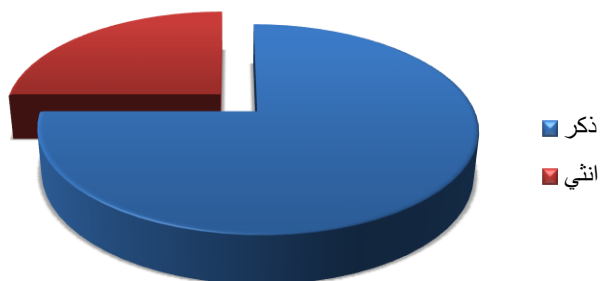
التحليل الكيفي:

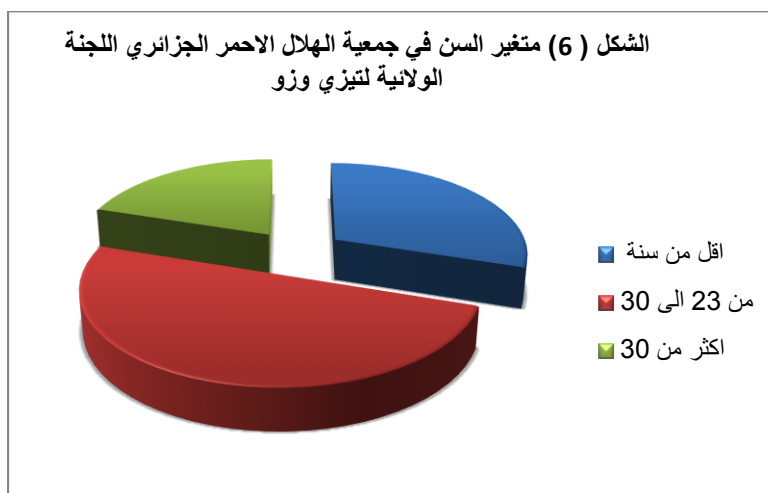
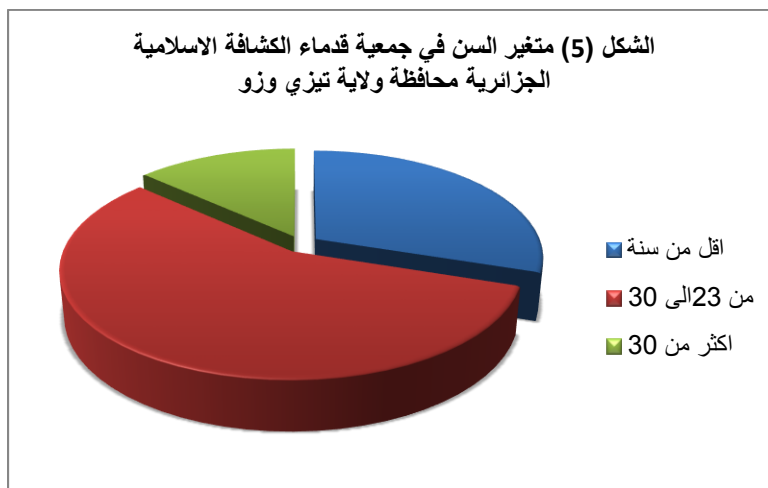
أظهرت لنا هذه النسب المتعلقة بمتغير الجنس أن نسبة الذكور و الإناث في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائر متساوية، في حين جمعية الهلال الأحمر الجزائري محافظة ولاية تيزي وزو نسبة الذكور فيه تجاوزت نسبة الإناث و يعود السبب في ذلك ربما إلى طبيعة العمل الذي يؤديه كل من الذكر و الإناث فالذكور يشتغلون في كل المناصب خاصة التي تتطلب جهد عضلي كبير و يملكون طموحات و رغبات في تحقيق الذات و الإناث نجدهم بكثرة في منصب المكلف بالاتصال لما لهم من قدرات اتصالية أكثر من الذكور .

الشكل (3) متغير الجنس في جمعة قداماء الكشافة
الاسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو



الشكل (4) متغير الجنس في جمعية الهلال الاحمر
الجزائري محافظة تيزي وزو





الجدول (04) يمثل متغير المستوى التعليمي حسب كل جمعية

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابة
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	ابتدائي
10%	2	0%	0	متوسط
10%	2	10%	3	ثانوي
30%	6	23,33%	7	جامعي
50%	10	66,67%	20	المجموع
100%	20	100%	30	

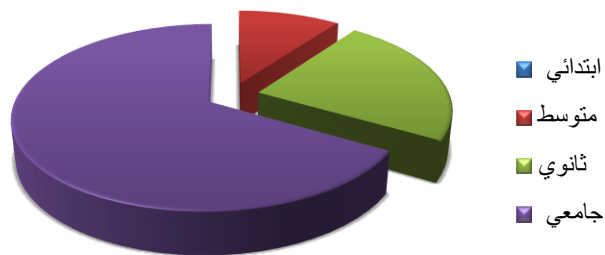
التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة بجمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية من ذوي المستوى الجامعي و ذلك بنسبة 66,67% , ثم تليها النسبة من ذوي المستوى الثانوي و التي قدرت ب 23,33% و هي نسبة لا باس بها إذ تعد امتداد للنسبة التي سبقتها , في حين المستوى المتوسط احتل النسبة الثالث فقد بلغت نسبته ب 10% أما المستوى الابتدائي لم نسجل فيه أية نسبة , أما جمعية الهلال الأحمر الجزائري أكبر نسبة من أفراد العينة من حملي الشهادات الجامعية و مثلت نسبتهم ب 50% , ثم يليها المستوى الثانوي بنسبة 30% , أما بقية الأعضاء فقد مثلوا المستوى المتوسط و الابتدائي بنسب متساوية قدرت ب 10% لكل واحدة .

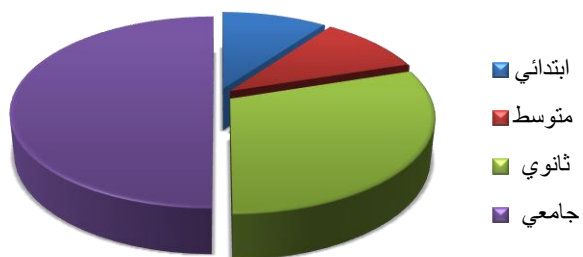
التحليل الكيفي:

تبين لنا هذه النسب أن أعضاء كلتا الجمعيتين يملكون مستوى تعليمي جيد على اعتبار أغلبهم من حملة الشهادات الجامعية و النسبة التي احتلت المرتبة الثانية يملكون مستوى ثانوي , و يمكن إرجاع ذلك إلى أنهم ذو ثقافة واسعة لرصد فعالية العمل في الجمعيات و أن الأفراد أصبحوا يعطون لتعليم أهمية كبيرة لما له من دور في تطوير المجتمع و الأفراد .

الشكل (7) المستوى التعليمي في جمعية قداماء الكشافة
الاسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو



الشكل (8) المستوى التعليمي في جمعية الهلال الاحمر
الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو



الجدول (05) يمثل الجدول متغير المهنة في الجمعيات محل الدراسة

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات المهنة
نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	طالب
45%	9	30%	9	عامل حر
25%	5	36,67%	11	موظفين في قطاع إداري
15%	3	13,33%	4	بطل
15%	3	20%	6	المجموع
100%	20	100%	30	

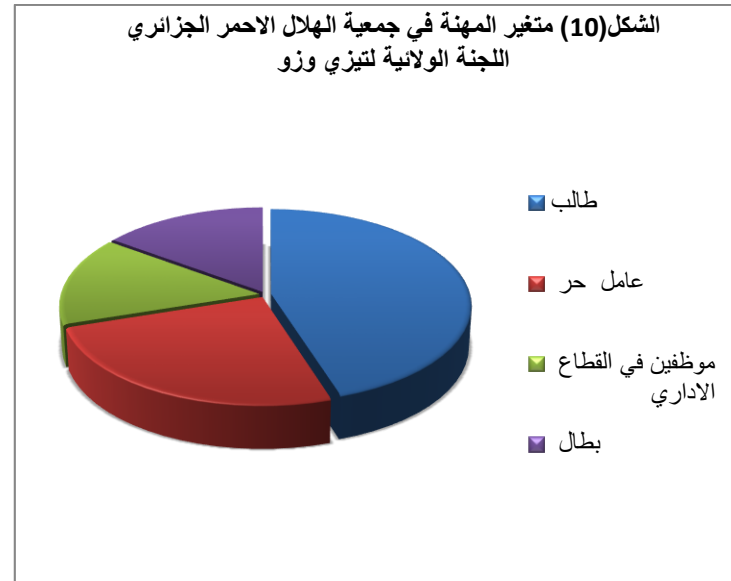
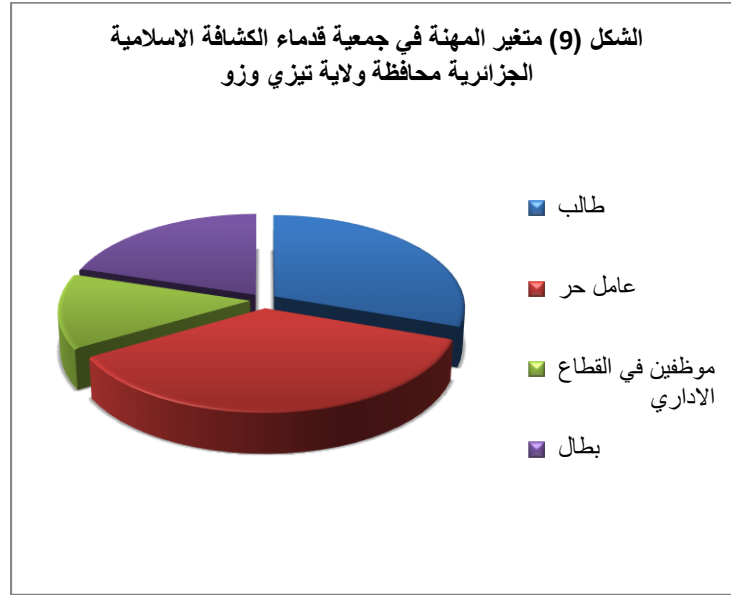
التحليل الكمي:

يتجلى لنا من خلال الجدول أن أعلى نسبة في جمعية قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية هي من فئة العامل الحر إذ قدرت ب 36,67%, ثم ثاني نسبة هم الطلاب ب 30%, ثم تأتي نسبة الأعضاء من فئة الباطلين أو العاطلين عن العمل بنسبة 20% و هذا يدل أن هذه الفئة تعاني من عدم الاستقرار الوظيفي ما يجعل همها الوحيد هو تأمين مستقبلها المهني ما يجعل من العمل الخيري بالنسبة لها أمر مهم لتنمية مجتمعهم , و نسبة 13,33% كانت من نصيب موظفين في القطاع الإداري و هي نسبة منخفضة , بينما جمعية الهلال الأحمر الجزائري احتلت فئة الطلاب المرتبة الأولى و ذلك بنسبة قدرت ب 45%, ثم يليها عامل حر بنسبة 25%, و نجد كل من موظفين في القطاع الإداري و العاطلين عن العمل احتلوا المرتبة الأخيرة و ذلك بنسبة 15%.

التحليل الكيفي:

توضح أرقام الجدول أعلاه أن نسبة العامل الحر في جمعية قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو يحتل أكبر نسبة , و احتلت المرتبة الثانية فئة الطلاب أما فيما يخص جمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو نسبة الطلاب فيها أكثر و يرجع ذلك إلى الثقافة المنتشرة بين الطلاب و ذلك بهدف تنمية شخصيتهم لتحمل المسؤولية , و لاحظنا أيضا أن نسبة الموظفين في القطاع الإداري في كلتا الجمعيتين قليل مقارنة بالنسب الأخرى كون أن التجربة و الكفاءة دور كبير في تسيير أي جمعية مهما كان نوع نشاطها لضمان إيصال المعلومة بطريقة سريعة و مفهومة إلى كافة المستويات , و نجد أيضا أن كلتا الجمعيتين فيها أشخاص عاطلين عن العمل و يدل هذا أن هذه الفئة

تعاني من التهميش من طرف المجتمع و عدم الاستقرار و همها الوحيد هو ضمان مستقبلها المهني ما يجعل من العمل الخيري بالنسبة لهم أمر مهم لتنمية المجتمع .



الجدول (06) يمثل سنوات الخبرة في النشاط بالجمعيات

الجمعيات الإيجابية		الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو		الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو	
أقل من سنة		تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة %
		4	13,33%	2	10%
من سنة إلى 5 سنوات		10	33,33%	5	25%
6 إلى 10 سنوات		8	26,67%	7	35%
أكثر من 10 سنوات		8	26,67%	6	20%
المجموع		30	100%	20	100%

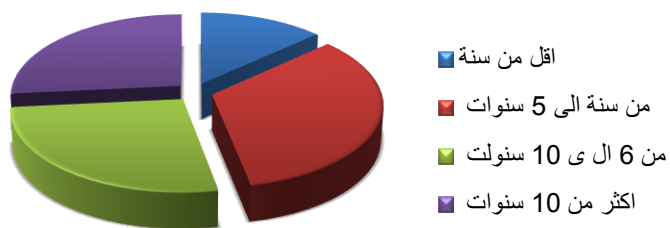
التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن غالبية الأعضاء في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية سنوات خبرتهم في النشاط الجمعي بها ما بين سنة إلى 5 سنوات و ذلك بنسبة 33,33% , ثم تليها سنوات الخبرة من 6 إلى 10 سنوات و أكثر من 10 سنوات بنسب متساوية قدرت ب 26,67% لكل منهما , و أخيرا الذين سنوات خبرتهم اقل من سنة بلغت نسبتهم ب 13,33% , أما بالنسبة للهلال الأحمر الجزائري تراوحت سنوات الخبرة في النشاط الجمعي من سنة إلى 5 سنوات و من 6 إلى 10 سنوات المرتبة الأولى بنسبة 35% لكل منهما , و المرتبة الثانية كانت لأصحاب الذين سنوات خبرتهم في الجمعيات أكثر من 10 سنوات ب 20% و أخيرا الذين لديهم اقل من سنة في العمل الجمعي بنسبة 10%.

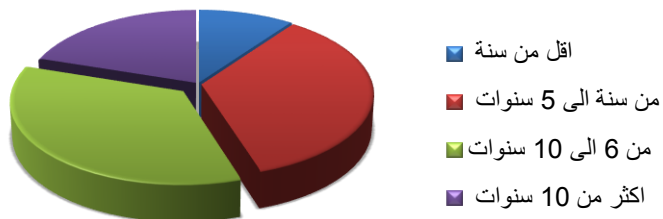
التحليل الكيفي:

توضح هذه النسب المتعلقة بمتغير سنوات الخبرة في العمل بالجمعيات أن الأعضاء المتواجدين في كلتا الجمعيتين لديهم خبرة و أقدمية في النشاط الجمعي من سنة إلى أكثر من 10 سنوات كون أن هذه الخبرة تساعد الجمعيات على تحقيق أهدافها كما تساعد في عملية اتخاذ القرارات في الوقت المناسب من قبل الأعضاء الذين تربط بينهم سنوات خبرة كبيرة .

الشكل (11) يمثل سنوات الخبرة في جمعية قداماء الكشافة
الاسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو



الشكل (12) يمثل سنوات الخبرة في جمعية الهلال الاحمر
الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو



الجدول (07) يمثل طبيعة العضوية في الجمعيات

الجمعيات		قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو		الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو
طبيعة العضوية		تكرار	نسبة %	تكرار
عضو دائم		14	46,67%	11
متطوع		16	53,33%	9
المجموع		30	100%	20

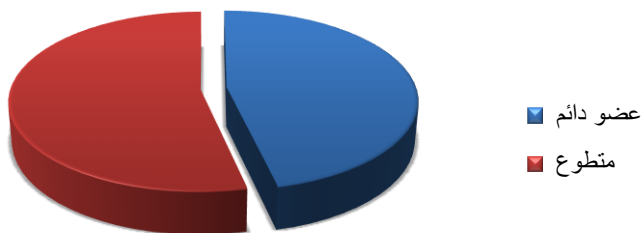
التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الأعضاء المتطوعين في جمعية قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية أكثر من الأعضاء الدائمين بحيث أن نسبة المتطوعين قدرت نسبتهم ب 53,33% , بينما قدرت نسبة الأعضاء الدائمين ب 46,67% , بينما الهلال الأحمر الجزائري نجد أن نسبة الأعضاء الدائمين فيه أكثر من الأعضاء المتطوعين فنسبة الأعضاء الدائمين قدرت ب 55% بينما المتطوعين بلغت نسبتهم 45% .

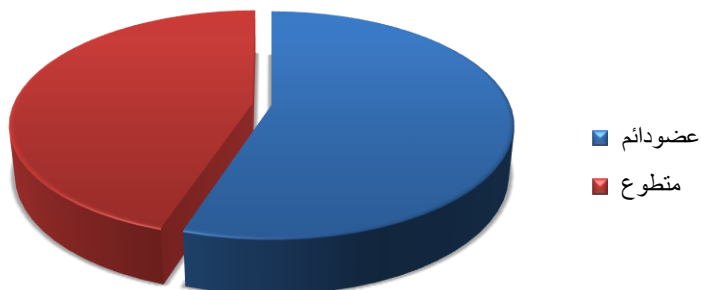
التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال الجدول أن جمعية قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو الأعضاء المتواجدين فيها أعضاء متطوعين و نسبة الأعضاء الدائمين فيها احتل المرتبة الثانية , و فيما يخص جمعية الهلال الاحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو نسبة الأعضاء الذين يشغلون عضو دائم أكثر من المتطوعين و يمكن القول أن كلتا الجمعيتين فيها أعضاء دائمين لكن بنسب مختلفة ما يضمن لها الاستقرار في طاقمها و الاستمرار في نشاطها لتحقيق أهدافها .

الشكل (13) يمثل طبيعة العضوية في جمعية قدماء الكشافة
الاسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو



الشكل (14) يمثل طبيعة العضوية في جمعية الهلال الاحمر
الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو



المحور الثاني: واقع الاتصال في الجمعيات

الجدول (08) يمثل وجود خلية اتصال في الجمعيات

الجمعيات الإيجابية		قدمات الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو
		تكرار	نسبة %	تكرار
نعم		27	90%	18
لا		3	10%	2
المجموع		30	100%	20

التحليل الكمي:

يتضح لنا من خلال الجدول أن أعضاء جمعية قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو أقرروا بوجود خلية اتصال في الجمعية و ذلك بنسبة قدرت ب 90% في حين نسبة قليلة منهم أجابوا عكس ذلك بنسبة بلغت 10%. أما نسبة 90% من جمعية الهلال الأحمر الجزائري أكدوا بوجود خلية اتصال في الجمعية بينما 10% المتبقية أجابوا بعدم وجود خلية اتصال في الجمعية .

التحليل الكيفي:

يبين الجدول أن جمعية قدمات الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الاحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو يملكان خلية اتصال تهتم بالتنسيق و الإشراف على كل الأنشطة الاتصالية الخاصة بالجمعيات بالإضافة إلى التنسيق بين الجمعيات و الجمهور والجهات التي تتعامل معها و بفضلها أيضا يتمكن الأعضاء بالحصول على مختلف المعلومات الخاصة بالجمعيات , أما فيما يخص النسبة التي أجابت بلا فهي قليلة و يمكن إرجاع سبب إجابتهم بلا إلى نقص إستعدادهم و جهلهم بأهمية وجود خلية اتصال و بالتالي التأثير على حسن انتقال وسير المعلومات .

الجدول (09) يمثل مسؤول الاتصال عند غياب قسم خاص بالاتصال في الجمعيات

الجمعيات الإجابة		قدمات الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو	
رئيس الجمعية		تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة %
احد أعضاء الجمعية		17	56,67%	14	70%
المجموع		30	100%	20	100%

التحليل الكمي:

يتضح لنا من خلال الجدول أن مسؤول الاتصال في جمعية قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو عند غياب قسم خاص بالاتصال هو رئيس الجمعية بنسبة قدرت ب 56,67%, بينما الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو تعتمد على رئيس الجمعية كمسؤول أول في الجانب الاتصالي عند غياب قسم خاص بالاتصال وذلك بنسبة قدرت ب 70% , بينما أجاب 43,33% من جمعية الكشافة و 30% من الهلال أن احد أعضاء الجمعية هو المكلف بالاتصال .

التحليل الكيفي:

أثبتت نتائج الجدول أن مسؤول الاتصال عند غياب قسم خاص بالاتصال في كلتا الجمعيتين رئيس الجمعية كمكلف بالجانب الاتصالي لكن من خلال المقابلة التي أجريناها تبين لنا أن جمعية قدمات الكشافة تعتمد على الأعضاء المكلفين بالجانب الإعلامي و الاتصالي كمسؤول أول للاتصال عند غياب قسم خاص بالاتصال.

الجدول (10) يمثل ضرورة توفير الجمعية على متخصصين في مجال الاتصال

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	الإجابة
90%	18	76,67%	23	نعم
10%	2	23,33%	7	لا
100%	20	100%	30	المجموع

التحليل الكمي:

يتجلى لنا من خلال الجدول أن الأعضاء في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو يرون بضرورة توفير متخصصين في مجال الاتصال إذ سجلت نسبة 76,67% من طرف جمعية الكشافة بينما الهلال الأحمر الجزائري تمثلت نسبته ب 90% , وما نسبته ب 23,33% من طرف قدماء الكشافة و 10 طرف الهلال الأحمر الجزائري أجابوا عكس ذلك أي ليس من الضرورة على الجمعيات أن توفر متخصصين في الاتصال .

التحليل الكيفي:

أكد جميع أعضاء جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية و الهلال الأحمر الجزائري انه من الضروري أن توفر الجمعيات على متخصصين في مجال الاتصال و ذلك لما له من أهمية بالغة في إعداد البرامج و يخلق تسيير و تنسيق جيد للنشاطات التي تقوم بها .

الجدول (11) يمثل نمط الاتصال السائد في الجمعيات

الجمعيات		الإجابة	
الجمعيات		الإجابة	
الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو	قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو	تكرار	نسبة%
تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%
9	45%	14	46,67%
4	20%	6	20%
7	35%	10	33,33%
20	100%	30	100%

التحليل الكمي:

يتضح لنا من خلال الجدول أن نمط الاتصال المعتمد من طرف جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو هو الاتصال النازل من الأعلى إلى المستوى الأدنى إذ قدرت نسبته ب 46,67% من طرف جمعية قدماء الكشافة و 45% في جمعية الهلال الأحمر الجزائري، وفي المرتبة الثانية جاء الاتصال الأفقي بنسبة 33,33% في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية وبنسبة 35% من طرف الهلال الأحمر الجزائري و هذا النمط يكون في نفس المستوى ، و أخيرا نجد الاتصال الصاعد الذي احتل المرتبة الأخير في كل من جمعية قدماء الكشافة و الهلال الأحمر الجزائري بنسبة متساوية 20% لكل منهما .

التحليل الكيفي:

تبين لنا أن نمط الاتصال السائد في كل جمعية هو الاتصال النازل من المستوى الأعلى إلى المستوى الأدنى و يكون على شكل أوامر و اقتراحات و توجيهات من الإدارة إلى الأعضاء و هذا النوع هو الأكثر انتشارا في جميع المؤسسات على اختلاف طبيعتها عملها و في المرتبة الثانية الاتصال الأفقي و هذا النمط يكون بين الأعضاء في نفس المستوى و بين رؤساء الأقسام فهو يسمح بالحصول على معلومات لا يمكن الحصول بالأنماط الأخرى كما يسمح بالتنسيق بين مختلف المستويات من اجل ان يكون هناك فعالية في الأداء .

الجدول (13) يمثل تقييم التبادلات الاتصالية بين الأعضاء في العمل داخل الجمعيات

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابة
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	جيدة
20%	4	20%	6	
25%	5	26,67%	8	حسنة
25%	5	23,33%	7	فعالة
15%	3	16,67%	5	غير فعالة
15%	3	13,33%	4	سيئة
100%	20	100%	30	مجموع

التحليل الكمي:

يبين لنا الجدول أعلاه أن الأعضاء في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية يرون أن تقييم التبادلات الاتصالية في العمل داخل الجمعية حسنة و ذلك بنسبة 26,67% ثم تليها نسبة 23,33% الذين تقييماتهم فعالة , ثم نسبة الأعضاء الذين أجابوا أنها جيدة بلغت نسبتهم 20% , أما 16,67% أجابوا بان تقييم التبادلات الاتصالية غير فعالة و أخيرا نسبة 13,33% اقرروا بأنها سيئة , بينما جمعية الهلال الأحمر الجزائري يرون بان تقييم التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء حسنة و فعالة بنسبة متساوية قدرت ب 25% لكل منهما , ثم تليها فئة الأعضاء الذين اقرروا بأنها جيدة بنسبة 20%, و في المرتبة الأخير غير فعالة وسيئة بنسبة 15%.

التحليل الكيفي:

تبين لنا أن الاتصال في الجمعيات محل الدراسة حسنة وفعالة و هذا راجع إلى الدور الذي يلعبه الاتصال في تنسيق وتنظيم العمل داخل الجمعيات و نشر المعلومات و الأفكار الأمر الذي يخلق الثقة المتبادلة بين الأعضاء والذي يعود بالإيجاب على صورة الجمعيات , في حين يمكن تبرير إجابة الباحثين بالسيئة و التي كانت بسبة قليلة راجع إلى معوقات الاتصال و عدم وصول الرسالة واضحة إليهم .

الجدول (14) يمثل تأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء في الجمعية .

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابة
تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	نعم
15	75%	20	66,67%	نعم
5	25%	10	33,33%	لا
20	100%	30	100%	المجموع

التحليل الكمي:

يبين لنا الجدول أن 66,67% من الأعضاء من جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية أكدوا بتأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء في حين نسبة ضئيلة منهم نفوا ذلك و أجابوا انه لا يوجد تأثير للتبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء ب 33,33%, أما جمعية الهلال الأحمر الجزائري أعضائها أكدوا بان التبادلات الاتصالية تأثر على الأداء أما النسبة المتبقية منهم يرون عكس ذلك إذ قدرت ب 25%.

التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال الجدول أن الأعضاء في جمعية قدماء الكشافة و الهلال الأحمر الجزائري يرون أن للاتصال دور كبير و فعال و عامل مهم يؤثر على أداء الأعضاء فكلما كانت حالة الاتصال جيدة يكون تأثير ايجابيا في تحسين الأداء نحو الأفضل كما أن الاتصال يساهم في زيادة تدعيم و تحسين و تطوير الأداء و زيادة مستوى جهدهم في الجمعيات , أما الأعضاء الذين أجابوا بأنه لا يوجد تأثير بين الأداء و الاتصال يمكن أن نفسر ذلك كون أن الأعضاء في الجمعيات يشعرون بالاستقلالية و بعدم تأثير البيئة الاتصالية عليهم بالرغم من ذلك لا يمكن نكران وجود تأثير فالإنسان اجتماعيا بطبيعته فلا يمكن أن لا يتأثر بالجماعة التي يعمل بها و بالمحيط الذي يعيش فيه.

الجدول (15) يمثل مساهمة الاتصال في تحقيق أهداف الجمعية

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدمات الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابة
نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نعم
90%	18	83,33%	25	
10%	2	16,67%	5	لا
100%	20	100%	30	المجموع

التحليل الكمي:

يظهر لنا من خلال الجدول أن الاتصال في جمعية قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية يساهم في تحقيق الأهداف بنسبة قدرت ب 83,33% , و تليها نسبة 16,67% من الأعضاء الذين اقرروا أن الاتصال لا يساعد في تحقيق الأهداف , بينما الهلال الأحمر الجزائري 90 % منهم يرون أن الاتصال يعمل في تحقيق أهداف الجمعية أما نسبة 10% المتبقية يرون عكس ذلك .

التحليل الكيفي:

اتضح لنا من خلال نسب الجدول أن الاتصال يساهم في تحقيق أهداف الجمعيات و ذلك من خلال تسهيل العمل و ضمان تواصل و سيرورة الاتصال و ذلك من خلال المساعدة في اتخاذ القرارات المتعلقة بمجال عملهم و كذلك تكييف اللقاءات و خلق روح الجماعة الروح المعنوية بينهم و يعمل على ترميم الروابط المهنية و الاتصال يساهم في انسيابية المعلومات و كذلك توجيه الأعضاء و تحسين سير عملهم لزيادة الثقة و التفاهم و كل هذا ينصب في مصلحة و أهداف الجمعيات أما الأفراد الذين أجابوا بان الاتصال لا يعمل على تحقيق الأهداف لا يساعد إطلاقا في الوصول إلى الأهداف المسطرة يمكن إرجاعه إلى صعوبة إيصال محتوى أفكارهم و أدائهم .

المحور الثالث: الإستراتيجية الاتصالية عامل من العوامل المساعدة في تنفيذ الإستراتيجية العامة للجمعيات

الجدول (16) يمثل إعداد الإستراتيجية الاتصالية يتطلب فريق عمل خاص

الجمعيات		الالهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدمات الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الإجابة	
نعم		تكرار		نسبة %		لا	
22		15		73,33%		75%	
8		5		26,67%		25%	
30		20		100%		100%	

التحليل الكمي:

يبين لنا الجدول أعلاه أن جمعية قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية وبنسبة قدرت ب 73,33% يرون بأن إعداد الإستراتيجية الاتصالية يتطلب فريق عمل خاص بإعدادها و تنفيذ الخطة الاتصالية في حين نسبة قليلة منهم أجابوا عكس ذلك بنسبة قدرت ب 26,67% , أما بالنسبة لهلال الأحمر الجزائري نسبة 75% أكدوا أن الإستراتيجية الاتصالية تتطلب فريق عمل خاص مكلف بإعدادها و تنفيذها بصورة فعالة أما النسبة المتبقية منها 25% أجابوا عكس ذلك .

التحليل الكيفي:

أكد أغلبية المبحوثين في الجمعيات أن إعداد الإستراتيجية الاتصالية يتطلب فريق عمل خاص مكلف بانجاز و إعداد الخطط الاتصالية التي يتم تطبيقها و متابعتها استراتيجيا ليتم تنفيذها بصورة فعالة ما يحقق الأهداف المرجوة من الاتصال, أما بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا بأنه ليس من الضرورة توفير فريق عمل خاص لإعداد الإستراتيجية الاتصالية يمكن إرجاع السبب في ذلك لعدم فهم بعض الأعضاء لأهمية الاتصال في التقدم نحو الأفضل و الوصول إلى الغايات و الأهداف المرجوة فنجاح أي جمعية مرتبط بشكل كبير بنجاح عملية الاتصال .

الجدول (17) يمثل اشتراك خلية الاتصال بالجمعية في صياغة الإستراتيجية الاتصالية

الجمعيات الإجابة		قدمات الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو
نعم		تكرار	نسبة%	تكرار
		29	96,62%	19
لا		1	3,33%	1
المجموع		30	100%	20
				نسبة%
				95%
				5%
				100%

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن خلية الاتصال في جمعية قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية تشارك في صياغة ووضع الإستراتيجية الاتصالية الخاصة بالجمعية و ذلك بنسبة قدرت ب 96,62% في حين نسبة ضئيلة منهم أجابوا عكس ذلك ب 3,33% , بينما جمعية الهلال الأحمر الجزائري هي أيضا تشارك خلية الاتصال في صياغة و بناء الإستراتيجية الاتصالية , في حين نسبة 5% نفوا ذلك .

التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن خلية الاتصال في لجمعيات تساهم في صياغة الإستراتيجية الاتصالية كونها العمود الأساسي للاتصال و هي ضرورية لضمان السير الحسن لمهامها ووظائفها وتعمل على توفير الجو المناسب للعمل داخل الجمعيات و هي على دراية أكثر بما يدور في الجمعية الأمر الذي يضمن الوصول إلى أحسن النتائج و بلوغ أهدافها المنشودة .

الجدول (19) يمثل طبيعة المعلومات التي تقدمها الجمعيات

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابة
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	معلومات عن قرارات الجمعية
50%	10	73,33%	22	معلومات خاصة ببعض المشاكل التي تواجه الجمعية
45%	9	26,67%	8	تنظيم نشاط الجمعية
5%	1	0%	0	المجموع
100%	20	100%	30	

التحليل الكمي:

يوضح الجدول أعلاه أن طبيعة المعلومات التي تقدمها جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية بالدرجة الأولى هي معلومات عن قرارات الجمعية بنسبة 73,33% ثم تليها معلومات خاصة ببعض المشاكل التي تواجه الجمعية بنسبة 26,67% في حين لم نسجل أي نسبة في تنظيم نشاط الجمعية , بينما في جمعية الهلال الأحمر الجزائري مثل الكشافة تعمل بشكل كبير لإيصال المعلومات عن قرارات الجمعية بنسبة 50% , ثم معلومات خاصة ببعض المشاكل التي تواجه الجمعية 45% و أخيرا تنظيم نشاط الجمعية بنسبة 5% .

التحليل الكيفي:

يتضح لنا من خلال الجدول أن الجمعيات تعمل بشكل كبير في إيصال المعلومات عن قرارات الجمعية بهدف تزويد الأعضاء بالمعلومات الضرورية للقيام بأعمالهم لتحقيق أهدافها ثم تليها معلومات خاصة ببعض المشاكل التي تواجه الجمعية.

الجدول (20) يمثل وجود إستراتيجية اتصال دور في تعزيز روح الفريق و التعاون

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابة
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نعم
100%	20	100%	30	نعم
0%	0	0%	0	لا
100%	20	100%	30	المجموع

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية و الهلال الأحمر الجزائري أكدوا أن استخدام الجمعية الإستراتيجية الاتصالية يسهل عليها تأدية مهامها و تعمل على تعزيز روح الفريق و التعاون و ذلك بنسبة 100%.

التحليل الكيفي:

نستخلص من خلال النسب المئوية الموضحة في الجدول أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو يرون انه لكي تستطيع الجمعيات تحقيق نجاحها بجدارة على المستوى الخارجي يجب أن تكون قد سطرت لنفسها إستراتيجية اتصالية مدروسة تهدف من خلالها إلى خلق جو عمل يسوده التفاهم و التعاون و الانسجام و تكييف جهود الأعضاء لتحقيق أقصى الأهداف المرجوة و ضمان السير الحسن لها .

الجدول (21) يمثل إسهام الإستراتيجية الاتصالية المتبعة من طرف الجمعية في تحقيق الأهداف

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدمات الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابة
نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نعم
90%	18	93,33%	28	
10%	2	6,67%	2	لا
100%	20	100%	30	المجموع

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن جمعية قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية الإستراتيجية الاتصالية التي اتبعتها ساهمة في تحقيق الأهداف و ذلك بنسبة 93,33% , أما النسبة المتبقية منهم و التي قدرت ب 6,67% أجابوا عكس ذلك , بينما الهلال الأحمر الجزائري ما نسبته 90% أكدوا بأن الإستراتيجية الاتصالية المتبعة من طرف الجمعية ساهمت في تحقيق الأهداف في حين نسبة 10% من المبحوثين أقروا بأن الإستراتيجية الاتصالية لا تساهم في تحقيق الأهداف التي تسعى الجمعية تحقيقها .

التحليل الكيفي:

يتضح لنا من خلال الجدول أن الأعضاء في الجمعيات محل الدراسة راضون على الإستراتيجية الاتصالية السائدة و ذلك من خال توجيه العمال لتحقيق الأهداف و الأداء الجيد للوظائف.

الجدول (22) يمثل الأهداف التي تسعى الجمعيات تحقيقها

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإيجابية
نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	إيصال المعرفة لكافة المستويات الإدارية
35%	7	33,33%	10	توجيه العمال وتنسيق جهودهم بما يحقق أهداف الجمعية
30%	6	30%	9	بناء سمعة طيبة للجمعية تساهم في جذب المتطوعين و الأعضاء
35%	7	36,67%	11	المجموع
100%	20	100%	30	

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن الأهداف التي تسعى جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية تحقيقه من الإستراتيجية الاتصالية هو بناء سمعة طيبة للجمعية ما يساهم في جذب المتطوعين و الأعضاء و ذلك بنسبة 36,67% ثم يليها إيصال المعرفة لكافة المستويات الإدارية بنسبة 33,33% و أخيرا توجيه العمال و تنسيق جهودهم بما يحقق أهداف الجمعية بنسبة 30%, أما بالنسبة الهلال الأحمر الجزائري نجد أن الهدف الذي تسعى الجمعية تحقيقه هو نفس هدف جمعية الكشافة و المتمثل في بناء سمعة طيبة للجمعية ما يساهم في جذب المتطوعين و الأعضاء و إيصال المعرفة لكافة المستويات الإدارية بنسبة متساوية لكل واحدة و التي قدرت ب 35% و في المرتبة الأخيرة توجيه العمال و تنسيق جهودهم بما يحقق أهداف الجمعية بنسبة بلغت 30% .

التحليل الكيفي:

نستنتج من خلال النسب المئوية الموضحة في الجدول أن الجمعيات تسعى لتحقيقه هو بناء سمعة طيبة للجمعية ما يساهم في جذب المتطوعين و الأعضاء و تعد مرتكزا أساسيا للنجاح و الاستمرار و التوسع و يليه في المرتبة الثانية إيصال المعرفة لكافة المستويات الإدارية.

المحور الرابع : الوسائل الاتصالية و التقنيات الأكثر استخداما من طرف الجمعية

الجدول (23) يمثل وسائل و تقنيات الأكثر استخداما من طرف الجمعيات

الجمعيات		الإجابة	
الجمعيات		الإجابة	
الجماعات	الإجابة	الجماعات	الإجابة
الوسائل المكتوبة	الوسائل المكتوبة	الوسائل المكتوبة	الوسائل المكتوبة
الوسائل المباشرة	الوسائل المباشرة	الوسائل المباشرة	الوسائل المباشرة
الوسائل السمعية البصرية	الوسائل السمعية البصرية	الوسائل السمعية البصرية	الوسائل السمعية البصرية
الوسائل الالكترونية	الوسائل الالكترونية	الوسائل الالكترونية	الوسائل الالكترونية
المجموع	المجموع	المجموع	المجموع

التحليل الكمي:

يوضح لنا الجدول أن جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو تعتمد أكثر على الوسائل المكتوبة بنسبة 43,33% , ثم تليها الوسائل الالكترونية بنسبة 36,67% , و في المرتبة الثالثة الوسائل المباشرة بنسبة قدرت ب 16,67% , و أخيرا الوسائل السمعية والبصرية بنسبة 3,33% , بينما جمعية الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو على الوسائل الالكترونية بنسبة 35% , ثم تليها الوسائل المكتوبة بنسبة 35% و أخيرا الوسائل المباشرة بنسبة قدرت ب 15% , أما بالنسبة للوسائل السمعية البصرية لم تسجل أية نسبة .

التحليل الكيفي:

يتضح لنا من خلال الجدول أن جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو تعتمد أكثر على الوسائل الكتابية لكونها أسهل الوسائل استخداما في تسيير الأعمال نظرا لدقتها ووضوحها و مرونتها و كذا نجاعتها في نقل وتوصيل المعلومات و تسهيل تأدية المهام و نجد في المرتبة الثانية الوسائل الالكترونية , أما بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو تعتمد على الوسائل الالكترونية ذلك لإتاحتها على معلومات كبيرة جدا بالإضافة إلى سهولة اتصال الأعضاء فيما بينهم و الوصول إلى معلومات بطريقة أسرع و أفضل و اقل كلفة من الأساليب الأخرى ثم تليها الوسائل المكتوبة , و أخيرا الوسائل المباشرة استعمالها قليل من طرف الجمعيات فهذه الوسائل تضمن تقديم معلومات بطريقة شفوية و مباشرة و يكون تداولها أسرع بين الأعضاء ما يعود بالفائدة على الجمعيات .

الجدول (25) يمثل وسائل الاتصال المباشرة التي تعتمد عليها كل جمعية في نقل وتبادل المعلومات

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابية
نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	اللقاءات
25%	5	36,67%	11	الندوات
10%	2	13,33%	4	المؤتمرات
0%	0	0%	0	الأبواب المفتوحة
15%	3	6,67%	2	الاجتماعات
50%	10	43,33%	13	المجموع
100%	20	100%	30	

التحليل الكمي:

يبين لنا الجدول أعلاه أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو تعتمد على الاجتماعات كأعلى نسبة قدرت ب 43,33% , ثم تليها اللقاءات في المرتبة الثانية بنسبة 36,67% و الندوات بنسبة 13,33% و أخير نسبة نجدها في الأبواب المفتوحة بنسبة قدرت ب 6,67% و فيما يخص المؤتمرات فلم تسجل أية نسبة , أما بالنسبة الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو هو أيضا يعتمد على الاجتماعات بنسبة قدرت ب 50% و يليه في المرتبة الثانية اللقاءات بنسبة 25% , ثم يليها كل من الأبواب المفتوحة بنسبة 15% و الندوات بنسبة 10% .

التحليل الكيفي:

تبين لنا أن الاجتماعات هي الوسيلة الأولى المستعملة من طرف جمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو فهي الخلية المحركة و العاملة في الجمعيات خاصة و أن الجمعية تقوم على العمل الجماعي منه يمكن القول أن الاجتماعات من الوسائل المباشرة الهامة في الجمعيات فهي وسيلة هامة للاتصال بين الرؤساء و الأعضاء لرسم الخطط التي تحقق من خلالها أهداف الجمعية بالإضافة إلى ذلك تساهم في دراسة انشغالات الأعضاء و اقتراحاتهم , بالإضافة إلى ذلك يمكن القول أن الجمعيات محل الدراسة تعتمد على أربعة وسائل للاتصال المباشر لتبليغ المعلومات داخلها و هي الاجتماعات اللقاءات و الندوات و الأبواب المفتوحة .

الجدول (26) يمثل الوسائل السمعية البصرية المعتمدة من طرف كل الجمعيات

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابية
نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	الإذاعة
20%	4	20%	6	التلفزيون
5%	1	10%	3	الهاتف
75%	15	70%	21	المجموع
100%	20	100%	30	

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية تعتمد على الهاتف كأكثر وسيلة استخدمها من طرف الجمعية و ذلك بنسبة 75% ثم تليها الإذاعة بنسبة بلغت 20% و أخيرا نجد التلفزيون بنسبة 10% , أما بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري تعتمد أيضا على الهاتف كأول وسيلة للتواصل بين الأعضاء , ثم تليها الإذاعة بنسبة 20% و آخر نسبة نجدها في التلفزيون ب 5% .

التحليل الكيفي:

نلاحظ من الجدول أن الهاتف هي الوسيلة الأولى الأكثر استخداما من طرف الجمعيات كأحسن وسيلة سمعية بصرية فهي أسهل وسيلة للتواصل بين الأعضاء كما تعتبر من الوسائل الأكثر سرعة ودقة و اقل تكلفة في توصيل المعلومات و التعليمات من الإدارة إلى الأعضاء و من الأعضاء للإدارة فهي تسمح بإجراء اتصالات مباشرة و سريعة دون الحاجة للانتقال و من خلاله يتم التواصل المباشر أيضا مع المتضررين و مع الجهات المعنية بجمع التبرعات خاصة في فترة الحرائق.

الجدول (27) الوسائل الالكترونية الأكثر استخداما من طرف كل جمعية

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابة
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	الإيميل
25%	5	40%	12	المواقع الالكترونية
15%	3	20%	6	مواقع التواصل الاجتماعي
60%	12	40%	12	المجموع
100%	20	100%	30	

التحليل الكمي:

من خلال نتائج الجدول يتضح لنا أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي و الإيميل كوسيلة الكترونية الأكثر استخداما من طرف الجمعية و ذلك بنسبة 40% لكل وسيلة , ثم تليها المواقع الالكترونية بنسبة 20 % , بينما الهلال الأحمر الجزائري هو أيضا يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 60% ثم يليه الإيميل بنسب 25% بينما المواقع الالكترونية احتلت المرتبة الأخيرة المواقع الالكترونية بنسبة 15% .

التحليل الكيفي:

تبيين لنا من خلال نتائج الجدول أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو أنهم يعتمدون على مواقع التواصل و ذلك من اجل إبراز مختلف الأنشطة التي تقوم بها و التعريف بها و بخدماتها لجمهورها الخارجي و هي وسيلة سهلة غير مكلفة فالتواصل عبر الانترنت يكون في أي وقت نهارا أو ليلا مثله مثل الإيميل الذي يستعمل لتداول المعلومات داخل الجمعيات من مصلحة إلى أخرى بصفة سريعة و دقيقة و يعتبر أيضا بديل المدة التي تكون في الاجتماعات لإختصار الوقت و الجهد و نظرا لكون الجمعيات قائمة المتطوعين فهم مشغولون بأعمال أخرى و خلال فترة الحرائق تم الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل و إيصال المعلومات لكافة المستويات في الجمعيات و فيما يخص المواقع الالكترونية يعتمدون عليها لكن بنسبة قليلة كونها تساعد على توفير المعلومات مما يسمح بتقاسم المعلومات بشكل فوري و سهلة الاستعمال

الجدول (28) يمثل وسائل الاتصال التي تعتمد عليها كل جمعية للتواصل مع أعضائها خلال عقد الاجتماعات

الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابة
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	%55
	11	%46,67	14	
%45	9	%53,33	16	وسائل الاتصال الحديثة
%100	20	%100	30	المجموع

التحليل الكمي:

تبين لنا من خلال الجدول أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية تعتمد على وسائل الاتصال الحديثة للتواصل مع أعضائها عند عقد الاجتماعات و ذلك بنسبة قدرت ب %53,33 ثم تليها وسائل الاتصال المباشرة بنسبة %46,67, بينما الهلال الأحمر الجزائري يعتمد على وسائل الاتصال المباشرة عند عقد الاجتماعات بنسبة %55, ثم تليها وسائل الاتصال الحديثة بنسبة %45.

التحليل الكيفي:

نلاحظ من خلال نسب الجدول أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو تعتمد على وسائل الاتصال الحديثة للتواصل مع أعضائها خلال عقد الاجتماعات و فسروا ذلك باعتبار هذه الوسائل تسهل عملية الاتصال بالإضافة إلى ربح الوقت و كذا الجهد فهي تلعب دورا كبيرا خاصة عند اتخاذ القرارات في الوقت المناسب و احتلت المرتبة الثانية الاتصال المباشر , في حين جمعية الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو تعتمد على الاتصال المباشر للتواصل مع أعضائها فهي أهم وسيلة للتواصل بين الأعضاء كونها تفسح المجال للمناقشة و طرح المشاكل التي تواجهها قصد إيجاد الحلول بصفة جماعية لاتخاذ القرارات المناسبة بشأنها و تليه وسائل الاتصال الحديثة .

الجدول (29) كفاية وسائل الاتصال المستعملة داخل الجمعيات في نقل المعلومات و تبادلها

الجمعيات الإجابة		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو	
نعم		تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%
نعم		13	43,33%	9	45%
لا		6	20%	4	20%
أحيانا		11	36,67%	7	35%
المجموع		30	100%	20	100%

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و بنسبة قدرت ب 43,33% أكدوا أن وسائل الاتصال المستعملة في الجمعيات كافية لنقل المعلومات و التعليمات في حين أجاب 36,67% من عينة الدراسة ب أحيانا , أما النسبة المتبقية من المبحوثين يرون أن الوسائل الاتصالية المعتمدة في الجمعيات غير كافية لنقل المعلومات ب20% , أما بالنسبة للهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو أكدوا أن وسائل الاتصال كافية لنقل المعلومات و تبادلها و ذلك بنسبة بلغت 45% و تليها نسبة الذين أجابوا ب أحيانا قدرت ب 35% أما ما نسبته 20% أكدوا عكس ذلك .

التحليل الكيفي:

يوضح الجدول أن المبحوثين أكدوا أن وسائل الاتصال المستعملة في الجمعيات محل الدراسة كافية لنقل المعلومات و التعليمات و هذا راجع إلى سهولة نقل هذه الوسائل للمعلومات بدون تشويه أو تحريف للمعلومة , أما الذين يرون بعدم كفاية وسائل الاتصال المعتمدة من طرف الجمعيات في نقل المعلومات و تبادلها يمكن إرجاع ذلك إلى تدني المستوى التعليمي لهؤلاء الأعضاء و لا يدركون أهمية و دور هذه الوسائل كما صرح رئيس جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو عند زيارتنا لمقر الجمعية أن هناك نقص كبير في وصول المعلومات إلى الأعضاء في الوقت المناسب و ذلك لعدة أسباب .

المحور الخامس: تطبيق الإستراتيجية الاتصالية من طرف الجمعية لمواجهة آثار الحرائق بالولاية
الجدول (30) يمثل تنسيق جمعية قداماء الكشافة الإسلامية و الهلال الأحمر الجزائري مع جمعيات
أخرى من اجل تقديم كافة الإعانات المالية و مستلزمات الإغاثة للمنكوبين

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قداماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابية
نسبة %	تكرار	نسبة %	تكرار	نعم
85%	17	86,67%	26	
15%	3	13,33%	4	لا
100%	20	100%	30	المجموع

التحليل الكمي:

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن 86,76% من المبحوثين في جمعية قداماء الكشافة
الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو أكدوا أن الجمعية قامت بالتنسيق مع جمعيات أخرى من
اجل تقديم كافة الإعانات المالية و مستلزمات الإغاثة للمنكوبين في حين نسبة 13,33% أجابوا عكس
ذلك , و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو قامت بالتنسيق مع جمعيات أخرى و ذلك
بنسبة 85% في حين أجابت أقلية منهم بلا و التي قدرت نسبتهم ب 15% .

التحليل الكيفي:

تبين لنا من خلال إجابات المبحوثين أن جمعية قداماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي
وزو قامت بالتنسيق مع جمعيات أخرى لمكافحة آثار الحرائق و لتقديم كافة الإعانات للمتضررين نسقت
أكثر مع أفواجها و فروعها على المستوى الوطني خاصة و جمعية اقرأ و جمعية ثالوث لذوي
الاحتياجات الخاصة و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو , أما بالنسبة للهلال الأحمر
الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو قامت بالتنسيق مع جمعية كافل اليتيم و الجمعيات الخيرية الثقافية و
مع جمعيات خيرية محلية .

الجدول (31) يمثل الآليات التي تم اعتمادها من قبل أعضاء الجمعيات للإعلان عن حملاتها التضامنية

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات
تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	الإجابة
10	50%	18	60%	عبر صفحات التواصل الاجتماعي
3	15%	5	16,67%	عبر القنوات التلفزيونية
4	20%	4	13,33%	عبر المطويات
3	15%	3	10%	عبر اللقاءات
20	100%	30	100%	المجموع

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الآليات التي اعتمدها جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو للإعلان عن حملاتها التضامنية هي مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت ب 60% , و في المرتبة الثانية عبر القنوات التلفزيونية بنسبة 16,67% و تليه المطويات بنسبة 13,33% و أخيرا اللقاءات بنسبة بلغت 10%, و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو مثلها مثل جمعية قدماء الكشافة اعتمدت على مواقع التواصل الاجتماعي للإعلان عن حملاتها التضامنية و ذلك بنسبة قدرت ب 50% ثم تليها المطويات بنسبة 20 % في حين احتلت اللقاءات والقنوات التلفزيونية اقل نسبة و ذلك ب 15% لكل منهما .

التحليل الكيفي:

نستنتج من خلال الجدول أن صفحات التواصل الاجتماعي لعبت دورا كبيرا للإعلان عن الحملات التضامنية لجمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو و لاحظنا أن كلتا الجمعيتين إستعانتا بالفيسبوك للإعلان ونشر العديد من النداءات للتواصل المباشر مع المتبرعين و منه يتم إرشادهم عن طريق المواد المراد جمعها لإغاثة المنكوبين من مواد غذائية و طبية و غيرها , و لكونها من أكثر الوسائل إقبالا من طرف الجمهور و هي أكثر فعالية لنقل وإيصال المعلومات بين الأعضاء .

الجدول (32) يمثل نوع المساعدات و الإعانات التي قدمتها كل جمعية لمنكوبي الحرائق

الجمعية الإجابة		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو	
مساعدات مالية		تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%
		17	56,67%	11	55%
مساعدات معنوية		13	43,33%	9	45%
المجموع		30	100%	20	100%

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل المساعدات التي قدمتها كل من جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو اتضح لنا أن نسبة المساعدات المالية اكبر و التي قدرت ب 56,67 % لجمعية قدماء الكشافة و 55% لجمعية الهلال الأحمر الجزائري , ثم تليها المساعدات المعنوية بنسبة 43,33 % لجمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو, و 45 % لجمعية الهلال الأحمر للجنة الولائية لتيزي وزو .

التحليل الكيفي:

نستخلص من هذه النسب أن الجمعيات محل الدراسة قامت بتقديم مساعدات مالية و معنوية للعائلات المتضررة من الحرائق لكن المساعدات المالية كانت أكثر كون أن الحرائق تسببت بإضرار مادية.

ترفيهي لفائدة الأطفال , أما بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري قامت ببرامج ونشاطات من بينها تنظيم رحلات و التكفل النفسي بالأطفال و العائلات المتضررين من الحرائق لتحسين الحالة النفسية لهم و قامت بتنظيم فرق لتسليية و الترفيه إلى الأماكن المتضررة للترفيه عنهم و احتوائهم للخروج من الأزمة بأقل الإضرار النفسية .

الجدول (34) يمثل تنظيم الجمعية لأماكن الإيواء المؤقتة و ذلك بالتنسيق مع جهات معينة

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة لولاية تيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابة
تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	نعم
13	65%	24	80%	نعم
7	35%	6	20%	لا
20	100%	30	100%	المجموع

التحليل الكمي:

تبين لنا نتائج الجدول أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية قامت بتنظيم أماكن الإيواء المؤقتة و ذلك بالتنسيق مع جهات معينة بنسبة قدرت ب 80% ثم تليها ما بسبته 20 % أكدوا عكس ذلك, أما 65% من جمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية ليزي وزو أكدوا أن الجمعية قامت بتنظيم أماكن الإيواء ذلك بالتنسيق مع العديد من الجهات , أما 35 % المتبقية يرون عكس ذلك .

التحليل الكيفي:

يظهر لنا من خلال نتائج الجدول أن الجمعيات محل الدراسة قامت بتنظيم أماكن الإيواء المؤقتة خلال فترة الحرائق و ذلك بالتنسيق مع العديد من الجهات و الجمعيات و تتمثل الجهات التي نسقت معها جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو في دار الشباب بدرع الميزان ومدارس ولاية تيزي وزو و و درع بن خدة و مكودة و مع أفواجها في درع بن خدة , أما بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية ليزي وزو تتمثل الجهات في المدارس و دار الثقافة ومركز الإيواء بتيزي وزو و قاعدة الحفلات لشعبان .

الجدول (35) يمثل الوسائل التي اعتمدها الجمعيات للتواصل مع جمهورها الداخلي و الخارجي ما بعد انتهاء الحرائق

الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الجمعيات الإجابة
تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	عبر مواقع التواصل الاجتماعي
10	50%	12	40%	عبر الهاتف
5	25%	6	20%	عبر الاتصال المباشر من خلال الزيارات نحو الأماكن المتضررة
20	100%	30	100%	المجموع

التحليل الكمي:

يبين لنا الجدول أعلاه أن وسائل الاتصال التي تعتمدها جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو للتواصل مع جمهورها الداخلي و الخارجي بعد انتهاء الحرائق تمثلت في مواقع التواصل الاجتماعي و الهاتف بنسبة متساوية بلغت 40% لكل منها , ثم يليه الاتصال المباشر من خلال الزيارات نحو الأماكن المتضررة , أما جمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو اعتمدت على مواقع التواصل الاجتماعي للواصل مع جمهورها الداخلي و الخارجي , ثم تليه كل من الهاتف و الاتصال المباشر من خلال الزيارات نحو الأماكن المتضررة بنسبة 25% لكل منهما .

التحليل الكيفي:

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو اعتمدتا بكثرة على وسيلتين للتواصل مع جمهورها الداخلي و الخارجي بعد انتهاء الحرائق الوسيلة الأولى هي مواقع التواصل الاجتماعي لعبت دورا هاما في تنسيق الجمعيات مع جمهورها مما حقق ذلك من تواصل مستمر مع المتضررين لمعرفة أحوالهم و مساعدتهم , ثم يليه الهاتف كونه وسيلة مباشرة و سريعة و فعالة للتواصل , ومن هنا يمكن القول أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو استخدمتا وسيلتين للتواصل مع جمهورها الداخلي والخارجي وهتان الوسيلتين هما مواقع التواصل الاجتماعي و الهاتف .

الجدول (36) يمثل دور الزيارات الميدانية التي تقوم بها الجمعيات للمناطق المتضررة في تفعيل الاتصال

الجمعيات الإجابة		قدمات الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو	
نعم		تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%
		24	80%	14	70%
لا		6	20%	6	30%
المجموع		30	100%	20	100%

التحليل الكمي:

يبين لنا الجدول أعلاه أن معظم الأعضاء من جمعية قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو أكدوا أن للزيارات الميدانية التي تقوم بها الجمعية دور في تفعيل الاتصال و ذلك بنسبة 80% , أما بالنسبة لأعضاء الذين أجابوا بلا قدرت نسبتهم 20% , أما بالنسبة للهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو أكد أعضائها أن للزيارات التي تقوم بها للاماكن المتضررة دور في تفعيل الاتصال و ذلك بنسبة بلغت 70% , أما النسبة المتبقية يرون عكس ذلك .

التحليل الكيفي:

أوضحت لنا نتائج الجدول أن الأعضاء في جمعية قدمات الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو يرون أن للزيارات الميدانية التي تقوم بها الجمعيات للمناطق المتضررة دور في تفعيل الاتصال وذلك من خلال معرفة احتياجات المنكوبين من مواد غذائية و ألبسة و أدوية و الوقوف على أحوالهم و التخفيف من معاناتهم فالاتصال المباشر معهم يساهم بشكل كبير في تفعيل الاتصال .

الجدول (37) يمثل تنشيط أيام إعلامية و تحسيسية بعد الحرائق من طرف الجمعيات

الجمعيات الإجابة		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو
نعم		تكرار	نسبة%	تكرار
نعم		21	70%	13
لا		9	30%	7
المجموع		30	100%	20
				نسبة%
				65%
				35%
				100%

التحليل الكمي:

يوضح لنا الجدول أعلاه أن جمعية قدماء الإسلاميين الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو قامت بتنشيط أيام إعلامية و تحسيسية بعد الحرائق و ذلك بنسبة 70 % , و تليه نسبة 30% من الذين أجابوا بلا و هي نسبة قليلة مقارنة بالنسبة الأولى , أما بالنسبة للهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو أكد أعضائه بان الجمعية قامت بتنشيط أيام إعلامية و تحسيسية بنسبة بلغت 65% , أما النسبة المتبقية يرون عكس ذلك .

التحليل الكيفي:

يظهر لنا من خلال الجدول أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو قاموا بأيام إعلامية و حملات تحسيسية في الشوارع بعد الحرائق لتوعية المواطنين و تحسيسهم بمخاطر الحرائق و ذلك بتقديم إرشادات و قائية و توزيع ملصقات و تقديم المعلومات اللازمة لكيفية التعامل مع الحرائق , و نجد أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو قامت بحملات و ذلك بالتنسيق مع دار البيئة و الشرطة و مديرية البيئة و محافظة الغابات للولاية .

الجدول (38) يمثل من يقوم بتأطير الأيام التحسيسية التي تقوم بها الجمعيات

الجمعيات الإجابية		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو
قادة مختلف الأفواج	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%
قدماء الأعضاء	3	10%		
مدير المركز			10	50%
المساعد الأول			1	5%
بدون إجابة	12	40%	9	45%
المجموع	30	100%	20	100%

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو يرون أن قادة مختلف الأفواج هم الذين يقومون بتأطير الأيام التحسيسية حيث قدرت نسبته 50% , و يليه قدماء الأعضاء بنسبة 10% في حين لم نسجل أي إجابة على هذا السؤال و ذلك ب 40% وفيما يخص جمعية الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية أن مدير المركز هو الذي يقوم بتأطير الأيام التحسيسية التي تقوم بها الجمعية ثم يليه المساعد الأول بنسبة 5% , و 45% المتبقية لم يجيبوا على السؤال .

التحليل الكيفي:

تظهر لنا نتائج الجدول أن قادة مختلف الأفواج من جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو هم من يقومون بتأطير الأيام التحسيسية , أما بالنسبة للهلال الأحمر الجزائري هو مدير المركز .

الجدول (40) يمثل الجهات التي تم التوصل معها لجمع الإعانات

الجمعيات الإجابة		قدمات الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو	
الجمعيات		تكرار	نسبة %	تكرار	نسبة %
الجمعيات		12	40%	8	40%
نقابات الصيدلة		2	6,67%	2	10%
الخواص		16	53,33%	10	50%
المجموع		30	100%	20	100%

التحليل الكمي:

يوضح الجدول أعلاه أن الجهات التي تم التوصل معها أكثر لجمع الإعانات و التبرعات من طرف جمعية قدمات كشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو هي الخواص بنسبة 53,33% لجمعية قدمات الكشافة و 50 % لجمعية الهلال الأحمر الجزائري , ثم تأتي الجمعيات بنسب متساوية لكل منهما قدرت ب 40 % , و تليها نقابات الصيدلة في المرتبة الأخيرة بنسبة 6,67 لقداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية و 10 % للهلال الأحمر .

التحليل الكيفي:

نستخلص من معطيات الجدول أن جمعية قدمات الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية قامت بالتواصل و تنسيق جهود التعاون مع عدة أطراف و جهات فعالة سواء كان ذلك جهات رسمية أو غير رسمية و تمثلت الجهات التي تواصلت معها بكثرة في الخواص و الجمعيات التي ساهمت في جمع التبرعات و المساعدات المقدمة للعائلات المتضررة ثم تليها نقابات الصيدلة و التي بدورها قدمت مختلف الأدوية من مراهم و غيرها .

الجدول (42) يمثل احطاء الملتقيات و اللقاءات لتغطية من قبل وسائل الإعلام

الجمعيات الإجابة		قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو		الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو	
نعم		تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%
لا		6	20%	5	25%
المجموع		24	80%	15	75%
		30	100%	20	100%

التحليل الكمي:

يوضح لنا الجدول أعلاه أن الملتقيات و اللقاءات التي تقوم بها جمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو لا تحظى لتغطية إعلامية من طرف وسائل الإعلام و ذلك بنسبة 80 % من طرف قدماء الكشافة و 75 % لجمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو , في حين نسبة قليلة منهم أجابوا عكس ذلك .

التحليل الكيفي:

أوضحت لنا نتائج الجدول أن الملتقيات و اللقاءات الفكرية التي تقوم بها الجمعية لإبراز المهام التي تقوم بها لم تأخذ نصبتها من التغطية الإعلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة .

الجدول (44) يبين هدف الاتصال في جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو حسب متغير المستوى التعليمي .

هدف الاتصال في جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية حسب متغير المستوى التعليمي										
المجموع		تنظيم نشاط الجمعية		زيادة التبرعات و المساعدات		جذب المتطوعين		زيادة عدد الأعضاء		المستوى التعليمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي
%10	3	%0	0	%6,67	2	%0	0	%3,33	1	متوسط
%23,33	7	%0	0	%3,33	1	%10	3	%10	3	ثانوي
%66,67	20	%20	6	%23,33	7	16,67%	5	%6,67	2	جامعي
%100	30	%20	6	%33,33	10	%26,67	8	%20	6	المجموع
هدف الاتصال في جمعية الهلال الأحمر الجزائري حسب متغير المستوى التعليمي										
المجموع		تنظيم نشاط الجمعية		زيادة التبرعات و المساعدات		جذب المتطوعين		زيادة عدد الأعضاء		المستوى التعليمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%10	2	%0	0	%5	1	%0	0	%5	1	ابتدائي
%10	2	%5	1	%0	0	%5	1	%0	0	متوسط
%30	6	%5	1	%10	2	%10	2	%5	1	ثانوي
%50	10	%0	0	%25	5	%10	2	%15	3	جامعي
%100	20	%10	2	%40	8	%25	5	%25	5	المجموع

التحليل الكمي:

يبين الجدول أعلاه أن الهدف الاسمي الذي تسعى جمعية قداماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو تحقيقه من الاتصال حسب متغير المستوى المتوسط هو زيادة عدد الأعضاء بنسبة 3,33% و يليه زيادة التبرعات و المساعدات بنسبة 6,67% , في حين لم تسجل كلاً من جذب المتطوعين و تنظيم نشاط الجمعية أية نسبة , و فيما يخص المستوى الثانوي فقد تماثلت النتيجة في زيادة الأعضاء و جذب المتطوعين بنسبة 10% لكل منهما , أما بالنسبة للمستوى الجامعي فقد تمثل هدف

الاتصال في زيادة التبرعات و المساعدات بنسبة 23,33% , يليها تنظيم نشاط الجمعية ب 20% و جذب المتطوعين بنسبة 16,67% و أخيرا زيادة عدد الأعضاء بنسبة قدرت ب 6,67%, أما فيما يخص جمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو الهدف الذي يسعى الاتصال تحقيقه حسب المستوى الابتدائي هو زيادة عدد الأعضاء و زيادة التبرعات و المساعدات بنسبة متساوية والتي قدرت ب 5% لكل واحد , وبالانتقال إلى المستوي المتوسط هدف الاتصال تمثل في جذب المتطوعين و تنظيم نشاط الجمعية بنسب متساوية 5% , في حين سجل ذوي المستوي الثانوي نسبة 10% في جذب المتطوعين و 5% لكل من زيادة عدد الأعضاء تنظيم نشاط الجمعية , و سجلت اكبر نسبة في المستوي الجامعي بنسبة 25% لاقتراح زيادة التبرعات و المساعدات و يليه زيادة الأعضاء بنسبة 15% و أخيرا جذب المتطوعين بنسبة 10%.

التحليل الكيفي:

اثبت هذا الجدول أن كل المستويات التعليمية أكدت أن الهدف الذي تسعى جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية تحقيقه من الاتصال هو زيادة التبرعات و المساعدات و جذب المتطوعين و زيادة عدد الأعضاء و ذلك بنسب مختلفة إذ يعتبر الهدفين الأولين من أهم الأهداف التي تسعى الجمعيات محل الدراسة تحقيقها للوصول إلى مبتغاها و إذ تحقق هذين الهدفين فالأهداف الأخرى تأتي بسهولة .

الجدول (45) يبين هدف الاتصال في جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو حسب متغير سنوات الخبرة

هدف الاتصال في جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية حسب متغير سنوات الخبرة										
المجموع		تنظيم نشاط الجمعية		زيادة التبرعات و المساعدات		جذب المتطوعين		زيادة عدد الأعضاء		سنوات الخبرة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%13,33	4	%0	0	%13,33	4	%0	0	%0	0	اقل من سنة
%33,33	10	%0	0	%16,67	5	%10	3	%6,67	2	سنة إلى 5 سنوات
%26,67	8	%6,67	2	%3,33	1	%16,67	5	%0	0	6 إلى 10 سنوات
%26,67	8	%13,33	4	%0	0	%0	0	%13,33	4	أكثر من 10 سنوات
%100	30	%20	6	%33,33	10	%26,67	8	%20	6	المجموع
هدف الاتصال في جمعية الهلال الأحمر الجزائري حسب متغير سنوات الخبرة										
المجموع		تنظيم نشاط الجمعية		زيادة التبرعات و المساعدات		جذب المتطوعين		زيادة عدد الأعضاء		سنوات الخبرة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%45	9	%10	2	20%	4	%5	1	%10	2	اقل من سنة
%25	5	%0	0	%10	2	%10	2	%5	1	5 سنة إلى سنوات
%15	3	%0	0	%5	1	%5	1	%5	1	6 إلى 10 سنوات
%15	3	%0	0	%5	1	%5	1	%5	1	أكثر من 10 سنوات
%100	20	%10	2	%40	8	%25	5	%25	5	المجموع

التحليل الكمي:

تظهر لنا نتائج الجدول المبين أعلاه أن الهدف الذي تسعى إليه جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو حسب متغير سنوات الخبرة قد أظهرت الإحصائيات أن الأعضاء الأقل من سنة أكدوا أن هدف الاتصال هو زيادة التبرعات و المساعدات بنسبة 13,33% , في حين لم نسجل أي نسبة فيما يخص الاقتراحات الأخرى , أما الأعضاء ذوي الخبرة من سنة إلى 5 سنوات فقد سجلوا أكبر نسبة لزيادة التبرعات و المساعدات بنسبة 16,67% , ثم يليه جذب المتطوعين ب 10% و أخيرا زيادة الأعضاء بنسبة 6,67% , أما بالنسبة للفئة من 6 إلى 10 سنوات من الخبرة أكدت أن هدف الاتصال حسبها هو جذب المتطوعين ب 16,67% ثم يليه تنظيم نشاط الجمعية ب 6,67% و أخيرا زيادة التبرعات بنسبة 3,33% , في حين يري أصحاب سنوات الخبرة أكثر من 10 سنوات أن هدف الاتصال هو زيادة الأعضاء و تنظيم نشاط الجمعية بنسب متساوية 13,33% , أما بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو فإن هدف الاتصال حسب الفئة أقل من سنة في الخبرة بالعمل الجمعي هو جذب المتطوعين و زيادة التبرعات و المساعدات بنسب متساوية 5% لكل منهما , بينما سجلت نتائج سنوات الخبرة من سنة إلى 5 سنوات في جذب المتطوعين و زيادة التبرعات و المساعدات بنسبة 10% لكل اقتراح و يليه زيادة عدد الأعضاء ب 5% , و تمثلت نتائج الفئة من 6 إلى 10 سنوات في زيادة التبرعات و المساعدات ب 15% , يليها زيادة عدد الأعضاء بنسبة 10% , بعد ذلك جذب المتطوعين و تنظيم نشاط الجمعية بنسب متساوية 5% , أما الأعضاء ذوي أكثر من 10 سنوات تمثل هدفها في زيادة عدد الأعضاء و زيادة التبرعات و المساعدات بنسبة متساوية قدرت ب 10% , و أخيرا جذب المتطوعين و تنظيم نشاط الجمعية بنسبة 5% لكل منهما .

التحليل الكيفي:

ما يمكن أن نستخلصه من خلال نتائج الجدول أن الأهداف التي يسعى الاتصال لتحقيقها حسب إجابات جميع الفئات هو زيادة التبرعات و المساعدات و جذب المتطوعين و زيادة عدد الأعضاء.

الجدول (46) يبين تأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء داخل الجمعية لجمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو حسب متغير الجنس

تأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء داخل جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية						
المجموع		لا		نعم		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	
%50	15	%10	3	%40	12	ذكر
%50	15	%23,33	7	%26,67	8	أنثى
%100	30	%33,33	10	%66,67	20	المجموع
تأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء داخل جمعية الهلال الأحمر الجزائري						
المجموع		لا		نعم		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	
%75	15	%15	3	%60	12	ذكر
%25	5	%10	2	%15	3	أنثى
%100	20	%25	5	%75	15	المجموع

التحليل الكمي:

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن فئة الذكور من جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية و بنسبة بلغت 40% أكدوا على تأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء في الجمعية و 10% منهم نفوا ذلك , و فيما يخص فئة الإناث ما نسبته 26,67% أكدوا على تأثير التبادلات الاتصالية على الأعضاء 23,33% المتبقية يرون عكس ذلك , أما بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري 60% من فئة الذكور يرون بتأثير التبادلات الاتصالية على أدائهم في حين 15 منهم أجابوا عكس ذلك , ثم تليه فئة الإناث بنسبة 15% و 10% المتبقية يرون أن الاتصال لا يؤثر على أداء الأعضاء في الجمعية .

التحليل الكيفي:

كشفت لنا بيانات الجدول أن فئة الذكور أكثر دراية و قناعة بأن التبادلات الاتصالية تأثير على أداء الأعضاء داخل الجمعيات محل الدراسة , فهو أداة مهمة وأساسية لنقل المعلومات و القرارات بين

الأعضاء لتحقيق الأهداف المرجوة منه فلاتصال يعمل على التنسيق الجيد بين الأعضاء من خلال تسهيله لسير المهام و الفاعلية في الأداء الذي يعود بدور ايجابي على الجمعية .

الجدول (47) تأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء داخل جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجة الولائية حسب متغير السن .

تأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء داخل جمعية قداماء الكشافة الإسلامية						
المجموع		لا		نعم		السن
%	ت	%	ت	%	ت	
%30	9	3,33%	1	%26,67	8	أقل من 22 سنة
%56,67	17	23,33%	7	%33,33	10	من 23 الى 30 سنة
%12,33	4	%6,67	2	%6,67	2	أكثر من 30 سنة
%100	30	%33,33	10	%66,67	20	المجموع
تأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء داخل جمعية الهلال الأحمر الجزائري						
المجموع		لا		نعم		السن
%	ت	%	ت	%	ت	
%30	6	%5	1	25%	5	أقل من 22 سنة
%50	10	%15	3	%35	7	من 23 الى 30 سنة
%20	4	%5	1	%15	3	أكثر من 30 سنة
%100	20	%25	5	75%	15	المجموع

التحليل الكمي:

يبين الجدول أعلاه أن الفئة العمرية من 23 الى 30 سنة من جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و أكدوا بان للتبادلات الاتصالية تأثير على أداء الأعضاء في الجمعية و ذلك بسبة بلغت 33,33% في حين ما نسبته 23,33% نفوا ذلك , ثم تليه الفئة العمرية اقل من 22 سنة بنسبة 26,67% أجابوا بنعم في حين النسبة المتبقية منهم اقرروا عكس ذلك بنسبة 3,33% , و احتلت الفئة العمرية الأكثر من 30 سنة المرتبة الأخير و ذلك بنسبة قدرت ب 6,67 % أما البقية التي نفت بتأثير التبادلات الاتصالية على أداء

الأعضاء داخل الجمعية قدرت ب 6,67 % , أما بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو تصدرت الفئة العمرية من 23 الى 30 سنة المرتبة الأولى و ذلك بنسبة 35 % بينما نفي 15 % منهم بوجود تأثير للتبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء في الجمعية , ثم تليه الفئة العمرية اقل من 22 سنة بنسبة 25 % و يقابلها 5 % للذين اختاروا الجواب لا , وفي المرتبة الأخيرة نجد أن الأعضاء الأكثر من 30 سنة أكدوا بأن للتبادلات الاتصالية تأثير على أداء الأعضاء .

التحليل الكيفي:

نستنتج من بيانات الجدول أن جميع الفئات العمرية تؤكد بإعطاء الأهمية اللازمة للاتصال في التأثير الايجابي و الفعال على أداء الأعضاء للعمل على أحسن وجه و يساهم في التنسيق و التنظيم داخل الجمعية.

الجدول (48) يبين تأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء داخل جمعية قداماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو حسب متغير المستوى التعليمي .

تأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء داخل جمعية قداماء الكشافة الإسلامية						
المجموع		لا		نعم		المستوى التعليمي
%	ت	%	ت	%	ت	
%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي
%10	3	%0	1	%6,67	2	متوسط
%23,33	7	%6,67	2	%16,67	5	ثانوي
%66,67	20	%23,33	7	%43,33	13	جامعي
%100	30	%29,93	10	%66,67	20	المجموع
تأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء داخل جمعية الهلال الأحمر الجزائري						
المجموع		لا		نعم		المستوى التعليمي
%	ت	%	ت	%	ت	
%10	2	%10	2	%0	0	ابتدائي
%10	2	%5	1	%5	1	متوسط
%30	6	%10	2	%20	4	ثانوي
%50	10	%0	0	%50	10	جامعي
%100	20	%25	5	%75	15	المجموع

التحليل الكمي:

يوضح لنا الجدول أعلاه تأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء داخل جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو أصحاب الأعضاء ذوي المستوى الجامعي حيث بلغت نسبة هذه الفئة الأولى بـ **43,33 %** , في حين أقرت البقية عكس ذلك بـ **23,33 %** , ثم يليه المستوى الثانوي التي تصدرت المرتبة الثانية بنسبة **16,67 %** , في حين نفت البقية ذلك بنسبة **6,67 %** , أما بالنسبة لأصحاب المستوى التعليمي المتوسط تحصل على المرتبة الأخيرة بنسبة **6,67 %** و أقرت البقية عكس ذلك بنسبة **3,33 %** , و فيما يخص جمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية

لتيزي وزو 50 % من أصحاب المستوي الجامعي أكدوا بتأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء في الجمعية , ثم يليه المستوي الثانوي بنسبة 20 % في حين نفت البقية ذلك بنسبة 10% , وفيما يخص المستوي المتوسط نجد أن الفئة التي أقرت بوجود تأثير للتبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء متساوية مع التي نفت ذلك ب 5% لكل منهما .

التحليل الكيفي:

يمكن القول من خلال نتائج الجدول ان هناك تأثير للتبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء في الجمعيات محل الدراسة فوضوح الرسالة الاتصالية من عدمها يؤثر على الأداء فكلما كانت الرسالة واضحة كلما كان الأداء متقن من طرف الأعضاء .

الجدول(49) يبين إعداد الإستراتيجية الاتصالية يتطلب فريق عمل خاص حسب متغير المستوى التعليمي.

إعداد الإستراتيجية الاتصالية يتطلب فريق عمل خاص في جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائري						
المجموع		لا		نعم		المستوى التعليمي
%	ت	%	ت	%	ت	
%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي
%10	3	%0	0	%10	3	متوسط
%20	6	%3,33	1	%16,67	5	ثانوي
%70	21	%23,33	7	%46,67	14	جامعي
%100	30	%26,66	8	%73,33	22	المجموع
إعداد الإستراتيجية الاتصالية يتطلب فريق عمل خاص في جمعية الهلال الأحمر الجزائري						
المجموع		لا		نعم		المستوى التعليمي
%	ت	%	ت	%	ت	
%10	2	%5	1	%5	1	ابتدائي
%10	2	%0	0	%10	2	متوسط
%30	6	%10	2	%20	4	ثانوي
% 50	10	%10	2	%40	8	جامعي
%100	20	%25	5	%75	15	المجموع

التحليل الكمي:

يبين لنا الجدول أعلاه ما إذا كان إعداد الإستراتيجية الاتصالية يتطلب فريق عمل خاص حسب متغير المستوى التعليمي حيث نجد أن النسبة الغالبة لأصحاب المستوى الجامعي بنسبة قدرت ب 46,67 % , في حين نقت البقية ذلك بنسبة قدرت ب 23,33 % , و سجل أصحاب المستوى الثانوي نسبة 16,67% أما ما نسبته 3,33 % أكدوا لعدم لزوم وجود فريق عمل خاص لإعداد الإستراتيجية الاتصالية , أما بالنسبة للمستوي المتوسط فقد أكدت على أن إعداد الإستراتيجية الاتصالية يتطلب فريق عمل خاص بنسبة 10 % , أما بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو نجد أن أصحاب المستوى احتل النسبة العالية ب

40 % بينما 10 % منهم نفوا ذلك , ثم يليه أصحاب المستوي الثانوي بنسبة 20 % , في حين 10% المتبقية أجابوا عكس ذلك , أما بالنسبة لأصحاب المستوي المتوسط ما نسبته 10 % أكدوا بلزوم وجود فريق عمل خاص لإعداد الإستراتيجية الاتصالية أما بنسبة للمستوي الابتدائي نسبة الذين أجابوا بوجود إستراتيجية اتصالية يتطلب فريق عمل خاص متساوية مع النسبة التي نفت ذلك ب 5 % لكل منهما .

التحليل الكيفي:

كشفت لنا بيانات الجدول أن الأعضاء في كل من جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو على دراية بلزوم أهمية وجود فريق عمل خاص لإعداد و تصميم الإستراتيجية الاتصالية .

الجدول (50) يبين إسهام الإستراتيجية الاتصالية المتبعة من طرف الجمعية قدام الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو في تحقيق الأهداف حسب متغير المستوي التعليمي .

إسهام الإستراتيجية الاتصالية المتبعة من طرف جمعية قدام الكشافة الإسلامية في تحقيق الأهداف						
المجموع		لا		نعم		المستوي التعليمي
%	ت	%	ت	%	ت	
%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي
%10	3	%6,67	2	%3,33	1	متوسط
%23,33	7	%0	0	%23,33	7	ثانوي
%66,67	20	%0	0	%66,67	20	جامعي
%100	30	%6,67	2	93,33%	28	المجموع
إسهام الإستراتيجية الاتصالية المتبعة من طرف جمعية الهلال الأحمر الجزائري في تحقيق الأهداف						
المجموع		لا		نعم		المستوي التعليمي
%	ت	%	ت	%	ت	
%10	2	%5	1	%5	1	ابتدائي
%10	2	%0	0	%10	2	متوسط
%30	6	%5	1	%25	5	ثانوي
%50	10	%0	0	%50	10	جامعي
%100	20	%10	2	%90	18	المجموع

التحليل الكمي:

يوضح لنا الجدول إسهام الإستراتيجية الاتصالية المتبعة من طرف جمعية قدام الكشافة الإسلامية الجزائرية في تحقيق أهدافها أولا حسب المستوي الجامعي و بنسبة بلغت 66,67% , ثم يليها المستوي الثانوي بنسبة 23,33% , أما بالنسبة للمستوي المتوسط احتل المرتبة الأخيرة بنسبة قدرت ب 3,33% في حين أجابت ما نسبته 6,67% منهم بعدم إسهامها في تحقيقي أهداف الجمعية , أما فيما يخص جمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو نجد أن أصحاب المستوي الجامعي

وبنسبة بلغت 50 % يرن بإسهام الإستراتيجية الاتصالية المتبعة م طرف الجمعية في تحقيق الأهداف ثم يليه أصحاب المستوي الثانوي بنسبة 25 % , في حين نفت البقية ذلك ب 5 % , أما بالنسبة لمستوي المتوسط فقد أكد 10 % منهم بإسهام الإستراتيجية في تحقيق الأهداف , و أخيرا نجد فئة المستوي الابتدائي الذي تصدر المرتبة الأخيرة ب 5 % لكل اقتراح .

التحليل الكيفي:

الدلالة المستخلصة من هذه النتائج أن جميع المستويات أقرت وبنسبة كبيرة بإسهام الإستراتيجية الاتصالية المتبعة من طرف الجمعيات محل الدراسة في تحقيق أهدافها و المتمثلة في ضمان وصول المعرفة لكافة المستويات الإدارية وتوجيه المتطوعين و كذا تنسيق جهودهم بما يحقق أهداف الجمعية ما يساهم ذلك في بناء سمعة طيبة للجمعيات ما يجذب المتطوعين و الأعضاء .

الجدول (51) يبين الوسائل و التقنيات الأكثر استخداما من طرف جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزوحسب المستوي التعليمي

هدف الاتصال في جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية حسب متغير سنوات الخبرة										
المجموع	الوسائل الالكترونية		الوسائل السمعية و البصرية		الوسائل المباشرة		الوسائل المكتوبة		المستوي التعليمي	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي
%10	3	%0	0	0%	0	%0	0	%10	3	متوسط
%23,33	7	%10	3	%3,33	1	%0	0	%10	3	ثانوي
%66,67	20	%26,67	8	%0	0	%16,67	5	%23,33	7	جامعي
%100	30	%36,67	11	%3,33	1	%16,67	5	%43,33	13	المجموع
هدف الاتصال في جمعية الهلال الأحمر الجزائري حسب متغير سنوات الخبرة										
المجموع	الوسائل الالكترونية		الوسائل السمعية و البصرية		الوسائل المباشرة		الوسائل المكتوبة		المستوي التعليمي	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
%10	2	%0	0	%0	0	%5	1	%5	1	ابتدائي
%10	2	0%	0	%0	0	%0	0	%10	2	متوسط
%30	6	%20	4	%0	0	%5	1	%5	1	ثانوي
%50	10	%30	6	%0	0	%5	1	%15	3	جامعي
%100	20	%50	10	%0	0	%15	3	%35	7	المجموع

التحليل الكمي:

يتضح لنا من خلال الجدول أن اكبر نسبة من الأعضاء يؤكدون أن الوسيلة الأكثر استخداما من طرف جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية للجنة الولائية لتيزي وزو هي الوسائل الالكترونية و ذلك بنسبة %26,67 ثم تليها الوسائل المكتوبة بنسبة %23,33 و أخيرا الوسائل المباشرة بنسبة بلغت

ب 16,67 % و التي سجلها أصحاب المستوي الجامعي , و نجد أن المستوي الثانوي يعتمدون أكثر على الوسائل الالكترونية و الكتابية بنسبة متساوية و لتي قدرت ب 10 % لكل واحدة سجلت الوسائل السمعية البصرية المرتبة الأخيرة بنسبة 3,33% , أما بالنسبة لأصحاب المستوي المتوسط سجلوا اكبر نسبة في الوسائل الكتابية ب 10 % في حين لم نسجل أي نسبة في الاقتراحات الأخرى , أما بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو نجد أن أهم وسائل الاتصال التي تعتمد عليها الجمعية حسب متغير المستوي الجامعي هي الوسائل الالكترونية بنسبة 30 % , تليها الوسائل المكتوبة بنسبة 15% , ثالثا الوسائل المباشرة بنسبة 5% , أما فيما يخص المستوي الثانوي فقد تمثلت أهم الوسائل الاتصال التي تعتمد عليها في الوسائل الالكترونية بنسبة 20 % ثم تليه الوسائل المكتوبة و المباشرة بنسبة 5 % لكل منهما , أما بالنسبة للمستوي المتوسط نجد أنهم يعتمدون على الوسائل المكتوبة بنسبة بلغت 10 % , و في الأخير نجد أن أصحاب المستوي الابتدائي يعتمدون على الوسائل المكتوبة و المباشرة بنسب متساوية .

التحليل الكيفي:

يتضح لنا من خلال هذه النسب أن الوسائل الأكثر استخداما من طرف الأعضاء في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو هي الوسائل الالكترونية و الكتابية و لتي يعتمد عليها أكثر من طرف أصحاب المستوي الجامعي كون أنها تجعل الاتصال أسرع و أكثر فعالية و أداء و اقل تكلفة .

الجدول (52) يبين الوسائل و التقنيات الأكثر استخداما من طرف جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية
الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو حسب طبيعة
العضوية

الوسائل و التقنيات الأكثر استخداما من طرف جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية										
المجموع		الوسائل الالكترونية		الوسائل السمعية و البصرية		الوسائل المباشرة		الوسائل المكتوبة		طبيعة العضوية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%46,67	14	%16,67	5	%0	0	%6,67	2	%23,33	7	عضو دائم
%53,33	16	%20	6	%3,33	1	%10	3	%20	6	متطوع
%100	30	%36,67	11	%3,33	1	%16,67	5	%43,33	13	المجموع
الوسائل و التقنيات الأكثر استخداما من طرف جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية										
المجموع		الوسائل الالكترونية		الوسائل السمعية و البصرية		الوسائل المباشرة		الوسائل المكتوبة		طبيعة العضوية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%55	11	%35	7	%0	0	%5	1	%15	3	عضو دائم
%45	9	%15	3	%0	0	%10	2	%20	4	متطوع
%100	20	%50	10	%0	0	%15	3	%35	7	المجموع

التحليل الكمي:

تظهر لنا نتائج الدراسة أن الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو حسب متغير طبيعة العضوية هي الوسائل المكتوبة و التي سجلت من طرف الأعضاء الدائمين بالجمعية و ذلك بنسبة 23,33 % , ثم تليه الوسائل الالكترونية بنسبة 16,67 % , أخيرا الوسائل المباشرة بنسبة 6,67 % , أما بالنسبة للمتطوعين نجد أنهم يعتمدون على وسائل الاتصال الالكترونية و المكتوبة بنسبة متساوية قدرت ب 20 % , ثم تليها الوسائل المباشرة بنسبة 10 % و أخيرا السمعية البصرية بنسبة 3,33 % , أما بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري للجنة

الولائية لتيزي وزو نجد أن الأعضاء الدائمين يعتمدون أكثر على الوسائل الالكترونية بنسبة 35 % , ثم تليها الوسائل الكتابية بنسبة 15% و أخيرا الوسائل المباشرة بنسبة 5 % , أما بالنسبة للمتطوعين نجد أنهم يستعملون الوسائل الكتابية بنسبة 20 % و يلها الوسائل الالكترونية بنسبة 15 % و تحصلت الوسائل المباشرة المرتبة الأخيرة بنسبة 10 % , في حين لم نسجل أي نسبة فيما يخص الوسائل السمعية البصرية

التحليل الكيفي:

كشفت لنا نتائج الجدول أن الوسائل الالكترونية و المكتوبة هي الأكثر استخداما من طرف الأعضاء الدائمين و المتطوعين كونها أكثر فعالية و حيوية و دقة في نقل المعلومات و الأفكار بين الأعضاء في الجمعية و تسهيل تأدية المهام.

الجدول (53) يبين كفاية وسائل الاتصال المستعملة داخل جمعية في نقل المعلومات و تبادلها قدام الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو حسب متغير المستوي التعليمي .

كفاية وسائل الاتصال المستعملة داخل جمعية قدام الكشافة الإسلامية الجزائرية في نقل المعلومات و تبادلها								
المجموع		أحيانا		لا		نعم		المستوي التعليمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي
%10	3	%6,67	2	%0	0	%3,33	1	متوسط
%23,33	7	%10	3	%3,33	1	%10	3	ثانوي
%66,67	20	%20	6	%16,67	5	%30	9	جامعي
%100	30	%36,67	11	%20	6	%43,33	13	المجموع
كفاية وسائل الاتصال المستعملة داخل جمعية الهلال الأحمر الجزائري في نقل المعلومات و تبادلها								
المجموع		أحيانا		لا		نعم		المستوي التعليمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%10	2	%0	0	%0	0	%10	2	ابتدائي
%10	2	%5	1	%0	0	%5	1	متوسط
%30	6	%20	4	%5	1	%5	1	ثانوي
%50	10	%10	2	%15	3	%25	5	جامعي
%100	20	%35	7	%20	4	%45	9	المجموع

التحليل الكمي:

يتضح لنا من خلال الجدول أن وسائل الاتصال المستعملة في جمعية قدام الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو كفاية لنقل المعلومات و تبادلها وهذا ما أكده أصحاب المستوى الجامعي بنسبة قدرت ب 35 % يليها الذين أجابوا ب أحيانا بنسبة 20 % , في حين 16,67 % المتبقية نفت بكفاية هذه الوسائل لنقل المعلومات بالجمعية , ثم يليه أصحاب المستوى الثانوي الذين أكدوا بأنها كفاية ب 10 % في حين نفي 3,33 % ذلك , أما بالنسبة للفئة المستوي المتوسط نسبة 10 % منهم يرون أنها كفاية , أما

بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو الذين يرون بكفاية هذه الوسائل في نقل المعلومات تلخصوا في أصحاب المستوي الجامعي بنسبة 25 % يليها الذين أجابوا ب لا بنسبة 15 % , يليه أصحاب المستوي الثانوي وبنسبة قدرت ب 20 % أكدوا بأنها كافية , و أخيرا أصحاب المستوى المتوسط والابتدائي بنسبة 10 % .

التحليل الكيفي:

نستخلص من معطيات الجدول بان أغلبية الأعضاء باختلاف مستوياتهم التعليمية يرون أن الوسائل الاتصالية المعتمدة من طرف الجمعيات محل الدراسة كافية لنقل المعلومات و تبادلها و كما تعمل على إيصال محتوى القرارات والمعلومات و الأوامر بدون تحريف لو تشويه للمعلومات .

الجدول (54) يبين كفاية وسائل الاتصال المستعملة داخل جمعية في نقل المعلومات و تبادلها قدام الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو حسب متغير طبيعة العضوية .

كفاية وسائل الاتصال المستعملة داخل جمعية قدام الكشافة الإسلامية الجزائرية في نقل المعلومات و تبادلها								
المجموع		أحيانا		لا		نعم		طبيعة العضوية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
46,67%	14	20%	6	6,67%	2	20%	6	عضو دائم
53,33%	16	16,67%	5	13,33%	4	23,33%	7	متطوع
100%	30	36,67%	11	20%	6	43,33%	13	المجموع
كفاية وسائل الاتصال المستعملة داخل جمعية الهلال الأحمر الجزائري في نقل المعلومات و تبادلها								
المجموع		أحيانا		لا		نعم		طبيعة العضوية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
55%	11	25%	5	10%	2	20%	4	عضو دائم
45%	9	10%	2	10%	2	25%	5	متطوع
100%	20	35%	7	20%	4	35%	9	المجموع

التحليل الكمي:

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أن الأعضاء الدائمين من جمعية قدام الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو يرون أن الوسائل المعتمدة من طرف الجمعية كافية لنقل المعلومات و ذلك بنسبة 20 % لكل اقتراح , أما النسبة التي أقرت عكس ذلك قدرت ب 6,67 % , و فيما يخص المتطوعين نجد أن ما بسبته 23,33 % أجابوا بنعم و 16,67 % أجابوا بأحيانا , في حين نجد جمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو أن المتطوعين من الجمعية يرون بان الوسائل كافية لنقل المعلومات و ذلك بنسبة 20 % للجواب نعم و 25% لحيانا , فيما تمثل نسبة 25 % الذين يرون بكفاية هذه الوسائل في نقل المعلومات و تبادلها , أما النسبة التي أجابت بأحيانا لا نجد أنها متساوية ب 10 % لكل اقتراح .

التحليل الكيفي:

أظهرت لنا نتائج الجدول أن الأعضاء في الجمعيات على اختلاف طبيعتهم أكدوا أن الوسائل التي تستعملها الجمعيات محل الدراسة كافية لنقل وتبادل المعلومات بين الأعضاء ما يضمن وصول المعلومات إليهم وبالتالي أداء العمل على أكمل وجه.

الجدول (55) يبين تنسيق جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة لتيزي وزو مع جمعيات أخرى من اجل تقديم كافة الإعانات المالية و مستلزمات الإغاثة و الإعاشة للمنكوبين حسب متغير الجنس .

تنسيق جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية مع جمعيات أخرى من اجل تقديم كافة الإعانات المالية للمنكوبين						
الجنس	نعم		لا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
ذكر	12	40%	3	10%	15	50%
أنثى	14	46,67%	1	3,33%	15	50%
المجموع	26	86,67%	4	13,33%	30	100%
تنسيق جمعية الهلال الأحمر الجزائري مع جمعيات أخرى من اجل تقديم كافة الإعانات المالية للمنكوبين						
الجنس	نعم		لا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
ذكر	13	65%	2	10%	15	75%
أنثى	4	20%	1	5%	5	25%
المجموع	17	85%	3	15%	20	100%

التحليل الكمي:

يبين لنا الجدول أن فئة الذكور و الإناث من جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو أكدوا أن الجمعية قامت بالتنسيق مع جمعيات أخرى من اجل تقديم كافة الإعانات المالية للمنكوبين و ذلك بنسبة 46,67 % لفئة الإناث 40 % لفئة الذكور , في حين ما نسبته 13,33 % نفوا ذلك أما بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو نجد أن ما نسبته 65 % من الذكور و 20 % من فئة الإناث يرون أن الجمعية قامت بالتنسيق مع عدة جمعيات لجمع الإعانات للمتضررين في حين النسبة المتبقية نفت ذلك .

التحليل الكيفي:

كشفت لنا معطيات الجدول أن كل من فئة الذكور و الإناث أكدوا بان الجمعيات محل الدراسة قامت بالتنسيق مع جمعيات و جهات أخرى من اجل تقديم كافة الإعانات اللازمة للمتضررين من الحرائق.

الجدول (56) يبين تنسيق جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة لتيزي وزو مع جمعيات أخرى من اجل تقديم كافة الإعانات المالية و مستلزمات الإغاثة و الإعاشة للمنكوبين حسب متغير سنوات الخبرة

تنسيق جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية مع جمعيات أخرى من اجل تقديم كافة الإعانات المالية للمنكوبين						
المجموع		لا		نعم		سنوات الخبرة
%	ت	%	ت	%	ت	
%13,33	4	%0	0	%13,33	4	اقل من سنة
%33,33	10	%3,33	1	%30	9	من سنة إلى 5 سنوات
%26,67	8	%0	0	%26,67	8	6 إلى 10 سنوات
%26,67	8	%10	3	%16,67	5	أكثر من 10 سنوات
%100	30	%13,33	4	%86,67	26	المجموع
تنسيق جمعية الهلال الأحمر الجزائري مع جمعيات أخرى من اجل تقديم كافة الإعانات المالية للمنكوبين						
المجموع		لا		نعم		سنوات الخبرة
%	ت	%	ت	%	ت	
%10	2	%10	2	%0	0	اقل من سنة
25%	5	%0	0	25%	5	من سنة إلى 5 سنوات
%35	7	%5	1	%30	6	6 إلى 10 سنوات
%30	6	%0	0	%30	6	أكثر من 10 سنوات
%100	20	%15	3	%85	17	المجموع

التحليل الكمي :

يبين لنا الجدول تنسيق جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو مع جمعيات أخرى من اجل تحقيق هدفها المتمثل في جمع و تقديم كافة الإعانات المالية و مستلزمات الإغاثة للمنكوبين حسب متغير سنوات الخبرة فنجد أن النسبة الغالبة هي فئة من سنة إلى 5 سنوات وبنسبة قدرت ب 30% أكدوا بان هناك تنسيق مع جمعيات أخرى , أما بالنسبة لذوي سنوات الخبرة من 6 إلى 10 سنوات قدرت ب 26,67% , أما بالنسبة لذوي سنوات الخبرة أكثر من 10 سنوات قدرت نسبتهم % 16,67 , في حين بسبته 13,33% يرون عكس ذلك , أما بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو نجد أن الأعضاء الذين لديهم خبرة في العمل الجمعي من 6 إلى أكثر 10 و بنسبة بلغت 30 % لكل واحد اقروا أن الجمعية نسقت مع عدة جمعيات لتحقيق هدفها الذي تمثل في جمع الإعانات , في حين مثلت نسبة من سنة إلى 5 سنوات 25 % من الذين أكدوا بوجود تنسيق مع جمعيات و جهات أخرى .

التحليل الكيفي:

كشفت لنا بيانات الجدول أن الأعضاء الذين لديهم أقدمية في العمل الجمعي أكدوا أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو قامت بالتنسيق مع جمعيات أخرى من اجل تحقيق هدفها و الذي تمثل في تقديم يد العون للمتضررين من الحرائق .

الجدول (57) يبين الآليات التي تم اعتمادها من قبل أعضاء جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو للإعلان عن حملاتها التضامنية حسب متغير المستوى التعليمي .

الآليات التي تم اعتمادها من قبل أعضاء في جمعية قداماء الكشافة الإسلامية للإعلان عن حملاتها التضامنية										
المجموع		عبر اللقاءات		عبر المطويات		عبر القنوات التلفزيونية		صفحات التواصل الاجتماعي		المستوي التعليمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي
%10	3	%6,67	2	%3,33	1	%0	0	%0	0	متوسط
%23,33	7	%0	0	%3,33	1	0%	0	%20	6	ثانوي
%66,67	20	%3,33	1	%6,67	2	%16,67	5	%40	12	جامعي
%100	30	%10	3	%13,33	4	%16,67	5	%60	18	المجموع
الآليات التي تم اعتمادها من قبل أعضاء في الهلال الأحمر الجزائري للإعلان عن حملاتها التضامنية										
المجموع		عبر اللقاءات		عبر المطويات		عبر القنوات التلفزيونية		صفحات التواصل الاجتماعي		المستوي التعليمي
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%10	2	%0	0	%10	2	%0	0	%0	0	ابتدائي
%10	2	%5	1	% 5	1	%0	0	%0	0	متوسط
%30	6	%10	2	% 0	0	%5	1	15%	3	ثانوي
%50	10	%0	0	%5	1	%10	2	%35	7	جامعي
%100	20	%15	3	%20	4	%15	3	%50	10	المجموع

التحليل الكمي:

يوضح الجدول أعلاه الآليات التي تم اعتمادها من قبل الأعضاء في جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية للإعلان عن حملاتها التضامنية حسب متغير المستوى التعليمي نجد أن كل المستوى الجامعي و الثانوي و بالدرجة الأولى يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي للإعلان عن الحملات التضامنية التي تقوم بها الجمعية و ذلك بنسبة 60 %، ثم تليه آلية القنوات التلفزيونية بنسبة

16,67% و التي سجلت من طرف أصحاب المستوى الجامعي , ثم تليها وسيلة المطويات بنسبة 13,33% و التي سجلت من طرف كل المستويات وأخيرا اللقاءات بنسبة 15%, أما بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو نجد أن 50 من أعضاء الجمعيات يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي للإعلان عن الحملات التضامنية التي تقوم بها والتي سجلها كل من أصحاب المستوى الجامعي بنسبة 35% و أصحاب المستوى الثانوي بنسبة 15% , ثم تليها المطويات بنسبة 20% و التي سجلها أصحاب المستوي الابتدائي ب 10% و يليها كل من المستوي المتوسط و الجامعي بنسبة متساوية قدرت ب 5%, و أخيرا نجد القنوات التلفزيونية و اللقاءات بنسب متساوية و التي قدرت ب 15% .

التحليل الكيفي:

نستنتج أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي للإعلان عن حملاتها التضامنية كونها أداة اتصال فعالة تتمتع بالسرعة و الفعالية .

1- تحليل دليل المقابلة

من خلال المقابلات التي أجريت على مستوى جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية و الهلال الأحمر الجزائري محافظة ولاية تيزي وزو لاحظنا تجاوب المستجوبين مع الأسئلة الموجهة إليهم رغم انشغالهم.

تعتبر مناقشة أسئلة المقابلة خطوة مهمة في أي بحث علمي و ذلك بالارتكاز على تفسير النتائج العامة المتحصل عليها عن طريق المقابلة و بما أن دراستنا جاءت من خلال إشكالية الدراسة :

ما هي الاستراتيجية الاتصالية المتبعة من طرف جمعية قدماء الكشافة الإسلامية والهلال الأحمر الجزائري بعد الحرائق التي مست الولاية ؟

و تطرقنا في المقابلة على الأسئلة التالية :

المقابلة الأولى:

مقابلة مع المكلفة بالاتصال منال جعفرور من جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية مقابلة مباشرة يوم 14 جوان 2022 على الساعة 10:00 بمقر الجمعية

السؤال الأول: هل الاتصال مهم في عملكم داخل الجمعية ؟

الاتصال في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية لديه دور كبيرة خاصة وأن كل نشاطاتها قائمة على الاتصال فمن خلاله يتم نقل و إيصال المعلومات المتعلقة بالعمل إلى جميع المستويات في الجمعية، بغية تحقيق الكفاءة و الفعالية لأداء الأعضاء في الجمعية.

السؤال الثاني: ما طبيعة الاتصال القائمة داخل الجمعية؟

تعتمد الجمعية على مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك للتواصل بين الأعضاء لكن عندما يتعلق الأمر بإرسال المعلومات و القرارات و التقارير إلى الأعضاء لإعلامهم بكل التعليمات و الأوامر يتم بعثها عن طريق الموقع الالكتروني الايميل ثم يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك , بالإضافة إلى ذلك تعتمد على الهاتف للتواصل كونه وسيلة هامة و ذات استعمال منتشر في الجمعية .

السؤال الثالث: هل للجمعية حساب على مواقع التواصل الاجتماعي؟ وما هي مواقع الأكثر استخداما للتواصل بين المواطنين خاصة؟

نعم للجمعية حساب موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك على مستوى المحافظة و على المستوى الوطني و لكل فوج صفحة خاصة به نستعمله لنشر كافة الأنشطة التي نقوم بها و ذلك تحت اسم جمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو .

و بطبيعة الحال فالموقع الأكثر استعمالا هو الفيسبوك لأنه يتميز بسرعة الوصول إلى الجمهور و تسهيل التواصل بين أعضاء الجمعية .

السؤال الرابع: ما هي الأهداف التي تسعى الجمعية تحقيقها اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟

الهدف الأول الذي تسعى له الجمعية من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو التعريف بالجمعية لدى جمهورها الخارجي، فقدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية تهدف إلى تربية الأجيال فكلما زاد عدد المنخرطين و المتطوعين إلى الجمعية تحقق هدفها، و فيه يتم عرض كل الأنشطة و المساعدات و الفعاليات التي تقوم بها لمعرفة انطباع المواطنين عن الجمعية، و خلال فترة الحرائق اعتمدت عليه اعتمدت عليه الجمعيات لإطلاق حملاتها التضامنية لجمع اكبر قدر ممكن من التبرعات.

السؤال الخامس: ما هي الإستراتيجية الاتصالية التي تتبعها الجمعية لمواجهة آثار الحرائق ؟

بمجرد بداية الحرائق تم إنشاء خلية اتصال على المستوى الوطني و كذلك خلية اتصال على مستوى ولاية تيزي وزو و هدفها الأساسي التنسيق بين الأعضاء لجمع الإعانات كما لدينا مسؤول اتصال لكل فوج.

أما الطريقة المتبعة لجمع التبرعات عبارة عن منشورات في مواقع التواصل الاجتماعي وملصقات يتم نشرها في الأماكن العمومية كما قدمنا مقرات متن خلال التنسيق مع الخواص الذين وفروا لنا أماكن الإيواء المؤقتة ما سمح لنا بالاتصال المباشر مع المتضررين.

أما الإستراتيجية المتبعة لتقديم الإعانات فقد قمنا بحساب الأفراد المتواجدين في كل أسرة و أعمارهم لتقديم الإعانات لهم و المساعدات من ألبسة و أدوية و كل المستلزمات الأساسية التي يحتاجونها و توزيعها في صناديق لكي لا يتم إهدارها كما انه يتم توزيعها من طرف المتطوعات في الجمعية لكي نتمكن من التواصل مع النساء و معرفة إذا ما كان هناك نقص في الحاجيات.

السؤال السادس: هل تواجه الجمعية صعوبات في وضع و تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية الملائمة , و كيف تسعون لمواجهة الصعوبات ؟

الجمعية لا تواجه أي صعوبة في وضع وتنفيذ الإستراتيجية الاتصالية لان قبل البدء في أي عمل نقوم على مبدأ التشاور وإبداء الآراء والاقتراحات بين أعضاء في الجمعية لكي نخرج في الأخير بقرار مشترك قابل للتنفيذ.

السؤال السابع: من يسهر على تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية في الجمعية ؟

اللجنة الولائية للإعلام و الاتصال لقدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية لولاية تيزي وزو هي القائم الأول في إعداد الخطط و الإجراءات و البرامج الاتصالية و ذلك وفق اطر واضحة و مدروسة بدقة كما أن الإستراتيجية الاتصالية التي تطبقها دور كبير في تحسين صورتها و الوصول إلى مبتغاها.

السؤال الثامن : هل قامت الجمعية بتنظيم أيام وحملات تحسيسية عن طريق عقد ملتقيات و ندوات خاصة بالجمهور الخارجي للجمعية و ذلك لتوعيتهم بمخاطر الحرائق ؟

نعم قامت الجمعية بأيام و حملات تحسيسية في الشوارع لتحسسي المواطنين بمخاطر الحرائق والإجراءات الواجب اتخاذها من اجل الوقاية منها , و تقديم نصائح توعوية و إرشادات لكن في بعض الأحيان نلاحظ أن استجابة المواطنين متوسطة و عدم اهتمام البعض بالحملات التي نقوم بها.

السؤال التاسع: ما هي الوسائل التي تستخدمها الجمعية للتواصل مع جمهورها الخارجي بقصد تعريفهم بنشاطاتها التحسيسية ؟

تقوم الجمعية بإعداد مطويات و تصميم منشورات و ملصقات تحسيسية لكون هاتين الوسيلتين من التقنيات العملية في إيصال المعلومة كما أنها لا تكلف الكثير إذ يتم تصميمها وطباعتها بسهولة و توزع عبر ربوع الوطن .

المقابلة الثانية : مع رئيس بوعزيز سمير جمعية الهلال الأحمر الجزائري محافظة ولاية تيزي وزو على الساعة 13 يوم 25 جوان بمقر الجمعية .

السؤال الأول: هل الاتصال مهم في عملكم بالجمعية ؟

نعم الاتصال مهم في تسيير العمل الجمعي كونه الركيزة الأساسية لتبادل المعلومات بين الأعضاء وحل عدة عوائق كانت عند انعدام الاتصال في الماضي.

السؤال الثاني: ما طبيعة الاتصال القائمة داخل الجمعية ؟

صرح رئيس الجمعية بان الاتصال المباشر هو الأكثر استخداما في الجمعية لأنه يفتح المجال لتبادل وجهات النظر بين الأعضاء حول الموضوعات المتعلقة بنشاط الجمعية

السؤال الثالث: هل للجمعية حساب على مواقع التواصل الاجتماعي ؟ و ما هي المواقع الأكثر استخداما للتواصل بين المواطنين خاصة ؟

نعم للجمعية حساب على مواقع التواصل الاجتماعي و الموقع الأكثر استخداما للتواصل بين المواطنين خاصة هو الفايسبوك تحت اسم **CROISSANT ROUGE ALGERIEN DE TIZI OUZOU OFFICIEL** فهو الموقع الذي نتعامل به بكثرة لسهولة استعماله و يعمل في تنشيط العمل بالجمعية .

السؤال الرابع: ما هي الأهداف التي تسعى الجمعية لتحقيقها اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

الهدف من استخدام الفايسبوك هو التعريف بالجمعية أكثر على المستوى الداخلي و الصعيد الخارجي وذلك بغية إكسابها شعبية أكثر لدى جمهورها و تقوم الجمعية بنشر جميع الأنشطة التي تقوم بها بالإضافة إلى تقديم بعض الإرشادات و النصائح و هذا طبعا عبر صفحتها على الفايسبوك .

السؤال الخامس: ما هي الإستراتيجية الاتصالية التي اتبعتها الجمعية لمواجهة أثار الحرائق ؟

بمجرد بداية الأزمة قامت الجمعية بإطلاق حملات تضامنية عبر موقع الفايسبوك بتصميم المنشورات التي ساهمت بشكل كبير في جمع التبرعات والمساعدات للعائلات المتضررة وقمنا أيضا بفتح مقر الجمعية كمركز للجمع التبرعات والإعانات وتوزيعها على العائلات. كما قمنا بفتح أماكن الإيواء المؤقتة بالتنسيق مع مختلف القطاعات.

السؤال السادس: هل تواجه الجمعية صعوبات في وضع وتنفيذ الإستراتيجية الاتصالية الملائمة , و كيف تسعون لمواجهة هذه الصعوبات ؟

الجمعية لا تواجه أي صعوبة فيما يتعلق بوضع و تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية الملائمة و يمكن إرجاع ذلك إلى طبيعة العمل الذي تقوم به .

السؤال السابع : من يسهر على تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية في الجمعية ؟

رئيس الجمعية هو الذي يقوم بوضع الخطط للإستراتيجية الاتصالية و فهي تقوم على مبدأ التنسيق والتشاور مع الأعضاء و اللجان كل واحد يبدي برأيه أي أن الجمعية تقوم على أساس التشاور في الأخير نخرج بالقرار الصائب.

السؤال الثامن : هل قامت الجمعية بتنظيم أيام و حملات تحسيسية عن طريق عقد ملتقيات و ندوات خاصة بالجمهور الخارجي و ذلك لتوعيتهم ؟

نعم قامت الجمعية بتنظيم أيام و حملات تحسيسية لجميع شرائح المجتمع لتوعيتهم بمخاطر الحرائق وذلك بتقديم إرشادات وقائية و هذه العملية لقيت استجابة كبير من قبل المواطنين لكن لم تحظى لتغطية إعلامية من طرف وسائل الإعلام .

السؤال التاسع: ما هي الوسائل التي تستخدمها الجمعية للتواصل مع جمهورها الخارجي قصد تعريف المواطنين بنشاطاتها التحسيسية ؟

قامت الجمعية بإعداد منشورات عبر الفايسبوك و قامت بتصميم ملصقات لكونها أداة مهمة للإعلام ونقل عمل الجمعية لمختلف الفئات العمرية و إعلامهم بأهمية الحملات التي تقوم بها و يمكن استغلال هاتين الوسيلتين لإيصال المعلومات عن أفكار و نشاطات الجمعية و كل هذا نراه فعلا و هادفا لتحقيق أهداف الجمعية و زيادة تنشيطها في المجال الخيري .

2- عرض نتائج الدراسة

النتائج الجزئية للدراسة :

المحور الأول: البيانات الشخصية

نستنتج من خلال معطيات البيانات الشخصية ما يلي :

1- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة الذكور في جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو متساوية مع نسبة الإناث و ذلك بنسبة 50 % لكل منهما، أما بالنسبة لجمعية الهلال الأحمر الجزائري نسبة الذكور اكبر من نسبة الإناث حيث بلغ عددهم 15 أي بنسبة 75 %، و مما لاحظنا أن المستوى التعليمي عالي للأفراد حيث بينت النتائج المتحصل عليها أن اغلبهم ذو مستوى جامعي و ثانوي .

2- معظم أعضاء جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو تتراوح أعمارهم بين 23 الى 30 سنة و ذلك بنسبة 55,67 % لجمعية الكشافة و 50 % لجمعية الهلال .

3- معظم الأعضاء في جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو عمال أحرار 36,67 % و يليه الطلاب بنسبة 30 % , أما في جمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو معظم أعضائها من فئة الطلاب بنسبة 45%.

4- أغلبية الأعضاء في جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو لديهم خبرة في العمل بالجمعية من سنة إلى 5 سنوات بنسبة 33,33 %، و فيما يخص الهلال الأحمر الجزائري سنوات الخبرة فيه من 6 إلى 10 سنوات بنسبة 35% .

5- نسبة الأعضاء المتطوعين في الجمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو اكبر من الأعضاء الدائمين بنسبة قدرت ب 53,33 % , أما بالنسبة للهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو نسبة الأعضاء الدائمين اكبر من المتطوعين و ذلك بنسبة 55% .

المحور الثاني: أهمية الاتصال في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية و الهلال الأحمر الجزائري محافظة ولاية تيزي وزو ؟

6- إن للاتصال أهمية و دور فعال في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو حيث أن نسبة 90% لكل جمعية أكدوا على وجود خلية اتصال تهتم بكل ما يخص أجهزة الاتصال و تعمل على تنظيم الاتصال تطوير صورة الجمعية.

7- في غياب قسم خاص بالاتصال في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو فان الرئيس هو المسؤول الأول عن الاتصال بنسبة 56,67 % لجمعية قدماء الكشافة و 70% لجمعية الهلال لكونه أكثر دراية بجميع القرارات التي يجب تنفيذها .

8-نسبة 76,67 % من جمعية قدماء الكشافة و 90% من جمعية الهلال الأحمر أكدوا على ضرورة توفير الجمعيات على متخصصين في مجال الاتصال لكونهم على دراية بمدى أهمية الاتصال في الرفع من كفاءة الأعضاء و أدائهم.

9-نمط الاتصال السائد في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو هو الاتصال النازل بنسبة 46,67% و الاتصال الأفقي ب 33,33%, و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو يعتمد على الاتصال النازل بنسبة 45% و الأفقي بنسبة 35% .

10-أسفرت نتائج الدراسة أن هدف الاتصال في الجمعيات محل الدراسة هو زيادة عدد التبرعات والمساعدات فهو الهدف الاسمي و الأهم للجمعيات، كما تعمل على جذب المتطوعين من خلال تحسين صورتها لدى جمهورها لضمان بقائها و استمرارها.

11-اتضح لنا أن الأعضاء في الجمعيات محل الدراسة على دراية بأهمية التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء فكلما كان الاتصال جيد بينهم يكون تغيير في الأداء نحو الأحسن.

12- الاتصال يساهم في تحقيق أهداف جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية بنسبة 83,33% لجمعية الكشافة و 90% لجمعية الهلال لكونه يعمل على رفع معنويات الأعضاء مما يساهم في تحقيق الأهداف .

المحور الثالث: الإستراتيجية الاتصالية عامل من العوامل المساعدة في تنفيذ الإستراتيجية العامة للجمعيات

13-أكد اغلب المبحوثين أن إعداد الإستراتيجية الاتصالية في كلتا الجمعيتين يتطلب فريق عمل خاص مكلف بتنفيذ و إعداد الخطط الاتصالية التي يتم تطبيقها .

14-نسبة 96,62% من أفراد عينة جمعية قداماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو و 95 % من جمعية الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو أكدوا على اشتراك خلية الاتصال في صياغة ووضع الإستراتيجية الاتصالية العامة للجمعيات.

15-تساهم الإستراتيجية الاتصالية في تدفق المعلومات الضرورية بنسبة قدرت ب 100% لكل جمعية و تتمحور طبيعة المعلومات التي تقدمها في معلومات عن قرارات الجمعية, و معلومات خاصة ببعض المشاكل التي تواجه الجمعية .

16- الإستراتيجية الاتصالية دور مهما في تعزيز روح الفريق و التعاون لدى الأعضاء في جمعية قداماء الكافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية و ذلك بنسبة متساوية قدرت ب100% لكل واحد .

17-أكد اغلب المبحوثين أن الإستراتيجية الاتصالية المتبعة من طرف جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو ساهمت في تحقيق أهدافها و ذلك بنسبة 93,33% و جمعية الهلال الأحمر الجزائري بنسبة 90%، و الهدف الأول الذي تسعى لتحقيقه هو بناء سمعة طيبة للجمعية تساهم في جذب المتطوعين و الأعضاء كما تعمل على إيصال المعرفة لكافة المستويات الإدارية لتوجيه الأعضاء و تنسيق جهودهم بما يحقق أهداف الجمعيات.

المحور الرابع: الوسائل الاتصالية و التقنيات الأكثر استخداما من طرف جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية و الهلال الأحمر الجزائري .

18-الوسائل الاتصالية الأكثر استخداما في جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو هي الوسائل الكتابية بنسبة 43,33% , و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو تعتمد على الوسائل الالكترونية بنسبة 50% , وتعتمد عليها الجمعيات لامتيازها بالسرعة في تدفق المعلومات و للاستخدام الواسع من طرف الأعضاء .

19-أهم الوسائل المكتوبة الأكثر استخداما من طرف الجمعيات لنقل المعلومات هي التقارير والرسائل الإدارية لأنها وسيلتين تمتاز بالفعالية.

20-أهم وسائل الاتصال المباشرة المستخدمة في نقل المعلومات بالجمعيات هي الاجتماعات واللقاءات.

21-أكثر الوسائل السمعية البصرية اعتمادا في الجمعيات هو الهاتف بنسبة 70% من جمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو و 75% من جمعية الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لان اغلب الأعضاء يستعملونه نظرا لسهولة استخدامه في توصيل المعلومة.

22-الوسائل الالكترونية الأكثر استخداما من طرف جمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو هي مواقع التواصل الاجتماعي و الايميل .

23-أكد المبحوثين بأن وسائل الاتصال التي تعتمد عليها جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو لتواصل مع أعضائها خلال عقد الاجتماعات هي وسائل الاتصال الحديثة بنسبة 53,33% وفيما يخص الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية لتيزي وزو تعتمد على الاتصال المباشر بنسبة 45%.

24-أكد المبحوثين في كلتا الجمعيتين بأن وسائل الاتصال المتعمدة كافية لنقل المعلومات وتبادلها ويرجع ذلك لسهولة نقل هذه الوسائل للمعلومات والتعليمات.

- المحور الخامس: تطبيق الإستراتيجية الاتصالية من طرف الجمعيات لمواجهة آثار الحرائق بالولاية**
- 25- أثبتت الدراسة أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية و الهلال الأحمر الجزائري قامت بالتنسيق مع جمعيات أخرى من أجل تحقيق هدفها المتمثل في تقديم الإعانات و مستلزمات الإغاثة للمكوبين بنسبة 86,67 % لجمعية قدماء الكشافة الإسلامية و 85 % لجمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو.
- 26- اعتمدت كلتا الجمعيتين على مواقع التواصل الاجتماعي للإعلان عن حملاتها التضامنية و أقرتا أنهما وضعتا تحت تصرف المتبرعين صفحاتها في الفضاء الأزرق الفايسبوك من أجل التواصل المباشر معها .
- 27-نسبة 56,67 % من جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و نسبة 55 % من جمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو أكدوا أن معظم المساعدات التي قدمتها الجمعيات هي مساعدات مالية, ثم تليها المساعدات المعنوية .
- 28- الأنشطة التي ركزت عليها جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو بعد أزمة الحرائق هي تنظيم رحلات و حملات التشجير في المناطق المتضررة بنسبة 26,67 % و تقديم الدعم و التكفل النفسي للمتضررين خصوصا فئة الأطفال, أما جمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو قام بتنظيم رحلات بنسبة 35 % و التكفل النفسي للعائلات و الأطفال المتضررين من الحرائق ب بنسبة قدرت ب 30%.
- 29- 80 % من جمعية قدماء الكشافة و 65 % من جمعية الهلال الأحمر أكدوا بتنظيم الجمعيات لأماكن الإيواء بالتنسيق مع مختلف الجهات.
- 30- أغلبية الأعضاء أكدوا أن الجمعيات محل الدراسة اعتمدت على وسيلتين للتواصل مع جمهورها الداخلي و الخارجي بعد انتهاء الحرائق والتي تمثلت في الهاتف و حسابها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 31- أغلبية الأعضاء أكدوا أن لزيارات الميدانية للمناطق المتضررة دور في تفعيل الاتصال وذلك بنسبة 80 % لجمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و 70 % لجمعية الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو .

32-معظم الأعضاء أكدوا أن جمعية قداماء الكشافة الإسلامية قامت بتنشيط أيام إعلامية و تحسيسية بعد الحرائق و ذلك بالتنسيق مع مختلف القطاعات بنسبة قدرت ب 70 %والهلال الأحمر الجزائري بنسبة 65%.

33-أظهرت نتائج الدراسة أن جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو والهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو قامت بالتواصل مع الخواص و الجمعيات لجمع المساعدات و التبرعات المقدمة للمتضررين .

34- 80 % من أعضاء جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و 75 %من الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو اثبتوا بان الجمعيات تقوم بتنظيم ملتقيات ولقاءات فكرية تبرز من خلالها مختلف المهام التي تقوم بها إلا أن هذه الملتقيات لا تحظى لتغطية من قبل وسائل الإعلام.

النتائج العامة للدراسة :

و بعد إجراء الدراسة الميدانية توصلنا في الأخير إلى مجموعة من النتائج:

- للاتصال أهمية ومكانة كبيرة في جمعية قداماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو والهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية كونه يمثل احد الوظائف الأساسية التي تعتمد عليها الجمعيات من اجل الحفاظ على استمرارها.

- الاتصال السائد في الجمعيات محل الدراسة هو الاتصال النازل و ذلك لأنه يساهم في عملية سريان المعلومات بين الرؤساء و المرؤوسين بأحسن وجه و بالتالي رسم صورة حسنة للجمعيات.

- تعتبر الإستراتيجية الاتصالية عامل من العوامل الهامة المساعدة في تنفيذ الإستراتيجية العامة للجمعيات محل الدراسة و الهدف الاسمي الذي تسعى إليه جمعية قداماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو من خلال تباينها الإستراتيجية الاتصالية هو تحسين صورتها وبناء سمعة طيبة للجمعيات لدى جمهورها بما يساعدها في جذب المتطوعين والأعضاء.

- و من خلال إجابات المبحوثين اتضح لنا انه توجد إستراتيجية اتصالية للجمعية كنشاط اتصالي، كما أكدوا على ضرورة وجود فريق عمل خاص بإعداد الإستراتيجية الاتصالية.

- الوسائل الاتصالية الأكثر استخداما من طرف جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو والهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية هي الوسائل الالكترونية والكتابية.

- أهم الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها الجمعيات لنقل المعلومات هي التقارير و الرسائل الإدارية إضافة إلى الهاتف و مواقع التواصل الاجتماعي و الاجتماعات.

- أثبتت الدراسة أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولائية تيزي وزو تعمل بالتنسيق مع جمعيات أخرى من اجل تحقيق هدفها المتمثل في جمع الإعانات و مستلزمات الإغاثة للمكوبين و تجدر الإشارة أن هذا التنسيق والتعاون كان مع جمعيات تنشط في مجالات أخرى كجمعية اقرأ , و جمعية ثالويث لذوي الاحتياجات الخاصة و جمعية كافل اليتيم و جمعيات خيرية ثقافية .

-اتضح لنا أن الجمعيات محل الدراسة تعتمد على موقع و صفحات التواصل الاجتماعي والهاتف للتواصل مع جمهورها بعد انتهاء الحرائق كون هذه التقنيات من الوسائل الأكثر انتشارا بين الأفراد.

- تبين لنا من خلال الدراسة أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية والهلال الأحمر الجزائري قامت بأيام إعلامية و تحسيسية بتوزيع مطويات توعوية و ملصقات تحسيسية لكيفية التعامل مع الحرائق وذلك بالتنسيق مع جهات أخرى.

- تقوم الجمعيات محل الدراسة بتقديم و تنظيم ملتقيات ولقاءات فكرية كون هذه الوسائل من التقنيات الاتصالية الهامة التي تستعملها من اجل إعلام جمهورها بالمهام التي تقوم بها لكنها لا تحظى لتغطية إعلامية.

3- الاقتراحات:

- ضرورة تكوين الأعضاء في مجال الاتصال وتدريبهم و فسخ المجال لهم لتقديم اقتراحات وتحمل المسؤوليات و إشراكهم في عملية صنع القرار لبلوغ الأهداف المستقبلية للجمعيات.
- الاعتماد على أسس علمية في عملية التنظيم لتحقيق اتصال فعال ومنظم في الجمعيات.
- عدم إهمال الاتصال إعطائه أهمية في الجمعيات والاهتمام بكافة أشكاله.
- ضرورة الاعتماد على الاتصال متعدد الاتجاهات نظرا لفعاليته.
- التدريب الفعال للأفراد على حسن استخدام وسائل الاتصال.

الخاتمة:

في ختام هذا البحث انطلقت هذه الدراسة حول الإستراتيجية الاتصالية للجمعيات بولاية تيزي وزو بعد حرائق الغابات التي مست الولاية و هذه الدراسة التي قمنا بها تضمنت جانبين نظري و آخر تطبيقي , و تناولنا فيه الإشكالية المتمثلة في ما هي الإستراتيجية الاتصالية المتبعة من طرف جمعية قداماء الكشافة الإسلامية و الهلال الأحمر الجزائري محافظة ولاية تيزي وزو بعد الحرائق التي مست الولاية ؟

و لمعالجة هذه الإشكالية تطرقنا إلى مختلف العناصر المكونة لها بداية من مفهوم الاتصال و كذا الإستراتيجية الاتصالية التي تعتبر عامل مهم لتنفيذ الإستراتيجية العامة للمؤسسات، و من ثم تم التعرض لدراسة الجمعيات كونها وحدة من تنظيمات المجتمع المدني، وارتأينا أيضا في هذه الدراسة الاتصال في الجمعيات باعتباره عنصر مهم لنجاحها و لتحسين علاقتها بجمهورها الداخلي و الخارجي لأنه من المستحيل تصور أية مؤسسة مهما كانت طبيعة نشاطها دون تنظيم استراتيجي للاتصال .

و لمسنا من خلال هذه الدراسة أن جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية و الهلال الأحمر الجزائري محافظة ولاية تيزي وزو أنهم يولون اهتماما كبيرا بعنصر الاتصال باختلاف أشكاله ووسائله، كونه يلعب دورا مهما و حاسما من اجل الوصول إلى الانسجام داخلها و لتحقيق كفاءة و فعالية في الأداء ما يضمن لها البقاء و الاستمرار و كل هذا لن يحدث إلا بوجود نظام اتصال فعال يحدد لها أهدافها و سياستها .

و الدراسة كشفت لنا أيضا أن الجمعيات عملت جاهدة من اجل تطبيق إستراتيجية اتصالية واضحة المعالم و دقيقة و في مستوى تطلعات جمهورها الداخلي و الخارجي لمواجهة أثار الحرائق و ذلك باستعمال تقنيات الاتصال المختلفة و الكفيلة لإيصال الرسالة إلى جمهورها حتى يتفاعل معها و مع برامجها .

و ننوه في الأخير عن الأهمية الكبيرة لوجود اتصال في الجمعيات بصفة عامة كونه عنصر فعال لاستمرارها و تطورها و هو العمود الفقري الذي يسيرها و وسيلة هامة لتحقيق أهدافها المنشودة من جهة و خدمة الصالح العام من جهة أخرى .

وفي ختام هذا البحث المتواضع نأمل أننا قدمنا بعض الإجابات عن الأسئلة الكثيرة المطروحة حول هذا الموضوع , كما نأمل أننا حققنا و لو جزء بسيط من الهدف المنشود من هذه الدراسة , و أنها قد ساهمت و لو بالقليل في توضيح الفكرة عن الإستراتيجية الاتصالية و مدى أهمية الاتصال في الجمعيات بصفة عامة .

وقد توصلت دراستنا لمجموعة من النتائج:

- الاتصال السائد في الجمعيات محل الدراسة هو الاتصال النازل و ذلك لأنه يساهم في عملية سريان المعلومات بين الرؤساء و المرؤوسين بأحسن وجه و بالتالي رسم صورة حسنة للجمعيات .
- تعتبر الإستراتيجية الاتصالية عامل من العوامل الهامة المساعدة في تنفيذ الإستراتيجية العامة للجمعيات محل الدراسة و الهدف الاسمي الذي تسعى إليه جمعية قدماء الكشافة الإسلامية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولاية لتيزي وزو من خلال تباينها الإستراتيجية الاتصالية هو تحسين صورتها وبناء سمعة طيبة للجمعيات لدى جمهورها بما يساعدها في جذب المتطوعين و الأعضاء.
- الوسائل الاتصالية الأكثر استخداما من طرف جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولاية هي الوسائل الالكترونية و الكتابية.
- أهم الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها الجمعيات لنقل المعلومات هي الهاتف و مواقع التواصل الاجتماعي و الاجتماعات .
- أثبتت الدراسة أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري للجنة الولاية تيزي وزو تعمل بالتنسيق مع جمعيات أخرى من اجل تحقيق هدفها المتمثل في جمع الإعانات و مستلزمات الإغاثة للمكوبين و تجدر الإشارة أن هذا التنسيق و التعاون كان مع جمعيات تنشط في مجالات أخرى كجمعية اقرأ , و جمعية ثالويث لذوي الاحتياجات الخاصة و جمعية كافل اليتيم و جمعيات خيرية ثقافية .
- اتضح لنا أن الجمعيات محل الدراسة تعتمد على موقع و صفحات التواصل الاجتماعي و الهاتف للتواصل مع جمهورها بعد انتهاء الحرائق كون هذه التقنيات من الوسائل الأكثر انتشارا بين الأفراد.
- تبين لنا من خلال الدراسة أن جمعية قدماء الكشافة الإسلامية الجزائرية و الهلال الأحمر الجزائري قامت بأيام إعلامية و تحسيسية بتوزيع مطويات توعوية و ملصقات تحسيسية لكيفية التعامل مع الحرائق و ذلك بالتنسيق مع جهات أخرى

- الكتب:

- 1.أردان حاتم خيضر العبيدي , احمد محمد فهمي سعيد البرزيجي , الإدارة الإستراتيجية مدخل في إستراتيجية الإبداع التنظيمي و مكوناته, دار الدكتور , الطبعة الأولى, بغداد .
- 2.إبراهيم خليل خضر، مهارات الاتصال, دار الجندي للنشر و التوزيع, الطبعة الأولى, فلسطين, 2013.
- 3.بسام عبد الرحمن المشاقبة ، نظريات الاتصال , دار أسامة للنشر و التوزيع , عمان , 2015.
- 4.ذوقان عبيدات، كايد عبد الحق و آخرون، البحث العلمي مفهومه و أدواته و أساليبه، دار الفكر، الطبعة السابعة عشر , عمان , 2015.
- 5.رحيمة الطيب عيساني، مدخل إلى الإعلام و الاتصال المفاهيم الأساسية و الوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية, دار الكتاب العالمي للنشر , الطبعة الأولى, 2008.
- 6.رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العلمية 1، دار الفكر، الطبعة 1 , دمشق , 2000.
- 7.صالح خليل أبو اصبع ، الاتصال الجماهيري, دار البركة للنشر و التوزيع, الطبعة الثالثة, عمان , 2010.
- 8.محمد عبيدات، محمد أبو نصار وآخرون , منهجية البحث العلمي القواعد و المراحل و التطبيقات , دار وائل للطباعة و النشر., الطبعة الثالثة , 1999.
- 9.محمد فريد عزت، الاتصال ووسائله الجماهيرية التقليدية و التكنولوجية، دار النشر للجامعات، الطبعة الأولى، القاهرة 2018.
- 10.محمد كمال القاضي، وسائل الإعلام (النشر – الإنتاج – البث) , شركة ناس للطباعة, القاهرة, 2003.
- 11.محمد هاني محمد ، الإدارة الإستراتيجية الحديثة, دار المعنز للنشر و التوزيع , الطبعة الأولى, 2004.
- 12.محمد الصيرفي ، التخطيط الاستراتيجي, مؤسسة حورس الدولية للنشر و التوزيع , , الطبعة الأولى الإسكندرية , 2008.
- 13.محمد عبد الله مغازي ، الحق في تكوين الجمعيات و المؤسسات الأهلية في ضوء أحكام القضاء الدستوري و الشريعة الإسلامية , دار الجامعة الجديدة للنشر , الإسكندرية, 2005.
14. مجد صقور , رعد الصرن , الإدارة الإستراتيجية , الجامعة الافتراضية السورية , سوريا , 2008.

قائمة المراجع

15. محي الدين عارف حسن، الاتصال الجماهيري و تكنولوجيايات المعلومات، الأكاديميون للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2015.

16. وائل محمد صبحي إدريس، طاهر محسن منصور الغالبي، الإدارة الإستراتيجية المفاهيم العمليات، دار وائل للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان ، 2011.

المجلات :

17. أوهايبة فتيحة، نواري أمال ، الاتصال الجمعي ، أشكاله و أجياله ووسائله و تقنياته و أهدافه ، مجلة العلوم الإنسانية جامعة محمد خيضر بسكرة ، العدد التاسع ، 2006.

18. كلثوم حمدي، ام الخير حمدي ، وسائل الإعلام الاجتماعي كآلية لزيادة مداخيل الجمعيات الخيرية ، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية المركز الجامعي تمناست ، المجلد 7 ، العدد 4 ، 2008.

19-فاطمة بخوش، كريمة عثمانى ، الاتصال الجمعي في الجزائر : قراءة في المؤشرات و الدلالات ، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03، جامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس ، الجزائر ، العدد 49، 2018.

20. وفاء محمد الزبيدي ، أنماط الاتصال و علاقته باتخاذ القرار الإداري لدى قادة مدارس التعليم العام بمدينة مكة المكرمة ، مجلة البحث العلمي في التربية ، العدد التاسع ، 2018 .

الرسائل العلمية:

مذكرات الدكتوراه:

21. ليلي سليمانى ، دور الاتصال في تفعيل الأداء البيئي للمؤسسات الصناعية الجزائرية ، مذكرة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال بيئي، جامعة باتنة 01 الحاج لخضر ، 2020/2019 .

22. لطيفة غريق، مكانة الاتصال التقليدي في المجتمع المحلي في ظل الاتصال الحديثة، مذكرة دكتوراه في علم الاجتماع الثقافي ، جامعة الجزائر 2، 2016/2015.

مذكرات الماجستير:

23. بن قيط الجوادي ، إستراتيجية الإدارة الاستشفائية الجزائرية دراسة وصفية لإدارة الاستشفائية بالأغواط ، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر 03، 2012 /2011.

24. بوهلة شهيرة ، إستراتيجية الاتصال و دورها في الأداء التنافسي للمؤسسة دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر موبيليس ، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال اتصال استراتيجي ، جامعة الجزائر 03 ، 2012 /2011 .

قائمة المراجع

25. صبرينة أيت عبد الله، إستراتيجية وسائل الإعلام المسموعة في تحقيق نظرية الاستخدامات و الإشباعات دراسة حالة إذاعة البهجة، مذكرة ماجستير في اتصال استراتيجي، جامعة الجزائر 03, 2012/2011 .
26. عيسى بوكرموش ، إستراتيجية الاتصال في الحملات الإعلامية , مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال , جامعة الجزائر 03, 2012/2011 .
27. عزيزة بلطوم ، البعد الاتصالي في برامج المنظمات الجمعوية الناشطة في مجال حماية البيئة الجمعيات البيئية لولاية الجزائر العاصمة , مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال اتصال , جامعة الجزائر 03, 2016/2015 .
28. فاضلي سيد علي ، نظام عمل الجمعيات في التشريع الجزائري , مذكرة ماجستير في الحقوق , جامعة محمد خيضر بسكرة , 2008, 2009 .
29. قادري محمد ، الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية بين النظرية و التطبيق دراسة حالة مؤسسة الخزف المنزلي تافنة بمغنية , مذكرة ماجستير في علوم التسيير إدارة الأعمال , جامعة ابي بكر القايد، تلمسان , 2010/2009 .
30. مختار فرزولي ، دور الاتصال في بناء الإستراتيجية الوطنية لقطاع السياحة آفاق 2025, مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال استراتيجي , جامعة الجزائر 03, 2009, 2010
31. أيت حمي كاهينة ، دور الاتصال و فعاليته في تسيير المؤسسة اتصالات الجزائر بفرندة , مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال, جامعة عبد الحميد ابن باديس , مستغانم , 2014/2013 .
32. أحلام محمد الشريف، ريم بومجان ، دور الاتصال في تحسين أداء الجمعيات دراسة ميدانية على عينة من الجمعيات بأم البواقي , مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي , 2018 /2017 .
33. جمعة عبد الغني، لعربي حمزة، مهارات الاتصال لدى أستاذ التربية البدنية و الرياضية و علاقتها بدافعية الانجاز لدى تلاميذ الطور الابتدائي ، مذكرة ماستر في ميدان علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية , جامعة ألكلي محند أولحاج البويرة , 2017/2016 .
34. حمزة علي، أمينة عيادة , الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة الخدمائية دراسة حالة لشركة التأمين و إعادة التأمين LA CAAR , مذكرة ماستر تخصص وسائل الإعلام و المجتمع , جامعة الجيلالي بونعامة بجميس مليانة , 2016/2015 .
35. حفصي أمال، الإستراتيجية الاتصالية لمؤسسات الأمن للوقاية من حوادث المرور دراسة حالة لمديرية امن ولاية المسيلة ، مذكرة ماستر في اتصال و علاقات عامة , جامعة محمد بوضياف بالمسيلة , 2017/2015 .

قائمة المراجع

36. رحابي مسعود، زياد فيروز ، قرفي سامية , دور الاتصال الجمعوي في تحفيز الشباب نحو المشاركة في العمل التطوعي, مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال , جامعة 8ماي 1945قالمة , 2017/2016.
37. سارة قلقول ، الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة السياحية فندق روبيسانس بتلمسان , مذكرة ماستر في الاتصال و العلاقات العامة , جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي 2013/2012.
38. شهرآوي نوال ، الإستراتيجية الاتصالية داخل المؤسسة الإعلامية , مذكرة ماستر في الاتصال و العلاقات العامة , جامعة الطاهر مولاي سعيدة , 2016, 2017 .
39. عماد الدين شعبان، دور الإستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة للشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء و الغاز سونلغاز، مذكرة ماستر اتصال و علاقات عامة , جامعة محمد خيضر بسكرة قطب شتمة , 2019/2018.
40. عباس بشير شريف، دور الأنشطة الاتصالية للجمعيات الخيرية في دعم العمل الخيري جمعية وافعلوا الخير , مذكرة ماستر في اتصال و علاقات عامة , جامعة دمولاوي الطاهر, 2017/2016.
41. عباس نصيرة , الاتصال التنظيمي في مؤسسات المجتمع المدني دراسة ميدانية لجمعية الخير بلا حدود , مذكرة ماستر أكاديمي في الإعلام و الاتصال , جامعة عبد الحميد بن باديس , مستغانم , 2019 / 2020 .
42. قارة مريم ، مواقع التواصل الاجتماعي الفايبيوك في تفعيل العمل الجمعوي , مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال , جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة , 2018 / 2019 .
43. قردوح شفاء ، بوالعجول زهية , دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العمل التطوعي للجمعيات الخيرية , مذكرة ماستر في علم الاجتماع الاتصال , جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل , 2020 , 2021.
44. كسيرة مريم، قروار نبيلة , الاتصال الداخلي وأثره في تحسين أداء العاملين في المؤسسة دراسة حالة شركة توزيع الكهرباء و الغاز البويرة , مذكرة ماستر في علوم التسيير إدارة الأعمال , جامعة أكلي محند اولحاج البويرة , 2018,2019.
45. العوادي صبرينة , دور الإستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للجمعية الخيرية جمعية الإرشاد والإصلاح بأم البواقي , مذكرة ماستر اتصال و علاقات عامة , جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي , 2019/2018.
46. ماريا قعبي ، الإستراتيجية الاتصالية للوكالات السياحية عبر شبكة الفايبيوك في الجزائر , مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال , جامعة الجزائر 03 , 2019 / 2020 .

قائمة المراجع

47. مقوس إبراهيم، واقع استخدام الجمعيات الخيرية لمواقع الفيسبوك في نشر و مشاركة العمل التطوعي في ظل جائحة كورونا ، مذكرة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال , جامعة الجزائر 03, 2021/2020.

48. نبو جمال الدين , الاتصال الداخلي في المؤسسة الخدمائية , مذكرة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال اتصال تنظيمي , جامعة عبد الحميد بن باديس , مستغانم , 2020/2019.

المحاضرات:

49. إبراهيم يحيى ، محاضرات استراتيجيات الاتصال , جامعة محمد لمين دباغين , سطيف 2, 2019 /2018.

50. خالد رجم ، محاضرات إستراتيجية المؤسسة , جامعة قصدي مرباح ورقلة معهد العلوم و التقنيات التطبيقية , 2016.

51. دحدوح مينة ، محاضرات مادة مهارات الاتصال في العلاقات العامة , جامعة 8ماي 1945قالمة , 2020/2019.

المطبوعات الجامعية :

52. احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية , 2003.

53. عمار بوحوش ، محمد محمود الذنبيات ، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث, ديوان المطبوعات الجامعية، طبعة رابعة ، الجزائر، 2007.

54. عزي عبد الرحمان ، علم الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.

الملاحق

جامعة مولود معمري كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال

استمارة موجهة لأعضاء: الكشافة الإسلامية محافظة تيزي وزو محافظة ولاية تيزي وزو
الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو

استمارة استبيان

الإستراتيجية الإتصالية للجمعيات بولاية تيزي وزو بعد حرائق الغابات التي
مست الولاية دراسة حالة جمعية الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة تيزي وزو
و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو من 26 سبتمبر 2021
الى 21 جانفي 2022 .

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال تنظيمي .
-يشرفني أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي تدخل ضمن إجراءات دراسة ميدانية
لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال لذا نرجو منكم ملئ هذه الاستمارة بكل
صدق و موضوعية.
-مع العلم أن هذه المعلومات ستستخدم لأغراض علمية بحته
-ضع العلامة (x) في الخانة التي تناسب إجابتك.

تحت إشراف الأستاذ :
د/ كريم حمون

إعداد :
- كاتية إسعد
ليدية قاصد

المحور الأول : البيانات الشخصية

1. الجنس : ذكر

أنثى

2. السن : أقل من-22 سنة

من 23 إلى 30 سنة

أكثر من 30 سنة

3. المستوى التعليمي:

- ابتدائي

- متوسط

- ثانوي

-جامعي

4. المهنة :

- طالب

- عامل حر

- موظفين في القطاع الإداري

- بطال

-موظفين في قطاعات أخرى اذكرها

5. سنوات الخبرة في النشاط بالجمعيات :

أقل من سنة

من سنة إلى 5 سنوات

من 6 سنوات إلى 10 سنوات

أكثر من 10 سنوات

6. طبيعة العضوية في الجمعية:

عضو دائم

متطوع

المحور الثاني: واقع الاتصال في جمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة ولاية تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو ؟

7. هل للجمعية خلية اتصال ؟

نعم

لا

8. من هو مسئول الاتصال عند غياب قسم خاص بالاتصال في الجمعية ؟

رئيس الجمعية

أحد أعضاء الجمعية

9. هل يتوجب على الجمعية أن توفر متخصصون في مجال الاتصال ؟

نعم

لا

10. ما هو نمط الاتصال المعتمد في الجمعية ؟

من المستوى الأعلى إلى الأدنى (الاتصال النازل)

من المستوى الأدنى إلى الأعلى (الاتصال الصاعد)

من نفس المستوى (الاتصال الأفقي)

11. ما هدف الاتصال في الجمعية ؟

زيادة عدد الأعضاء

جذب المتطوعون

زيادة التبرعات و المساعدات

تنظيم نشاط الجمعية

12- كيف تقيمون التبادلات الاتصالية بين الأعضاء في العمل داخل الجمعية ؟

جيدة

حسنة

غير فعالة

سيئة

13- تأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء في الجمعية ؟

نعم

لا

14. ما مدى إسهام الاتصال في تحقيق أهداف الجمعية ؟

نعم

لا

المحور الثالث: الإستراتيجية الاتصالية عامل من العوامل المساعدة في تنفيذ الإستراتيجية العامة للجمعية قداماء الكشافة الإسلامية الجزائرية محافظة تيزي وزو و الهلال الأحمر الجزائري اللجنة الولائية لتيزي وزو ؟

15. هل إعداد الإستراتيجية الاتصالية يتطلب فريق عمل خاص ؟

- نعم

- لا

16. هل تشارك خلية الاتصال بالجمعية في صباغة(بناء) الإستراتيجية الاتصالية مسبقا؟

- نعم

- لا

17. هل تساهم الإستراتيجية الاتصالية في تدفق المعلومات الضرورية ؟

- نعم

- لا

إذا كانت الإجابة بنعم ما هي طبيعة المعلومات :

- معلومات عن قرارات الجمعية

- معلومات خاصة ببعض المشاكل التي تواجه الجمعية

أخرى تذكر

18. هل وجود إستراتيجية اتصال دور في تعزيز روح الفريق و التعاون؟

- نعم

- لا

19. هل تساهم الإستراتيجية الاتصالية المتبعة من طرف الجمعية في تحقيق الأهداف ؟

- نعم

- لا

إذا كانت الإجابة بنعم هل الأهداف تتمثل في :

- إيصال المعرفة لكافة المستويات الإدارية

- توجيه العامل و تنسيق جهودهم بما يحقق أهداف الجمعية

-بناء سمعة طيبة للجمعية تساهم في جذب المتطوعين و الأعضاء

المحور الرابع: الوسائل الاتصالية و التقنيات الأكثر استخداما من طرف الجمعية؟

20. ما هي الوسائل و التقنيات الأكثر استخداما من طرف الجمعية (رتبها حسب أولوية الاستخدام)؟

- الوسائل المكتوبة

- الوسائل الشفوية

- الوسائل السمعية البصرية

-الوسائل الالكترونية

21. ما هي وسائل الاتصال المكتوبة التي تعتمد عليها في نقل المعلومات داخل الجمعية ؟

- تقارير

- رسائل إدارية

- ملصقات

- إعلانات

- المطويات

22. ما هي وسائل الاتصال المباشر التي تعتمد عليها الجمعية في تبادل و نقل المعلومات ؟

-اللقاءات

-الندوات

-المؤتمرات

-الأبواب المفتوحة

-الإجتماعات

أخرى اذكرها

23. ما هي الوسائل السمعية و البصرية الأكثر اعتمادا عليها من طرف الجمعية ؟

- الإذاعة

-التلفزيون

-الهاتف

أخرى اذكرها.....

24. ما هي الوسائل الالكترونية الأكثر استخداما؟

- الإيميل

-المواقع الالكترونية

-مواقع التواصل الاجتماعي

أخرى اذكرها.....

25. خلال عقد الاجتماعات, هل تعتمد الجمعية على الاتصال المباشر للتواصل مع أعضائها أو على

وسائل الاتصال الحديثة؟ و لماذا؟

.....

.....

.....

26. هل تعتقد أن وسائل الاتصال المستعملة داخل الجمعية كافية لنقل المعلومات و تبادلها؟

-نعم

-لا

-أحيانا

المحور الخامس: تطبيق الإستراتيجية الاتصالية من طرف جمعية قدماء الإسلامية

الجزائرية و الهلال الأحمر الجزائري لمواجهة آثار الحرائق؟

27. هل تم التنسيق مع جمعيات أخرى من أجل تقديم كافة الإعانات المالية و مستلزمات الإغاثة و الإعاشة للمكوبين؟

-نعم

-لا

إذا كانت الإجابة نعم ما هي هذه الجمعيات ؟

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

28. ما هي الآليات التي تم اعتمادها من قبل إغضاء الجمعية للإعلان عن حملاتها التضامنية ؟

-عبر صفحات التواصل الاجتماعي

-عبر القنوات التلفزيونية

-عبر المطويات

-عبر اللقاءات

29. ما نوع المساعدات و الإعانات التي قدمتها جمعيتكم لمكوبي الحرائق ؟

- مساعدات مالية

- مساعدات معنوية

30. ما هي الإجراءات و الأنشطة التي ركزت عليها جمعيتكم بعد أزمة الحرائق ؟

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

31. هل قامت الجمعية بتنظيم أماكن الإيواء المؤقت و ذلك بالتنسيق مع الجهات الأخرى ؟

نعم

لا

إذا كانت الإجابة بنعم ما هي هذه الجهات ؟

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

32. ما هي وسائل الاتصال التي اعتمدها الجمعية للتواصل مع جمهورها الداخلي و الخارجي ما بعد انتهاء الحرائق ؟

عبر مواقع التواصل الاجتماعي

عبر الهاتف

عبر الاتصال المباشر من خلال زيارات نحو الأماكن المتضررة

33. هل للزيارات الميدانية التي تقوم بها الجمعية إلى المناطق المتضررة دور في تفعيل

الاتصال ؟

نعم

لا

إذا كانت الإجابة بنعم كيف يتم ذلك ؟

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

34. هل قامت الجمعية بتنشيط أيام إعلامية و تحسيسية بعد الحرائق ؟

نعم

لا

35. من يقوم بتأطير هذه الأيام التحسيسية ؟

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

36. ما هو تقييمكم للأيام التحسيسية التي تقوم بها الجمعية ؟

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

37. ما هي الجهات التي تم التواصل معها لجمع الإعانات ؟

الجمعيات

نقابات الصيادلة

الخواص

أخرى اذكرها

38. هل تقوم الجمعية بتنظيم ملتقيات و لقاءات فكرية تعنى بإبراز المهام التي تقوم بها ؟

نعم

لا

39. هل تحظى مثل هذه الملتقيات و اللقاءات الفكرية لتغطية من قبل وسائل الإعلام ؟

نعم

لا

40. في رأيك كيف كان مستوي التنسيق و التواصل بينكم و بين الجمعيات الأخرى؟

جيد

لا باس

ضعيف

شكرا على تعاونكم

دليل المقابلة

- هل الاتصال مهم في عملكم بالجمعية؟
- ما طبيعة الاتصال القائم داخل الجمعية؟
- هل للجمعية حساب على مواقع التواصل الاجتماعي؟ وما هو الموقع الأكثر استخداما للتواصل مع المواطنين خاصة؟
- ما هي الأهداف التي تسعى الجمعية لتحقيقها أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الإستراتيجية الاتصالية التي تتبعها الجمعية لمواجهة أثار الحرائق؟ وهل هذه الإستراتيجية تنجح في تحقيق الأهداف؟
- هل تواجه الجمعية صعوبات في وضع وتنفيذ الإستراتيجية الاتصالية الملائمة؟ وكيف تسعون لمواجهة هذه الصعوبات؟
- من يسهر على تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية في الجمعية؟
- هل قامت الجمعية بتنظيم أيام تحسيسية عن طريق عقد ملتقيات وندوات خاصة بالجمهور الخارجي للجمعية وذلك لتوعيتهم؟ وما هي هذه الحملات؟
- ما هي الوسائل التي تستخدمها الجمعية للتواصل مع جمهورها الخارجي بقصد تعريف المواطنين بنشاطاتها التحسيسية؟
- ما هي الإجراءات التي قامت بها الجمعية مع جمهورها الداخلي والخارجي؟
- كيف تقيمون العمل الاتصالي في الجمعية بصفة عامة باعتباركم بغض النظر عن المكانة والمنصب؟

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح الفرق بين الاتصال الداخلي و الخارجي .	32
02	يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس.	89
03	يوضح توزيع العينة حسب متغير السن.	91
04	يبين توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي.	93
05	يبين توزيع العينة حسب متغير المهنة.	95
06	يبين توزيع العينة حسب متغير سنوات الخبرة في العمل بالجمعيات.	97
07	يمثل توزيع الأعضاء حسب متغير طبيعة العضوية.	99
08	يمثل وجود خلية الاتصال في الجمعيات .	101
09	يمثل مسؤول الاتصال عند غياب قسم خاص بالاتصال في الجمعية .	102
10	يبين توفير الجمعية على متخصصين في مجال الاتصال .	103
11	يبين نمط الاتصال في الجمعيات .	104
12	يبين هدف الاتصال في الجمعية.	105
13	تقييم التبادلات الاتصالية بين الأعضاء في العمل داخل الجمعيات .	106
14	يوضح تأثير التبادلات الاتصالية على أداء الأعضاء داخل الجمعية .	107
15	يوضح مساهمة الاتصال في تحقيق أهداف الجمعية .	108
16	يبين إستراتيجية الاتصال يتطلب فريق عمل خاص .	109
17	يبين مشاركة خلية الاتصال بالجمعية في صياغة الإستراتيجية الاتصالية .	110
18	يوضح مساهمة إستراتيجية الاتصال في تدفق المعلومات الضرورية .	111
19	يوضح وجود إستراتيجية اتصال دور في تعزيز روح الفريق و التعاون.	112
20	يوضح مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في تحقيق الأهداف.	113
21	يوضح الأهداف التي تسعى الجمعية تحقيقها.	114
22	يبين الوسائل و التقنيات الأكثر استخداما في الجمعيات.	115
23	يبين وسائل الاتصال المكتوبة المستعملة في الجمعيات.	116
24	يبين وسائل الاتصال المباشرة المستعملة لنقل المعلومات بالجمعيات.	117
25	يبين الوسائل السمعية البصرية الأكثر استخداما من طرف الجمعيات.	118
26	يمثل الوسائل الالكترونية الأكثر استخداما من طرف الجمعيات.	119
27	يوضح وسائل وسائل الاتصال المعتمدة من طرف الجمعيات للتواصل مع الأعضاء عند عقد الاجتماعات.	120
28	يوضح كفاية وسائل الاتصال المستعملة في نقل المعلومات و تبادلها.	121

قائمة الجداول

122	يوضح الجدول تنسيق الجمعيتين مع جمعيات أخرى من أجل تقديم الإعانات.	29
123	يوضح الآليات المعتمدة للإعلان عن الحملات التضامنية.	30
124	يبين نوع المساعدات المقدمة للمنكوبين .	31
125	يبين الأنشطة التي ركزت عليها الجمعيات بعد الحرائق.	32
126	يوضح الجدول تنظيم الجمعيات لاماكن الإيواء.	33
127	يوضح الجدول وسائل الاتصال المستخدمة من طرف الجمعيات للتواصل مع جمهورها.	34
128	يبين الجدول دور الزيارات الميدانية في تفعيل الاتصال .	35
129	يبين تنشيط الجمعيات لأيام إعلامية و تحسيسية .	36
130	يبين الجدول من يقوم بتأطير الأيام التحسيسية في الجمعيات .	37
131	يوضح الجدول تقييم الأعضاء للأيام التحسيسية التي تقوم بها الجمعيات .	38
132	يوضح الجهات التي تم التوصل معها لجمع الإعانات.	39
133	يوضح الجدول تنظيم الجمعيات لملتقيات و لقاءات لإبراز مهامها.	40
134	يوضح إحطاء الملتقيات و اللقاءات لتغطية من قبل وسائل الإعلام .	41
135	يوضح مستوي التنسيق و التواصل بين الجمعيات و بين الجمعيات الأخرى .	42

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
40	يوضح نموذج شارم	01
43	يوضح نموذج بيرلو للاتصال	02
90	يمثل الشكل جنس المبحوثين	03
92	يمثل الشكل سن المبحوثين	04
94	يوضح الشكل المستوى التعليمي للمبحوثين	05
96	يوضح الشكل متغير المهنة للمبحوثين	06
98	يوضح الشكل متغير سنوات الخبرة للمبحوثين	07
99	يوضح الشكل طبيعة العضوية في الجمعيات	08

فهرس المحتويات

	كلمة شكر
	إهداء
	خطة البحث
1	المقدمة
	الإطار المنهجي للدراسة
6-5	الإشكالية.....
6	التساؤلات
7-6	أسباب اختيار الموضوع
8	أهداف الدراسة
8	أهمية الدراسة
10 - 9	مجتمع و عينة الدراسة
11-10	حدود الدراسة
16 -12	منهج الدراسة و أدواته
18-16	تحديد المفاهيم و المصطلحات
25 -18	الدراسات السابقة.....
	الإطار النظري
41-28	الفصل الأول: ماهية الاتصال
27	تمهيد
28	المبحث الأول: مدخل إلى الاتصال.....
29- 28	المطلب الأول: مفهوم الاتصال و خصائصه
33 -30	المطلب الثاني: أشكال الاتصال وأنماطه
35 -33	المطلب الثالث: أهمية وأهداف الاتصال
41 -35	المبحث الثاني: طرق الاتصال و نماذجه.....
36-35	المطلب الأول: طرق الاتصال

فهرس المحتويات

41-36 المطلب الثاني : نماذج الاتصال
42 خلاصة الفصل :
60-45 الفصل الثاني : الإستراتيجية الاتصالية
44 تمهيد
54-48 المبحث الأول : مدخل عام إلى الإستراتيجية الاتصالية
51-48 المطلب الأول : مفهوم الإستراتيجية الاتصالية و أنواعها
52-51 المطلب الثاني : مبادئ الإستراتيجية الاتصالية
54-53 المطلب الثالث : أفاق و أهداف الإستراتيجية الاتصالية
60-54 المبحث الثاني: مراحل صياغة الإستراتيجية الاتصالية
57-54 المطلب الأول : مراحل صياغة الإستراتيجية الاتصالية
59-57 المطلب الثاني : مراحل تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية في مخطط اتصالي
60-59 المطلب الثالث : عراقيل التخطيط الاستراتيجي للاتصال
61 خلاصة الفصل :
82-64 الفصل الثالث: مدخل إلى الاتصال في الجمعيات
63 تمهيد :
72-64 المبحث الأول: ماهية الجمعيات
66-64 المطلب الأول: مفهوم الجمعيات وخصائصها
68-67 المطلب الثاني:نشأة وتطور الجمعيات
70-69 المطلب الثالث: الجمعيات الخيرية في الجزائر
72-71 المطلب الرابع: أهمية الجمعيات و أنواعها
82-73 المبحث الثاني: الاتصال في الجمعيات
73 المطلب الأول: ماهية الاتصال في الجمعيات
77-74 المطلب الثاني : خصائص الاتصال الجموعي

فهرس المحتويات

80 -78	المطلب الثالث: أشكال الاتصال في الجمعيات
82 -80	المطلب الرابع : وسائل و تقنيات الاتصال الجمعوي
83	خلاصة الفصل :
179 -85	الفصل الرابع: الإطار التطبيقي
88 -85	بطاقة تعريفية للجمعيات محل الدراسة
167 -89	تحليل الكمي و الكيفي للبيانات المدروسة
171 -167	تحليل دليل المقابلة
178 -172	نتائج الدراسة
	الاقتراحات
	الخاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق .