

جامعة مولود معمري تيزي وزو
التي تلت علوم الإنساني والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الاتصال



دور التتبع في تفعيل النشاط لجمعوي في الجزائر

دراسة حالة لجمعية "صحتي دي ل هوارى"

بولاية وهران 2019

مكترة لملقيل شريها الماس ترفي علوم إل الم والاتصال
تخص لخص ال تنظمي

تحت إشراف أستاذة:

محمد أمزيان برغل

من إعداد الطالبين:

- يمينية أبواحي

- سكينية أعراب

السن الجامعية: 2018/2019

كلمة الشكر

نشكر ونحمد الله جلى وعلى الذي أعاننا وقدرنا .

ثم نشكر الأستاذ الفاضل

"محمد أمزيان برغل"

الذي أشرف على هذه المذكرة ، والذي

كان المرشد والمسهل بمجمل نصائحه و توجيهاته.

فكل الشكر والتقدير له .

الإهداء

أهدي هذا العمل،

لكل راغب معرفة و طالب علم

إلى كل من يتواضع في طلبه ويتفانى في نقله .

الإهداء

أهدي هذا

العمل إلى العائلة الكريمة

وإلى كل من كان عوناً وسنداً لنا

لإتمامه .

الإطار التطبيقي

الإطار النظري

الإطار المنهجي

الفصل الثاني: نظرة عامة على الجمعية كتنظيم.

تمهيد

المبحث الأول: تعريف الجمعية.

المبحث الثاني: شروط وخطوات تأسيس الجمعيات.

المبحث الثالث: أنواع الجمعيات.

المبحث الرابع: أنواع الأنشطة الجمعوية وأهدافها.

المبحث الخامس: معوقات النشاط الجمعوي.

المبحث السادس: عوامل نجاح العمل والنشاط الجمعوي.

خلاصة الفصل.

الإطار التطبيقي: التحليل الكمي والكيفي للبيانات.

- 1- لمحة عن جمعية صحة سيدي الهواري.
- 2- المشاريع التي قامت بها جمعية SDH خلال سنة 2019م.
- 3- مراحل إعداد الإستراتيجية الاتصالية في جمعية صحة سيدي الهواري.
- 4- التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة والمركبة.
- 5- النتائج الجزئية للدراسة.
- 6- النتائج العامة للدراسة.
- 7- توصيات الدراسة.

الفصل الأول: الإستراتيجية الاتصالية والتخطيط الإستراتيجي للاتصال.

تمهيد

المبحث الأول: تعريف الإستراتيجية الاتصالية ومبادئها .

المبحث الثاني: أنواع الإستراتيجية الاتصالية .

المبحث الثالث: أهمية الإستراتيجية الاتصالية .

المبحث الرابع: مراحل إعداد الإستراتيجية الاتصالية .

المبحث الخامس: طرق وخطوات التخطيط الاستراتيجي للاتصال.

المبحث السادس: معايير التخطيط الاستراتيجي للاتصال.

خلاصة الفصل

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

الفهرس

ملخص الدراسة:

يعد العمل الجماعي ، من السمات المميزة للمجتمعات الحديثة ، المتحضرة والواعية بدور الجمعيات كتنظيم غير حكومي ،يساعد ويؤيد الأجهزة الحكومية بما يوفره من حاجات ومنافع تعود بالإيجاب على المجتمع ،وهذا لما تسعى إليه من أهداف وغايات إنسانية نبيلة.

وللإتصال أهمية بالغة لإستقرار واستمرارية أنشطة هذه الجمعيات وليس المقصود من ذكرنا للإتصال ذلك المرتبط بالعفوية والطريقة الإعطباطية بل الإتصال في شكله التنظيمي المخطط والمدرس لتحقيق الأهداف.

ولقد جاءت دراستنا هذه لمعرفة دور "الإتصال المخطط له" أي دور الإستراتيجية الإتصالية في تفعيل النشاط الجماعي في الجزائر، و إختارنا لذلك جمعية "صحة سيدي الهواري بوهرا" ، حيث وضمنا لهذا الغرض ثلاثة فصول نظرية مفاهيمية تلك المتعلقة بماهية الإتصال بالجمعيات ، الإستراتيجية الإتصالية وماهية الجمعيات.

حيث تتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية والتي إعتدنا فيها على منهج دراسة حالة ، وضمنا في غرض جمع البيانات كل من الملاحظة، المقابلة والإستمارة و تم توزيع هذه الأخيرة على 60 مفردة من الجمهور الداخلي ل "SDH" بالعينة الغير الاحتمالية: حصصية.

وبعد تحليل ومناقشة البيانات توصلنا إلى نتائج مفادها أن الإستراتيجية الإتصالية لها دور تساهم من خلاله في تفعيل نشاطات جمعية صحة سيدي الهواري ، وهذا من خلال التخطيط لأشكال الإتصال المتوافقة مع طبيعة أنشطتها و كذا إختيار الأساليب الإتصالية والأوقات اللازمة لذلك، و غيرها من دراسة الجمهور، متغيرات البيئة وتغيراتها ، المنافسة، الموارد المتاحة ،وهذا كله لتحقيق أهداف الجمعية وضمن استمراريتها ونموها.

الكلمات المفتاحية: الإستراتيجية الإتصالية، الإتصال، التنظيم الجماعي، الجمعيات.

Résumé de l'étude:

Le travail associatif, caractéristique des sociétés modernes, civilisées et conscientes du rôle des associations en tant qu'organisation non gouvernementale, aide et soutient les organismes gouvernementaux en ce qui concerne les besoins et les avantages qui profitent à la société, en raison des nobles buts et objectifs humanitaires.

La communication est de la plus haute importance pour la stabilité et la continuité des activités de ces associations.

notre étude a permis de déterminer le rôle de la «communication planifiée», c'est-à-dire le rôle de la stratégie de communication dans l'activation de l'activité de l'association en Algérie, et nous avons choisi l'association "Santé de Sidi El Houari à Oran", où nous avons ajouté à cet effet trois chapitres de théorie conceptuelle, qui concernent la communication associatif , la Stratégie de la communication et le sens des associations.

Cette étude fait partie de la recherche analytique descriptive dans laquelle nous nous sommes appuyés sur une méthodologie d'étude de cas. Aux fins de la collecte de données, nous avons inclus l'observation, l'interview et le questionnaire. Ce dernier a été distribué à 60 membres de l'auditoire interne SDH avec l'échantillon intentionnel.

Après analyse et discussion des données, nous sommes arrivés à la conclusion que la stratégie de communication avait un rôle à jouer dans l'activation des activités de l'Association « santé Sidi El Houwari », en prévoyant des formes de communication compatibles avec la nature de ses activités et en choisissant les méthodes de communication et les délais nécessaires, ainsi que d'autres études publiques. L'environnement et ses mutations, la concurrence, les ressources disponibles, etc., pour atteindre les objectifs de l'Association et en assurer sa continuité et son progrès.

Mots clés: La stratégie de communication, la communication, l'association, l'organisation .

Summary of the study:

Collective work is a characteristic of modern societies, civilized and aware of the role of associations as a non-governmental organization, helps and supports government agencies with the needs and benefits they positively offer to society, it is in because of its noble goals and humanitarian purpose.

Communication is of utmost importance for the stability and continuity of the activities of these associations and is not intended to communicate in relation to spontaneity and the way of exercising, but is planned and organized under its organizational form, and caring to achieve the goals.

This study made it possible to know the role of the communication envisaged, namely the role of the communication strategy in the activation of the activity of association in Algeria.

We chose the association "The health of Sidi Houari in Oran", where we used three conceptual chapters for this purpose, which relate to communication with associations, communication strategy and associations meanings.

This study is a part of the descriptive and analytical research in which we relied on a case study approach

For data collection purposes, we used the observation, interview and surveys, which were distributed to 60 members of SDH's domestic audience for the intentional sample.

After analyzing and discussing the data, we concluded that the communication strategy had a role to play in activating the activities of the association The health of Sidi El Houari, this involves the planning of forms of communication compatible with the nature of their activities, as well as the choice of methods of communication and the time required to do so.

Key words :strategy ,communication, associastion, organization.

خطة الدراسة

مقدمة.

الإطار المنهجي.

- 1- إشكالية وتساؤلات الدراسة.
- 2- أسباب إختيار الموضوع.
- 3- أهداف الدراسة.
- 4- أهمية الدراسة.
- 5- نوع الدراسة.
- 6- منهج الدراسة وأدوات جمع المعلومات .
- 7- مجتمع البحث وعينة الدراسة.
- 8- حدود الدراسة.
- 9- تحديد المفاهيم.
- 10- الدراسات السابقة.

الإطار النظري

الفصل الأول: الإستراتيجية الاتصالية والتخطيط الإستراتيجي للإتصال.

تمهيد

المبحث الأول: تعريف الإستراتيجية الاتصالية ومبادئها .

المبحث الثاني: أنواع الإستراتيجية الاتصالية .

المبحث الثالث: أهمية الإستراتيجية الاتصالية .

المبحث الرابع: مراحل إعداد الإستراتيجية الاتصالية .

المبحث الخامس: طرق وخطوات التخطيط الاستراتيجي للاتصال.

المبحث السادس: معوقات التخطيط الاستراتيجي للاتصال.

خلاصة الفصل

الفصل الثاني: نظرة عامة على الجمعية كتنظيم.

تمهيد

المبحث الأول: تعريف الجمعية.

المبحث الثاني: شروط وخطوات تأسيس الجمعيات.

المبحث الثالث: أنواع الجمعيات.

المبحث الرابع: أنواع الأنشطة الجمعوية وأهدافها.

المبحث الخامس: معوقات النشاط الجمعوي.

المبحث السادس: عوامل نجاح العمل والنشاط الجمعوي.

خلاصة الفصل.

الفصل الثالث: طبيعة الاتصال في الجمعيات.

تمهيد.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي.

المبحث الثاني: أنواع الاتصال في الجمعيات.

المبحث الثالث: وسائل الاتصال في الجمعيات.

المبحث الرابع: نظريات الاتصال.

المبحث الخامس: أهداف الاتصال في الجمعيات.

المبحث السادس: معوقات الاتصال.

خلاصة الفصل.

الإطار التطبيقي: التحليل الكمي والكيفي للبيانات.

1- لمحة عن جمعية صحة سيدي الهواري.

2- المشاريع التي قامت بها جمعية SDH خلال سنة 2019م.

3- طرق ومراحل إعداد الإستراتيجية الاتصالية في جمعية صحة سيدي الهواري.

4- التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة والمركبة.

5- النتائج الجزئية للدراسة.

6- النتائج العامة للدراسة.

7- توصيات الدراسة.

خاتمة عامة.

مقدمة:

يتخلل الاتصال جميع ميادين حياة الفرد الخاصة منها والجماعية، وهذا لما تؤديه العمليات الاتصالية من وظائف ومهام وكيف أن استمرارية الفرد واندماجه مرتبط بقدرته في الاتصال ومهاراته في ذلك، ومن منطلق هذه الضرورة والأهمية البالغة للاتصال أصبح هذا الأخير محل اهتمام الباحثين والدارسين باختلاف تخصصاتهم وكذا أغراض دراستهم، التي تضيف وبفضل نتائجها كماً من العلم والفهم حول هذه الظاهرة التي توصف بالبساطة في المظهر ومعقدة في الجوهر، فكما سلفنا الإشارة إليه أن الاتصال يتخلل جميع ميادين الحياة دون استثناء ولأن المؤسسة جزء من المجتمع وتركيبية بشرية، أصبحت المؤسسات هي الأخرى معتمدة على الاتصال وبشكل واضح وظاهر إذ توفر له من السبل والطرق، ما يكافئ أهدافها و خططها العامة المستجيبة لسياستها وبيئتها ومواردها المتاحة. و للإلمام بمجموع هذه المعطيات أصبح من الضروري الوقوف علي حقيقة التخطيط الاستراتيجي للاتصال أي ما يطلق عليه بالإستراتيجية الاتصالية.

الإستراتيجية الاتصالية التي تساهم في عملية تحديد الطرق و السبل والآليات المساعدة في تطبيق وأداء الإستراتيجية العامة للمنظمة، علاوة علي كونها فن لإدارة الاتصال و التخطيط العام للسياسة الاتصالية بالمنظمة، فتعتبر الإستراتيجية الاتصالية تخطيطاً مستمراً لأنها تعمل علي نقل وتدقيق المعلومات والخبرات، الأفكار، الآراء و المهارات، القيم و العادات بهدف التواصل والتفاهم بين أفراد التنظيم لأداء المهام و النشاطات بالمنظمة، فنخص الذكر احد هذه المنظمات التي تعكس أوجه الكيان الاجتماعي الاوحي الجمعيات التي تصنف من ضمن مؤسسات المجتمع المدني التي تسعى و بطابعها التطوعي المتحركة بالإدارة الحرة وجمع الجهود لتلبية حاجات الأفراد و تحقيق التنمية الاجتماعية والرقى بمختلف مجالات حياة الفرد من علم و ثقافة، سلوكيات ، المكانة الاجتماعية و غير ذلك. فأصبحت الجمعيات من ابرز و أهم المكملات الاجتماعية و القانونية تعتمدها الدول في تحقيق الرخاء، إلي جانب

القطاع الحكومي. وفي ظل تراجع الدولة في تأديتها لوظائفها و تلبية حاجات المواطن، ولكون الجمعيات جوهر الوعي الحضاري و الرقي الفكري اوجب لها تكييف جهودها لتأدية نشاطات وتفعيل برامج تستجيب لمتطلبات المجتمع و لبلوغ هذه الغايات يجدر الربط مباشرة بين حقيقة التخطيط الاستراتيجي للاتصال و واقع تأدية المهام، فمن أول اهتمامات الإستراتيجية الاتصالية في جانبها العمليتي مساندة وبلوغ أهداف المنظمة و تفعيل نشاطها و أن تستفيد شريحة اكبر من هذه الأخيرة بقدر الإمكان والذي لا يتحقق إلا بتدفق الاتصال و سلامته.

وسنحاول في هذه الدراسة تبيان دور الإستراتيجية الاتصالية في تفعيل النشاط الجمعي في جمعية ذات طابع اجتماعي ثقافي تهدف للمواطنة و دمج فئات المجتمع، و هي جمعية "صحة سدي الهواري" بوهران كنموذج من ضمن آلاف الجمعيات في الجزائر ومن اجل فهم هذه العلاقة و الإيضاح فيها وضمننا لهذا الغرض، أو بالأحرى قسمنا الدراسة إلى ثلاث اطر، قمنا أولاً بتفصيل الجانب المنهجي للدراسة واستحضار الخطوات المنهجية التي تمهد لإتباع المنحي الصحيح للدراسة وعدم تعريضها عن أهدافها. أما الجانب الثاني، فتمثل في الإطار النظري الذي يعتبر أرضية تمهيدية للإطار التطبيقي والعمل الميداني، حيث حولنا الإلمام في هذا الإطار بمجموع المعارف و التراكمية العلمية تلك المتعلقة بمتغيرات الدراسة، والذي اشتمل علي ثلاث فصول: الفصل الأول الموسوم بالإستراتيجية الاتصالية والتخطيط الاستراتيجي للاتصال المتضمن لستة مباحث: تعريف الإستراتيجية الاتصالية و مبادئها، أنواعها، أهميتها، مراحل إعداد الإستراتيجية الاتصالية، طرق و خطوات التحليل لها، وفي الأخير معيقات التخطيط الاستراتيجي. لننتقل للفصل الثاني تحت عنوان "نظرة عامة علي الجمعية كتنظيم" و التي تضمنت هي الأخرى ستة مباحث من التعريف، شروط و خطوات تأسيس الجمعيات، أنواعها الأنشطة والأهداف، معوقات النشاط الجمعي، و العوامل المساعدة علي نجاح العمل الجمعي، و في الأخير الفصل الثالث الذي يحمل عنوان طبيعة الاتصال في الجمعيات، إذ نجد في طياته ستة مباحث كسالفه وهي: مدخل مفاهيمي، أنواع الاتصال في

الجمعيات، وسائل الاتصال، أهداف الاتصال في الجمعيات، نظريات الاتصال و معوقات الاتصال في الجمعيات.

لنيتضمن الإطار الثالث: الجانب الأخير للدراسة، الإطار التطبيقي و الذي تم من خلاله إسقاط ما جاء في الجانب النظري في دراسة وحدة و حالة جمعية "صحة سيدي الهوارى" ، وهران، و الذي يشمل علي لمحة عن الجمعية محل الدراسة (SDH)، مراحل إعداد الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية: حيث اشرنا في المتن إلي أنواع الاتصال و وسائل الاتصال المستعملة بالجمعية، ثم قمنا بتقريغ و تحليل البيانات الميدانية المتحصل عليها بالوسائل البحثية المطبقة. و في الأخير استعرضنا النتائج المتوصل إليها من جزئية و عامة و هي الغرض الأساسي الذي انطلقت من اجله دراستنا و الإجابة علي إشكالية الدراسة.

خطة الفصل:

- 1- إشكالية وتساؤلات الدراسة.
- 2- أسباب اختيار الموضوع.
- 3- أهداف الدراسة.
- 4- أهمية الدراسة.
- 5- نوع الدراسة.
- 6- منهج الدراسة وأدوات جمع المعلومات.
- 7- مجتمع البحث وعينة الدراسة.
- 8- حدود الدراسة.
- 9- تحديد المفاهيم.
- 10- الدراسات السابقة.

1- إشكالية و تساؤلات الدراسة:

يكتنز التاريخ الاتصالي الذي تعاملت معه الأنماط البشرية، العديد من المحطات الزمنية والتي شكلت انعطافات كبيرة من مسيرة التعامل والتفاعل الإنساني بين البشر أنفسهم، سواء كان ذلك على صعيد الأسرة، البيئة المجتمعية، وهذا ما أقرت عليه العديد من الدراسات المختصة في المجال السلوكي الفردي والمجتمعي بالإضافة للعديد من الدراسات الإعلامية الأخرى ، حيث مثلت هذه المحطات عصر ما قبل التاريخ، العصور القديمة، ظهور الطباعة، الأعمار الصناعية إلى ظهور شبكات الاتصال والحاسب الآلي.

حيث يمكن إرجاع أهمية الاتصال في مجالها العام إلى المقدرة على المشاركة والتفاعل مع الآخرين وتبادل الآراء والمعلومات وتزويد من فرص الفرد في الاندماج، البقاء والنجاح ثم كذلك التحكم في الظروف المختلفة المحيطة به، كما نجد أن الاتصال هو عملية استتطاق واستجواب البيئة بمختلف مظاهرها ومتغيراتها لصالح الفرد والجماعة لبلوغ غاياتهم الكبرى تلك المرتبطة بالحاجة سواء كان ذلك بالطريقة المباشرة أو الغير المباشرة ، ما دافع الفرد للتجمع في شكل مؤسسات وتنظيمات سميت في بدايتها بفلسفة العقد الاجتماعي، فتترجم هذه التنظيمات أنساق اجتماعية قانونية، إدارية ذات مجال واضح ومحدد ليستجيب لحاجات سياسية، اقتصادية واجتماعية متأثرا بالنسق الكلي للبيئة.

ومن هنا نميز أحد هذه المنظمات التي تعبر مباشرة عن الاتصال في هدفه الاجتماعي ألا وهي الجمعية، إذ يركز الدارسون في الأنثروبولوجيا الحديثة على الدور المركزي الذي تحتله الحركة الجمعية في المجتمع، حيث تمتلك هذه الأخيرة تنظيما قانونيا عاما وخصا واضحا ومعترفا به من المجتمع، ويفترض فيه عنصر الإستقلال عن إدارة الدولة، وتعمل من خلال هيكل إداري مستقل ومعين، ومن أساسياتها تقديم خدمات للمواطنين سواء أعضاء فيها أو مشاركين، فتساعدهم في التعبير عن آرائهم ومشاركتهم في صنع القرارات المتعلقة بهم، حيث تقوم هذه الجمعيات على العضوية الاختيارية وتوفير

الإطار المنهجي

الرعاية الاجتماعية بكل جوانبها للأفراد و المجتمع كونه عملا تطوعيا دون مقابل مادي، فمنذ التسعينات من القرن الماضي أصبحت الجمعيات محل إهتمام المختصين في السيكولوجيا، والتنظيم والاتصال، خصوصا فيما تعلق بطبيعة هذا التنظيم، خصوصياته وميزة تركيبته الحساسة، وسنخص الذكر أحد هذه التخصصات وهي الاتصال الذي يعبر عن القلب النابض والمحرك للتنظيم، فالإتصال الذي يسري في المنظمة يكون عملية هادفة في إرسال واستقبال المعلومات وتبادل الآراء والتأثير في المواقف والاتجاهات. ولتنظيم هذا الاتصال وجب اعتماد ما يطلق عليه بالتخطيط الإستراتيجي، إذ يعبر على سمات الحياة العصرية التي تفرض التعامل المخطط له مسبقا، وتقليل هامش الخطأ والتعثر، للتنبؤ بمستقبل ومصير المنظمة، فيعبر التخطيط الإستراتيجي في شكله العام عن عملية التركيز على دراسة وفهم العوامل الداخلية والخارجية للمؤسسة، لیتجه صوب عمليات الاستعداد والتهيؤ لمواجهة التغيير والإحتمالات المستقبلية، كما يتعامل مع درجة تعقيد وهرمية المنظمة، ديناميكية النشاط ووتيرته، وما إلى ذلك من العمليات الإدارية : التخطيط، التنظيم،التوجيه،التنسيق والمراقبة، علاوة على ذلك تسيير الموارد الأولية، البشرية، المادية ، المالية و المعلوماتية.

لنجد فضل الاتصال ودوره في استيعاب الأفراد لحياتهم و مسؤولياتهم في طريقة نقل المعلومات والخبرات بين أعضاء الجمعية لفهم المتكافئ و فصل الإدراك الانتقائي وحلزونية المعلومات والاعتراب في المنظمة و التي تعتبر كتهديد مباشر للرسالة الاتصالية سواء تعلق ذلك بالمحيط الداخلي أو الخارجي، ولكي لا تصبح مثل هذه التهديدات حقيقة وجب التخطيط الإستراتيجي المتقن للاتصال فلا يكون بصفة روتينية نمطية تحتكم إليها كل المنظمات بل يكون عاكسا لأهدافها، فأی منظمة تسعى للتفوق في أدائها لضمان بقائها واستقرارها بالمقارنة مع قريناتها، فعليها التخطيط الإستراتيجي في عملياتها الإتصالية إما على المدى القريب، المتوسط أو البعيد، وذلك بغرض الوصول للأداء الأسمى.

فالجمعيات التي نجدها مطالبة بالإستمرارية و النمو في ظل ما يعرف بالقطاع الثالث ويأيده من دور في سد الحاجات .فالحرية النسبية التي تتمتع بها والموارد البشرية المسيرة لها التي تدفعها الإرادة الحرة وكذا الإطار القانوني المنظم لهذه الجمعيات والنسق الإجتماعي وثقافة البيئة كلها متغيرات لا توحى بالأمان ولا توفر أرضاً خصبة للإستمرارية والأداء الفعال وعلى هذا الأساس تتبغى الجمعيات مطالبة بإلمام جهودها للتخطيط الأمثل لجميع مواردها وتفعيل مجموع إمكانياتها للبقاء والإستقرار والذي لا يتأتى إلا بتخطيط الناجح للإتصال.

وفي هذه الدراسة حاولنا إسقاط الجوانب النظرية المهمة بتأطير العملية الاتصالية داخل المنظمات على الواقع الجمعوي في الجزائر، حيث وقع الاختيار على جمعية "صحة سيدي الهواري" بوهران، التي تهتم بالنشاطات الثقافية والرعاية الإجتماعية التي تهدف إلى مساعدة الفئات المهمشة والمحرومة على وجه التحديد، من خلال إكساب الفرد والمجموعات قدرة أكبر على الإنتاج وذلك بالتعليم والتدريس والتنظيم، كما تعتبر من أهم الجمعيات الرائدة في مجال نشر الثقافة الاجتماعية والمواطنة في الجزائر، والقائمة على مبادئ نشر الوعي الحضاري، الحفاظ على الموروث الوطني والدمج الاجتماعي.

ولمعرفة مكانة الإستراتيجية الإتصالية في برامج ونشاطات وأعمال الجمعية، جاءت إشكالية دراستنا مستمدة دعائمها وأهميتها من أهمية الموضوع في حد ذاته، وتم صياغة سؤالها الجوهرى على النحو التالي:

ما هو دور الإستراتيجية الإتصالية في تفعيل النشاط الجمعوي في جمعية صحة سيدي الهواري

بولاية وهران خلال سنة 2019؟

وبهدف الإجابة على إشكالية الدراسة، تم تفكيك السؤال المحوري إلى مجموعة من التساؤلات

الفرعية، جاءت كالآتي:

- ما مدلول الإستراتيجية الإتصالية بجمعية صحة سيدي الهواري بوهران؟

- كيف يساهم التخطيط الإستراتيجي للاتصال في تفعيل نشاط جمعية صحة سيدي الهواري؟
- ما هي الأنشطة الإتصالية البارزة في جمعية صحة سيدي الهواري ؟
- كيف تساهم الإستراتيجية المتبناة في جمعية صحة سيدي الهواري في تقريب نشاطاتها للمواطن؟
- هل يحسن النشاط الإتصالي المتبني بجمعية صحة سيدي الهواري من صورتها الذهنية؟
- كيف يساهم التخطيط الإستراتيجي في تحسين التواصل بين جمعية صحة سيدي الهواري والجمعيات الأخرى؟

- ما هي الصعوبات التي تواجهها جمعية سيدي الهواري في تطبيق الإستراتيجية الإتصالية؟

2- أسباب إختيار الموضوع

إنّ البحوث العلمية والدراسات الأكاديمية يكون محركها الأول دوافع وميولات الطالب التي تقسم في العادة إلى ذاتية وأخرى موضوعية :

أ- الأسباب الذاتية:

1- إهتمامنا الشخصي بالمواضيع المتعلقة بالمجتمع المدني، خصوصا بعد احتكاكنا بنشاطات جمعية "صحة سيدي الهواري" .

2- بحكم انخراطنا في العمل الجمعوي، أردنا زيادة معارفنا ومداركاتنا بمختلف أساليب الاتصال داخل الجمعيات.

3- الإقتناع الشخصي بالمكانة البارزة للجمعيات والرغبة في إنجاز هذه الدراسة للرقى بالعمل الجمعوي.

ب الأسباب الموضوعية:

1- ارتباط الموضوع بعلم التنظيم والاتصال الذي هو تخصصنا الدراسي، وبالتالي تولد الرغبة في إسقاط

ما تم دراسته نظريا بتخصص الاتصال التنظيمي ومدى مطابقته للواقع وذلك باختيار التنظيم الجمعوي.

- 2- قابلية الموضوع للبحث والدراسة معرفيا ومنهجيا.
- 3- ملاحظة وجود نقص في الاتصال، عموما، لدى الجمعيات الناشطة على الأقل في ولاية تيزي وزو، وبالتالي الرغبة في معرفة مدى اعتماد القائمين على الجمعيات في الجزائر على أساليب ووسائل الاتصال في التخطيط وتنفيذ النشاطات.
- 4- ملاحظة وجود نسبة معتبرة من الشباب المنخرطين في العمل الجمعوي، وبالتالي الرغبة في معرفة دورهم في تعزيز عملية الاتصال على اعتبار أنهم عاصروا ثورة المعلومات.

3- أهداف الدراسة:

دراستنا تصبو لتحقيق مجموعة من الأهداف كغيرها من البحوث والدراسات التي تسعى من خلال إتباع أساليب منهجية وطرق علمية إلى بلوغ غايات، يمكن تلخيصها فيما يلي:

1- التعرف على ماهية الإستراتيجية الإتصالية بجميع مفاهيمها ومتغيراتها في جمعية صحة سيدي الهواري.

2- التعرف على دور الإستراتيجية الإتصالية في تفعيل أنشطة جمعية SDH.

3- التعرف على الوسائل الإتصالية التي تستخدمها الجمعية للتواصل مع جمهورها الداخلي والخارجي.

4- تشخيص أهم المظاهر الاتصالية التي تساهم في تحسين العمل الجمعوي.

5- التعرف على كيفية صياغة خطة الإستراتيجية الاتصالية التي تدير وفقها جمعية "صحة سيدي الهواري".

6- الكشف عن المعوقات التي تواجهها الجمعية أثناء تطبيق الإستراتيجية الإتصالية.

4- أهمية الدراسة:

كل دراسة تكتسي أهميتها من مدى حداثتها وجدتها لتقدم بذلك إضافة علمية معرفية أو تطبيقية عملية، ولعل ما يميز بحثنا عن باقي البحوث العلمية هو الاهتمام بدراسة التنظيم الجمعوي في أبعاده الاتصالية،

بالنظر إلى ثلاثة أمور، الأول هو أهمية الالتفات لدراسة الجمعيات كمؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية، والتي تعرف انتشارا واسعا ونموا لافتا للانتباه، إذ يتزايد عدد هذه الجمعيات وأنواعها من سنة إلى أخرى وكذا اهتمام المواطنين في تنشئتهم وتأسيسهم لمثل هذه التجمعات وكيف لها أن تؤثر في المجتمع وهذا ما يجعله مجال خصب وفضاء واسع للبحث، أما الأمر الثاني فيتعلق بالبعد الاتصالي في دراسة الجمعيات، ودوره في تفعيل النشاطات ووضع الخطط والبرامج، خصوصا في ظل الانفتاح الملحوظ على استخدام الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في الترويج لمختلف الأنشطة واستقطاب أكبر عدد ممكن من الجمهور، في حين يتعلق الأمر الثالث بالجمعية كمنظمة فهي بحاجة إلى دراسة في شقها التنظيمي الذي يحركه الاتصال إلى جانب ركائز أخرى.

كما أن أهمية الدراسة تنطلق من أهمية الجمعيات عينها وما تحدثه بفضل نشاطها وكيف لها أن تكون مرآة عاكسة لثقافة المجتمع بالكامل، إذ لا يتأتى هذا الأخير إلا بتفعيل الاتصال وإستراتيجيته، كما هو الحال في المجتمعات الغربية التي تولي أهمية كبيرة للجمعيات التي تجعل من المجتمعات القوة الضاغطة والمحركة نحو التغيير الإيجابي.

5- نوع الدراسة:

تتدرج دراستنا من ضمن البحوث الوصفية التحليلية إذ تستهدف وصف المواقف والأحداث والظواهر وترتكز على جمع الحقائق الدقيقة ورسم الصورة المتكاملة التي تشترط فيها الدقة والواقعية¹ والظاهرة في دراستنا تتعلق بالنشاط الجمعي ودور الإستراتيجية الإتصالية في تفعيله، دراسة حالة جمعية "صحة سيدي الهواري" بوهران.

¹ محمد قاسم، مدخل إلى مناهج البحث العلمي، ط1، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، مصر، بدون سنة النشر، ص60.

كما أنّ البحث الوصفي يهدف إلى جمع البيانات لمحاولة إختبار الفروض أو الإجابة عن تساؤلات تتعلق بالحالة الراهنة لأفراد عينة البحث و هذا النوع من الدراسات يحدد و يقر الظاهرة كما هي أو بما هي عليه ووصف ما هو حادث.¹

6- منهج الدراسة وأدوات جمع المعلومات

كل دراسة علمية تستلزم استخدام منهجا معيناً وأدوات لجمع المعلومات.

أ منهج الدراسة:

قبل الشروع في أي بحث يجدر على الباحث أن يحدد المنهج الذي يتبناه للدراسة ليتأتى بعد ذلك بلوغ الأهداف، إذ يشترط بالضرورة أن يكون متوافقاً مع موضوع الدراسة، وتعددت وتنوعت تعاريف المنهج شكلاً وليس مضموناً ومنها نذكر:

المنهج هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة ، التي تسيطر على العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة².
كما يمكن إعتباره أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار الهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة.³

ويعرفه المعجم الفرنسي: Le dictionnaire encyclopédique 200

"بأنه مجموعة من القواعد والمبادئ والمراحل المنظمة التي تتيح للباحث بلوغ النتائج والأهداف"⁴.

¹ مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي الإعداد الوسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الرواق للنشر والتوزيع عمان، 2002، ص127.

² رجا وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق، 2000، ص129.

³ محمد عبيدات، أبو نصار وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل لنشر عمان، 1999، ص35.

⁴ أحمد عظيمي، منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراة في علوم الإعلام والاتصال، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص12.

وقد أملت علينا دراستنا إختيار منهج "دراسة حالة" الذي يركز على الوحدة الواحدة المتمثلة في جمعية "صحة سيدي الهواري" ودراسة مفردات الجمعية تلك المتعلقة والمشاركة في الإستراتيجية الإتصالية، فدراسة حالة التي تشترط التتبع، التقصي والتعمق تلمسنا فيها الخيار الأمثل لبلوغ نتائج الدراسة، فانتماؤنا للجمعية والفهم في طبيعة الإتصال فيها والفترات الزمنية المقضية بالجمعية كانت عامل قوة لاختيار دراسة حالة.

فمنهج دراسة الحالة، يقوم على الدراسة المعمقة والمركزة والشاملة للمفردة الواحدة أو عدد محدود من المفردات أو الوحدات التي يمكن التعامل مع عناصرها وخصائصها بهذا المنهج، وتعتبر المفردة الواحدة أو العدد المحدود من المفردات هي كل مجتمع الدراسة وليس العينة المختارة كعدد ممثل للمجتمع.¹

ويعتبر منهج دراسة حالة " أسلوبا يؤدي إلى جمع المعلومات والبيانات العلمية المتعلقة بالوحدة سواء كان فردا، مؤسسة أو نظاما اجتماعيا. وهو يقوم على التعمق في الدراسة². كما يعرفه "خالدي الهادي" و "قدي عبد المجيد" بأنه: حالة ينصب فيها إهتمام الباحث على دراسة وحدة معينة ، فردا أو وحدة إجتماعية أو إقتصادية.³

إن منهج دراسة حالة يسمح لنا بتكوين نظرة شاملة عن الحالة التي تدرسها والحالات المشابهة لها، بحيث يؤدي إلى دراسة عدد من الحالات وتصميم البيانات والمعلومات بطريقة سليمة وعلمية. يحتوي منهج دراسة حالة على خطوات عديدة يجب إتباعها وهي:

1- تحديد الظاهرة أو المشكلة أو الحالة المرادة دراستها.

¹ محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية ، ط2، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2006، ص17.

² أعمار بوحوش، محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر، الجزائر، 2007، ص130.

³ أحمد بدر، أصول البحث العلمي و إستخدام مصادر المعلومات ، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص111.

2- تحديد المفاهيم ووضع الفروض العلمية.

3- إختيار العينة الممثلة للحالة.

4- تحديد وسائل جمع البيانات: الملاحظة والمقابلة.

5- جمع البيانات وتسجيلها وتحليلها.

6- إستخلاص النتائج و وضع التوصيات.¹

ب _ أدوات جمع المعلومات.

هي مجموعة من الوسائل والطرق والأساليب المختلفة التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على المعلومات و البيانات اللازمة لإنجاز البحث، وإذا كانت أدوات البحث العلمي متعددة ومتنوعة فإن طبيعة الموضوع أو المشكلة هي التي تحدد نوعية أدوات البحث التي يجب أن يستخدمها الباحث في إنجاز وإتمام العملية.²

فيما يخص أدوات جمع المعلومات التي استخدمناها في هذه الدراسة فهي عديدة ومتنوعة وعلمية ومنها المراجع التي تتمثل في الكتب، الدراسات السابقة، المجالات، المذكرات، القواميس والرسائل. كما استخدمنا أيضا وما يفرضه منهج دراسة الحالة من أدوات وهي: استمارة الاستبيان والمقابلة كأداتين أساسيتين وأوليتين لجمع المعلومات، إلى جانب الملاحظة.

1- الملاحظة:

هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز وفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة وملاحظة تصرفات المبحوثين.³

¹ بهيجة أحمد شيهاب، المدخل إلى الخدمة الإجتماعية، دط، جامعة مطبعة الوصل للنشر، دون بلد النشر، 1982، ص265.

² أحمد بدر، مرجع سابق ذكره، ص 114.

³ مصطفى سيد أحمد، البحث العلمي مفهومه و إجراءاته و مناهجه، ط2، دار الفلاح للطباعة والنشر، العين، 2003، ص42.

كما يمكن تعريفها بأنها عملية مراقبة لسلوك الظواهر والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها وإتجاهها وعلاقاتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف، بقصد تفسير العلاقات بين المكونات والتنبؤ بسلوك الظاهرة.¹

والملاحظة في البحث العلمي هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب المتميز وفق ظروفها الطبيعية، وذلك من أجل مشاهدة الظاهرة المدروسة للتعرف على ظروفها الطبيعية⁽²⁾.

كانت طريقتنا في توظيف الملاحظة علمية مستجيبة لشروط الملاحظة البحثية التي تستلزم إستحضار الموضوعية وعامل تكرار الأمور الملاحظة على متغير الزمن، كذلك إرفاق ملاحظتنا بالتسجيل.

يمكن تقسيم ملاحظتنا إلى ثلاثة تقسيمات مرتبطة بالزمن وهي: قبل الشروع في جمع المعلومات من المبحوثين و أطلقنا عليها تسمية **الملاحظة الأولية الإستطلاعية**، الملاحظة الثانية التي ترجمت مرحلة جمع البيانات من المبحوثين في خطوتي (الاستمارة والمقابلة) والتي سميت **بالملاحظة الفحصية التقييمية**، ثم الملاحظة الثالثة التي عكست المرحلة الأخيرة وهي المعبرة عن النتائج المتوصل إليها والتي مثلناها بتسمية **الملاحظة التفسيرية التحليلية**.

إعتمدنا في دراستنا على الملاحظة بالمشاركة و التي تتضمن وجوب مشاركة الشخص الملاحظ في الموقف الملاحظ، أي أن الملاحظ يتحول من مجرد مراقب (ملاحظة دون المشاركة) إلى مشترك في الأمور أو الحوادث التي يقوم بملاحظتها³.

في الملاحظة بالمشاركة يكون الملاحظ فيها حاضرا حضورا فعليا مباشرا في الموقف الذي يجري، ما يلاحظه من أحداث فيه أو يكون جزءا مما يجري فيه من أحداث.¹

¹ كمال دشيلي، منهجية البحث العلمي، منشورات جامعية، كلية الإقتصاد، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية ، ص 89.

² أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 203.

³ رحيم يونس الغزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار الدجلة لنشر، عمان، 2007، ص151.

قمنا بإدراج الملاحظة بالمشاركة وتلمسنا ضرورة ذلك في جمع المعلومات والحجة في ذلك تكمن في التصديق بحقيقة اقترابنا من عينة البحث واحتكاكنا بها تسنى لنا فهم وجمع معلومات وملاحظة الظاهرة أو العينة في حركتها الطبيعية التلقائية التي تكون نتائجها أقرب إلى المصادقية. كما أن الملاحظة بالمشاركة تمهد لعلاقات الثقة بيننا كباحثين و بين أفراد العينة كمبحوثين، فنتمكن من خلال ذلك الإطلاع والتعرف على أهم المتغيرات وتلمس كل المعلومات والبيانات دون بخل أو تخوف من قبل المبحوثين شرطاً علينا أن نوفر الموضوعية كأسلوب للحكم و التفسير والتحليل دون الوقوع في فخ الذاتية، بحكم الفترات الزمنية المقضية بالجمعية والانتماء إليها.

وامتدت هذه الفترات من:

- 21 ديسمبر إلى 03 جانفي 2019: المشاركة في مشروع "فرصة".
- 23 مارس إلى 08 أفريل 2019: المشاركة في أنشطة مشروع حومتي "
- من 26 جويلية إلى 15 أوت 2019: الحضور والمشاركة في مشروع نية.

2- المقابلة:

يمكن تعريف المقابلة بأنها عبارة عن محادثة موجهة بين الباحث و الشخص المبحوث أو بين أشخاص وآخرون، بهدف الوصول إلى الحقيقة أو موقف معين يسعى الباحث من خلالها تحقيق أهداف الدراسة.²

كما تعتبر المقابلة استبياناً شفويًا و هي أكثر الوسائل الفعالة في الحصول على البيانات والمعلومات الضرورية، وقد تبدو سهلة بالنسبة للشخص الذي لا خبرة له بهذا الأسلوب، غير أن أسلوب المقابلة ليس

¹ مصطفى دمس، منهجية البحث العلمي في التربية و العلوم الاجتماعية، ط1، دار غيداء للنشر و التوزيع، عمان، 2015، ص 112.

² محمد عبيدات، مرجع سابق ذكره، ص 55.

مجرد إلتقاء بعدد من الناس وسؤالهم بعض الأسئلة، وإنما تقوم على أسس وقواعد وعلى دراسة علمية لبلوغ نتائج صحيحة وسليمة.¹

يوجد ترجمتان لكلمة Interview فيطلق عليها أحيانا "إستبار" وتترجم أحيانا أخرى بـ "المقابلة" والكلمتان تشيران إلى وسيلة واحدة لجمع المعلومات. ولها عدة خصائص أساسية وهي:

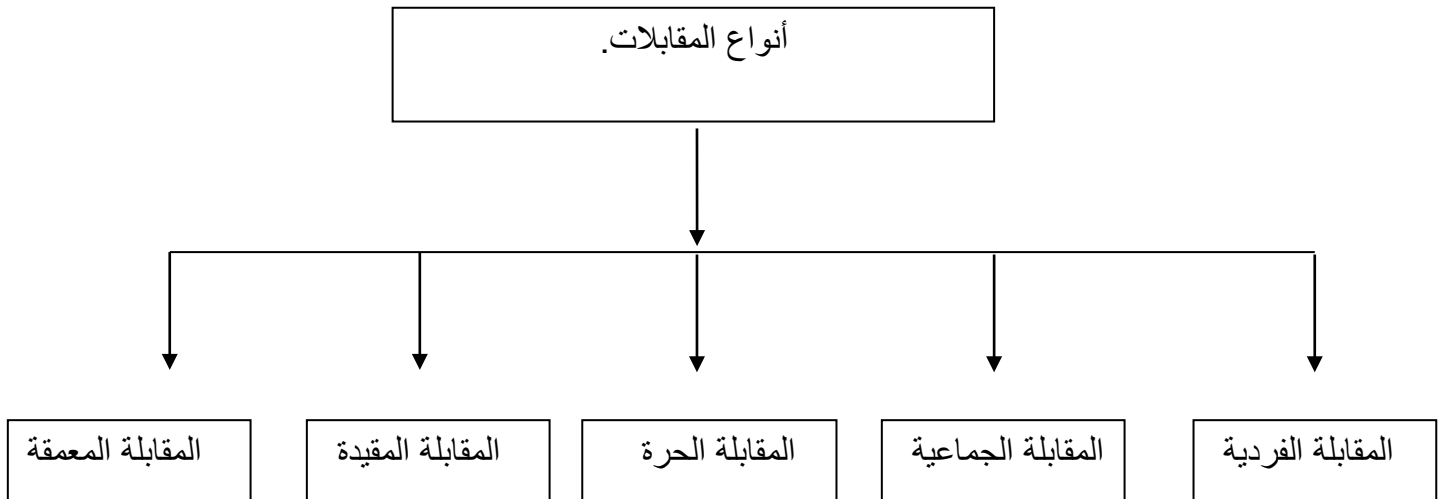
- لا تقتصر المواجهة على التبادل اللفظي فقط، بل تستخدم تعبيرات الوجه، نظرات العيون، الإيماءات والسلوك العام.

- تختلف المقابلة عن الحديث العادي وذلك لأنها توجه نحو أهداف واضحة ومحددة.

- يقوم الباحث بتسجيل الإجابات التي يحصل عليها في نموذج سبق إعداده²

وفيما يلي سنخص بالذكر أنواع المقابلات المستعملة في البحوث في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية في شكلها العام ، وسنلخص ذلك في المخطط التالي:

شكل رقم (01): يمثل أنواع المقابلات



المصدر: محمود الحسين الوادي، علي فلاح الزعبي، أساليب البحث العلمي مدخل منهجي تطبيقي، ط01، دار المناهج

للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 186.

¹ رجاء وحيد دويدري، مرجع سابق ذكره ، ص 325.

² فاطمة عوض صابر، أسس ومبادئ البحث العلمي ، ط1، مكتبة و مطبعة الإشعاع ، مصر، 2002، ص 131.

وفي دراستنا ركزنا وحرصنا على اختيار المقابلة المناسبة، والتي تمكننا من الإلمام بالموضوع والتي تتمثل أساسا في المقابلة المقننة والمقابلة الشبه المفتوحة، و فيما يلي نضع تعريفا لكلا النوعين السالفي الذكر:

- المقابلة المقننة أو المبرمجة:

هي التي تكون أسئلتها محددة و متسلسلة من قبل الباحث ،وبالتالي تطرح نفس الأسئلة في كل مقابلة بنفس التسلسل، حيث يكون لدى الباحث قائمة بالأسئلة التي سيتم طرحها أو مناقشتها ويحاول الباحث عادة التقيد بتلك الأسئلة، إلا أن ذلك لا يمنع من طرح أسئلة أخرى غير مخطط لها إذ رأى الباحث ضرورة لذلك، ويمتاز هذا النوع من المقابلات بسرعة إجراءاتها وسهولة تصنيف وتحليل إجاباتها.¹

- المقابلة الشبه المفتوحة الغير المقننة:

هذا النوع يعطي الحرية أكبر للباحث بطرح السؤال ، بصيغة أخرى الطلب من المستجيب المزيد من التوضيح.²

بعد احتكاكنا المباشر مع أعضاء الجمعية ثم استكشاف أقسام ومكاتب الجمعية والملاحظة الاستطلاعية، ارتأينا إجراء المقابلات مع الأعضاء المسؤولين بالجمعية ومن لهم علاقة مباشرة مع الإستراتيجية الإتصالية بالجمعية التي تمثل موضوع دراستنا وهذه المقابلات قمنا بها مع أعضاء مكتب الجمعية وهم ثمانية (08) أعضاء، وكل واحد له مسؤولية منوطة إليه في الجمعية. واخترنا نوعين لهذه المقابلات هما: المفتوحة والشبه المفتوحة تماشياً مع موضوع الدراسة وكذا الإستجابة لظروف المبحوثين و أنشطة الجمعية ككل، والجدول أسفله يوضح دور المبحوث في الجمعية، زمن و مكان إجراءاتها ونوع المقابلة المستعملة مع كل مبحوث.

¹ ربحي مصطفى عليان، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص105.

² ربحي مصطفى عليان ، نفس المرجع السابق، ص105.

جدول رقم (01): يوضح رزمة إنجاز المقابلات .

إسم و لقب المبحوث	الوظيفة في الجمعية	زمن ومكان المقابلة	نوع المقابلة
كمال بريكسي	رئيس الجمعية.	23 ديسمبر 2018 في مكتبه الخاص.	المقابلة الشبه المفتوحة الغير مقننة.
حواس بلمعلوفي	مدير مدرسة الورشة التابعة للجمعية.	25 ديسمبر 2018 في أحد أقسام مدرسة الورشة.	المقابلة الشبه المفتوحة الغير مقننة .
براهيمي آسيا	النائبة الأولى لرئيس جمعية sdh	29 ديسمبر 2018 في مكتبها الخاص في الجمعية.	المقابلة المبرمجة.
كراشي محمد فاطمة زهراء	مسؤولة عن الإتصال الخارجي والعلاقات العامة.	02 جانفي 2019 في مكتبها الخاص.	المقابلة المبرمجة.
فيصل مفتاح	مسؤول عن قسم السمعي البصري.	28 مارس 2019 في إستوديو السمعي البصري.	المقابلة المبرمجة.
نور كوثر	مسؤولة عن الخلية الإتصالية "الإتصال الداخلي"	04 أفريل 2019 في مكتبها الخاص.	المقابلة المبرمجة.
عبير بلجنة	مسؤولة عن الموارد المالية للجمعية .	28 جويلية 2019 في مكتبها الخاص.	المقابلة المبرمجة.
حنان صنهاجي	مسؤولة عن الإدارة و التنظيم	31 جويلية 2019 في قاعة الإجتماعات.	المقابلة المبرمجة.

المصدر: من إعداد الطالبتين.

ولنفس الغرض وظفنا أربعة "دليل مقابلة" الذي يحمل مجموعة الأسئلة المطروحة، إذ ارتأينا دمج بعض المقابلات في دليل واحد شرط مراعاة مسؤولية المقابل بالجمعية وكذا التوزيع الوظيفي، حيث دمجنا المقابلات كالتالي:

ـ **المقابلة الأولى:** كانت مع السيد "بريكسي كمال" ، رئيس جمعية صحة سيدي الهواري sdh ، والسيد

بلمعلوفي الحواس ،مدير مدرسة الورشة لجمعية " sdh". (أنظر ملحق رقم 01)

_ **المقابلة الثانية:** كانت مع السيدة نور كوتر ، مسؤولة الإتصال الداخلي بالخلية الإتصالية والسيدة كراشي محمد فاطمة الزهراء مسؤولة الإتصال الخارجي والعلاقات العامة بالإضافة السيد مفتاح فيصل مسؤول عن قسم السمعي البصري بالجمعية. (أنظر الملحق رقم 02)

_ **المقابلة الثالثة:** كانت مع السيدة بلجنة عبير ، الأمانة المالية والمسؤولة عن الموارد المالية لجمعية "sdh". (أنظر الملحق رقم 03)

_ **المقابلة الرابعة:** كانت مع السيدة براهيمى آسيا ، النائبة الأولى لرئيس الجمعية و مسؤولة التنظيم بين الجمعيات. وكذا مع السيدة حنان صنهاجي، مسؤولة الإدارة و التنظيم بالجمعية. (أنظر الملحق رقم 04)

3- الإستمارة:

إعتمدنا في جمع البيانات على الإستمارة من أجل الحصول على معلومات إضافية حول موضوع الدراسة ويعرفها الدكتور "عبد الحميد" على أنها أسلوب لجمع البيانات التي تستهدف إستشارة الأفراد المبحوثين بطريقة علمية و مقننة لتقديم حقائق وأراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل الباحث.¹

أثناء تصميم الإستمارة حاولنا مراعاة كافة الشروط اللازمة لإعدادها ، فخصصنا الصفحة الأولى لتوضيح ماهية الدراسة وهدفها ودعوة المبحوثين للإجابة عن الأسئلة بكل موضوعية كون هدفها علمي.

قمنا بإعداد الإستمارة وفق أسئلة لها علاقة مباشرة بالإشكالية المطروحة والتساؤلات الفرعية و ذلك من أجل الوصول إلى نتائج صحيحة، و تم تقديمها للأستاذ المشرف الذي أجرى تعديلات على طريقة صياغة الأسئلة و بعد ذلك عرضناها على ثلاثة أساتذة لتحكيمها وعلى هذا الأساس نتصف إستمارتنا

¹ رجاء وحيد دويدري ، مرجع سابق ذكره، ص325.

بمعيار الصدق والثبات، وتم توزيعها يوم 28 سبتمبر 2019 وذلك خلال انعقاد إجتماع تقييمي في الجمعية بحضور كافة أعضاء المكتب والأعضاء الدائمين والمنخرطين المعنيين.

كما أننا خصصنا شطرا للبيانات الشخصية تلك المتعلقة بالمبحوثين وهذا للإستجابة لسميات الإستمارة العلمية من جهة وجمع المعلومات عن المبحوثين من جهة أخرى، ثم قسمنا الإستبيان إلى ثلاثة محاور أساسية وهي على النحو التالي:

- المحور الأول: واقع وطبيعة الإستراتيجية الاتصالية بجمعية "SDH".
 - المحور الثاني: الإستراتيجية الاتصالية في واقع نشاطات جمعية "SDH".
 - المحور الثالث: صعوبات ومعوقات تطبيق الإستراتيجية الاتصالية بجمعية "SDH"
- وبلغ عدد الأسئلة المطروحة 40 سؤال . (أنظر الملحق 05)

07- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

إن استخدام مجتمع البحث واختيار العينة عبارة عن ظاهرة شاعت في مختلف الدراسات العلمية فلا يمكن للباحث أن يستغني عن هذه الخطوة كونها مهمة ، فعليه أن يختار مجتمع الذي سيجري فيه الدراسة، كما أن الباحث لا يستطيع أن يجري دراسة شاملة لجميع مجتمع البحث فيقوم باختيار عينة من المجتمع الكلي لسهولة الحصول على المعلومات.

أ - مجتمع البحث:

له عدة تعاريف ومنها:

يقصد بمجتمع البحث كامل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة¹.

كما يعد خطوة مهمة من خطوات البحث ، حيث يتطلب من الباحث أن يحدد المجتمع الذي يريد إجراء

الدراسة عليه وهذا له علاقة في تحديد المكان والزمان¹.

¹ محمد عبيدات، أبو نصار و آخرون ، مرجع سابق ذكره ، ص84.

مجتمع البحث يشمل جميع مفردات وعناصر المشكلة أو الظاهرة قبل الدراسة، إذ يكون عبارة عن مجموعة من الأفراد إذا كانت الدراسة تخص الأفراد، أو الأشياء التي تتضمن الخصائص والظاهرة محل الدراسة.²

يتمثل مجتمع بحثنا العام بالنسبة لدراستنا هذه في كل الجمعيات الناشطة في المجال الثقافي الاجتماعي في الجزائر، في حين يندرج مجتمع البحث الخاص في أحد هذه الجمعيات ألا وهي جمعية "صحة سيدي الهواري" بوهران، الناشطة في المجال الثقافي الاجتماعي، ويتمثل مجتمع البحث في مجموع الأقسام والوحدات الناشطة بالجمعية محل الدراسة المتمثل في كل من أعضاء المكتب، الأعضاء الدائمين، والمنخرطين فيها.

ب- عينة الدراسة:

يمكن تعريف العينة على أنها مجموعة جزئية من المجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطريقة مناسبة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي، فالعينة تمثل جزءا من المجتمع الكلي.

وهي ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية، بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا.³

وأثناء اختيار العينة قمنا بمراعاة مجموعة من المتغيرات وهي:

- متغير الجنس: الذي يتمثل في أنثى أو ذكر.

- متغير السن: ويشمل الفئات التالية:

من (20 إلى 29 سنة)، (30 إلى 39 سنة)، (40 إلى 49 سنة)، (50 فما فوق).

¹ نبيل أحمد عبد الهادي، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دط، الأهلية لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص 260.

² لونيس أوقاسي، منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط1، دار الأيام لنشر، عمان، الأردن، 2017، ص 69.

³ ماثيو جيدير، ترجمة ملكة أبيض، منهجية البحث، ط1، بدون دار النشر، دمشق، 2015، ص 28.

ويعود سبب اختيار السن ابتداءً من 20 سنة إلى طبيعة موضوع الدراسة، فمن خلال الملاحظة بالمشاركة والانخراط بجمعية "صحة سيدي الهواري" محل الدراسة فجل الأعضاء الذين يشاركون في إعداد الإستراتيجية يتراوح أعمارهم من 20 سنة فما فوق .

- متغير المستوى التعليمي: ويتمثل في:

قمنا بتوزيع العينة وفق المستويات التعليمية المتمثلة في المستوى الابتدائي، المتوسط، الثانوي والجامعي وذلك لمعرفة دور الذي يلعبه المستوى التعليمي أثناء إعداد وتطبيق الإستراتيجية الإتصالية في الجمعية.

- متغير طبيعة العضوية في الجمعية: والذي قسمناه إلى:

أعضاء دائمون: وهم الموظفون المتواجدين في الجمعية بصفة دائمة ولهم دراية بكل ما يحدث في الجمعية.

المنخرطون: يلعب المنخرطون دورا هاما في الجمعية ولهم صلاحية في المشاركة في مختلف الأنشطة التي تقوم بها.

وفي دراستنا هذه قمنا باختيار عينة غير احتمالية، تمثلت في العينة الحصصية، وهي العينة التي يتم اختيارها من خلال تقسيم المجتمع إلى طبقات أو مجموعات أو مستويات واختيار عدد من الأفراد من كل مستوى بطريقة غير عشوائية وهي تشبه العينة العشوائية الطبقية لكنها تختلف عنها في أن الباحث يختار الأفراد كما يريد دون استعمال الأسلوب العشوائي ودون وضع أي شرط.

وقد اعتمدنا التقسيم الحصصية الذي يعكس مختلف الفئات بالجمعية المشاركة في عملية التخطيط للإستراتيجية الإتصالية، إذ مكنتنا العينة الحصصية من فصل و إلغاء عامل الصدفة حيث مثلت العينة 68 مفردة، منها حصة من أعضاء مكتب الجمعية وبلغ عددهم ثمانية وتم إجراء مقابلات معهم، إضافة إلى حصتين للأعضاء الدائمين والمنخرطين، توزعت على ستين مفردة بالتساوي تم توزيع الاستثمارات عليها، أي 30 تم توزيعها على الأعضاء الدائمين الذين يتواجدون بصفة دائمة في الجمعية و30 من

الإطار المنهجي

المنخرطين وهذا استنادا للمعلومات التي تحصلنا عليها من قبل رئيس الجمعية، أثناء إجراء المقابلة معه حيث أكد أنه يتم إشراك 30 منخرطا في التخطيط الإستراتيجي وحضور كافة الاجتماعات الضرورية التي تستلزم اتخاذ قرارات متعلقة بالجمعية أو بالمشروعات التي تقوم بها"، كما أضاف "بأنه تم إختيار 30 منخرط من العدد الإجمالي للمنخرطين استنادا على مجموعة من المعايير" وهي:

_ تم تكوينهم من قبل الجمعية واحتكوا بها لأكثر من 3 سنوات.

- لهم قدرات وكفاءات في مجال التسيير والتخطيط.
 - تواصلهم مع الجمعية لا يكون فقط أثناء المهرجانات بل الإحتكاك يكون مستمرا و دائما.
- ويعود سبب اختيار المنخرطين إلى أنهم عبارة عن أعضاء فاعلين وناشطين في الجمعية وحسب ملاحظتنا فإن الفرق الوحيد بينهم وبين الأعضاء الدائمين هو أن الأعضاء الدائمين يتلقون أجره وراتب شهري مقابل الأداء عكس المنخرطين الذين لا يتلقون أجره شهرية ولكن يتحصلون على المكافآت مقابل الأداء، على غرار بعثهم إلى خارج الوطن من أجل التكوين والاحتكاك بالجمعيات الأجنبية ذات شراكة مع "SDH"، وهذا لتنمية كفاءاتهم حول طرق وأساليب تسيير الجمعيات.
- والجول الموالي يوضح توزيع العينة حسب الأقسام في الجمعية:

جدول رقم (02) يمثل توزيع العينة حسب الأقسام في الجمعية.

الأقسام	عدد الأعضاء الدائمة	عدد المنخرطين	المجموع
السمعي البصري	2	3	5
الإتصال الداخلي	1	2	3
الإتصال الخارجي والعلاقات العامة	2	2	4
خلية التبادل والتكوين	1	2	3
خلية التراث	1	2	3
خلية الصحة والبيئة	1	2	3
خلية الأنشطة	1	2	3
اللحامة والحدادة	1	2	3
النجارة التقليدية	1	2	3
النحت على الحجر	1	2	3
تقنيات الترميم	1	2	3
السياكة والكهرباء	1	2	3
التربية على المواطنة	1	2	3
التنشيط	1	2	3
نواب الرئيس	2	0	2
سكرتيرة المدير	1	0	1

الإطار المنهجي

2	0	2	الأمين العام
5	1	4	التنظيم والموارد البشرية
1	0	1	الموارد المالية
4	1	4	التنظيم بين الجمعيات
60	30	30	المجموع الكلي

المصدر: من إعداد الطالبتين إستنادا على وثائق جمعية صحة سيدي الهواري.

08- حدود الدراسة:

كل دراسة تحمل إنتماءً زمنياً ومكانياً، وهذا لمراعاة خصوصية وتميز كل دراسة عن أخرى، ودراستنا تحمل من السمات ما يلي:

أ الحدود المكانية:

قمنا بإجراء الدراسة الميدانية في جمعية صحة سيدي الهواري المتواجد مقرها في شارع الإخوة بن عمارة منور، حي سيدي الهواري، بولاية وهران .

ب الحدود الزمنية:

أما فيما يخص المجال الزمني فقد استغرقت مدة إنجاز الدراسة قرابة عام : من شهر سبتمبر 2018 إلى سبتمبر 2019.

09 - تحديد المفاهيم و المصطلحات:

تعد عملية تحديد المفاهيم والمصطلحات مرحلة مهمة في أي دراسة علمية وذلك من أجل تفادي الخلط في الدراسات فيمكن لنفس المفهوم أن يحمل دلالات ومعاني أخرى والتي تؤدي إلى الخروج عن الموضوع وعليه قمنا بتحديدنا على النحو التالي:

1 الإستراتيجية الإتصالية:

أ تعريف الإستراتيجية:

لغة: هي فن من الفنون العسكرية يتناول الوسائل التي يجب الأخذ بها في قيادة الجيوش وهي كلمة مشتقة من اللفظ اليوناني "stratego" والتي تعني قيادة الجيوش¹.

إصطلاحاً: هي تحديد وتقييم المسارات البديلة لتحقيق رسالة أو هدف محدد ثم إختيار البديل المناسب.²

ب تعريف الاتصال:

لغة: في القواميس العربية الإتصال كلمة مشتقة من مصدر " وصل " الذي يعني أساس الصلة وبلوغ الغاية، أما في قاموس أكسفورد فيعرف على أنه نقل وتوصيل وتبادل الأفكار والمعلومات.³

إصطلاحاً: هو العملية التي تهدف إلى تدفق البيانات والمعلومات اللازمة لإستمرار العملية الإدارية عن طريق تجميعها ونقلها في مختلف الإتجاهات داخل الهيكل التنظيمي وخارجه، بحيث تسير عملية التواصل بين مختلف المتعاملين.⁴

¹ المنجد الأبجدي ، ط2، دار المشرق المطبعة الكاثوليكية، بيروت، ص63.

² عيسى السلام أبوقحف، أساسيات الإدارة الإستراتيجية ، دط، دار الجامعية، دون بلد النشر، 1992، ص53.

³ فضيل دليو، الإتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله ، دط، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص15.

⁴ بسام عبد الرحمان مشاقبة ، نظريات الإتصال، دط، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011، ص22.

إجرائيا: هي مجموع عمليات نقل وتبادل المعلومات والبيانات والآراء والخبرات بين المرسل والمستقبل وكذلك التفاعل بشكل مباشر أو غير مباشر بين أعضاء الجمعية الداخلية والخارجية ، سعيا لبلوغ أهداف بعيدة، متوسطة أو قريبة المدى بجمعية "SDH".

ج تعريف الإستراتيجية الإتصالية:

تعتبر الإستراتيجية الإتصالية من بين العوامل المساعدة في عملية تحديد الطرق والوسائل المساهمة في تطبيق وأداء الإستراتيجية العامة للمنظمة، وإذا كانت هذه الإستراتيجية تعد بعدا بالنسبة للإستراتيجية العامة للمنظمة فإن التطورات المتسارعة في مجال التكنولوجيا وفي مختلف الميادين الأخرى، ونظرا للخصائص التي تميز المحيط المتغير للمنظمة جعل الإتصال اليوم جزءا لا يتجزأ من التفكير الإستراتيجي¹

د تعريف الإستراتيجية الإتصالية إجرائيا:

هي مجموع الخطط المدروسة مسبقا والتطلعات ذات الأبعاد الواقعية المتعلقة بشق الإتصال ويكون هدفها بيان الخطوط العريضة وتفاصيل تسيير النشاطات بجمعية محل الدراسة "صحة سيدي الهواري".

2- الجمعية

لغة: يقابلها في اللغة اللاتينية كلمة Association وقد ترجمت هذه الكلمة في اللغة العربية إلى كلمات مختلفة في المبنى، فقد ترجمت إلى "رابطة" و تعني جماعة منظمة تقوم بهدف متخصص ومحدد وفق قواعد².

كما أنها مشتقة من الفعل جمع، يجمع وجمعا للمتفرق ، ظم بعضه البعض ، جمع القلوب أي ألفها فهو جامع³، والجمعية كلمة تعني جماعة من الأشخاص يجتمعون بغرض خاص.

¹ ناصر دادي عدون، الإتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية، دراسة النظرية والتطبيقية، ط1، دار المحمدية لنشر، الجزائر، 2004، ص71.

² محمد عاطف غيت، قاموس علم الاجتماع، دط، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، مصر، 1979، ص29.

³ فتيحة أوهاية، الإتصال الجمعي إشكاليات نظرية، دط، مؤسسة كنوز الحكمة، الأبيار ، الجزائر، 2012، ص34.

إصطلاحا:

تعني كلمة الجمعية جماعة متخصصة ومنظمة تنظيما رسميا تقوم عضويتها على الاختيار الحر للأفراد، من أجل تحقيق هدف معين غير الحصول على الربح المادي.¹

ومن العلماء من يقولون بأنه عندما نظيف كلمة "الطوعية" للمنظمة يصبح معناها جماعة ذات صفة إختيارية مكونة من عدد أفراد لغرض معين غير الحصول على الربح المادي و يخضعون لنظام أساسي يحدد الأهداف والشروط العضوية والإدارة والتمويل.²

إجرائيا : يتجسد مفهوم الجمعية في دراستنا حول جمعية "صحة سيدي الهواري" الكائن مقرها بالحمامات التركية بحي سيدي الهواري بولاية وهران التي تنشط في مجال الحفاظ على الموروث التاريخي والترفيه والثقافة وتفعيل المجتمع في ظل ما يعرف بمدرسة المواطنة.

3- النشاط الجمعي:

لغة: ورد تعريف النشاط في معجم قاموس "المحيط" على أن مصدره من نشط نشاطا ، فهو ناشط ونشيط، طابت نفسه للعمل.

إصطلاحا: النشاط الجمعي هو عمل تطوعي ومنظم تقوم به مجموعة أفراد داخل مؤسسة تسمى نادي جمعية أو منظمة، وقد تختلف في الاسم لكن أهم ما يميزها جميعا هو اجتماع أفرادها حول أهداف مشتركة أو على الأقل متقاربة يعملون جميعا على تحقيقها.³

1 Charles debbasch ,jaque bourdin, les association ,3eme edition,1990,p34.

2(Frederic maatouk , dictionnary of sociology ,academia ,Beirut ,labanon,p23.)

3 فتيحة أوهابة ، مرجع سابق ذكره، ص35.

إجرائيا: هي كل النشاطات التي تتفرد بها جمعية "صحة سيدي الهواري" وكذا التي تكون ذات الطابع النمطي وقاسم مشترك بينها وبين الجمعيات الأخرى، إذ تضع لها برامج سنوية وميزانيات مالية وتكون ذات أهداف إنسانية، إجتماعية.

4 الدور:

لغة: الإضطلاع بمهمة، هو النمط الثقافي المحدد لسلوك الفرد الذي يشغل مكانة معينة.¹
إصطلاحا: هو السلوك المتوقع الذي يرتبط بوضع اجتماعي معين². وهو عبارة عن نمط معين من المعايير فيما يخص سلوك الفرد يقوم بوظيفة معينة والدور هو الذي يحدد السلوك أو يعبر عن الانفعال ويحدد أقوال الفرد.³

إجرائيا:

هو مقدار الفعالية والتأثير المتغير المستقل في المتغير التابع الذي يمثل في حالة دراستنا هذه "النشاط الجماعي في ظل الإستراتيجية الاتصالية".

5 - التخطيط الإستراتيجي:

أ تعريف التخطيط:

لغة: تعد كلمة "تخطيط" مصدرا للفعل خطط يقال: خطط، يخطط، تخطيطا فهو مخطط وإسم مفعول منه مخطط، إذ يقال يخطط مشروعا خاصا به أي يهيئه ويضع له خطة ، والتخطيط لغة يعني وضع خطة مدروسة لنواحي الإقتصادية والتعليمية والإنتاجية وتنفيذ في أجل محدود⁴.

¹ عمار نوي، دور القيادة في إدارة العمل التطوعي الجماعي، مذكرة ماجستير في تنمية الموارد البشرية، قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009، ص24.

² عصمت عدلي، علم الاجتماع الأمني، ط2، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2011، ص 15.

³ وديع ياسين التركي، علم النفس الاجتماعي، ط1، دار وفاء للنشر، مصر، 2012، ص 504.

⁴ إسراء ربحي، مفهوم التخطيط، موقع إلكتروني تم زيارته يوم 16 ديسمبر 2019، على الساعة 11 صباحا.

إصطلاحاً:

عرف التخطيط بأنه أحد العناصر الجوهرية في عملية الإدارة وبالإضافة إلى ذلك فإن التخطيط له أولوية على الوظائف الإدارية الأخرى من تنظيم ، تشكيل ، توجيه ورقابة فهو ينطوي على الاختيار بين البدائل من سبل العمل و توجيهه¹. كما أنه عملية رسم الأهداف التي يراد التوصل إليها خلال فترة زمنية معينة ثم حشد الإمكانيات اللازمة لتحقيق تلك الأهداف وفق أساليب تنظم النتائج².

تعريف التخطيط الإستراتيجي

إصطلاحاً: يعرف على أنه عملية إتخاذ القرارات المستمرة بناء معلومات ممكنة عن مستقبلية هذه القرارات وأثارها في المستقبل ، ووضع الأهداف والإستراتيجيات والبرامج الزمنية والتأكد من تنفيذ الخطط والبرامج المحددة³.

كما أنه يشمل الأهداف والسياسات والخطط الرئيسية بمعنى آخر إستراتيجية المنظمة في مجال نشاطها لتحقيق الأهداف المبتغاة ويمتاز هذا التخطيط بالثبات وعدم التغيير إذ أن قراراته تدوم لفترة طويلة⁴.

7-المجتمع المدني:

إصطلاحاً: هو ذلك المجتمع الذي تنتظم فيه العلاقات بين أفرادها على أساس الديمقراطية، بمعنى أنه المجتمع الذي يمارس فيه الحكم على أغلبية سياسية حزبية تحترم فيه الحقوق المواطن السياسية ، الإجتماعية ،الإقتصادية و الثقافية في حدها الأدنى على الأقل، كما يظم النقابات والجمعيات⁵.

¹ عمر وصفي عقيلي، الإدارة أصول و أسس ومفاهيم، د ط، دار الزهران للنشر والتوزيع ، عمان، 1979، ص166.

² مجيد الكرخي، التخطيط الإستراتيجي المبني على النتائج، د ط، الريان لنشر والتوزيع، الدوحة، قطر، 2014، ص36.

³ محمد جادرب، التخطيط الإستراتيجي، منهج لتحقيق التميز التنافسي، د ط، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2016، ص90.

⁴ زيد منير، الإستراتيجية الحديثة ، في إدارة التخطيط و التطوير، ط1، دار المعتر للنشر والتوزيع، عمان ، 2017، ص23.

⁵ ليلي علي، مجتمع المدني العربي قضايا المواطنة وحقوق الإنسان ، ط2، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة، مصر، 2013، ص

إجرائياً: نعني به جمعية صحة سيدي الهواري ، والتي تمثل أحد أوجه المجتمع المدني الذي يترجم بالجمعية التي تحمل سمات غير ربحية ، خيرية وتطوعية.

8- العمل التطوعي:

التطوع لغة: من الطاعة والتطوع، كذا يعني تحمله طوعاً، وتطوع له يعني تكلف إستطاعته حتى يستطيع، والتطوع هو ما تبرع به الإنسان من ذات نفسه مما لا يلزمه، والتطوع في اللغة العربية يعني الزيادة في العمل ويعني التبرع بالشيء.¹

العمل التطوعي إصطلاحاً: هو المجهود القائم على مهارة وخبرة معينة والذي يبذل عن رغبة واختيار بغرض أداء واجب إجتماعي وبدون توقع مقبل مالي².

كما أنه القيام بأعمال الخير وإيصال المنافع إلى الغير من دون مقابل مادي أو عائدي دنيوي محسوس بل طمعاً في رضى الله وكسب الثواب ، وتحقيق القيم الإنسانية.³

إجرائياً: نقصد بالتطوع هنا جهود المنخرطين والمتطوعين والأعضاء الدائمين التي تسعى من خلالها الجمعية لترقية المجتمع في سياقاته المختلفة وتكون هذه الجهود إرادية طوعية دون مقابل مادي من طرف جمعية "SDH".

10- الدراسات السابقة:

قبل الانتقال إلى الإطار النظري والشروع في بناء تعاريفه يجدر بنا الوقوف في خطوة من خطوات المنهجية التي تكون كهزمة وصل بين الشط المنهجي والنظري ألاهي الدراسات السابقة التي تعبر عن

¹ فهد سلطان السلطان، إتجاهات الشباب الجامعي نحو العمل التطوعي، بحث منشور، مكتبة التربية لدول الخليج العربي، 2009، ص13.

² علي أحمد العمرى، مفهوم الخدمة التطوعية ومجالاته، بحث منشور مقدم لمؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالسعودية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 1997، ص19.

³ فهد سلطان السلطان، مرجع سابق ذكره، ص12.

الإطار المنهجي

التراكمية المعرفية وهي من بين الخطوات الأساسية التي تركز عليها البحوث العلمية ، وعلى هذا الأساس سنقوم بعرض مجموعة من الدراسات السابقة التي إعتدنا عليها، وهي على النحو التالي:

الدراسة الأولى:

دراسة قامت بها كل من الطالبتين "أحلام محمد شريف" و"ريم بومجان" تحت عنوان دور الاتصال في تحسين أداء الجمعيات، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.

تمحورت إشكالية الباحثتين حول أهمية الإتصال في المؤسسات والدور الذي يؤديه في تحقيق التوازن وبلوغ الأهداف المسطرة ، وقامتا بإسقاط فعالية الاتصال في المنظمات على العمل الجماعي والتطوعي والبحث عن مكانته في قلب الجمعيات، وكان السؤال الجوهرى كما يلي:

ما هو دور الإتصال في تحسين أداء الجمعيات محل الدراسة؟

ولإتمام جميع جوانب الدراسة وضعنا مجموعة من التساؤلات الفرعية المتمثلة في :

__ ما مدى أهمية الإتصال في الجمعيات محل الدراسة؟

__ ما طبيعة الإتصالات السائدة في جمعيات محل الدراسة؟

__ ما هي الوسائل والأساليب الأكثر إستعمالا في جمعيات محل الدراسة؟

تم الإعتماد على المنهج الوصفى التحليلي وذلك لوصف الإتصال في الجمعيات وتحليل الظاهرة وإستخدام الأدوات التي تتماشى مع هذا المنهج والمتمثلة في الإستمارة والتي تم توزيعها إلكترونيا بواسطة google drive وثلاث المقابلات .

أما مجتمع البحث فهو كل الجمعيات الموجودة على مستوى ولاية أم البواقي: جمعية يس تربية ودين، جمعية ناس الخير، جمعية الإرشاد والإصلاح، وجمعية فرسان الخير. أما العينة فقد كانت 60 مفردة وذلك عن طريق المسح الشامل على أعضاء الجمعيات السالفة الذكر .

توصلتا إلى مجموعة من النتائج ومنها:

_ للاتصال مكانة وأهمية ودور فعال في أغلب الجمعيات واتضح ذلك من خلال إجابات المبحوثين المتمثلة في 62,8% أنه يوجد قسم خاص بالاتصال.

_ يساهم الإتصال في تحسين أداء الجمعيات من خلال التعريف بالجمعية .

_ يواجه أداء الجمعية العديد من العوائق من بينها نقص التمويل بنسبة 42%.

_ تتم طريقة إنجاز المهام والنشاطات في الجمعية في شكل مشاور بنسبة 83%

المقارنة بين هذه الدراسة و دراستنا :

أوجه الاختلاف:

فيما يخص أوجه الاختلاف فمن خلال دراستنا نسعى إلى الكشف عن كيفية التخطيط الإستراتيجي للاتصال في جمعية SDH ومختلف الأساليب المعتمدة لتجسيد الأهداف المسطرة من قبل، واعتمدنا على منهج دراسة حالة للوصول إلى نتائج دقيقة الذي يدرس الاتصال بشكل أوسع وأدق وكيفية التخطيط له، ومعمقة حول جمعية واحدة جمعية "صحة سيدي الهواري" بالمقارنة مع دراسة "أحلام" التي وضفتا فيه منهج الوصفي التحليلي للإستجابة لتعداد الجمعيات التي لا يمكن تطبيق منهج دراسة حالة، كما أن دراسة الباحثان فهي متعلقة بالاتصال فقط.

أوجه التشابه:

تلتقي دراستنا بهذه الدراسة السابقة من جوانب عديدة بحيث كلتاهما مرتبطتان بالجمعية وطبيعة الإتصال فيها وكيف يساعد على جذب المتطوعين والممولين ، وطبيعة الأنشطة الجمعية تلك المرتبطة بالإتصال والتي تساهم في تحسين الصورة الذهنية المكونة لدى جمهورها.

كيفية الإستفادة من هذه الدراسة.

حديثاً عن الإستفادة من هذه الدراسة السابقة ، فقد ساعدتنا في إختيار زاوية معالجة موضوعنا والحصول على معلومات جد قيمة فيما يتعلق بالإتصال الجمعي ونشأة الجمعيات بصفة عامة ، كما ساعدتنا في تحديد بعض أسئلة الإستمارة.

الدراسة الثانية:

دراسة الباحثة "فاطمة الزهراء زياد" تحت عنوان "الصورة الذهنية للجمعيات الخيرية لدى جماهيرها الخارجية"، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والإتصال، تخصص إتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي 2017.

أشارت الباحثة في إشكالياتها إلى أن طبيعة الصورة الذهنية المكونة لدى الجمهور الخارجي للجمعية هي التي تساعد في بناء الخطط و الإستراتيجيات وممارسة العمل الجمعي إذ طرحت السؤال الجوهرى التالي:

ما هو واقع الصورة الذهنية لجمعية الفرقان لدى جماهيرها الخارجية؟

وتفرع إلى عدة تساؤلات ومنها:

__ ماهي مصادر تكوين الصورة الذهنية لجمعية الفرقان لدى جماهيرها الخارجية ؟

__ ما هي الأنشطة التي تساهم في تكوين الصورة الذهنية لجمعية الفرقان ؟

__ ما هي المشاكل والعوائق التي تحول دون تكوين ذهنية عن الجمعية؟

الإطار المنهجي

إعتمدت الباحثة في الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يهدف إلى دراسة الظاهرة من ناحية الخصائص والعناصر المكونة لها وتتبع سيرورتها ،وتم دراسة الأبعاد المكونة لصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي للجمعية.أما أدوات جمع المعلومات فهي الملاحظة، المقابلة المقننة و الإستمارة .

وفيما يخص مجتمع البحث للدراسة فتمثل في جميع المستفيدين من الخدمات المقدمة من طرف جمعية "الفرقان" والذين يلجئون إلى هذه الجمعية لتلبية مختلف إحتياجاتهم. وقامت الباحثة بإختيار عينة طبقية كونها تتلاءم مع طبيعة الموضوع و مع مجتمع البحث واشتملت العينة على 50 مفردة وتم تقسيمها حسب المتغيرات التالية الجنس و الحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي والمادي .

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة من خلال الدراسة ما يلي :

_ أهم مصادر تكوين الصورة الذهنية للجمعية كانت من مختلف الأنشطة التي تقوم بها مع جماهيرها المستفيدين من خدماتها .

_ كشفت الدراسة أيضا أنّ الجمهور المستفيدين هم راضون عن الأنشطة التي تقوم بها الجمعية بنسبة كبيرة.

_ بينت الدراسة على أنّ الإتصال الشخصي والمباشر هو من أبرز أساليب التي تعتمد عليها الجمعية لتكون صورة حسنة عنها لدى جمهورها الخارجي.

_ أظهرت الدراسة أنّ جمعية الفرقان تركز على الأنشطة صحية و دينية و تتعامل مع كبائر السن و الدكاترة و تعزز الإتصال المباشر وهذا ما أدى بها إلى إهمال التفاعل عن طريق مواقع التواصل الإجتماعي.

المقارنة بين هذه الدراسة و دراستنا:

أوجه الاختلاف:

تختلف دراستنا عن هذه الدراسة السابقة في العديد من النقاط ، فنحن ركزنا على دور الإستراتيجية الإتصالية في تفعيل النشاط الجموعي والبحث عن مختلف الأساليب الإتصالية التي تستخدمها جمعية SDH أثناء التخطيط وركزنا على الجانب الداخلي للجمعية إذ مجتمع بحنا هم أعضاء الجمعية اللذين يشاركون في إتخاذ القرار، والعينة كانت قصدية في حين دراسة الباحثة "فاطمة الزهراء" تمثلت في دور الأنشطة التي تقوم بها جمعية الفرقان في تحسين الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي. وركزت على أنواع الأنشطة الجموعية ومدى تفاعل الجمعية مع الجمهور الخارجي وتمثل مجتمع البحث في جميع المستفيدين بالجمعية والعينة كانت طبقية.

أوجه التشابه:

رغم وجود عدة أوجه إختلاف بين الدراستين إلا أنهما تلتقيان في العديد من النقاط بحيث كلتا الدراستين مرتبطتين بالإتصال بالدرجة الأولى فحديثا عن الصورة الذهنية للجمعية والتخطيط الإستراتيجي لهما علاقة مباشرة بالتفاعل والتواصل ، كما أن الدراستان متعلقتان بالجمعية وتم إستخدام نفس الأدوات لجمع المعلومات.

كيفية الإستفادة من هذه الدراسة.

ساعدتنا هذه الدراسة في الجانب النظري خاصة في الفصل الثالث المتعلق بالعمل الجموعي فمن خلال الإطلاع على محتوى هذه الدراسة حصلنا على مجموعة من المعلومات المتعلقة بالعمل التطوعي. كما أننا إستندنا إليها في تعديل سؤال الإستمارة حول الصورة الذهنية.

الدراسة الثالثة:

دراسة قامت بها الباحثة "نور الهدى بركاني" تحت عنوان **العمل التطوعي الجماعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي** "دراسة وصفية تحليلية لمنشورات صفحة ناس الخير عبر الفايسبوك" مذكرة ماستر أكاديمي، شعبة العلوم الاجتماعية والإنسانية، فرع العلوم الإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة وإعلام إلكتروني، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي، الجزائر لسنة 2016.

تمحورت الإشكالية حول متغيرين أساسيين وهما مواقع التواصل الاجتماعي والعمل التطوعي بإعتبارهما عالمين مختلفين، عالم إفتراضي وعالم واقعي ، وسلطت الباحثة الضوء على جمعية ناس الخير بعين البيضاء والتي أنشأت صفحة عبر الفايسبوك تنشر فيها مختلف الأنشطة التي تقوم بها، ومن خلال تلك المنشورات تمكنت الباحثة من معرفة كيفية تناول مواقع التواصل الاجتماعي العمل التطوعي وعليه طرحت السؤال الجوهرى التالي: **كيف تناولت صفحة الفايسبوك ناس الخير العمل التطوعي ؟**

وتفرع السؤال الجوهرى إلى عدة تساؤلات ومنها:

_ كيف تقدم الجمعية الخيرية ناس الخير عين البيضاء شكل محتوى الإتصالي عبر صفحة الفايسبوك؟

_ ما هي الأساليب الإقناعية التي إعتمدتها الجمعية الخيرية ناس الخير عين البيضاء عبر الفايسبوك؟

_ ما هي أهم المواضيع التي تناولت منشورات جمعية ناس الخير عبر الفايسبوك؟

_ ما هي الأهداف التي ترمي الجمعية الخيرية ناس الخير عين البيضاء إلى تحقيقها من خلال صفحة

الفايسبوك؟

في هذه الدراسة تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي ساعد الباحثة على تحليل وتفسير البيانات لإستخلاص دلالتها كميا وكيفيا بهدف الوصول إلى نتائج نهائية ، ومن الأدوات التي إعتمدت عليها الباحثة:المقابلة، إستمارة تحليل المضمون والمحتوى.

أما فيما يخص مجتمع البحث فهو جميع الأعمال التطوعية المنشورة في صفحة الفايسبوك الخاصة بجمعية ناس الخير عين البيضاء، وعليه إختارت عينة العشوائية المنتظمة ولكثرة المنشورات وضيق الوقت إختارت الباحثة 36 منشورا.

وفي الأخير توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج وذلك بعد تحليل الجداول كميا وكيفيا ومنها

نذكر:

_ إتمدت صفحة ناس الخير عين البيضاء في مواضيعها على الوسائط المتعددة.

_ إتمدت على الأساليب الإقناعية والمتمثلة في الإستمالات العاطفية من أجل إستقطاب أكبر عدد ممكن من المتطوعين .

_ تعددت وتنوعت مضامين المنشورات صفحة ناس الخير عين البيضاء بمختلف توجهاتها سواء كانت إنسانية أو توعوية أو دينية.

المقارنة بين هذه الدراسة و دراستنا:

أوجه الاختلاف:

من عنوان الدراستان يظهر الاختلاف الموجود بينهما ، بحيث "نور الهدى" ركزت على الدور الذي تلعبه صفحة الفايسبوك الخاصة بجمعية "ناس الخير" في إستقطاب المتطوعين وزيادة من العمل الجماعي وعالجت العمل التطوعي من زاوية مخالفة لدراستنا التي ركزنا فيها على الجانب الداخلي للجمعية ومحاولة معرفة دور الإستراتيجية الإتصالية في تفعيل العمل الجماعي من ناحية التخطيط والإتصال والتنظيم. كما أن هناك إختلاف من ناحية المنهج والمجتمع البحث وعينته.

أوجه التشابه:

رغم الاختلاف في الشكل إلا أنَّ كلتا الدراستان متعلقتان بالعمل الطوعي ودور الإتصال فيه فلا إستراتيجية الإتصالية تشمل الجانب الداخلي والخارجي للجمعية إذ تلتقي الدراستان في نقطة مهمة وهي الأساليب التي تستخدمها الجمعية في إستقطاب المتطوعين .

كيفية الإستفادة من هذه الدراسة.

ساعدتنا هذه الدراسة في الحصول على معلومات جد مهمة حول النظام القانوني للجمعيات وكيف يتم تسييرها ومعرفة دور المواقع التواصل الإجتماعي في تعزيز العمل التطوعي. كما استفدنا من خلال دراسة "نور الهدى بركاني" على الكم المعرفي في الجانب النظري وكذا التراكمية المعرفية ليتسنى لنا الإلمام بالعمل الجماعي ككل والوقوف عند محطة خصوصية هذا التنظيم.

الدراسة الرابعة:

دراسة الباحث "حسن سعيدات" تحت عنوان دور وسائل الإعلام "الإذاعة" في تفعيل المجتمع المدني في الجزائر، دراسة وصفية تحليلية، مذكرة ماستر أكاديمي، شعبة العلوم السياسية، تخصص تنظيمات سياسية وإدارية، ورقلة، سنة 2016.

تمحورت إشكالية الباحث حول الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام المستقلة والحرّة في تدعيم ونشر أفكار المجتمع المدني وجعله قويا وفعالا ، وركز الباحث على قوة السلطة في فرض قوانين على هاذين العالمين إذ لا يمكن أن يمارسا مهامهما ويؤديا وظائفهما إلا في ظل وجود قضاء مستقل ونزيه يحميها من بطش السلطة. وكان السؤال الجوهرى على النحو التالي : كيف تساهم وسائل الإعلام في ترقية

المجتمع المدني وما طبيعة العلاقة الموجودة بينهما؟

ومن بين التساؤلات الفرعية نذكر :

_ ما هو مفهوم مجتمع المدني ووسائل الإعلام؟

_ ما هي وظائف وسائل الإعلام؟

_ ما العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع المدني؟

_ ما هي العراقيل التي تواجه المجتمع المدني؟

بنيت الدراسة على المنهجي الوصفي و دراسة حالة، فلأول من أجل تفسير المعلومات والحصول على نتائج عملية وتفسيرها بطريقة موضوعية والثاني من أجل التعمق في حالة واحدة والوصول إلى نتائج أكثر دقة، أما فيما يخص الأدوات فتتمثل في الأطر الدستورية والنصوص القانونية، المقابلات والاستبيان. توصل الباحث إلى عدة نتائج ومنها:

_ الإذاعة الجهوية تساهم في دعم المجتمع المدني من خلال الترويج لقضاياها كترسيخ ثقافة العمل الجماعي.

_ ترقية المجتمع المدني لا تتم إلا في وجود وسائل الإعلام.

_ قوة الصحافة هي القوة الداعمة للمجتمع المدني.

المقارنة بين هذه الدراسة و دراستنا:

أوجه الاختلاف:

عالج الباحث في هذه الدراسة السابقة المجتمع المدني بصفة عامة وركز على وسائل الإعلام وبالخصوص الإذاعة في تفعيله ومساعدته في نقل ثقافته للجمهور المستهدف دون تقييد من طرف السلطة وبحث عن العلاقة الموجودة بين وسائل الإعلام و المجتمع المدني، وهنا يظهر الاختلاف البارز بين الدراستين بحيث في دراستنا ركزنا على الجانب الداخلي للجمعية من ناحية التخطيط الإستراتيجي للإتصال والكشف عن مختلف وسائل الإتصال المستخدمة أثناء التخطيط للأنشطة، فركزنا على أحد منظمات المجتمع المدني وهي الجمعيات عكس دراسة حسين سعيدات الذي جمع منظمات المجتمع المدني.

أوجه التشابه:

تلتقي الدراستان في نقطة مهمة تتمثل في كون كلتا الدراستين مرتبطتين بالإتصال والعمل التطوعي وتم الإعتماد على نفس الأدوات لجمع المعلومات .

كيفية الإستفادة من هذه الدراسة.

ساعدتنا هذه الدراسة في فهم الإطار القانوني للجمعيات وكيف يتم إنشاؤها ومختلف المراحل التي تمر بها قبل التأسيس كما كونا نظرة شاملة عن المجتمع المدني وهذا ساعدنا في بناء الإشكالتطوية . كما مكنتنا هذه الدراسة من التأكد حول وجود علاقة وثيقة بين العمل التطوعي الجماعي وسلامة الإتصال وقوته، مما مكننا من بناء معالم بحثنا على مسلمات تمثلت في كلما فُعل الإتصال بالشكل المناسب كلما واصلت الجمعية في النمو والإستمرارية.

الدراسة الخامسة:

دراسة قام بها الباحث "ياسر علي الشهري" تحت عنوان الأنشطة الإتصالية في المؤسسات الخيرية السعودية" رسالة دكتوراة 2، مركز الدولي للأبحاث والدراسات ، السعودية سنة 2011. إنطلقت الدراسة من إشكالية تمحورت حول أساليب تخطيط وتنفيذ الجهود الإتصالية لتسويق القيم العمل الخيري في المملكة العربية السعودية ومعرفة مدى فعالية هذا العامل في تسويق قيم العمل الخيري وقسم الباحث دراسته إلى مجموعة من الأسئلة وذلك حسب الجانب النظري و التطبيقي منها نذكر: تساؤلات الجانب النظري:

_ ما طبيعة العمل الخيري في المملكة العربية السعودية؟

تساؤلات الجانب التطبيقي:

_ ما مفهوم الجهود الإتصالية لتسويق العمل الخيري في إطار التنمية الإجتماعية؟

_ ما الأهداف العامة للجهود الإتصالية لتسويق قيم العمل الخيري؟

__ ما طبيعة الوسائل والأساليب المستخدمة في تسويق العمل الخيري؟

تصنف دراسة الباحث ضمن الدراسات الوصفية بحيث إعتد على المنهج الكيفي في الجانب النظري لتفسير المعلومات كيفيا. والكمي من أجل تحليل النتائج بواسطة أرقام.

ومن بين الأدوات التي إستخدمها :المقابلات ، الإستمارة ،الصدق والثبات ، أما فيما يخص مجتمع البحث فتمثل في المؤسسات الخيرية في المملكة العربية السعودية والتي تم تسجيلها في وزارة الشؤون الإجتماعية، وفيما يخص العينة فكانت عشوائية من أصل 4010 مؤسسة المقسمة على النحو التالي 370 جمعية ، 36 مؤسسة محلية ،4 مؤسسات دولية.

توصل الباحث إلى عدة نتائج ومنها:

__ الإتصال في المؤسسات والجمعيات يتطور تطورا ملحوظا نحو مفاهيم الإتصال و تسعى الجمعيات من خلال الإتصال كسب رضى الجمهور .

__ جميع المؤسسات وجمعيات العينة تستخدم أنشطة الإتصال التسويقي ،العلاقات العامة، الإعلان والإتصال الشخصي بمتوسطات مرتفعة.

__ كشفت الدراسة أن هناك مجموعة من العوامل التي تدعم الوصول إلى مرحلة البدء الفعلي في الأخذ بنظرية التسويق الإجتماعي،من خلال أبرز تطبيقاتها المتمثلة في مفهوم الإتصال في المؤسسات والجمعيات .

المقارنة بين هذه الدراسة و دراستنا:

أوجه الاختلاف:

ركز الباحث في هذه الدراسة على التسويق الإجتماعي في المؤسسات الخيرية والدور الذي يلعبه الإتصال في تحسين الأداء و زيادة الأنشطة و بلوغ الأهداف المرجوة، ومن أجل تحقيق ذلك قام بإختيار عينة عشوائية من المجتمع الكلي الذي يحتوي على 4010 مؤسسة و ذلك في المملكة العربية السعودية.

بينما دراستنا تتمثل في دور الإستراتيجية الإتصالية في تفعيل الأداء الجموعي في الجزائر، واخترنا أن ندرس دراسة واحدة جمعية "صحة سيدي الهواري" من أجل التعمق والوصول إلى نتائج دقيقة. كذلك نجد الباحث "ياسر" ركز على الأنشطة الإتصالية بالجمعيات وهي الغاية الكبرى في بحثه وهذا ما يتجلى في العنوان "الأنشطة الإتصالية في المؤسسات الخيرية" عكس دراستنا التي اعتبرنا فيها الإتصال وسيلة وليس غاية فكيف للاتصال دورا دورا في تفعيل النشاط الجموعي وهذا ما يظهر من عنوان دراستنا.

أوجه التشابه:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في الاهتمام بالنشاط الجموعي والتطوعي، ودور الاتصال في تفعيله وتحسينه، والكشف عن مختلف الأساليب الإتصالية المستعملة من قبل الجمعيات، وكذا تعتبر كلتا الدراستين من بين الدراسات الوصفية.

كيفية الإستفادة من هذه الدراسة.

ولقد استفدنا من ناحية الإطار المنهجي وذلك في تحديد المصطلحات والمفاهيم، والحصول إلى نظرة شاملة حول الأنشطة الاتصالية في المؤسسات التطوعية. كما تمكنا من خلال هذه الدراسة جمع منسوب كافي من المعلومات حول طبيعة العمل الجموعي وأسلوبها في الإتصال خارج حدود الوطن وفي متغيرات بيئة ونسق اجتماعي مخالف، كما تعرفنا من خلال هذه الدراسة مدلول التسويق الإجتماعي ودور الإتصال في ذلك.

تمهيد :

لم يعد هناك مجال للحديث على المجتمعات المعاصرة وما يميز نشاطها، سواء تعلق ذلك بالإقتصاد السياسة أو المجتمع دون الوقوف على السرعة، الحركية ، الفعالية و الإنتشار .فأصبحت هذه المتغيرات الأربعة مطلب أي منظمة، تركا لفوارق الحجم ،النطاق و السياسة المسيرة لها ، فأصبحت المؤسسة مطالبة بالإستجابة لمتطلبات البيئة ومرافقة لمستجدات العصر ، وإلا فكان مصيرها الفشل الذريع ولا تكون هذه الإستجابة بطريقة عشوائية يملها الحدس أو بصورة النمطية المعتادة . فأغلبية المؤسسات العظمة والناجحة هي تلك المعترفة بأهمية الإستراتيجية و التخطيط الإستراتيجي ، الذي يحمل في طياته أسلوب التبسيط و التوضيح و الفهم العميق للمنظمة ومحيطها بعد دراسة الفرص و التهديدات لإستغلالها لصالحها، ففي النهاية النجاح هو الغاية الكبرى لأي تنظيم ، فالإستراتيجية نتيجة لتخطيط الإستراتيجي ومن هنا سنتطرق في هذا الفصل إلى مفهوم الإستراتيجية الإتصالية ومبادئها ، أنواع ومراحل إعدادها ثم سنرى طرق وخطوات التخطيط الإستراتيجي لننهي الفصل بمعيقات التخطيط الإستراتيجي للإتصال .

المبحث الأول: تعريف الإستراتيجية الاتصالية ومبادئها:

قبل التطرق إلى تحديد مفهوم الإستراتيجية الاتصالية يجدر بنا الوقوف على مصطلح الإستراتيجية والإشارة إلى مفهومه وأصوله.

❖ أولاً: مفهوم الإستراتيجية:

تعرف على أنها مجموعة من الإمكانيات العملية المستعملة بترابط فيما بينها لتحقيق بعض الأهداف ضد بعض الخصوم، والخصوم في ميدان التسويق هم المنافسون المباشرون أو الغير المباشرين⁽¹⁾ كما عرفها "ألفرد شاندلر" بأنها تمثل سواء إعداد الأهداف والغايات الأساسية للمؤسسة أو إختيار خطط العمل وتخصيص الموارد الضرورية لبلوغ الغايات.²

وحسب Jouch gleuvk فهي خطة موحدة وشاملة ومتكاملة تربط المنافع الإستراتيجية للمنظمة بالتحديات البيئية والتي تبقى لتأكيد تحقيق الأهداف الأساسية للمنظمة من خلال التنفيذ المناسب كما أن الإستراتيجية عبارة عن تخصص في صنع أو قياس نموذجاً مختلفاً للذكر: تقترح مرافقة القادة في قراراتهم عن طريق الأدوات الإرشادية أو التفسيرية.³

أما الأستاذ "روبرت بوسكي": فيرى بأن مصطلح الإستراتيجية هو مصطلح معروف منذ عقدين من الزمن، لكن رغم ذلك لم يتم الإتفاق حول تعريف موحد، فكل تعريفه الخاص عن الإستراتيجية. فهي عبارة عن مجموعة من القرارات والأفعال المتعلقة بالخيار حول الوسائل، وترابط الموارد بغرض الدخول إلى الهدف⁴

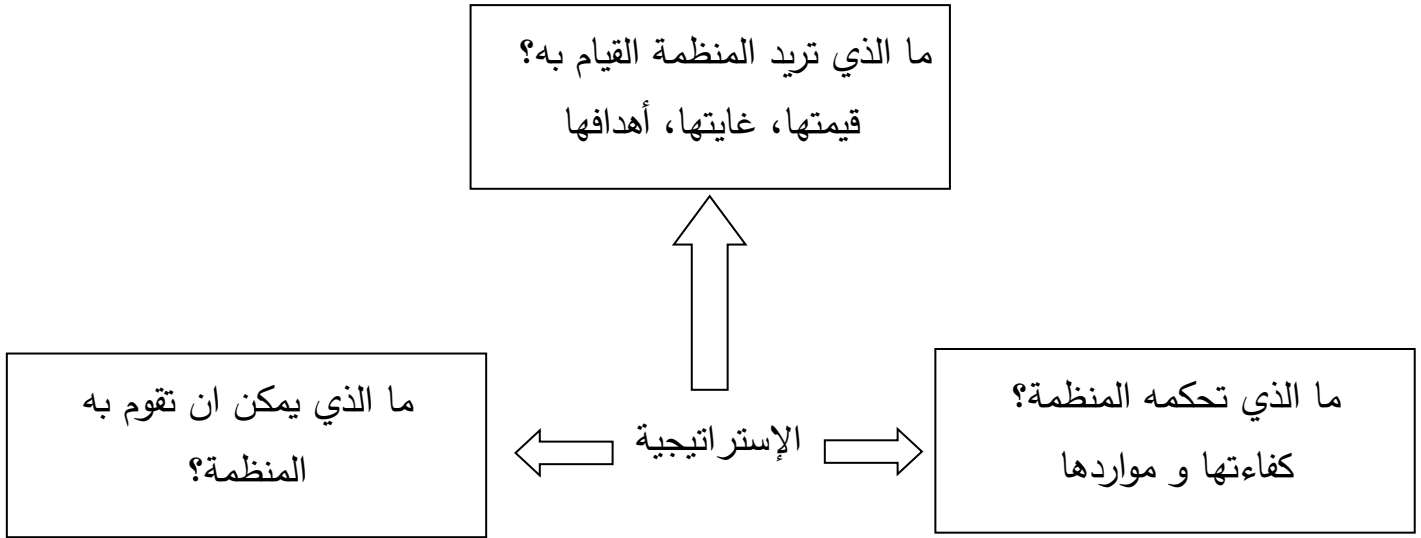
¹ عبد القادر محمد الاسطبة، أساسيات الادارة الإستراتيجية الحديثة، ط1، الاكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2016 ص09.

² محمد هاني محمد، الادارة الإستراتيجية الحديثة، ط1، دار المعزز للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015 ص44.

³ Jean Louis Magation, Marielle Audvoy Pay and, 100 fiche pour comprendre la strategie d'entreprise, 2eme édition, breal edition, 2007. P17

⁴ بن قبط جودي، إستراتيجية الإتصال الإداري للإستشفائية الجزائرية، دراسة حالة للإدارة الاستشفائية، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصالية، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر 3، بالاغواط، الجزائر، 2014، ص36.

الشكل رقم (02):مخطط توضيحي للإستراتيجية المنظمة.



المصدر: حياة قبائلي، إستراتيجية الإتصال الداخلي في المنظمة ، مذكرة ماجستير في علوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، 2006، ص63.

❖ ثانيا: مفهوم الإستراتيجية الاتصالية:

تعتبر إستراتيجية الاتصال من بين العوامل الهامة المساعدة في عملية تحديد الطرق والوسائل المساعدة في تطبيق وأداء الإستراتيجية العامة للمنظمة، وتعتبر فن إدارة مجموعة الإستعدادات للوصول إلى الهدف المطلوب¹

وتعرف الإستراتيجية الاتصالية على أنها عملية مبنية على قاعدة معلومات إرشادية وموجهة صوب النتائج المرجوة، وفيها تحدد العناصر المختلفة اللازمة لتطبيق إستراتيجية ومتابعتها إبتداء من الأهداف الخلايا الإتصالية والمستهدفين والوسائل والوسائط ، إلى التكاليف المتعلقة بها والحدود أو القيود الممكن أن تواجهها العملية الاتصالية²

¹ حياة قبائلي ، إستراتيجية الاتصال الداخلي في المنظمة، دراسة حالة الشركة الوطنية للإنجاز القنوات، مذكرة الماجستير في علوم الاقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية علوم التسيير علوم التجارية، جامعة محمد بوقرة ، بومرداس، 2006، ص63.

² ناصر دادي عدون، مرجع سابق ذكره، ص81.

كما تعرف أيضا على أنها "عبارة عن المخطط العام للسياسة الإتصالية للمؤسسة أو المنظمة، وتكون مشروع إجمالي متوسط أو طويل المدى يحدد الأهداف ويتم إختيار الوسائل¹.

ويعرفها بيير قريغوري pierre grigory على أنها مجموعة متناسقة من وسائل العمل التي تسمح للمنظمة بالإتصال بمحيطها والتأثير على الجماهير².

ثالثا: مبادئ الإستراتيجية الاتصالية:

بعد تحديد مفهوم الإستراتيجية الإتصالية يمكن أن نستخلص مجموعة من المبادئ التي يجب أن تتميز بها كل إستراتيجية إتصالية وذلك من أجل تحقيق فعاليتها في المنظمة وتتمثل في:

1- مبدأ الوجود:

يجب أن تكون الإستراتيجية الإتصالية موجودة في أرض الواقع، ويجب على المؤسسة التعريف بإستراتيجيتها بحيث تكون لها أهداف قابلة للتنفيذ.

2- مبدأ الاستمرارية:

هي من أهم خاصيات الإستراتيجية الإتصالية، فيشترط أن تكون مستمرة على المدى الطويل، لكي تظهر كفاءتها وفعاليتها.

3- مبدأ التميز: إن أحد أدوار الإستراتيجية الإتصالية هي إعطاء المنتج أو الخدمة، تميز غير موجود في العروض الأخرى (التميز الإيجابي)، حيث تقاس نوعية الإتصال بدرجة التميز التي يخلقها المنتج أو الخدمة المعروضة.

¹ Marie hélène westhalen, le dicom ,1^{er} edition, triangle edition, paris, 1992. P103.

² Pierre grigory, jean marc milien, marketing, publicité, bordeaux, paris, 1994. P90

4- مبدأ الوضوح:

يجب أن تكون واضحة وبسيطة وسهلة الفهم لدى الجمهور المستهدف ، فأي إستراتيجية تعتمد على أسس ومبادئ عمل غير مفهومة ومعقدة النتيجة ستكون مبهمة لا قيمة لها.

5- مبدأ الواقعية: ¹

يجب أن تتطابق الاستراتيجية الاتصالية مع خصائص المنتج أو الخدمة وذلك لكي تكون مرجحة بها من طرف الجمهور المستهدف، فأي معلومة لا ترتبط بالواقع فإنها تؤدي إلى الرفض الرسائل المعروضة ، ومن ذلك فقدان المنتج أو الخدمة لقيمه وجمهوره.

6- مبدأ المرونة:

إستراتيجية الإتصال يجب أن تكون مرنة تستجيب لمتغيرات عدة تبقى متكيفة معها و مسايرة لها فتغيرات بيئة النشاط تفرض مرونة ومطاطية الإستراتيجية فيكمن وصل هذه المرونة إلى أربعة نقاط أساسية وهي:

- مرونة حسب مختلف الأشكال الإتصالية.
- مرونة حسب وسائل الإتصال.
- مرونة حسب نوعية الخدمات أو المنتج.
- مرونة حسب طبيعة البيئة و الجمهور المستهدف

7- مبدأ التناسق:

يجب أن يتناسق الإتصال مع مجموعة قرارات المؤسسة. حيث يعبر الإتصال عن مختلف المهام المؤدات بالمنظمة ومنه يجدر على الإستراتيجية الإتصالية أن تحمل في كنفها إمكانية التنسيق بين مختلف الوظائف والمهام .

¹ سعيد سالم مؤيد، أساسيات الإدارة الإستراتيجية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص45.

8- مبدأ القبول الداخلي:

يجب أن يكون مستخدمى المؤسسة متوافقين مع الإتصال الخارجى وأن تكون الرسالة الإتصالية مفهومة من الجمهور الخارجى والداخلى أيضاً¹ إذ لا يمكن إدراج إستراتيجية إتصالية بالمنظمة ووصفها بسارية المفعول وهى مرفوضة بين أعضاء التنظيم إذ يعبر عدم القبول الإستراتيجية الإتصالية من قبل أعضاء المنظمة أحد أدلة فشلها.

المبحث الثانى: أنواع الإستراتيجية الإتصالية بالمنظمة:

تقوم المؤسسة والمنظمة بالتواصل مع جمهورها وذلك فى إطار أهدافها التى تريد تحقيقها، وتعتمد على مجموعة من الإستراتيجيات الإتصالية وذلك لبلوغ الأهداف و حسن التخطيط ومن بين هذه الأنواع نذكر:

1- إستراتيجية الإتصال الداخلى والخارجى:

أ- إستراتيجية الإتصال الداخلى:

ومن خلاله يمكن معرفة طريقة سير عمل المؤسسة من خلال قنوات الإتصال بين الرؤساء والمرؤوسين² كما يتميز التواصل الداخلى بأنه يسعى لتحقيق الأهداف الخاصة بالمنظمة³.

ويظهر ذلك التواصل من خلال أشكال وهى:

-الإتصال النازل

-الإتصال الصاعد

-الإتصال الأفقى

¹ سعيد سالم مؤيد، نفس المرجع السابق، ص45.

² عبد النبي عبد الله الطيب، إدارة المؤسسات الصحفية، د ط، دار أمواج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016 ص71.

³ fric cobut, christine dongean, la communication interne, 2^{eme} edition, edipro, belgique, 2014, P15.

وتمثل إستراتيجية الإتصال الداخلية مجموعة من العلاقات الشاملة لكل مجالات التفاعل التنظيمي التي تتم في شكل تعبير رسمي ومقصود للمؤسسة بإدماج كل الوسائل التي بحوزتها قصد تسهيل عملها الداخلي وتسييره والتأثير في الموظفين من أجل الرفع من مستوى الاداء¹

وتسعى إستراتيجية الإتصال الداخلي للمؤسسة لتحقيق مجموعة من الأهداف وأهمها:

- توجيه العاملين في المؤسسة في مختلف مهامهم ومناصبهم.
- تحفيز العمال من خلال فتح أبواب الحوار والإتصال والتعبير عن الإنشغالات والإهتمامات.
- يساهم الإتصال الداخلي بشكل مباشر في تنظيم العمل داخل المنظمة يحدد بدقة المسؤوليات كما يحدد العلاقات و الحريات.²

ب- إستراتيجية الإتصال الخارجي:

ويمثل الإتصال الخارجي بما هو خارج المؤسسة أي الإتصال مع الزبائن والجمهور الخارجي لها.³ وتعد إستراتيجية الإتصال الخارجي احد الأنشطة الرئيسية في المؤسسة التي تمكنها من التسويق بمنتجاتها وخدماتها وتعود اليها المؤسسة من أجل تحقيق أهدافها المسطرة على المستوى الخارجي (مكانتها في السوق، كسب عدد أكبر من المستهلكين).

وتهدف إستراتيجية الإتصال الخارجي إلى تعريف الجمهور بالمؤسسة وبمنتجاتها وجملة الخدمات التي تقدمها بهدف التأثير فيه والدفع به إلى اقتناء ما تقدمه حتى تكسب ثقته ووفاءه.

وتنقسم إستراتيجية الاتصال الخارجي إلى عدة أنواع ومنها:

¹ أسهان مومني، إستراتيجية الاتصال الخارجي في شركات متعددة الجنسيات ، دراسة حالة بمجموعة كوكا كولا في الجزائر، مذكرة الماجستير، كلية العلوم السياسية، جامعة، 2012، ص27.

² أسهان مومني، نفس المرجع السابق ، ص27.

³ عبد اللطيف فرهاد حسن ، إدارة المؤسسات الإعلامية، ط1، الجندارية للنشر والتوزيع، عمان، 2017 ، ص46.

إستراتيجية التوقيت.

تعتمد على اختيار الوقت المناسب لبدأ الحملة الإعلامية مثلا. فإذا لم يراعي التوقيت الدقيق بالنسبة لأنشطة الإعلام والاتصال فقد تضيق الجهود والأحوال، وتستخدم استراتيجيات التوقيت في بعض الأحيان لإعلان قرارات تستهدف إرضاء الموظفين في مناسبات الأعياد والاحتفالات، كما أن سياسية رفع الأسعار أو خفضها في أي صناعة كثيرا ما تتعلق بهذه الإستراتيجية بالذات.¹

إستراتيجية المشاركة:

ترتكز هذه الإستراتيجية على مبدأ تشجيع الأفراد على تقديم اقتراحاتهم وإتاحة الفرصة أمامهم للتعبير عن آرائهم وهذه الإستراتيجية تزاوّل في وسائل الاتصال المختلفة عندما يسأل متابعوها عن أحب الموضوعات والأنشطة والهوايات إليهم، كما تزاوّلها مؤسسات التي تدعوا عملائها إلى وضع اقتراحاتهم في صندوق معين.

إستراتيجية ملتقى الطرق:

يتم في هذه الإستراتيجية تنفيذ الخطة المرسومة تنفيذا دقيقا، ومن شأن الخطة الاتصالية أن يضع الفرد نفسه أو مؤسسته أو مشروعه في ملتقى القوى، متوقعا من وراء ذلك تحقيق مزايا واضحة مراعى المخاطر التي يمكن أن تستهدفه وتتم الإستراتيجية باختيار الأماكن والمؤتمرات والمواسم التي يلتقي فيها أكبر عدد من الناس لتنظيم أنشطة الاتصال والعلاقات العامة بالإضافة إلى التعرف على الشخصيات المؤثرة وتوثيق الصلة بهم².

¹ جمال مجاهد، العلاقات العامة رؤية نظرية، ط1، دار المعرفة الجامعية، الجزائر، 2005، ص68-69.

² جمال مجاهد، نفس المرجع السابق، ص69.

2- الإستراتيجية الاتصالية لبناء السمعة:

قدم الباحث رولر عام 2004 النموذج الموقفي لاستراتيجيات الاتصال حيث يمكن استخدام إستراتيجية معينة في موقف محدد، أو يمكن استخدام مزيج من هذه الاستراتيجيات وفي موقف آخر، وقد أطلق رولر على هذه الاستراتيجيات شبكة الإتصال وتتكون هذه الشبكة من 4 استراتيجيات وهي إستراتيجية الإعلام ، إستراتيجية الإقناع، إستراتيجية بناء الإجماع، إستراتيجية الحوار.

3- إستراتيجية تكامل الجماهير:

وتعتمد هذه الإستراتيجية على أن المنظمة تقوم بمجموعة من الأنشطة التي تعمل من خلالها على بناء وتدعيم علاقاتها مع العديد من المجموعات المتنوعة من الجماهير، سواء على مستوى الجمهور الداخلي أو الخارجي، ومن خلال هذه العلاقات تسعى المنظمة لمعرفة اهتمامات تلك الجماهير والإستفادة من هذه المعلومات في صنع القرار، وتضم هذه الإستراتيجية:

أ- الإستراتيجية التعاونية:

ويقصد بهذه الإستراتيجية تعيين ممثلين عن الجماهير الأساسية في مجلس إدارة المنظمة، ليشتركوا عملية صنع القرار ويقومون بحماية مصالح هذه الفئات الجماهيرية، وبذلك تتجنب المنظمة تهديداتهم.

4- إستراتيجية بناء العلاقات:

تحرص المنظمات عادة على بناء علاقات قوية ومستمرة مع جمهورها الداخلي والخارجي، وذلك في إطار بناء وإدارة سمعة المنظمة، وتتضمن هذه الإستراتيجية برامج خدمة المجتمع من خلال تقديم خدمات مباشرة للمجتمع المحلي الذي يدركه الأفراد.¹

¹ علي فرجاني ، العلاقات العامة واستراتيجيات الإتصال، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع ،عمان، 2017،ص173.

المبحث الثالث: أهداف الإستراتيجية الاتصالية في المنظمة:

إن إستراتيجية الاتصال للمؤسسة تسعى إلى تحقيق هدف عام ومتمثل في التأثير في المستقبل حتى تتحقق المشاركة في الخبرة والقرار مع المرسل، وبالتالي تحفيزه من أجل الرفع من المستوى الأدنى ومنه يمكن ذكر العديد من الأهداف التي ترجو المؤسسة بلوغها:

- **تحفيز المستخدمين:** تمكن الاتصالات الجيدة العامل من التعبير عن آرائه إلى الإدارة المتمثلة في رؤسائه وهذا ما يؤدي إلى تحفيزه للقيام بعمله على أحسن وجه وبالتالي كسب هذا الرهان والمتمثل في تحسين الإنتاجية والمنافسة.

- **تنسيق الأفعال:** لا يمكن لأي مؤسسة أن تحقق أهدافها الإستراتيجية إذ لم تتمكن من تنسيق مجمل أفعالها ومبادراتها، وقد يؤدي غياب المعلومة على المستوى العام إلى نشوء الخلل وعدم التجانس الذي يؤدي إلى ظهور انقسامات بين مجموع أطراف العملية الاتصالية داخل المؤسسة، ولكي يتحقق التنسيق على المسير أن يكون قادرا على بث المعلومات الضرورية لمساعدته.

- **تغيير التصرفات :** تعمل على مواجهة التصلب في المواقف وتقديم الإجراءات الضرورية للاستفسارات المطروحة ،دون إهمال أهم جانب وهو التقليل من حدة المعارضة الناتجة غالبا من الرغبة في التمسك بما اعتدنا عليه

- **التعليم والتثقيف:** تهدف إلى إكساب المتدخلين في الاتصال وخصوصا العاملين مجموعة من معارف مهارات ومفاهيم جديدة، سواء في إطار عملهم أو خارج إطار عملهم، وهذا يؤدي بالضرورة إلى تحفيزهم لإطلاع أكثر على المستجدات والمشاركة في القرارات.

-**الترويح والترفيه:** إن إستراتيجية الاتصال هي التي تسعى إلى رفع الروح المعنوية لدى الموظفين بالمؤسسة من أجل تحسين الإنتاج وهذا ما وضحه "هلسي" في قوله "الروح المعنوية هي الإستعداد

الوجداني الذي يساعد العاملين على زيادة الإنتاج والإجتهاد وهي الالتزام الأبدي من قبل العاملين ببذل الجهد اللازم لتأييد سياسة المؤسسة وتحقيق أهدافها¹.

- **هدف إجتماعي:** يتمثل في خلق درجة من التفاعل الإجتماعي والإنساني بين المرسل والمستقبل بهدف تحسين وتدعيم الرابط والعلاقات الاجتماعية والإنسانية سواء داخل العمل أو خارجه وذلك من خلال إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية والشخصية للعنصر البشري من خلال الإتصال الغير الرسمي في المؤسسة²

- **هدف تنظيمي:** يتحقق هذا الهدف عندما يتجه الإتصال نحو تحسين سير العمل، وتوزيع المسؤوليات، ودعم التقاهم بين العاملين فيما بينهم وما بين الإدارة العليا والعاملين.

المبحث الرابع: مراحل إعداد الإستراتيجية الإتصالية:

تمر خطة الإتصال من عدة مراحل وأهمها:

1- تحديد الأهداف:

يعتبر تحديد الهدف مرحلة مهمة بالنسبة لوضع إستراتيجية إتصال كما أنّ هذه المرحلة تمر بنقطتين:

أ - **تحديد الأهداف العامة:** وهذا العنصر يعود للمدير وحده لاعتباره الشخص الوحيد الذي بإمكانه أن يضمن تلائم الجميع من جهة، ومن جهة ثانية فإنه هو المقرر. والأهداف تعبر عن نظرة إستراتيجية للمسيرين، كما تتضمن تحديد الأهداف العامة، محاولة التعرف والتأكد من القبول الجماعي لأهداف الخاصة بالإستراتيجية الإتصال.

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

¹ صارة قلقول، الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة السياحية، مذكرة ماستير في الإتصال و العلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، قسم العلوم الإنسانية جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2015، ص59.

² صارة قلقول، نفس المرجع السابق، ص60.

- تسلسل النشاطات في كل المستويات.
- مصداقية المنهجية انطلاقا من مشاركة كل مسير.
- تلاحم الجميع حول الأهداف التي تسمح بتجنب الغموض.

2- تعيين المستقبلين وتكييف الرسائل:

بعد تحديد أهداف الاتصال النهائية يجب ترجمتها إلى رسائل اتصالية، وتعيين المستقبلين للإتصال التي ترسل إليهم وتكييفها مع المستقبلين المحتفظ بهم، والمستقبلين هم أشخاص في المؤسسة.

3- دراسة البيئة الخارجية:

إن عملية تشخيص وضعية المؤسسة يعني دراسة تقييمية لها، وهذا يساهم في اختيار الإستراتيجية الملائمة لها، كما يجب أن تتعرف المؤسسة على البيئة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تنشط فيها من شأنه تحقيق الانسجام المنشود بينها وبين جمهورها من خلال إعداد إستراتيجية الإتصال¹.

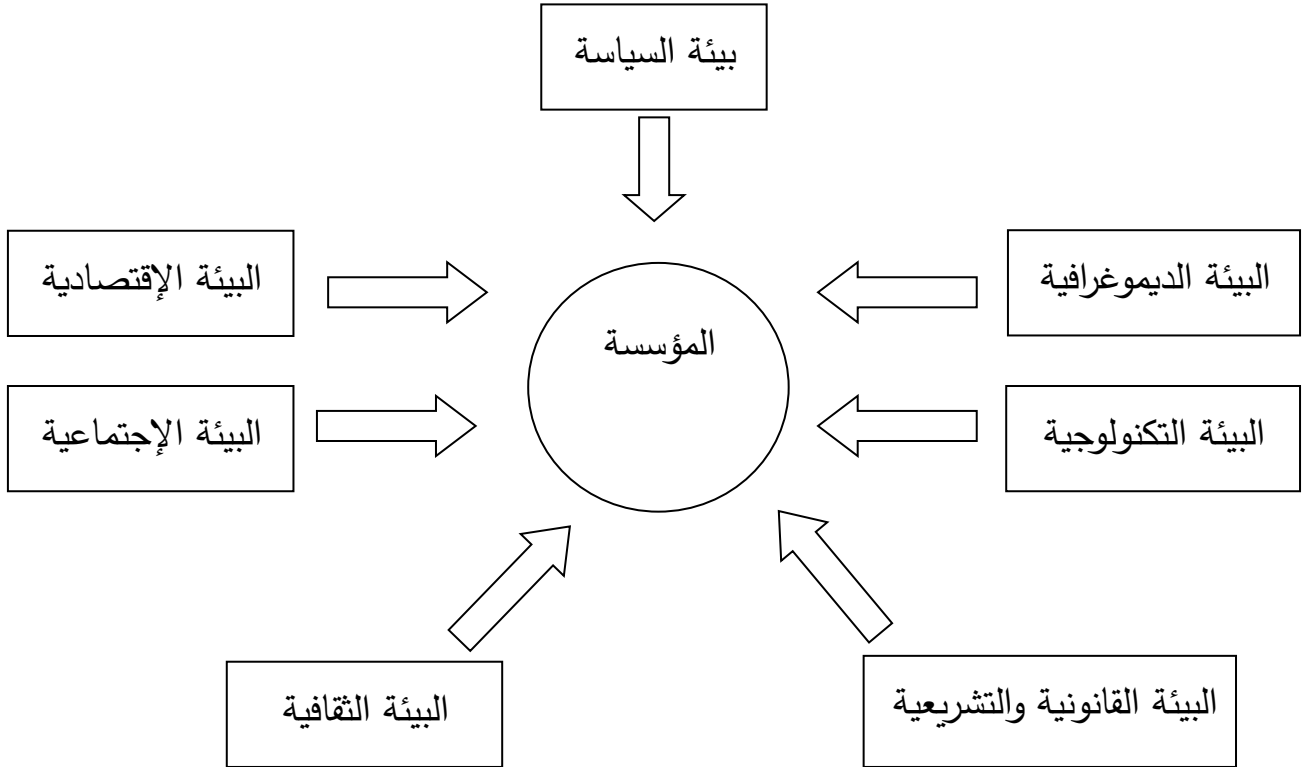
وفي هذه المرحلة تقوم المؤسسة بكل من :

- البحث عن هوية المؤسسة وصورتها.
 - تأكيد أهداف الاتصال المحددة من الإدارة وتكييفها.
 - تعيين خطوط حركة المعلومات في المؤسسة².
- وعادة نجد تقسيما دقيقا للبيئة التي تنشط فيها المنظمة وهذا ما يفسر أهم العوامل التي تؤثر في هذه الأخيرة في تعاملها مع المحيط، كما أن تعامل المؤسسة مع محيطها يوضح نظرتها له وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

¹ بن قيد جودي، مرجع سابق ذكره، ص54-55.

² فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه و نظرياته و وسائله، دط، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003، ص36.

شكل رقم: (03) يمثل البيئة الخارجية للمؤسسة.



المصدر: من إعداد الطالبان استنادا على المعطيات السابقة.

4- تحديد الجمهور المستهدف:

يعرف الجمهور على أنه مجموعة من الأفراد تربطهم مصالح خاصة أو مشتركين في خصائص معينة أولهم رغبات خاصة وقد تكون هذه المجموعة صغيرة أو كبيرة¹.

وتعد عملية تحديد الجمهور المستهدف أساسية لنجاح عملية الإتصال ويتوقف التعرف على خصائصه عند التعرف على حجم المؤسسة ونوع نشاطها، والأهمية التي توليها لجمهورها خاصة مع تعدد البيئة الاجتماعية بفعل التغيرات السياسية الاقتصادية في المجتمعات الحديثة والتي أثرت على

¹ عبد السميع غريب، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، ط1، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، د س ن، ص

المؤسسات باختلاف أنشطتها وأحجامها ، وفرضت عليها تحديد الجماهير التي تتعامل معها لأن ذلك يمثل أحد الرهانات المتعلقة بتطور المؤسسة.

ويقسم الجمهور المستهدف إلى:

جمهور داخلي: والمقصود به كافة العاملين داخل المؤسسة في كامل مستوياتها وأقسامها.

جمهور الخارجي: يتمثل في المستهلكين للمنتج أو الخدمة أو جميع شركاء المؤسسة وقسم الجمهور الخارجي إلى جمهور قريب من المؤسسة وهم الفاعلين، المساهمين، الممولين، الزبائن . وهناك جمهور بعيد عن المؤسسة يتكون من المنظرين، الجامعات، السلطات، الجمعيات، الإعلام¹

5- إختيار وسائل وروابط الإتصال:

بالنسبة لوسائل الإتصال يمكن أن تكون شفوية أو كتابية، كما يمكن تقسيمها إلى تلك التي يترك أي إختيار للمستخدم وهي تخضع فقط للإدارة السلطة الرئاسية، كما نجد تلك التي يشارك فيها المواطن مثل الإجتماعات العملية.

أما بالنسبة للروابط فهنا يمكن القول أنه كلما كان هناك عدد اكبر من الوسطاء بين المرسل والمستقبل كلما زادت إمكانية تعريف المعلومة، وبالتالي فإن تعريف المعلومة يتناسب تناسباً طردياً وكثرة الوسائط، كما يشترط أن تكون على قدر كبير من المميزات والمؤهلات الشخصية العالية².

6-تحديد الميزانية: يمثل الجانب المالي عنصراً مهماً في عملية تحديد الإستراتيجية الاتصالية فهي تضبط على أساس الأهداف التي سطرته المؤسسة وما تتطلبه العملية الاتصالية والتي تبقى هي الأخيرة مرتبطة بعوامل هي: المنتج ومعطيات السوق والمنافسة.

وهناك 4 طرق رئيسية لتحديد الميزانية المالية وهي:

¹ فضيل ديليو، مرجع سابق ذكره، ص38 بتصريف.

² فضيل ديليو، المرجع السابق ذكره، ص56.

أ- **الإعتماد على الموارد المتاحة:** وهي أكثر طرق سهولة وتعتمد هذه الطريقة على تثبيت ميزانية الإتصال في أعلى مستوى ممكن وفي حدود الموارد المالية المتوفرة في المؤسسة، ويتم هذا بعد القيام بتقدير رقم الأعمال الخاصة بالسنة المقبلة فيتم طرح مختلف التكاليف الأخرى المتعلقة بالنشاط المقبل مع الربح المستهدف والباقي يخصص للإتصال.

ب- **الإعتماد على الاهداف المسطرة:** تعتمد من خلالها المؤسسة على الأهداف الإتصالية التي تريد بلوغها وعلى الإمكانيات التي تتوفر عليها من أجل تحقيقها.

ج- **النسبة المئوية من رقم الأعمال المرتقب:** تحدد ميزانية الاتصال انطلاقاً من النسبة المئوية لرقم الأعمال المرتقب.

د- **تحديد الميزانية بناء على ميزانية المنافسة :** تأخذ المؤسسة في عين الاعتبار في هذه الحالة ضغوطات المنافسة في تحديد الميزانية اللازمة لتنفيذ إستراتيجية الإتصال حيث يوجد هناك ارتباط بين حجم الحصة السوقية للمنتج والحصة التي تمثلها ميزانية الإتصال المخطط له.

7- تنفيذ إستراتيجية الإتصال:

تنفيذ إستراتيجية الاتصال التي تعد في فترة زمنية من سنتين إلى 5 سنوات وفيها تحدد العناصر المختلفة اللازمة لتطبيق الإستراتيجية ومتابعتها ابتداءً من الأهداف، الخلايا الإتصالية، المستهدفين، الوسائل والوسطاء، والتواريخ إلى التكاليف المتعلقة بها، والحدود أو القيود التي تواجهها العملية الإتصالية¹ وهناك من يصف مراحل إعداد الإستراتيجية الإتصالية على النحو التالي

¹ فضيل ديليو ، مرجع سابق ذكره، ص56.

1- مرحلة البحث:¹

وتتمثل في وصف وتشخيص وضع المؤسسة وذلك بتحليل أشكال الاتصال فيها والنقائص الموجودة في كل اتصال بالإضافة إلى تحليل الثنائية المتمثلة في الجمهور المستهدف والرسالة الموجهة له، فتشخيص وضعية المؤسسة هي دراسة تقييمية لها، تساهم في اختيار الإستراتيجية الملائمة لها.

2- مرحلة التفكير:

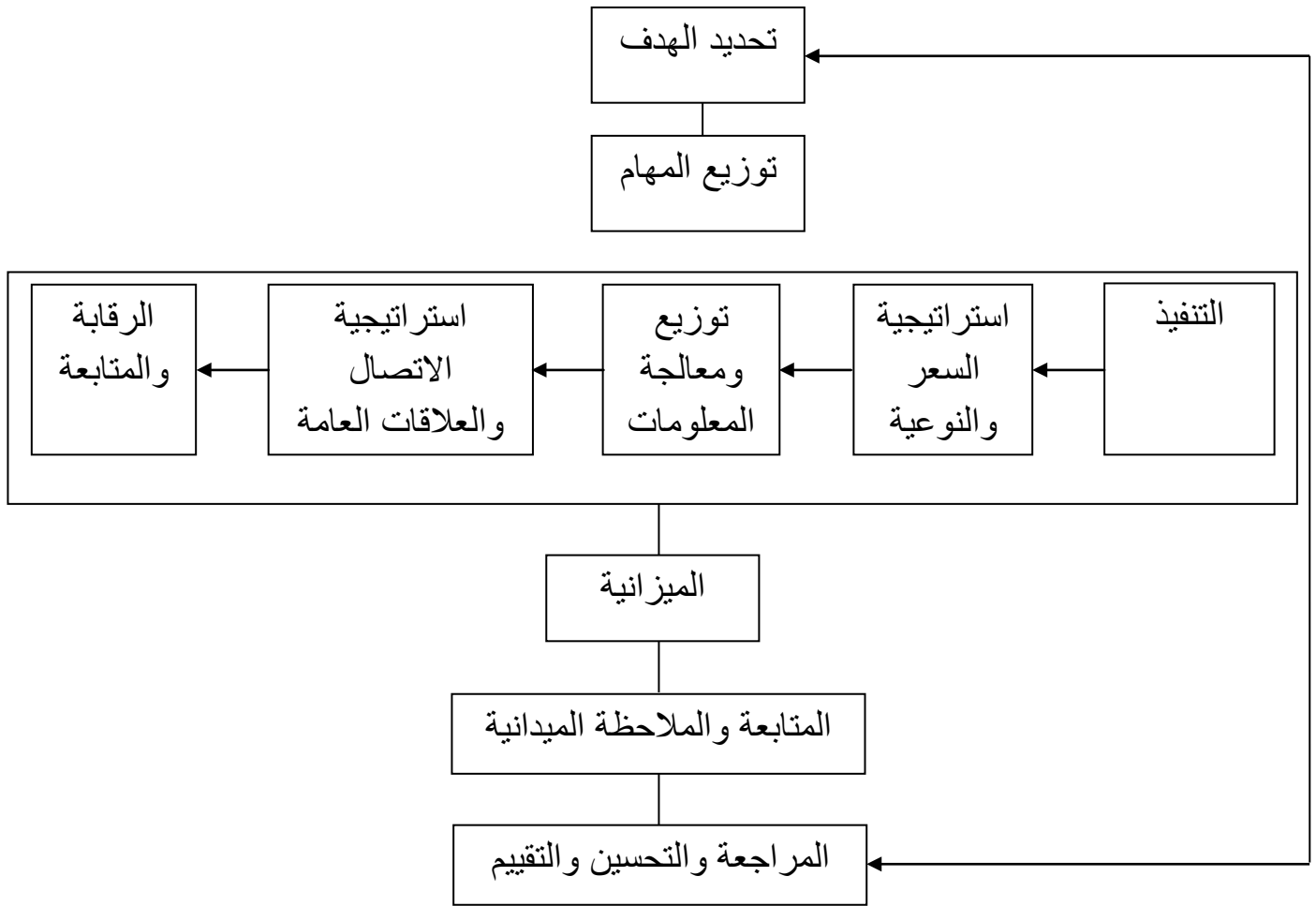
والتي يتم من خلالها تحديد أهداف المؤسسة وتشخيص وضع الجمهور المستهدف الداخلي والخارجي الخاص بها، فهذه المرحلة تجمل جميع الأهداف الخاصة بموقع المؤسسة في محيطها وتميزها عن منافسيها من خلال منتجاتها أو خدماتها أو اتصالاتها، بالإضافة إلى تحديد الجمهور المستهدف اختيار الرسالة المناسبة للتأثير عليه.

3- مرحلة التنفيذ:

بعد الانتهاء من مرحلة التشخيص وتحديد الأهداف يجب تطبيق هذه القرارات وذلك بتخصيص ميزانية معينة تتعايش مع إمكانيات المؤسسة وذلك بالتنفيذ عن طريق خطة محكمة. و يمكن تلخيص المراحل السالفة الذكر في الشكل التالي:

¹ محمد البادي، التخطيط الاستراتيجي للاتصال، ط1، دار المهندس للطباعة، مصر 2005، ص 104.

الشكل رقم (04): يمثل مراحل إعداد إستراتيجية الإتصال داخل المؤسسة.



المصدر: سارة قلقول، مرجع سابق ذكره، ص 61.

المبحث الخامس: طرق وخطوات التخطيط الاستراتيجي للإتصال.

قبل أن نتطرق إلى مختلف الطرق والخطوات التي يجب إتباعها من أجل التخطيط الجيد للإستراتيجية سنحاول أن نقدم مجموعة من التعاريف للتخطيط الاستراتيجي.

أولاً: مفهوم التخطيط الاستراتيجي:

التخطيط الاستراتيجي أداة إدارية تستخدمها المؤسسة من أجل القيام بعملها بصورة أفضل وذلك من أجل تركيز طاقتها والتأكد من أن جميع العاملين فيها يسيرون في اتجاه نفس الأهداف، إضافة إلى تقويم وتعديل اتجاه المؤسسة استجابة لتغيرات

البيئة¹.

التخطيط الاستراتيجي هو تخطيط بعيد المدى يأخذ بعين الاعتبار المتغيرات الداخلية والخارجية في المنظمات ويحدد القطاعات والشرائح المستهدفة وأسلوب المناقشة، ويجب على السؤال "إلى أين نحن ذاهبون" أخذ في عين الاعتبار الرؤية المستقبلية للمنظمة².

كما يعتبر التخطيط الاستراتيجي أحد المكونات الأساسية للإدارة الإستراتيجية ويختلف عن التخطيط التقليدي حيث يعتمد على التبصر بوضع المنظمة في المستقبل واختيار أهداف الإستراتيجية بعيدة المدى التي تحافظ على موارد المنظمة³

كما أن التخطيط الاستراتيجي أداة إدارية قوية تساعد قادة الأعمال على فهم بيئتهم والاستجابة لها ويشكل هذان الدافعان "الفهم والاستجابة" جوهر التخطيط الاستراتيجي وروحه⁴

¹ سليمان زيدان، العمق الاستراتيجي، موقع التخطيط والمعلومات في صناعة القرارات، ط1، دار الزهران للنشر والتوزيع، الأردن ، 2017 ص91.

² هيثم عبد الله ديب، أصول التخطيط الاستراتيجي، ط1، اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، دون سنة النشر، ص08

³ هيثم عبد الله ديب، نفس المرجع السابق، ص08.

⁴ فريد آل فراي، تشارلز آريستون، وآخرون، تسيير التخطيط الاستراتيجي للأعمال الصغيرة، ط1، مكتبة عيكان للنشر والتوزيع ، الرياض 2007، ص33.

ثانيا: طرق التخطيط الاستراتيجي:

هناك طرق متعددة لبدأ الدورة التخطيطية في منظمة الأعمال، وإن استخدام طريقة معينة لا يعني الاستغناء عن الطرق الأخرى، كما أن اختيار طريقة من هذه الطرق مرتبطة برؤية الإدارة العليا وفلسفتها في العمل وهذه الطرق هي:

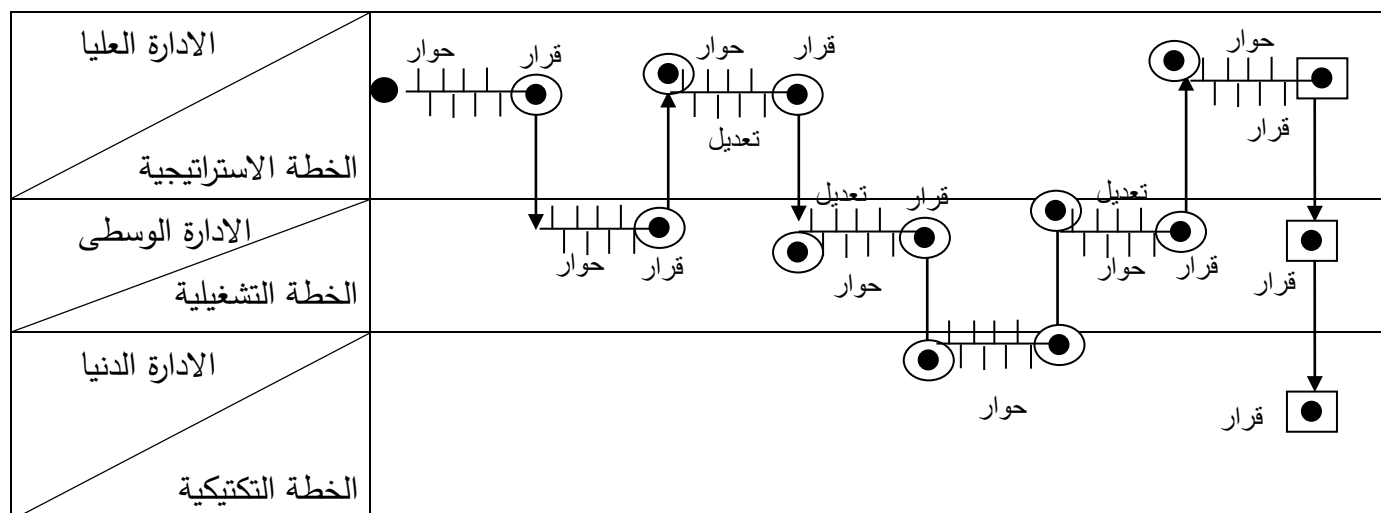
1_ طريقة التخطيط من أعلى إلى أسفل:

في هذه الطريقة يكون بدء الدورة التخطيطية من الإدارة العليا التي تضع التوجيهات العامة، والغايات والأهداف الإستراتيجية لصياغات تخطيطية بعد سلسلة من الحوار والنقاش لغرض إنضاجها والاتفاق عليها ثم يطلب من الإدارة الوسطى اشتقاق أهدافها التشغيلية وصياغة خطط التنفيذ في ضوء التوجيهات الإستراتيجية للمنظمة، ويتم هنا أيضا حوار ونقاش لغرض اشتقاق هذه الأهداف والاتفاق عليها، ثم ترسل هذه الأهداف للإدارة العليا لغرض الإقرار، وفي ضوء ذلك يتم النقاش والحوار وتعديل، ترسل الأهداف بعد الإقرار نزولا لمستوى الإدارة الوسطى، وهذا أيضا يطلب من الإدارة الدنيا أن تضع أهدافا تفصيلية في ضوء أهداف وتوجيهات المستويات الإدارية العليا في الهيكل التنظيمي إذ أن هذا المدخل يعطي حرية أكبر للإدارة العليا للتدخل في العملية التخطيطية وتوجيهاتها¹.

والشكل الموالي يلخص هذه الطريقة:

¹ خالد محمد بني حمدان، وائل محمد ادريس، الإستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي منهج معاصر، اليازوري للنشر والتوزيع، عمان الأردن، دون سنة النشر، ص 49.

الشكل رقم (05) يمثل طريقة التخطيط من أعلى إلى أسفل:



المصدر: خالد محمد بنى حمدان، وائل محمد ادريس، الإستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي منهج معاصر، اليازوري للنشر

والتوزيع، ص 49

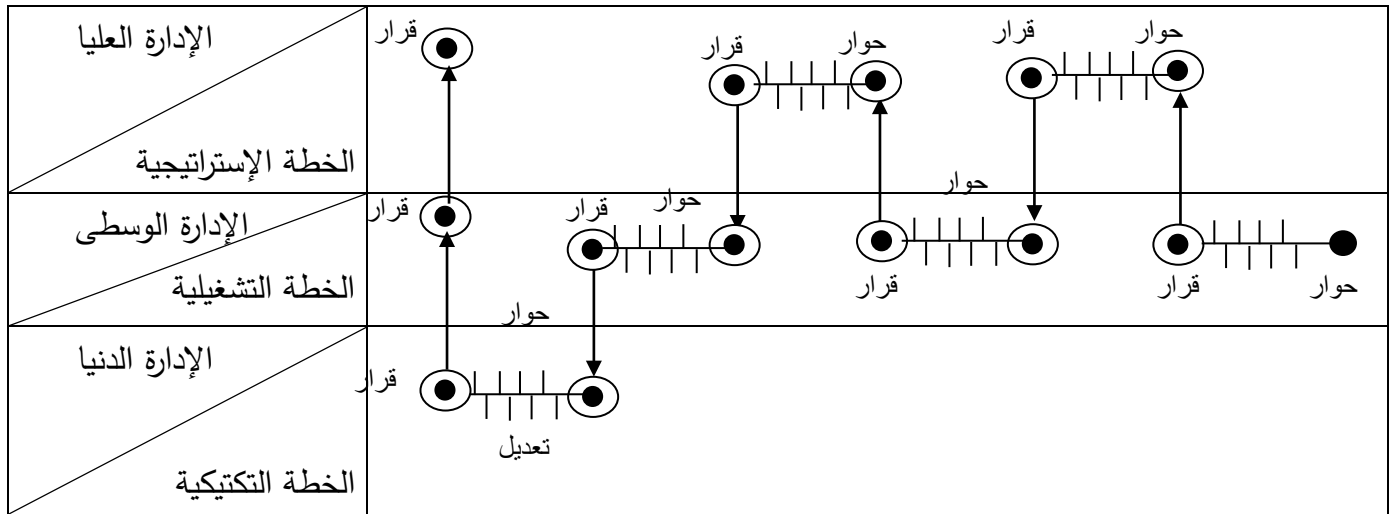
2-طريقة التخطيط من أسفل إلى أعلى التنظيم:

بموجب هذه الطريقة تبدأ دورة التخطيط من الإدارة الدنيا حتى تضع أهدافها التفصيلية في ضوء ظروف عمل واقعية هي أقرب إليها، وترسل هذه الأهداف إلى الإدارة الوسطى التي من المفترض أن تناقشها وتستوعبها ضمن إطار خططها التشغيلية بعد الحوار والمناقشة من قبل الأطراف وقد يتطلب الأمر إعادة الكرة إلى الإدارة الدنيا لتعديل أهدافها التفصيلية وخططها التكتيكية، ثم ترسل إلى الإدارة الوسطى للإقرار ثم تتجه صعودا باتجاه الإدارة العليا التي تحاور هذه الخطط التشغيلية لغرض الإقرار، أو التعديل أو التغيير إذا تطلب الأمر، هكذا يتكرر الحوار بين هذه المستويات الثلاثة للإدارة¹

و الشكل الموالى يوضح هذه الطريقة.

¹ خالد محمد بنى حمدان، وائل محمد ادريس، المرجع السابق، ص50.

الشكل رقم (06) يوضح طريقة من أسفل إلى أعلى.



المصدر: خالد محمد بني حمدان، وائل محمد ادريس، الإستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي منهج معاصر، اليازوري للنشر والتوزيع،

ص50.

3_ طريقة التخطيط المختلطة.

في هذه الطريقة يتم المزوجة بين المدخلين السابقين، ويتم التنسيق بينهما من خلال الحوار بين قيادات الإدارات العليا ومديري الإدارة، وغالبا ما تتبع هذه الطريقة بالمنظمات الكبيرة الحجم والتي تتبع أسلوب اللامركزية. تمكن هذه الطريقة منظمات الأعمال من التنسيق بين الإدارة العليا للمنظمة وبين الإدارات حول وضع الاستراتيجيات والأهداف وتوظيف الإمكانيات المتاحة والمحتملة وإمكانية التعديل من خلال الحوار وكذلك اشتراك الإدارات بشكل أكثر فعالية للإغراض الرقابة على أدائها¹

ثالثا: خطوات التخطيط الاستراتيجي:

يؤكد "دركر 1996" أنه قبل البدء في تنفيذ وتحديد خطوات التخطيط الاستراتيجي، هناك العديد من الأسئلة التي يجب على المدراء الإجابة عليها وهي:

1- ما طبيعة عمل منظمة الأعمال؟ وماذا سيكون؟ وماذا يجب أن يكون؟

2- ما الغرض الأساسي من استخدام التخطيط الاستراتيجي في منظمة الأعمال؟

¹ خالد محمد بني حمدان، وائل محمد ادريس، المرجع السابق، ص51.

- 3- ما الأهداف المرجو تحقيقها من الخطة الإستراتيجية؟
 - 4- كيف ستساعد الخطة الإستراتيجية منظمة الأعمال في التطوير والتحسين؟
 - 5- هل القيادة الحالية مستعدة للإستخدام التخطيط الاستراتيجي في منظمة الأعمال؟
 - 6- ما القدرات الموجودة حاليا لدى القيادة للإستخدام التخطيط الاستراتيجي؟
 - 7- ما المعوقات التي يمكن ان تواجه القيادة الحالية عند تطبيق التخطيط الاستراتيجي؟
- وبعد تحديد الأسئلة السالفة الذكر يمكن القول أن خطوات التخطيط الاستراتيجي هي:

- 1- تحديد وتعريف الإتجاه الإستراتيجي للمنظمة.
- 2- التحليل الإستراتيجي للبيئة وتقديم موقف البيئي.
- 3- صيانة ووضع الخطة الإستراتيجية للمنظمة.
- 4- وضع الخطة التشغيلية وتحديد المبادرات وبرامج العمل للمنظمة.
- 5- نشر وتنفيذ الخطة الإستراتيجية.
- 6- تحديد مستهدفات الأداء.
- 7- الرقابة وتقييم النتائج¹.

المبحث السادس: معوقات التخطيط الاستراتيجي:

إن استخدام التخطيط الاستراتيجي ليس أمرا سهلا، فهناك عدة عقبات استخدام التخطيط الاستراتيجي ومن بين العقبات نذكر:

- 1- عدم رغبة المدراء أو ترددهم في استخدام هذا الأسلوب ويرجع ذلك:
- اعتقاد المدير بعدم توفر الوقت الكافي للقيام بهذه العملية.
- اعتقاد المدير بأن هذا العمل ليس ضمن مسؤولياته.

¹ خالد محمد بني حمدان، وائل محمد ادريس، نفس المرجع السابق ص39.

- اعتقاد المدراء أنهم لن يكافئوا بالشكل الذي يرغبون على القيام بهذا العمل أو أدائهم له.
- 2- اضطراب البيئة الخارجية مما يجعل التخطيط متقادما قبل ان يبدأ بسبب:
 - التغيير السريع أو المفاجئ في عناصر البيئة، القانونية السياسية والاقتصادية.
 - ارتفاع تكلفة: متابعة هذا التغيير عن قرب وبصفة مستمرة.
- 3- مشاكل التخطيط الاستراتيجي حيث تترك عادة انطبعا سيئا في ذهن المدراء:
 - مشاكل في وضع النظام وغموضه تحد من تقبل المدراء للفكرة.
 - مشاكل جمع البيانات وتحليلها لوضع الخطط الإستراتيجية.
- 4- ضعف الموارد المتاحة، مثل قلة الموارد، صعوبة الوصول إليها، صعوبة إدارتها و نقص القدرات اللازمة لذلك¹.
- 5- التخطيط الاستراتيجي يحتاج إلى وقت وتكلفة كبيرة، لأن المناقشات حول الرسالة وأهداف المنظمة تستغرق وقتا طويلا من الإدارة العليا.
 - 6- عدم قدرة المدير الاستراتيجي على إدراك الفرص والمخاطر الحقيقية.
 - 7- الميل نحو تجاهل المعلومات المتعلقة باتجاهات تغيير غير مألوفة.
 - 8- جمع المعلومات غير ملائمة حول المتغيرات الإستراتيجية في البيئة².

¹ موفق محمد الضمور، التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية في القطاع العام، ط1، دار الحامد لنشر، الأردن، 2011، ص61.

² موفق محمد الضمور، نفس المرجع السابق، ص62.

خلاصة الفصل:

من خلال العناصر المتطرق إليها في هذا الفصل نصل لخلاصة القول مفادها أن الإستراتيجية الإتصالية هي تلك الخطة التخطيطية المنظمة للعملية الإتصالية والتي تبنى على أسس معرفية علمية مستجيبة لمقاييس واقعية منطقية ، تسعى من خلالها الإدارة في المنظمات لتحقيق أهدافها وتجاوز القيود والمعوقات بعد دراسة مجموع الفرص والتهديدات التي قد تعترض المنظمة هذا بغض النظر عن طبيعة المنظمة أو مجالها ،سياستها أو أهدافها .فالإستراتيجية الإتصالية و من خلال ما تعرضنا إليه في طيات الفصل ذات أنواع متباينة ، و تؤخذ في نموها وتشكيلها عدة مراحل ، كما أن الإستراتيجية الإتصالية معيقات تحول دون أن تتحقق في أرض الواقع زيادة عن كونها علم وفن بالغ الأهمية في حياة كل منظمة. لذا يجدر على الأشخاص المكلفين بالتخطيط الإستراتيجي للإتصال البقاء على إطلاع دائم حول كل متغيرات التخطيط الإستراتيجي ومحاولة سد الفجوة الواقعة بين ما يطلعون عليه نظريا و ما يجسدونه على أرض الواقع ، فكل تنظيم تتوافق معه هذه إستراتيجيات إتصالية بالمقارنة مع الأخرى ، فعند وضع هذه الأخيرة لا يجب تقليد المنظمات تقليدا حرفيا و أخذها كمادة خام بل يجب تنميط هذه الأخيرة حسب واقع و طبيعة و قدرات هذه المنظمة.

تمهيد:

يعد العمل التطوعي ظاهرة إجتماعية حضارية، تملي مدى وعي الأفراد والجمعيات في القيام بسلوك يعود بالصالح على تلك الجماعة المستهدفة، ففي الشرح البسيط المسير للعمل التطوعي بذل الجهد والمال والوقت لحل المشكلات الإجتماعية التي تعترى المجتمع دون إنتظار العائد المادي . حيث أنه لم تبقى مسؤولية خدمة المجتمع المنوطة بالدولة و مصالحها، بل أضحى هناك ما يعني بالمجتمع المدني الذي ينشط هو الآخر جنباً لجنب مع منظمات الدولة لدفع الضرر وتسيير حياة الأفراد والنهوض بالتنمية، ومن منظمات المجتمع المدني ما يدعى بالجمعيات التي تترجم تنظيماً تستجيب لأهداف إنسانية ، إجتماعية تدفعها متغيرات الإرادة، الرغبة، التطوع والعطاء. غير أن هذه الأخيرة ذات خطوات وشروط لتأسيس وذات أنشطة وأهداف متباينة، وتحمل من الأنواع ما يجدر علينا الوقوف عندها، حيث سنحاول تسليط الضوء على كل هذه الأمور السالفة الذكر لفك الغموض على الجمعيات وجعلها أوضح في نهاية الفصل.

المبحث الأول : تعريف الجمعية ونشأتها.

أولاً: تعريف الجمعية.

هناك عدة تعاريف لمصطلح الجمعية ومن بينها نذكر:

1_ تعريفات فقهية:

من بين التعريفات التي صاغها الفقهاء نذكر:

الجمعيات هي كل جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة معينة أو غير معينة تتألف من أشخاص طبيعية

أو اعتبارية بغرض غير الحصول على ربح مادي¹.

كما عرفها "حسن ملحم" بأنها الإتفاق الذي بمقتضاه يضع أكثر من إثنين من الأفراد بصفة دائمة

بمعرفتهم أو نشاطهم في خدمة هدف غير تحقيق الفائدة أو الربح المادي².

تعتبر الجمعية عن تلك الشراكة بين أشخاص و جمعهم لأفكارهم و نشاطاتهم بطريقة منظمة و قانونية

و هذا سعياً لتحقيق أهداف مشتركة ثم بلوغ فوائد عامة³.

تعرف أيضاً بأنها تشكيلات إجتماعية فاعلة ومنظمة تسعى إلى أسس تطوعية وعلى أسس غير ربحية

لتحقيق أهداف عامة لمجموعة تعتمد على أساليب الحكم الرشيد ضمن أطر قانونية تضمن الشفافية وحرية

التشغيل⁴.

¹ توفيق حسن فرح، محمد يحي مطر، الأصول العامة للقانون، ط1، دار الجامعة للنشر، بيروت، 1988، ص 314.

حسن ملحم، نظرية الحريات العامة، دط، ديوان المطبوعات الجامعة، الجزائر، 1981، ص 75.

³ Caroline Sargis Roussel, comptabilité general principes et application, 1^{er} edition, edition bachelor license , paris , France, 2014, p 185.

⁴ سائد كراجة، المجتمع المدني في الوطن العربي، ط1، منشورات المركز الدولي للقوانين والمنظمات غير الهادفة للربح للنشر و التوزيع ، لبنان، 2006، ص 19.

هناك من يعتبر أن الجمعيات هي كل جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة معينة أو غير معينة تتألف من

أشخاص طبيعيين أو اعتباريين بغرض عدم الحصول على ربح مادي.¹

تعرف الجمعيات بأنها اتحادات بشرية و منظمة إجتماعية غير مربحة، العمل فيها يقوم على

أساس تطوعي و تهدف إلى تقديم خدمات عديدة و متنوعة يحتاج إليها المجتمع و يحتاج أعضاء هذه

الجمعيات الإشتراك في جميع مراحل العمل بها و يطلق عليها في الولايات المتحدة إسم القطاع الثالث

على أساس أن الدولة هي القطاع الأول و القطاع الخاص هو القطاع الثاني الهادف إلي تحقيق ربح² .

يتضح من خلال التعاريف السابقة و رغم إختلافها شكليا إلا أنها تنص علي أن الجمعية عبارة

عن إتفاق و تعقد بين عدة أشخاص وذلك لتحقيق أهداف غير ربحية.

2_تعريفات قضائية:

من بين تعريفات التي وضعها القضاء للجمعيات نذكر:

بمقتضى قانون رقم 06-12 المؤرخ في 18 صفر عام 1432 الموافق ل 12 يناير سنة 2011 و في

مادته 02 و التي تعرف الجمعية على النحو التالي:

تعتبر الجمعية تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدى لمدة محددة أو غير محددة

ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا و لغرض غير مربح من أجل ترقية

الأنشطة و تشجيعها، لاسيما في المجال المهني ، الإجتماعي، العلمي ، الديني، الثقافي ، الرياضي

، البيئي ، الخيري و الإنساني³.

¹ أنور الدين تواتي، الجمعيات و قانون المنافسة، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم علوم السياسية ، جامعة الجزائر 1 ، 2005، ص11.

² توفيق حسن فرح، محمد يحي مطر، مرجع سابق ذكره ، ص 314.

³ قانون رقم 06-12 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل 12 يناير 2012 ، الصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 02 ، المادة 02، ص 34.

ومن بين أشهر التعريفات القضائية للجمعيات هو ذلك التعريف الصادر عن المحكمة الدستورية

العليا في حق المتضمن في حكمها الشهير رقم 153 لسنة 1999 بحيث تعرفه كالتالي:

"هي واسطة العقد بين الأفراد - الدولة - الجماعة الدولية - حيثما كانت القاعدة

الأساسية في بناء المجتمع، عن طريق بث الوعي و نشر المعرفة و الثقافة العامة، و من ثم تربية المواطن على الثقافة الديمقراطية و التوافق في إطار الحوار الحر و البناء و تعبئة الجهود الفردية و الجماعية، بإحداث مزيد من التنمية الإجتماعية و الإقتصادية معا، و العمل بكل الوسائل المشروعة في ضمان الشفافية و التأثير في السياسات العامة، و تحقيق مفهوم التضامن الإجتماعي و مساعدة الحكومة عن طريق الخبرات المبذولة و المشروعات التطوعية على أداء أفضل للخدمات العامة، و الحث على حسن و توزيع الموارد و توجيهها¹.

كما جاء تعريفه في المادة الأولى من قانون الجمعيات الأهلية الصادرة بقانون رقم 84 لسنة

2002

" بأنها تعتبر كل جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة معينة أو غير معينة تتألف من أشخاص طبيعيين

أو إعتباريين أو منهما معا، لا يقل عددهم في جميع الأحوال عن عشرة و ذلك لغرض غير الحصول على الربح المادي"².

و من خلال التعاريف السالفة الذكر يمكن لنا أن نستخلص خصائص الجمعية و التي تتميز و تتفرد بها مقارنة مع المنظمات و المؤسسات الأخرى وهي كالتالي:

- كونها وسيلة فاعلة لإشباع احتياجات المجتمع بواسطة الأفراد .

- تتميز بقدر كبير من المرونة و المشاركة و حرية العمل.

¹ إبراهيم محمد حسن، أثر الحكم بعدم دستورية قانون الجمعيات الأهلية، ط1 ، دار الكتب القانونية، مصر ، 2006 ، ص11.

² دعاء إبراهيم عبد المجيد، دور مؤسسات و جمعيات المجتمع المدني في مراقبة العملية الانتخابية، ط1 ، دار الفكر و القانون للنشر و التوزيع ، مصر ، 2015، ص 65.

- تستخدم كجسر بين البناءات الغير الرسمية و الرسمية في نسق الخدمات الإنسانية في المجتمع.
- الأعضاء المؤسسين للجمعية يشتركون معا في الإحساس بحاجات و مشكلات المجتمع.
- التبرع و التطوع يعدان العنصران الأساسيين لحيوية هذه الجمعيات وإستمرارها.
- منظمات غير هادفة للربح المادي و إن حققت أرباحا من أنشطتها فإنها تستثمرها فيما يحقق أهدافا و يدعم نشاطها.
- تتميز بإتساع مجالها ¹.

و من خلال ما سبق يتضح أن للجمعية ثلاثة مبادئ أساسية وهي:

مبدأ التطوع:

إنَّ من أبرز مبادئ الجمعية العمل التطوعي و الذي لا يكون له مقابل مادي و يعرفه "صلاح الدين جوهر" : على أنه ذلك الجهد الذي يبذله أي إنسان من أجل مجتمعه بلا مقابل و فيه يتحمل مسؤوليات العمل من خلال المؤسسات الإجتماعية القائمة على إرضاء المشاعر و الدوافع الإنسانية الداخلية، خاصة تلقي المرضى أو القبول من طرف المجتمع ².

هو ذلك الجهد الذي يبذله المواطن من أجل مجتمعه أو من أجل جماعة معينة دون توقع جزاء ماديا مقابل مجهوده.

مبدأ الإختيار:

لا يوجد عمل جماعي دون حرية الإختيار ، و هو فعل ذاتي يمارسه الشخص لحظة إنضمامه للجمعية، سواء جاء إليها بمحض إرادته أو بإيعاز من صديق، أو دعاية، أو من باب الفضول و غيره.

¹ مدحت أبو نصر، إدارة الجمعيات الأهلية في مجال رعاية وتأهيل ذوي الإحتياجات الخاصة ، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2005، ص 58 - 59.

أحمد إبراهيم حمزة، العمل التطوعي ، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص26.

مبدأ المشاركة:

هي قيام كل فرد من أفراد الجمعية بمهام و مسؤوليات معينة، بحيث يمكن لكل المتطوعين و المنخرطين أن يشاركوا في مختلف الأنشطة التي تقوم بها الجمعية ¹.

ثانيا:نشأة الجمعية في الجزائر.

هناك مرحلتين أساسيتين مرت بها الجمعيات قبل ظهورها و هي على النحو التالي:

المرحلة الأولى:إبان الإحتلال الفرنسي للجزائر:

نشأة المجتمع المدني في الجزائر إرتبط بالدين خاصة الزوايا، و يرجع بعض الباحثين أن البدايات الأولى لتشكيل المجتمع المدني تعود إلى القرن الحادي عشر ميلادي، مع بروز الطرق الصوفية التي تشكل الإطار العام الذي من خلاله يدافعون على الحرية الوطنية ضد الأفكار الداخلية الأتية من الإستعمار، فقد واجهت الجزائر أبشع أنواع الإستعمار، حيث طمس إلى كل ما يرمز للهوية الجزائرية، كل المقومات الحضارية للشعب الجزائري من خلال الثالوث الأسود(التقفير،التنصير و التجهيل) بل ذهب إلى أبعد من ذلك خلال إصدار المرسوم الفرنسي الذي إعتبر الجزائر مقاطعة فرنسية، في ظل هذا الوضع السيئ، قام الجزائريون بعده مقاومات مسلحة و حركات شعبية لكنها باءت بالفشل، و تم إستشهاد العديد من إعلام النخبة الوطنية و نفي بعضها، بدأ يزداد الوعي حيث بدت بوادر ممارسة السياسة تظهر في المقاومة السياسية للإستعمار بوسائل عصرية و تنظيمية و سلمية تمثلت في الجمعيات، النوادي الإجتماعية و الثقافية ² ويمكن الإشارة إلى أهم هذه التنظيمات فيمايلي:

¹ هايل جازي، مفهوم الجمعية، موقع إلكتروني "موضوع"، تم زيارة الموقع يوم 18 جوان 2019 على الساعة 15 زوالا.
https://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%A9

²عبد النور ناجي،النظام السياسي للجزائر من أحادية إلى التعددية السياسية، ط1، دار المحمدية للنشر و التوزيع ، الجزائر، 2006

أ- الجمعية الراشدية:

تم تأسيسها سنة 1894 عن طريق مجموعة من الشباب خريجي المدارس الفرنسية الجزائرية و بتأييد من طرف المتعاطفين مع الجزائريين، و استطاعوا أن ينشئ لها فروع الجزائر، كان هدف هذه الجمعية هو مساعدة الشباب الجزائريين على العمل والتفكير و العيش عيشة عصرية، و من بين الآليات التي تركز عليها لتبليغ رسالتها :إلغاء المحاضرات و هذه عناوين المحاضرات التي نظمتها الجمعية :

- التضامن و الأخوة بين المسلمين 1907.

- التشريع الإسلامي في الجزائر منذ 1832.

ب- الجمعية التوفيقية :

تم إنشائها عام 1908 و استطاعت هذه الجمعية استقطاب عددا هائل من الأعضاء، وصل إلى 200 عضوا خلال سنة واحدة، كان يرأسها الدكتور " آيت التهامي" هدف هذه الجمعية الثقافية هو جمع الجزائريين الذين يرغبون في تثقيف أنفسهم و تطوير الفكر العلمي كما إلى جانب هذه الجمعيات تأسيس العديد من النوادي أهمها:¹

- نادي صالح الباي الشريفي

- نادي الشباب الجزائري في تلمسان .

في نفس السياق كما تؤكد معظم الدراسات التي تناولت تاريخ الجزائر المعاصر، إن مؤسسات المجتمع المدني كان لها الفضل الكبير في مقاومة الإحتلال الفرنسي، لم يمنع الوضع السيئ الذي آلت عليه الزوايا خلال فترة الإحتلال لتكون بمثابة مؤسسة شاملة، فهي مسجد للعبادة و ملجأ للهاربين، مأوى للغرباء و مركز للفقراء، و علاوة على ذلك هناك العديد من الممارسات التضامنية التي تتجسد أولها"

¹ عبد النور ناجي، نفس المرجع السابق، ص 49.

التوزيع" التي تعد بمثابة العرق في المجتمع التقليدي، هي نوع من النشاطات الطوعية و تتكون من جماعة صالحة هدفها تحقيق النفع العام، يوجد كذلك تنظيم " تجمعات" خاصة في منطقة القبائل، التي تزال موجودة إلى يومنا هذا، حيث يتم اختيار ممثلين في المجلس المكون من الشيوخ و العقال الذين يستمتعون بشخصية محترمة، إضافة إلى اعتبارات أخلاقية و خاصة الذين ينحدرون من الأسر.¹

المرحلة الثانية: مرحلة ما بعد الإستقلال .

و قسمت هذه المرحلة إلى فترتين وهما:

أولاً: فترة الأحادية الحزبية: 1962-1988

تميزت فترة الأحادية الحزبية بضعف النشاط الفعلي للمجتمع المدني حيث لعبت السلطة السياسية الحاكمة في الجزائر منذ الإستقلال دورا هاما في تكييف مجتمع مدني على مقامها، و ذلك بالإعتماد على رفع شعارات محددة من ضمنها" المحافظة على الوحدة الوطنية" و يلاحظ أن منذ السنوات الأولى من الإستقلال سعت السلطة للإستلاء و صياغة الفضاء السياسي الرسمي و الغير الرسمي و ذلك وفقا لما تقتضيه مصلحته كما تؤكد العديد من الشواهد هذه الحقيقة، لأن الدولة كانت ترى التنمية الإقتصادية، الإجتماعية، التربوية، و الثقافية في طبيعة النظام السياسي و نظرا لهيمنة النظام السياسي على منظمات المجتمع المدني فقد ظلت الدولة تمارس دور الأب و الوصي الفعلي على مؤسسات المجتمع المدني وذلك نظرا للفكر الإقصائي الذي كان سائد آنذاك، بحيث أن نفس المصير الذي واجهته مؤسسات المجتمع المدني كان متخلخلا في مؤسسات الدولة السياسية، وكانت هناك معالم ديكتاتورية واضحة على جميع المستويات. ذلك أن النظام يروج للأفكار الشخصية لصناع القرار ورفض المبادرات و عدم تقبل التيار سواء المعاكس المعتدل أو المتطرف، و سادت إيديولوجية الشمولية في النظام السياسي وهذا ما

¹ سمية أوشن، دور المجتمع المدني في بناء الأمن الوباتي في العالم العربي، مذكرة ماجستير قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة باتنة، 2010، ص 106، 107.

أنجر عنه صراعات داخل حزب جبهة التحرير الوطني و بروز الانقلابات العسكرية نجح بعضها و فشل البعض الآخر و كل هذا جعل نشاط المجتمع المدني ثانوي لا فائدة منه يكاد يوصف بالقصور.¹

و تجدر الإشارة أنه و بالرجوع إلى دستور "1963 م"، المادة 19 التي تنص: "الحرية مكفولة لإنشاء الجمعيات من طرف الدولة، بحيث أنه لا يجب أن تكون هذه الجمعيات توجهات تتعارض مع توجهات الحزب الحاكم و معالم الاشتراكية المنتهجة في النظام السياسي الجزائري، بل تكون ملزمة بالسير وفق توجهات الحزب الحاكم، و أن تكون مهمة هذه الجمعيات هي تكوين كوادر مشبعة بقيم الحزب و ضمان الترويج لها، ذلك السماح بنشاط الجمعيات التي تتعارض مع هذا الطرح تجاوز و الخروج على النطاق الإيديولوجي للحزب الحاكم هذا ما يوضح التضييق الفعلي على تأسيس الجمعيات و نطاق نشاطها" وإن صح القول فقد أفرغت الجمعية من محتواها وأصبحت مجرد تمثال وهمي يمثل وجه آخر للنظام السياسي قلبا و قالبا.

ويتضح الأمر جليا من خلال الرجوع إلى القانون الفرنسي لإنشاء الجمعيات في الجزائر لسنة 1901 والذي ينظر له على أنه أشتراط إجراءات مبسطة لإنشاء الجمعيات على عكس ما جاء به النظام السياسي الجزائري من خلال إصدار تشريع ينظم النشاط الجمعوي في الأمر 79/71 المؤرخ 03 ديسمبر 1971 وإذ تضمن تعريف الجمعيات وإجراءات تنظيمها وشروط التأسيس أخذ عنه الإجراءات التي تضمنها والتي تضيق من حريات الجمعيات.²

ثانيا: فترة التعددية الحزبية بعد 1989.

إزدهر نشاط المجتمع المدني خلال أحداث أكتوبر 1988م و1995م ، وهذا نظرا لظروف التحويل الديمقراطي الذي شهدته الجزائر على غرار بلدان العالم، وما تقتضيه من حريات الأفراد في

¹ أمينة نواري ،المجتمع المدني و التنمية المحلية في الجزائر،مذكرة ماستر،كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، جامعة سعيدة، 2014-2015، ص 37. بتصرف.

² أمينة نواري، نفس المرجع السابق، ص 38 بتصرف.

التعبير. ويشار إلى أن الإنطلاقة الفعلية للنشاط التطوعي في الجزائر بدء منذ بداية تأسيس لجان حماية ضحايا القمع على إثر أحداث أكتوبر 1988، وتوالت جمعيات حماية البيئة، الجمعيات الخيرية بمجرد الإعلان عن المصادقة للقانون رقم 31/90 الصادر بتاريخ 1990/12/04 المتعلق بالجمعيات¹ كإطار قانوني وشرعي لممارسة تكوين الجمعيات و حق إنساني تؤكد عليه المواثيق الدولية لحقوق الإنسان، مما شكل فناء رحب لنشاط الجمعيات.

وقد جاءت فترة الثمينات وأبدت السلطة الحاكمة بعض التسهيلات في مجال إنشاء الجمعيات وذلك في قانون رقم 15/87 المؤرخ في 21 جويلية 1987 مع وجود بعض التضيق، غير أنه عموما يمكن القول أن النشاط الجمعوي ظل محصور بشكل كبير في هذه الفترة .

أما القانون رقم 15/87 المؤرخ في 21 جويلية 1987 المتعلق بالجمعيات فقد عرف الجمعية في مادته الثانية بأنها: "تجمع أشخاص يتفقون لمدة محددة أو غير محددة على جعل معارفهم وأعمالهم ووسائلهم مشتركة بينهم قصد تحقيق هدف معين"² و يجب أن يعلن هدف الجمعية دون غموض ويكون إسمها مطابقا له، ونجد في هذا التعريف أن المشرع ألزم إعلان الهدف من تشكيل الجمعية وأن يكون إسمها مطابق لهدفها، وهذا حتى يتسنى للجميع التعرف عليها ولا يختلط تشخيصها مع جمعيات أخرى لها نفس الأهداف، كما نجد أن هذا القانون ينفي عنصر الديمومة عن الجمعية التي جاء بها الأمر رقم 79/71 وهذا عندما أورد عبارة "لمدة محددة أو غير محددة".

¹ القانون 31\90 ، المؤرخ في 17 جمادى الأول عام 1411 ،الموافق 04 ديسمبر 1990، الصادر بالجريدة الرسمية العدد 53، المؤرخة في 1990/12/05.

² قانون رقم 15\87، المؤرخ في 21 جويلية 1987، الصادر من الجريدة الرسمية العدد 31، الصادرة في 29 يونيو 1987، المادة 2

المبحث الثاني: شروط و خطوات تأسيس الجمعيات

أولاً: شروط تأسيس الجمعيات.

تختلف شروط تأسيس الجمعيات من بلد إلى آخر و يعود ذلك إلى طبيعة القانون الذي يحكم تلك الجمعية ومن شروط تأسيس الجمعية في الجزائر نذكر:

1_ الشروط القانونية المتعلقة بالأعضاء المؤسسين:

نصت المادة 4 من القانون رقم 06-12 أنه يجب على الأشخاص الطبيعيين اللذين بإمكانهم تأسيس جمعية و إدارتها و تسييرها التقيد بالشروط التالية:

- بلوغ السن الرشد: من 18 سنة فما فوق.¹

- من جنسية جزائرية: إشتراط المشرع الجنسية الجزائرية في كل من يؤسس أو يدير أو يسيّر الجمعية دون أن يحدد أصلية أم مكتسبة و هذا تطور لصالح الجمعيات لأن القانون 79/71 المتعلق بالجمعيات إشتراط في المادة 03 منه في كل من يريد أن يؤسس جمعية أو يسيّر أو يديرها أن يكون متمتعاً بالجنسية الجزائرية على الأقل منذ عامين وبعد أيام من صدور هذا الأمر عدل هذا الشرط إلى 10 سنوات على الأقل.²

- التمتع بالحقوق المدنية و السياسية: غير محكوم عليهم بجناية أو جنحة تنتافى مع مجال نشاط الجمعية ولم يرد لهم الإعتبار بالنسبة للأعضاء المسيرين.

¹ قانون رقم 12 - 06 مرجع سابق ذكره، المادة رقم 04.

² الأمر رقم 79/71 المتعلق بالجمعيات (استدراك)، الجريدة الرسمية، عدد 05 الصادرة في 18 يناير 1972.

2_ الشروط المتعلقة بأهداف الجمعية:

نصت الفقرة 02 من المادة 02 من القانون رقم 31/90 على أن الأشخاص المؤسسين للجمعية يهدفون إلى ترشيح معارفهم في مختلف الأنشطة ذات طابع مهني، إجتماعي، علمي، ديني، ثقافي ورياضي على الخصوص.

كما تنص المادة 05 من القانون السالف الذكر على أن الجمعية تعد باطلة بقوة القانون في الحالات التالية:

- إذا كان الهدف من تأسيسها مخالف للنظام القائم أي أن الجمعية تعد باطلة اذا كانت تهدف إلى المساس بالنظام السياسي أو الإقتصادي أو الإجتماعي القائم.
 - إذا كان الهدف من تأسيسها يخالف النظام العام و الأداب العامة:
- يمنع القانون قيام الجمعيات التي تهدف إلى مخالفة النظام العام بمفهومه الواسع : الصحة، الأمن و الأداب.

- إذا كانت تهدف إلى مخالفة القوانين و التنظيمات المعمول بها:
- " هو أمر مفروغ منه إذا لا يمكن للجمعية أن تمارس أنشطة مخالفة للقوانين و التنظيمات المعمول بها ¹
- يجب على الأشخاص المعنويون الخاضعين للقانون الخاص أن يكونوا:

(أ) مؤسسين طبقا للقانون الجزائري.

(ب) ناشطين عند تأسيس الجمعية.

(ج) غير ممنوعين من ممارسة نشاطهم. ²

¹ قانون 31-90 مرجع سبق ذكره، المادة 2.

² حرية عكوش ، دليل إستعمال الجمعيات الجزائرية ، ط1، مطبعة مؤسسة فريدريش إيبيرث، مطبعة نهلة لنشر و التوزيع، الجزائر، 2014، ص 13.

- يكون عدد أعضاء المؤسسين حسب المادة 06 من قانون الجمعيات رقم 12 - 06 كالتالي:

(أ) عشرة أعضاء بالنسبة للجمعيات البلدية .

(ب) خمسة عشر عضو بالنسبة للجمعيات الولائية المنبثقين عن بلديتين على الأقل.¹

(ج) واحد وعشرون عضو بالنسبة للجمعيات ما بين الولايات منبثقين عن ثلاثة ولايات على الأقل.

(د) خمسة وعشرين عضو بالنسبة للجمعيات الوطنية منبثقين على إثني عشر ولاية على الأقل.²

3- شروط متعلقة بالموارد المالية:

تتكون هذه الموارد من : - إشتراكات أعضائها.

- المداخل المرتبطة بنشاطاتها وأعمالها.

- الهبات النقدية و مداخل جمع التبرعات.

- الإعانات التي تقدمها الدولة، الولاية أو البلدية.

و تتمثل هذه الشروط في :

-عدم الحصول على الأموال من التنظيمات الأجنبية و منظمات غير حكومية أجنبية ما عدا تلك

العلاقات الناتجة عن علاقات التعاون والشراكة قانونيا. و هذا التحويل يخضع لموافقة مسبقة من طرف

السلطة.

-عدم إستعمال هذه الموارد لغرض شخصي أو أخرى، غير تلك المنصوص عليها في قانونها

الأساسي لتقادي العقوبات القانونية³

¹ قانون رقم 06/12/ مرجع سبق ذكره، المادة 06 ص ص 34 ، 35.

² قانون رقم 06/12/ ، مرجع سبق ذكره ، المادة 06 ، ص 35.

³ قانون 12 - 06 ، مرجع سبق ذكره، المواد 29 ، 30.

4- الشروط المتعلقة بالقانون الأساسي للجمعيات:

يعتبر القانون الأساسي بمثابة دستور الجمعية الذي تدير عليها، و عليه يجب توفر كل هذه الشروط:

- هدف الجمعية و تسميتها و مقرها.
- نمط تنظيم و مجال الاختصاص الإقليمي.
- حقوق وواجبات الأعضاء.
- شروط و كيفية إنخراط الأعضاء و إنسجامهم و إقصائهم
- الشروط المرتبطة بحق تصويت الأعضاء.
- جرد أملاك الجمعية من قبل محضر قضائي في حالة نزاع قضائي¹.

ثانيا: خطوات إنشاء جمعية:

بعد ذكر أهم أنواع الجمعيات سنحاول عرض مختلف الخطوات التي يجب على الراغب في إنشاء جمعية معينة أن يلتزم بتلك المراحل المنصوص عليها في القانون المسير للجمعيات، و رغم الاختلاف في نوع وطابع الجمعية إلا أن الخطوات تبقى نفسها و هي على النحو التالي:

المرحلة الأولى:

- تكوين اللجنة التحضيرية.
- إعداد مشروع القانون الأساسي للجمعية من طرف اللجنة التحضيرية.
- التحضير للجمع العام التأسيسي و الإعلان عنه.²

¹ قانون 06-12، مرجع سابق ذكره، المواد 31، 32 .

² نبيل إدريسي، مراحل تأسيس الجمعيات، موقع إلكتروني تم زيارته يوم 18 جوان 2019 علي الساعة 20 مساء

www.associatif.ma/2014/08/blog-post-87.html.

المرحلة الثانية

عقد الجمع العام التأسيسي من أجل المصادقة على مشروع القانون الأساسي وإنتخاب أعضاء المجلس الإداري أو المكتب المسير.

المرحلة الثالثة:

إعداد ملف الإيداع القانوني والقيام بإجراءات التأسيس ويتكون هذا الملف من الوثائق التالية:

- إسم الجمعية و أهدافها.
- لائحة بأسماء الأشخاص مع ذكر لقب، الجنسية ، سن ، تاريخ و مكان الميلاد، ومهنة ومحل سكن أعضاء المكتب المسير.
- الصفة التي يمثلون بها الجمعية تحت أي إسم كان.
- صور من بطاقتهم الوطنية أو الإقامة بالنسبة للأجانب، ونسخا من بطاقة السجل العدلي.
- مقر الجمعية.
- عدد ومقر ما أحدثته الجمعية من فروع ومؤسسات تابعة لها أو منفصلة عنها تعمل تحت إدارتها أو تربطها بها علاقة مستمرة و ترمي إلى القيام بعمل مشترك.¹
- القوانين الأساسية

المرحلة الرابعة: إجراءات تأسيس.

- يجب أن تقدم الجمعية تصريحاً إلى مقر السلطة الإدارية المحلية الكائن به مقر الجمعية.
- و ذلك يكون بطريقة مباشرة أو بمساعدة من عون قضائي يسلم عنه الوصل مختوم ومؤرخ وتقدمه السلطة الإدارية إلى النيابة العامة.

¹ نبيل إدريس، نفس المرجع السابق.

- عند إستفتاء التصريح يسلم الوصل النهائي وجوبا داخل أجل 60 يوما وذلك إذا تم مراعاة كل الشروط والخطوات السالفة الذكر وفي حالة عدم تسليمه داخل الأجل يمكن للجمعية أن تمارس نشاطاتها وفق الأهداف المسطرة.¹

المبحث الثالث : أنواع الجمعيات:

بعد أن لاحظنا الخطوات التي تمر بها الجمعية لتشريع في نشاطاتها ، سنحاول من خلال هذا المبحث الوقوف على أنواع الجمعيات التي تعبر عن الإختلاف في طابعها :

1- الجمعيات الغير المعلنة :

الجمعيات الغير المعلن عنها هي جمعيات شرعية ولكنها من حيث المبدأ لا تتمتع بالشخصية القانونية وهذا راجع إلى غياب كل الإجراءات أثناء تكوين هذه الجمعية البسيطة وهذه الجمعيات الغير المصرحة عنها الموارد الوحيدة التي تملكها تظل ملكية مشتركة للأعضاء وأنشطة هذه الجمعيات تكون محدودة ، بينما الحرية فيها تكون كلية.²

2- الجمعيات المعلنة :

من إسمها نستطيع أن نميزها عن سابقتها من الجمعيات حيث أنها تتخذ في سبيل تكوينها إجراءات الإعلان و الشهر الذي يطلبه القانون و ذلك لكي تكسب الأهلية القانونية الكاملة .

3- الجمعيات المحلية :

و هي جمعيات يتفق أعضاؤها المؤسسين على أن تمارس نشاطها على مستوى البلدية أو عدة بلديات أو ولاية و يكون ذلك موضحا في قانونها الأساسي و تسميتها.

¹ نبيل إدريس ، نفس المرجع السابق.

² محمد ابراهيم خيرى الوكيل ، التطور الدستوري و التشريعي للجمعيات الأهلية ، دراسة مقارنة ، ط 1 ، مركز الدراسات العربية ، القاهرة 2015 ، ص 247.

وذكر هذا النوع في المادة 09 من قانون 06-12 التي تنص على " يسلم وصل التسجيل من قبل :

- رئيس المجلس الشعبي بالنسبة للجمعيات البلدية .

- الوالي بالنسبة للجمعيات الولائية .

- الوزير المكلف بالنسبة للجمعيات الوطنية أو ما بين الولايات¹

4- الجمعيات الجهوية :

و هي جمعيات يشمل نطاقها الإقليمي أكثر من ولاية أي جهة من الوطن محددة قانونها الأساسي ،إذ

تعرض لها في المادة 09 من قانون 06-12-و ذلك عندما حدد الجهة التي يودع تصريح تأسيس هذا

النوع من الجمعيات .

5- الجمعيات ذات الصبغة الوطنية :

وهي الجمعيات التي يتفق أعضاؤها المؤسسون خلال الجمعية العامة التأسيسية على أن تكون جمعيتهم

ذات صبغة وطنية ، و يعتبر هذا النوع الأكثر أهمية في أنواع الجمعيات لأنها تمارس نشاطها عبر كامل

التراب الوطني .

وفي ظل هذا النوع سمح القانون رقم 06-12 الانضمام إلى الجمعيات الدولية و ذلك بمراعاة هذه

الشروط :

- الانضمام إلى الجمعيات الدولية التي تناشد نفس الأهداف الجمعية الوطنية أو المماثلة لها .

- احترام الأحكام التشريعية التنظيمية المعمول بها .

- موافقة الوزير الداخلية على هذا الانضمام.

¹ قانون 06-12، مرجع سابق ذكره، المادة 09 .

6- الجمعيات ذات منفعة عامة :

هي جمعيات تحمل بعض الصفات والخصوصيات تجعلها تأخذ مكانة متميزة في السلم الهرمي للجمعيات ، فهي تشارك الدولة في إشباع الحاجات بطريقة تجعل منها جمعيات من طراز خاص¹ .

7- الجمعيات النسوية :

تضم أكثر من 30 منظمة نسوية 26 منها تدافع عن حقوق المرأة والقضايا المتعلقة بها من عنف وهي على النحو التالي :

- الجمعيات الخيرية النسائية وهي الأكثر إنتشارا .

- النوادي النسائية التنظيمات النسائية المختلفة .

- الجمعيات النسائية التابعة للأحزاب المعارضة .

8- جمعيات حقوق الإنسان: هي مختلف الجمعيات التي تدافع عن الحقوق الإنسان ومن بين هذه الجمعيات : جمعة الرابطة الجزائرية للدفاع عن حقوق الإنسان والتي أسسها المحامي "علي يحي عبد النور" من أهم مبادئه إحترام الحقوق المدنية والسياسية في ضل دولة الحق والقانون .

9- الجمعيات الأجنبية :

عرفت المادة 59 من القانون 12-06 المتضمن قانون الجمعيات بقولها " كل جمعية مهما كان شكلها أو موضوعها ولها مقر بالخارج وتم إعتمادها والإعتراف بها وتم الترخيص لها بالإقامة على التراب الوطني ، أو كان لها مقر على التراب الوطني وتسير كليا أو جزئيا من طرف أجنب .² كما أن هناك جمعيات ثقافية وخيرية و جمعيات صحية .

¹ حسن رابحي ، الحركة الجمعوية و الدولة في الجزائر ، مذكرة ماجستير ، تخصص العلوم السياسية، كلية الحقوق، بن عكنون ،جامعة الجزائر 2001-2000 ص 14.

² قانون 12-06 ، مرجع سابق ذكره، المادة 59 .

المبحث الرابع : الأنشطة الجموعية و أهدافها.

يمكن إظهار الإختلاف الواقع بين الجمعيات عند الحديث عن النشاط و الأهداف الفرعية التي تسعى إليها ، فرغم كون الجمعية متممة لطلبات المجتمع و ناشدة التجمع من أجل الصالح العام إلا أنها تختلف في النشاط. فسنحاول الإطلاع على أبرز هذه النشاطات و الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها:

أولاً: الأنشطة الجموعية:

تقوم الجمعيات بعدة أنشطة وذلك من أجل بلوغ أهدافها و منها نذكر:

1. الأنشطة الثقافية و التعليمية:

الأنشطة الثقافية أداة من أدوات تكوين الرأي العام ووسيلة مهمة من وسائل التنقيف والمعرفة والتعبير عن النفس، نمو الشخصية و الإدماج في الممارسات الثقافية من مناقشات ندوات ومحاضرات تثير الفكر، وتعود على الدفاع عن وجهات النظر، وتنمية الإتجاهات الفكرية السلمية، لذلك تعتبر الأنشطة الثقافية من الأنشطة المهمة التي يتعين على الجمعية الإهتمام بها و خاصة أنها من الأنشطة التي لا تكلف المؤسسة التعليمية أي إمكانيات مادية، فهي تعتمد على إمكانيات العقلية للفرد وقدرته على¹ التخيل والتفكير والتصور وثقافته وإطلاعه وإظهار إبداعاته الفكرية التي يتمتع بها ومن أهم الأنشطة الثقافية والتعليمية نذكر:

- إقامة الدورات التعليمية المكثفة في المجالات المختلفة.
- إقامة الدورات التدريبية في مجالات التنمية البشرية و بناء الذات.
- إقامة الأسابيع الثقافية و الملتقيات و الورشات.
- إقامة مسابقات و التشجيع على إبراز المواهب.

¹ فرح المبروك عمر عامر، الأنشطة المدرسية، د ط، دار حميثرا للنشر والتوزيع ، مصر، 2016، ص109.

2- الأنشطة الإجتماعية و الإغاثية:

من خلالها يتم تقديم برامج ومشاريع خيرية وإجتماعية للأيتام والأسر المحتاجة، والمساهمة في الحملات التضامنية والإغاثية المحلية، الوطنية والدولية.

3- الأنشطة القرآنية:

تختص بتشجيع وترقية التعليم القرآني وتنظيم الدورات الموسمية و إنشاء المدارس القرآنية والعناية بالسنة النبوية وخدماتها، وتنظيم ملتقيات والمسابقات لمختلف المراحل العمرية، وتسعى لتطوير وإعداد المناهج التعليمية.

4- الأنشطة التربوية:

تتولى الاهتمام بتربية الناشئة وإصلاح الأسر وفقا لثوابت الأمة وأصالة المجتمع، وتعني كذلك بتقديم الخدمات التعليمية لمختلف الفئات العمرية والمراحل التعليمية، وتسهر على غرس القيم السامية ومعالجة الانحرافات الإجتماعية من خلال: ملتقيات، ندوات، أيام دراسية، منشورات وبرامج هادفة.¹

5- الأنشطة الإعلامية:

تسعى لتسويق إعلامي واسع ومحترف لمشاريع الجمعية وأهدافها والإهتمام بالتدريب والتكوين في المجال الإعلامي.

6- الأنشطة المتعلقة بترقية الصناعة التقليدية:

تهتم بتطوير الحرف والصناعات التقليدية عن طريق التكوين وإقامة المعارض والتظاهرات الإنتاجية والعمل على تشجيع وتنمية الأسر المنتجة.²

¹ أعمار شينون، شافية غليط ، النشاط الجمعوي للجمعيات الخيرية ودوره في بناء روح التكافل الإجتماعي في المنطقة "جمعية الإرشاد والإصلاح نموذجا"، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والإقتصادية، مجلد 07، العدد 04، 2018، ص453، 454.

² أعمار شينون، شافية غليط ، نفس المرجع السابق، ص453.

ثانياً: أهداف الجمعية.

تسعى الجمعية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من خلال العمل و الأنشطة التي تقوم بها و يمكن أن نستخلصها على النحو التالي:

- المساهمة في البناء الحضاري للأمة و تنمية شخصيتها بما يتماشى مع متطلبات العصر في إطار الثوابت الوطنية.
- العمل من أجل جمع الأمة حول المبادئ التي تضمن الوحدة و عناصر الحق و العدل في ظل القيم النبيلة، و العمل على نشر الثقافة السلم و رعاية حقوق الإنسان.
- العمل على ترقية المرأة و تفعيل دورها الحضاري و حماية الأسر و تثمين رصيدها.
- المساهمة في حماية الطفولة من كل الأضرار الجسمية، الفكرية، النفسية والعمل على توفير أماكن وسائل الوقاية، الحماية والتربية والترفيه.
- المساهمة في تنمية المجتمع بالإعتناء بالشباب، من خلال توفير أماكن الترفيه والتسلية وإعداد برامج تربوية، علمية، صحية ورياضية.
- العمل على خدمة المجتمع بإنشاء المرافق الخيرية الصحية منها، والتعليمية وغيرها و حمايته من الآفات والانحرافات والأخطار من خلال عمل إجتماعي فعال المساهمة في الحملات الإغاثية والتضامنية.
- المساهمة في ترقية التعليم القرآني و إنشاء المدارس القرآنية.
- المساهمة في محو الأمية، والعمل على تحديث الطرق والوسائل.
- القيام بالأنشطة التي تخدم أهداف ومبادئ الجمعية، والتعاون مع كافة الجمعيات والمنظمات الوطنية والدولية والهيئات المعنية والانخراط فيها وفق القوانين المعمول بها.

- المساهمة في حماية المحيط، ونشر الثقافة البيئية في أوساط مختلف فئات المجتمع¹

المبحث الخامس: معوقات النشاط الجمعوي.

من خلال المباحث السابقة يمكن أن نستخلص مجموعة من المعوقات التي تعيق النشاط الجمعوي و تنقص من فعالية الأداء ويمكن تقسيم هذه المشاكل إلى:

1-المعوقات و الصعوبات الموضوعية :

تعتبر المعوقات الموضوعية من أبرز الصعوبات التي تواجهها الجمعية أثناء أداء مختلف الأنشطة و هذه العراقيل تحد من فعالية العمل الجمعوي و نجاحه وبلوغ الأهداف المسطرة من قبل، ومن بين هذه المشاكل نذكر :

أ- الصعوبات المتعلقة بالقانون

لا تسمح تلك القوانين للجمعيات ببدء العمل التطوعي أو الخيري إلا إذا تمت الموافقة المسبقة على تسجيلها وإعتمادها إداريا بطريقة رسمية، بعد شهرين من تقديم ملف التسجيل حتى يتسنى للإدارة بالنظر للأهداف وأعضاء الجمع ، وهنا يكون الرفض أو التجاهل أو المماطلة.

كما تصعب الجمعيات من إنخراط المواطنين في العمل التطوعي بسبب التعقيدات الإدارية والإجراءات الأمنية الإحترازية الكثيرة مما يبعدهم عن المشاركة في إيجاد الحلول لمشاكلهم وعلى هذا أصبح هناك نقص من المتطوعين في الجمعيات وهذا من أكبر المشاكل في الجمعية²

¹ أعمار شينون، شافية غليط ، نفس المرجع السابق ، ص 453.

² ياقوت بوخناق، الحرية الجمعوية و العمل الثقافي في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علم الاجتماع السياسي، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة محمد لمين ، سطيف، 2016.2017 ص 117.

تشتت معظم القوانين على الجمعيات شروط معينة في بناء نظامها الداخلي وتعرض على بعض البنود فيه وذلك بواسطة إجبارية تتم بحضور ممثلين من الإدارة، لإبداء رأيهم في المسائل المطروحة مع حق الاعتراض على بعضها، وهو من قيود التي تحد من حرية عمل الجمعيات و تتدخل في سياستها¹

ب -الصعوبات المتعلقة بالأموال " تمويل"

المشكل الآخر الذي يعيق العمل الجمعي هو إشكالية التمويل أو نقص المقارنات أو ضيقها وغياب الإمكانيات المادية والتجهيزات الضرورية للنشاط الجمعي، فالتمويل يعد أهم الركائز الفعالة للعمل الجمعي ويضمن إستمرارية نشاطها وبرامجها التي تتبناها، وكذلك قدرتها على التخطيط الجيد للسنوات القادمة لقيامها بالأنشطة والبرامج التي تعهدت بها أمام جمهورها المستهدف².

على هذا الأساس تعتمد الجمعية بالدرجة الأولى، على التبرعات والهبات والمساعدات، كما تقوم ببعض المشاريع كالمعارض والحفلات الخيرية.

ج - المعوقات الناتجة من العلاقات مع الدول الأخرى:

عادة ما تكون العلاقات مع الدول الأخرى علاقات يسودها التوتر وإنعدام الثقة بين الطرفين وخاصة بين الدول والجمعيات التي تسعى وتحاول الحفاظ على إستقلاليته أمام تدخل في سياستها، ومن بين هذه العراقيل الناتجة عن العلاقة مع الدول الأخرى والتي قللت من فعالية نشاطها هو الإزدواجية والإنقائية ، التي تتعامل بها الدولة مع الجمعيات، حيث تساند وتدعم تلك التي تدور في فلكها وتهتمش الجمعيات المستقلة والفاعلة التي لا يهتمها إرضاء السلطات³.

¹ نفس المرجع السابق ص 117.

² فاطمة بن يحي، عمر طعم، واقع الحرية الجموعية في المجتمع الجزائري، مجلة البحوث والدراسات الاجتماعية، العدد 11، جامعة الشهيد لخضر ، الوادي، 2015، ص10.

³ أماني قنديل، الإسهام الاقتصادي و الإجتماعي للمنظمات الأهلية في الدول العربية، ط 1، الشبكة العربية للمنظمات الأهلية ، القاهرة، مصر، 1999، ص 99.

ومن بين العراقيل الموضوعية الأخرى نجد تلك المتعلقة بالعمل التطوعي ونقص مساهمة النساء والفتيات في النشاط التطوعي ولاسيما في الدول النامية، وقد يعود ذلك إلى تأثير منظومة القيم الاجتماعية التي تحد من المشاركة الفاعلة للمرأة وخاصة في تولي المناصب القيادية، بحيث تشير معظم الدراسات على أن مساهمة المرأة في النشاط الاجتماعي والاقتصادي تعد من مؤشرات تقدم المجتمع¹.

2-المعوقات الذاتية:

نقصد بالمعوقات الذاتية تلك المتعلقة بالجمعية بحد ذاتها والناجمة منها أي أن الأصل يعود إلى أعضاءها من مسؤولين ومتطوعين، فإختيار بعض الشخصيات الإدارية غير مؤهلة لقيادة تلك المنظمة يضعف من أدائها، حيث لا تعي تلك الشخصيات أهمية عقد الاجتماعات الإدارية، بانتظام وإعداد التقارير والمشاريع والموازنات بهدف توفير البيانات الدقيقة للجهات المقدمة للتمويل، وعدم التواصل والتنسيق مع المؤسسات ذات علاقة²

المبحث السادس: العوامل التي تساعد على نجاح العمل و النشاط الجمعوي:

هناك عدة عوامل وطرق تساعد الجمعية على تطوير نشاطها والعمل على الحد من مختلف الصعوبات التي تواجهها ومنها نذكر:

- التنسيق بين الجهات العامة في مجال العمل التطوعي حيث تتفادى الإزدواجية والإتكالية التي

ينعكس أثرها على العمل التطوعي.

- التخطيط المسبق والتنظيم الدقيق لأنشطة العمل التطوعي، بحيث يقوم على أساس علمي يعود بالنفع على أفراد المجتمع.

¹ أحمد ابراهيم ملاوي، أهمية منظمات المجتمع المدني في التنمية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية، المجلد 24 ، العدد 2، 2008 ،ص 266.

² أحمد ابراهيم ملاوي ،نفس المرجع السابق ،ص 266.

- العمل على جذب الكفاءات النادرة و إقناعهم بالإنضمام للجمعيات التطوعية حتى يساهموا بأفكارهم ومهاراتهم في تطوير العمل التطوعي و لرفع من مكانته.
 - الإهتمام بالتدريس والإعداد المهني للعاملين في المجال التطوعي إذ يقومون بمهمة إنسانية، إذ يجب على العاملين في هذا المجال أن يتحلوا بالمهارات العالية والدقة والإنضباط.
 - الإستفادة من تجارب الجمعيات الخيرية التطوعية في بلدان الأخرى.¹
- ومن بين العوامل الأخرى التي تساعد على القيام بالنشاط الجمعي على أكمل وجه، نجد سبل العمل الجمعي و الذي يشمل :

1- التخطيط و التنظيم:

- لكي ينجح أي نشاط وأي عمل جمعي يجب أخذ بعين الإعتبار نقطتين أساسيتين وهما:
- ماذا تريد الجمعية من المتطوع؟
 - ماذا يريد المتطوع من الجمعية؟
- فالجمعية تريد من المتطوع التعهد والجدية وإستيعاب أهدافها وتطلعاتها وعدم توريطها في مواقف شخصية، وإستغلالها في أهداف أخرى، إضافة إلى المشاركة الفعالة في الإعداد والتدريب.
- أما المتطوع فيريد من الجمعية الشعور بالإحترام أو الثقة فيه والتعامل معه بشفافية وديمقراطية، وإبراز مواهبه واستغلال طاقتها إستغلالاً مفيداً. والتنظيم يحقق للمؤسسة التطوعية ما يلي:
- جمع المواهب وتخصيصها في مجالات مختلفة ومهمة، ضبط العمل وحل المشاكل، جمع المعلومات، الخبرات، الأفكار والتواصل بين مهام المؤسسة المختلفة وتقييم العمل.²

¹ صالح بن محمد الصغير، الجهود التطوعية و سبل تفعيلها، د ط، جامعة الملك السعود، الرياض، دون سنة النشر، ص18.

² أحمد إبراهيم حمزة، العمل الاجتماعي التطوعي، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2015، ص 302.

2- الإطار السياسي:

يلعب الإطار السياسي دورا هاما في فعالية المجتمع المدني ووضع العلاقة بينه وبين الدولة من خلال الاعتراف والإقتناع لدى المسؤولين بالحركة الجمعوية كقوة اقتراح ومشاركة في الحكم ونقد السياسات الغير الصحيحة وغير مفيدة، ووجوب المساواة بين جميع الجمعيات وإتاحة الفرصة لها للعب دورها التنموي والعلاجي والوقائي، إضافة إلى هذا فإن سلوكات الدولة ومراقبتها الأمنية يجب أن تنتهي لأنها سبب إنخفاض وضعف عدد المتطوعين.¹

3- إستقطاب و تحضير المتطوعين:

لابد أن يكون للجمعية قدرة على إستقطاب وتحضير المتطوعين ولمساعدة الجمعية للوصول إلى هذا الوضع يجب تنفيذ هذه التدخلات:

- لابد أن يكون للجمعية منسق لشؤون المتطوعين.
- أن يكون للجمعية دليل على عمل المتطوعين.
- أن يكون لدى الجمعية سياسة واضحة و معلنة²

4- تطوير القدرات الإتصالية:

تعرف على أنها برامج تدريبية في حين يفسرها آخرون بأنها تدعيم لعمليات التنظيمية داخل المنظمة من أجل تحسين أدائها.

و يمكن تلخيص مراحل التطوير كآلاتي:

- إيجاد الطلب والرغبة لدى المنظمة غير الحكومية لتتقن برامج التطوير.

¹ عبد الله بوصنوبرة ، الحرية الجمعوية في الجزائر و دورها في ترقية طرق الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، رسالة دكتوراة ،

كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، الجزائر، ص 302.

² احمد إبراهيم حمزة ، مرجع سابق ذكره ، ص 183.

- تحليل البيئة الاتصالية المحيطة.
 - توظيف الواقع الاتصالي الحالي للجمعية.
 - تحديد التدخلات و جملة الأنشطة الإتصالية المطلوبة¹
- إلى جانب العوامل والطرق التي تساعد على تطوير العمل الجمعوي والحد من مختلف المشاكل التي تواجهها أثناء أداء مختلف الأنشطة نجد مجموعة من الوسائل أو الطرق الأخرى التي تساعد على تحفيز العمل داخل منظمات المجتمع المدني "الجمعية" وعلى الحكومة و الدولة أن تقوم بها لمساعدة العمل التطوعي ومن بينها:
- منح هذه المنظمات حاجاتها من الأراضي لإقامة منشآتها الخيرية عليها.
 - شمول الجمعيات بالإعانات الحكومية ولاسيما إذا تولت رعاية الأطفال ذوي الإحتياجات الخاصة على ألا يرافق ذلك أي تدخل حكومي.
 - تقديم إعانات و تخفيضات لهذه المنظمات سواء من فواتير الكهرباء و المياه أو من الضرائب.
 - إعفاء المبالغ التي يتم التبرع بها لمؤسسات المجتمع المدني من قبل دافعي الضرائب سواء كانوا فراد أو شركات من ضرائب الدخل. وهذا يعد حافزا قويا لدافعي الضرائب لزيادة تبرعاتهم لمثل هذه المنظمات.
 - تقديم الدعم الحكومي للجمعيات الخيرية في مجال توفير الكتب والمعدات والأثاث واللوازم الحاسوب وغيرها.²

¹ فتحة اوهابية ، مرجع سابق ذكره، ص 90.

² أحمد إبراهيم الملاوي ، مرجع سابق ذكره، ص 268.

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل أن نقدم نظرة عامة ومسحية على الجمعيات وهذا بالوقوف على عدة مفاهيم ذات علاقة مباشرة والتنظيم الجمعي حيث تترجم الجمعية مجموع الأعمال الإجتماعية ، الإرادية الغير الربحية ،ولاحظنا من خلال مباحث الفصل أن الجمعيات تتعدد وتختلف في النشاط ، ولها عدة خطوات لتصل إلى مرحلة الميلاد ،وكيف أنه من الواجب أن تكون قانونية وذات أهداف مكملة لهيئات الدولة ولا دليل قاطع على وعي المواطن وبناء الطاقات الذاتية .

فعمل الجمعيات يغطي إحتياجات فئة كبيرة من المهمشين ،والأجدر بالذكر أنه وعلى الأرجح لا يمكن تشكيل وتأسيس جمعية دون الإطلاع وبمنسوب كافي على ما يدور في هذا الشق. كما أنه وبالنظر إلى المعقات والصعوبات التي سلفنا ذكرها في الفصل يجدر بالمنظمين الإتصال وليس أي نوع من الإتصال بل المخطط له ومسير بإستراتيجية محكمة.

خطة الفصل:

الفصل الثالث: طبيعة الإتصال في الجمعيات.

تمهيد

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي.

المبحث الثاني: أنواع الإتصال في الجمعيات.

المبحث الثالث: وسائل الإتصال في الجمعيات.

المبحث الرابع: نظريات الإتصال.

المبحث الخامس: أهداف الإتصال في الجمعيات.

المبحث السادس: معوقات الإتصال.

خلاصة الفصل

تمهيد

لعل أكبر نقاط الإتفاق بين المفكرين و أهل الإختصاص في علم الإتصال ، تكمن في كون هذا الأخير ذو مدلول إجتماعي ،تفاعلي وتبادلي فيذهب الكثير منهم إلى القول أن كل إتصال مهما اختلفت الأهداف التي يصبوا إليها تبقى تدفعه الحاجات الإجتماعية وتأثر فيه ،فتعتبر ثنائية الأخذ و العطاء أبرز أسس الإتصال، ونميز عندالحديث عن الإتصال في شكله التبادلي ما يعرف بالإتصال الإجتماعي الذي يهدف لغيات إجتماعية تدفعه الحاجات و مطالب الفرد في الجماعة وأبرز وجوه الإتصال الإجتماعي ذلك المتعلق بالجمعيات وكيف لهذه الأخيرة أن تتفرد بالإتصال الذي يسير به نشاطاتها كون الجمعية منظمة التي يجمع فيها الأفراد بنوع من الإرادة الحرة لتحقيق أهداف تسعى لصالح العام و كواقع متفق عليه دور الإتصال في المنظمات وما له من مدلول في نجاحها وحول ما سلف الإشارة إليه سنرى في هذا الفصل طبيعة الإتصال في الجمعيات وأنواعه وأهدافه التي يصبو إليها و سنواصل في هذا الفصل معرجين على أهم النظريات الإتصالية الأكثر استعمالا في الجمعيات ككل بغض النظر عن طبيعة النشاط المحدد لماهيتها، لنقف بعد ذلك على أبرز معوقات الإتصال في الجمعيات،وكيف لها أن تكون عاكسة و مضادة للأهداف المرجو تحقيقها.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي:

سنحاول من خلال هذا المبحث تقديم مجموعة من التعاريف التي نرى فيها ضرورة الإلمام بكل المتغيرين من التابع و المستقل في دراستنا حيث سنعرض فيما يلي ثلاثة مفاهيم أساسية متعلقة مباشرة بموضوع دراستنا وهي الإتصال، الإتصال التنظيمي والإتصال الإجتماعي.ومن خلال فك الإبهام على المفاهيم الثلاثة يمكن أخذ نظرة شاملة حول ما يمكن مصادفتها في طيات الدراسة و الفصول الأتية منها ، كما أن هذه المفاهيم تترجم عنوان دراستنا بشكل ما و الذي يتمثل في دور الإستراتيجية الإتصالية في تفعيل النشاط الجمعي.

- الإستراتيجية الإتصالية ← الإتصال و الإتصال التنظيمي.

- النشاط الجمعي ← الإتصال الإجتماعي.

❖ أولاً: مفهوم الإتصال:

هي عملية التي بموجبها يقوم الشخص بنقل أفكار أو معاني أو معلومات على شكل رسائل كتابية أو شفوية مصاحبة بتغيرات الوقت ولغة الجسم عبر وسيلة إتصالية، تنقل هذه الأفكار إلى شخص آخر وبدوره يقوم بالرد على هذه الرسائل حسب فهمه لها⁽¹⁾

وهو عملية نقل المعلومات من شخص إلى آخر بهدف إيجاد نوع من التفاهم المتبادل بينهما⁽²⁾

كما تعرفه جمعية الإدارة الأمريكية (AMA) على أنه أي سلوك يؤدي إلى تبادل المعلومات والمعاني.

¹ عبد الله حسن مسلم ، مهارات الإتصال الإداري والحوار، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، 2015 ، ص15.

² أحمد بن عبد الرحمن الشميمزي، مبادئ إدارة الأعمال، الأساسيات والاتجاهات الحديثة، ط10، مكتبة عبيكان للنشر، الرياض، 2014، ص236.

وكما عرفه آخرون على أنه تبادل الحقائق أو الأفكار أو الآراء أو المشاعر وينتج عنه تفاهم بين الأطراف⁽¹⁾

ويعرف الإتصال على أنه ظاهرة إجتماعية وحركية، تؤثر وتتأثر بمكونات السلوك الفردي والعوامل المؤثرة على طرفي عملية الإتصال، و مشتملة على نقل وتبادل المعلومات والأفكار والمعاني المختلفة وتقومها باستخدام لغة مفهومة للطرفين من خلال قنوات معينة⁽²⁾

كما أنه عملية حساسة التي من خلالها يود المرسل إرسال رسالة للمستقبل وأن يتقبلها، وبواسطتها يمكن التعرف على منتج جديد أو قيمة تقليدية التي يتم تقبلها أو تبنيها من طرف المتلقي، كما أن قبل اقتناء أي منتج جديد يجب التعرف عليه وبعدها الحصول على الرغبة في الشراء⁽³⁾

ومن خلال التعاريف السابقة يتضح أن الإتصال عملية نقل المعلومات وتوصيل الرسائل عبر قناة معينة، ويمتاز بالديناميكية والتفاعلية وله عدّة عناصر وهي:

- الرسالة: وهي عبارة عن الجانب أو المحتوى الملموس للمعنى أو الفكرة المراد إرسالها أو نقلها إلى الجهة المستهدفة.
- الوسيلة: وهي القناة التي يتم عبرها نقل الرسالة وإرسالها.
- المرسل: وهو يقوم بإرسال الرسالة.
- المستقبل: هو الذي يستلم الرسالة.
- رجوع الصدى وهي عبارة عن ردود أفعال أو إستجابة المستقبل لرسالة المرسل⁽⁴⁾

¹ مصطفى محمود أبو بكر، عبد الله بن عبد الرحمن الريدي، الإتصال الفعال، مدخل استراتيجي سلوكي لجودة العلاقات في الحياة والأعمال، د ط، دار الجامعة للنشر، الاسكندرية، 2007، ص101.

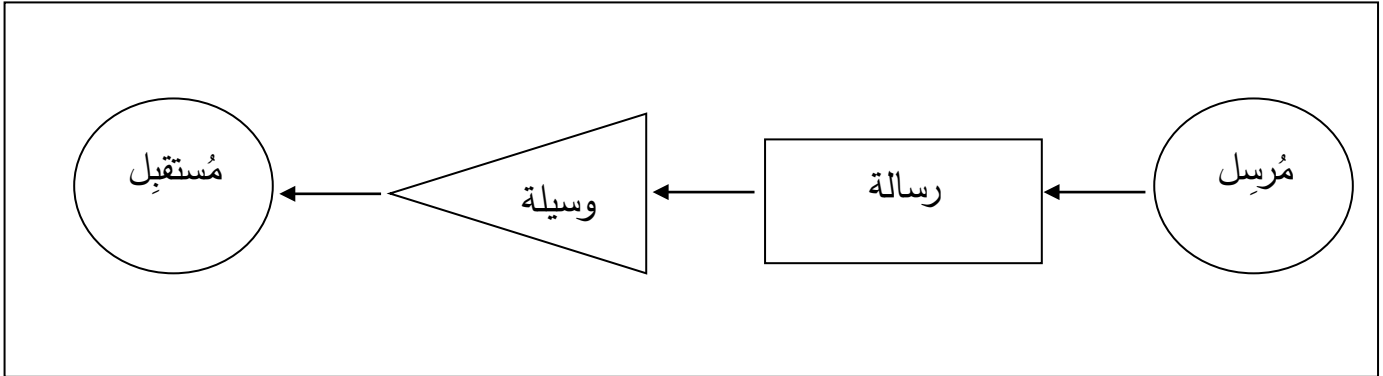
² مدحت محمد أبو النصر، مهارات الإتصال الفعال مع الآخرين، ط1، المجموعة العربية للتدريس والنشر، القاهرة، 2012، ص15.

³ bernard dagenais, le plan de communication, l'art de séduire ou de convaincre les autres, 10 eme tirage, les presses de l'université laval, sainte-foy, 1998. P10.

⁴ بشير العلق، الإتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة، ط1، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2014، ص09.

ويمثل الشكل التالي مختلف عناصر العملية الإتصالية في مفهومها الشائع و التي سبق ذكرها:

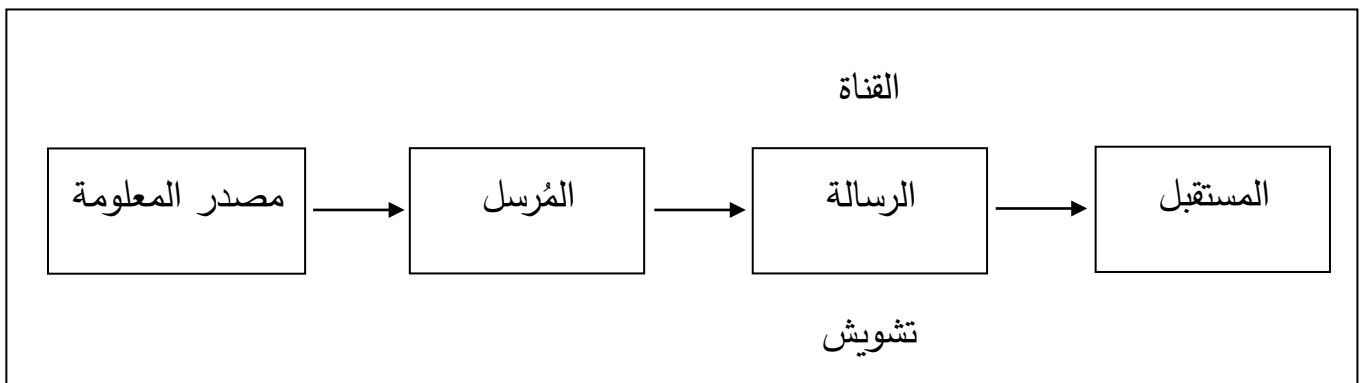
شكل رقم (07) يمثل عناصر التقليدية للعملية الاتصالية.



المصدر: مصطفى محمود أبو بكر، عبد الله بن عبد الرحمن البربدي، مدخل استراتيجي سلوكي لجودة العلاقات في الحياة والأعمال، د ط، دار الجامعة الاسكندرية 2007، 2008، ص42.

كما أن هناك عناصر أخرى للعملية الإتصالية و التي تعتبر كوسائط بين الرسالة و المستقبل لها و هذا ما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (08) يمثل عناصر العملية الاتصالية في مفهومها الحديث.



المصدر Tiry libaert ,Marie hélène westphalen ,communicatore,toute communication d'entreprise,6eme

édition,dunode,paris,2012,p07

❖ ثانيا: مفهوم الإتصال التنظيمي.

فيما يخص الإتصال التنظيمي فقد تعددت وإختلفت تعاريفه بإختلاف التخصصات العلمية والمدارس إلا أن أغلبها إتفقت على أن الإتصال التنظيمي هو ذلك النوع من الإتصالات المرتبطة بكل المعلومات المتداولة داخل التنظيم ومن بين هذه التعاريف نذكر أهمها:

الإتصال التنظيمي هو ذلك الإتصال المتداول في المؤسسة، وينحدر من السلطات ويكون على شكل إتصال نازل، صاعد أو أفقي، وله تأثير في دافعية الأفراد والتماسك الإجتماعي للمؤسسة، وفي هذا النوع من الإتصالات تستعمل العديد من الوسائل كاللوائح الإعلانات والسجلات الداخلية⁽¹⁾

كما يعد وسيلة هادفة أي تستخدمها المنظمة في تحقيق أهدافها، إذ معظم الأفراد العاملين في المنظمة يتعاملون مع بعضهم من خلال وسائل الاتصال المختلفة من أجل تسيير كافة الأنشطة المراد تحقيقها، إذ هو بمثابة الوسيلة الإجتماعية التي تحقق من خلالها الأفراد سبل التفاهم والتفاعل في المنظمة⁽²⁾

ويعرف الإتصال التنظيمي على أنه العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات والمعاني والأفكار داخل المنظمة من شخص لآخر للوصول إلى تحقيق أهدافها، فهم يتفاعلون بإستخدام وسائل الإتصال المتعددة، و لا يمكننا أن نتصور منظمة دون أن نتصور في نفس الوقت عملية الإتصال التي تحدث بين أقسامها وأفرادها، وتجعل منها وحدة عضوية لها درجة من التكامل تسمح بقيامها بنشاطاتها⁽³⁾

❖ ثالثا: مفهوم الإتصال الإجتماعي:

إن الإتصال الإجتماعي أصبح وسيلة وتقنية وإستراتيجية تساهم في حل مختلف المشاكل التي يطرحها المجتمع ومعظم الآفات التي يفرزها هذا التطور، فهو تعدى مهمة الإقناع إلى مهمة الرفض إذ

¹ Alex muchielli, les sciences de l'information et de la communication, 1^{er} édition, édition hachette paris , p 67.

² كاظم محمود خضير ، السلوك التنظيمي، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2002 ، ص116

³ ناصر قاسمي، الإتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية، د ط، ديوان للمطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2011 ، ص08.

يستخدم وسائل الإعلام من إيصال المعلومات والأفكار، فهو ركيزة لتغيير الآراء والأفكار إلى الأفضل وتعديل السلوكيات المعاكسة⁽¹⁾

يعتبر الإتصال الإجتماعي علما معقدا و متشعب الفروع يستلم قواعده من مختلف العلوم الإنسانية و هو يعمل على بث و نقل القيم و العادات و التقاليد و كل ما هو قيمة ثقافية و حضارة البلد ، ثم العمل على المحافظة على السلوك الجيد و الحرص عليه.²

كما يتمثل في نقل أفكار و رسائل من طرف أول إلى طرف ثاني، هدفه تقويم السلوكيات الضارة بالفرد و المجتمع و يسعى إلى تطوير المعارف و دفع الوعي الإجتماعي إلى الطريق السليم.³

المبحث الثاني: أنواع الإتصال في الجمعيات:

إنَّ الجمعيات تسعى أساسا من أجل خدمة مختلف شرائح المجتمع و الإهتمام بإنشغالاتهم، و محاولة تلبية حاجاتهم و حل مشاكلهم بأفضل الطرق الممكنة، كونها الوسيط بينهم و بين السلطات المسؤولة و المعنية بالحفاظ عن حقوقهم.

ومن أجل تحقيق ذلك لابد من وجود طرق و أنواع للإتصال تنتجها الجمعيات لتحقيق أهدافها و الوصول إلى غايتها، و على هذا الأساس تبنت الجمعيات منذ أن أصبحت تتواجد بصفة رسمية نوعين أساسيين للإتصال وهما: الإتصال الرسمي بشتى أنواعه و ذلك من 1901_1960. و الإتصال الإجتماعي من 1980-1990⁴ و سنتطرق إلى كل نوع على حدى:

¹ Michel le net, la communication public, pratique des compagnes l'information, 1^{er} édition, édition la documentation français, paris 1992. P13.

² عبد الحميد عطية، محمد محمود، الإتصال الإجتماعي و ممارسة الخدمة الإجتماعية، د ط، مكتب الجامعي الجديد، القاهرة ، 2003، ص54.

³ ميشال لوني، ترجمة صالح بن سليمة، الإعلام الجديد، ط1 ، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، تونس، 1993، ص05.

⁴ فتيحة أوهابية، أمل نوري، الإتصال الجمعي أشكاله و أجياله و وسائله و اهدافه، مجلة العلوم الإنسانية، العدد9، جامعة محمد خضر، بسكرة، 2006، ص ص 5،6 بتصرف.

❖ أولاً: الإتصال التنظيمي:

يعتبر الإتصال التنظيمي من أبرز أنواع الإتصالات التي تركز عليها أي منظمة وأي جمعية مهما كان طابعها ويساهم في تحقيق الأهداف المسطرة وتطبيق مختلف الأنشطة، وهذا النوع ينقسم بدوره إلى عدة أنواع أخرى وهي:

1- الإتصال الداخلي:

الإتصال الداخلي هو ذلك التفاعل الذي يتم داخل حدود المنظمة، ويستخدم قنواتها التنظيمية لتبادل المعلومات بين الأجزاء المكونة لها⁽¹⁾

كما أنه عبارة عن دراسة وتطبيق مجموعة من المؤشرات والوسائل التي بواسطتها تنظم المؤسسة إتصالها مع محيطها⁽²⁾

ويحتوي الإتصال الداخلي على مجموعة من الأنواع المصنفة على النحو التالي:

أ- وفق نوع الرسالة الإتصالية: فيمكن تقسيمها إلى عدة أنواع وهي:

- الإتصال الشفهي: يعبر عن تبادل الأفكار والبيانات والمعلومات بين المرسل والمستقبل باستخدام الكلمات المنطوقة ومن أمثلة عن ذلك الإتصال المباشر بين طرفي الإتصال، الإجتماعات.
- الإتصال الكتابي: يعبر عن نقل الأفكار والبيانات والمعلومات، باستخدام كلمات مكتوبة مثل كتابة التقارير، التعليمات.⁽³⁾
- إتصال غير لفظي: ويدخل ضمن هذا النوع كل الإتصالات التي تعتمد على اللغة الغير اللفظية مثل:

¹ علي شرقاوي، العملية الادارية، وظائف المدرسين، د ط، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2002، ص427.

² منال طلعت محمد، مدخل إلى علم الإتصال، ط1، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، الاسكندرية، 2001، 2002، ص22.

³ مدحت محمد أبو نصر، مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين، د ط، مجموعة العربية للنشر والتدريب، د بلد نشر، 2002، ص28.

- لغة الإشارة: وهي تتكون من مجموعة الإشارات البسيطة أو المعقدة التي يستخدمها الإنسان للاتصال بغيره.

- لغة الحركة والأفعال: وتتضمن جميع الحركات التي ننقل بها المعاني أو المشاعر لمُستقبل الرسالة.

- لغة الأشياء: مثل إرتداء الملابس السوداء واستنتاج دلالتها، أو وضع أدوات عصر معين فوق المسرح وذلك لتوجيه المشاهد بزمن المسرحية⁽¹⁾

ب- وفق الإتجاه: ويقصد بها الإتصالات التي تتم في إطار القواعد الرسمية التي تحكم المنظمة (إتصال رسمي) وهي 3 أنواع:

• الإتصال الصاعد: هي إتصالات رسمية صادرة من المستوى الأدنى إلى المستوى الأعلى أي من المرؤوسين إلى الرئيس، ومن هذه الإتصالات: خطابات التظلم والشكاوي، طلب العلاوات و التقارير. ⁽²⁾

• الاتصال النازل: يمكن فهم هذا النوع من الإتصالات الرسمية بالنظر إلى الهيكل التنظيمي المنظمة كمدرج هرمي للسلطة حيث يمثل نقل المعلومات والأوامر من الرؤساء إلى المرؤوسين حسب تدرج السلطة، ويتمثل هذا الإتصال من أعلى السلم الإداري إلى أدنى السلم⁽³⁾

• الاتصال الأفقي: يتم الإتصال بين أعضاء الجماعة أو بين أعضاء الجماعات العمل في نفس المستوى الإداري أو بين المدراء في نفس المستوى، وتعد ضرورية لتوفير الوقت وتسهيل التنسيق⁽⁴⁾

¹ حمزة عمر المفلاح، الاتصال، المهارات والنظريات وأسس عامة، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع عمان، 2014، ص31.

² محي الدين عارف حسين، الاتصال الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات، ط1، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014 ص29.

³ إبراهيم خليل خضر، مهارات الاتصال، ط1، دار الجندي للنشر والتوزيع، القدس، 2013 ص41 -بتصريف-

⁴ طارق عبد الرؤوف عامر، القيادة التربوية ومهارات التعلم، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، د بلد نشر، 2013، ص112.

ج- تصنيف وفق شبكة الاتصال:

ونجد في هذا التصنيف الإتصال المركزي و اللامركزي:

• الإتصال المركزي:

حيث يكون إتصال أعضاء الفريق مع شخص واحد، عادة ما يكون قائد الفريق، أو شخص يتم إختياره ليكون بمثابة مركز الإتصال، يقوم أعضاء الفريق بإتصال بالقائد طلبا لتوجيهات وتوضيح الأمور أو حل المشاكل، ويقوم قائد الفريق بمعالجة هذه القضايا بشكل مركزي.⁽¹⁾

ويحتوي هذا النوع 3 شبكات من الإتصال وهي:

- العجلة:

إنّ بنية هذه الشبكة توحى بالمركزية في إتصالها وهذا يعني ضرورة وجود شخص في الوسط يتحكم في إرسال واستقبال وتوجيه الرسائل الإتصالية لبقية الأعضاء في الشبكة.

- شكل Y واي:

وتعتبر شبكة واي أقل مركزية من العجلة فهناك شخصيات يتميزون عن بقية أفراد الشبكة بحكم موقعهم فيها، والذي يتيح لهم قدرة كبيرة على الإتصال بأكثر من فرد في وقت واحد، والتحكم في توجيه الرسالة.

- السلسلة:

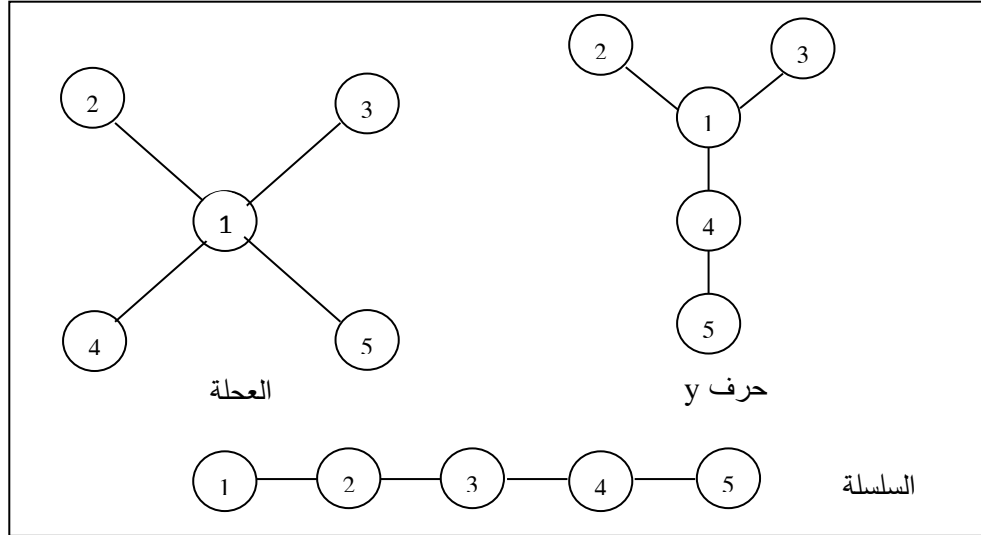
وتمثل هذه الشبكة في بنيتها الدائرة، ولكن الشخص المتواجد في الوسط يمكنه الإتصال مع أي شخص في المنشأة في آن واحد، أما البقية فيتساوون في أدوارهم الاتصالية حيث أن كل فرد يمكنه الإتصال بالشخص المجاور له².

¹ حميد طاني، بشير العلاق، أساسيات الاتصال نماذج ومهارات، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص52.

² محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص52.

الشكل الموالي يوضح الشبكة المركزية للإتصال.

الشكل رقم (09) يمثل أنواع الشبكات الإتصال المركزي



المصدر: حميد طاني، بشير العلاق، أساسيات الإتصال نماذج ومهارات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص53.

• الإتصال اللامركزي:

في هذا النمط من الإتصال يكون لأعضاء الفريق كامل الحرية للإتصال والتواصل مع بعضهم البعض ويصلح هذا النوع من الاتصال عادة بين العلماء والمفكرين والمهنيين الذي تتطلب مهام أعمالهم تبادل الآراء والأفكار من دون أي قيود أو معوقات كما يستخدم هذا النوع في الحالات الطارئة التي تستدعي إتخاذ القرارات تتسم بالسرعة والمرونة والكفاءة⁽¹⁾

ويحتوي هذا النوع على نوعين من الشبكات وهما:

- الدائرة:

وهذه الشبكة تتميز من إسمها بخلوها من القائد المركزي، فجميع الأفراد في شبكة الدائرة يقومون بالإتصال وتتعدم فيها المركزية⁽²⁾

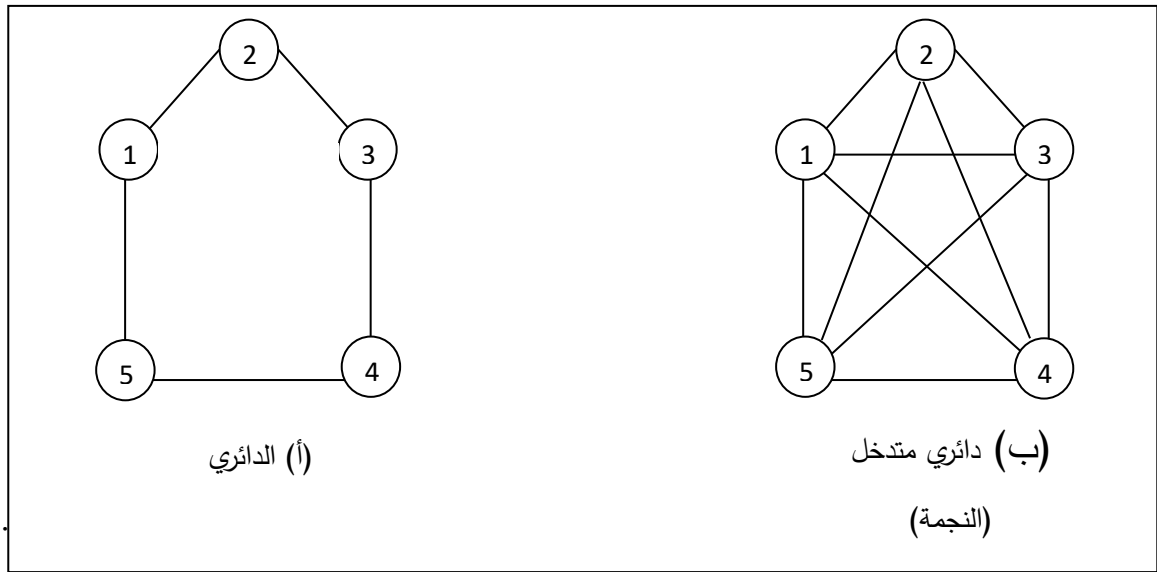
¹ حميد طاني، بشير العلاق، أساسيات الإتصال نماذج ومهارات، مرجع سابق ذكره، ص52.

² محمد منير حجاب، الإتصال الفعال للعلاقات العامة، مرجع سابق ذكره، ص52.

- النجمة:

وتتشابه هذه الشبكة في بنيتها مع الدائرة، من ناحية تساوي الأفراد فيها، في أدوار التأثير والسلطة التفاعلية مع الآخرين، إلا أنها تتميز على الدائرة بإمكانية إختيار الأفراد للإتصال بأي شخص موجود في الشبكة دون تحديد، فهناك فرصة إتصالية لجميع الافراد فيما بينهم⁽¹⁾

الشكل رقم(10) يمثل أنواع شبكات الإتصال اللامركزي.



المصدر: حميد طاني، بشير العلاق، أساسيات الإتصال نماذج ومهارات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص53

د- الإتصال الغير الرسمي:

كما أن الإتصال الداخلي في المنظمة لا يخلو من الإتصال الغير الرسمي ويعرف بهذا الاسم لأنه يحدث خارج المسارات الرسمية المحدودة للإتصال ويعبر عن العلاقات التي تتم بين المستويات المختلفة متخطية حدود السلطة الصارمة وهذه الإتصالات في أي حال من الأحوال تعبر عن رغبة الأفراد في عدم الإنعزال عن بعضهم البعض بهدف إشباع حاجاتهم الإجتماعية النفسية.²

¹ محمد منير حجاب، الإتصال الفعال للعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 53.

² صلاح الدين محمد عبد الباقي، السلوك الفعال في المنظمات، د ط، دار الجامعة الجديدة للنشر، القاهرة، 2000، ص318.

2- الإتصال الخارجي:

هو مجموعة من الخطوات التواصلية التي تقوم بها المؤسسة بهدف التواصل مع محيطها الخارجي¹ وهي الإتصالات التي يتم تبادلها بين المنظمة والبيئة التي تعمل فيها، وتهدف إلى تحقيق التفاهم بين المنظمة وجماهيرها الخارجية خاصة ، العملاء، الإدارات والمجتمعات المحلية، وجمع المعلومات عن الظروف التي تعمل فيها والتي لها أهمية عند إتخاذ القرارات أو وضع إستراتيجيات الشاملة لها² كما أن الإتصال الخارجي يحتوي على عدة أنواع ومنها نذكر:

• الإتصال الخارجي العملياتي:

يكون هذا النوع من الإتصال منطلق إحساس أعضاء المؤسسة و شعورهم بوجوب تقديم خدماتهم لها في نطاق إتصالي مباشر مع المحيط لإعتبارهم ممثلين لهذه المؤسسة ومرآة عاكسة لها أمام الجمهور العام، وذلك من خلال إعطاء صورة إيجابية عن المؤسسة ومحاولة الحصول على معلومات يتم دمجها ضمن شبكة المعلومات أو بنك المعلومات التي تستخدمه المؤسسة كمدخلات وتحويلها كمخرجات³

• الإتصال الخارجي الإستراتيجي:

ويشمل هذا النوع صنفين:

- الصنف الأول: يتولى إنشاء وتكوين الشبكات لأن هدف المؤسسة هو البحث عن مكان لها في المحيط، و تحقيق الذات وتنمية علاقات نشيطة مع المحيط الخارجي. إذ يعتبر كوسيلة دفاعية ونظام إنذار يمكن أن يخدم المؤسسة في حالة وجود صعوبات أو أزمات.

¹ سمير محمد حسين، العلاقات العامة، ط2، عالم الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 1995، ص200 .

² محمد قادري ، الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية بين النظرية والتطبيق، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم التجارية، تخصص ادارة الاعمال، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2010، ص59.

³ الزهرة نويوة، الخنساء شريفي، فعالية الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر، مذكرة ماستر، كلية العلوم الانسانية الاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 1017، ص14.

- الصنف الثاني: ويسمى بالسمع الخارجي، حيث تضع المؤسسات قنوات لجلب المعلومات من البيئة المحيطة، وهذا يجمع معطيات عن المنافسين والتطورات الحاصلة في البيئة والتغيرات الإجتماعية كل هذه تشكل مادة هامة يمكن الإستعانة بها في عملية إتخاذ القرارات على المدى المتوسط والبعيد.

• إتصال خارجي حول السمعة:

هذا النوع من الإتصال محصور بنشاط المؤسسة لابتنشاط الأفراد كل من منطلق مسؤوليته وإتجاهها ويشمل كلا من الإعلان و العلاقات العامة¹

ثانيا: الاتصال الاجتماعي:

يعتبر نوع الثاني من الإتصالات الذي تعتمد عليه الجمعيات و ينقسم بدوره إلى عدة أنواع أخرى وهي كالتالي:

1- الإتصال الهادف إلى تحسين الصورة المؤسسة:

تكسب الصورة الذهنية أهمية كبيرة في جميع المجالات فالمستهلك لم يعد يهتم بالجانب الإستهلاكي فقط بل أصبح أكبر من ذلك فهو يركز على حسن الصورة التمس تكونها المؤسسة لدى جمهورها. كما يلعب الإتصال دورا هاما في تحسين صورة المؤسسة، فتواصل المؤسسة والمنظمة مع الجماهير وإبلاغهم بمختلف المعلومات إما عن المنتج أو المنظمة نفسها وذلك بهدف التسويق لذلك المنتج وزيادة المبيعات وبهدف بناء الصورة عن طريق الترويج لإسم المؤسسة وبناء جسر الثقة بين المؤسسة والجمهور² وتستخدم المؤسسات العديد من الوسائل للتواصل مع جماهير كالبريد ومواقع الانترنت.

¹ الزهرة نويوة ، نفس المرجع السابق، ص 14.

² صالح الشيخ، تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها، دبلوم في العلاقات العامة منشور، سوريا 2009، ص14.

2- الإتصال الهادف إلى الإقناع وإحداث التغيير:

يرى علماء النفس الإتصال الإقناعي على أنه جهود مقصودة وناجحة، تسعى للتأثير في الحالة العقلية للآخر من خلال الرسائل الإتصالية ويكون للجمهور المستهدف درجة من الحرية أثناء إستقباله للرسالة. ويؤكد هذا التعريف على أن الإقناع يرتبط بصفيتين:

الأولى: هي النجاح في التأثير على الشخص المستهدف.

الثانية: هي القصد والذي يعني أن الإقناع يسعى إلى تغيير السلوك المبني على تغيير الاتجاهات.¹

ومن مبادئ ومقتضيات الإتصال هو التركيز على تحسين عادات الأفراد والمجموعات والسعي للتأثير من أجل تحقيق منهج للحياة، وبصفة عامة فإن الإتصال الإجتماعي يعمل على توعية الأفراد والجماعات كي يتفادوا جميع الآفات والأمراض.

3- الإتصال الإخباري الهادف إلى توضيح الحقوق:

وهذا النوع يهدف إلى تعريف المواطنين بالعناصر الجديدة، لما لهم من حقوق وما عليهم من واجبات ويمكن أن يكون ذلك الخبر إجتماعيا أو إقتصاديا أو ثقافيا، كحقوق المرأة، إشارات الطرق ومشاكل التشغيل.

المبحث الثالث: وسائل الإتصال في الجمعيات :

تعتمد الجمعيات على وسائل عديدة للتواصل مع جمهورها الداخلي و الخارجي ، ومن أجل تغطية مختلف الأنشطة التي تقوم بها على مدار السنة ، و هذه الأنواع مقسمة على النحو التالي :

¹ علي فرجاني، مرجع سابق ذكره، ص75.

أولاً: وسائل الإتصال الجماهيري:

يشير مصطلح وسائل الإتصال الجماهيري mass media بوجه عام إلى كل الوسائط (الأدوات أو الوسائل) غير الشخصية للإتصال، التي عن طريقها تنقل كل المعلومات السمعية البصرية بشكل مباشر للجمهور.

الجدير بالذكر أن المصطلح هو إختصار العبارة "الأدوات المستخدمة في الإتصال مع الجماهير" ولهذا فإن هذا التعريف يتضمن جانبين الأول متصل بالوسائل الفنية والثاني متصل بالجمهور.¹ ومن أهم وسائل الإتصال الجماهيري نذكر:

1- التلفزيون: يعتبر التلفزيون أقوى وسيلة إعلامية من حيث الإنتشار والتأثير وذلك لما يتمتع به من إمكانيات تجمع بين الصورة والصوت لتربط بين أهم حاسيتين للإنسان ومن خلال هذا الجهاز يمكن تزويد الجمهور بالمعارف والأفكار والقيم.²

2- الإذاعة: هو أكبر شعبية من التلفزيون لسهولة نقله من مكان لآخر، وغطى جهاز الراديو على جميع وسائل الإتصال الجماهيري حيث أعطى لجمهور المستمعين التعليم والتنقيف والترفيه والإعلام وكذلك الإعلان.³

4- السينما: تعتبر السينما من بين الوسائل التي تسعى إلى نشر الوعي الثقافي بين المجتمعات وتقديم الرسائل إلى الجمهور المستهدف وهي ليست فكر أو فن فقط بل بالدرجة الأولى صناعة وتجارة.⁴

¹ علي عبد الفتاح، الاعلام الإجتماعي، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 06.

² وعد إبراهيم الأمير، دور التلفزيون في قيم الأسرة، ط1، دار غيداء لنشر و التوزيع، 2012، ص 13.

³ عيسى محمود الحسن، الإذاعة والبرامج الجماهيرية، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 20.

⁴ حسن حداد، تعال إلى حيث النكهة رؤى نقدية في السينما، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 07.

5- الصحافة: يمكن تعريفها بأنها النافذة التي يرى من خلالها الفرد العالم، وتدخل فيها الصحف والمجلات العامة ضمن الدوريات التي تمثل حلقة إتصال مهمة بين أفراد المجتمع وتتميز بنقل الاخبار¹.

ثانيا: وسائل الإتصال المكتوبة:

1- المطويات: وهي وسيلة إعلام ونقل المعلومات الإعلامية غير مطبوعات والتي تتميز بسهولة حملها ونقلها وتوزيعها، وهي تعتبر من أفضل الوسائل المستعملة بالمناسبات العامة الوطنية والخاصة².

2- الملصقات: هي من الوسائل الفعالة والتي تسعى إلى نقل المعلومات للجمهور ويضع بعض الباحثين مجموعة من الشروط لتحقيقها ومنها وضوح الهدف من الملصقات و بساطة مضامينها والاتزان بين محتويات الملصق³

ثالثا: وسائل الاتصال الشخصية ذات وسيطة.

الهاتف النقال: هو جهاز يتكون من دائرة إستقبال وإرسال وحدة معالجة مركزية وفرعية وذاكرة لتخزين المعلومات، كما عرف على أنه عبارة عن وحدة معقدة تتضمن مُستقبلاً ومُرْسِلاً ومجموعة دوائر تحكمية ومنطقية ضرورية للقيام بالإتصال⁴.

فالهاتف من بين الوسائل التي يستخدمها الفرد من أجل التواصل ونشر المعلومات، فيسمح بالإتصال مع الآخرين بشكل سريع وفوري وبالتالي يحطم حواجز المكان والزمان، كما يسمح للفرد أن يخلق عالم خاص به لا يحمل إلا ما يرغب فيه سواء المتعلقة بتهيئة الهاتف كالصور الملتقطة أو الموسيقى.

وهو وسيلة لحفظ المعلومات وتسجيل المواعيد والتذكير بها، وكذا مكتب متنقل يسمح بإنجاز الأعمال.

¹ محي الدين، عارف حسين، الاتصال الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات، ط1، الاكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2015، ص31.

² عامر ابراهيم قنديلجي، الإعلام و المعلومات، والانترنت، دط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص190.

³ عامر ابراهيم قنديلجي، نفس المرجع السابق، ص190.

⁴ تامر عبد الجبار عبد العباس السعيد، تسويات منازعات عقد ترخيص الهاتف اللاسلكي بالاتفاق على التحكيم، ط1، المركز العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر 2018، ص25.

- الأنترنت: هي مجموعة من الشبكات المختلفة المتصلة مع بعضها البعض بواسطة قنوات اتصال موجهة أو غير موجهة والتي تغطي جميع انحاء العالم وهي غير مملوكة لأي جهة¹ كما أن الشبكة تعني إتصال شخصين أو أكثر عن طريق الحاسب الألي وهذا الإتصال يكون: -إتصال يسمح بتبادل المعلومات وذلك عن طريق الحاسبات مما يؤدي إلى سرعة وسهولة الحصول عليها.

-إتصال يسمح بمشاركة موارد الحاسب حيث يمكن ربط الشبكة بطابعة كبيرة يمكن لجميع الأشخاص المتصلين بالشبكة من إستخدام هذه الطابعة بدلا من توصيل كل الحاسب بطابعة صغيرة محدودة الجودة²

رابعاً: وسائل الإتصال الشخصي دون وسيطة:

الإتصال الشخصي هو ذلك الإتصال والتفاعل الذي يحدث بين شخصين أو أكثر ويعرفه "محمد عودة" على أنه عملية تبادل المعلومات والأفكار التي تتم بين الأشخاص دون عوامل أو قنوات وسيطة، وفي هذه العملية يمثل أحد الشخصين دور المرسل، بينما يمثل الآخر المستقبل. وتشير "جاكلين كار" إلى أن الإتصال الشخصي يتكون من ثلاثة عناصر وهي: - الأفراد (مرسلون ومستقبلون): بما لديهم من إتجاهات ومعتقدات وقيم.

- وسائل هؤلاء الأفراد: وتكون لفظية وغير لفظية

- البيئة: وتشمل كل المؤسسات والمواقف الاجتماعية³

¹ ابراهيم الخشمان، مهارات الحاسوب وتطبيقاته، ط1، دار المعترف للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص111.

² محمد محمود مهدي، الإتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية، د ط، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، مصر، 2004، ص119-120.

³ محمد عودة، أساليب الإتصال والتعبير الاجتماعي، د ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1991، ص111.

فالإتصال الشخصي هي من أكثر أنواع الإتصالات المستخدمة في مجال الجمعيات فهي تسعى إلى إيصال الرسائل بطريقة مباشرة دون وسائط ومن بين الوسائل نذكر:

1- الإجتماعات:

هي تجمع عدد معين من البشر في مكان ما لمناقشة موضوع معين بهدف التوصل إلى غاية محددة.¹

كما أن الإجتماعات سهلة التنظيم وتحصل على تحسيس الجمهور وتشجع على الحوار والمتابعة وفيها يمكن إستخدام الوسائط المرئية كالصور، data chou

2- المقابلات:

هي إحدى أهم وسائل توليد وتبادل الأفكار، وإدارة نشاط أي جماعة وهذا النوع من التواصل يمكن أن يكون وجها لوجه أو عبر المواقع التواصل الاجتماعي، وقد يفشل أو يحقق نتائج المرجوة وذلك يعود إلى حسن الإستعداد لها²

3- المؤتمرات والندوات:

تعتبر المؤتمرات والندوات من وسائل الإتصال الاجتماعي التي تعتمد على الإتصال الشخصي بين الجماهير والقادة والمفكرين والعلماء وهي مناسبة للمناقشة الجادة الهادفة للوصول إلى القرارات التي تخدم الأهداف التي من أجلها تم عقد هذه المؤتمرات أو الندوات، ويمكن اعتبار الندوات على أنها إجتماعات صغيرة أو كبيرة وأقيمت لمناقشة موضوعات مهمة وخطيرة³

¹ مدحت محمد أبو نصر، إدارة وتنظيم الاجتماعات كمخل لتطوير العمل بالمنظمة، ط 1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2012 ص18.

² معتز سيد عبد الله، إدارة التغيير التنظيمي، الأسس النظرية والمهارات والتطبيقات العلمية، ط2، مكتبة الانجلو مصرية، مصر، 2014، ص160.

³ أحمد العيد أبو المعيد، إعداد وتنظيم المؤتمرات والندوات، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، د س ن، ص19.

5- العروض:

وهي العروض المباشرة التي يتم القيام بها ومشاركة الجمهور بها.

المبحث الرابع: نظريات الإتصال:

هناك نظريات عديدة للإتصال إلا أننا إختارنا الأنسب و التي تتماشى مع موضوع دراستنا و التي تتمثل في:

أولاً: نظريات الإتصال التنظيمي:

يوجد العديد من نظريات الإتصال وكل باحث وعالم كيف يصنفها وكيف يحددها ويرجع هذا الإختلاف إلى سرعة التطور والتغيير في وسائل الإعلام والإتصال، وبما أننا ندرس في هذه المذكرة دور الإستراتيجية الإتصالية في الجمعية فقد رأينا أن نظريات العلمية، الإنسانية والإجتماعية هي الأنسب والأقرب إلى موضوع الدراسة. و هذا إستجابة لمتغير الجمعية و أهدافها من جهة و الإستراتيجية الإتصالية التي يجدر عليها هي الأخرى أن تتكيف و أهداف الجمعية ويمكن تحديد أنواع هذه النظريات فيمايلي:

1- نظرية التبادل:

منذ بداية ظهور المهنة فإن الأخصائيين الإجتماعيين يهتمون بالسلوك الإنساني وعلاقته بالمجتمع ومن الرواد الأوائل في ذلك "ميري ريتشموند"، حيث أوضحت أهمية الطبيعة النفسية الإجتماعية للفرد في بيئته وإعتبارها قاعدة في جمع وظائف الخدمة، ومن بين أوجه الإستفادة من هذه النظرية:

- تساهم في بلورة أهداف محددة للتنظيم الإجتماعي للتعامل مع السلوك الإجتماعي للفرد ومحاولة توظيف هذا السلوك من خلال عمليات تبادلية هادفة.¹

¹ منال طلعت محمود، مرجع سابق ذكره، ص102.

- يدرك المنظم الاجتماعي أنه يجب أن يبدأ من أهداف واضحة محددة وأن يقيم علاقات مباشرة لضمان نجاح عملية التبادل بين المنظمات وأن يحاول أثناء التدخل المهني مع المنظمات إيجاد العدالة الاجتماعية في توزيع العائد بينهم¹

2- نظرية التفاعل:

تقوم هذه النظرية على فهم العلاقات الاجتماعية وما تحققه من إشباع للحاجات النفسية والاجتماعية وتستعد خلفيتها من الدراسات العلمية التي أجريت على الجماعات الصغيرة سواء في علم النفس الاجتماعي أو علم الاجتماع.

ومن أوجه الاستفادة من هذه النظرية في طريقة تنظيم المجتمع ما يلي:

- يعمل المنظم الاجتماعي على توعية المنظمات بأن تساندها الوظيفي وتفاعلها مع بعضها سوف يؤدي في النهاية إلى تحقيق أهدافها، وتسعى إلى المشاركة.
- يدرك المنظم الاجتماعي أن التفاعل يتضمن أكثر من شكل: (التعاون، التنافس، التوافق، الصراع) وبالتالي هو يحاول التحكم في التغيرات السابقة وتطوير العوامل الإيجابية في التفاعل الاجتماعي.²

3- نظرية إتخاذ القرار:

عند الحديث بشكله العام و بغض النظر عن حجمه ومجاله يجب الوقوف على عملية إتخاذ القرار و التي تعبر عن إستجابة التنظيم للمتغيرات و إعتباره كذلك اللبنة الأولى في تحديد الأهداف و تنفيذها، فإستمرار المنظمات و نجاحها متعلقة بعملية صنع القرار ومدى فهم المشاركين فيه لخصائصه و طرق اتخاذه.

¹ منال طلعت محمود ،نفس المرجع السابق ، ص102.

² منال طلعت محمود، نفس المرجع السابق ص103. بتصرف.

تحدد هذه النظرية بمجموعة من المؤشرات التي تساعد في وضع المستوى الملائم الذي يحتاجه

القرار وهي:

أ- وضوح الرؤية: بمعنى تؤثر البيانات والمعلومات الكافية عن المشكلة المراد إتخاذ قرار بشأنها، ويتحدد

في ذلك خصائص معينة ينبغي توافرها وهي:

- أن يكون واضحاً .
- أن يكون واقعياً .
- أن يكون قابل للتنفيذ.
- أن تنتج عنه مكاسب مادية أو معنوية داخل التنظيم.
- أن يكون محدداً بوقت أو توقيت معين.
- أن يتسم بالبساطة.
- أن يراعي الجوانب الإنسانية في إطار العمل.
- أن يكون قابل للمتابعة والتقييم.

ب- أن يتصدى لإتخاذ القرار شخص مناسب من حيث التخصص والخبرة والمهارات.

ج- إتباع أساليب المشاركة في اتخاذ القرارات ما أمكن ذلك.

د- إستخدام الحواسيب في تخزين المعلومات في المؤسسات الكبيرة وذات الوظائف المتعددة للإستفادة

منها في إتخاذ القرارات لتحقيق المشاركة على التغلب على التحيز والإستفادة القصوى من الوقت والجهد.¹

¹ بشير العلاق العلاق، الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة، د ط، دار اليازري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2009، ص ص 126، 127.

4- نظرية التعلم:

وهي إحدى نظريات علم النفس التي تبحث في عملية التعلم وكيفية حدوثها والشروط الواجب توافرها لكي يحدث التعلم، ولهذه النظرية علاقة قوية بنظريات الإتصال الإنساني، الذي يحدث فيه التعلم والتعليم في الوقت ذاته الذي يحدث بأنواع متعددة، ومن خلاله يمكن أن يتوفر لدينا شكل أساسي من نظريات الإتصال، وعليه فإن العلاقة التي تربط بين المثير والإستجابة stimulus/réponse تعمل على توفير الوضع الأساسي والمناسب لكل من عملية التعلم وعملية الإتصال. والمثير هنا إما أن يكون شيئاً مادياً أو طبيعياً أو حادثاً معيناً حصل في البيئة والذي له القدرة على التأثير في عضو الإدراك أو الإحساس الذي يوجد داخل الكائن الحي الإنساني. وفي مثل هذا الوضع سوف تكون الإستجابة على شكل فعل الذي يحدث بصورة مريحة وعلنية وفي نفس الوقت يمكن القيام بقياسه¹.

كما سلف الإشارة إليه ، إستحضرنا هذه النظريات لما لها علاقة مع موضوع دراستنا ، فالجمعية التي تمثل التنظيم نجدها تسعى في إتصالها سواء مع الجمهورها الداخلي أو الخارجي للتبادل، التفاعل، وكذا التعلم الذي يرافق كل حركاتها في السير لبلوغ الأهداف.

ثانياً: نظريات الإتصال الإجتماعي:

إنّ الإتصال الإجتماعي لا ينطلق من العدم والفراغ بل قبل تأسيسه إستند على مجموعة من النظريات ومنها:

1- نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام:

تعود نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى حقبة السبعينات وهي قائمة على أساس وجود علاقة قوية بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الإجتماعي.

¹ بشير العلاق، الإتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة، نفس المرجع السابق، ص127.

تعرف هذه النظرية على أنها نظرية يعتمد فيها الجمهور على وسائل الإعلام مصدرا للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة وتعمل هذه النظرية على تحقيق ثلاثة أهداف وهي:

- جمع المعلومات

- تنسيق المعلومات

- نشر المعلومات

يعتمد الغرض الأساسي لهذه النظرية على وجود علاقة تفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع والنظم القائمة بها¹.

يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام حسب هذه النظرية وذلك لتحقيق الأهداف التالية:

- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.
- التوجيه: ويشمل على توجيه العمل وتوجيه التفاعل مثل الحصول على الدلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.
- التسلية: وهذا اما توفره المضامين المنشورة من قبل وسائل الإعلام من ترفيه وتسلية للأفراد و التي تتحدد في فقرات حصص و برامج و يكون الهدف المعلن منها هو التسلية.
- يمكن القول أن هذه النظرية تعد نظرية شاملة وتنظم نظرة كلية للعلاقة بين الإتصال والرأي العام، وأهم ما أضافته أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام².

¹ محمد صالح محمد شبيري، اعتماد الجمهور اليمني على تغطية قناة اليمن الفضائية للآزمات الحوادث حرب الحوثيين نموذجاً، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط ، 2011 ، ص 12.

² محمد صالح محمد شبيري ، نفس المرجع السابق، ص 15.

2- نظرية التنافر المعرفي:

يعتبر "فستنجر" من أوائل من فسر هذه النظرية، حيث عرفها على أنها حالة تتضمن إشغال الأفراد ذهنياً بموضوعين أو معتقدين أو فكريين يحتلان الأهمية نفسها، إلا أنهما متناقضين في طبيعتهما وتعرف نظرية التنافر المعرفي بأنها حالة نفسية غير مريحة وتنتج بسبب تصادم المعتقدات الراسخة في ذهن الفرد¹.

ويستند إلى ثلاث مسلمات وهي:

- أن الفرد لديه ما يفضل أكثر عن الآخر.
 - الفرد لديه السيطرة الكافية على معتقداته.
 - المعتقد الذي تم تبنيه لمرة واحدة يبقى صالحاً ومستمراً على مر الزمن.
- وأجريت العديد من الدراسات والتجارب لإختبار نظرية التنافر المعرفي ومنها:
- تجارب الإختبار الحر: فقد تحدثت "كريتشمير" سنة 2014 عن الإختبار الحر بأنه إذا إضطر الفرد لفعل أو قول شيء يناقض أراءه وأفكاره فإن الإكراه نفسه سيقضي على التنافر.
 - تجارب الإذعان: حيث يرى "فستنجر" و "كارل سميث" أن التنافر يحدث إذا تصرف الفرد بطريقة مخالفة لإتجاهاته.
 - تبرير الجهد: وهي من الأمور التي تستشير التنافر أيضاً، فمن خلال معرفة الفرد النشاط غير سار فهذا يؤدي به إلى عدم الإنخراط بذلك النشاط والتنافر سيكون أكبر²

¹ ثريا عبد الحميد سلامة، التنافر المعرفي والمسؤولية الاجتماعية لدى طلبة الجامعة الهاشمية، مجلة الاردنية في علوم التربية، مجلد 12 عدد 1، 2016، 31، 34، ص31.

² ثريا عبد الحميد سلامة، نفس المرجع السابق، ص 32.

3- نظرية التحليل المعرفي للإعلام:

إنَّ منطلق هذه النظرية يكمن في كون الإنسان كائن عاقل، بحيث يقوم العقل تلقائيًا بالتفكير بأي عنصر جديد بوضعه في ميزان المنطق والمعتقده من خلال تحليل المعطيات والمعلومات المكونة للعنصر الجديد لمعرفة مدى قوته ومنطقيته ومواقفه للبيئة التي يعيش فيها.

وأول من أتى بهذه النظرية هو "مارتن فيشباين" حيث يركز على العامل المعرفي في عملية الإقناع وتغيير الإتجاهات وتعديلها¹

4- نظرية التنظيم الإجتماعي:

تركز هذه النظرية التي صاغها "باك" على إعطاء الأولوية للتنظيم الداخلي وسبل تركيبه، إذ أن تركيز العديد من النظريات المنظمة في رأي "باك" كان على عمليات إتخاذ القرار أو التفاعل وعلاقات قوة وتقسيم العمل² والمعايير الأساسية التي ركز عليها تكمن في:

- ينظر إلى السلوك المنطقي بصورة شمولية تستوعب جميع الأجزاء أو المتغيرات المتعلقة به.

- أن يعبر عن مفهوم الحقيقي للمنظمة في الواقع الملموس .

فالتنظيم الإجتماعي يعني ضبط العلاقات من خلال تحديد الأدوار والحقوق والواجبات فعملية

الضبط الإجتماعي مهمة جدا في عملية الإقناع فإذا أردنا أن نقنع مؤسسة ما بشراء منتجاتنا فما علينا إلا

أن نعمل على إرضاء المدير³

¹ محمد منير حجاب، نظريات الإتصال، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص ص 317، 318.

² محمد سرور الحبري، ثقافة العلاقات الاستراتيجية في إدارة الشركات العالمية والمؤسسات الدولية العامة، ط1، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2016، ص 62.

³ محمد منير حجاب، نظريات الإتصال، مرجع سابق ذكره، ص 320.

والنظام الإجتماعي في ضوء هذه النظرية هو نظام مفتوح في تعامله وتفاعله مع البيئة الخارجية

يعتمد على إستخدام الموارد البشرية والمادية والمالية¹

المبحث الخامس: أهداف الإتصال في الجمعيات:

يمكن تقسيم أهداف الإتصال الجمعي إلى أهداف يحققها الإتصال التنظيمي و أخرى خاصة بالإتصال الإجتماعي:

أولاً: أهداف الإتصال التنظيمي:

إنّ نجاح أي منظمة في تحقيق أهدافها يتوقف على نظام الإتصالات بها، وبفضلها يتمكن كل أفراد المنظمة الحصول على مختلف المعلومات والبيانات الخاصة بالمنظمة كما يساعد على توضيح التغيرات والتجديدات والإنجازات وتحويل الأفكار وتعديل الإتجاهات.

1- وعلى هذا الاساس قام "صالح بن نوار" بوضع مجموعة من الأهداف التي يسعى الإتصال التنظيمي إلى بلوغها وهي كالتالي:

- تحقيق التنسيق بين الأفعال والتصرفات: فبدون الإتصال تصبح المؤسسة عبارة عن مجموعة من الموظفين يعملون منفصلين ببعضهم البعض لأداء مهام مستقلة عن بعضها البعض.
- المشاركة في المعلومات: يساعد الإتصال على تبادل المعلومات الهامة لتحقيق أهداف التنظيم.
- التعبير عن المشاعر الوجدانية: تساعد الإتصال الفاعلين أو العاملين على التعبير عن سعادتهم وأحزانهم ومخاوفهم.²

- تماسك أفراد التنظيم وحل النزاعات بين الأفراد وإعطائهم قيمة والعمل على بناء روح الجماعة¹

¹ محمد سرور الحريري، ثقافة العلاقات الاستراتيجية في إدارة الشركات العالمية والمؤسسات الدولية العامة والخاصة، ط1، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2016، ص62.

² بوغراب حدة، الإتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي بالمؤسسة الصناعية الجزائرية، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، تخصص تنظيم وعمل، جامعة مسيلة، 2013-2014، ص 27.

2- وهناك من يصنف أهداف الإتصال التنظيمي إلى أهداف داخلية وخارجية:

أ- الأهداف الداخلية:

يمكن تحديد العديد من الأهداف ومنها نذكر:

- **الأهداف الخاصة بالعاملين:** حيث يسعى الإتصال التعريف بما يجري داخل المؤسسة مما يؤدي إلى

زيادة التفاهم والثقة، كما يهدف إلى خلق الرضا والإرتياح في المؤسسة وبين العاملين ودعم هذا

الرضا بصورة مستمرة وكذا الإرتقاء بمعنويات العاملين من خلال إستمرارهم في عملية التسيير²

كما أن تبادل المعلومات يؤدي إلى التقليل من الدور السلبي الذي تلعبه الإشاعة.

- **الأهداف الخاصة بالقيادة الإدارية:** من خلال الإتصال يتمكن القائد من التعرف على ما يحدث داخل

المؤسسة بصورة صادقة، وهذا ما يساعده على إتخاذ القرارات السليمة والهامة القائمة على القدر الكافي

من الحقائق والمعلومات والبيانات مما يسهل عليه عملية التوجيه والإشراف والتأثير على العاملين وبالتالي

تحقيق التنسيق بين الأنشطة³

- **الأهداف الداخلية الخاصة بالجمهور:** تتلخص في إقامة نظام إتصال خاصة به، يمكن من توصيل

حقيقة الجهود التي تبذلها وكذا ترسيخ صورة المؤسسة في ذهنه والنشاطات التي تقوم بها وكذا طبيعة

إنتاجها وخدماتها من جهة والتعرف على رأي الجمهور فيها وكذا مقترحات لتحسين الخدمات من جهة

أخرى⁴

¹ بوغراب حدة ، نفس المرجع السابق، ص 27.

² خيري خليل الجميلي، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، ط1، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1997، ص35.

³ محمد فهمي العطروسي، العلاقات الادارية في المؤسسات العامة والشركات، ط1، عالم الكتب، القاهرة 1969 ، ص469.

⁴ محمد فهمي العطروسي، نفس المرجع السابق ، ص469.

ب - الأهداف الخارجية:

من أجل أن تقوم المنظمة بنشاطها على أكمل وجه فهي تتولى إعداد برنامج إتصال لا بد أن تتحدد أهدافها كاملة واضحة التي يجب أن تسعى لبلوغها على المستوى الخارجي ومن بين هذه الأهداف نذكر:

- كسب ثقة العملاء.
- كسب تأييد المجتمع، وجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن.
- تنمية العلاقة مع رجال الإعلام.
- نشر الوعي الصحي والصناعي والأمني.
- تحقيق السمعة الطيبة.
- توطيد الصلات والعلاقات بالجهات الداعمة.

ثانياً: أهداف الإتصال الإجتماعي.

- للإتصال الإجتماعي أهداف متنوعة ومتعددة، والغرض الأساسي منه هو إحداث تغيير في البيئة أو في الآخرين، فالمرسل يقصد من إرساله للرسالة التأثير في المستقبل.
- كما يهدف إلى إحداث تفاعل بين المرسل والمستقبل من حيث الإشتراك بفكرة أو مفهوم أو رأي.
 - يسعى إلى التأثير على طرفي الإتصال¹

كما يمكن تقسيم أهداف الإتصال الإجتماعي على النحو التالي:

1- أهداف معرفية:

وذلك عندما يكون الهدف الأساسي من الإتصال هو توصيل معلومات وخبرات.

2- أهداف إقناعية:

عندما يسعى المرسل إلى تغيير وجهة نظر وإقناع الآخر بوجهة نظره.

¹ خضرة عمر المفلح، الإتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان 2014، صص 32، 33.

3- أهداف ترويحية:

وذلك عندما يكون الهدف هو الترويح عن النفس والتخفيف عنها¹

4- أهداف توجيهية:

وهذا النوع من الأهداف يمكن أن يحقق حينما يتجه الإتصال إلى إكساب المستقبل إتجاهات جديدة أو تعديل أو تثبيت إتجاهات قديمة مجودة عنده ومرغوب فيها ولقد إتضح من خلال الدراسات العديدة التي أجريت في هذا المجال أن الإتصال الشخصي أقدر على تحقيق هذا الهدف من الإتصال الجماهيري.

5- أهداف تثقيفية:

يتحقق هذا الهدف حينما يتجه الإتصال نحو توعية المستقبلين بأمور تهمهم ويقصد منها مساعدتهم وزيادة معارفهم.

6- هدف تعليمي:

وذلك خلال إكساب المهارات والخبرات والمعارف في مختلف المجالات حيث تعود بالفائدة على المستقبل.

7- هدف ترفيهي:

ويتحقق هذا الهدف عندما يتجه الإتصال نحو إدخال البهجة والسرور الى نفس المستقبل وذلك عن طريق القيام بإرسال الرسائل التي تحمل في مضمونها طابعا خاصا قائم على تحقيق الجوانب التي ذكرت وهنا يمكن إستعمال وسائل مثل المسرحيات والافلام، المحادثات.²

8- هدف إداري:

هذا الهدف له مكانة خاصة في عملية الإتصال الذي يكثر إنتشاره وإستعماله اليومي في جميع المؤسسات والمنظمات التي يعمل فيها العديد من الأفراد، وهذه الأهداف تتحقق عندما يتجه الإتصال داخل هذه

¹ هلا سعيد، الإعاقة السمعية، دليل علمي وعقلي للأباء والمتخصصين، ط1، مكتبة الإنجلو المصرية، مصر 2015، ص93.

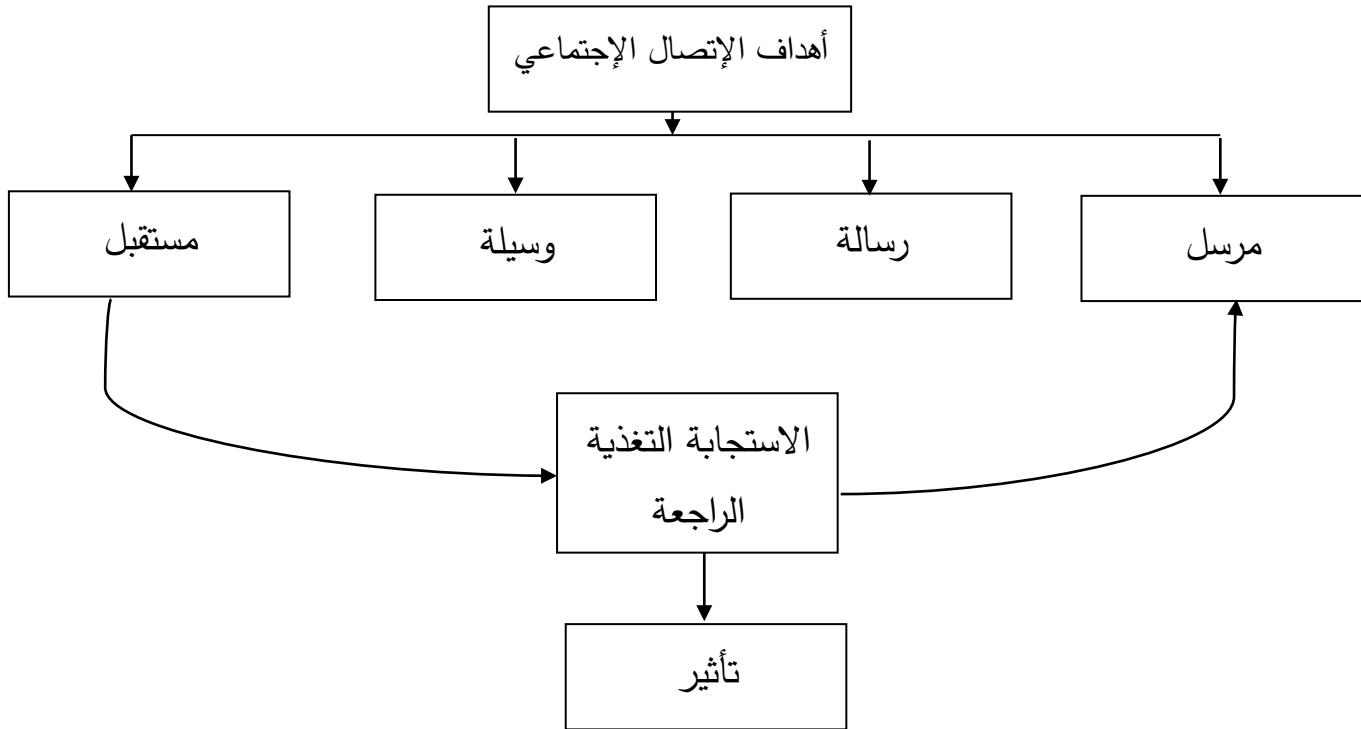
² عمر عبد الرحيم نصر الله، مبادئ الاتصال التربوي والانساني، المرقع إلكتروني، تم زيارته يوم 09/13/2019، على الساعة

19:40، " <http://almeja.net/reading.php?idm=51481>

المنظمات نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التفاهم بين العاملين في المؤسسة أو الهيئة التنظيمية¹

وهذا المخطط يوضح أهداف الإتصال الإجتماعي:

شكل رقم (11): يوضح أهداف الإتصال الإجتماعي:



تغيير في

1-المعلومات

2-الإتجاهات

3-سلوك

المصدر: مجد الهاشم الهاشمي، تكنولوجيا الإتصال التربوي، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص90

¹عمر عبد الرحيم، نفس المرجع السابق.

المبحث السادس: معوقات الاتصال:

هناك معوقات كثيرة للإتصال والتي لا تسمح بمرور الرسالة كما هي للمستقبل ومن بينها نذكر:

1- معوقات خاصة بالمرسل:

- يرى "روز نفيلد" أن الإتصال الفعّال يتطلب قدرا عاليا من التركيز والحكمة والمنطق، وأي خلل أو إخفاق متعمد أو غير متعمد من قبل المرسل، يؤدي إلى فشل العملية الإتصالية .
- كما أن الحالة النفسية السيئة للمرسل تعد من أبرز معوقات الإتصال، مما يتطلب للمرسل ضبط نفسه قبل إرسال الرسالة.
- الافتراضات والأحكام الخاطئة أو المضللة لدى المرسل: حيث يتصور المرسل أو يعتقد أو يكون لديه إدراك خاطئ بأن رسالته مفهومة وواضحة، أو أنها ينبغي أن تكون كذلك دون أن يدرك أن هذا الانطباع قد لا يكون موجودا بنفس المعنى لدى المستلم.
- الإستخدام الخاطئ لتوقيت إرسال الرسالة: حيث تعد هذه المشكلة من أبرز وأخطر مشاكل ومعوقات الإتصال، فالتوقيت السيء لإرسال الرسالة قد يرسل إنطباعات أو رسائل خاطئة لمستلم الرسالة، أو يجبره على إعطاء تفسيرات متناقضة، كما أن التوقيت السيء قد يؤثر بالسلب على قيمة الرسالة وجوهرها¹.

3- معوقات متعلقة بمضمون الرسالة والمستقبل:

هي كثيرة ومتعددة ومنها:

- لغة الرسالة: حيث يكون المضمون ضعيفا وأحيانا مشوها.
- هدف الرسالة: قد يكون غير واضح أو غير موجود في الأساس.
- أسلوب كتابة الرسالة: فقد يكون الأسلوب معقدا جدا أو مبسطا جدا وفي كلتا الحالتين يشوه الإتصال.

¹ بشير العلاق، الإتصال في المنظمات العامة، مرجع سابق ذكره، ص58 -بتصرف-.

- أسلوب نطق الرسالة أو توصيلها: قد يكون النص جيدا إلا أن نطق محتواه خصوصا في الإتصال اللفظي، قد يكون سيئا مما يؤدي إلى ضعف الرسالة.
- إفتقار مستلمي الرسالة لمهارات الإنصات والتحليل والإستقراء والمنطق.
- الفهم الخاطئ لمضمون الرسالة¹.
- عدم تمكن المستقبل من تحليل وتفسير الرسالة والتوصل إلى المعنى، وقيام بتحليل وتفسير الرسالة بعوامل عدة منها شخصية المستقبل وخلفيته العلمية وخبراته والإطار المرجعي لديه في تفسير الأحداث ودوافعه وميوله وإتجاهاته، وهناك عامل هام يدعى الإدراك الانتقائي وهو أن المستقبل يميل غالبا إلى قراءة أو سماع ما يتوافق مع إعتقاداته ومشاعره وإهمال وإغفال أي معلومات تتعارض معها وبذلك قد لا يكون فهم الرسالة كاملة².
- ميل المستقبل إلى إصدار الأحكام (تقييم الامور) على رسالة المرسل قبل قراءتها أو سماعها كاملة.

4- معوقات مادية:

وتنشأ هذه المعوقات نتيجة تدخل عوامل وأمور في البيئة المادية التي يتم فيها الإتصال مثل الضوضاء والتشويش وعدم توفر المكان الهادئ المريح المناسب للإتصال.

5- معوقات تقنية:

مثل عدم توفر أو صلاحية أجهزة ووسائل الإتصال المختلفة مثل الحاسوب والهاتف والفاكس.

6- معوقات تنظيمية:

وتتضمن تلك الصعوبات والمشكلات الناشئة عن سياسات المنظمة وهيكلها التنظيمي والثقافة التنظيمية والمناخ التنظيمي وغيرها.

¹ بشير العلاق، الإتصال في المنظمات العامة، مرجع سابق ذكره، ص60 -بتصرف-

² حسين محمود كريم، مهارات الاتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الاعمال، ط1، دار الحامد للنشر، عمان، 2010، ص34.

خلاصة الفصل :

نستنتج من خلال هذا الفصل مدى أهمية الإتصال الإجتماعي الذي تمارسه الجمعيات وما له من دور في نهضة المجتمعات، إذ لا يمارس هذا الأخير بطريقة يملئها الحس بل له من الأبجديات والقوانين ما يكفي ليصبح مطلب وهدف للكثير من المنظمات ، وإن كانت إقتصادية، سياسية أو تربوية، وهذا لما لها من قيمة مضافة وكيف تساهم في تشكيل وتحسين صورتها، خاصة عند الحديث عن الجمعيات المطالبة بأداء أهداف سامية و الإستجابة لحاجات ضرورية ماسة إذ لا يمكن أن تتجاهل في سعيها لبلوغ هذا الأخير، مكانة الإتصال الذي يمثل القلب النابض لأي تنظيم. فالإتصال بالجمعية كما سلف وتطرقنا إليه في الفصل ذو مفهوم واسع يعكس طبيعة الفرد في الإتصال و التجمع من جهة أخرى، لذا يبق على الجمعيات إلترام اليقظة في مساهمة هذا الأخير، فنجاح الجمعية مرتبط بنجاح الإتصال فهما وجهان لعملة واحدة، غياب الأول يستحضر إنعدام الآخر بالضرورة .

1- لمحة عن جمعية صحة سيدي الهواري "santé sidi el houwari":

سنحاول من خلال هذا المبحث أن نقدم مجموعة من المعلومات الخاصة بجمعية صحة سيدي

الهواري.

أولاً: نبذة تاريخية لجمعية "صحة سيدي الهواري":

نشأت جمعية "SDH" بعدما تم ترميم الحمامات التركية التي بنيت في عام 1708 في الفترة العثمانية والمستشفى العسكري القديم الذي بني في عام 1838 في فترة الإستعمار الفرنسي من طرف المواطنين، فقد كان المعلم المهجور و في حالة تدهور، فقرروا تكريس جهداً في تنظيفه و إعادة ترميم هذا الجوهرة المعمارية. حيث تأسست جمعية "صحة سيدي الهواري" بصفة رسمية سنة 1991 من خلال التصريح المقدم لها من طرف ولاية وهران تحت رقم 01 57/92 جانفي 1992¹. وذلك بعد إداع الملف الخاص والذي يحتوي على:

إسم الجمعية ومقرها ،هدف الجمعية وطابعها، رمز الجمعية وشعارها، إسم رئيس الجمعية وأعضاء المكتبية مع الإمضاءات ، بالإضافة إلى السوابق العدلية لكل عضو.

يقع مقرها في وسط الحي "سيدي الهواري" شارع بن عمارة المنور بولاية وهران.

¹ كمال بريكسي، رئيس جمعية صحة سيدي الهواري، وهران، 23 ديسمبر 2018 ،على الساعة الثالثة زوالاً.

ثانيا: بطاقة تقنية عن جمعية "SDH "

➤ إسم الجمعية: جمعية سيدي الهواري « santé sidi el hewari »

➤ إسم رئيس الجمعية: السيد بريكسي كمال .

➤ مقر الجمعية: وسط الحي "سيدي الهواري" شارع بن عمارة المنور بولاية وهران.

➤ طابع الجمعية: جمعية إجتماعية ثقافية.



➤ رمز الجمعية: .

➤ شعار الجمعية: بفضلكم نحن نتقدم .

➤ رقم الهاتف :07.70.86.17.06.

➤ الفاكس:041.15.32.22

➤ صفحة الفايسبوك :@santésidielhouwari

➤ البريد الخاص بالجمعية: e-mail :sdhoran@hotmail .com

المصدر : كمال بريكسي،رئيس جمعية صحة سيدي الهواري،مصدر سبق ذكره.

ثالثاً: دراسة شعار و رمز الجمعية

أ: شعار الجمعية:

هو شعار يجمع بين ثلاثة كلمات وهي: "بفضلكم نحن نتقدم" حيث نجد جمعية صحة سيدي الهواري تضع الثقة في المواطنين و المهتمين بنشاطاتها و وجودها على العموم ، حيث تحيل تقدمها ونموها واستقرارها إلى جهود المواطنين بصفة عامة، والشباب على الوجه الخصوص .حيث نجد « SDH » و وضعت أسلوب التأكيد و الصفة المباشرة في نقل هذا الشعار الذي يعلو كل نشاطاتها ويترجم هويتها بشكل قانوني ، إذ يعبر عن أحد مبادئها إذ تنتظر "SDH" كل مبادرة من المواطن مهتم و راغب في تقديم جهودها. كما تساهم في تحقيق آمال الشباب في التكوين و التعبير عن ذاتهم و توظيف طاقاتهم بشكل إيجابي يستجيب للبيئة المحلية والمتغيرات الوطنية ككل.¹

ثم نجد كذلك شعار مدرسة الورشة الذي يعترى كل النشاطات المرتبطة بالورشة والذي تجد « SDH » اختارت له عبارة "مدرسة الورشة و المواطنة" حيث يتأكد من خلال هذا الشعار أن مدرسة الجمعية تهتم بالمواطنة و التي تترجمها في مجموع التكوينات المقدمة من قبلها فنجدها مرتبطة بحرف التقليدية و التي تسعى من خلالها لتأهيل المعالم الأثرية وترميمها في هدف ترقية التراث المادي . في حين نجد تحافظ على التراث الغير المادي ، و هذا لما تعيره من اهتمام في مكافحة السلوكيات السلبية تلك المرتبطة بالبيئة ، وهذا من خلال التكوينات والإدماج الإجتماعي و المهني لشباب خاصة منهم الفئات المهمشة ، حيث تضع للمدرسة مفاهيم متعلقة بأهدافها من فرصة، تكوين، إدماج، تغيير، مستقبل المواطنة، حيث تترجم هذه الكلمات أن للمواطنة أشكال و مراحل عدة : فهم البيئة والاستجابة لها ، الحفاظ على

¹ فيصل مفتاح ، مسؤول عن قسم "السمعي البصري" في جمعية SDH، وهران، يوم 28 مارس 2019 ، على الساعة 19 مساءً.

التراث و تعديل السلوك ، تكوين لرفع الإقتصاد،الإندماج مع فئات المجتمع، كل هذا عبارة عن فرصة ثانية للمتسربين من الدراسة ليتمكنوا من التكوين وبناء مستقبل وممارسة المواطنة.



ب: الرمز .

يمكن دراسة هذا الأخير سيميولوجيا وهذا بفهم والرمز و الإشارة للمعنى المراد نقله .حيث ظهر من أول وهلة أنّ الشكل يتضمن أربعة أجزاء يمكن فصلها عن بعضها البعض التي سنتطرق إليها بالعد والشرح.

• **الجزء الأصغر:** الذي تعبر به الجمعية على كل مصادر صحة سيدي الهواري أو مقر الجمعية الذي يترجم من الجمعية ويظهر الجزء الأبيض ليدل على فراغين يعبران عن نوافذ المعلم الذي تنقل به « SDH » رسالة إتصالية إرادية وهي كون المعلم مفتوح وجاهز لإستقبال واحتضان المواطنين بمختلف إنشغلاتهم و لهذا فضل مصممي الرمز من مكلفين بتصميم الإستراتيجية الإتصالية نقل رسالة شفافية ومد الجسور بين الجمعية و مهتمين ككل.

• **الجزء المكتوب:** « SDH » لذي يعلوا الجزء الأصغر ، المعبر عن اختصار لإسم الجمعية بالكلمات

اللاتينية "santé sidi el houwari"

• **الجزء الأسود:** يشكل العدد 8 الذي يترجم رسم لفرد أو مواطن .واختاروا ذلك اللون الأسود و هذا لنقل رسالة إتصالية تلك القائلة أنّ:الجمعية تستقبل كل راغب في الإنخراط دون إعارة الإهتمام لمتغيرات الجنس، السن،الثقافة،الشكل،الحالة والمكانة الإجتماعية. فضلت ترك السواد لتجاهل الفروق والإختلافات عقائد واتجاهات سياسية.

• الدائرة السوداء التي تعلوا الشكل: معبرة عن رأس الفرد الذي اختارت له علو الشكل دون البقية مثلاً: إسم الجمعية مثلما تقوم به بقية المؤسسات في العادة ، ولتعبير بذلك أن الأفكار والآراء وجهود الفرد وطاقاته هي المحركة ل¹ « SDH »

في الحين يمكن تقديم الشرح العام للرمز الذي يمثل شاب فاتح لذراعه لحماية معلم "صحة سيدي الهواري" وهذا بفضل التكوين والعمل والعطاء و عبر عليه اللون الأصفر الحامل لون الخوذة التي توضع لرأس من قبل المتكويين لتجمع في كنفها كل من الإنظام ، التكوين ، العمل ، الحماية ، والمواطنة.

ثالثاً: سياسة الجمعية.

إن جمعية صحة سيدي الهواري ذات طابع إجتماعي ثقافي ، تسعى إلى نشر الثقافة الوطنية والمحلية. ومن بين الأهداف التي تسعى إلى بلوغها مايلي:

- التكوين والإدماج الإجتماعي والمهني للشباب .
- ترقية التراث المعماري .
- إستقطاب المتطوعين من خلال الأنشطة الخاصة بالجمعية.
- السعي وراء خلق صورة ذهنية حسنة عن الجمعية لدى جمهورها.

ومن بين مبادئها نذكر:

- العمل التطوعي : وذلك من خلال مشاركة المنخرطين و المتطوعين في تنفيذ الأنشطة .
- الشراكة مع جمعيات أخرى في العمل التطوعي و التي لا تخالف مبادئ الجمعية.
- عدم المساس بالسياسة .
- المشاركة في إتخاذ القرارات بين كافة الأعضاء .

¹ نور كوتر ، مسؤولة عن "الإتصال الداخلي بجمعية SDH "، وهران، يوم 04 أبريل 2019 ، على الساعة الثالثة زوالاً.

- الإحتكاك المباشر بالجمهور الخارجي.¹

رابعاً: التنظيم الهيكلي لجمعية "SDH".

تحتوي جمعية صحة سيدي الهواري على مجموعة من الخلايا التي تسعى إلى تحقيق الأهداف العامة للجمعية والخاصة التي ترجو بلوغها كل خلية، وتتمثل في :

أ: الخلية الإتصالية:

هي عبارة عن هيئة من الموارد البشرية التي تخطط وتضع البرامج لمختلف الأنشطة التي تقوم بها الجمعية على مدار السنة ، وتحتوي هذه الخلية على 15 عضو وموزعة على ثلاثة أقسام رئيسية وكل قسم بمهامه وهي على النحو التالي:

▪ قسم السمعى البصري: تأسس هذا القسم سنة 2000 إذ يحتوي على 6 عضو يقوم كل واحد منهم

بمهمة خاصة من عملية التركيب والتطوير² ويمكن تلخيص مهامهم في النقاط التالية:

- تغطية الأحداث والنشاطات التي تقام داخل الجمعية.
- تركيب وإنتاج أفلام قصيرة حول المعالم الأثرية بوهران.
- تكوين الشباب المهتمين بقطاع السمعى البصري.
- تركيب الفيديوهات الخاصة بالأنشطة والمشاريع التي تقوم بها الجمعية ونشرها على مواقع التواصل الإجتماعي.
- مرافقة المصورين الهواة ودعمهم .
- تغطية نشاطات الجمعيات ذات شراكة مع "SDH" أو مع الجمعيات الأخرى بصفة تطوعية.
- تصميم كل الوسائط الإتصالية الورقية من (مطبوعات، مجلة الجمعية، ملصقات).

¹ آسيا براهمي ، النائبة الأولى لرئيس جمعية sdh، وهران، 29 ديسمبر 2018، على الساعة 10 صباحاً.

² فيصل مفتاح، مصدر سبق ذكره.

■ قسم الإتصال الداخلي: الإتصال هو الركيزة الأساسية في الجمعية فمن خلاله يتم التواصل بين

الأعضاء والمنخرطين والمكونين ويحتوي على 4 عضو يؤدون المهام التالية :

- نقل المعلومات والبيانات لمختلف أقسام الجمعية.
- التنسيق بين أقسام الخلية الإتصالية .
- التخطيط للأعمال والأنشطة .
- دراسة جميع العوامل الداخلية المؤثرة على العمل الجماعي .
- توثيق الصلة بين الأعضاء الدائمين والمنخرطين.
- تقييم و تشخيص العملية الإتصالية داخل الجمعية.
- تصميم و إعداد المقالات التي تنشر على مواقع التواصل الإجتماعي.

■ قسم الإتصال الخارجي: يلعب الإتصال الخارجي دورا هاما في الجمعية بحيث هو الوسيط بين

الجمهور الخارجي والجمعية ونجد في هذا القسم 5 أعضاء، يقوم هذا القسم بالمهام التالية:

- السعي وراء خلق صورة حسنة لجمعية "صحة سيدي الهواري" لدى جمهورها.
- متابعة كل ما ينشر عن الجمعية في المواقع الإجتماعي و التفاعل مع الجمهور الخارجي.
- إعلام الجمعيات ذات شراكة مع "sdh" بمختلف الأعمال والأنشطة التي تقوم بها.
- نشر المعلومات المتعلقة بجداول الأنشطة و السعي وراء استقطاب المتطوعين.
- التعامل مع الممولين والعمل على كسب ثقتهم وذلك من خلال المشاريع التي يمولونها.¹

ب: خلية التبادل والتكوين:

تتعامل هذه الخلية مع مختلف الجمعيات الناشطة في الجزائر أو حتى في الخارج والتي لها شراكة مع

جمعية صحة سيدي الهواري و تحتوي على 3 أعضاء، و يتمثل دور هذه الخلية في :

¹ فاطمة زهراء كراشي محمد ، مسولة الإتصال الخارجي والعلاقات العامة، وهران، 02 جانفي 2019، الساعة 14 زوالا.

- إستقبال وتوجيه المهتمين بالتكوين في الجمعية.
- تكوين المهتمين وذلك في مختلف الورشات الموجودة.
- تبادل الخبرات بين الجمعيات .
- إعطاء الفرص للمنخرطين وبعث البعض منهم لتكوينهم في الجمعيات الموحدة خارج الوطن التي تتعامل معها جمعية sdh.

ج: خلية التراث:

- يندرج في هذه الخلية 3 أعضاء الذين يغطون جميع الأنشطة المرتبطة بالتراث والثقافة الوهرانية خاصة والجزائرية عموماً ، وتسعى إلى تعزيز قدرات الجهات المحلية الفاعلة في مجال التراث من ناحية المعرفة والمهارة والخبرة عن طريق تكوينات ونشاطات كما تسعى إلى الحفاظ على التراث مادياً ومعنوياً.
- **مادياً:** عن طريق ترميم المعالم التاريخية بمساعدة من الجمعيات ذات شراكة، وكذلك بمساعدة من المتطوعين والمنخرطين. كما تقوم بترميم الآثار التاريخية المتعلقة بالولايات الأخرى التي تنتمي إليها الجمعيات ذات شراكة معها.

- **معنوياً:** عن طريق اللقاءات التي تقوم بها الجمعية مع الجمعيات الأخرى من ولايات مختلفة لقيام بمختلف الأنشطة والأعمال التي تسعى إلى التبادل الثقافي ¹.

د: خلية الصحة والبيئة:(3 أعضاء).

هذه الخلية تقوم بعدة أنشطة ومنها:

- تنشيط ورشات حول الفرز الانتقائي للنفايات و الرسكلة ودورها في التنمية المستدامة.
- القيام بالحملات التحسيسية والتوعوية والإعلامية ضد مختلف الأمراض:السدا،سرطان الثدي.
- دعوة مختلف الأطباء إلى الجمعية لقيام بمحاضرات عن الصحة للمتربصين والمنخرطين.

¹ حنان صنهاجي ،مسؤولة الإدارة والتنظيم بجمعية sdh، وهران، 31جويلية2019 في قاعة الاجتماعات، على الساعة 16 زوالاً.

ن: خلية الأنشطة الثقافية: (3 عضو).

تسعى هذه الخلية إلى تحقيق مجموعة من الأنشطة و منها:

- مسابقات ثقافية بين الجمعيات .
- إعداد سهرات موسيقية ودينية في قلب الجمعية.
- القيام بلقاءات تبادل الثقافة بين الجمعيات ذات شراكة مع sdh.
- القيام بمسابقات علمية .

هـ: مدرسة الورشة:

كما أنّ الجمعية تحتوي على مدرسة التي فيها يتم تكوين الراغبين وسميت بمدرسة الورشة لتكوين المهني وإدماج الشباب ، أنشأت عام 2003م، وذلك لمعالجة المشاكل الاجتماعية والإقتصادية التي يعيشها الشباب ومن أجل إعادة إعتبار لتراث المادي والغير المادي عن طريق الإدماج الاجتماعي. وتحتوي هذه المدرسة على 22 عضو وكل واحد بمهمة خاصة وتسعى هذه المدرسة إلى تحقيق الأهداف¹

التالية:

- المساهمة في الترميم ، صيانة وإعادة تأهيل التراث التاريخي المعماري لحي سيدي الهواري.
- المشاركة في إحياء حرف ترميم البنايات القديمة.
- تكوين وإدماج الشباب الغير المتمدرسين اللذين تتراوح أعمارهم بين 16 و 25 سنة في عالم الشغل.

- تكوين حسب الطلب ، لطلاب الهندسة المعمارية والمدنية و الحرفية.

تحتوي هذه المدرسة على مجموعة من الورشات البيداغوجية المتمثلة في:

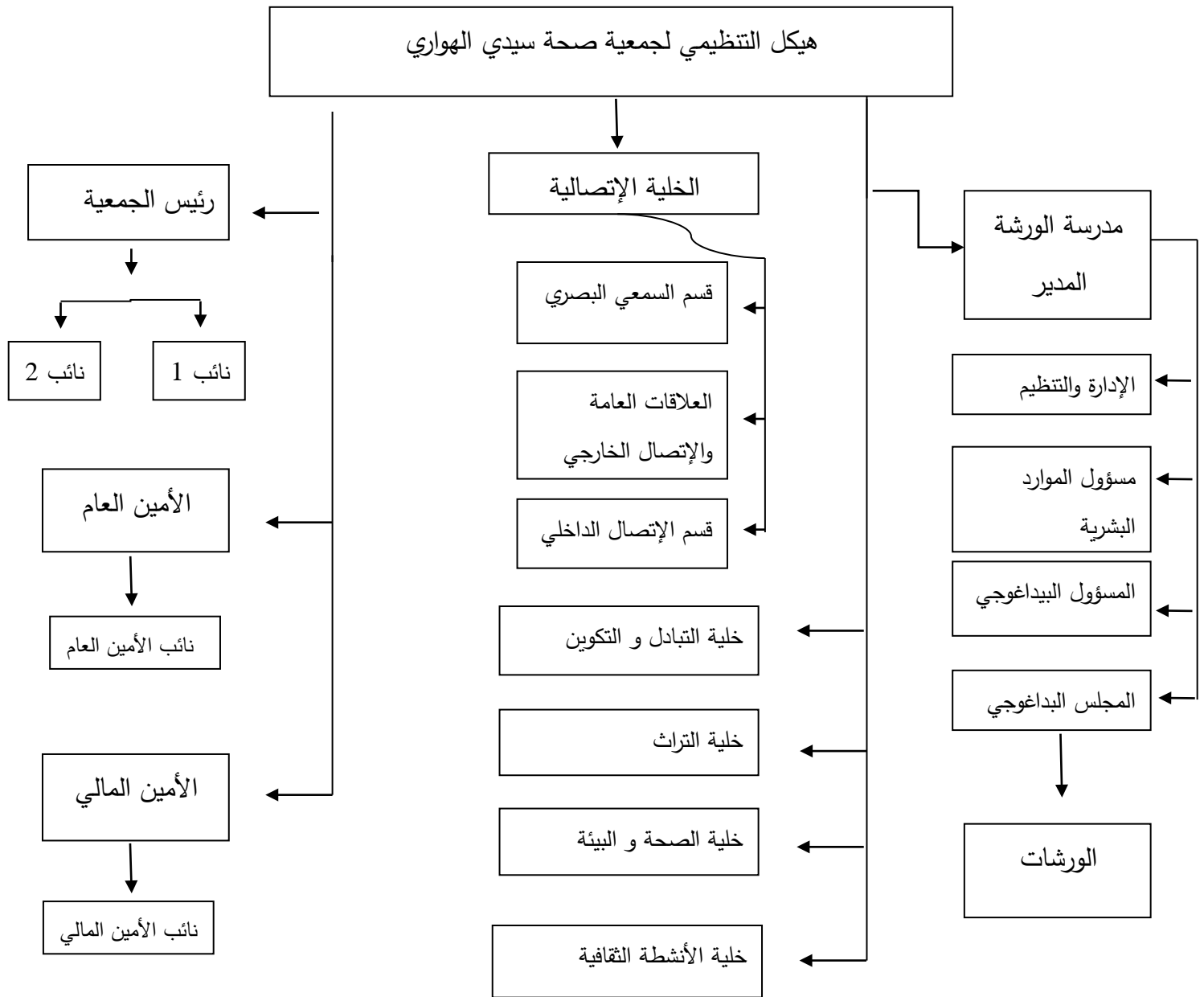
- اللحامة والحدادة التقليدية.

¹ الحواس بلمعوفي، مدير مدرسة الورشة للجمعية، وهران، 25 ديسمبر 2018 في أحد أقسام مدرسة الورشة، على الساعة 13 زوالا.

- النجارة التقليدية.
- النحت على الحجر.
- تقنيات الترميم.
- السباكة والكهرباء.
- التربية على المواطنة.
- التنشيط .

من أجل إستقطاب المتربصين تقوم الجمعية بإعداد قافلة التسجيلات التي تنتقل في أرجاء الولاية ثم يتم عرض مختلف الورشات على الراغبين بالتكوين وتقديم لهم معلومات عن كافة الورشات وذلك من خلال تقديم دروس جذع مشتركة لمدة أسبوع وبعدها يتم تصنيف المتربصين حسب التخصص الذي يرغبه. والشكل الموالي يلخص التنظيم الهيكلي للجمعية:

شكل رقم (12) يمثل الهيكل التنظيمي لجمعية صحة سيدي الهواري.



المصدر: أرشيف الجمعية لسنة 2019.

2- المشاريع التي قامت بها جمعية SDH خلال سنة 2019م.

خلال سنة 2019م واصلت الجمعية المشاريع التي خطت لها في السنوات السابقة وهناك 5

مشاريع أساسية وكل مشروع يحمل مجموعة من الأنشطة والتي بلغ عددها 170 نشاط ومهرجانا ;وتتمثل

هذه المشاريع في :

❖ مشروع حومتي:

هو من بين المشاريع التي قامت بها الجمعية والذي يهدف إلى تنشيط الحياة العامة، إنشاء ديناميكية اجتماعية ثقافية لشباب والأطفال خاصة في الأحياء الشعبية.

▪ الفئة المستهدفة من المشروع بلغت 6000 شخص المتمثلة في : - الأطفال.

-الأولياء.

▪ الممولين: برنامج جسور الجزائر وذلك لمدة 16 شهرا.

▪ الجمعيات المشاركة في المشروع: - جمعية المواهب والشباب في وهران.

- جمعية الورود والحياة في وهران.

▪ تم اختتام المشروع يوم 30 أبريل 2019 والذي يتضمن الأنشطة التالية:

- مراجعة أخيرة للمشروع.

- معرض اللوحات المنجزة أثناء المشروع من طرف الأطفال.

- عرض الألعاب التقليدية .

- عرض فيديو يلخص النشاطات المنجزة مع تقديم الشهادات للمنشطي المشروع والمشاركين.

❖ مشروع الشباب لسلام والحياة.

❖ مشروع فرصة: "التعليم المهني، مدرسة فرصة الثانية" من 01 جويلية إلى 31 أوت 2020.

هو مشروع لجمعية صحة سيدي الهواري و الممول من طرف الجزائر و الإتحاد الأوروبي في إطار برنامج

أفاق¹ و يرتكز هذا المشروع على محورين:

- التنشيط الثقافي والاجتماعي.

¹ برنامج أفاق لدعم و تكييف ،هو برنامج المساعدة التنموية، ممول من طرف الإتحاد الأوروبي و الحكومة الجزائرية مدة إنجازه 36 شهر من 15 سبتمبر 2017.

- التكوين المهني في مجال الحرف ،البناء والترميم.
- الهدف العام من المشروع : المساهمة في مكافحة تهميش الشباب المتسرب من المدرسة والعطل عن العمل ، من خلال التكوين المهني في مجال الحرف وترميم المباني والإدماج الإجتماعي والإقتصادي.
- الفئة المستهدفة من المشروع: - 340 شاب من 16 إلى 18 سنة.
- 7500 متدرس من الأطوار المتوسطة والثانوية.
- 20 مكون و حرفي مهني.
- 50 منشط سوسيو ثقافي .
- الجمعيات المشاركة في المشروع:
- جمعية نجمة لإزدهار الطفولة والشباب : ولاية عين تيموشت.
- جمعية الموحدية للحفاظ على التراث الثقافي ، السياحي لندرومة: ولاية تلمسان.
- جمعية الثقافية إفري ندرار: ولاية تيزي وزو.¹
- جمعية تنسيم لبسمغون: ولاية البيض.
- جمعية القصر للثقافة: ولاية ورقلة.
- جمعية الرمال الذهبية للفنون الثقافية المحلية: ولاية تيمون .
- مختلف الأنشطة التي تم إنجازها في ظل هذا المشروع:
- التنشيط السوسيو ثقافي.
- تقنيات الإتصال.
- تبادل الثقافي بين الجمعيات.

¹ وثائق خاصة بجمعية صحة سيدي الهواري.

- سهرات ثقافية.

❖ مشروع نية: من أجل ثقافة السلم بمشاركة مع جمعية مراكز التنشيط في أحياء مدينة بوردو الممول

من طرف PCPA جسور .

▪ الأنشطة المنجزة :- الرسم والموسيقى.

- الصديق السري.

▪ قامت الجمعية بمهرجان لإختتام مشروع فرصة وذلك من 28-30 جويلية 2019 وفيه تم القيام بعدة

أنشطة والتي شاركنا في معظمها ومنها: السهرات السوسيوثقافية، جولات سياحية في مختلف معالم

التراثية ، المعارض (الرسم، اللباس التقليدي، المسرح) تم إختتامه في المسرح الجهوي لوهران

بحضور كل المشاركين. وفيه تم عرض كل الأنشطة التي تمت إنجازها خلال المشروع .

3- طرق ومراحل إعداد الإستراتيجية الاتصالية في جمعية صحة سيدي الهواري ومختلف الأنشطة
المجزة فيها.

أولا :طريقة التخطيط الإستراتيجي للاتصال.

التخطيط الإستراتيجي للاتصال يكون بطريقة مختلطة أي بين المستوى الأعلى للجمعية إلى

الأدنى منها أي بين الأعضاء المكتبية، الأعضاء الدائمة و بمشاركة المنخرطين اللذين يملكون

الصلاحيات في التخطيط ودخول الإجتماعات، وهذا الأخير يكون بمجال مفتوح ، وهذه الطريقة تكون على

النحو التالي:

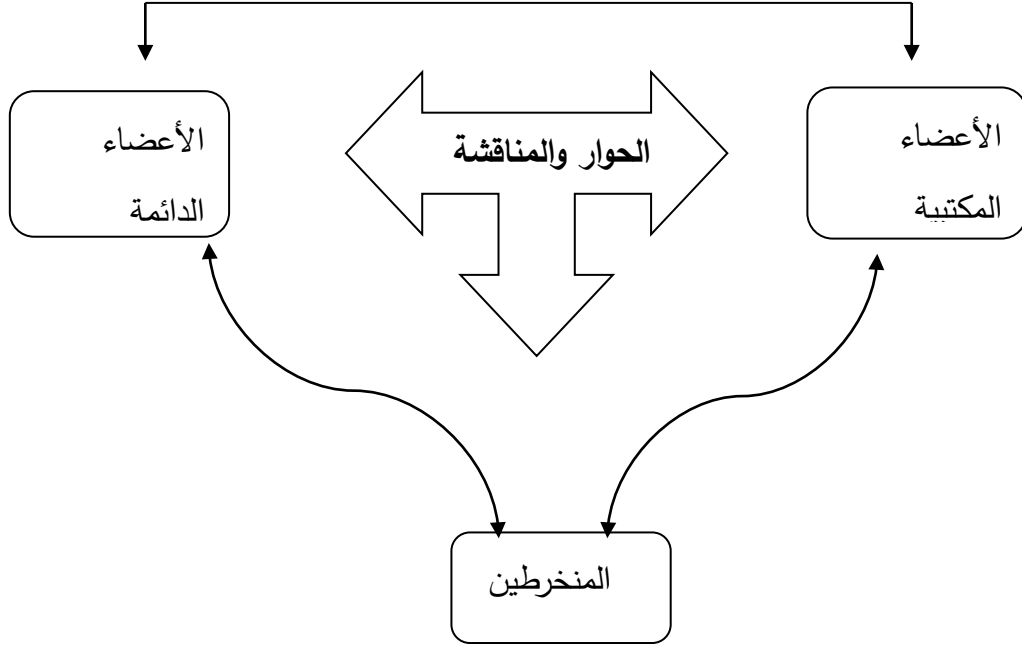
- الحوار ومناقشة الأفكار بين كافة الأعضاء .

- دراسة كل جوانب الموضوع.

- الإتفاق على فكرة معينة ودراستها.

- الوصول إلى القرار النهائي والبدء في إعداد الخطة الإستراتيجية الإتصالية.¹

والشكل التالي رقم (13) يوضح التخطيط بالطريقة المختلطة في الجمعية:



المصدر: من إعداد الطالبان إستادا على المعلومات السابقة.

ثانيا: مراحل التخطيط الإستراتيجي للاتصال.

يمر التخطيط الإستراتيجي للاتصال في جمعية SDH بعدة مراحل وهذا حسب ما تم تصريح به من قبل

الأعضاء المكتبية وهي على النحو التالي:

❖ المرحلة الأولى: تشكيل لجنة التخطيط ومتابعة الخطة الإتصال:

هذه اللجنة تقوم بإعداد الخطة الإستراتيجية ولها الصلاحية في الإعتماد على المبادرات الجديدة وتصنيفها

و ترتيبها ولها الحق في متابعة الأداء العام للخطة الإستراتيجية .

وهذه اللجنة تتكون من:

▪ الأعضاء المكتبية: وهم ثمانية عضو.

¹ نور كوتر، مصدر سبق ذكره.

- الأعضاء الدائمة: 30 عضو.
- المنخرطين: 30 عضو ومنهم 15 بنت و15 ذكر وتم تعيينهم من طرف الأعضاء المكتتية إستنادا على مجموعة من المعايير وهي :
 - تم تكوينهم من طرف الجمعية وذلك في قسم السمعى البصرى، ولهم قدرات في عملية التخطيط .
 - الخريجين الجامعيين ذوي تخصص في الإتصال والتنظم والمنخرطين يتم إشراكهم في عملية التخطيط الإستراتيجى للإتصال لما لهم دراية في شأن التخطيط .
 - لهم دراية كاملة بما يحدث في الجمعية.
 - يشاركون في المشاريع والأنشطة التي تقوم بها الجمعية.
 - هم المكلفين بدراسة رغبات المتطوعين والتفاعل معهم¹.
 - يقومون بتمثل الجمعية عند القيام بنشاطات خارج الوطن مع الجمعيات ذات شراكة مع SDH
- الجمعيات مثل جمعية بورودو اروبيا، و حسب ما صرحت به السيدة "أسيا براهيمي" مسؤولة عن التنظيم بين الجمعيات مثلاً هذا العام تم بعث 15 منخرط لتكوينهم خارج الوطن وذلك لمدة شهر (من 4أوت إلى 4سبتمبر 2019) وتم تقسيمهم إلى 3مجموعات يشرف على كل واحدة عضو مكتبي .
- ❖ المرحلة الثانية: تحديد الأهداف و توزيع المهام .
- قبل أن تقوم جمعية "SDH" بأي نشاط أو مشروع يجب أن تحدد الهدف العام له والأهداف الجزئية، كما تحدد الغرض من إعداد الإستراتيجية الإتصالية و تحديد الأهداف المرجوة بلوغها، ودراسة البدائل، إذ نجد من الضروري توزيع المهام و المسؤوليات حسب إمكانية تأديتها من قبل أعضاء الجمعية.

¹ نور كوتر، مصدر سبق ذكره.

❖ المرحلة الثالثة: صياغة رسالة الجمعية :

في هذه المرحلة تقوم الجمعية بإعداد الرسالة بطريقة دقيقة وواضحة ، وتكون معبرة عن فلسفة الجمعية وسياستها ومن خلال الرسالة يتم تحديد الفئة المستهدفة ، دراسة مصالح الممولين والجمعيات ذات شراكة مع SDH ¹.

❖ المرحلة الرابعة: دراسة الميزانية المالية.

تعتبر الميزانية المالية من أحد العوامل التي يمكن أن تؤدي إلى نجاح أو فشل المشاريع وذلك يعود إلى النقص الذي تعاني منه الجمعية من ناحية التمويل وعلى هذا الأساس تقوم بدراسة الميزانية المالية وتحدد المبلغ الذي سيتم تخصيصه للمشروع من المبلغ الإجمالي.

و تخصص الميزانية المالية ل:

- دفع التكاليف الفواتير الخاصة بالجمعية:إنارة، الماء ، الغاز، الهاتف والأنترنيت.
 - الأجرة الشهرية للموظفين.
 - تكاليف الخاصة بمدرسة الورشة:الموارد المادية، الأدوات الخاصة بكل ورشة.
 - تكاليف المطعم الخاص بالجمعية.
- هذا فيما يخص التكاليف الثابتة التي يتم دفعها شهريا، والمبلغ المتبقي يتم تخصيصه للأنشطة والمشاريع التي ستقام وذلك برعاية الجمعيات المشاركة.
- وتكون مصادر الأموال الخاصة بالجمعية من طرف العديد من الممولين اللذين يملكون شراكة معها، مثل جمعية بورديو بفرنسا ،تمويل من طرف الإتحاد الأوروبي. ²

¹ نور كوتر، مصدر سبق ذكره.

² فيصل مفتاح، مصدر سبق ذكره.

❖ المرحلة الخامسة: دراسة البيئة الداخلية و الخارجية للجمعية:

■ البيئة الداخلية:

- في هذه المرحلة يتم تحديد الموارد البشرية، والموارد المادية المتمثلة في وسائل الإتصال و التقنيات التي تستخدم .

- دراسة نوعية الأعضاء وأساليب التدريب.

- دراسة المتغيرات الداخلية التي تؤثر على فعالية النشاط

■ البيئة الخارجية:

وذلك من خلال دراسة الجمهور المستهدف و تحديد رغباته، و السعي وراء إستقطاب عدد أكبر من المتطوعين و الممولين .

- دراسة البيئة الإجتماعية.

- دراسة كل ما يؤثر على الجمعية و نشاطها.

- دراسة الجمعيات ذات شراكة مع SDH.¹

❖ المرحلة السادسة : تنفيذ الإستراتيجية الإتصالية و تقييمها.

من خلال هذه المرحلة يتم تنفيذ الإستراتيجية الإتصالية وتحويل الأهداف المسطرة إلى واقع ملموس وبعد ذلك مقارنة ما تم التخطيط له و ما تم تنفيذه.

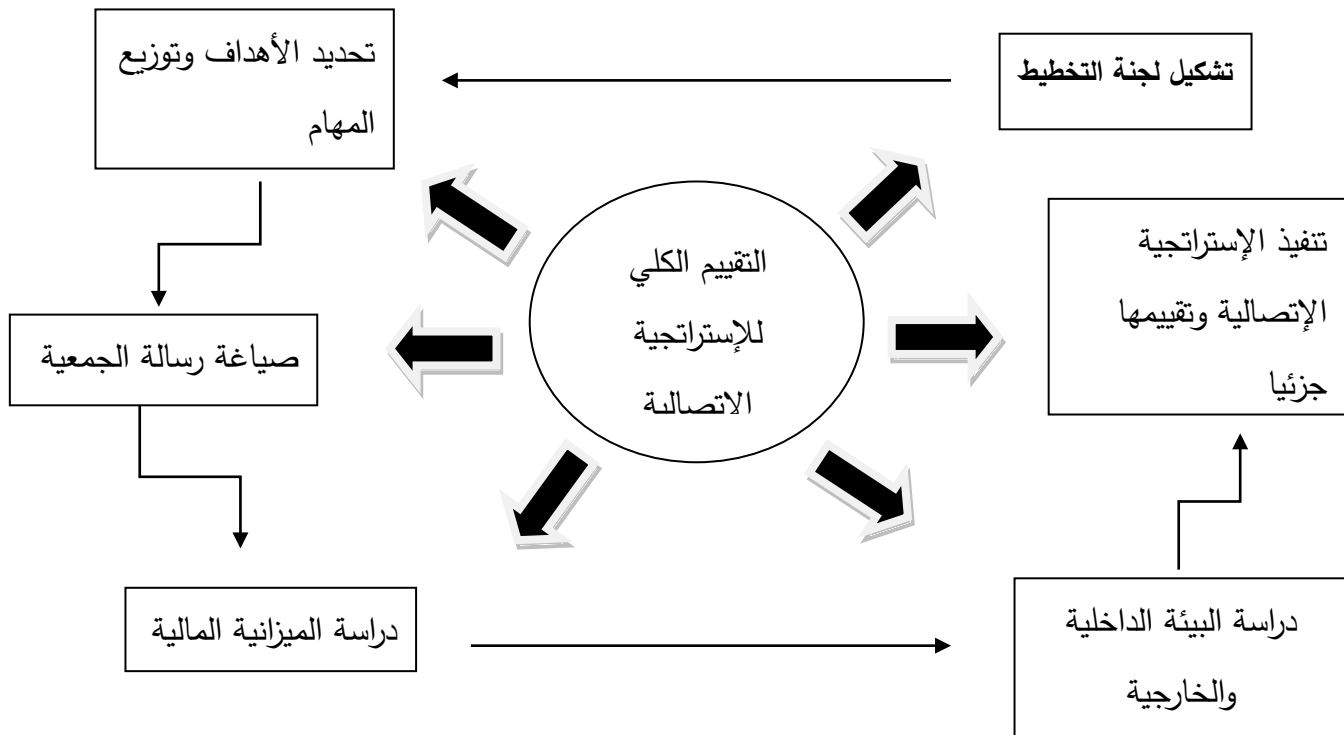
كما تحدد الصعوبات التي تم مواجهتها أثناء التنفيذ.

وبعد ذلك القيام بإجتماع تقييمي مع كل المشاركين في التخطيط ودراسة النتائج المتوصلة إليها.

¹ عبير بلجنة، الأمين العام للمال والمسؤولة عن الموارد المالية للجمعية، وهران، يوم 28 جويلية 2019 في مكتبها الخاص، على الساعة 13 زوالا.

في حين يمكن القول أن جمعية sdh تراعي المراحل التي تتخذها الإستراتيجية الإتصالية من بداية التصميم إلى التنفيذ وهذا بإسقاط مجموع المعلومات النظرية التي أوردناها في كل من الصفحة 57 و 58 و 59 و 60 حيث تمثلت هذه الخطوات في تحديد الأهداف العامة والخاصة، تعيين المستقبلين وتكييف الرسائل ، دراسة البيئة ، تحديد الجمهور المستهدف ، اختيار الوسائل وروابط الإتصال، تحديد الميزانية وتنفيذ الإستراتيجية، إذ نجد نوع من إستحضار sdh لمثل المراحل رغم الإختلاف في الترتيب والأولوية.

الشكل رقم (14) يوضح خطوات إعداد الإستراتيجية الإتصالية في الجمعية:



المصدر: من إعداد الطالبان إستادا على المعلومات التي تم تصريحها من قبل الأعضاء المكتنية.

ثالثاً: الأنشطة الإتصالية التي تقوم بها جمعية "SDH".

من بين الأنشطة الإتصالية و وسائلها التي تعتمد عليها الجمعية ما يلي :

- الأنشطة الإجتماعية والسوسيوثقافية: وذلك من خلال التواصل المباشر مع الجمهور الخارجي

ونشر المعلومات التي تتعلق بالثقافة وتمس المجتمع ومن بين التقنيات و الوسائل التي تعتمد عليها

الجمعية والتي صرح بها السيد" فيصل مفتاح" المسؤول عن القسم السمعي البصري:

- **الفهم للأذن:** أي إرسال المعلومة بأسلوب مباشر وهذا ما يتجسد في أبوابها المفتوحة لجمهورها الخارجي من جولات حول المعلم والتعريف بالجمعية وكذلك الإتصال المباشر الذي يرفق جل النشاطات ، لنجد كذلك عدة أساليب إتصالية معتمدة بالجمعية وما يمكنها من تفعيل الإتصال و توظيفه بطريقة العملية. بالإضافة للإتصال الذي تقوم به جمعية "صحة سيدي الهواري" على مدى السنة نجد كذلك أنشطة تسعى في هدفها وغايتها للإتصال وتفعيله ، أي اعتبار الإتصال في هذه الحالة غاية و نشاطا في حد ذاته و ليس وسيلة لنجد فيه:

- **الإجتماعات التبادلية:** التي تضع مهارات الإتصال في الواجهة وتقوم بإشراك كل الأعضاء لما لهم من دور في نقل سياسة وثقافة الجمعية للجمهور، فكل منخرط تعتبره كسفير ويجدر لهذا الأخير من قدرات إتصالية و مهارات.
- **ما يطلق عليه بفضاء BlaBla:** الذي يجتمع فيه أعضاء الجمعية لتبادل أطراف الحديث الغير المتعلق بالعمل الجماعي، أي التبادل و النقاش في مجال العلاقات الشخصية والغير الرسمية وما له من دور في توطيد أصول الصداقة والتفاهم بين الأعضاء من جهة و تضييق مجال الإتصال الهامشي في ساعات العمل و أداء المهام.
- **التكوين المستمر للمنخرطين:** وذلك في مجال الإتصال والتنشيط السوسيوثقافي وماله من دور في تنمية إمكانيات الأعضاء للإستجابة لمتطلبات عالم الإتصال خاصة و حقيقة شراكة جمعية SDH مع جمعيات و منظمات أجنبية.¹

- **الخيمة المتنقلة:** وذلك من خلال التنقل في أرجاء الولاية مقر الجمعية ولاية وهران و كذا ولايات الأخرى في الوطن والسعي وراء إستقطاب المتطوعين وتفاعلهم مع الجمعية و مثال على ذلك: إنتقال قافلة التسجيلات الخاصة بمدرسة الورشة لتكوين الشباب في المهن وذلك من أجل تسجيل الراغبين في

¹ فيصل مفتاح، مسؤول عن القسم السمعي البصري، مصدر سبق ذكره.

- التكوين .وتقديم نصائح و توجيهات على تفعيل العلاقات الإتصالية بإختلافها في طلب العمل،
- الإتصال الأسري، في ظل ما يعرف بالأيام التكوينية. و يتم هذا الأخير بمجموعة من النشاطات من
- ما يعرف بمسرح الشارع، المسائلة أو الإستجواب ، ملئ الإستمارة ، فكلها أساليب توظفها التوعية
- و التعريف بالإتصال الناجح و دوره في حياة الفرد كذلك(أنظرملحق رقم06)
- **قرع الباب:** وذلك لتوزيع الملصقات والمطبوعات الخاصة بالجمعية و المتعلقة بالنشاطات التي ستقوم
- بها وذلك بتحديد المدة ومكان النشاط.كما توظف هذه الطريقة في غرض التحسيس و التوعية في
- مجال الصحة والبيئة وهذا لما تعيره الجمعية الجمعية من إهتمام للفئات العمرية الغير القادرة للإنتقال
- لمقر الجمعية.

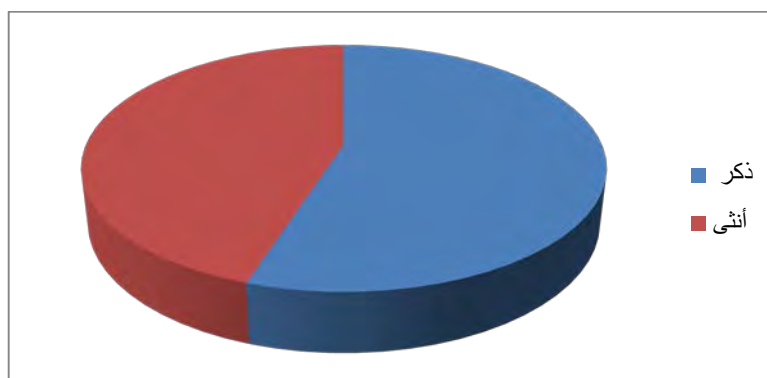
4- التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة والمركبة.

أولاً: التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة.

الجدول رقم 3: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

المتغيرات	الإجابة	التكرار	النسبة
ذكر		33	55%
انثى		27	45%
المجموع		60	100%

الشكل رقم (15): يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.



التحليل:

يمكن قراءة من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الذكور تساوي إلي 55% بينما نجد جنس النساء يعادل 45% من نسبة الكلية حيث مثلت النسبة الأولى 33 مفردة غير أن الأخرى تقل عن سابقها ب 06 مفردة إي تعادل 27 مفردة لنجد مجموع الجنسين يساوي إلى 60 مفردة كاملة وهي عينة الدراسة، بنسبة 100% من جمع النسبتين 55%+45%

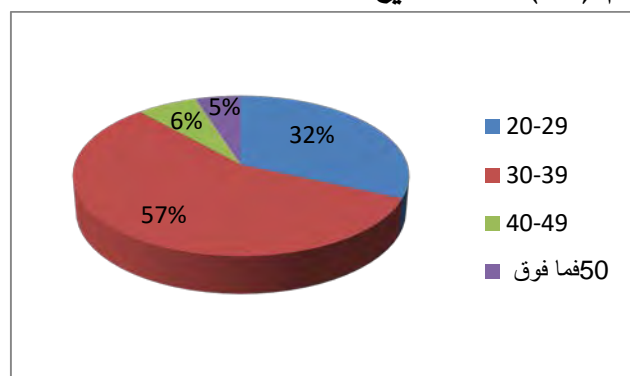
وهذا يعود لطبيعة مجتمع البحث أي الجمعية في حد ذاتها التي نجد فيها نسبة الذكور اكبر بقليل من تلك المتعلقة بالإناث، حيث وجدنا الضرورة في استجواب جميع المعنيين بإستراتيجية الاتصالية في

الجمعية دون تغييب أي مفردة للاستجابة لدراستنا التي فيها نسعى لمعرفة واقع الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية ثم ربطها بتفعيل نشاطاتها.

جدول رقم 4: يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير السن.

الاجابة / المتغيرات	التكرار	النسبة
29-20	19	%31,66
39-30	34	%56,66
49-40	4	%6,66
50 فما فوق	3	%05
المجموع	60	%100

الشكل رقم (16): يبين توزيع أفراد العينة حسب السن



التحليل:

نلاحظ من منطلق الجدول رقم 4 انه قمنا بتقسيم العينة إلى أربعة فئات عمرية والتي تتمثل: فئة (29-20 سنة) (30-39 سنة) (40-49 سنة) (50 سنة فما فوق) وقد وقع اختيارنا لهذه الفئات العمرية استنادا لمعطيات الجمعية وكذا أهداف الدراسة حيث تركز دراستنا على دراسة وتحليل دور الإستراتيجية الاتصالية في تفعيل النشاط بقلب الجمعية فلا يكون على دراية بهذه الإستراتيجية دون هذا العمر أي اقل من (20 سنة)

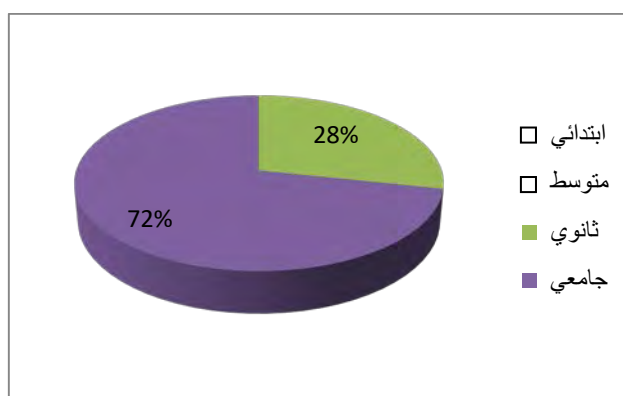
ثم راعينا بعد ذلك العدد الترتيبي بين كل فئة وأخرى ألا وهي 09 سنوات لفئة الثانية والثالثة ثم الفئة الرابعة التي تنطلق من 50 سنة فما فوق، وهذا أيضا ينطبق على الجمعية التي هي الأخرى تترجم واقع هذه الفئات المشاركة والمنخرطة في نشاطاتها، وبمثل هذا التقسيم نستطيع الاطلاع على القدر الأمكن من التصريحات والبيانات.

فيتضح من الجدول أن الفئات الأعلى نسبة هي كل من (30-39 سنة) بنسبة 56,66% وتأتي بعدها فئة (20-29 سنة) بنسبة 31,66% لنستنتج منها أن الفئة الغالبة هي فئة الشباب تعبر هذه الأخيرة على الفئة الأكثر نشاطا بالمجتمع والأكثر انخراطا بالنشاطات الجمعوية وكونها أيضا ذات وعي بمكانة المجتمع المدني في النسق الاجتماعي ككل.

الجدول رقم 5: توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي .

الاجابة / المتغيرات	التكرار	النسبة
ابتدائي	0	0%
متوسط	0	0%
ثانوي	17	28,33%
جامعي	43	71,66%
المجموع	60	100%

الشكل رقم: (17) يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي



التحليل:

يوضح الجدول رقم (05) المستوى التعليمي حيث نلاحظ أعلى نسبة كانت تلك المتعلقة بالمستوى الجامعي بنسبة 71,66% ثم تأتي بعدها نسبة 28,33% الممثلة للمستوى الثانوي في حين نجد كل من المستويين الآخرين من المتوسط والابتدائي منعدمة تماما بنسبة 0% لكلاهما .

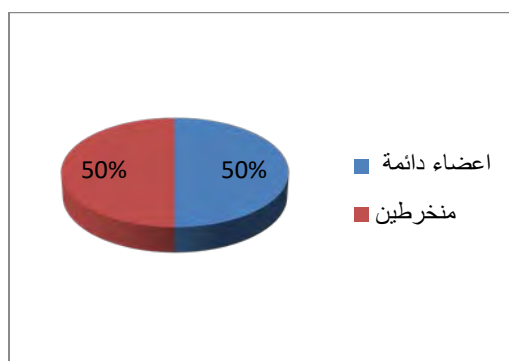
لذلك ومن خلال النتائج المبينة أعلاه نستنتج أن جمعية (SDH) تهتم بالمستوى التعليمي لأفراد جمعيتهم عند الحديث على الإستراتيجية الاتصالية المنظمة لنشاطها، فقرابة 3 أرباع من المبحوثين يمثلون الفئة الجامعية والتي بمقدورها أداء هذه المهمة أي فئة النخبة ذات كفاءة لتسيير الجمعية ككل والإستراتيجية على وجه الخصوص ويليها بعد ذلك، مستوى الثانوية، بنسبة تقدر ب 28,33% إذ يحمل هذا المستوى عددا مهما والذي يمثل 17 مفردة من المجموع الكلي للعينة 60 مفردة بحيث يتجلى من الجدول أعلاه ومن النسبة السالفة الذكر 28,33 أن جمعية (SDH) تقوم بإشراك هذا المستوى في بناء الإستراتيجية الاتصالية ولديهم مدلول معتبر يلعب دورا في التنظيم بالجمعية في حين نفسر انعدام المستوى الابتدائي والمتوسط بنفس السبب الذي تراه جمعية (sdh) تعير اهتماما بالغاً بمستوى التعليمي ربطا مباشرة بشؤون التسيير والإدارة إذ لا يتم إشراك منخرطين دون المستوى الثانوي والجامعي إذ يتضح دور العضو الكفاء في رسم معالم الإستراتيجية الاتصالية وتسييرها.

فالجمعية تتوجه للعقول الراجعة عند الحديث على الإستراتيجية الاتصالية المنظمة لنشاطها .

جدول رقم 06: توزيع المفردات المبحوثة حسب العضوية في الجمعية .

الإجابة	التكرار	النسبة
المتغيرات		
الأعضاء الدائمين	30	50%
المنخرطين	30	50%
المجموع	60	100%

الشكل رقم (18) يبين توزيع المفردات حسب طبيعة العضوية بالجمعية.



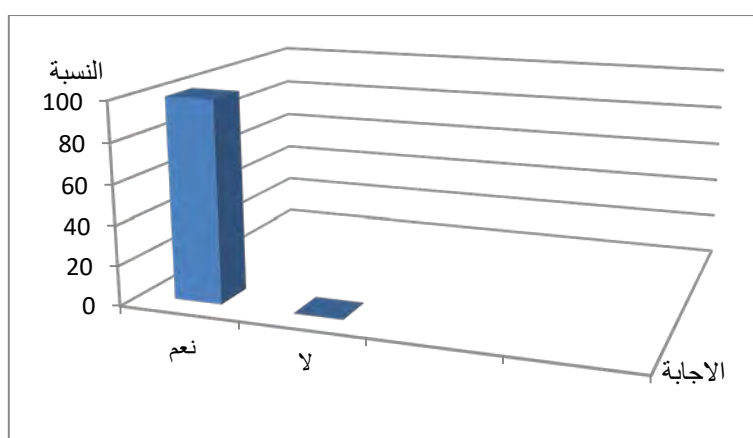
التحليل:

يوضح الجدول رقم (5) أن أفراد العينة التي تمثل (60 مفردة) ونسبة 100% التي تم تقسيمها إلى فئتين عند الحديث عن طبيعة العضوية بالجمعية إلى أعضاء دائمين ب 30 مفردة وكذا تضمينها ب 30 مفردة تمثل عدد المنخرطين، بالجمعية بطريقة قصدية لمجموع يساوي عينة الدراسة كاملة، فحاولنا من خلال هذا المتغير مراعاة التساوي بين الفئتين للإلمام بالمعلومات والبيانات المقدمة من قبل الفئتين ومدى تقارب هذه الأخيرة لخروج بنتائج تقترب الدقة قدر الإمكان فارتأين الضرورة لذلك، ففي حال ما إذا اكتفينا بالأعضاء الدائمين للجمعية دون المنخرطين ستأثر ذلك لا محال على نتائج الدراسة ومصادقيتها ويقلل من إمكانية الإجابة بمصادقية على السؤال الجوهرى للدراسة، حيث تتخذ الجمعية مبدأ إشراك المنخرطين في الإستراتيجية الاتصالية كذلك هو الحال أن حصرنا دراستنا على المنخرطين فحسب، غير أن العينة التي شملت الفئتين تفي بغرض فهم طبيعة العلاقة بين الشريحتين في شأن الإستراتيجية الاتصالية، كما أنه يمكن لنا الإستنتاج من خلال إشراك المنخرطين في الإستراتيجية الاتصالية في تطبيق SDH لأحد مبادئ الإستراتيجية الاتصالية ألا وهو القبول الداخلي مثلما هو مذكور في الصفحة 52 وجمعية SDH تعدت مبدأ القبول إلى الإشراك منخريطياً.

جدول رقم 7: يؤكد وجود الخلية الاتصالية بجمعية (sdh) .

المتغيرات	الاجابة	التكرار	النسبة
نعم		60	%100
لا		0	%0
المجموع		60	%100

الشكل رقم (19) يؤكد وجود الخلية الإتصالية بالجمعية.



التحليل:

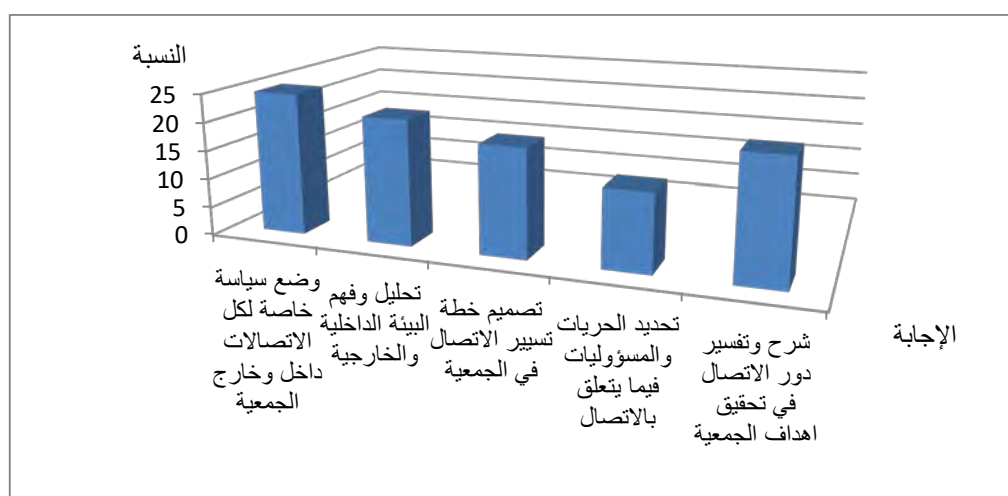
يوضح الجدول أعلاه التصريح حول واقعية وجود خلية الإتصالية المنظمة لنشاطات الإتصالية بالجمعية حيث يتضح أن عدد الإجابات ب"لا" تساوي إلى 0 لتمثل بعد ذلك بنسبة 0% في حين نجد أن عدد الإجابات ب"نعم" يمثل عدد المفردات كلها ألا وهو 60 مفردة كاملة بنسبة 100% يمكن أن نستنتج من خلال هذه النسبة السالفة الذكر، أن المفردات المبحوثة على دراية بوجود مكتب أو خلية اتصال بالجمعية مما يمكننا من القول أن جمعية "sdh" تعي مدى أهمية الخلية الاتصالية، هذا ما يؤكد كلام السيد "بركسي كمال" رئيس الجمعية حيث توفر هذه الأخيرة مصلحة مستقلة بذاتها ولم يتم تضمينه لأحد الأقسام مثلما تيسر بعض الجامعات فعل ذلك، كما انه تتضح الأهمية البالغة التي توليها (sdh) للاتصال وكيف أن عبارة الخلية الاتصالية ليست بغريبة ولا جديدة على مسامع

المبحوثين، وهذا ما لاحظناه عند توزيع الاستمارة، وكيف لهذا الوعي بالخلية الاتصالية أن يغير الإستراتيجية ويمنح لها حق الميلاد.

جدول رقم 8 يبين دور الخلية الاتصالية بالجمعية.

الاجابة	التكرار	النسبة
وضع سياسة خاصة لكل الاتصالات داخل وخارج الجمعية	33	24,81%
تحليل وفهم البيئة الداخلية والخارجية	29	21,80%
تصميم خطة تسيير الاتصال في الجمعية	25	18,79%
تحديد الحريات والمسؤوليات فيما يتعلق بالاتصال	18	13,53%
شرح وتفسير دور الاتصال في تحقيق اهداف الجمعية	28	21,05%
المجموع	133	100%

الشكل رقم (20) يبين دور الخلية الإتصالية بالجمعية.



التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 8 الذي يترجم دور الخلية الاتصالية في كنف الجمعية، حيث يجمع الأغلبية من المبحوثين على وضع سياسة خاصة لكل الاتصالات داخل وخارج الجمعية بترديد 33 مرة وبنسبة 24,81% فيتضح من خلال هذه النسبة التي تعلوا النسب الأخرى أن العينة المبحوثة ترى أن الخلية الاتصالية، فنجد كل من الأعضاء الدائمين و المنخرطين على وعي أن الإستراتيجية الإتصالية

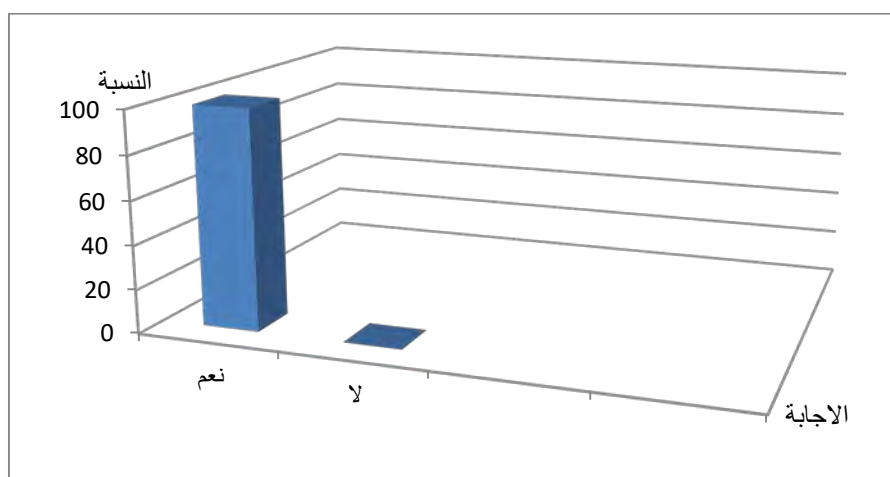
تسعى إلى تنظيم الإتصال في بلوغ الأهداف الداخلية منها و الخارجية ،و هذا ما يمكن تدعيمه بما سلف و تطرقنا إليه عند الحديث عن الإتصال التنظيمي في ص 128 و 129 كما أن دورها الأساسي هو وضع السياسة الخاصة بالجمعية في شأن الاتصال الداخلي منه الخارجي وتكون متبوعة بنسبة 21,80% التي تمثل الذين أجابوا أن للخلية الاتصالية دور في تحليل وفهم البيئة الداخلية والخارجية، لتنفيذ من خلال هذه النسبة والمرتبة الثانية من الترتيب الاقتراحات الخمسة أن الجمعية تحيل دراسة البيئة في شقيها إلى الخلية الاتصالية وهذا ما يعزز تصريح السيدة "كراشي محمد فاطمة الزهراء" مسؤولة عن الاتصال الخارجي والعلاقات العامة، عند الحديث على الخطوات المتبعة في تأسيس وبناء الإستراتيجية الاتصالية، وكيف أن هذا التحليل يكون احد دعائم الاتصال وفعاليته ثم تأتي بعد ذلك نسبة 21,05% من المبحوثين أجابوا أن الخلية الاتصالية ذات مسؤولية مرتبطة بشرح وتفسير دور الاتصال في تحقيق أهداف الجمعية ومنه نستنتج إن الخلية الاتصالية يجب أن تضع النقط على الحروف في تقنين الاتصال لبلوغ الأهداف التي تسعى إليها الجمعية ففي نهاية الاتصال هو الوسيلة وليس الغاية المنشودة بالجمعية على حساب الأهداف المسطرة للبلوغ. وفي المرتبة الرابعة نجد الاقتراح "تصميم خطة تسيير الاتصال في الجمعية" مدعم بنسبة 18,79% إذ تعتبر هذه النسبة على المجيبين الذين يرون في الخلية الاتصالية مكانا تصمم فيه خطة تسيير الاتصال في حين تجسد أخر نسبة ب 13,53% حول تحديد الحريات والمسؤوليات فيما يتعلق بالاتصال.

فنستنتج من منطلق تقارب النسب وهذا باقتربها أو تجاوز ربع المئة ¼ بقليل لكل اقتراح بمدى وعي أفراد العينة مسؤوليات والوظائف المؤدات من طرف الخلية الاتصالية ومن المنطق أن تكون ادوار الخلية الاتصالية متعلقة مباشرة بالاتصال ومنها نستطيع القول أن الخلية الاتصالية لا تخرج عن نشاطاتها المنوطة إليها فمثلت أعلى نسبة ب 24,81% مصور لوضع السياسة الخاصة لكل الاتصالات داخل وخارج الجمعية فالسياسة تكون اشمل وأوسع وجامعة لاتصالات الأخرى.

جدول رقم 9: يمثل وجود إستراتيجية اتصالية مكتوبة وموثقة ورقيا داخل الجمعية.

المتغيرات	الاجابة	التكرار	النسبة
نعم		60	%100
لا		0	%0
المجموع		60	%100

الشكل رقم (21) يمثل وجود إستراتيجية إتصالية مكتوبة وموثقة ورقيا في الجمعية.



التحليل:

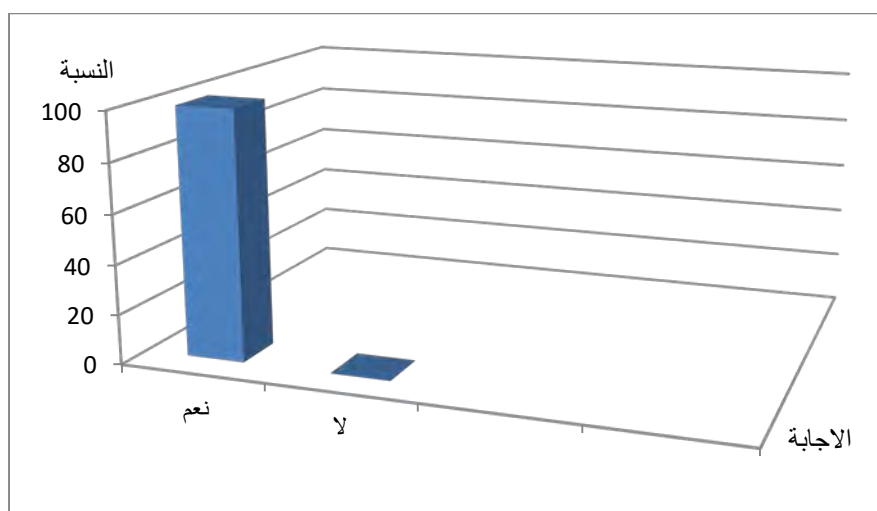
يوضح الجدول أعلاه وجود الإستراتيجية الاتصالية مكتوبة وموثقة ورقيا حيث نلاحظ من خلالها أن نسبة 100% صرحوا أن الإستراتيجية الاتصالية مكتوبة وموثقة ورقيا في حين الاقتراح الذي يفترض عدم وجود الإستراتيجية مكتوبة منعما تماما فلم تشر أي من المفردات إلى ذلك حيث كانت الإجابة بـ "لا" ممثلة بـ 0% أي نلاحظ أن العينة البحثية أو المبحوثين على علم أن الإستراتيجية الاتصالية للجمعية مكتوبة ورقيا ولا سبيل لشك في ذلك فلم تكن أي الإجابات بـ "لا" فهذه الإحصائيات تمكننا من الحكم أن الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية مصممة بطريقة ورقية يمكن الاطلاع عليها حيث يرفع هذا الأخير من احترام خطوات تصميم الإستراتيجية الاتصالية.

وهو ما يدعم الوجود الفعلي للإستراتيجية الاتصالية والذي لا يكون إلا بكتابة الرسالة الإستراتيجية وتوثيقها والتغيير والتعديل الورقي في كل تغيير لها وهذا ما يجدر أن يكون واقعيا لدى مختلف التنظيمات عند الحديث على ما يجب أن يكون، فنسبة 100% تدل على أن هؤلاء المبحوثين على الأقل اطلعوا على هذه الإستراتيجية ورقية.

جدول رقم 10: يمثل التزام ممارسة التخطيط الاستراتيجي للاتصال بطريقة منظمة من عدمه..

الاجابة	التكرار	النسبة
المتغيرات		
نعم	60	100%
لا	0	0%
المجموع	60	100%

الشكل رقم (22): يمثل التزام ممارسة التخطيط الاستراتيجي للاتصال بطريقة منظمة من عدمه.



التحليل:

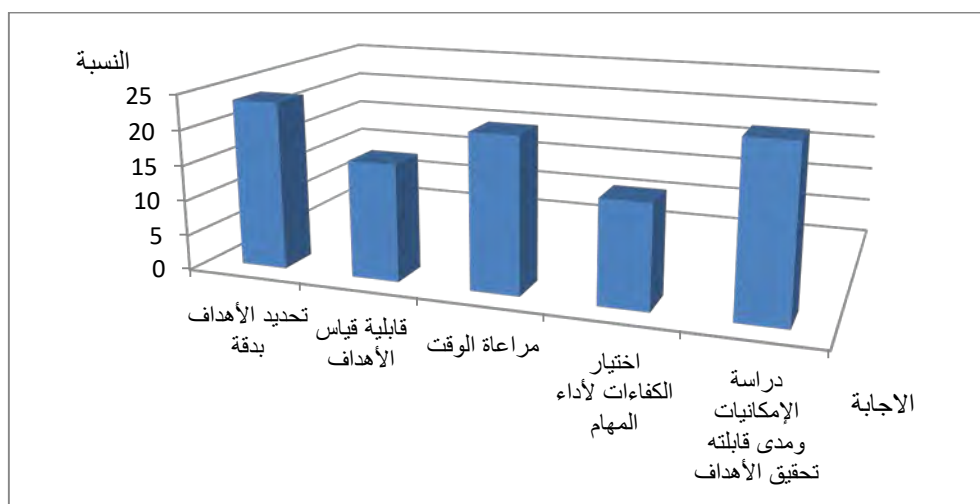
نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) أن عملية ممارسة المساهمين في التخطيط الاستراتيجي للاتصال، يكون بطريقة منتظمة بنسبة 100%، إذ أجاب جل المبحوثين بالإيجاب أي ب "نعم" في حين تتعدم أي فرص تعبر عكس ذلك اي لم نسجل ولو إجابة ب "لا" السلب حيث تضع بين أيدينا مثل هذه الإحصائيات حقيقة التخطيط الاستراتيجي لمنافذ ومسالك الاتصال بالجمعية

نستنتج من خلال النتائج المبينة أعلاه أن طبيعة ممارسة التخطيط الاستراتيجي بجمعية صحة سيدي الهواري " لا يكون إلا بالطريقة المنظمة وهذا الانتظام المرتبط بمتغيرات عدة الوقت، إمكانيات) سنخص لها الذكر فيما يلي من طيات دراستنا .

جدول رقم 11: يمثل ماهية التخطيط الاستراتيجي للاتصال داخل الجمعية.

الإجابة	التكرار	النسبة
تحديد الأهداف بدقة	36	23,68%
قابلية قياس الأهداف	25	16,44%
مراعاة الوقت	33	21,71%
اختيار الكفاءات لأداء المهام	22	14,47%
دراسة الإمكانيات ومدى قابليته تحقيق الأهداف	36	23,68%
المجموع	152	100%

الشكل رقم (23) : يبين ماهية التخطيط الاستراتيجي للاتصال داخل الجمعية.



التحليل:

يوضح الجدول أعلاه كيفية التخطيط الاستراتيجي للاتصال في جمعية (sdh) حيث سجلت أعلى نسبة مرتبين والتي تقدر بنسبة 23,68% والتي تمثل الذين أجابوا أن التخطيط الاستراتيجي لاتصال

بالجمعية يكون بتحديد الأهداف بدقة والذين يرون أن دراسة الإمكانيات ومدى قابلية تحقيق الأهداف هي الوجه الأمثل للتخطيط الاستراتيجي، وقد يرجع ذلك لكون الإستراتيجية ككل ترمي في مجملها لبلوغ الأهداف التي تسعى من أجلها الجمعية فيكون التحديد الدقيق لهذه الأهداف هو الورقة الراجعة وتحدد مصير الجمعية لفصل أي تهديد يعرجها عن أداء مهامها، ثم كذلك دراسة الإمكانيات ومدى قابلية تحقيق الأهداف قد تكون الأولى عند الحديث عن الأسبقية المنطقية في عمر تحقيق الأهداف، فجمعية (sdh)

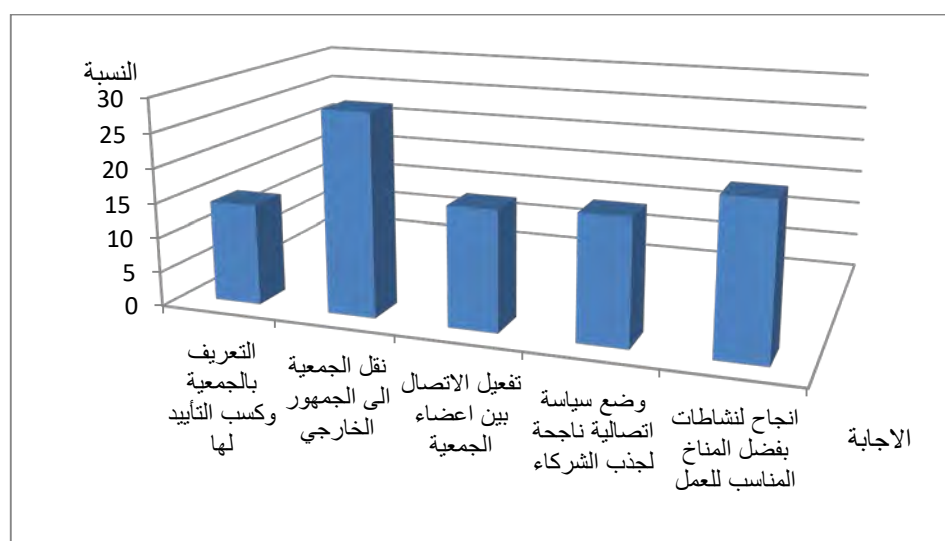
تخطيطها الاستراتيجي يرتكز أساسا على دراسة الهدف وكيفية التحقيق، كما ترى نسبة 21,71 % إن مراعاة الوقت ودراسة الوجه العاكس للتخطيط الإستراتيجي حيث يعد هذا الأخير، المورد الثمين للجمعية، فأداء النشاطات وإنهاء البرامج في أوقاتها ودراسة هذه الفترات مدى توزيعها في الجداول الزمنية وأهميته البالغة كما سبق وصرح السيد "بلمعلوفي الحواس" مدير مدرسة الورشة للجمعية، وهذا ما يطلب عليه الميقاتية في علم التنظيم للمنظمات كما ترى نسبة 16,44 أن قابلية قياس الأهداف وعدم الوقوف عند تحديدها فحسب حيث يجب أن يراعي هذا القياس الإمكانيات المادية، البشرية المالية المعلوماتية، وفي الأخير نجد نسبة 14,47 تضع اختبار الكفاءات لأداء المهام، إذ تعبر هذه النسبة على اخفض نسبة بين الاقتراحات الخمسة وهذا قد يعود إلى تفسير وقفنا عنده مسبقا ألا وهو السياسة العامة للجمعية التي تراعي متغير الكفاءات لأداء المهام أو بالأحرى اختبار الأعضاء، لأداء المهام على الوجه المطلوب والمنتظر، غير أن هذا الأخير لم يمنع الفئات المبحوثة من الوقوف على القول أن التخطيط الاستراتيجي للاتصال يتوقف على وضع الرجل المناسب في المكان المناسب .

نستنتج من خلال ما سلف وحللناه أن كفاءة المبحوثين في تحديد كيفية التخطيط للاستراتيجيات، سليمة توفر مد المنطق ما يكفي لتستجيب لمنظمة ذات طبع غير ربحي يدرس الإمكانيات والأهداف قبل الشروع في التنفيذ وتصنيفها كأولويات في كيفية التخطيط لنشاطاتها لبناء إستراتيجية ذات اديولوجية مستجيبة للأهداف التي تصبوا إليها الجمعية .

جدول رقم 12: يبين الأهداف التي تسعى الجمعية إلى تحقيقها من خلال الإستراتيجية الاتصالية .

الاجابة	التكرار	النسبة
التعريف بالجمعية وكسب التأييد لها	22	14,47%
نقل نشاطات الجمعية الى الجمهور الخارجي	44	28,94%
تفعيل الاتصال بين أعضاء الجمعية	26	17,10%
وضع سياسة اتصالية ناجحة لجذب الشركاء	27	17,76%
إنجاح النشاطات بفضل المناخ المناسب للعمل	33	21,71%
المجموع	152	100%

الشكل رقم (24) يمثل الأهداف التي تسعى الجمعية إلى تحقيقها من خلال الإستراتيجية الاتصالية .



التحليل:

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (12) أن نسبة 28,94 ترى أن نقل نشاطات الجمعية إلى الجمهور الخارجي هو الهدف الذي تنشده الإستراتيجية الاتصالية، ثم تأتي بعدها نسبة 21,71 تلك المتعلقة باقتراح ان هدف الإستراتيجية يركز على إنجاح النشاطات بفعل المناخ المناسب للعمل، ثم نجد تقارب النسب 3 و 4 في الترتيب التنازلي بنسبتي 17,76% وضع سياسة ناجحة لجذب الشركاء

و17,10% (تفعيل الاتصال بين أعضاء الجمعية) في حين نجد أن نسبة 14,47% كأقل نسبة تكررت 22 مرة من قبل المبحوثين وهي تلك المعبرة على التعريف بالجمعية وكسب التأييد لها.

نستنتج من خلال قراءة الجدول مدى مراعاة الإستراتيجية الاتصالية جمهورها الخارجي الذي يكون لها كأحد المحفزات للعمل أكثر والعطاء فكلما كانت الإستراتيجية ناجحة كلما سعت لوضع الجمهور من أولوياتها.

من حيث نقل النشاطات على وجه الخصوص وكل ما يجمع الجمعية بجمهورها عموماً في حين نجد من يرى أن هدف الإستراتيجية يرتكز على إنجاح النشاطات بفعل المناخ المناسب للعمل، والمقصود به في هذه الحالة الجمهور الداخلي من أعضاء (دائمين، منخرطين، متطوعين، متكونين) وكيف يساهم المناخ الجيد للعمل في إنجاح النشاط والذي لا يكون إلا بالاتصال الفعال والذي لا يتوفر إلا بإستراتيجية مدروسة

ثم يمكننا ملاحظة أن وضع سياسية ناجحة لجذب الشركاء قد ينحدر مباشرة من الاقتراح الأول نقل النشاطات إلى الجمهور الخارجي) في الحديث عن القاسم المشترك بينهما ألا وهو الجمهور الخارجي) فقد ينجذب المهتم بالجمعية للنشاط أو الشراكة حسب درجة الاهتمام والتوقع.

كما نلاحظ أيضاً أن (تفعيل الاتصال بين أعضاء الجمعية) هو الآخر ينحدر مباشرة من الاقتراح الثاني (إنجاح النشاطات بفعل المناخ المناسب للعمل) عند الحديث عن قاسم مشترك آخر بين الاقتراحين الذي يتمثل في الجمهور الداخلي) فتفعيل الاتصال بين أعضاء هو الذي يمهد للمناخ الجيد للعمل أو العطاء كمفهوم أدق. أما أخفض نسبة فهي تلك المتعلقة بالتعريف بالجمعية وكسب التأييد لها إذ يمكن تفسير هذا بكون أهداف الجمعية بالنسبة لمتطلبات المجتمع أو البيئة التي تنشط فيها فهي مقبولة ومؤيدة ما. بالكفاية من قبل الجمهور الخارجي لطبيعة نشاطاتها، وابتعادها تماماً على المتغيرات السياسية أو العقائدية التي

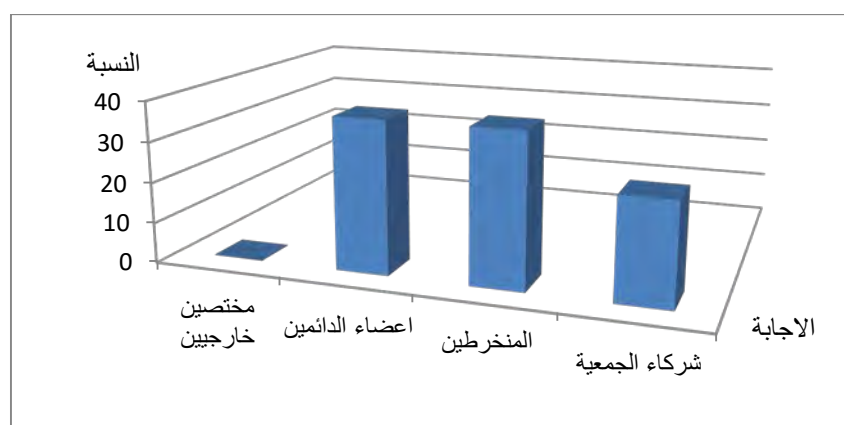
قد تكون سببا للتناقض والتصادم، ثم طلب التأييد (sdh) لا يكون متعلق بإيديولوجيتها وثقافتها بل ما يتعلق بالإعانات (مادية، مالية أو أفكار).

نستنتج أن الإستراتيجية الاتصالية ب (sdh) تغير الاهتمام لكلا الجانبين الجمهور الداخلي والخارجي دون طغيان جانب على جانب آخر، هذا في محاولة وصف الاختلاف الممكن عند مقارنة النسبتين $28,94\% > 21,71\%$.

جدول رقم 13: : يمثل الأفراد الذين يتم إشراكهم في تصميم الاستراتيجية الاتصالية للجمعية.

الاجابة	التكرار	النسبة
مختصين خارجيين	0	0%
أعضاء الدائمين	60	37,5%
المنخرطين	60	37,5%
شركاء الجمعية	40	25%
المجموع	160	100%

شكل رقم 25: يوضح الأفراد الذين يتم إشراكهم في تصميم الاستراتيجية الاتصالية للجمعية



التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 المبين لمن يتم اشتراكهم في تصميم الإستراتيجية الاتصالية، تلك الخاصة بالجمعية أن كل المبحوثين أجابوا أن الأعضاء الدائمين والمنخرطين يتم إشراكهم في تصميم الإستراتيجية الاتصالية حيث سجلت أعلى نسبة مرتين والتي تقدر ب 37,5 ثم تليها نسبة 25 لمن يرى أن جمعية sdh تشرك شركائها في بناء الإستراتيجية الاتصالية وهذا قد يعود لكون بعض الشركاء الذي نقصد بهم سواء ممولي المشاريع المكتوبة من قبل sdh أو مشاريع الجمعيات الأخرى التي تشارك فيه sdh لهم في كيفية الخروج بالمشروع من فكرة استطلاعية إلى الفرصة التطبيقية، فمن المنطقي أن يكون للشركاء دراية حول طبيعة الاتصال بالجمعية وكيف يساهم هذا الأخير في إنجاح المشروع غير انه ليس المقصود من هذا الأخير أن الشركاء يساهمون في تصميم الإستراتيجية الاتصالية وهذا ما يمكن لنا من تأكيده من تصريحات السيد "بريكسي كمال" الذي أقر أن الجمعية مستقلة تمام الاستقلالية في إيديولوجياتها وتحديد أهدافها فلا تراعي في هذا الأخير الا السياسة العامة والمبادئ الخاصة بها، في حين نجد آخر نسبة في الترتيب 0 % تلك الممثلة للمختصين الخارجيين، فيتضح أن الجمعية لا تستعين بمساعدات أو توصيات خارجية فيما يتعلق بالإستراتيجية الاتصالية في التصميم، أو كل مراحل التطبيق وقد نستدل بذلك من تحليل سالفه حول المستوى التعليمي في جدول رقم(5) والاختصاص الذي تراه الجمعية ذو مكانة بارزة وتضعه فوق كل اعتبار.

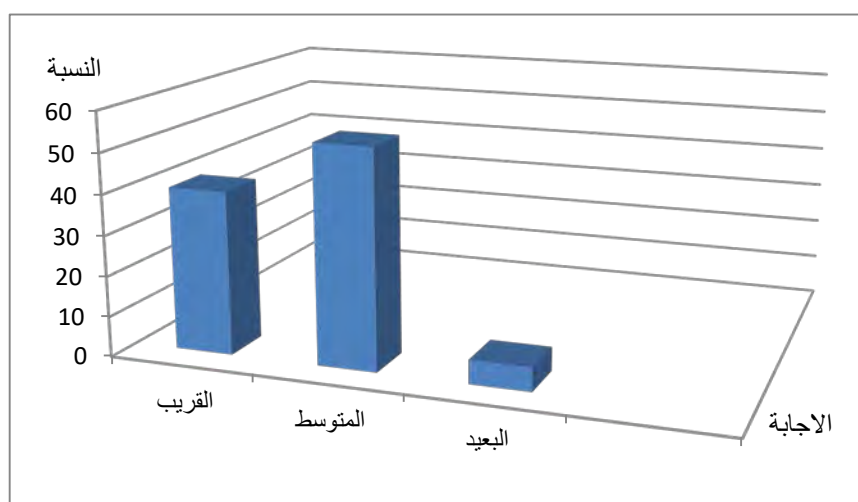
في الأخير نستنتج أن جمعية sdh تصمم الإستراتيجية الاتصالية بضم جهود كل من الأعضاء الدائمين والمنخرطين وهذا استدلالا بالإحصائيات اما الاقتراح المرافق للشركاء يحمل نسبة قليلة جدا مقارنة مع سابقتها فيبين اطلاع الشركاء ومشاركتهم في التصميم اختلاف واضح، أما فيما يتعلق بالمختصين فالجمعية لا تجد حاجة لذلك بل تكتفي بكفاءات الجمعية عينها.

جدول رقم 14: يمثل المدى الذي تتخذه عملية التخطيط الاستراتيجي للاتصال.

الإجابة	التكرار	النسبة
---------	---------	--------

القريب	27	40,29%
المتوسط	36	53,73%
البعيد	4	5,97%
المجموع	67	100%

الشكل رقم (26) يمثل المدى الذي تتخذه عملية التخطيط الاستراتيجي للاتصال



التحليل:

يتضح من خلال الجدول رقم 14 أن نسبة 53,73 تمثل أعلى نسبة مسجلة كإجابة من المبحوثين وهي متعلقة بالاقترح (المتوسط) المتعلق بمدى تخطيط الإستراتيجية الاتصالية في الجمعية لتلها بعد ذلك نسبة 40,29 بترديد 27 مفردة تقرر على أن التخطيط الاستراتيجي يكون على المدى القريب ويمكن إرجاع التقارب في النسبتين إلى حقيقة أن التخطيط بالجمعية يكون على المدى المتوسط والقريب غير أن هناك من المستجوبين من يرى أن الإستراتيجية توظف الاقتراح الثالث ألا وهو (المدى البعيد) إذ يتضح بنسبة تعادل 5,97 وهي اقل واخفض نسبة مقارنة بالأول والثانية .

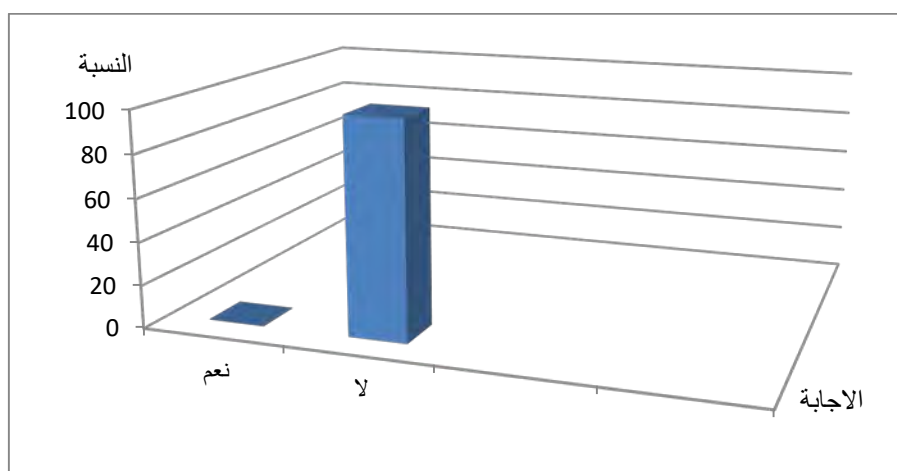
نستنتج من قراءة الجدول أن الجمعية تقوم بالتخطيط الإستراتيجي لاتصال على المدى المتوسط وكذا القريب وهذا لما له من فضل في مسيرة التغيرات وجعل أمد هذه الإستراتيجية قريب قدر الإمكان وهذا للتحكم بها والمتابعة المستمرة في الزمن وهذا ما قد صرح به أعوان الخلية الاتصالية السيدة "كراشي محمد

الزهراء" "فيصل مفتاح" ونور كوثر" عند مقابلتهم وفي الإجابة على دور الخلية الاتصالية بالجمعية أما فيما يخص تكرار المدى البعيد لأربع مرات فقط فلا يقلل من وضوح الفترة والأمد المعتمد من قبل الجمعية لكن يعبر عن رأي آخر يبقى حكرا على الرئيس ونوابه وهذا ما أكدت عليه النائبة الأولى للرئيس ومسؤولية التنظيم بين الجمعيات 'براهيمي أسيا' على أن وتيرة الأنشطة ونوع المشاريع هي التي تحدد المدى في غالبا الأحيان، كما أن المدى البعيد بنسبة 5,97 مرتبط تمام الارتباط بالنظرة الإستراتيجية التي يفضل أفراد الجمعية التزام اليقظة بمتغيرات البيئة استطلاعا للمستقبل أما في الحديث على الإستراتيجية الاتصالية فتوضح في غالب الحالات على المدى المتوسط والقريب نسبة للنشاطات الكثيفة وتستبعد المدى البعيد لعدم الوقوع في ظروف غير مدروسة.

الجدول رقم 15: يمثل ثبات الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية من عدمه.

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	0	%0
لا	60	%100
المجموع	60	100%

الشكل رقم (27) يمثل ثبات الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية من عدمه.



التحليل:

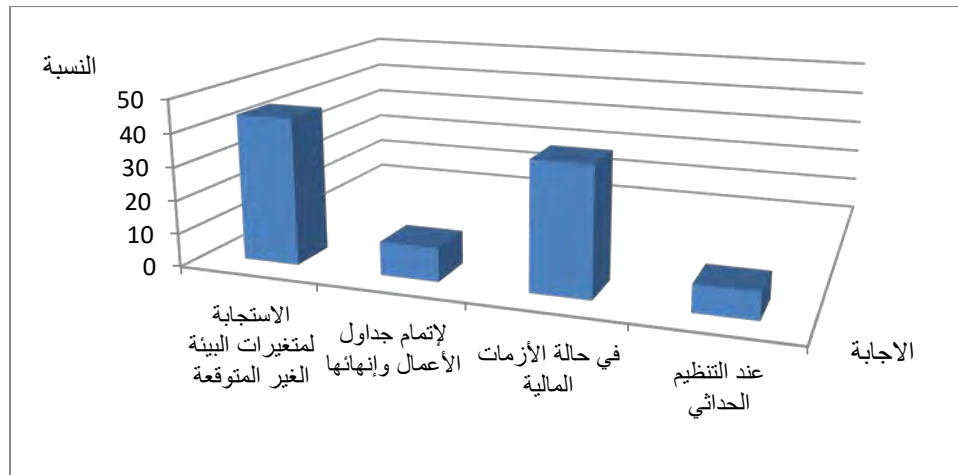
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن كل المبحوثين يجمعون على حقيقة مرونة الإستراتيجية الاتصالية وعدم ثباتها، حيث أكدت المعطيات أعلاه أن 60 مفردة المدروسة تقر بعدم ثبات الإستراتيجية الاتصالية المرافقة لنشاطات الجمعية إذ بلغت النسبة كناتج للمفردات 100 % إجابة "لا" ولكي يظهر لنا التكرار 0 والنسبة 0% كاحتمالية كون الإستراتيجية الاتصالية ثابتة وذلك بإجابة ب "نعم" فنلاحظ 60 إجابة ب "لا" من أصل 60 مبحث حول الإستراتيجية الاتصالية (ثابتة لا تتغير).

نستنتج أن الجمعية تضع مرونة الإستراتيجية كأحد مميزات وخصائص إستراتيجية وهذا ما يعزز كلام السيد "بريكسي كمال" رئيس جمعية sdh وهذا لما تتطلبه البيئة الداخلية والخارجية منها والاستجابة لظروف مغايرة لم تأخذ بالحسبان وكنتمة لما مهدت له الإستراتيجية ومنه يحق القول لنا أن sdh لديها اليقظة الإستراتيجية هذا المفهوم الذي يساعد المنظمات على الاستمرارية رغم عدم ثبات البيئة واستقرارها، المشار إليها في الإطار النظري، كما تمكنت الجمعية من الإستجابة لمبادئ الإستراتيجية الاتصالية المتمثل في المبدأ السادس المذكور في الصفحة 51 ألا وهي المرونة.

جدول رقم 16: يبين حالات تغير الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية.

الإجابة	التكرار	النسبة
الاستجابة لمتغيرات البيئة الغير المتوقعة	44	44%
لإتمام جداول الأعمال وإنهائها	10	10%
في حالة الأزمات المالية	38	38%
عند التنظيم الحداثي	08	08%
المجموع	100	100%

الشكل رقم (28) يبين حالات تغير الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية.



التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 16 أن أفراد العينة يصرحون بأن الحالات التي تتغير فيها الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية هي المستجابة لمتغيرات البيئة الغير المتوقعة وذلك بنسبة 44% إذ تعلق النسب الأخرى وهذا ب 44 تكرار من أصل 100 مفردة في حين يأتي الاقتراح الثالث في المرتبة الثانية بنسبة تعادل 38% بتكرار 33 من أصل 100 تلك الآراء المؤيدة أن الإستراتيجية تتغير في حالة الأزمات المالية، بينما يأتي احتمال إتمام جداول الأعمال وإنهائها وهذا بنسبة 10% بتكرار 10 مفردة أما بتكرار 08 بالنسبة 8% دعمت اقتراح تغير الإستراتيجية مع كل علاقة بالتنظيم الحداثي.

نستنتج من تفريغ الجدول أعلاه أن الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية تتغير لاستجابة لمتغيرات البيئة الغير متوقعة، وكذلك في حالات الأزمات المالية وهذا نظرا لطبيعة التنظيم الجمعي الذي نرى أن من بين معيقات استقرار الإستراتيجية، التذبذبات في الميزانية، وكونها تتغير من سنة لأخرى ومن فترة لأخرى كما انه نجد من اجل إتمام جدول الأعمال المسطرة تلجأ الجمعية لتغيير بعض التفاصيل بالإستراتيجية ولا يمس هذا التغير المبادئ الأساسية والخطوط العريضة ويكون هذا الأخير لتسريع انجاز الأعمال أو تفعيلها وهذا ما سلف وأخذ من المقابلة مع السيدة "براهيمي أسيا" مسؤولية التنظيم بين الجمعيات، إذ أن من الأمور ما يبقى متغيرا في هدف تفعيل النشاط والاستجابة للتنظيم، أما التنظيم الحداثي نجد له تكرار ضعيف جدا وهذا قد يعود، لكون هذه الأمور تكون مدروسة مسبقا فلا نتصور

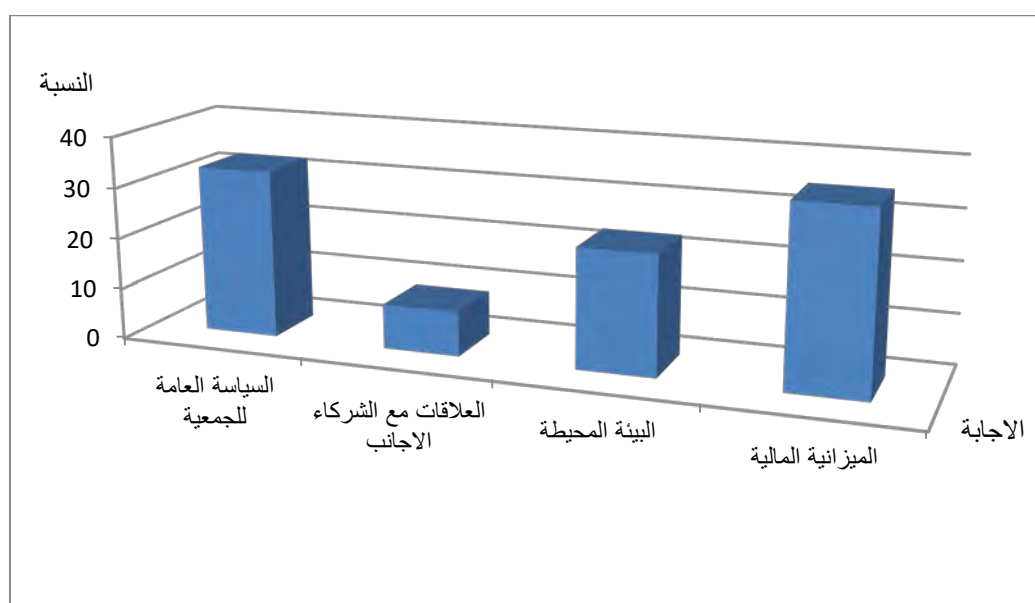
إمكانية بناء إستراتيجية اتصالية وإتمامها دون الوقوف على أهم الأحداث التي تعرضها وتحتضنها الجمعية فيكون الحدث مدروسا من كل زواياه مثلا: (المالية، الزمنية). .

ف نجد أن الإستراتيجية الاتصالية ذات قواعد محكمة فلا تختل وتتغير لأقل الأسباب بل في الحالات الضرورية فقط.

جدول رقم 17: يبين الأمور التي تأخذ بعين الاعتبار عند تصميم الإستراتيجية الاتصالية في الجمعية

الإجابة	التكرار	النسبة
السياسة العامة للجمعية	45	32,84%
العلاقات مع الشركاء الأجانب	12	08,75%
البيئة المحيطة	32	23,35%
الميزانية المالية	48	35,06%
المجموع	137	100%

الشكل رقم (29) يبين الأمور التي تأخذ بعين الاعتبار عند تصميم الإستراتيجية الاتصالية في الجمعية



التحليل:

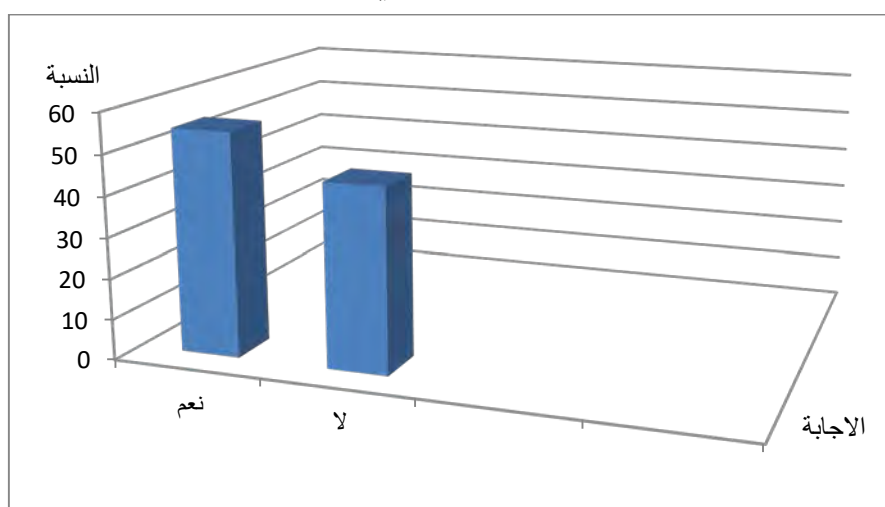
يبين الجدول رقم (17) الأمور التي تأخذ بعين الاعتبار عند تصميم الإستراتيجية الاتصالية الخاصة بالجمعية، حيث سجل اقتراح الميزانية المالية أعلى نسبة وهي 35,06% وتأتي بعده مباشرة نسبة 32,84% ب 45 تكرار من أصل 137 تكرار والتي تمثل السياسة العامة للجمعية، بالترتيب التنازلي نلاحظ ان نسبة 23,35% تلك التي تعكس اقتراح البيئة المحيطة تأتي في المرتبة الثالثة، أما الاقتراح الرابع الذي يمثل (العلاقات مع الشركاء الأجانب) فيمثل اخفض نسبة وهي 08,75% ب 12 تكرار من أصل 137

ومنه نستنتج أن الجمعية تأخذ بعين الاعتبار الميزانية المالية عند تصميم الإستراتيجية الاتصالية وهذا منطقيا حيث لا يمكن تصميم الإستراتيجية دون الوقوف على المورد المالي الذي سيقدر الخطى التي تسلكها الإستراتيجية لكي لا تضع الإستراتيجية أهداف تعجزية تبقى حبر على ورق وهذا ما يؤكد كلام السيدة "بلجنة عبير" الأمانة العامة للمال والمسؤولية عن الموارد المالية بالجمعية، حيث من خلال تصريحها يتأكد لنا مبدأ واقعية الإستراتيجية الاتصالية المتطرق إليه في الشق النظري الذي تجسد في واقع تصميم الإستراتيجية في الجمعية، فصرحت أنّ "ما من داعي أن نسطر أهداف لا تلقى صداها في الواقع وهذا بالربط مع الميزانية المالية" ثم نلاحظ أن مصممي الإستراتيجية الاتصالية يجدر بهم النظر في السياسة العامة للجمعية وقبل الشروع في تشييد معالم الإستراتيجية الاتصالية، فلا تخالف في المبادئ والأهداف العامة للجمعية، كذلك هو متغير البيئة فدراسة البيئة يعد من بين الدعائم التي تبنى عليها الإستراتيجية الاتصالية، كما انه يمكننا القول أن العلاقات مع الشركاء الأجانب لا تؤثر بمنسوب قوي على تصميم الإستراتيجية الاتصالية وهذا بحكم تغير الشركاء من فترة لأخرى، وكذلك استقلالية الجمعية على أي اعتبار متعلق بالشراكة عند الحديث على التصميم وهذا لا ينفي حقيقة دراسة الشركاء ومدى تماشي أهدافهم ومبادئ الجمعية (sdh).

جدول رقم 18: يمثل مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في مواجهة المنافسة الخارجية من عدمه.

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	33	55%
لا	27	45%
المجموع	60	100%

الشكل رقم (30) يمثل مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في مواجهة المنافسة الخارجية من عدمه



التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 18 أن نسبة 55% تمثل أعلى نسبة ب 33 تكرار من أصل 60 تكرار، أكدت أن الإستراتيجية الاتصالية تساهم في مواجهة المنافسة، حيث كانت إجابة 33 مبحوث ب "نعم" في حين نجد البقية التي تمثل 27 مفردة تنفي ذلك ما تمليه علينا نسبة 45% بتكرار 27 من أصل 60 تكرار ينفي مواجهة الإستراتيجية الاتصالية للمنافسة الخارجية، وذلك بالإجابة السلبية ب "لا"، حيث نستنتج من تقارب هذه النسب الفرق الذي تمثله 6 مفردات و فرق 10% كنسبة فيمكن تفسير ذلك بوقوف المبحوثين المجيبين ب "لا" على حقيقة كون الجمعية ذات أبعاد اجتماعية ثقافية تتشد المواطنة وتحاول نقل نشاطاتها وليس السعي للمنافسة وهذا ما تطرقنا إليه في نظرية التفاعل في الشق النظري أن للتفاعل عدة أشكال (التعاون، التنافس، التوافق، الصراع) في الصفحة 122 فنجد جمعية توظف التعاون في تفعلها

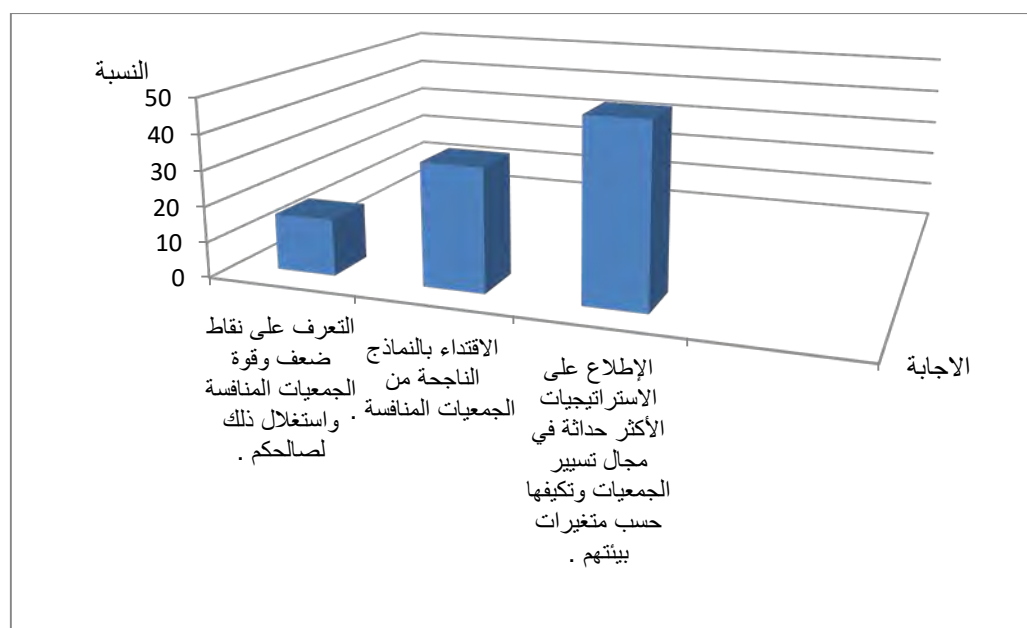
أكثر من الأشكال الأخرى وهذا إستجابة لطابعاتها. وكذلك الاستدلال بمكانة الجمعية وجمهورها يبعدها عن التفكير في المنافسة، غير أن الفئة الموجبة بـ "نعم" التي مثلت 55% ترى أن التنظيم مهما كانت أهدافه يجب أن يفكر في المنافسة ومواجهة الجمعيات التي تسعى هي الأخرى لكسب جمهور ومهتمين وهذا ما أكدت عليه السيدة "كراشي محمد فاطمة الزهراء" عند إجابتها على السؤال 10 حول إمكانية وجود مجال للمناقشة بين الجمعيات .

ف نجد هذه المنافسات ضمنية حتى ولو لا تظهر بالإستراتيجية الاتصالية، غير ان الوجود العملي لها واضح خاصة في ظل الحديث عن مفهوم التسويق الاجتماعي الذي تتنافس عليه المنظمات الغير ربحية فجمعية (sdh) تقوم بهذه المنافسة بطريقة تلقائية وهذا ما لاحظناه من طبيعة نشاطاتها وكثافتها.

جدول رقم 19 يمثل كيفية مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في مواجهة المنافسة.

النسبة	التكرار	الإجابة
15,78%	06	التعرف على نقاط ضعف وقوة الجمعيات المنافسة واستغلال ذلك لصالحكم .
34,21%	13	الاقتداء بالنماذج الناجحة من الجمعيات المنافسة .
50%	19	الإطلاع على الاستراتيجيات الأكثر حداثة في مجال تسيير الجمعيات وتكيفها حسب متغيرات بيئتهم .
100%	38	المجموع

الشكل رقم (31) يمثل كيفية مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في مواجهة المنافسة



التحليل:

يوضح الجدول أعلاه كيفية مواجهة المنافسة الخارجية من قبل الجمعية حيث نلاحظ أن الاطلاع على الاستراتيجيات الأكثر حداثة في مجال التسيير الجمعيات وتكييفها حسب متغيرات بيئة الجمعية (sdh)، تحمل اكبر نسبة وهي 50% بتكرار من أصل 38 تكرار، إذ تستحوذ على نصف المفردات لتتقاسم كل من الإقتداء النماذج الناجحة من الجمعيات المنافسة والتعرف على نقاط ضعف وقوة الجمعيات المنافسة واستغلال ذلك لصالحها 50% المتبقية حيث تأخذ الأولى 34,21% بتكرار 13 من أصل 38 وتبقى النسبة الأخيرة 15,78% متعلقة بالإقتراح الأول (التعرف على نقاط ضعف وقوة الجمعيات المنافسة واستغلال ذلك لصالحهم).

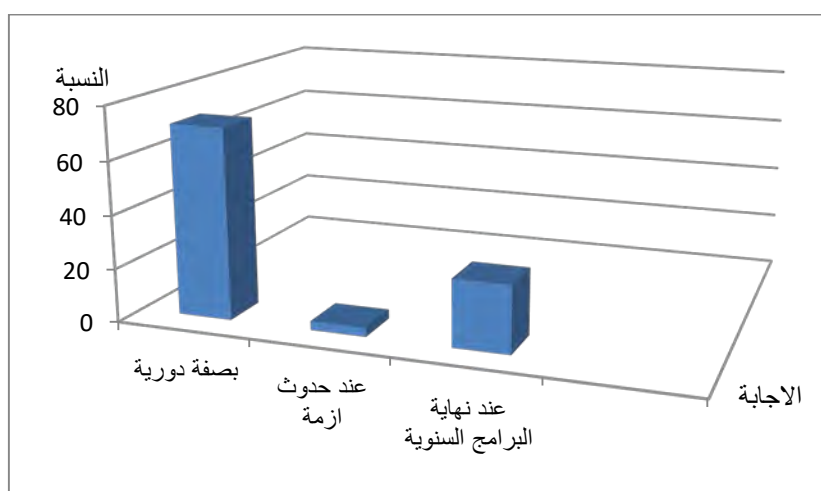
فمن منطلق هذه الإحصائيات نستنتج أن الجمعية تتخذ عملية الاطلاع على جديد تسيير الجمعيات في الحديث على الإستراتيجية المنظمة لذلك وتحاول تعديله حسب واقع الجمعية عيها، فيعبر عنصر الإطلاع ومسايرة المستجدات من الأساليب الناجحة والمحقة للإستقرار والإستمرارية لأي نوع من التنظيم، حيث نظيف تصريح المبحوثين إلى كلام السيدة "حنان صنهاجي" مسؤولة الإدارة والتنظيم أن "نشاطنا

الفعلي هو الوقوف بين نظام الجمعية وما توصلت إليه الجمعيات الأخرى في مجال التنظيم من جهة أخرى" فتضع (sdh) هذا الأسلوب والطريقة في المرتبة الأولى وهذا بحكم تعاملها مع جمعيات أجنبية أوروبية وأمريكية فيجدر لها لتحقيق الثبات والتفاعل معها الاطلاع الدائم والمسايرة، كذلك تعتاد وتتخذ النماذج الناجحة للجمعيات سواء محليا أو علميا كمثال للإلتباع ،غير أن محاولة رصد نقاط الضعف واستغلالها لصالح الجمعية لا تعير اهتماما كبيرا لذلك كما تمليه النسبة المئوية 15,78% وقد نفسر هذا بكون المنافسة تتخذ شكل مخالف عن ذلك المتعلق بالمؤسسات الربحية التي تعمل على الترقب والرصد فالجمعيات دائما ما يدفعها التعاون الشراكة التبادل.

جدول رقم 20: : يمثل دورية تقييم الإستراتيجية الاتصالية للجمعية.

الإجابة	التكرار	النسبة
بصفة دورية	43	71,66%
عند حدوث أزمة	02	3,33%
عند نهاية البرنامج السنوي	15	25%
المجموع	60	100%

الشكل رقم (32) : يمثل دورية تقييم الإستراتيجية الاتصالية للجمعية.



التحليل:

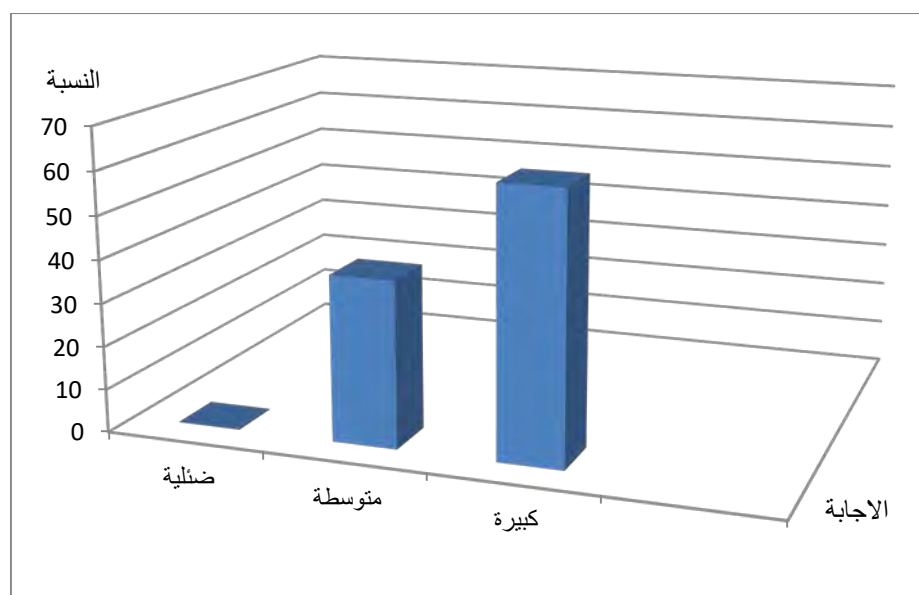
يتبين لنا من خلال الجدول رقم 20 أن نسبة 71,66 أجابوا أن تقييم الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية يكون بصفة دورية منظمة وهذا بتكرار 43 من أصل 60 تكرار حيث تفوق النصف، وهذا مرتبط بضرورة التقييم للمواصلة في النشاطات، فبين الإستراتيجية الاتصالية التي تضع الأداء المنتظر لا يمكن الوقوف على تحقيقه إلا بالتقييم لملاحظة الأداء الفعلي، ثم تليها نسبة 25% من المبحوثين الذين أجابوا أن التقييم يكون عند نهاية البرامج السنوية ويمكن الاستدلال لذلك على ضرورة النظر في الإستراتيجية الاتصالية في نهاية البرامج السنوية في إجماع الأعضاء الدائمين وكذا المنخرطين يطلق عليه "اجتماع الجماعة العامة" وفيه تذكر النشاطات والتقارير المصاحبة لها ويجدون الحاجة إلى وضع إستراتيجية هي الأخرى، في حين 3,33% بتكرار 02 من أصل 60 لاقتراح التقييم عند حدوث الأزمة.

فنستنتج من كل ما سبق ذكره أن جمعية (sdh) تقوم بتقييم إستراتيجية الاتصالية بصفة دورية منتظمة وهذا ما تمليه نسبة 71,66% ولا تترك هذا التقييم لظروف الأزمة أو تربطه بفترات مجهولة وهذا ما يمنح لنا شرعية القول أن (sdh) تعي أنه لا تكتمل الإستراتيجية الاتصالية في التصميم، المتابعة والتنفيذ بل يصل ذلك إلى التقييم والذي بفضلله يمكن تدارك الهفوات وسد الثغرات للإستمرارية .

جدول رقم 21: يمثل درجة مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في تنظيم الأنشطة بالجمعية.

الاجابة	التكرار	النسبة
ضئيلة	0	0%
متوسطة	23	38,33%
كبيرة	37	61,66%
المجموع	60	100%

الشكل رقم (33) : يمثل درجة مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في تنظيم الأنشطة بالجمعية.



التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 21 أن نسبة كبيرة من المبحوثين اتفقوا على أن الإستراتيجية الاتصالية تساهم وبدرجة كبيرة في تنظيم الأنشطة بالجمعية وذلك بنسبة 61,66% في حين نسبة 38,33% ب 23 تكرار من بين 60 تكرار كلي تجمع على أن الإستراتيجية الاتصالية تساهم بشكل متوسط ومعتدل في تنظيم الأنشطة المختلفة بالجمعية بينما لا نجد من ينفي دور هذه الأخيرة في تنظيم الأنشطة بقلب الجمعية وهذا ما ترجمه نسبة 0% للاقتراح "الضئيلة" وهذا بعدم تسجيل ولو تكرار فليس من مبحوث يرى أن الإستراتيجية الاتصالية تساهم بدرجة ضئيلة في تنظيم الأنشطة بالجمعية.

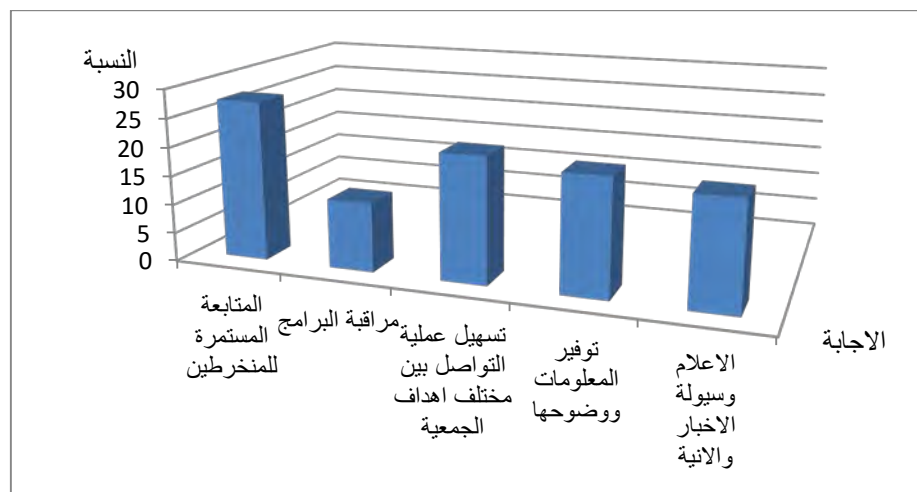
ومن منطلق الإحصائيات أعلاه يحق القول أن المبحوثين أو عينة الدراسة تقر بدور الإستراتيجية الاتصالية في حياة الجمعية ككل وأنشطتها بوجه الخصوص وهذا بالنسبة المؤيدة لذلك المتمثلة في 61,66% ومنه نستنتج أن الجمعية على دراية بدور الإستراتيجية الاتصالية في تنظيم الأنشطة بالجمعية فبفضل هذه الأخيرة تتحدد الأهداف ويتحدد أسلوب بلوغها ولا يكون هذا إلا بإعداد ورقة طريق

منظمة، وتخطيط محكم. وهذا ما تسعى إليه الاتصالية في إطارها الداخلي والخارجي وقفنا فيه في الصفحات 52 و 53 والثلاثين الأوليين من الصفحة 55 في تقييم الإستراتيجية الاتصالية الداخلية والخارجية.

جدول رقم 22: يمثل كيفية مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في تجسيد الأنشطة في الجمعية.

النسبة	التكرار	الإجابة
27,61%	37	المتابعة المستمرة للمنخرطين
11,94%	16	مراقبة البرامج
21,64%	29	تسهيل عملية التواصل بين مختلف الأهداف والجمعية
20,14%	27	توفير المعلومات ووضوحها
18,65%	25	الإعلام وسيولة الإخبار والآنية
100%	134	المجموع

الشكل رقم (34) يمثل كيفية مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في تجسيد الأنشطة في الجمعية.



التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (22) أن أفراد العينة يصرحون بأن الإستراتيجية الاتصالية تساهم

في تجسيد الأنشطة من خلال المتابعة المستمرة للمنخرطين حيث تكررت إجاباتهم 37 مرة من أصل

134 بنسبة 27,61% في حين يرى من المبحوثين أن تسهيل عملية التواصل بين مختلف الأطراف

بالجمعية هي التي تضع الفرق وهذا بنسبة 21,64%، ومن بين من يقر على ضرورة توفير المعلومة ووضوحها وكيف لهذا الأخير أن يساهم في تجسيد الإستراتيجية الإتصالية واقعا حيث تكررت الإجابة 27 مرة من أصل 134 وبنسبة تقدر ب 20,14% لكي نجد بعد ذلك دور الإعلام وسيولة الأخبار والأنية مدعمة من قبل 25 تكرار من أصل 134 تكرار وبنسبة 18,65%، نجد المراقبة البرنامج.

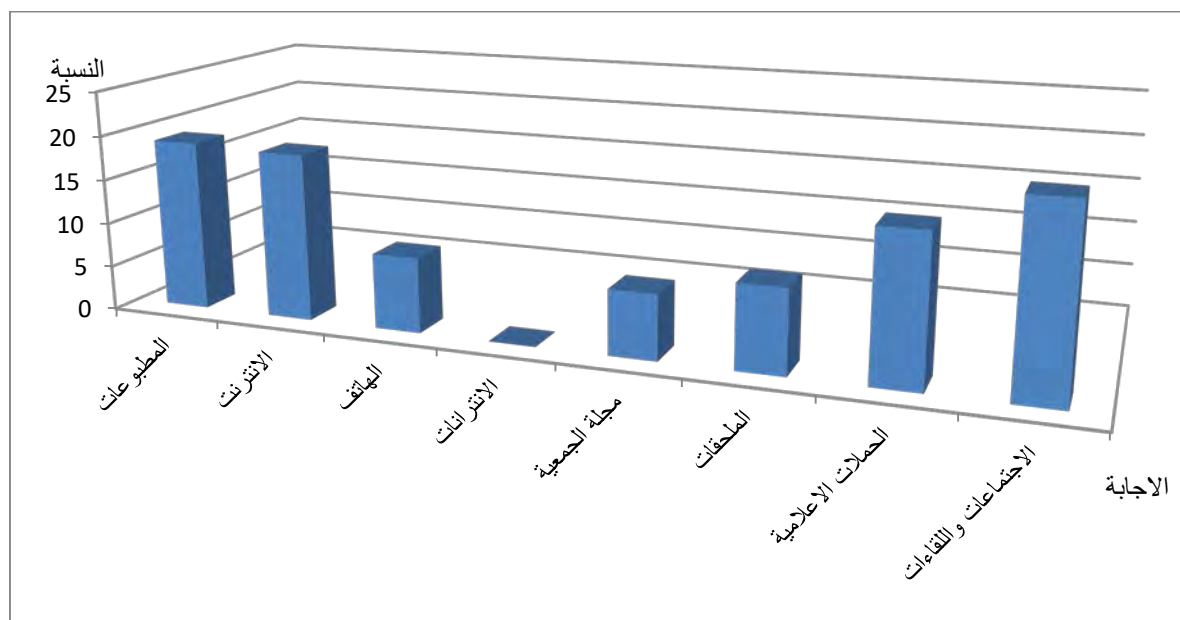
نستنتج من خلال النتائج أعلاه أن جمعية "صحة سيدي الهواري" تجسد الإستراتيجية الاتصالية واقعا بفضل المراقبة الدائمة للمنخرطين، الذي قد يعكس الإتصال المباشر والتعامل البني الذي نجد له دورا كبيرا في تفصيل النشاط، حيث يتضح لنا علام السيد "بلمعلوفي الحواس" مدير ورشة جمعية صحة سيدي الهواري الذي يلح على ضرورة الإحتكاك المباشر والإتصال البيني بين كل أعضاء الجمعية فيعبر هذا الأخير عن نجاح جمعية على نصيرتها، كما أيضا يؤكد هذا الأخير بالملاحظة، حيث دائما ما يقوم مدير الورشة السيد "بالمعلوفي الحواس" باجتماع كل صباح مع كل من المكونين والمتربصين ويطلق عليه "brifing" ويقول أنه يرى ضرورة هذا الإجتماع الذي يستغرق 30 دقيقة لرفع المعنويات والتحفيز والإتصال الذي من خلاله يستمع للجميع ويترك الوساطة بينه وبين المتربصين رغم وجود المستشارة البيداغوجية. وكذا تقوية العلاقات مما يقضي على الهرمية والوساطة وهذا ما أكدت عليه نسبة 27,61% كأعلى نسبة، وهذا ما أكدناه في نظرية التبادل التي أظهرها الشق النظري، ضرورة الإنطلاقة من العلاقات المباشرة لضمان نجاح عملية التبادل وهذا ما أشار إليه "ميري رتشوند" في السلوك الإنساني .

غير أن اخفض نسبة هي تلك المتعلقة بمراقبة البرامج ب 11,94% حيث استبعدت العينة هذا الاقتراح وهذا قد يعود لكون البرامج مهيأة ومدروسة في بداية السنة كما أن المراقبة تكون تلقائية وليست نشاط في حد ذاته مثلما هو الحال للمتابعة المنخرطين في نشاطاتهم فمنطقيا النشاط هو الأحق في المتابعة وليس الجدول أو البرنامج ذاته.

جدول رقم 23: يبين وسائل الاتصال الأكثر استعمالا في الجمعية لتوفير الاحتياجات لتطبيق الأنشطة.

الاجابة	التكرار	النسبة
المطبوعات	50	19,08%
الانترنت	49	18,70%
الهاتف	22	8,39%
الانترنات	0	0%
مجلة الجمعية	19	7,25%
الملحقات	25	9,54%
الحملات الاعلانية	43	16,41%
الاجتماعات اللقاءات	54	20,61%
المجموع	262	100%

الشكل رقم (35) يبين وسائل الاتصال الأكثر استعمالا في الجمعية لتوفير الاحتياجات لتطبيق الأنشطة.



التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 23 أن أعلى نسبة هي 20,61% تمثل الذين أجابوا أن الاجتماعات

واللقاءات هي الأكثر استعمالا في الجمعية لتوفير حاجاتها من (معلومات، تجهيزات، أفراد) لتطبيق

الأنشطة، في حين نجد نسبة 19,08% في المرتبة الثانية وهي تلك المتعلقة بالمطبوعات، كما تأتي بعدها الأنترنت كوسيلة توفر مختلف حاجات الجمعية وذلك بنسبة 18,71% في حين 43 تكرار من أصل 262 يرون أنها تتمثل في الحملات الإعلامية بينما الملصقات تردن ب 25 تكرار من أصل 262 وبنسبة 09,54%.

لنجد الهاتف مدعم من قبل 22 مبحوث من أصل 60 وبنسبة 08,39% فيما نجد اخفض نسبة تعكس مدلول مجلة الجمعية في توفير حاجاتها وهذا بنسبة 07,25% بتكرار 19 من أصل 262 تكرار، في حين نجد نسبة 0% تلك المتعلقة والانترنت.

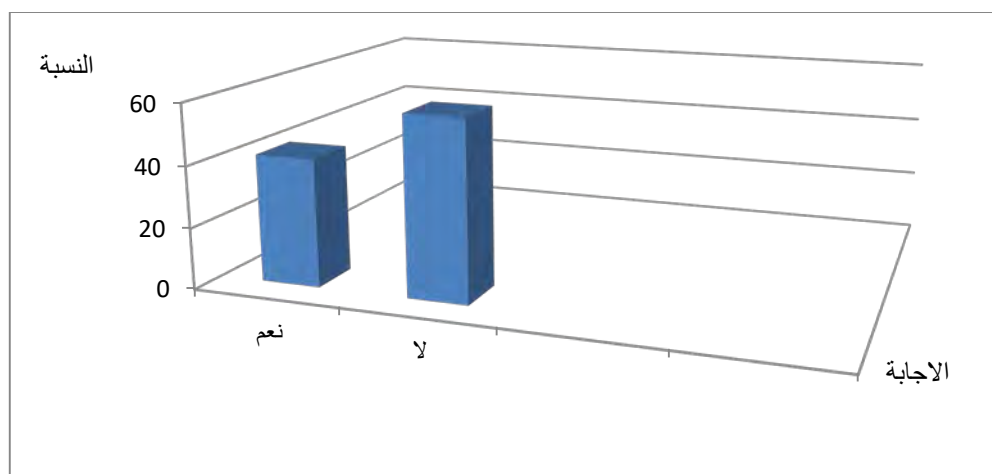
نستنتج من خلال قراءة الجدول أن الجمعية تستخدم عدة وسائل وأساليب لتوفير حاجاتها المختلفة لتحصيل نشاطها المبرمج لها من قبل، فلتواصل الجمعية مع باقي أعضائها تلجئ لإستعمال وسائل متنوعة، غير أن الاجتماعات هي الأنسب لجميع ما تملكه الجمعية من مستلزمات وحاجات وهذا ما يتضح من إجابات المبحوثين حيث تفضل (sdh) الاتصال الرسمي سعياً لتوضيح مدى ضرورة المباشرة في الاتصال مع الأعضاء.

فتعد الاجتماعات من ضمن الاتصالات الرسمية، كما نجد دور المطبوعات في توضيح المستلزمات بدقة وكيف لها أن تساهم في تغادي أي تأويل أو غموض في الرسالة الاتصالية ويظهر أيضاً دور الانترنت وبنسبة تعادل 18,70% في حين يمكن تصنيف الحملات الإعلامية، الملصقات، الهاتف ومجلة الجمعية من الوسائل التي تدرجها الجمعية في الاتصال في شبكة الخارجي، حيث تستعين الجمعية بما خلف وذكرناه من إمكانيات للفت النظر وجمع المساعدات من طرف المهتمين بالجمعية وبنشاطاتها. فمثلاً مجلة الجمعية دائماً ما تصف النشاطات التي تقوم بها والبرامج المخصصة لها وكذا مختلف الموارد الضرورية لذلك من (مالية، مادية). في حين تبقى الانترنت غائبة في محاولة السعي لتوفير متطلبات تجسيد نشاطها فنجد أن الجمعية لا توظف الانترنت في جل نشاطاتها.

جدول رقم 24: يمثل مساهمة الاتصال الغير الرسمي في زيادة وتيرة الأداء بالجمعية من عدمه.

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	25	%41,66
لا	35	%58,33
المجموع	60	%100

الشكل رقم(36) : يمثل مساهمة الاتصال الغير الرسمي في زيادة وتيرة الأداء بالجمعية من عدمه.



التحليل:

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن 58,33% من المبحوثين يقرون بأن الاتصال الغير الرسمي لا يزيد من سرعة الأداء بالجمعية وهذا ب 35 مفردة من العينة الكلية (60/مفردة) بينما سجلنا 41,66

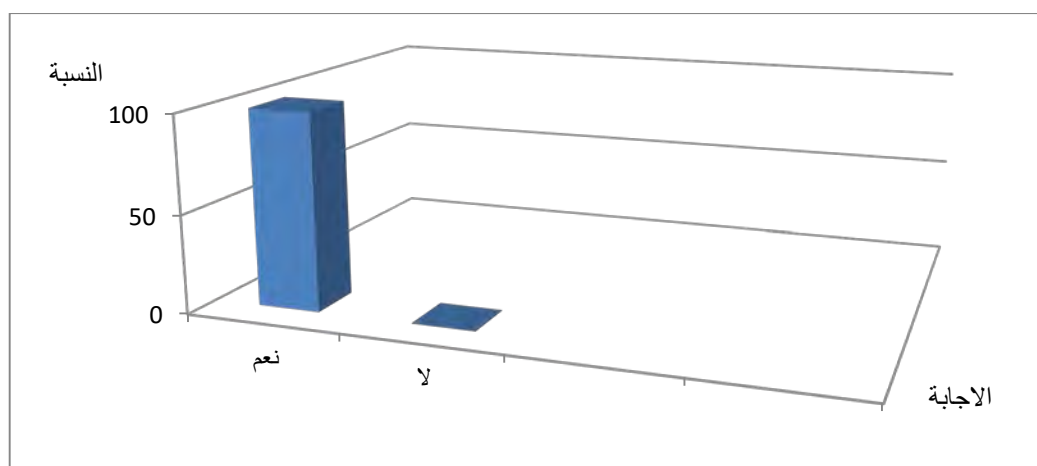
وبتأييد من قبل 25 مبحوث من أصل 60 يجدون أن الاتصال الغير الرسمي يساعد في سرعة أداء النشاطات .

نستنتج أن جمعية "صحة سيدي الهواري" تجد للإتصال الغير الرسمي الصورة النمطية المتداولة لدى معظم التنظيمات الأخرى ألا وهي تلك الصفة المبطنّة للاتصال و المشوهة له وما لهذا الأخير من أثر سلبي على النشاطات ككل، غير أنه من الضروري أن نشير أن الفرق بين الإجابات ليس شاسعا جدا $58,33\% < 41,66\%$ إلى حد إلغاء الأعضاء الذين يرون أن الإتصال الغير الرسمي يساهم في تفعيل والتسريع من وتيرة الأعمال ويمكن تفسير هذا الأخير من حقيقة كون الاتصال الأفقي هو المسيطر على الاتصالين الآخرين من صاعد ونازل كما أنه نجد طبيعة النشاطات بجمعية (sdh) تتطلب الإتصال الغير الرسمي وكيف له أن يحد من الهرمية والوساطة ويساهم في نسج العلاقات الناجحة بين الأعضاء، فالمباشرة بين كل المنخرطين والأعضاء الدائمين والمكتبيين منهم يسهل التعامل والتكامل الأدوار

جدول رقم 25: يمثل اعتماد الجمعية على استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية لتغطية تظاهراتها.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	60	100%
لا	0	0%
المجموع	60	100%

الشكل رقم (37) يمثل اعتماد الجمعية على استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية لتغطية تظاهراتها.



التحليل:

يوضح لنا الجدول أن نسبة 100% من أفراد العينة يصرحون أن الجمعية تفضل استعمال وسائل الاتصال الجماهيرية لتغطية تظاهراتها وهذا بتكرار 60 من أصل 60 مفردة مبحوثة.

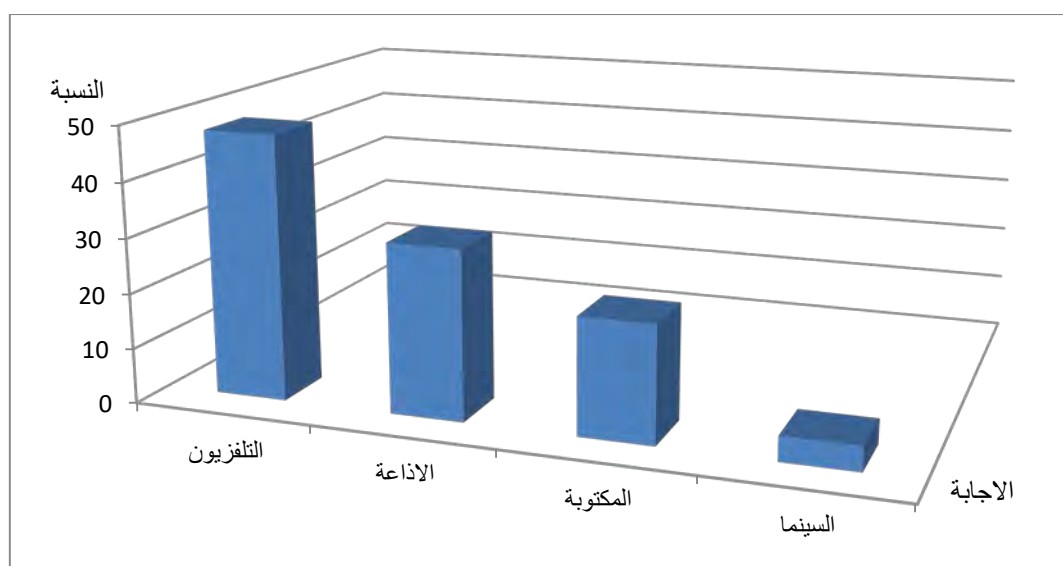
من خلال هذه الإجابات نستنتج أن الجمعية على دراية بدور وسائل الإعلام الجماهيري في التعريف ببرامجها ونقل نشاطاتها إلى جمهور أوسع واستقطاب عدد أكبر من الجماهير فالإستراتيجية الإتصالية يجب أن تضع في الحسبان دور وسائل الإعلام الجماهيرية وكيفية التعامل معها وما يجدر بالمنظمة أن توفيه من معلومات، على أن تكون هذه الأخيرة مؤيدة ومساعدة وتقدم لها من الصورة ما يجعلها في أحسن قوام من عدم وجود هذه العلاقة مع المنظمة والجمهور ومنها يحق لنا القول أن جمعية (sdh) متحكمة في تصميم الإستراتيجية الإتصالية في استحضارها لمتغير الاتصال الجماهيري.

جدول رقم 26: يبين الوسيلة الجماهيرية الأكثر استعمالا من طرف الجمعية لتغطية تظاهراتها ومشاريعها.

الاجابة	التكرار	النسبة
التلفزيون	50	48,07%
الاذاعة	32	30,76%
المكتوبة	22	21,15%
السينما	0	0%

المجموع	104	%100
---------	-----	------

الشكل رقم (38) يبين الوسيلة الجماهيرية الأكثر استعمالاً من طرف الجمعية لتغطية تظاهراتها ومشاريعها.



التحليل: نلاحظ من خلال الجدول رقم 26 أن أفراد العينة صرحوا أن الوسيلة الجماهيرية الأكثر تفضيلاً من قبل الجمعية لتغطية تظاهراتها ومشاريعها هي التلفزيون، وهذا بنسبة 48,07%، لتأتي نسبة 30,76% تلك الإجابات المتعلقة بالإذاعة وما لها من دور في تغطية نشاطات ومشاريع جمعية صحة سيدي الهواري ونجد في المرتبة الثالثة الصحافة المكتوبة مدعمة من قبل 22 تكرار من أصل 104 وبنسبة 21,15% في حين وكما يمليه علينا الجدول أعلاه نسبة 0% وهي المتعلقة بالسينما، التي تغيب كلياً عند الحديث عن الوسائل الجماهيرية المستعملة من قبل الجمعية.

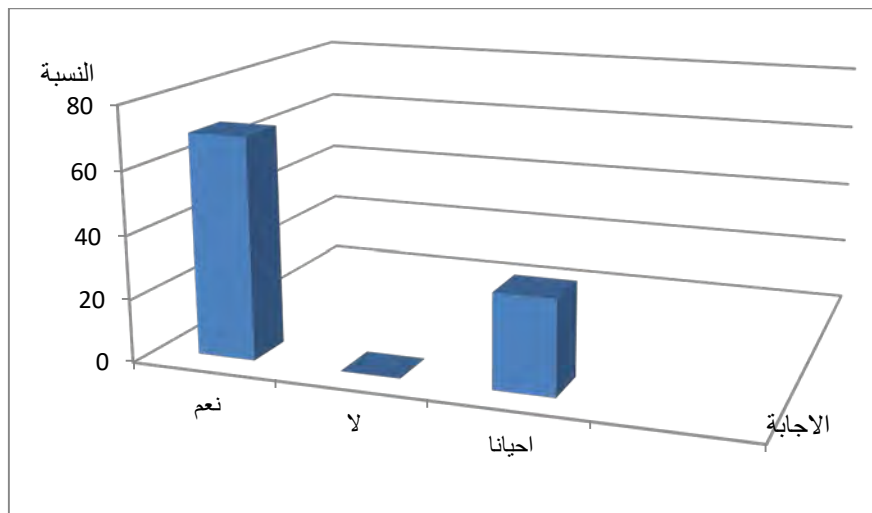
نستنتج أن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر استعمالاً من قبل جمعية (sdh) كوسيلة بينها وبين جمهورها ويمكن تقديم تفسير لذلك كون الجماهير تفضل الصوت والصورة عوض الصوت لوحده أي الإذاعة الذي ترى انخفاض النسبة، كذلك هو الحال بالنسبة للصحيفة المكتوبة وتأييد هذا الأخير استناداً للمقابلة مع مسؤول لجنة السمع البصري "فيصل مفتاح"، كيف أن الجمهور يبتعد وبشكل تلقائي عن

المقروئية عند الحديث عن الجمعيات بل يفضل الصورة المسموعة، أي (النقل الحي). أما السينما فلا تجد (sdh) الداعي ذلك فرغم اهتمام لجنة السمعى البصري بإنتاج أفلام قصيرة لتعريف بمعلم "سيدي الهواري" وبالجمعية، لترى داعيا لوجود السينما لنقل مجموعة نشاطاتها ومشاريعها للجمهور، كما نستند لتصريح "مسؤول لجنة السمعى البصري" على أن مفهوم الاتصال الجماهيري عند الحديث عن الجمعيات مرتبط واقعا بالانترنت أكثر من أي وسيلة أخرى فهي الأكثر استعمالا من قبل الجماهير عموما وجماهير جمعية (sdh) على الأقل.

جدول رقم 27: يمثل مساهمة الموقع الإلكتروني وموقع التواصل الإجتماعي للجمعية في ضمان سيولة المعلومة وآنيتهما.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	42	70%
لا	0	0%
أحيانا	18	30%
المجموع	60	100%

الشكل رقم (39). يمثل مساهمة الموقع الإلكتروني وموقع التواصل الإجتماعي للجمعية في ضمان سيولة المعلومة وآنيتهما.



التحليل:

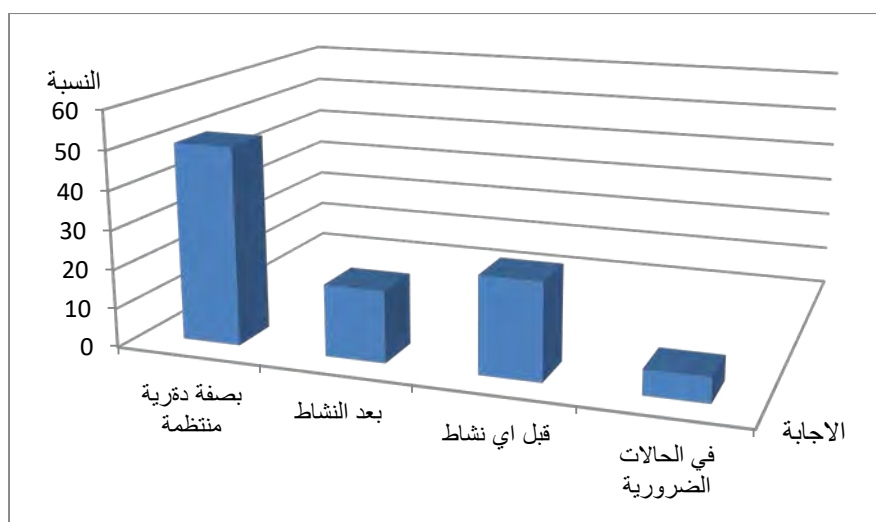
يتضح لنا من خلال الجدول رقم 27 أن الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي تضمن سيولة المعلومة وذلك بنسبة 70% ب 42 تكرار من أصل 60 ثم تليها نسبة 30% ب 18 تكرار من أصل 60 تلك المعبرة على أن المبحوثين يصرحون أن الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي يضمن سيولة المعلومة وأنيتها وليس في كل الأوقات فكانت الإجابة ب "أحيانا"، في حين نجد نسبة 0% تلك المتعلقة بالمبحوثين المجيبين ب "لا".

نستنتج أن الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي تضمن سيولة المعلومات وأنيتها في جمعية (sdh) فلا يمكن الحديث على آنية المعلومات دون الحديث على علاقة هذا الأخير بمدى تحديث المضامين ونشرها في أوقاتها، فالجمعية تعير من الأهمية ما يكفي لأساليب الإتصال الحديثة المعاصرة الأكثر استعمالاً، أما النسبة المعبرة ب "أحيانا" فترتبط بنقطتين أساسيتين في (sdh) هناك من المعلومات والأخبار التي تفضل نشرها بأساليب أخرى غير المواقع، مثل الاتصال المباشر مع جمهورها أما النقطة الثانية فتتمثل في سيولة الانترنت فمن الأوقات أين تعجز الجمعية على اتخاذها كوسيلة لنقل معلومات وأخبارها وهذا لنقص تدفقها.

جدول رقم 28: يمثل أوقات لجوء الجمعية لاستعمال الاجتماعات كأسلوب للاتصال.

النسبة	التكرار	الإجابة
50,53%	47	بصفة دورية منتظمة
18,27%	17	بعد النشاط
24,73%	23	قبل أي نشاط
6,45%	6	في الحالات الضرورية
100%	93	المجموع

الشكل رقم (40) يمثل أوقات لجوء الجمعية لاستعمال الاجتماعات كأسلوب للاتصال.



التحليل:

يشير الجدول رقم 28 إلى أن أغلبية المبحوثين ما يعادل 50,53% يقرون أن الاجتماعات تتم بصفة دورية منتظمة في الجمعية لنلاحظ أن نسبة التي تليها تساوي 24,73% تلك المعبرة عن الاقتراح (قبل أي نشاط) أي أن الجمعية تلجئ لاتخاذ الاجتماعات طريقة وأسلوب لاتصال وذلك قبل أي شيء كما أنه هناك من المبحوثين من يقر بأن الاجتماعات تلقى وجود عند إنهاء النشاط وذلك بنسبة 18,27% وبتكرار 17 من أصل 93 تكرار كلي، أما اقل نسبة فتمثلت في 6,45% والتي ترجمت تصريحات المبحوثين حول أن الاجتماعات في الجمعية تكون في الحالات الضرورية وهذا بتكرار 6 مفردات من أصل 93.

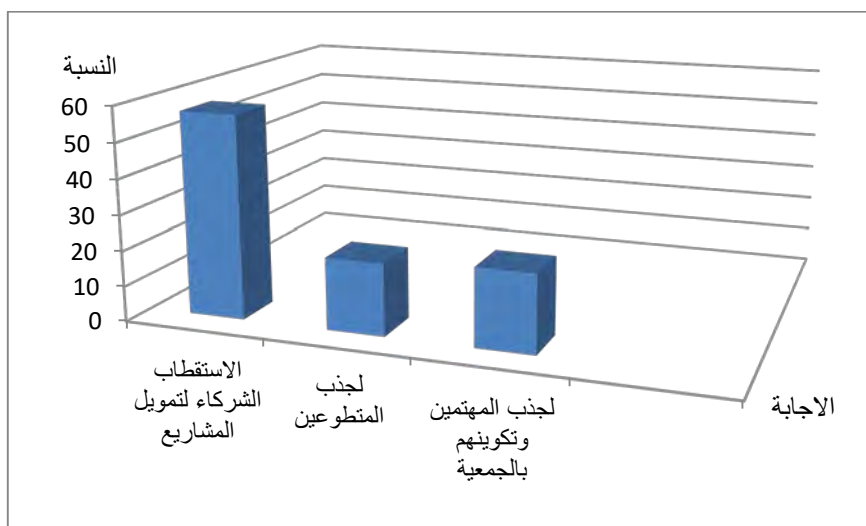
نستنتج مما يمليه علينا الجدول أن الاجتماعات في جمعية صحة سيدي الهواري تكون بصفة دورية منظمة، متماشية مع برامج ونشاطات الجمعية كما انه لا تكتفي بدوريتها بل تقوم باجتماعات تسبق نشاطاتها وهذا ما اشرنا إليه في الجدول (24)، كذلك الجمعية تعير الإهتمام للاجتماعات التي تكون بعد نهاية النشاطات ما يطلق عليه بـ "debriefing" المنظمة، وهذا ما لاحظناه حيث يكون الاجتماع على فترتين: الأولى عند نهاية النشاط، والثاني يكون بعد يوم من نهاية النشاط حيث يكون الاجتماع كتنقيح للنتائج ومحاولة الوقوف عند الهفوات ومحاولة تصحيحها وتداركها، أما فيما يخص الاقتراح في الحالات

الضرورة النادرة فلم يلقى استجابة من المبحوثين، فنكون الاجتماعات مسطرة بطريقة دورية منظمة فمن المنطقي أن تكون مؤخوذة بعين الاعتبار أي حالة أو أمر غير مترقب لذا تلقينا من المبحوثين من يرى أن الاجتماعات تكون في كل الظروف ومنه نستطيع القول أن جمعية (sdh) ترى الاجتماعات دورا بالغا في عملية الاتصال والتواصل لذا خصصت لها فترات منظمة ومعلومة لدى جمهورها الداخلي.

جدول رقم 29: يمثل أهداف لجوء الجمعية لاستخدام الأسلوب الإقناعي.

النسبة	التكرار	الإجابة
57,28%	59	الاستقطاب الشركاء لتمويل المشاريع
20,38%	21	لجذب المتطوعين
22,11%	23	لجذب المهتمين وتكوينهم بالجمعية
100%	103	المجموع

الشكل رقم (41) يمثل أهداف لجوء الجمعية لاستخدام الأسلوب الإقناعي.



التحليل:

يشير الجدول رقم 29 إلى أن أغلبية المبحوثين يصرحون أن الجمعية ترى ضرورة لاستخدام الأسلوب الإقناعي في الإتصال عند مخاطبتها للشركاء واستقطابهم لتمويل مشاريع الجمعية وهذا بنسبة 57,28% وبتكرار 59 من أصل 103 كتكرار كلي، فيما نجد بعده الاقتراح الثالث الذي يتمثل في جذب المهتمين وتكوينهم بالجمعية وهذا بنسبة 22,11% مثلت المبحوثين اللذين يجدون أن الاتصال الإقناعي يتناسب مع الرغبة فئة التي يكون هدفها التكوين أما اقل نسبة فنعود مباشرة لجذب المتطوعين بنسبة 20,38% .

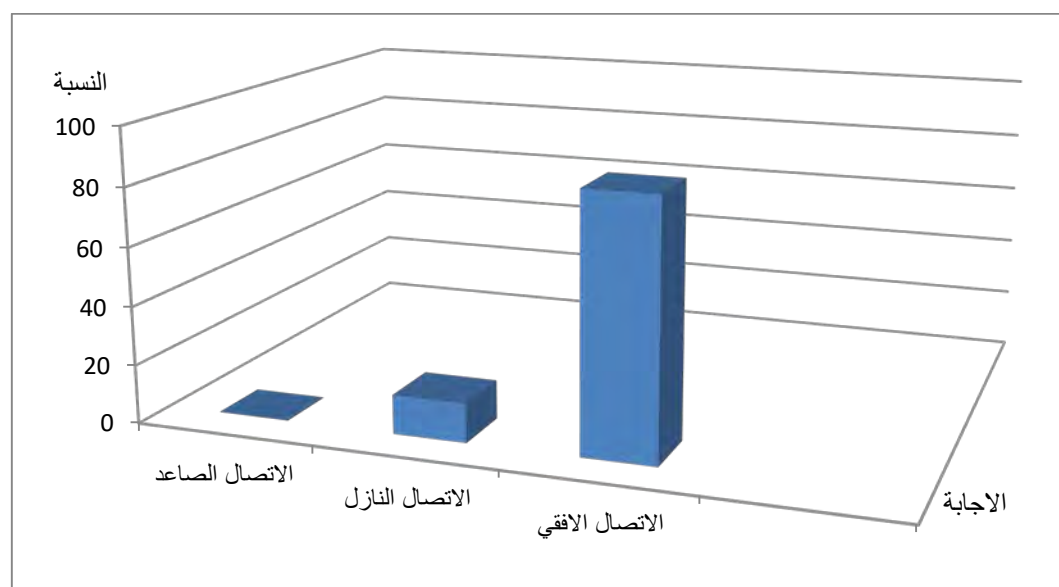
نستنتج أن (sdh) تتخذ الاتصال الإقناعي كأسلوب لمخاطبة جمهورها عند الرغبة في استقطاب الشركاء لتمويل المشاريع وهذا يدل على صحة كلام "براهيمي أسيا" النائبة الأولى للرئيس بالجمعية والمكلفة بالتنظيم بين الجمعيات على ضرورة كتابة الرسالة أو المشاريع بطريقة محكمة لجلب الممولين وكذا لأسلوب الإقناعي، حيث حياة الجمعية مبنية على كتابة المشاريع ثم ترك بعد ذلك فرص تجسيد هذه المشاريع للمولين الذين سيصبحون شركاء بطبيعة الحال إذ يجب أن تكون هذه الكتابة محكمة، سليمة، ومقنعة لتستطيع بهذا الأسلوب جذب الممولين، أما الدرجة الثانية نجد أن الجمعية لديها نفس الأسلوب لاستقطاب المهتمين بالتكوينات المختلفة التي توفرها مدرسة الورشة التابعة للجمعية لتكوينهم واستقطاب عدد من المترشحين الذين يكون لهم دورا يؤديونه مستقبلا بالجمعية، أما استقطاب المتطوعين فالإتصال الإقناعي يكون له دخل في جميع النشاطات حيث تمهد (sdh) لكل نشاطاتها برسائل اتصالية مغرية اقناعية سواء قبل ، أثناء وبعد النشاط.

جدول رقم 30: يوضح نوع الاتصال الرسمي الأكثر تطبيقا في مختلف النشاطات الجمعية .

النسبة	التكرار	الإجابة
0%	0	الاتصال الصاعد
13,33%	8	الاتصال النازل
86,66%	52	الاتصال أفقي

المجموع	60	%100
---------	----	------

الشكل رقم (42) يوضح نوع الاتصال الرسمي الأكثر تطبيقاً في مختلف النشاطات الجمعية .



التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 30 أن الاتصال الأفقي هو الأكثر تطبيقاً في مختلف نشاطات جمعية (sdh) وهذا بنسبة مرتفعة جداً، ألا وهي 86,66%، فيما نجد الاتصال النازل بنسبة 13,33% ب 08 تكرار من أصل 60 تكرار، في حين يغيب الاتصال الصاعد وهذا ما تمليه النسبة 0%

وبالنسبة لتحليل الجدول يبين أن جمعية sdh في اتصالها الرسمي تعتمد على الاتصال الأفقي أكثر من النازل أو الصاعد ويمكن شرح ذلك كون الاتصال نجده في أغلب الأحيان مدعماً ومسيراً للنشاطات ونجد المشرفون على النشاطات هم الأكثر حاجة للتواصل من أجل دمج النشاطات وبلوغ الأهداف، الغايات الكبرى، فالتبادل هو المسير للاتصال حيث يعد هذا الأخير كلام رئيس الجمعية "بركسي كمال" على أن الاتصال لا نتخذه كأوامر وتوصيات أو التكليف بالمسؤولية بل نجد النقاش

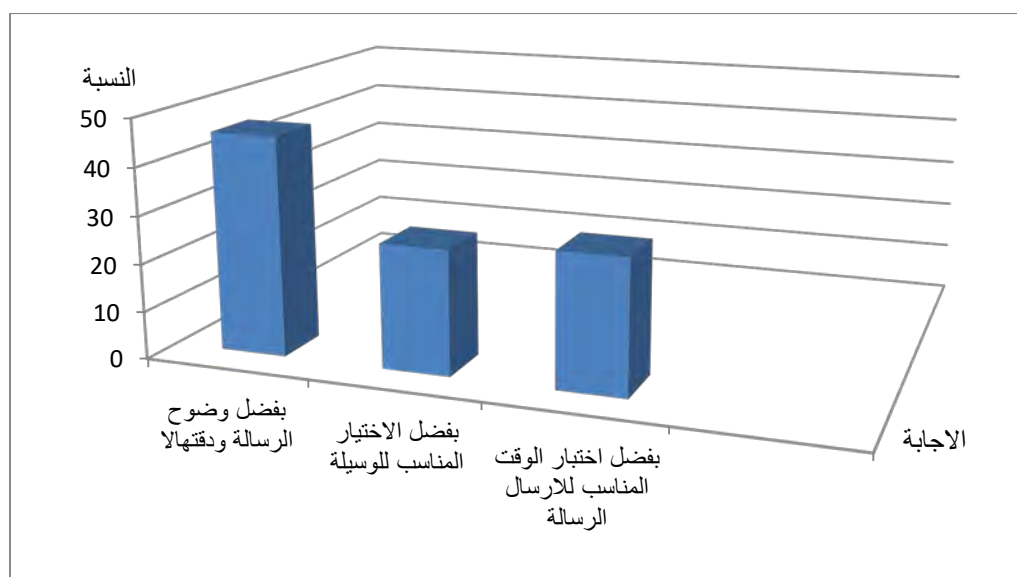
والحديث هو الحل في الابتعاد عن النزاع والصراع فالعضو الذي لا نستمتع إليه يكون سبب في الفشل سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فيكون الاتصال من هذا النوع مدعماً ومسيراً للنشاطات ونجد المشرفون على النشاطات هم الأكثر حاجة للتواصل النازل قد يكون ذلك متعلقاً بمراتب المسؤولية والإشراف، حيث من الضروري أن تتبين مناصب الإشراف والمسؤولية، أما الاتصال الصاعد فلا نجد استجابة المبحوثين، وهذا يعود لكون الاجتماعات هي المكان المناسب للنقد وذكر النقائص، وكذا الشكاوي والرغبات فلماذا نجد أن الاتصال الصاعد إستنفوا حضوره كما أن الأعضاء الدائمين ل"sdh" يرون ضرورة التخلي عن الأسلوب الكلاسيكي في التنظيم لتفضيل هذا الأخير، كما أنهم يرون أن الجمعية تحمل من معنى الاتصال للتفاهم والعلاقات السوية أكثر من السعي. والاتصال الصاعد الذي يوجه الجمعية التوجيه الخطأ ففي النهاية ليست ذات أبعاد ربحية أو تنافسية تحول وتؤطر كل عملية اتصال بصفة رسمية فالجمعية تكيف الاتصال ليتماشى وطبيعة العلاقات بين أعضائها، في حين التنظيمات الأخرى نجد الاتصال هو المسير للعلاقات بين الموظفين.

جدول رقم 31: يمثل كيفية مساهمة التخطيط الجيد للرسالة الاتصالية في إنجاح المشاريع المشتركة بين جمعية SDH والجمعيات الأخرى .

النسبة	التكرار	الإجابة
46%	46	بفضل وضوح الرسالة ودقتها
26%	26	بفضل الاختبار المناسب للوسيلة
28%	28	بفضل اختبار الوقت المناسب للإرسال الرسالة
100%	100	المجموع

الشكل رقم (43): يمثل كيفية مساهمة التخطيط الجيد للرسالة الاتصالية في إنجاح المشاريع المشتركة

بين جمعية SDH والجمعيات الأخرى.



التحليل:

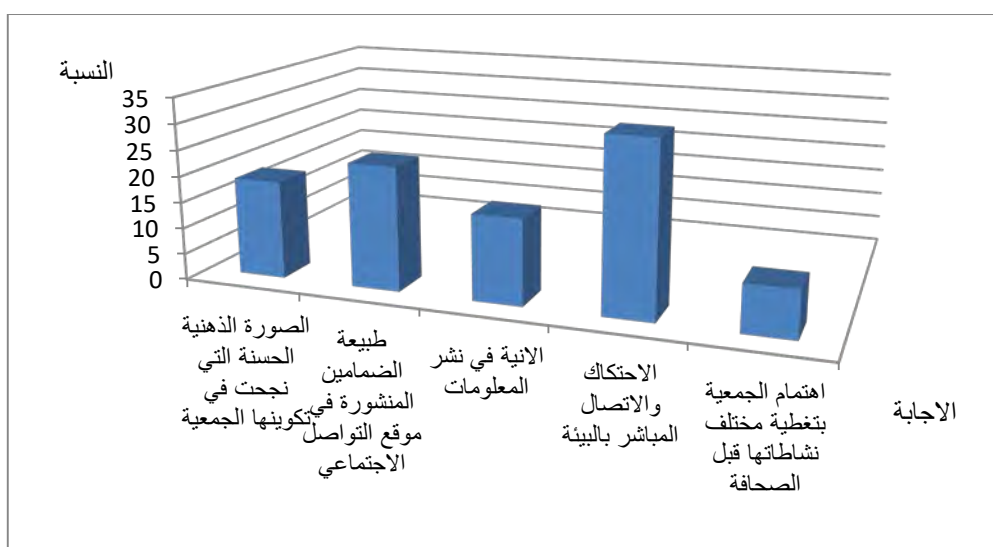
يوضح لنا الجدول رقم 31 أن وضوح الرسالة ودقتها في التخطيط للرسالة الاتصالية هو العامل المساهم في إنجاح المشاريع المشتركة بين جمعية sdh والجمعيات الأخرى وهذا بنسبة 46% ب 46 تكرار من أصل 100 تكرار في حين نجد 28 من المبحوثين بنسبة 28% يجدون أن الاختيار الوقت المناسب للرسالة هي المرحلة الأكثر أهمية عند الاستعداد لبناء رسالة اتصالية، كما نجد بعد ذلك أن هناك من عينة الدراسة من يرى أن الاختيار المناسب للوسيلة التي من خلالها ستبعث الرسالة هو الذي يشكل الرسالة الاتصالية الناتجة وهذه بنسبة 26% وبموافقة 26 مفردة من التكرار الكلي 100.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن وضوح الرسالة الاتصالية وعم وقوعها في التأويل من قبل الشركاء سواء كانوا محليين أو أجانب تصنف من ضمن النقاط التي تؤثر على الرسالة ككل متكامل، كذلك هو الحال لعامل الوقت الغير المناسب لإرسال الرسالة يؤثر بالسلب على قيمة الرسالة وجورها كما أشرنا إليه بالصفحة 133 كما نجد مضمون الرسالة الضعيف والتقنية المختارة لإرسال الرسالة كلها من الأمور التي يجدر على المرسل أخذها بعين الاعتبار بعناية لتخدم نجاح الرسالة الاتصالية.

جدول رقم 32: يمثل طرائق مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في جذب واستقطاب الجمهور الخارجي.

النسبة	التكرار	الإجابة
18,69%	23	الصورة الذهنية الحسنة التي نجحت في تكوينها للجمعية
23,57%	29	طبيعة المضامين في مواقع تواصل الإجتماعي
16,26%	20	الآنية في نشر المعلومات
32,52%	40	الاحتكاك والاتصال المباشر بالبيئة
8,94%	11	اهتمام الجمعية بتغطية مختلف نشاطاتها من قبل الصحافة
100%	123	المجموع

الشكل رقم (44) يمثل طرائق مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في جذب واستقطاب الجمهور الخارجي.



التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 32 أن آراء وتصريحات المبحوثين تجمع على أن الاحتكاك والاتصال المباشر بالبيئة هي العامل الذي يعمل على جذب واستقطاب الجمهور الخارجي وهذا بنسبة 32,52% ثم نجد بعد ذلك نسبة 23,57% تلك المتعلقة بطبيعة الخصائص المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي التي يجدها المبحوثين نقطة ايجابية بالإستراتيجية الإتصالية للجمعية، ثم هناك من المبحوثين من يجد أن الإستراتيجية الاتصالية ساهمت في صنع الصورة الذهنية الحسنة للجمعية التي شكلت بفضل الإقتراح الأول أي الإتصال المباشر والإحتكاك بجمهورها، فالإتصال الخارجي والعلاقات العامة والإتصال الاجتماعي الذي يساهم في الإقناع وإحداث التغيير من الأمور التي تساهم في بناء صورة ذهنية حسنة وسمعة جيدة للمنظمة مثلما أورد ذلك في الإطار النظري ص ص 114 و 115 الذي ينطبق على الجمعية، مما يجعل الجمهور الخارجي ينجذب إليها وهذا بنسبة 18,69% في حين نجد الآنية في نشر المعلومات مدعمة ب 20 تكرار من أجل 123 تكرار كلي، وبنسبة تقدر ب 16,26%، في آخر ترتيب التنازلي نجد اهتمام الجمعية بتغطية مختلف نشاطاتها من قبل الصحافة وهذا بنسبة 8,94% وتكرار من قبل 11 مفردة.

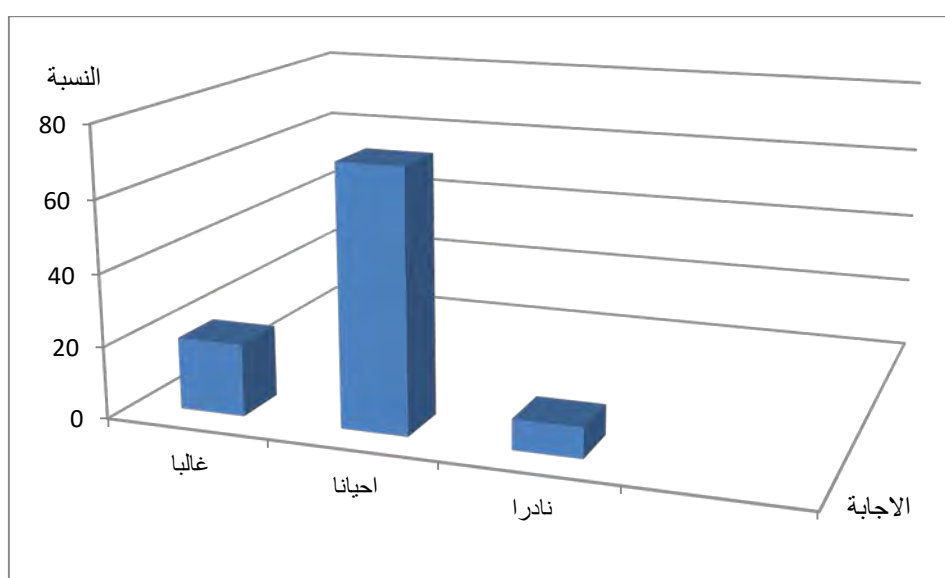
حيث نستنتج مما سلف وذكرناه أن الإستراتيجية الاتصالية sdh تعتمد في جذبها للجمهور على الاحتكاك والاتصال المباشر مع البيئة وهذا ما يمكن ان نؤكد عليه من خلال تحليل الجدول المتعلق بالحالات التي تلجأ إليها sdh لاستخدام الأسلوب الإقناعي، فكلما كان الاتصال سليم وقوي كلما ساهم في جذب مدعمين ومهتمين أكثر ويتجلى هذا الاحتكاك في الأبواب المفتوحة على مدار العام لمعلم صحة سيدي الهواري، وكذلك نقل نشاطاتها إلى منظمات عدة مثل (المدارس، المعاهد، الساحات العمومية، دور الشباب.) وهذا الاحتكاك لا يمثل جل الإستراتيجية بل المضامين المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي والآنية في نشر المعلومات كلها ساهمت في تكوين صورة ذهنية حسنة لدى الجمهور المتابع لها أما بالحديث عن مدلول الصحافة وتغطيتها لنشاطاتها في تقوية جذب الجمهور الخارجي

فإنه ضعيف، وهذا ما اشرنا إليه مسبقا في تحليل الجدول المتعلق بالوسيلة المفضلة لدى sdh لنقل وتغطية نشاطاتها من قبل الصحافة فكانت النسبة منخفضة، لذا نجد ان الجذب يتركز على احتكاك المباشر والتخلي عن الوساطة أي فاعل آخر.

جدول رقم 33: يمثل دورية مواجهة الأعضاء لمعوقات أثناء إعداد الإستراتيجية الاتصالية.

النسبة	التكرار	الإجابة
20%	12	غالبًا
71,66%	43	أحيانا
8,33%	05	نادرا
100%	60	المجموع

الشكل رقم (45) يمثل دورية مواجهة الأعضاء لمعوقات أثناء إعداد الإستراتيجية الاتصالية



التحليل:

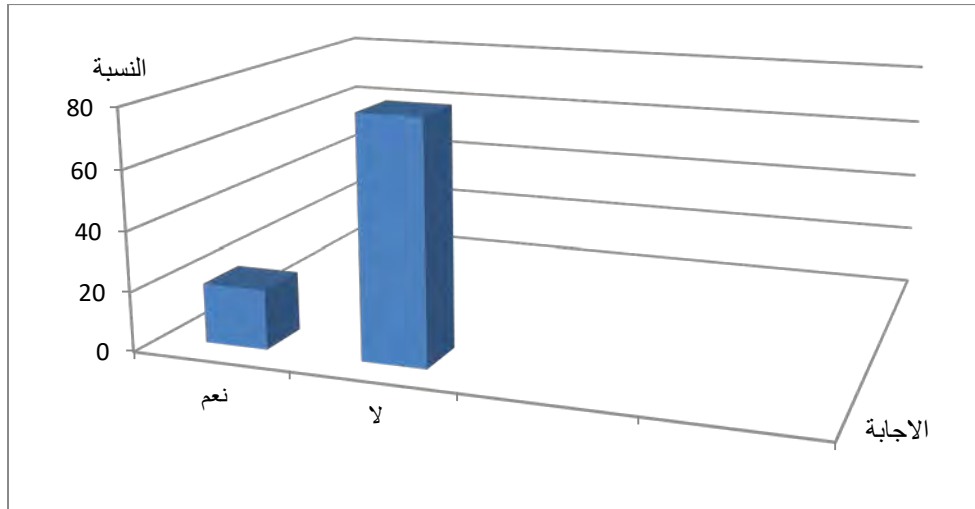
نلاحظ من الجدول رقم 33 أن معظم أفراد العينة يجدون أن المعوقات والحواجز تعترضهم أحيانا وهذا بنسبة 71,66% بتكرار 43 من أصل 60 تكرار كلي، في حين نجد 20 % من المبحوثين يرون أن المعوقات تعترضهم غالبا وهذا بتكرار 12 مفردة من أصل 60، لنجد بعد ذلك نسبة 8,33% المتمثلة بـ 05 تكرار من أصل 60 مفردة يقرون أنهم لا يواجهون المعوقات أثناء بناء الإستراتيجية الإتصالية إلا في الحالات النادرة

لنستنتج في الأخير أن جمعية صحة سيدي الهواري أحيانا ما نجد معوقات أثناء إعداد الإستراتيجية الاتصالية وقد يعود هذا الأخير لكون جمعية sdh كقريئاتها من المنظمات تجد من الحواجز والمتغيرات ما يبطئ من إعداد الإستراتيجية غير انه، لا نجد هذه المعوقات في غالب الأحيان كون الجمعية مستقلة في اديولوجياتها وأهدافها وتبني الإستراتيجية لذاتها فلا تجد معوقات غير تلك المتعلقة بالموارد المالية التي قد تؤثر في بناء الإستراتيجية. فكل من التغيرات البيئية وكذا الجمهور من التدعيات التي تجعل من كل التنظيم مصادقا للعراقيل يسعى التنظيم لمواجهتها وليس الوقوف عنها.

جدول رقم 34: يمثل إمكانية اعتبار إشراك المنخرطين في صنع القرار عائق أمام إتخاذه.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	12	20%
لا	48	80%
المجموع	60	100%

الشكل رقم (46) : يمثل إمكانية اعتبار إشراك المنخرطين في صنع القرار عائق أمام إتخاذه.



التحليل: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 80% من المبحوثين لا يجدون مشكل في اشتراك

المنخرطين في عملية صنع القرار على عملية اتخاذه، في حين نجد 12 مفردة من أصل 60 تقر بأن إشراكهم في عملية صنع القرار يؤثر على اتخاذه بنسبة 20%.

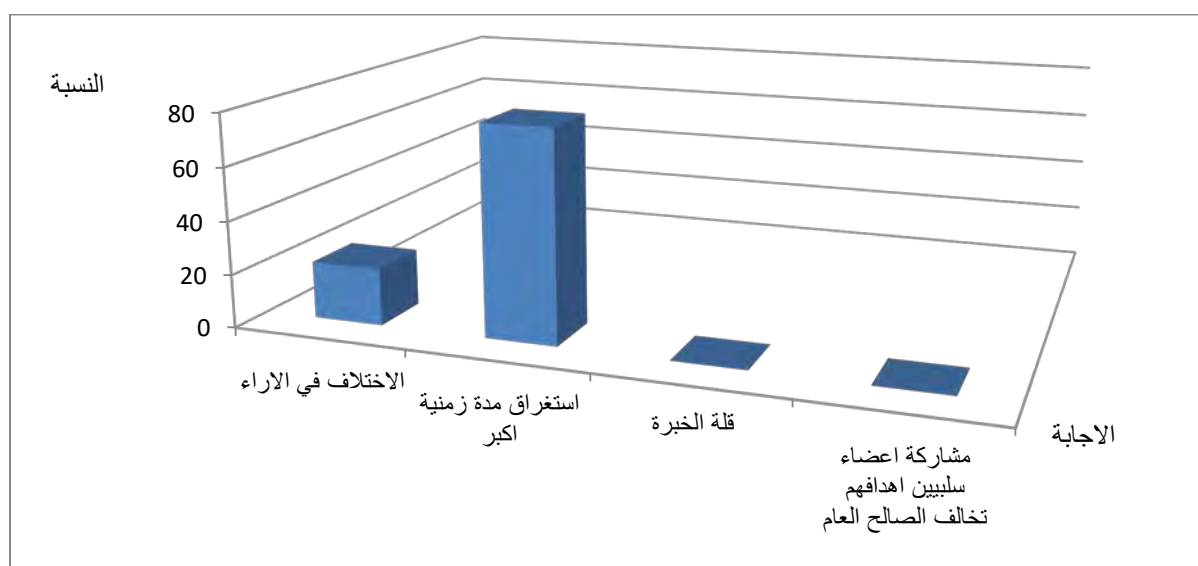
ونستنتج حيال ذلك أن جمعية sdh لا تجد مانع أمام اشتراك منخرطين في عملية صنع القرار واتخاذه، وهذا دليل على طريقة التخطيط اللامركزية و الاتصال اللامركزي المعتمد على شبكتين النجمة والدائرة التي وقفنا عندها في الجانب النظري في ص ص 112 و 113 والتي قمنا بإسقاطها على الجمعية وهذا ما لحظناه من تعلمهم بها وتطبيقهم لها. غير أنه لا يمكن إنكار مدلول المتغيرات التي تترى في اشتراك المنخرطين في عملية صنع القرار يساهم في مصادفة عوائق تنعكس على اتخاذ القرار، وقد تكون هذه النسبة 20% محددة من قبل الأعضاء الدائمين، إذ يمكن إرجاع هذا الأخير إلى قلة خبرة المنخرطين بالمقارنة مع الأعضاء الدائمين الذين يكون لهم حصة أكثر وكفاءة أكبر في أداء ذلك وهذا لا يمنع من اشتراك المنخرطين التي تترى فيهم الجمعية الفئة التي ستكون مسؤولة على الجمعية في المستقبل مثلما أكدته كل من رئيس الجمعية السيد "بريكسي كمال" ومدير مدرسة الورشة بالجمعية السيد "بلمعلوفي حواس" حيث يؤكدان أن من الضروري أن يكون لهذه الفئة الوعي والعلم فيما يخص مصير الجمعية بعد

غياب الأعضاء الدائمين لأي أسباب، وهذا ما يطلق عليه من قبل علم التنظيم وكذا المسؤولين بالجمعية بالاستثمار في المورد البشري .

جدول رقم 35: يبين الحالة التي يكون فيها المنخرطون عبارة عن عائق أمام اتخاذ القرارات.

النسبة	التكرار	الإجابة
21,42%	03	الاختلاف في الآراء
78,57%	11	استغراق مدة زمنية أكبر
0%	0	قلة الخبرة
0%	0	مشاركة أعضاء سلبيين أهدافهم تخالف الصالح العام
100%	14	المجموع

الشكل رقم (47) يبين الحالة التي يكون فيها المنخرطون عبارة عن عائق أمام اتخاذ القرارات.



التحليل:

يبين لنا من خلال الجدول رقم 35 أن 78,57% من المبحوثين يجدون عامل الوقت أي استغراق مدة زمنية أكبر عند صنع القرار هو المؤثر على اتخاذ هذا ب 11 تكرار من أصل 14 في حين نحدد من المبحوثين من يجد نقطة الاختلاف في الآراء هي المؤثرة في عملية صنع القرار وهذا بنسبة

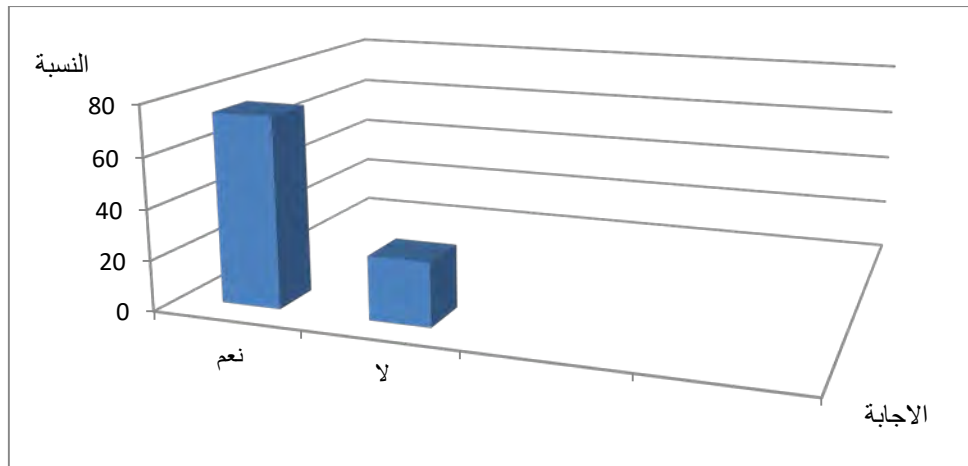
21,42% ب 03 تكرار من أصل 14 تكرار كلي، في حين نجد كل من الاقتراحات قلة الخبرة ومشاركة أعضاء سلبيين، أهدافهم تخالف الصالح العام للجمعية، بنسب 0% أي بدون تكرار لكلاهما .

ومن خلال قراءة الجدول نستنتج أن المعيق الأكثر مصادفة في اشتراك المنخرطين في اتخاذ القرار هو عامل الوقت وكيف يكون الوقت المستغرق أكبر، في حين يمكن أن نستخلص أن الجمعية في عملية إتخاذ القرار أغلبت أحد خصائص هذا الأخير والمتمثل في أن يكون محدد بتوقيت معين ما سلفنا ذكره في الإطار النظري، فمن المنطقي كلما ازداد عدد المشاركين في عملية صنع القرار كلما ازدادت المدة المأخوذة للخروج بالقرار والعكس صحيح، في حين يعبر كذلك الإختلاف في الآراء على أحد معيقات اتخاذ القرار فيجب الإستماع للجميع، فلا نتصور استحضار أعضاء لصنع القرار ثم تهميشهم وعدم إتاحة الفرصة لهم في التعبير عن آرائهم لذا تكون الآراء كثيرة مختلفة ومتشعبة، أما فيما يخص قلة الخبرة، ومشاركة أعضاء سلبيين فلا نجد لها من مؤيد من تصريحات الباحثين فقد سلفنا وشرنا لهذا الأخير حين يتم إشراك أعضاء ذو كفاءة من المنخرطين، للمشاركة في صنع القرار. أما مشاركة الأعضاء السلبيين فيجمعون على أن الثقة الموضوعة في المنخرطين تكفي للعطاء الإيجابي والولاء والانتقاد البناء.

جدول رقم 36: يمثل إمكانية اعتبار اللغة كأحد المعوقات لتفعيل النشاط الجماعي.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	45	75%
لا	15	25%
المجموع	60	100%

الشكل رقم (48) : يمثل إمكانية اعتبار اللغة كأحد المعوقات لتفعيل النشاط الجماعي



التحليل:

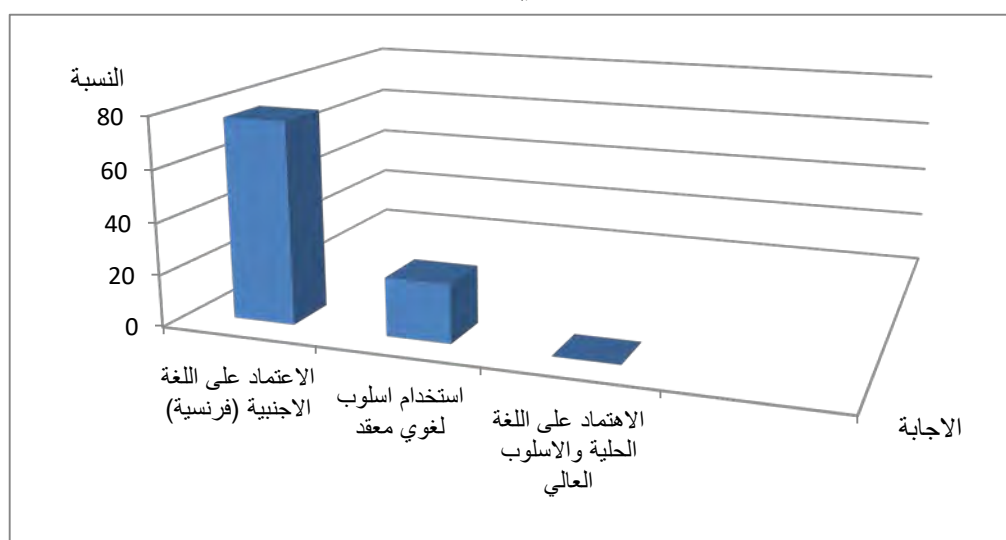
يتضح لنا خلال الجدول رقم 36 أن اللغة تصنف كأحد المعوقات في تفعيل النشاطات بالجمعية وهذا ما تمليه النسبة أعلاه التي تقدر ب 75% من أصل 100% وب 45 تكرار من أصل 60، في حين نجد من المبحوثين من ينفي ذلك حيث شملت هذه الفئة 25% من المبحوثين و 15 تكرار من أصل 60 لا يجدون معوقات لغوية في نشاطات الجمعية.

نستنتج من خلال الجدول وقراءتها أن sdh تعاني من معوقات لغوية في حين الحديث على النشاطات التي تقوم بها حيث يمكن تأكيد ذلك من الملاحظة التي من خلالها استنتجنا أن استعمال اللغة الأجنبية في نشر المضامين في حساب المواقع الاجتماعية وما يشكله من عائق أمام الفهم من قبل الفئات الأقل تعليماً، وهذا لا ينفي الجهود المبذولة من قبل الجمعية لمحاولة إدراج اللغة العربية بنسبة أكبر لمراعات البيئة التي تنشط فيها الجمعية، زيادة على مراعاة التعامل مع جمعيات أجنبية حيث أكد أعوان الخلية الاتصالية "نور كوثر"، "فيصل مفتاح" كراشي محمد فاطمة الزهراء " أن شراكة جمعية sdh مع الجمعيات الأجنبية هو الذي فرض تغليب اللغة الفرنسية ونشكل المضامين في العادة باللغة الفرنسية لتفهم من قبل الشركاء، وهذا لا ينفي أننا ننشر باللغة العربية، غير ان جمهور جمعية sdh بفضل أن تستحوذ اللغة العربية وهذا ما سنحاول الاستجابة له.

جدول رقم 37: يمثل اللغة والأسلوب التي تكون معيق امام تفعيل النشاط الجمعي.

النسبة	التكرار	الإجابة
77,55%	38	الاعتماد على اللغة الأجنبية (فرنسية)
22,44%	11	استخدام أسلوب لغوي معقد
0%	0	الاعتماد على اللغة المحلية والأسلوب العالي
100%	49	المجموع

الشكل رقم (49) يمثل اللغة والأسلوب التي تكون معيق امام تفعيل النشاط الجمعي.



التحليل:

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة تتمثل في 77,55% هي تلك الممثلة لاقتراح الاعتماد على اللغة الأجنبية (فرنسية) هي إجابات اغلب المبحوثين وهذا بتكرار 38 من أصل 49 تكرار كلي فالمبحوثين يبحثون اعتماد اللغة الفرنسية في نشر المضامين، يؤثر في تفعيل النشاطات وبلوغها النتائج المرجوة في حين نجد من يرى أن الأسلوب اللغوي المعقدة هو من يحاول دون تفعيل النشاطات بالشكل المنتظر وهذا ما تقر عليه نسبة 22,44% ب 11 تكرار من أصل 49 تكرار كلي، في حين تنعدم النسبة 0% الاقتراح الذي يعكس الاعتماد على اللغة المحلية والأسلوب العامي.

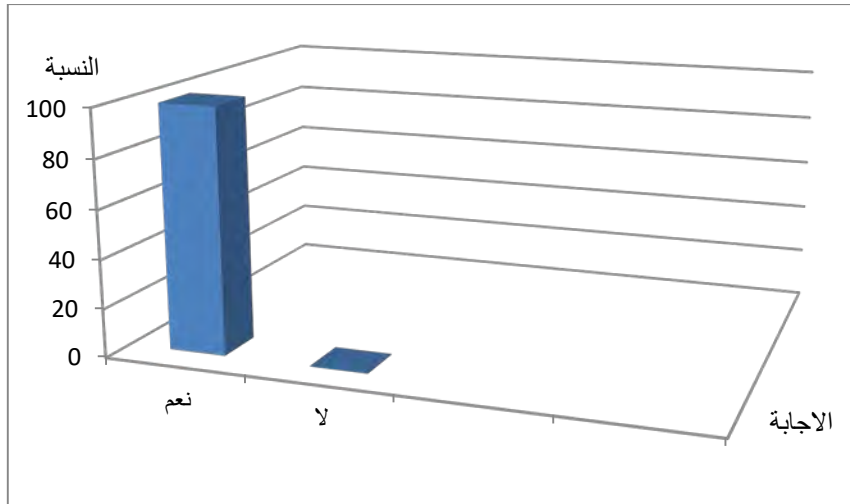
نستنتج بعد ما سلف وذكرناه أن جمعية sdh تغلب اللغة الفرنسية في مجمل المضامين المنشورة حول نشاطاتها المختلفة وهذا مراعات للتعامل مع الشركاء الأجانب، وهذا لا يعتبر الحجة في الوقوع في مثل هذه النقائص التي قد تترك الجمهور ينفر بطريقة تلقائية من مضامين لا يعي محتواها ويفهم طبيعة الرسالة المنقولة، كذلك هو الأسلوب اللغوي المعقدة الذي يكون راجع للغة ذاتها وكيف لها أن تكون مصدر تأثير، وهذا لا ينفي من كون الجمعية تستعمل اللغة العربية في ملصقاتها، مطويات ومنشورات وما إلى ذلك ولكن ليس بالنسبة المطلوبة من قبل المبحوثين من جهة والجمهور هو الآخر الذي يتحدث اللغة العربية.

أكد أعوان الخلية الاتصالية "نو كوتر" و فيصل مفتاح، "كراشي فاطمة محمد زهراء"، أن شراكة جمعية sdh مع الجمعيات الأجنبية هو الذي فرضت تغليب اللغة الفرنسية ونشر المضامين في العادة بهذه اللغة لتفهم من قبل الشركاء، وهذا لا ينفي أنهم تنشر باللغة العربية، غير أن جمهور جمعية sdh يفضل أن تستحوذ اللغة العربية وهذا سنحاول الاستجابة له.

جدول رقم 38: يمثل إمكانية اعتبار الموارد المالية معيqa أمام بلوغ الأهداف.

النسبة	التكرار	الإجابة
100%	60	نعم
0%	0	لا
100%	60	المجموع

الشكل رقم (50) يمثل إمكانية اعتبار الموارد المالية معيqa أمام بلوغ الأهداف



التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 38 أن عينة البحث كلها آي 60 مفردة تجمع أن الجمعية تجد المورد المالي كعميق لبلوغ أهدافه وهذا بنسبة 100% وبتكرار 60 من أصل 60 تكرار كلي، وليس من مفردة نفت العائق المالي أمام بلوغ الأهداف وتجسيدها واقعيا، فليس من إجابات ب "لا".

نستنتج أن جمعية sdh تجد العائق المالي لميزانية المالية كأحد المعوقات التي تعد من انجاز النشاطات وتحقيق الأهداف بالشكل المنتظر، فحسب تصريحات المبحوثين المشكل المالي يهدد كل كيان جمعي حيث أشرنا في دراستنا في شقها النظري بالفصل الثاني وفي المبحث الخامس إلى معوقات النشاط الجمعي والتي نجدها الصعوبات المتعلقة بالأموال ص 95 . فهذا ما يدفع بالجمعية أن تضل دأمة جذب المساعدين والمساهمين في مشاريع sdh وهذا لا يكون ألا بتطوير مشاريع فعلية عملية ناجحة وفيها صفة الإبداع والتغير.

حيث نجد الأمين العام للمال ومسؤولة على الموارد المالية السيدة "بلجنة عبير" قد صرحت أن المشاكل المالية وكيفية تسير الميزانية وتوزيعها على الكم الهائل من النشاطات، أمر بالغ التعقيد فمن المنطقي أن نواجه مثل هذه المشاكل التي لا نستسلم لها بل نحاول التكيف معها.

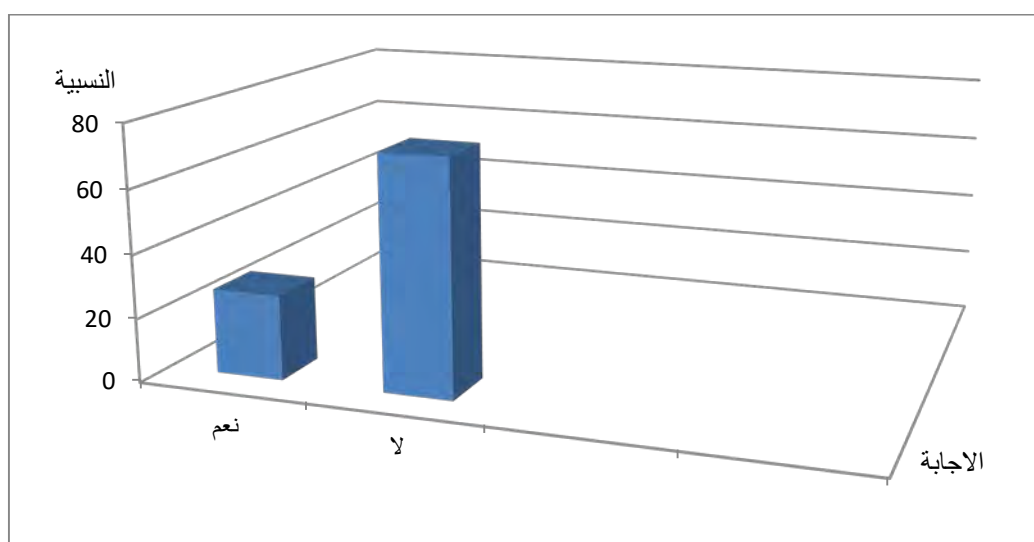
جدول رقم 39: يمثل إمكانية اعتبار المعوقات النفسية والاجتماعية مشكلا أمام تنفيذ الإستراتيجية

الاتصالية بالجمعية.

النسبة	التكرار	الإجابة
%26,66	16	نعم
%73,33	44	لا
%100	60	المجموع

الشكل رقم (51) يمثل إمكانية اعتبار المعوقات النفسية والاجتماعية مشكلا أمام تنفيذ الإستراتيجية

الاتصالية بالجمعية



التحليل:

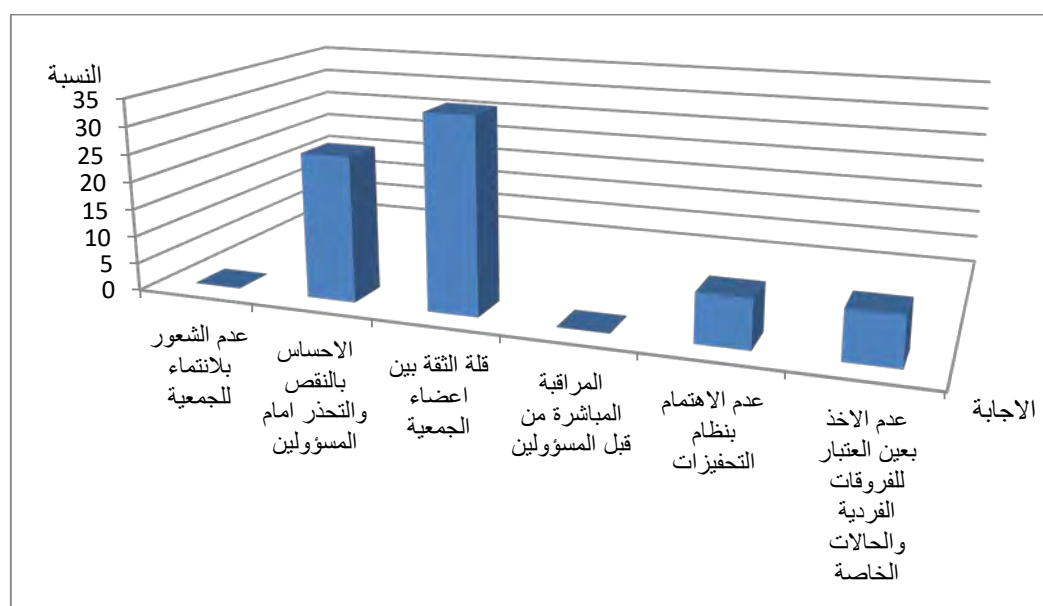
يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة 73,33% من المبحوثين يقرون بعدم وجود أو بالأحرى لا تعترضهم معوقات نفسية واجتماعية أمام تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية بـ 44 تكرار من أصل 60 تكرار كلي، في حين 16 مبحوث يجد ان للمعوقات النفسية والاجتماعية مدلول وتأثير أمام تنفيذ الإستراتيجية بالجمعية وهذا بنسبة 26,66%.

ومنه نستنتج أن جمعية sdh لا تلقى من المعوقات النفسية والاجتماعية ما يكفي ليحول دون تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية فكثيرا ما تحاول الجمعية جعل مقرها وتنظيمها اسرة يسيرها أفرادها وان كل عضو له دورا منوطا إليه وبغيابه يختل التوازن ككل، غير أن هذا لا يمنع من وجود بعض النقائص التي دفعت بالمبشرين لإثبات عكس ذلك، فمن المنطقي أن قبل الإجتماع في الجمعية بصفة رسمية لأداء نشاطات أهداف موحدة يبقى لكل فرد إنتظارات وأهداف فردية خاصة وشخصية ومنه نستنتج هذه العوائق التي يراها المبشرين سبب في عدم تجسيد الإستراتيجية الاتصالية بالصورة العقلية المنتظرة.

جدول رقم 40: يمثل الحالات التي تكون فيها المعوقات النفسية مشكل أمام تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية.

النسبة	التكرار	الإجابة
0%	0	عدم الشعور بالانتماء للجمعية
26,08%	6	الإحساس بالنقص و التعذر أمام المسؤولين
34,78%	8	قلة الثقة بين أعضاء الجمعية
21,73%	5	المراقبة المباشرة من قبل المسؤولين
08,69%	2	عدم الاهتمام بنظام التغييرات
08,69%	2	عدم الأخذ بعين الاعتبار للفروقات الفردية والحالات الخاصة
100%	23	المجموع

الشكل رقم(52) : يمثل الحالات التي تكون فيها المعوقات النفسية مشكل أمام تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية.



التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 40 أن قلة الثقة بين أعضاء الجمعية هي ابرز المعوقات النفسية الاجتماعية التي تأثر على تطبيق الإستراتيجية الاتصالية وهذا بنسبة 34,78% من المبحوثين الذين صرحوا بذلك، ثم نجد نسبة 26,08% في المرتبة الثانية وهو الخيار الذي وقع عليه 06 مبحوث من أصل 23 اذ تعلق هذا الأخير بالاحساس بالنقص والتعذر أمام المسؤولين، ثم نجد بعد ذلك المراقبة المباشرة من قبل المسؤولين التي يراها 5 من المبحوثين كعائق نفسي واجتماعي أمام التطبيق الصحيح والفعلي للإستراتيجية الاتصالية وهذا بنسبة 21,73% في حين نجد كل من عدم الاهتمام بنظام المتغيرات وعدم الأخذ بعين الاعتبار للفروقات الفردية والحالات الخاصة يتقاسمان نفس النسبة الا وهي 08,69% لكلا الاقتراحين على التوالي بتكرار 2 مفردة لكل منهما من أصل 23 تكرار كلي. في حين نجد عدم الشعور بالانتماء للجمعية منعما تماما بنسبة 0% حيث ينفي المبحوثين عدم إحساسهم بعدم الانتماء.

نستنتج من خلال ما سلف وحللناه أن جمعية sdh تعاني من بعض المعوقات النفسية الاجتماعية التي تؤثر على نشاطات الجمعية الإستراتيجية الاتصالية ككل ومن الواقعي أن نجد مثل هذه المعوقات بأي أشكال التنظيم حيث نجد الإحساس بالنقص والتعذر من المسؤولين وكذا قلة الثقة التي لا يجدر بنا ربطها مباشرة بعدم وجود الثقة بين أفراد المبحوثين بل يمكن ربطها بمدى ثقة الأفراد في أدائهم وعطائهم مما يترك الفرد يرى قلة الأداء تدفع بالبعض إلى التشكيك في تتمة المهام والنشاطات في أوقاتها المناسبة والطريقة المناسبة.

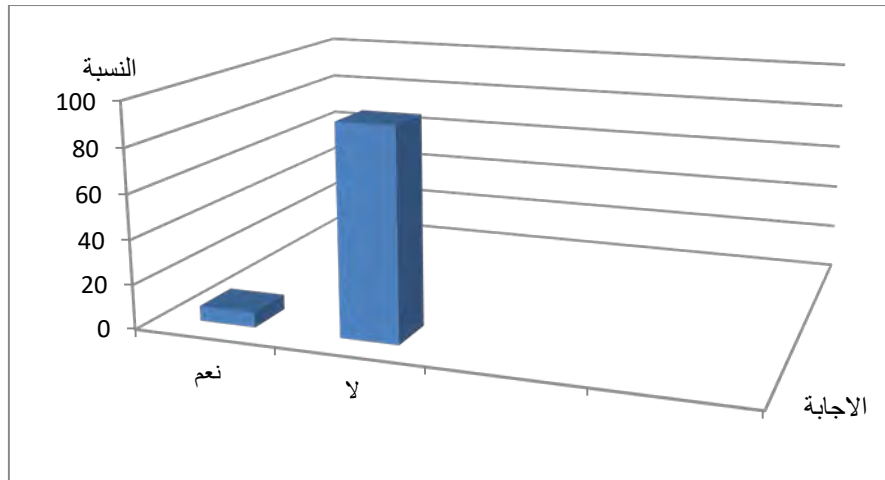
غير أن هذه النقائص والتصريحات لا تقلل من طبيعة العلاقات السائدة بين أعضاء الجمعية المنخرطين المتربصين والجمهور ككل الداخلي والخارجي وهذا ما لحظناه غير انه يمكن تدارك البعض من هذه المزلات في محاولة لتقوية الاتصال الرسمي و عدم تغليب الاتصال الغير الرسمي الذي يساهم في بقاء النقائص معلقة دون إيجاد الحلول عكس إبدائها بشكل رسمي وموجهة بالطريقة الصحيحة.

فنجد مسؤولة التنظيم والإدارة السيدة "صنهاجي هجريرة حنان" تؤكد ذلك حيث سبق وعلقت على هذا الأخير عند استجوابها في السؤال رقم 07 الذي من خلاله تقدمت للقول ان دائما ما يحاولون بمجموعة أقسام الجمعية وضع أساليب خاصة تساعد وتريح كل منخرط بالجمعية ولدى المتربصين على حد سواء.

جدول رقم 41: يمثل توفر الجمعية على تجهيزات تكنولوجيايات الاتصال.

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	4	6,66%
لا	56	93,33%
المجموع	60	100%

الشكل رقم(53) يمثل توفر الجمعية على تجهيزات تكنولوجيايات الاتصال.



التحليل:

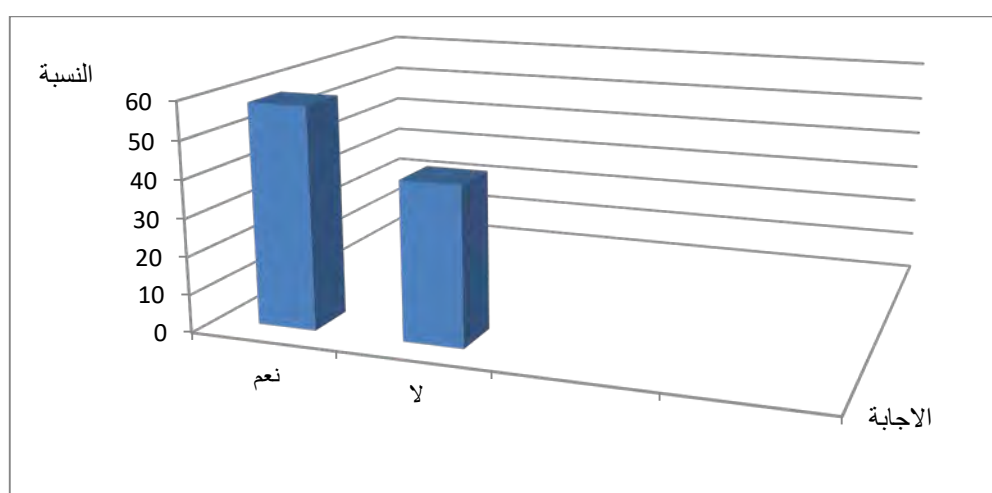
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة مثلت الإجابات بـ "نعم" وقدرت بـ 93,33% وهي أكبر نسبة مسجلة منذ بداية التحليل وهي تقرر على أن الجمعية لا تعاني من قلة أو نقص التكنولوجيايات الاتصالية وهذا بـ 56 تكرار من أصل 60 تكرار كلي، في حين نجد 4 مفردات تقول أن الجمعية تعاني من نقص تكنولوجيايات الاتصال وهذا بسبة 6,66%.

نستنتج من ما سلف أن sdh تملك من تكنولوجيايات ووسائل الاتصال ما يكفي لإرضاء الأغلبية الساحقة من المبحوثين إضافة للمعدات والتجهيزات تجد الجمعية أن مواقع التواصل والتحكم في المعلومة التي تنشر وتوظف الأستوديو لإغراض إعلامية اتصالية كلها متغيرات تلعب دوراً مهماً عند الحديث عن تكنولوجيايات الاتصال فليس الفرق في امتلاكها بل في التحكم فيها وتوظيفها لأغراض التي ترفع من مكانة الجمعية وليس لهدف الامتلاك فحسب مثلما أكدته كل من مسؤول الخلية السمعي البصري "فيصل مفتاح" ومسؤولة عن الاتصال الداخلي "نور كوتر". بل التحكم في هذه التكنولوجيايات واستعمالها في أغراض وأهداف المؤسسة.

جدول رقم 42: : يمثل تأثير الاتصال الغير الرسمي سلبا على فعالية الأنشطة بالجمعية.

النسبة	التكرار	الإجابة
58,33%	35	نعم
41,66%	25	لا
100%	60	المجموع

الشكل رقم (54) : يمثل تأثير الاتصال الغير الرسمي سلبا على فعالية الأنشطة بالجمعية.



التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 42 أن 58,33% من المبحوثين يصرحون أن الاتصال الغير الرسمي يؤثر سلبا على أنشطة الجمعية وهذا ب 35 تكرار من أصل 60 تكرار كامل، في حين نسبة 41,66% تنفي التأثير السلبي للاتصال الغير الرسمي على أنشطة الجمعية وهذا بإجاباتهم ب "لا" وهذا ب 25 تكرار من أصل 60.

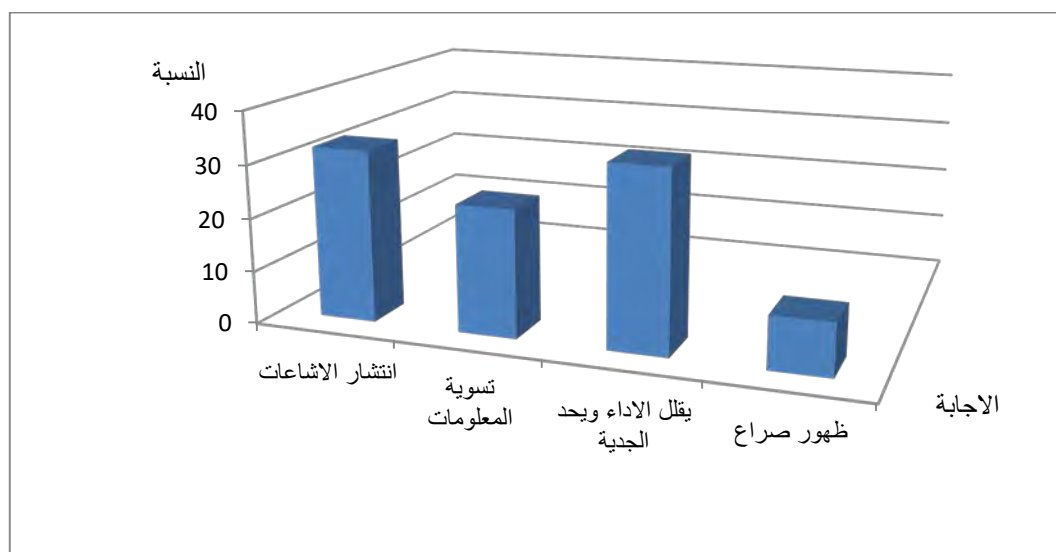
نستنتج من قراءة الجدول أن الاتصال الغير الرسمي يؤثر على فعالية الأنشطة بالجمعية وهذا ما هو معروف على أن الاتصال الغير الرسمي دائما ما يحمل من السلبيات ما يكفي لتشيت نشاط المنظمة مهما كان مجال وطبيعة نشاطها.

غير أن من المبحوثين من يرى انه لا يؤثر في النشاطات والاتصال الغير الرسمي إذا تم ربطه بالعلاقات الشخصية قد لا تؤثر ولكن في حين انتقاله إلى الأنشطة والمناقشة العشوائية والاتصال الغير منظم في مجال النشاط يؤثر حتما سلبا على نشاطات المنظمة ومردود هذه الأخيرة.

جدول 43: يمثل الكيفية التي يؤثر فيها الاتصال الغير الرسمي بالسلب على فعالية الانشطة.

النسبة	التكرار	الإجابة
77,55%	23	انتشار الإشاعات
22,44%	17	تشوية المعلومات
0%	24	يقلل من الأداء ويحد من الجدية
9,85%	07	ظهور صراع
100%	49	المجموع

الشكل رقم(55) الكيفية التي يؤثر فيها الاتصال الغير الرسمي بالسلب على فعالية الانشطة.



التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 43 أن 33,80% من المبحوثين يرون أن الاتصال الغير الرسمي يؤثر بالسلب على فعالية الأنشطة وهذا من خلال تقليله من الأداء وكيف له أن يحد من الجدية وهذا بـ 24 تكرار من أصل 71 تكرار، لنجد بعد ذلك أن من المبحوثين من يرى أن انتشار الإشاعات هو

الجانب السلبي الذي يخلفه الاتصال الغير الرسمي وهذا بنسبة 32,39%، بينما يقر 17 مبحوث أن الاتصال الغير الرسمي يؤثر على الأداء سلبا وهذا في تشويه المعلومات وتحريفها، أما النسبة 9,85% تعبر عن أقل وأخفض نسبة وهي تلك المتعلقة بظهور الصراع عند تغليب الاتصال الغير الرسمي.

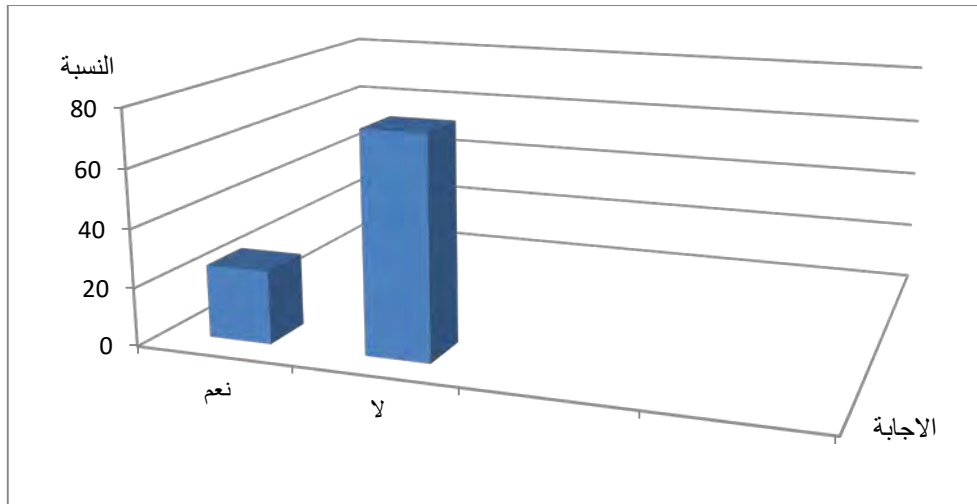
نستنتج أن الاتصال الغير الرسمي يؤثر على فعالية نشاطات الجمعية من ناحية الجدية ويحد من الأداء وهو أمر طبيعي عن ترك الاتصال دون تنظيم وعدم تحديد مساره ومنافذه وعلى من تقع مسؤولية الإعلام والاتصال تصبح المنظمة تدور في حلقة مفرغة تعكس لها الأهداف التي تسعى إليها.

فتشوه المعلومة وتحفز انتشار الإشاعات مما يؤدي بأفراد الجمعية للصراع والنزاعات فرغم عدم بلوغ (sdh) الصراع بين أفرادها تضل عملية تقيس الاتصال الغير رسمي ووضعه في المكان المناسب أمر ضروري فكلما فعل الاتصال الرسمي وكثرت الاجتماعات على سبيل المثال كلما قلت الحاجة للاتصال الغير الرسمي.

جدول رقم 44: مدى اعتبار القانون معيق أمام تنفيذ الأنشطة بالجمعية.

النسبة	التكرار	الإجابة
25%	15	نعم
75%	45	لا
100%	60	المجموع

شكل رقم(56) يمثل مدى اعتبار القانون معيق أمام تنفيذ الأنشطة بالجمعية.



التحليل:

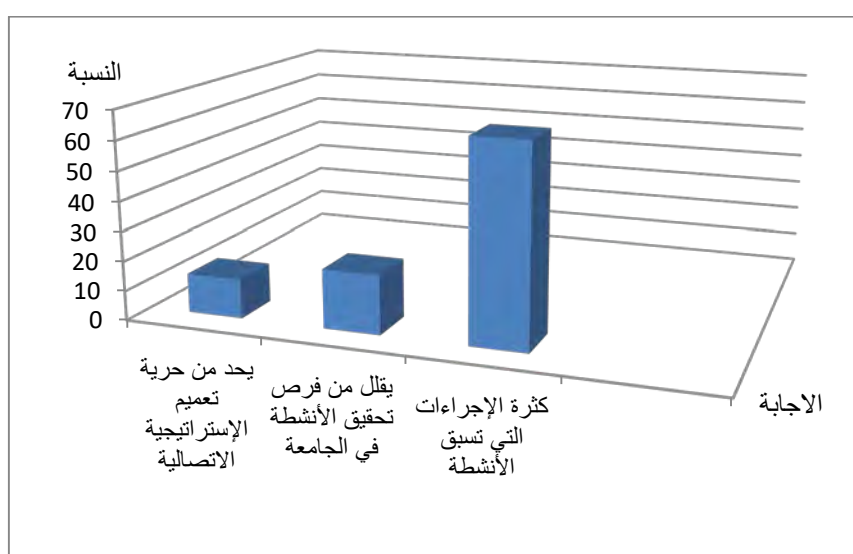
يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 75% من المبحوثين يصرحون أن القانون لا يعتبر كمعيق أمام أداء الأنشطة التي تريدها وتسطرها الجمعية وهذا ب 45 تكرار من أصل 60 تكرار في حين نجد 15 إجابة ترى أن القانون يقف كحاجز بين الجمعية وأدائها أنشطاتها وهذا بنسبة 25% بتكرار 15 من أصل 60 تكرار كلي.

ونستنتج أن (sdh) لا تعاني من معوقات قانونية لكون المنظمة أو الجمعية غير حكومية فتعبر عن استقلاليتها المالية عن الدولة وتساهم في نسج علاقات الشركاء ما سلف وذكرناه أما الفئة التي لاحظت وجود هذا الحاجز القانوني أمام أداء الجمعية لنشاطاتها فتكمن في بعض الإجراءات التي تجبر الجمعية على تتبعها، مثلاً عند نقل نشاطاتها للساحات العمومية وكيف أنها ملزمة بتراخيص وتسريح فهذا لا يعيق ولكن يقلل من سرعة الداء وإضافة إجراءات نعقد المهام ولا تنفيها ولا تلغيها كلياً.

جدول رقم 45: يمثل الحالات التي يكون فيها القانون معيق أمام الأنشطة في الجمعية .

النسبة	التكرار	الإجابة
13,33%	02	يحد من حرية تصميم الإستراتيجية الاتصالية
20%	03	يقلل من فرص تحقيق الأنشطة في الجامعة
66,66%	10	كثرة الإجراءات التي تسبق الأنشطة
100%	15	المجموع

الشكل رقم(57) يمثل الحالات التي يكون فيها القانون معيق أمام الأنشطة في الجمعية.



التحليل:

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 45 أن نسبة 66,66% من المبحوثين يجيبون أن كثرة الإجراءات التي تسبق النشاطات بالجمعية هو العائق القانوني الأكثر مصادفة من قبل المبحوثين وهذا ب 10 تكرار من أصل 15 تكرار كلي، ثم تليها مباشرة نسبة 20% تلك المتعلقة باقتراح يقلل من فرص تحقيق الأنشطة في الجمعية وهذا ب 03 تكرار من أصل 15 تكرار لنجد اخفض نسبة والتي تقدر ب 13,33% وبدعم من قبل مفردتين من أصل 15 مفردة كلية تلك العاكسة لاقتراح يحد حرية تصميم الإستراتيجية الاتصالية.

من خلال القراءة للجدول أعلاه نستنتج أن 15 مفردة من أصل 60 ترى وجود معيقات قانونية حيث يجمع 10 من أصل 15 أن المعيقات تكمن في كثرة الإجراءات التي تسبق النشاطات ما يؤخر ويؤجل النشاطات ويساهم هذا الأخير في تجاوز الأوقات المناسبة للنشاطات وكسر البرامج وكذلك التعقيدات الإدارية.

غير ذلك نجد أن الإستراتيجية الاتصالية تكون مبتعدة تمام البعد عن العوائق القانونية فالجمعية تملك الحرية التامة في اختيار الأسلوب، الوسائل الاتصالية، الأفراد والأوقات المناسبة لنشاطاتها. وهذا لا ينفي حقيقة تدخل ممثلين إداريين وحقهم في إبداء آرائهم في بنود الجمعية كذى إمكانية إعتراضهم لها مثلما أشرنا إليه في المعيقات القانونية بالفصل الثاني في الصفحة 94.

ثانيا: التحليل الكمي و الكيفي للجداول المركبة.

يوضح لجدول رقم (46) : علاقة كل من متغير المستوى التعليمي ومتغير طبيعة العضوية بالجمعية بفهم الأهداف التي تسعى الجمعية لتحقيقها من خلال الإستراتيجية الإتصالية.

المجموع		إنجاح النشاطات بفضل توفير المناخ المناسب للعمل		وضع سياسة لجذب الشركاء .		تفعيل الاتصال بين اعضاء الجمعية		نقل نشاطات الجمعية الى الجمهور الخارجي		التعرف بالجمعية وكسب التأييد لها		المجالات المتغيرات	
النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار		
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	ابتدائي	المستوى التعليمي
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	متوسط	
100%	17	17.64%	3	17.64%	3	11.76%	2	23.52%	4	29.41%	5	ثانوي	
%100	135	22.22%	30	17.77%	24	17.77%	24	29.62%	40	12.59%	17	جامعي	
%100	152	21.71%	33	17.76%	27	17.10%	26	28.94%	44	14.47%	22	المجموع	
%100	87	20.68%	18	21.83%	19	19.54%	17	27.58%	24	10.34%	9	الاعضاء الدائمين	طبيعة العضوية بالجمعية
%100	65	23.07%	15	12.30%	8	13.84%	9	30.76%	20	20%	13	المنخرطين	
%100	152	21.71%	33	17.76%	27	17.10%	26	28.94%	44	14.47%	22	المجموع	

التحليل :

يوضح الجدول رقم (46) كل من متغير المستوى التعليمي ومتغير طبيعة العضوية بالجمعية بفهم الأهداف التي تسعى الجمعية لتحقيقها من خلال الإستراتيجية الإتصالية، حيث نستهل التحليل بالمستوى التعليمي إذ نجد نسبة 29,41% من المستوى الثانوي يجدون أن الهدف الأساسي الذي تسعى إليه الجمعية هو التعريف بالجمعية وكسب التأييد، في حين نجد النسبة الثانية هي 23,52% تلك التي تترجم أن مبحثين المستوى الثانوي يجدون أن نقل النشاطات إلى الجمهور هو هدف الجمعية من الإستراتيجية الإتصالية، في حين نجد كل من الاقتراحين (وضع سياسة لجذب الشركاء) (لإنجاح النشاطات بفضل توفير المناخ المناسب للعمل) بنسبة 17,64% أما اخفض نسبة فخصت الذكر باقتراح تفعيل الاتصال بين اعضاء الجمعية وهذا بنسبة 11,76%.

أما المستوى الجامعي فنجد أعلى نسبة 29,62% مقدمة لنقل النشاطات الجمعية إلى الجمهور الخارجي، ثم نجد نسبة 22,22% يجدون أن أهداف الإستراتيجية الاتصالية تكمن في إنجاح النشاطات بفعل توفير المناخ المناسب للعمل، ثم تأتي بعدها النسبة 17,77% ما قبل الأخيرة من الترتيب التنازلي مدعمة من قبل 24 تكرار من أصل 135 تكرار كلي لاقتراح تفعيل الاتصال بين أعضاء الجمعية، حيث نجد ظهور نفس النسبة مقدمة من قبل الجامعيين للاقتراح، (وضع سياسة إتصالية لجذب الشركاء، لنجد نسبة 12,59% من العينة المبحوثة من الجامعيين يجدون أن الإستراتيجية الاتصالية تسعى لتحقيق هدف التعريف بالجمعية وكسب التأييد لها.

حيث يمكن تفسير هذه النتائج المتعلقة بالأهداف التي تسعى إليها الجمعية من خلال الإستراتيجية الاتصالية وهذا بربطه مع متغير المستوى التعليمي لنجد أعلى نسبة للمستوى الثانوي مثلت اقتراح التعريف بالجمعية وكسب التأييد لها أما اقل نسبة في نظر هذا المستوى فتمثل في تفعيل الإتصال بين أعضاء الجمعية وقد يعود هذا لاعتبار أصحاب المستوى الثانوي التعريف بالجمعية وضم عدد أكبر من المتابعين

والمهتمين بنشاطاتها، هو الهدف الذي تريد بلوغه الإستراتيجية الاتصالية في حين نجد قلة نسبة (تفعيل الاتصال بين أعضاء الجمعية بأخفض نسبة وهذا قد يربط مباشرة بحقيقة الاتصال الفعال بين الأعضاء الداخليين وطبيعة هذا الأخيرة التي توصف بالحسنة ما جعل ذوي المستوى الثانوي لا يجدون أنَّ الجمعية تسعى لتفعيل الاتصال، في حين نجد الجامعيين يرون أنَّ (نقل نشاطات الجمعية إلى الجمهور الخارجي) هو الهدف الأساسي من وراء تسيير الإتصال لذلك، في حين نجد أخفض نسبة ذات علاقة مباشرة بالتعريف بالجمعية وكسب التأييد لها، حيث يمكن الاستغناء عن هذا الأخير بمجرد التركيز على الأول، أي نقل النشاطات للجمهور الخارجي، فكلما ساهمت الإستراتيجية الاتصالية في التعريف بنشاطاتها كلما يسر ذلك من عملية كسب التأييد لها، في حين نجد هذه النسبة الأكثر انخفاضاً لدى المستوى الجامعي هي الأكثر ارتفاعاً لدى المستوى الثانوي.

أما فيما يخص المتغير الثاني المتعلق بطبيعة العضوية في الجمعية، فنجد نسبة 27,58% من المنخرطين يجدون أنَّ الجمعية تسعى لتحقيق هدف نقل نشاطات الجمعية إلى الجمهور الخارجي، لتأتي بعدها نسبة 21,83% لوضع سياسة اتصالية لجذب الشركاء، أما نسبة 20,68% هي تلك المعبرة عن إنجاح النشاطات بفضل توفير المناخ المناسب للعمل، وتليها نسبة 19,54% مؤيدة بـ 17 تكرار من أصل 87 تكرار كلي للأعضاء الدائمين أما أخفض نسبة فتعود للتعريف بالجمعية وكسب التأييد لها، وكيف لهذا الأخير أن يكون هدف تسعى لتحقيقه جمعية (SDH) من خلال الإستراتيجية الاتصالية المخطط لها.

في حين نجد المنخرطين يجمعون على كون نقل نشاطات الجمعية إلى الجمهور الخارجي هو الهدف الأساسي الذي تسعى إليه الإستراتيجية الاتصالية، لنجد 23,07% من المنخرطين المبحوثين يجدون أنَّ إنجاح النشاطات بفضل توفير المناخ المناسب للعمل، ثم نجد التعريف بالجمعية وكسب التأييد لها بنسبة 20%، أما النسبة ما قبل الأخيرة في الترتيب التنازلي نجد نسبة 13,84% الخاصة بتفعيل

الإتصال بين الأعضاء ليأخذ اقتراح وضع سياسة اتصالية لجذب الشركاء أقل دعم وموافقة مقارنة بالاقترحات السالفة وهذا بنسبة 12,30% بـ 08 تكرارات من أصل 65 تكرار كلي .

نلاحظ أنّ نقل نشاطات الجمعية إلى الجمهور الخارجي هو اختيار أغلب الأعضاء الدائمين كذلك الحال بالنسبة للمنخرطين وهذا ما تملّيه النسبة 30,76%.

أما أخفض نسبة للأعضاء الدائمين فتعلقت بالتعريف بالجمعية وكسب التأييد لها وقد يعود هذا لكون تصديق هذه الفئة أنّ الجمعية في حين ما اذا ساهمت في النقل الصحيح لنشاطاتها إلى الجمهور الخارجي فمن الطبيعي أن تحض بالتأييد من قبل الجماهير، وتأتي بعدها باقي الاقتراحات تلقائياً من جذب للشركاء وتفعيل الإتصال بين أعضاء الجمعية، حيث يجدون أنّ النشاطات هي التي تفعل الإتصال وتحدد منافذه ومسالكه، ولا يتم بطريقة اعتباطية، فليس من اتصال من أجل الإتصال وفقط بل يجب أن يكون مستجيباً لشروط سالفة الدراسة من قبل جمعية (SDH)، أما أخفض نسبة فيما تعلق بالمنخرطين فتترجم لإقتراح (وضع سياسة اتصالية لجذب الشركاء) وقد يمكننا تفسير ذلك الانخفاض لنفس الأسباب والعوامل المذكورة في طيات التحليل.

فقد لا تحصر الإستراتيجية الاتصالية أهدافها الأساسية في بناء سياسة لجذب الشركاء للجمعية فالإهتمام بالنشاطات ونقلها لمنتظريها وإرضائهم ما يشكل الصورة الذهنية الحسنة لدى الجمهور وما يجذب بعد ذلك شركاء وممولين للجمعية لتمويل نشاطاتها، فتبقى العملية دورانية لتترجم سياسة الجمعية ككل وهي القيام بنشاطات لجذب مهتمين يساهمون بطريقة أو بأخرى في مضاعفة هذه النشاطات أو على الأقل أدائها بشكل أفضل.

نستنتج في النهاية أن متغير المستوى التعليمي لم يؤثر على أفراد الجمعية في مدى فهمهم للأهداف التي تسعى إليها الجمعية من خلال الإستراتيجية الاتصالية، فيجمعون على كون نقل النشاطات إلى أوسع جمهور ممكن، هو غاية الجمعية، فلم يختلف ذوي المستوى الجامعي والثانوي كذلك هو الحال

بالنسبة لمتغير العضوية بالجمعية، حيث يظهر لنا من خلال النسب أنهم يجمعون بما فيهم الأعضاء الدائمين أو المنخرطين، أن السعي من أجل أداء النشاطات ونقلها للجمهور هو الهدف البارز الذي لا تختلف عليه الفئتين.

أما الأهداف الأخرى التي لا تخرج عن سياق النشاط الجمعوي وأهدافه، فهي مدعمة بطريقة تتناسب والاختلاف بين طبيعة العضوية، وهذا الاختلاف غير مؤثر على الأهداف التي تبدو واضحة لدى المشاركين في بناء الاستراتيجية الاتصالية التي ترمز في كل تفاصيلها إلى تحكيم العملية الاتصالية وتسعى بجهود صانعيها إلى نجاح (SDH).

جدول رقم(47): يمثل علاقة متغير طبيعة العضوية في الجمعية ومساهمة الإستراتيجية الاتصالية في مواجهة المنافسة الخارجية .

الاجابة		نعم		لا		المجموع	
		تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة
المتغير							
أعضاء دائمة		25	83.33%	5	16.66%	30	100%
المنخرطين		8	26.66%	22	73.33%	30	100%
المجموع		33	55%	27	45%	60	100%

التحليل :

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الموضح لعلاقة متغير طبيعة العضوية في الجمعية ومدى مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في مواجهة المنافسة الخارجية، أن الأعضاء الدائمين بالجمعية هم المقرون بأن

الإستراتيجية الإتصالية تعير أهمية للمنافسة الخارجية وهذا ب 25 تكرار من أصل 30 بنسبة 83,33% حيث لا تغيب عن هؤلاء الأعضاء الدائمين سوى 05 مفردات تلك المجيبة ب لا ممثلة بنسبة 16,66%. أما المنخرطين فنجد إجاباتهم كانت ب "لا" أي أن الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية لا تعير اهتمام للمنافسة الخارجية وهذا بتكرار 22 مفردة من أصل 30 مفردة كاملة من المنخرطين وبنسبة تعادل 73,33%، في حين نجد 08 من المنخرطين كانت إجاباتهم ب "نعم" أي أن الإستراتيجية الاتصالية للجمعية تضع المنافسة الخارجية في حساباتها وهذا بنسبة 26,66%.

ونستنتج من منطلق قراءة الجدول أعلاه أن الأعضاء الدائمين هم من يؤيدون فكرة اهتمام جمعية (sdh) بالمنافسة عند بناء الإستراتيجية الاتصالية وهذا تبعا لإجاباتهم 83,33% "نعم" / 16,66% ب "لا".

في حين نجد أن المنخرطين يعاكسون النسبة واقعية الاهتمام بالمنافسة في الجمعية وهذا بالإجابات 26,66% "نعم" و 73,33% "لا"

ومنه نصل إلى كون عامل العضوية بالجمعية له أثر على وعي بإدراج المنافسة في الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية، حيث يظهر الفرق واضح أن نسبة 55% من الإجابات ب "نعم" كانت من الأغلبية الساحقة لدى الأعضاء الدائمين أما نسبة 45% من الإجابات ب "لا" حول اهتمام الجمعية لا المنافسة في الإستراتيجية الاتصالية كانت من قبل المنخرطين.

ومن خلال النسب نستطيع القول أن نسبة فهم المنخرطين لحقيقة الإستراتيجية الإتصالية فيما يتعلق بالمنافسة مقارنة بالأعضاء الدائمين ضئيل ، كذلك لا يطابق لحقيقة واقع الجمعية الذي سلف وأكدت عليه السيدة "كراش محمد فاطمة الزهراء" عضو مكتبي بالجمعية وباقي أعضاء الخلية الاتصالية عند الحديث عن المنافسة بين الجمعيات.

جدول رقم (48) : يمثل علاقة متغير طبيعة العضوية في الجمعية بمدى مساهمة الإتصال الغير الرسمي في زيادة سرعة الأداء .

الإجابة		نعم		لا		المجموع	
		تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة
المتغير		8	26.66%	22	73.33%	30	100%
أعضاء دائمة		17	56.66%	13	43.33%	30	100%
المنخرطين		25	41.66%	35	58.33%	60	100%
المجموع							

التحليل :

يتضح من خلال الجدول رقم (48) أن الأعضاء الدائمين بالجمعية ونسبة 73,33% يجدون أن الإتصال الغير الرسمي لا يساهم في زيادة وسرعة الأداء وهذا ما يوضحه 22 تكرار من أصل 30 تكرار كلي، في حين نجد من يثبت العكس من الأعضاء الدائمين بالجمعية إذ يمثل عددهم 08 يصرحون أن الإتصال الرسمي يساعد ويساهم في زيادة وسرعة الأداء وهذا بنسبة 26,66 % من المئة.

بينما نجد المنخرطين صرحوا بتعاكس النسب إذ نجد 17 مفردة من أصل 30 يرون أن الإتصال الغير الرسمي دائما ما يساعد على تسريع الأداء وهذا بنسبة 65,66% غير أن البقية من المنخرطين أي 13 منخرط يضم صوته إلى 22 عضو دائم وهذا بقولهم أن الإتصال الرسمي لا يساهم في زيادة سرعة أداء الأنشطة بالجمعية وهذا بنسبة 43,33%.

حيث نستنتج رغم تقارب النسب أن آراء المنخرطين والأعضاء الدائمين حول الإتصال الغير الرسمي ومساعدته في تسريع الأداء تختلف، فنجد أن أغلبية الأعضاء الدائمين نفوا إمكانية كون الإتصال الغير رسمي يزيد من سرعة النشاطات ويمكن إرجاع ذلك لكون هؤلاء يرون في الإتصال الغير الرسمي كثيرا ما يشوه الرسالة الإتصالية ويدفع إلى إلغاء المسؤوليات وحق الإشراف وقد يعود هذا لكونهم

متواجدين بالجمعية أطول فترة مقارنة بالمنخرطين فهم على علم بطبيعة الإتصال الذي يتناسب مع النشاطات دون أن يؤثر على العلاقة وعلى ترتيب وتوزيع المسؤوليات، فيجدون الإتصال الرسمي يساهم في نقل النشاطات بشكلها المدروسة سابقا وليس بالإعتماد على أكثر من وسيط حيث أن الإتصال الغير الرسمي قد يكون سبب في تشتيت بعض النشاطات خاصة تلك التي يكون فيها الجمهور الخارجي ويعطي انطبعا سيئا حول التنظيم هذه الجمعية.

أما بالنسبة للمنخرطين فيستحسنون ذلك لتفادي الهرمية والإتصال المباشر الذي قد يميز أغلب الجمعيات فيكون الإتصال متعلق برغبة، إرادة وحرية الفرد وكيف يتمكن الأفراد من الاندماج والتجانس بأكبر سرعة ممكنة وليس بالضرورة أن تنعكس هذه الصفات المتعلقة بالعلاقات على النشاطات. فمهما ساهم الإتصال الغير الرسمي في بناء العلاقات حسنة في الجمعية يبقى انعكاسه السلبي ومساويه أكثر من محاسنه فيما يتعلق بالنشاطات المؤدات بالجمعية.

جدول رقم (49) يمثل علاقة متغيري المستوى التعليمي وطبيعة العضوية في الجمعية بمساهمة التصميم الجيد للرسالة الاتصالية في إنجاح مشاريع المشتركة بين جمعية SDH و الجمعيات الأخرى.

الإجابة		بفضل وضوح الرسالة ودقتها		بفضل الاختيار المناسب للوسيلة		بفضل اختيار الوقت المناسب لإرسال الرسالة		المجموع	
المتغيرات		تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة
المستوى التعليمي	ابتدائي	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	متوسط	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	ثانوي	05	29.41%	7	41.17%	5	29.41%	17	100%
	جامعي	41	49.39%	19	22.89%	23	27.71%	83	100%
	المجموع	46	46%	26	26%	28	28%	100	100%
طبيعة العضوية بالجمعية	الأعضاء الدائمين	28	45.90%	14	22.95%	19	31.14%	61	100%
	المنخرطين في الجمعية	18	46.15%	12	30.76%	9	23.07%	39	100%
	المجموع	46	46%	26	26%	28	28%	100	100%

التحليل :

نلاحظ من خلال الجدول رقم (49) علاقة متغير المستوى التعليمي بالتصميم الجيد للرسالة الاتصالية في إنجاح المشاريع المشتركة بين جمعية (SDH) والجمعيات الأخرى فبالحديث على المبحوثين من المستوى الثانوي نجد أن نسبة 41,17% من المبحوثين يرون أن الاختيار المناسب للوسيلة هو الذي يعكس التصميم الجيد للرسالة الاتصالية وهذا بتكرار 07 مفردات من أصل 17 فردة كلية، ليأتي بعد الإقتراح الثاني (وضوح الرسالة ودقتها)، والثالث بفضل اختيار الوقت المناسب لإرسال الرسالة بنفس النسبة ألا وهي 29,41% لكلا الإقتراحين بـ5 تكرار لكلاهما من أصل 17 تكرار كلي للمستوى الثانوي. حيث يمكن تفسير هذا الأخير على أساس أن في نظرهم كلما كان الإختيار المناسب

للويلة كلما كانت الرسالة الإتصالية مستجيبة للمعايير النجاح، فيمكن أن نعتبر هذا من الصحة، حيث يمكن إرجاع هذا لكون هذه الفئة تجد من الوسيلة الفعالة والمناسبة مع طبيعة الجمهور والنشاط سبب لنجاح و بلوغ الرسالة الإتصالية بشكل يستجيب لأهداف الجمعية.

أما فيما يخص المستوى الجامعي، فقد تم تسجيل نسبة 49,39 % فيما يتعلق بوضوح الرسالة ودقتها وهذا بـ 41 تكرار من أصل 83 تكرار كلي، لتأتي نسبة 27,71 % في المرتبة الثانية تلك المتعلقة باقتراح اختيار الوقت المناسب لإرسال الرسالة بـ 23 تكرار من 83 تكرار كلي، في حين يرى الجامعيين أن اختيار الوسيلة في نجاح الرسائل الإتصالية يبقى بنسبة ضعيفة مقارنة بسابقاتها وهذا بما يقدر 22,89 % وبتكرار 19 مرة، حيث ترى هذه الفئة ذات المستوى الجامعي أنه من الضروري الوقوف على وضوح الرسالة والإختيار الدقيق للعبارات والكلمات التي تتناسب مع الهدف من إرسال الرسالة هو الأكثر أهمية في كل مراحل عمر الرسالة، فبالنسبة للجامعيين تأتي بعده مباشرة أهمية اختيار الوقت المناسب للإرسال أمر مهم، حيث يجمعون على الوقت الذي يكون فيه الجمهور المستهدف مستعد ومهتم تماما بالرسالة كذلك اختيار الظروف المساعدة، لذلك لها دورا بالغا في نجاح تصميم الرسالة فيمثل كل من الفهم والتوقيت أساسيان لتأتي بعدهما الوسيلة، فاختيارها يجب أن يستجيب للجمهور المراد النقل إليه الرسالة غير أن غموضها واختيار الوقت الخطأ ليغير من مصير الرسالة بالوسيلة.

أما فيما يخص متغير طبيعة العضوية بالجمعية وكيف له أن يلعب دورا في تصميم الرسالة الناجحة مع الجمعيات الأخرى، فنجد المنخرطين وبنسبة 46,15 % بـ 18 تكرار من أصل 39 تكرار يصرحون أن وضوح الرسالة ودقتها هي المساهمة في إنجاحها، لتأتي بعدها مباشرة نسبة 30,76 % معبرة عن الإختيار المناسب للرسالة، أما الوقت المناسب للرسالة فيتضح بأخفض نسبة تتمثل في 23,07 %، فنجد المستوى الثانوي يفضلون وضوح الرسالة وبنسبة 46,15 % فمن الضروري أن تتضح مضامين الرسائل الاتصالية لتفهم بنفس الطريقة من قبل الجميع في حين يجدون وجوب اختيار الوقت

المناسب لإرسال الرسالة أقل أهمية لاقتراحين السالفين وهذا بأخفض نسبة تعادل 23,07%، بينما ترى هذه الفئة أن الوسيلة أهمية أكبر بنسبة 30,46%، يمكن أن يكون ارتفاع هذه النسبة بكونها هي الفئة التي نجد لها اهتماما بالغاً بالتكنولوجيا والوسائل لما لهم من ميل أكبر لوسائل التواصل الاجتماعي وكيف يجدون في هذه الأخيرة الأساليب السريعة والعملية لنقل أي نوع من الرسائل الإتصالية.

في حين نجد الأعضاء الدائمين بالجمعية يجمعون على أن وضوح الرسالة هو الأجدر في أن يساهم في نجاح الرسالة، وهذا بأعلى نسبة تمثلت في 45,90%، ثم نجد أقل نسبة تلك المرتبطة بفضل اختيار الوسيلة المناسبة بنسبة 22,95%، قد يعود هذا الاختيار لذوي المستوى الجامعي بوضوح الرسالة لكون الوضوح هو الذي يمثل أول خطوة في مراحل الرسالة الإتصالية، فالصياغة الصحيحة وحسن انتقاء المفردات التي تخدم موضوع الرسالة دون أن تقع في التأويل، أمر في غاية الأهمية، لنجد بعد ذلك الاختيار المناسب لنشر أو إرسال الرسالة حيث يجب دراسة الأوقات التي تتناسب والجمهور المستهدف لكي لا تكون تحت تهديد عدم التلقي، فالربط الصحيح بالوقت أمر في غاية الأهمية. في حين تبقى الوسيلة ذات مدلول أقل أهمية في نظر المستوى الجامعي وقد يعود هذا لكون الوسيلة تكون قد إتضحت نسبة للجمهور المستهدف فلا يحتاج لدراسة وفطنة أكبر مقارنة بسابقتها.

في الأخير نستنتج أن كلا من المتغيرين المستوى التعليمي وطبيعة العضوية بالجمعية لهما علاقة مباشرة بتصميم الرسالة ونجاحها وهذا في تعامل جمعية (SDH) مع الجمعيات الأخرى محلية كانت أو أجنبية. حيث عبرت النسب السابق تحليلها، فيما يخص العضوية أن أعضاء الجمعية من منخرطين والأعضاء الدائمين يستدلون من أن وضوح الرسالة ودقتها سببا لنجاحها، وهذا بنسب مقاربة 45,90% للأعضاء دائمين و 46,15% للمنخرطين، في حين نجد الحال مختلف عند الحديث على متغير المستوى التعليمي.

فالجامعيين يرون أنَّ وضوح الرسالة ودقتها هو نجاح الرسالة الإتصالية بنسبة 49,39% في حين نجد المستوى الثانوي يفضلون (اختيار الوسيلة المناسبة) وهذا بنسبة 41,17%. في الأخير نجد كل من وضوح الرسالة اختيار الوسيلة وكذا الوقت المناسب للإرسال، اقتراحات لفتت استجابة لدى المبحوثين ويبقى الاختلاف في نسبة إعارة الإهتمام لكل منهما، حيث لا نجد تناقض بين المبحوثين بل اختلاف مقبول بينهم ، يمكن أن نقول أنَّ الرسالة الاتصالية ذاتها دائما ما يستحسن جمهورها أحد هذه العناصر عن الأخرى، فيفضل الصياغة وليس الوقت أو الوسيلة المنشورة بها غير أنَّ المكلفين ببناء رسالة الإتصالية يجدر بهم الإهتمام بالجوانب الثلاثة بنفس المنسوب دون تغليب عنصر على آخر.

الجدول رقم (50) : علاقة متغير طبيعة العضوية بالجمعية بمدى مساهمة الاستراتيجية الاتصالية بجذب واستقطاب الجمهور الخارجي.

الاجابة		الصورة الذهنية الحسنة التي نجحت الجمعية في تكوينها		طبيعة المضامين المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي		الآنية في نشر المعلومات		الإحتكاك والإتصال المباشر بالبيئة		اهتمام الجمعية بتغطية نشاطاتها من قبل الصحافة		المجموع	
المتغيرات		تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة
طبيعة العضوية	الأعضاء الدائمين	12	18.75%	11	17.18%	07	10.93%	30	46.87%	04	6.25%	64	100%
	المنخرطين بالجمعية	11	18.64%	18	30.50%	13	22.03%	10	16.94%	07	11.64%	59	100%
	المجموع	23	18.69%	29	23.57%	20	16.26%	40	32.52%	11	8.94%	123	100%

التحليل:

يبين هذا الجدول علاقة متغير طبيعة العضوية بالجمعية مع مساهمة الإستراتيجية الإتصالية في جذب واستقطاب الجمهور الخارجي، حيث سجلنا بخصوص الأعضاء الدائمين أكبر نسبة منهم يجمعون أن الإحتكاك والإتصال المباشر بالبيئة وهذا بنسبة تقدر بـ 46,87% ويتكرر 30 من أصل 64 تكرار كلي، لتأتي بعده النسبة 18,75% التي تترجم الصورة الذهنية الحسنة التي نجحت في تكوينها الجمعية بـ 12 تكرار من مجموع 64 متعلق بالأعضاء الدائمين، ونجد في المرتبة الثالثة الاقتراح الذي يخص طبيعة المضامين المنشورة في مواقع التواصل الإجتماعي وهذا بنسبة 17,18%، لنجد 10,93% من المبحوثين بين الأعضاء الدائمين الذين يعادلون 07 تكرار للاقتراح الآنية في نشر المعلومات، لنجد اهتمام الجمعية بتغطية مختلف نشاطاتها من قبل الصحافة يترتب في أخير الترتيب التنازلي وذلك بنسبة 6,25% بـ 04 تكرار من أصل 64.

يمكن تفسير هذه النتائج التي توضح طبيعة العلاقة القائمة بين متغير العضوية ومدى مساهمة الإستراتيجية الإتصالية في جذب واستقطاب الجمهور الخارجي، وفي حين الحديث على الأعضاء الدائمين أنهم يجدون الإحتكاك الدائم والإتصال المباشر بالبيئة هو الذي يصنع الفرق ويساهم في استقطاب الجمهور الخارجي وهذا لحيازته على أعلى نسبة 46,87% في المقابل نجد اقتراح إهتمام الجمعية بتغطية مختلف أنشطتها من قبل الصحافة لجذب الجمهور الخارجي.

احتمال مستبعد من قبل الأعضاء الدائمين إلا بنسبة 06,25% فيعبر عن أخفض نسبة، وهذا ما قد يمكن تفسير بطبيعة الإتصال الذي يميز الجمعيات بالشكل الأكبر ألا وهو الإتصال المباشر والإحتكاك بالبيئة بشقيها خاصة الخارجية لكي تستجيب لحاجات المجتمع بالشكل العام، أما استقطاب الجمهور الخارجي بإتخاذ الجمعية الصحافة لتغطية نشاطاتها فاحتلاله المرتبة الأخيرة في الترتيب لدى الأعضاء الدائمين لدليل على وعي هؤلاء أن إتصال الجمعيات يبتعد عن الوساطة في نقل النشاط،

فتعرف الجمعية بنشاطاتها بفضل جودة هذه الأخيرة والإهتمام البالغ بسياساتها والإستمرارية في تجسيد مبادئها وليس بإعتماد الصحافة كوسيلة لذلك، وهذا لا يمنع من كونها أحد الفواعل المهمة في حياة المنظمات بما فيها الجمعيات.

بينما نجد المنخرطين يجدون طبيعة المضامين المنشورة في مواقع التواصل الإجتماعي هي الجديرة باستقطاب الجمهور الخارجي وهذا بنسبة 30,10% بتكرار 18 من أصل 59، ونجد في المرتبة الثانية 22,03% المرتبطة بالآنية في نشر المعلومات، ثم أنّ المنخرطين استقطبوا نسبة 18,64% للصورة الذهنية الحسنة التي نجحت في تكوينها الجمعية وكيف بإمكانها استقطاب الجمهور الخارجي لـ(SDH)، أما الإحتكاك المباشر بالبيئة والإتصال بها ولم ينل شوطا كبيرا مثلما هو الحال بالنسبة للأعضاء الدائمين فلم يحمل من التكرار سوى 10 من مجموع 59 تكرار كلي، في حين نجد نسبة 11,64% كأخفض نسبة تلك المتعلقة باهتمام الجمعية بتغطية مختلف نشاطاتها من قبل الصحافة وهذا بـ 07 تكرار من أصل 59 تكرار كلي. يمكن تفسير هذه النسب بالعودة إلى المنخرطين لنجد أنّ 30,10% من المنخرطين يجدون أنّ طبيعة المضامين المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي هي التي ساهمت في جذب الجمهور واستقطابه حيث يجدون أنّ المضامين المنشورة والتي يتم استحداثها بصفة دورية هي التي يستحسنها الجمهور ويمكن تفسير ذلك كون جمعية (SDH) تمتلك من المواقع ما يكفي لإرضاء جمهورها. فأكبر جمهور (SDH) هم من العالم الفضائي فواقع الإتصال الذي تسيطر عليه الفضاءات العمومية بشكلها الإلكتروني في الآونة الأخيرة يدفع بالجمعية ضرورة مسايرة هذه المواقع وزيادة على الإحتكاك والإتصال المباشر، فمن الجمهور من لا يملك الفرصة ولا تتسنى له من الانتقال للمعلم. كما أنّ الجمعية هي الأخرى ورغم نشاطاتها التي تنتقل بها إلى مختلف الولايات ليس بمقدورها بلوغ كل جمهورها للاتصال معه مباشرة، أما أقل نسبة عبر عنها المنخرطين فهي 11,64% المعبرة عن دور الصحافة

وتغطيتها لنشاطات (SDH) في جذب الجمهور واستقطابه، حيث لم يؤيد هذا الأخير من قبل المنخرطين هم الآخرين كقوة الأعضاء الدائمين، فالصحافة قد تغطي نشاط أو اثنين غير أنها لن تضل ملاحقة لكل خطى تخطوها جمعية (SDH) ، فعوض أن تضع مصير جمهورها بين أيدي الصحافة من المنطقي أن تباشر الهدف بمواقع التواصل وبما إلى ذلك من آليات وأساليب أنجح ودون تكلفة.

نستنتج مما سبق أن كل من الفئتين أكانت أعضاء دائمين أو منخرطين يصرحون أن الإستراتيجية الإتصالية بالجمعية تعتمد على الإتصال المباشر والإحتكاك مع البيئة الخارجية منه يحق القول أن العمل الجماعي يجب أن تدفعه عملية اتصال ذات صفة المباشرة في التواصل قدر الإمكان كما أنه تبين من خلال النسب أن طبيعة العضوية بالجمعية لا تؤثر بمدى مساهمة الإستراتيجية الإتصالية في جذب واستقطاب الجمهور الخارجي فنجد أن كلاهما يملكان المقدور الكافي من الوعي والفتنة لطبيعة الإستراتيجية الإتصالية التي تحكم الجمهور الخارجي لتتجح في جذبه.

جدول رقم (51): يبين علاقة متغير الجنس بالمعوقات التي يواجهها الأعضاء والمنخرطين أثناء إعداد الإستراتيجية الاتصالية.

الإجابة / المتغيرات		غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع	
		تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة
الجنس	متغير	4	12.12%	27	81.81%	2	6.06%	33	100%
	ذكر	8	29.62%	16	59.25%	3	11.11%	27	100%
	انثى	12	20%	43	71.66%	5	8.33%	60	100%
المجموع									

التحليل :

نلاحظ من خلال الجدول رقم (51) الذي يعبر عن علاقة الجنس بالمعوقات أثناء إعداد الإستراتيجية الاتصالية أن الذكور وبنسبة 81,81 % وبتكرار 27 مرة يصرحون أنهم يواجهون معوقات أحيانا، ثم تأتي إجاباتهم باقتراح غالبا ب تكرار 4 مفردة من أصل 33 تكرار كلي، في حين نجد أن الاقتراح "نادرا" يمثل أقل نسبة وهي 6,06%.

أما الإناث فيتضح في الجدول أعلاه أن أعلى نسبة لديهن كانت للإقتراح "أحيانا" وهذا بنسبة 59,25 %، والنسبة الثانية تقدر ب 29,62 % تلك المعبرة على الاقتراح "غالبا"، وهذا بتكرار 8 مفردة من أصل 27 كاملة، ثم نجد الإقتراح الثالث "نادرا" بنسبة 11,11 % بتكرار 3 مفردات من أصل 27.

ومن قراءة الجدول نستنتج أن كلا الجنسين من "الذكر والأنثى" يواجهون معوقات أثناء بناء الإستراتيجية الاتصالية وهذا بصفة متذبذبة لاختيارهم لاقتراح "أحيانا" اذ نجد من الفترات أين يجدون معوقات في بناء معالم الإستراتيجية الاتصالية وهذا ما يؤكد النسب 81,81 % من الذكور و 59,25 %

، غير أن ما يجدر الإشارة إليه أن الإناث أكثر مصادفة لهذه العوائق إذ يتضح ذلك من نسب الإجابة باقتراح غالبا وهذا بنسبة 29,62% مقارنة بالذكور الذين تملي علينا نسبتهم بالانخفاض بالنسبة للإناث في الإجابة على اقتراح غالبا وهذا بنسبة 12,12% كذلك الاقتراح "نادرا" حيث كانت اجابات الإناث بـ 11,11% > 29,62% غالبا أما الذكور 6,06% نادرا > 12,12%، حيث تؤكد أن الإناث استجبن لاقترح غالبا وهذا يعود لكون أغلبية المشاركين في بناء الإستراتيجية الإتصالية، ذكور كما أن الأعضاء الدائمين 18 فيهم ذكور فنجد استحواذ العنصر الرجالي على المساهمين في الإستراتيجية الإتصالية يخلق نوع من التعذر والنقص لدى العنصر النسوي، كما يمكن أن يكون عامل العضوية الدائمة والخبرة المكتسبة من ذلك والتحكم أكثر في معطيات الإستراتيجية الإتصالية أكثر توفرا في العنصر الرجالي مقارنة بجنس النساء في الجمعية.

الأعضاء الدائمين : 18 ذكر، 12 أنثى.

الأعضاء المنخرطين 15 ذكر، 15 أنثى.

جدول رقم (52) : يبين علاقة متغيرات السن والجنس وطبيعة العضوية بالجمعية باعتبار المعوقات

النفسية والاجتماعية من بين الحواجز التي تحول دون تحقيق الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية.

المجالات المتغيرات		نعم		لا		المجموع	
		تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة
الجنس	ذكر	6	4.90%	27	81.81%	33	100 %
	انثى	10	37.03%	17	62.96%	27	100%
	مجموع	16	26.66%	44	73.33%	60	100%
السن	20-29	10	52.63%	9	47.36%	19	100%
	30-39	5	14.70%	29	85.29%	34	100%
	40-49	1	25%	3	75%	4	100%
	50 فما فوق	0	0%	3	100%	3	100%
	مجموع	16	26.66%	44	73.33%	60	100%
طبيعة العضوية	أعضاء الدائمين	5	16.66%	25	83.33%	30	100%
	المنخرطين	11	36.66%	19	63.33%	30	100%
	المجموع	16	26.66%	44	73.33%	60	100%

التحليل :

يوضح الجدول التالي علاقة متغيرات الدراسة من (الجنس، السن، وطبيعة العضوية بالجمعية) بحقيقة وجود معوقات نفسية إجتماعية واعتبارها أحد الحواجز التي تحول دون تحقيق الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية. حيث نلاحظ أنّ بالنسبة لمتغير الجنس وفيما يخص الذكور تم تسجيل أعلى نسبة وهي 81,81 %، والتي تمثل الذين أجابوا أنهم لا يواجهون معوقات نفسية أو اجتماعية كانت، إذ لا يعتبر من الحواجز التي قد تقف أمام تطبيق الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية وهذا بإجابتهم ب "لا" ب 27 تكرار من أصل 33 تكرار كلي، في حين نجد إجابات بالإيجاب حول وجود معوقات نفسية وإجتماعية لم

تكن سوى بنسبة 4,90% بتكرار 6 مفردات من أصل 33 تكرار كلي وهذا بالإجابة ب "نعم"، منه يمكن القول أن الذكور لا يجدون معيقات نفسية أو إجتماعية تمنعهم من تحقيق الإستراتيجية الإتصالية، وهذا يعود لكونهم الجنس الغالب من مجموعة الأعضاء الذين يقومون ببناء الإستراتيجية الإتصالية، كما أنهم يجدون أن الجمعية تضمن لهم البيئة المناسبة للعطاء والإحساس بالراحة النفسية التي تؤثر مباشرة على عطائهم ودورهم بالإيجاب.

أما فيما يخص جنس الإناث فلقد سجلنا أعلى نسبة وهي 62,96% من الإجابات ب "لا" في حين نجد الإجابات الإيجابية ب "نعم" أن المعوقات النفسية الاجتماعية تشكل عائقا أمام تطبيق الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية كانت بنسبة 37,03% ب 10 تكرار من أصل 27 تكرار كلي وهذا بما يعادل 3/1 من الإناث يرون وجود معيقات نفسية واجتماعية، ونسبة 37,01% من أصل 100 نسبة يجدر بنا أخذها بعين الاعتبار.

فيمكن القول أن الإناث يجدن معيقات نفسية واجتماعية بنسبة معتبرة ، وهذا قد يعود لنفس السبب، أن الذكور لديهم حصة أكبر مقارنة بهن كما أن أغليتهن من المنخرطات، حيث يؤثر هذا الأخير على مدى الإحساس بالكفاءة والقدرة على مسايرة كل ما يأتي به العنصر الذكري من تقنيات أساليب وطرق لتسيير الإتصال، مما يخلق الإحساس بنوع من النقص، كما يمكن تفسير هذا بطبيعة التركيب النفسية للنساء الحساسة والعاطفية والإستجابة بالعاطفة والتأثر لأقل الأسباب ويمكن الاستدلال بقول رسول صلى الله عليه وسلم : « رفقا بالقوارير ».

أما فيما يتعلق بمتغير السن، فنجد أن الفئة العمرية الممتدة بين 20 و 29 سنة أكثر مصادفة للعوائق النفسية والاجتماعية وهذا بنسبة 52,63% كانت إجابتهم ب "نعم" في حين إجابات هذه الفئة بعدم موافقتهم على كون العوائق النفسية والاجتماعية لها وجود أو تأثير على تطبيق الإستراتيجية الإتصالية وهذا بنسبة 47,36% بتكرار 09 مفردات من أصل 19.

أما بالنسبة للفئة العمرية من " 30 إلى 39 سنة " فنجد أن أعلى نسبة هي التي تمثل الإجابة بنفي المعوقات النفسية الاجتماعية في تطبيق الإستراتيجية الإتصالية وهذا بنسبة 85,29% بتكرار 29 من أصل 34 للفئة العمرية من 30-39 سنة، وفي حين نجد نسبة الإجابة بنعم تساوي إلى 14,70% ب5 تكرار من أصل 34 تكرار كلي يجدون أنه هناك من المعوقات النفسية والاجتماعية ما يكفي ليكون حاجز بين رغبته تنفيذ الاستراتيجية وحقيقة ذلك.

لنجد بعد ذلك، الفئة العمرية من " 40 إلى 49 سنة " يجدون أن المعوقات النفسية لا وجود لها كأحد مؤثرات على الإستراتيجية الإتصالية وهذا بثلاثة أرباع من فئة بنسبة تعادل 75% كانت إجاباتهم ب" لا" وهذا بتكرار 3 من أصل 4 مفردة كلية ،في حين نجد مفردة واحدة من هذه الفئة العمرية تجد أنه هناك معوقات نفسية واجتماعية وهذا بنسبة 25% أي ما يعادل ب. ¼ .

ثم تأتي بعد ذلك الفئة العمرية من " 50 سنة فما فوق " التي تشتمل على 03 مفردات كلها تجمع على أنه لا يوجد لمعوقات نفسية أو اجتماعية تذكر وتؤثر في الإستراتيجية الاتصالية وهذا بنسبة 100% في حين يتضح أن نسبة 0% هي تلك المعبرة على احتمال "نعم" لوجود معوقات نفسية.

ويمكن تفسير هذه النسب بكون نسبة إيجاد المعوقات النفسية والاجتماعية كحاجز أمام تطبيق الإستراتيجية الإتصالية تقل وتواصل في الانخفاض حتى درجة الانعدام، من خلال الإتجاه من الفئة العمرية الأصغر إلى الأكبر أي من الفئة العمرية " 20 إلى 29 سنة " حتى بلوغ الفئة العمرية من ' 50 سنة فما فوق " ومن المنطقي جدا أن نجد كلما تقدم الفرد في العمر كلما احرز شوطا في نضوجه النفسي واكتمال استقرار شخصيته ووضوحها ،حيث نجد الفئة العمرية من (20 إلى 29 سنة) أكثر مصادفة لهذه المعوقات بالمقارنة بالفئة العمرية من 50 سنة فما فوق مروراً بالفئتين المتبقيتين، كما يمكن تفسير ذلك بعامل الخبرة والأقدمية في هذا المجال فكلما كان الفرد ممتلكا للخبرة وألف أمرا كلما وجدناه أكثر ارتياحا نفسيا وأقل قلقا على عطائه وأرائه والعكس صحيح.

أما فيما يتعلق بطبيعة العضوية بالجمعية فنجد أنَّ الأعضاء الدائمين يرفضون دور العوائق النفسية والاجتماعية على تطبيق الإستراتيجية الإتصالية، وهذا بنسبة 83,33% بتكرار 25 مفردة من أصل 30 مفردة كلية، في حين نجد من الأعضاء الدائمين من يعاكسون النسبة السابقة وهذا بإجاباتهم بـ "بعم" وهذا 05 تكرارات المتبقية وبنسبة تعادل 16,66%. في حين نجد المنخرطين بالجمعية أجابوا هم الآخرين بأنهم لا يصادفون معوقات نفسية واجتماعية تقف بينهم وبين تحقيق الإستراتيجية الإتصالية وهذا بنسبة 63,33% بتكرار 19 من أصل 30 مفردة مبحوثة، أما من يرى أنَّ دائما ما يجدون معوقات نفسية واجتماعية فنجد فيهم 11 مفردة بنسبة 26,66%.

ويمكن تفسير هذه النسب بحقيقة أنَّ المعوقات النفسية والاجتماعية تؤثر على تطبيق الإستراتيجية وهذا بدرجة قليلة بجمعية (SDH) ، غير أنَّ ما يجدر الإشارة إليه هو أنَّ المنخرطين أكثر مصادفة لهذه العوائق وهذا ما يمكن تفسيره بعنصر قد سلف وأشرنا إليه هو طبيعة مكانتهم بالجمعية التي قد لا يراها الأعضاء بمقتصرة على أداء الدور، غير أنَّ المنخرطين يوضحون ذلك من خلال النسب وقد يعود هذا لقلة خبرتهم بالمجال، ثم أيضا كون أنَّ عملية اختيارهم من قبل الجمعية للمشاركة في مصير هذه الأخيرة قد يشكل مسؤولية، وما ينبغي من عمل أكبر وضغطا أكبر على عانتهم مما ينجر على هذه المسؤولية من قلق والخوف من تخيب الضن في من وضعوا فيهم الثقة ما يكفي لتترجم بنسب واقعية من قبل المنخرطين، كون العامل النفسي والاجتماعي عائقا أمام تطبيق الإستراتيجية، عكس الأعضاء الدائمين الذين توضح نسبهم أنهم أكثر أبعادا للمعوقات النفسية والاجتماعية وهذا لما لهم من استقرار في عضويتهم بالجمعية وحكم عامل المدة الزمنية المقضية بالجمعية والإحساس بالانتماء أكثر من المنخرطين إلى حد ما.

جدول رقم (53) : يبين علاقة المتغيرات الجنس، السن، طبيعة العضوية في شكل هذه المعينات بالجمعية.

المتغيرات		المجالات		عدم الشعور بالانتماء للجمعية		الإحساس بالنقص والتعذر أمام المسؤولين		قلة الثقة بين أعضاء الجمعية		المراقبة المباشرة من قبل المسؤولين		عدم الإهتمام بنظام التحفيز		عدم الأخذ بعين الاعتبار الفروقات الفردية والحالات الخاصة		المجموع	
				النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الجنس	ذكر	0	%0	2	25%	3	37.5%	3	37.5%	3	37.5%	0	0%	0	0%	8	%100
	انثى	0	%0	4	26.66%	5	33.33%	2	13.33%	2	13.33%	2	13.33%	2	13.33%	15	%100
	مجموع	0	%0	6	26.08%	8	34.78%	5	21.73%	2	8.69%	2	8.69%	2	8.69%	23	%100
السن	29-20	0	%0	4	28.57%	3	21.42%	3	21.42%	2	14.28%	2	14.28%	2	14.28%	14	%100
	39-30	0	%0	2	25%	4	50%	2	25%	0	0%	0	0%	0	0%	8	%100
	49-40	0	%0	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	%100
	50 فما فوق	0	%0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	%0
	مجموع	0	%0	6	26.08%	8	34.78%	5	21.73%	2	8.69%	2	8.69%	2	8.69%	23	%100
	اعضاء الدائمين	0	%0	2	22.22%	5	55.55%	2	22.22%	0	0%	0	0%	0	0%	9	%100
طبيعة العضوية	المنخرطين	0	%0	4	28.57%	3	21.42%	3	21.42%	2	14.28%	2	14.28%	2	14.28%	14	%100
	المجموع	0	%0	6	26.08	8	34.78%	5	21.73%	2	8.69%	2	8.69%	2	8.69%	23	%100

التحليل:

يمثل الجدول رقم (53) رأي أفراد العينة حول علاقة كل من متغيرات الجنس، السن، طبيعة العضوية في شكل المعوقات النفسية والاجتماعية التي تواجه وتعيق الإستراتيجية الإتصالية في أرض الواقع، حيث نستهل بمتغير الجنس، فحسب ما يمليه الجدول فإن نسبة 37,5% لكل من قلة الثقة بين أعضاء الجمعية والمراقبة المباشرة من قبل المسؤولين هي أعلى نسبة التي يرى فيها جنس الذكور هو العائق أمام تجسيد الإستراتيجية الإتصالية وهذا ب 3 تكرارات لكل اقتراح من أصل 8 تكرارات، في حين نجد النسبة الثانية في الترتيب التنازلي بنسبة 25% التي تخص إجابات الذكور بالإحساس بالتعذر والنقص أمام المسؤولين، لتشارك الاقتراحات الثلاثة (عدم الشعور بالإنتماء)، (عدم الإهتمام بنظام التحفيز)، (عدم الأخذ بعين الاعتبار للفروقات الفردية والحالات الخاص) نسبة الصفر 0% أي أن هذه الاقتراحات لا تتناسب مع رأي الذكور فيما يخص نوع المعوقات التي يصادفونها في تطبيق الإستراتيجية الإتصالية.

وفيما يخص جنس الإناث فنجدهن كذلك يجدن قلة الثقة بين أعضاء الجمعية أكبر المعوقات النفسية والاجتماعية وهذا بنسبة 33,33% ويتكرر 5 مفردات من أصل 15 تكرار كلي عند الحديث عن الإناث المصادفة للمعوقات النفسية والاجتماعية، في حين نجد الاقتراحات الثلاث (المراقبة المباشرة من قبل المسؤولين)، (عدم الإهتمام بنظام التحفيز)، (عدم الأخذ بعين الاعتبار للفروقات الفردية والحالات الخاصة)، يشتركن نفس النسبة التي تمثل 13,33% ثلاث مرات في حين نجد إنعدام النسبة لمعيق (عدم الشعور بالإنتماء للجمعية)، حيث تجمع جميع الإناث على إحساسهن بالإنتماء لجمعية (SDH).

ومن قراءة النسب المتعلقة بالمعوقات النفسية لكل من الذكور والإناث ،نجد أن الإناث هن الأكثر تصريحاً وتعددًا للمعوقات النفسية والاجتماعية مقارنة بالذكور ويكون هذا بطريقة آلية كون الاناث هن

من أجبين على حقيقة وجود هذه العوائق فمن المنطقي أن يميزن من المعوقات ما يتناسب مع حالاتهن النفسية ومكانتهن الإجتماعية عند الحديث عن الجمعية، غير أنه نجد كل من الذكور والإناث، على حد سواء يجدون في (قلة الثقة بين أعضاء الجمعية) هي المعيق الأكبر في الجمعية ويمكن أن يعود هذا الأخير لطبيعة النشاطات من جهة التي تستلزم العطاء في كل لحظة فنجاح النشاطات لا يقاس دائما بدرجة الإنجاز بل يتعدى ذلك إلى كيفية الأداء ومدى رضى المستفيدين من النشاط، ومنه فكلما الجنسين يصرحان بكون الثقة عنصر يجدر ان تدرجه الجمعية بصفة أكبر بين كل فئاتها وأعضائها رغم وجوده مسبقا، لنجد بعد ذلك ان الذكور يدرجون وبنفس النسبة، عامل المراقبة المباشرة من قبل المسؤولين كأبرز معيق في رأي الذكور وهذا قد يعود لكون عنصر الذكور لا يستحسنون المراقبة المباشرة من قبل المسؤولين مما يشعرهم بعدم الإرتياح نفسيا ويقلل من فعاليتهم، يمكن ارجاع ذلك لطبيعة التركيبية النفسية للرجال التي تقترب دائما للحرية والرغبة في القيادة بدل الخضوع والتبعية.

في حين نجد الإناث يضمن عائق الإحساس بالنقص والتعذر أمام المسؤولين في الدرجة الثانية وبنسبة 1/4 هذا ما يمكن تفسيره بكون الذكور غالبية الأعضاء الدائمين هذا ما يخلق الإحساس بالنقص والتعذر من قبل العنصر الأنثوي، ثم نرى الإناث قد أضفن كل من (عدم الاهتمام بنظام التحفيز)، (المراقبة المباشرة من قبل المسؤولين)، (عدم الاخذ بعين الاعتبار الفروقات الفردية والحالات الخاصة) كمعوقات نفسية وبنفس النسبة 13,33% لكل من المعوقات، فنجد أن النساء في رغبتهن بالتحفيز بدرجات أكبر وإعارة الإهتمام بالفوارق الفردية، وهذا قد يعود لكون النساء دائما ما ييحثن عن الإهتمام بالشكل الأمثل والذي يكون إما ماديا و معنويا، وهذا ما يعبر عنه بنظام التحفيز في لغة التنظيم، في حين نجد كل من الذكور والإناث متفقون حول إحساسهم بالانتماء للجمعية ،وهذا قد يعود لسياسة التي تضعها الجمعية كأسرة تقودها المسؤوليات من جهة والإحساس بولاء من جهة أخرى، اذ لم يذكر الجنسين معيق (عدم الإحساس بالانتماء) .

أما فيما يخص علاقة متغير السن بنوع المعيق النفسي فنجد أن الفئة العمرية من (20-29) سنة يؤكدون حول كون الإحساس (بالنقص والتعذر أمام المسؤولين) هو العائق النفسي والاجتماعي الأكبر وهذا بنسبة تمثل 28,47% بـ 4 تكرار من صال 14 تكرار كلي، و تأتي بعدها سبة 21,42% لكل من الإقترحين (قلة الثقة بين أعضاء الجمعية) و (المراقبة المباشرة من قبل المسؤولين) كعائتين نفسيين للفئة العمرية الممتدة من (20-29) سنة، بعد ذلك نجد نسبة 14,28% تلك المعبرة عن عدم الإهتمام بنظام التحفيزات (وعدم الأخذ بعين الاعتبار للفروقات الفردية والحالات الخاصة) بنفس النسبة 14,28% ليتقاسم الاقتراحين المرتبة الثالثة بتكرارين لكل منهما، في حين تنعدم النسبة 0% للاقتراح (عدم الشعور بالانتماء للجمعية) حيث استبعدت الفئة العمرية السالفة الذكر إحساسهم بالاغتراب بجمعية. (SDH)

أما الفئة العمرية من (30-39) سنة فنجدهم يصرحون بكون قلة الثقة بين أعضاء الجمعية هو العائق النفسي الاجتماعي الأكثر تأثير على تطبيق الإستراتيجية الإتصالية وهذا باستحواذها على 50% من مجموع العينة، ثم نجد بعد ذلك نسبة 25% لكلا الإقترحين (الإحساس بالتعذر أمام المسؤولين) وعائق (المراقبة المباشرة من قبل المسؤولين) في المرتبة الثانية فترى هذه الفئة العمرية المباشرة في المراقبة والإحساس بالنقص أمام المسؤولين ما يشكل عائق نفسي لدى فئة (30-39) سنة .

غير أنه نجد الغاء عائق عدم الإحساس بالانتماء يتضح مجددا من قبل المبحوثين وهذا ما تمليه نسبة 0%.

لننتقل إلى الفئة العمرية من 40 الى 49 سنة ليتضح أن هذه الفئة لا تجد من المعوقات النفسية والاجتماعية ما يمنع من تحقيق الإستراتيجية الإتصالية غير قلة الثقة بين الأعضاء بالجمعية وهذا بتكرار 1 من أصل 1 تكرار كلي ليمثل بنسبة 100%. غير أنه كل الإقتراحات الخمسة المتبقية لا تجد لها الفئة العمرية من (40 الى 49 سنة) مكانة ولا دور كمعيق نفسي يعيق العطاء أو يجعل منهم غير مستقرين نفسيا أو اجتماعيا لأداء الوظائف المنوطة إليهم في تطبيق الإستراتيجية الإتصالية، إذ يتضح ذلك بنسبة

0% وتكرار 0% من أصل 1 تكرار كلي، لكل الإقتراحات التالية (عدم الشعور بالانتماء للجمعية)، (الإحساس بالنقص والتعذر أمام المسؤولين)، (المراقبة المباشرة من قبل المسؤولين)، (عدم الإهتمام بنظام التحفيز)، (عدم الأخذ بعين الاعتبار للفروقات الفردية والحالات الخاصة).

لنستمر في قراءة الفئة العمرية الأخيرة من 50 سنة فما فوق لنجد أنها تستبعد أي معيق نفسي كان أو اجتماعي وهذا ما يتأكد من نسبة 0% لكل الاقتراحات (06) وبتكرار 0 فلا يجدون المعوقات ذات الإنتماء النفسي الاجتماعي وربطها بالتطبيق الفعلي والكلي لإستراتيجية الاتصالية.

فيمكن تحليل نسب هذه الفئات بكون الفئات العمرية من (20-29) سنة والفئة (39-30) سنة نأكثر تعرضا للمعوقات النفسية والاجتماعية مقارنة بالفئتين العمريتين المتبقيتين من (49-40) سنة ومن 50 سنة فما فوق التي لا تجد من معوقات تقف كحاجز أمام الإستراتيجية الاتصالية وهذا ما أشرنا إليه سابقا في الشرح والتحليل أن قوة الشخصية و مبناها. عادة ما يكون مرتبط بعمر الفرد، كما تتفق الفئتين من 20-29 سنة والفئة 30-39 سنة حول معيق (الإحساس بالنقص والتعذر أمام المسؤولين) ومعيق (قلة الثقة بين أفراد الجمعية) فكل منظمة وبطبيعة الحال، نجد فيها عامل الثقة مرتبط بالأداء الفردي ومنسوبة عند المقاربة بالأداء الكلي لأفراد المنظمة ككل.

أما الإحساس بالنقص في تجاه المسؤولين فبطبيعة الحال ما يكون الفرد أقل استقرارا وراحة نفسية عند تعامله مع شخص أعلى منه درجة في الكفاءة والأداء والرتبة فيجبر الشخص على تعديل ومقارنة قدراته به.

أما متغير طبيعة العضوية وعلاقته بالمعوقات النفسية والاجتماعية نجد أن الأعضاء الدائمين يجدون معيق قلة الثقة بين أعضاء الجمعية مساند من قبل 5 مفردات من أصل 09 لتظهر بنسبة 55,55% ثم تأتي بعده النسبة الثانية 22,22% ليشترك فيها كل الإقتراحين التاليين : (الإحساس

بالنقص والتعذر أمام المسؤولين)، (المراقبة المباشرة من قبل المسؤولين)، في حين تنعدم النسبة 0% للاقتراحات الثلاثة المتبقية.

أما المنخرطين فيجدون معيق الإحساس بالتعذر أمام المسؤولين يحوز على نسبة 28,57%، ثم تأتي بعدها نسبة 21,42% مرتين على التوالي لتعبر على اقتراح (قلة الثقة بين أفراد الجمعية) و(المراقبة المباشرة). بتكرار 3 مفردة من أصل 14 تكرار كلي لكلاهما، لنجد أن المنخرطين يجدون معيق (عدم الإهتمام بنظام التحفيز) و (عدم الأخذ بعين الاعتبار الفروقات) بنسبة 14,28% لكل اقتراح لوحده. يمكن تقديم دلالة لهذه النسب، أن المنخرطين أكثر تعدادا للمعوقات النفسية مقارنة بالأعضاء الدائمين وهذا ما سلف وسلطنا الضوء عليه فالعضوية الدائمة تجعل منهم أكثر استقرارا مقارنة بالمنخرطين. في حين نجد معيق الإحساس بالنقص أمام المسؤولين أكبر معيقاتهم وهذا بالنظر إلى ترتيبهم في سلم الجمعية، إذ يشكلون المرتبة الثالثة التي تأتي بعد الأعضاء المكتبيين والدائمين.

نستنتج في الأخير أن هناك علاقة واضحة بين متغيرات الجنس ، السن، وطبيعة العضوية على تعدادهم لمختلف المعوقات النفسية التي تؤثر على تطبيق الإستراتيجية الإتصالية، فنجد أن الإناث والمنخرطين وكذا الفئات العمرية (20-29 سنة) و (30-39 سنة) أكثر تصريحا بمصادفة عوائق نفسية واجتماعية مقارنة بالذكور الأعضاء الدائمين والفئات العمرية الأكبر (40-49 سنة) و 50 سنة فما فوق.

5- النتائج الجزئية للدراسة.

أولاً: النتائج الجزئية للجداول البسيطة.

من خلال الدراسة وبعد التحليل الكمي والكيفي للجداول توصلنا إلى الاستنتاجات التالية:

- كل المبحوثين بجمعية sdh على علم بوجود الخلية الإتصالية التي تساهم في تنظيم الإتصال بالجمعية، وهذا ما تمليه نسبة 100% من العينة المبحوثة.

- يكمن دور الخلية الإتصالية بجمعية sdh في وضع سياسة خاصة لكل الإتصالات داخل و خارج الجمعية إذ يعبر هذا الأخير عن الأسلوب الأمثل في نظر المبحوثين وهذا بالإلمام بكلا المحيطين الداخلي منه و الخارجي وبناء إستراتيجية إتصالية تتناسب معهما و هذا ما توافق عليه 24,81% من المبحوثين.
- جمعية sdh تملك الإستراتيجية الإتصالية المسيرة لعملية الإتصال موثقة، أي في طابعها الورقي وهذا ما تؤكد نسبة 100% من المبحوثين ، إذ تعتبر عملية صياغة الإستراتيجية الإتصالية في شكلها الورقي القابل للإطلاع و الأرشفة ،من الدلائل التي توحى بمدى إهتمام الجمعية بالإستراتيجية الإتصالية.
- تمارس جمعية "صحة سيدي الهواري " عملية التخطيط الإستراتيجي بطريقة منتظمة وهذا بنسبة 100% ، وهذا لكونها أحد أهم الفواعل المساهمة في تجسيد أهدافها ، و النجاح في أداء نشاطاتها التي تجد فيها الجمهور هوالمحرك الرئيسي لها ، إذ لا يتأتى هذا الأخير إلا بالإتصال المنتظم زمنيا.
- تحديد الأهداف بدقة ، ومراعات الوقت عند إنجازها ،هو ما يعكس ممارسة الإستراتيجية الإتصالية بطريقة وبصفة منتظمة في جمعية sdh ، فتتم عملية تسطير الأهداف بالعودة للإمكانيات المتاحة من موارد (مالية،مادية، بشرية، معلوماتية)،أي دراسة مدى قابلية تحقيق الأهداف لنجد أن sdh تراعي متغير الوقت بنسبة 21,71% في عملية التنظيم للإستراتيجية الإتصالية.
- نقل النشاطات ومجموع الفعاليات للجمهور الخارجي ، هو الهدف الذي تسعى لأجله sdh من خلال إستراتيجيتها الإتصالية و هذا بنسبة 28,94% من الإجابات لدى المبحوثين ، إذ يعتبر هذا الهدف مطلب كل جمعية ، فطبيعة نشاط الجمعية هو الذي يحدد مصيرها بالمحاذاة والجمهور، فاستمرارية الجمعيات إستمرارية نشاطاتها والوتيرة التي تؤدي بها هذه الأخيرة وما له من علاقة مع جذب الجمهور من متطوعين،منخرطين، مساهمين.

- يساهم كل من الأعضاء الدائمين والمنخرطين في عملية بناء و تصميم الإستراتيجية الإتصالية وهذا بنسبة 75% كونهم لهم دراية بكل متغيرات البيئة الداخلية و الخارجية و مجموع الفرص و التهديدات التي تدور بالجمعية ، فتقع على عاتقهم مسؤولية تقديم إستراتيجية إتصالية لأداء مهمة شرح منافذ ومساالك الإتصال السليمة.

- عملية التخطيط الإستراتيجي للإتصال بجمعية sdh يكون على المدى المتوسط وهذا ما أجابت عليه نسبة 53,73 % ، حيث يكون هذا الأمد متماشيا مع نسبة النشاطات وكثافتها ، غير أن هذا الأخير لا يمنع من إتخاذ الأمد القريب لتسهيل عملية المراقبة و الإستجابة للبرامج.

- إن الإستراتيجية الإتصالية بجمعية sdh لا تظل ثابتة، بل تتغير إستجابة للظروف ، أي أن الإستراتيجية الإتصالية بالجمعية ظرفية تتغير لأسباب عدة، غير أن هذه التغيرات دائما ما تستجيب لظروف البيئة الغير المتوقعة وهذا بنسبة 44% ، وكذلك عائق الميزانية المالية و الأزمات التي تتسبب في تعديل أو تغيير الإستراتيجية.

- الميزانية المالية هي أكثر الأمور التي تراعيها جمعية sdh عند تصميمها للإستراتيجية الإتصالية وهذا بنسبة 35,06% ، فمن الطبيعي أن تكون الميزانية المالية هي المحرك الجوهري لأي تنظيم ، خاصة عند الحديث عن التنظيم الجمعي الذي لا يعرف إستقرار في الميزانية ولا مصادر مالية ثابتة ما يجعل من موارد المالي أهم المتغيرات التي توضع على المحك عند الرغبة في بناء معالم الإستراتيجية الإتصالية.

- تساهم الإستراتيجية الإتصالية في جمعية sdh في مواجهة المنافسة الخارجية و هذا بنسبة 55% ، حيث تكون طريقتها في المواجهة بالإطلاع على الإستراتيجيات الأكثر حداثة في مجال تسيير الجمعيات وتكييفها حسب متغيرات بيئتها و هذا بنسبة 50% ، فالجمعية لا تنكر مدلول المنافسة رغم طابع الجمعيات التعاوني.

- تتم عملية تقييم الإستراتيجية بصفة دورية ، و هذا بنسبة 71,66% ، حيث يحاول المكلفين بتقييم الإستراتيجية برصد كل التغيرات ، الإنجازات ومدى التقدم في تحقيق الإستراتيجية الإتصالية ، ومدى إنطباق المخطط له أي الأداء المنتظر مع الواقع أي الأداء الفعلي.

- تعمل الإستراتيجية الإتصالية على تنظيم الأنشطة بالجمعية وهذا بدرجة كبيرة تعادل 61,66% ، فالإتصال هو الذي يمهد للنشاطات ويقودها ثم تطبيقها وتسليمها للجمهور ، فالإتصال لا يفارق نشاطات الجمعية في كل مراحلها من البداية وحتى النهاية أي من الفكرة الأولية إلى فرصة تحقيق هذا النشاط.

- تجسد الإستراتيجية الإتصالية نشاطات الجمعية بفضل المتابعة المستمرة للمنخرطين وهذا بنسبة 27,61% ، حيث تجد جمعية sdh أسلوب المراقبة والمتابعة لعمليات الإتصالية وكذا المنخرطين وكل الفواعل بالجمعية ، من الأوراق الراجعة للجمعية ، فتعتبر هذه المتابعة المستمرة في الزمن ميزة تفتخر بها وتستحسنها.

- الإجتماعات واللقاءات هي أكثر الأساليب إستعمالا من قبل جمعية sdh لتوفير حاجاتها من معلومات وتجهيزات ، بغية تطبيق النشاطات المختلفة ، فتجد المباشرة في الإتصال أفضل أسلوب لذلك وهذا بنسبة 20,61%.

- الإتصال الأفقي هو أكثر إستعمالا بمختلف نشاطات الجمعية ، وهذا ما تستحسنه مفردات الجمعية بنسبة 86,66% ، إذ يمثل أحد أوجه الإتصال الرسمي المسهل للتعامل بدون قيود أو عوائق ، فيمنح من الحرية ما يكفي لتطبيق الأنشطة والإستجابة لطبيعة الجمعية ذاتها، التي تجعل الإتصال المتوازي وتوفير نفس الفرص للإتصال أكثر من أي نوع آخر.

- إن مواقع التواصل الإجتماعي والموقع الإلكتروني التابع للجمعية دائما ما يضمن سيولة المعلومات وأنيته و هذا بنسبة 70% ، فليس من وسائط تضمن الأنية وسيولة المعلومة أكثر من الفضاءات الإلكترونية.

- تفضل sdh التلفزيون كوسيلة جماهيرية لتغطية تظاهراتها ومشاريعها و هذا بنسبة 48,07% ، ويعود هذا لما تتميز به من سمات تغيب في الوسائل الأخرى من جهة، و تناسبها مع نشاطاتها من جهة أخرى.
- تؤكد جمعية sdh أن الإتصال الغير الرسمي لا يساهم في زيادة وسرعة الأداء بالجمعية وهذا بنسبة 58,33% ، بل كثير ما يعبر عن معرقل وحاجز أمام أداء النشاطات على الوجه المخطط له في إستراتيجية الإتصالية.
- وضوح الرسائل ودقتها هو من يساهم في إنجاح المشاريع المشتركة بين جمعية sdh والجمعيات الأخرى وهذا بنسبة 46%.
- جمعية sdh توظف الإتصال الإقناعي كإستراتيجية لجذب واستقطاب الشركاء لتمويل مشاريعها ، وهذا ما تدل عليه نسبة 57,28% ، فتوظف رسائل إتصالية محكمة الدقة وذات هدف محدد لجمع بعد ذلك المهتمين بالمشاريع لتمويلها ومد أصول الشراكة.
- يعد الإحتكاك والإتصال المباشر بالبيئة أبرز عامل تعتمد عليه الجمعية لجذب و استقطاب الجمهور الخارجي وهذا ما يترجم سياسة الجمعية و مبادئها الأساسية ، حيث تنبثق منها جميع النشاطات الأخرى فيما فيها الإستراتيجية الإتصالية.
- المكلفين بإعداد الإستراتيجية الإتصالية بجمعية sdh ، يواجهون معوقات أثناء إعدادها وهذا بنسبة 71,66% .
- لا يعد إشراك المنخرطين في صنع القرار عائق أمام إتخاذه و هذا ما يدعمه المبحوثين بنسبة 80% بل نجد العكس ، حيث نجد ثراء في الآراء وتنوعها مما يسمح باختيار القرار الأمثل لمستقبل الجمعية.
- تعد اللغة الفرنسية كأحد أبرز العوائق اللغوية بجمعية SDH وهذا بنسبة 77,55% وهذا يعود لشراكة الجمعية مع جمعيات أجنبية وما يفرض ذلك لإستخدام اللغة الأجنبية وكيف أنها تؤثر الجمهور المحلي الذي يتحدث لغة الأم (العربية).

- جمعية SDH تعاني من المعوقات المالية و هذا بنسبة مرتفعة ويؤكد عليها كل المبحوثين ، وهذا ما يعود بالسلب على نسبة إنجاز النشاطات ، و هذا الحجز قد يكون متعلقا بطبيعة المنظمة ذاتها.

- المعوقات النفسية و الإجتماعية تعد حاجز أمام تنفيذ الإستراتيجية الإتصالية بالجمعية وهذا بنسبة 26,66% حيث نجد الإحساس بالنقص والتعذر أمام المسؤولين أكبر وأبرز عائق بين أعضاء الجمعية والمنخرطين.

- جمعية صحة سيدي الهواري تملك من التكنولوجيات الإتصال ما يكفي لتأدية نشاطاتها على أحسن وجه ويتمكن من منسوبها من إرضاء أعضائها باختلاف مسؤولياتهم وهذا بنسبة 93,33%.

- الإتصال الغير الرسمي يعيق في إعاقة تطبيق الإستراتيجية الإتصالية بحذافيرها وهذا الأخير يؤثر على الأداء والجدية بنسبة 33,80% حيث نجد الإتصال الغير الرسمي دائما ما يحمل من السلبيات أكثر من الإيجابيات .

- يؤثر القانون على نشاطات الجمعية بمنسوب منخفض أي ب 25% وهذا لما تتخذه من أسلوب لتسيير نشاطاتها ، وكونها تتعامل مع ممولين أجنب في غالب الأحيان مما قلل عليها أثر البيروقراطية غير أنّ هناك من العوائق القانونية ما يتعلق بالإجراءات التي تسبق بعض نشاطاتها ، خاصة تلك الواقعة خارج مقر الجمعية.

ثانيا: النتائج الجزئية للجداول المركبة:

- طبيعة العضوية في الجمعية تؤثر مباشرة على مفهوم المنافسة ومدى الإهتمام بها ، عند الحديث على الأعضاء المشاركين في تصميم وتنفيذ الإستراتيجية الإتصالية.

- المنخرطين أكثر قبولاً واعتماداً على الإتصال الغير الرسمي في إنجاز النشاطات بالجمعية ، وهذا يرون فيها من زيادة في سرعة الأداء وهذا بنسبة 56,66% بالمقارنة مع الأعضاء الدائمين.

- جنس الإناث أكبر مصادفة للمعوقات النفسية والاجتماعية التي تعيق عملية إعداد وتصميم الإستراتيجية وهذا بنسبة 29,92%.
- المستوى التعليمي للمكلفين بتسيير شؤون الإستراتيجية الإتصالية، يلعب دورا في مدى إيجاد المعوقات اللغوية كحاجز لتفعيل النشاطات بقلب الجمعية .
- المستوى الثانوي من المكلفين بتسيير شؤون الإستراتيجية الإتصالية بجمعية SDH ، هم أكثر إيجاد للمعوقات اللغوية التي تقف كحاجز لتفعيل النشاطات بقلب الجمعية ، عكس المستوى الجامعي.
- يتفق كل الأعضاء المكلفين بسير الإستراتيجية الإتصالية من منخرطين والأعضاء الدائمين على كون اللغة الفرنسية ، هي أكبر المعوقات اللغوية التي تقلل من الإستجابة للأنشطة بالجمعية ، وهذا لطبيعة البيئة المحيطة بالجمعية واللغة المتحدثة بمحيطها (اللغة العربية).
- الفئة العمرية الممتدة من 20 إلى 29 سنة هي الفئة الأكثر مصادفة للمعوقات النفسية والاجتماعية التي تعود بالسلب وتحول دون تحقيق للإستراتيجية الإتصالية بجمعية صحة سيدي الهواري.
- أهداف الجمعية المنوطة بالإستراتيجية الإتصالية لا تتأثر بمستوى التعليمي أو طبيعة عضوية المكلفين بتصميم هذه الإستراتيجية وتنفيذها ، وهذا لما تحمله هذه الأخيرة من وضوح وتدقيق يجعل كل الأعضاء لا يختلفون في الأهداف المنشودة وذلك رغم تضارب مستوياتهم.
- المستوى التعليمي و طبيعة العضوية يحد من طبيعة الفهم للرسالة الإتصالية الناجحة المعتمدة مع الشركاء لبلوغ نجاح المشاريع.

6-النتائج العامة لدراسة.

- الإستراتيجية الإتصالية بجمعية صحة سيدي الهواري ذات مدلول يوضح مباشرة السياسة المسيرة للإتصال داخل وخارج الجمعية ، حيث يضع الخطوط العريضة ثم التفصيل المتممة لذلك أخذاً بعين الإعتبار لمجموعة من المتغيرات.

- يساهم التخطيط الإستراتيجي في تفعيل مجموع نشاطات الجمعية ، الثقافية منها والإجتماعية وهذا بتحديد الأهداف بطريقة دقيقة و مدروسة تستجيب لمعطيات الجمعية المادية والمالية والبشرية، والتي يتم تفعيلها وتحريكها بالإتصال المخطط له بطريقة محكمة من متابعة البرامج من جهة والجمهور من جهة أخرى.

- يمثل كل من الإتصال السوسيو ثقافي ، التكوينات في مجال الإتصال المستمرة والمنظمة في الزمن ، وبرامج التبادل الثقافي وتنشيط مختلف التظاهرات والمهرجانات من أبرز النشاطات ذات الطابع الإتصالي بجمعية SDH والتي تحتاز على شطر واسع من نشاطات الجمعية ككل، وما إلى ذلك من الحملات الإعلامية ، التحسيسية والتوعوية.

- تساهم جمعية "صحة سيدي الهواري" وبفضل إستراتيجيتها الإتصالية في تقريب نشاطاتها للمواطن بصفة عامة وجمهورها خصوصا وبفضل الإتصال المباشر والإحتكاك المتواصل مع بيئة نشاطها و بالعديد من الأساليب الإتصالية من الأبواب المفتوحة لمقر الجمعية على مدار العام، إلى غير ذلك من أسلوب (الفم للأذن، الخيمة المتنقلة، قرع الباب) ونقل نشاطاتها لساحات العمومية.

- تعير جمعية "صحة سيدي الهواري" أهمية بالغة لوسائل الإتصالية بالمحاذاة مع المتبرعين والمنخرطين بالجمعية، حيث تعتبر الوسيلة الإتصالية ذات أهمية بالغة، فنجد الموقع الإلكتروني وصفحات الجمعية في مواقع التواصل الإجتماعي هي الأكثر تفعيلا في مجال إستقطاب المتبرعين والمنخرطين وهذا بعد التعريف بنشاطها بوتيرة متواصلة ومنظمة.

- تساهم الإستراتيجية الإتصالية في بناء وتحسين الصورة الذهنية للجمعية وهذا بفضل ما تعتمد عليه من أساليب إتصالية مميزة وفعالة تتجاوب مع طبيعة نشاطاتها وبيئتها ، ما يجعل الإتصال ذو مكانة بارزة في صنع هذه الصورة والحفاظ عليها.

- يساهم التخطيط الإستراتيجي للإتصال في تحسين عملية التواصل بين جمعية صحة سيدي الهواري مع الجمعيات الأخرى والمؤسسات وهذا بتحديد طبيعة الإتصال والنوع المتناسب مع الجمعية أو المؤسسة التي تريد SDH التواصل معها ، ثم تقوم بتنظيم هذا الإتصال وتخطط له من ناحية الموارد اللازمة لذلك من إمكانيات بشرية ، تقنيات ، معلومات، إذ يختلف هذا الأخير من جمعية لأخرى.

- تتم عملية صياغة الخطة الإستراتيجية الإتصالية التي تدير وفقها الجمعية بإتباع النموذج المختلط التي يشارك فيها أعضاء الجمعية في صياغة الخطة ، وهذا بتبني الخطة الحوار والنقاش كمبدأ لذلك، وتتم فيها متابعة مراحل عدة تستهل بتشكيل لجنة التخطيط ثم تحديد الأهداف وتوزيع المهام والمسؤوليات ، صياغة الرسالة ،دراسة البيئة الداخلية والخارجية ثم تنفيذ الخطة وتقييم الكلي والجزئي للإستراتيجية الإتصالية.

- جمعية صحة سيدي الهواري الإجتماعية الثقافية تعاني من معوقات تقف أمام تطبيق الإستراتيجية الإتصالية والتي تتمثل أساسا في المعوقات:المالية، النفسية الإجتماعية ثم القانونية التي ترتبط بطبيعة التنظيم الجماعي تؤثر وتعيق عملية تطبيق الإستراتيجية الإتصالية بالمشكل المخطط لها.

7- توصيات الدراسة:

وفقا لما توصلنا إليه من خلال النتائج المتحصل عليها في دراستنا هذه التي تناولنا فيها موضوع الإستراتيجية الإتصالية ودورها في تفعيل النشاط الجماعي وبعد تقييمنا لهذه الأخيرة بالجمعية خلصنا لتقديم مجموعة من الإقتراحات والتوصيات لتحسين من فعالية الإستراتيجية الإتصالية ومنها:

- زيادة وتطوير قدرات المنخرطين الذين يتم إشراكهم في التخطيط الإستراتيجي للإتصال وهذا بتكثيف وترقية إمكانياتهم في التخطيط جنبا لجنب مع الأعضاء الدائمين وهذا بحكم مسؤوليتهم في المستقبل في إعتراء لجنة التخطيط الإستراتيجي للجمعية.

- تفعيل الإتصال الرسمي بنشاطات الجمعية وإدراجه بشكل أكبر بكل أنواعه (الصاعد، النازل، الأفقي) دون تجاهل أحد هذه الأنواع الذي يعد من الأخطاء التخطيطية للإتصال في أي نوع من التنظيم.
- إجراء دراسة ميدانية إستطلاعية حول الصورة الذهنية الحقة ل "sdh" لدى جمهورها وعدم الإكتفاء بتفاعلات المتابعين على مواقع التواصل الإجتماعي .
- توظيف اللغة العربية بالمقدار الذي يتناسب مع طلبات الجمهور المتابع لنشاطات الجمعية وإمكانية مضاعفة كل مواقع الجمعية الفرنسية باللغة العربية للحد من مشكل اللغة الذي يعيق سيولة وفعالية الإتصال.
- التقليل أو الحد من الصعوبات التي تقف كحاجز أمام تطبيق الإستراتيجية الإتصالية مثلما هو مخطط لها مسبقا.
- المبادرة في التمويل الذاتي وخاصة بوجود مدرسة الورشة التابعة للجمعية والتخلي على انتظار المصادر الغير مضمونة وكذا التبعية التي تؤثر مباشرة على حرية واستقلالية الجمعية وكيف يمكن أن يؤثر هذا الأخير على السياسة العامة فيما فيها السياسة الإتصالية.
- إعتتماد المراقبة الضمنية عوض المباشرة وهذا لما لها من محاسن على راحة الأعضاء ونسبة أدائهم، فتعتبر المراقبة المباشرة أسلوب إتصالي غير لفظي ، وما لهذا الأخير من أثر على المراقبين، فيجب إعاة الإهتمام للإتصال الجسدي الذي ينقل رسالة إتصالية معاكسة للأهداف المنشودة (وهذا ما يدرج من مهارات الإتصال).
- ضرورة تقوية العلاقات الإنسانية أكثر ،للتستجيب للتنظيم الجمعي أولا الذي يحمل في مبادئه بلوغ غايات إنسانية إجتماعية سامية،وما لهذه العلاقات من مخلفات على الأداء وجودة النشاط في الدرجة الثانية،وما للإتصال من دور في نسج هذه العلاقات .

- تعديل منسوب الإتصال الغير الرسمي ثم مراقبة وقياس أثره على النشاطات بغض النظر عن واقع الإتصال في الجمعيات ولا يكون هذا الأخير بغير دراسته وتنميته لخدمة الإتصال الفعال بجمعية "SDH".

- تقوية نظام التحفيزات بالجمعية بشكله المادي والمعنوي لما له من دور في تقوية المسؤولية لدى أعضاء الجمعية وبلوغ درجة الولاء لديهم، وهذا ما يجدر القيام به بصفة منتظمة خاصة وكون الجمعيات يسيرها التطوع ولا مقابل تجاه بذل الجهد، ثم أنّ لهذه التحفيزات قدرة هائلة على تفعيل الإتصال في شكله الغير اللفظي والكتابي أي الإتصال الجسدي.

- ضرورة سد الفجوة الموجودة بين الأعضاء الدائمين والمنخرطين على مكانة المنافسة في التنظيم الجمعي وهذا بوضع سياسة للمنافسين والإستجابة لواقع قوة المجتمع المدني ونشاطه في الفترات الأخيرة ليتجانس مفهوم المنافسة لدى كلا الفئتين التي تعكس الإستراتيجية الإتصالية.

خاتمة عامة

تعتبر الجمعيات صورة من صور الحق الاجتماعي، وتتميز عنه بكونها دائمة و مستمرة بفضل الهيئات القيادية والتنظيم الإداري لها، فهي تلك المنظمة التي تنشأ بمبادرة من أشخاص تجمعهم على الأقل فكرة ، ومن خلالها يعملون على تحقيقها، حيث يتجاوز هذا التنظيم المنشأ من قبل فئة صغيرة في بدايتها لتصل إلى هياكل تنظيمية مؤسساتية تتولى تسييرها و تحقيق أهدافه، فمنها ما تتولى الإدارة و التسيير، و مكتب الجمعية الذي يعتبر الهيئة التنفيذية، فيما نجد الشق المالي الذي يعد عصب و قوام بقاء الجمعية و استمرار نشاطها، وعليه فإن تسيير الجمعية يقتضي إيجاد الموارد المالية بغرض تحقيق غاياتها التي تأسست من أجلها.

وللإدارة أهمية بالغة في الجمعية، فبمقتضاها تتجسد حرية الأعضاء في تسيير الموارد المتاحة وهذا بما تقوم به الإدارة من وظائف، عمليات، تخطيط، توجيه، تنسيق وتقييم.

ونجد الاتصال كمحرك أول لكل الوظائف السالفة الذكر، لذا وجب أن يتقيد بشروط وأسس يتم من خلالها التخطيط الأمثل للاتصال من خلال الإستراتيجية الاتصالية، إذ من الضروري أن تستجيب لمتغيرات البيئة الداخلية و الخارجية، و تقوم بدراسة الاتصال بأشكاله ونماذجه، ثم نجد كذلك توفير ما يتناسب من وسائل مع المنظمة، بناء العلاقات الاتصالية مع الشركاء، ديناميكية التفاعل مع الجمهور، نقل المعلومات و النشاطات أي مخرجات الجمعية و دراسة الصورة المتشكلة لها لدى الجمهور الخارجي، وكلها عبارة عن عمليات تقع على عائق الإستراتيجية الاتصالية.

ويكتسي الاتصال داخل جمعية صحة سيدي الهواري بوهان، أهمية كبيرة وهذا ما وقفنا عليه عند دراستنا لواقع و دور الإستراتيجية الاتصالية في تفعيل نشاطاتها، إذ يتضح هذا من خلال ما توليه الجمعية لهذا المجال من عناية خاصة، حيث يجمع أعضاء الجمعية باختلاف مسؤولياتهم و حرياتهم على كون الاتصال حقيقة تنظيمية لازمة تنعكس على واقع جمعية « SDH » في كل صغيرة و كبيرة.

كما أن الإستراتيجية الاتصالية لـ « SDH » ذات أطر منظمة ومحكمة: دراسة لمتغيرات البيئة والتخطيط للموارد المالية، تعتمد على الاتصال الرسمي بشكله الأفقي مستجيبا للتنظيم الجماعي الذي يستحضر ضعف الهرمية وما لها من إيجابيات على سهولة الاتصال و سيولتها ونجد إستراتيجية اتصالية ذات مرونة و استمرارية مرافقة للبرامج، كما أنها توضع على محك التقييم الجزئي والكلي.

كما نجد « SDH » تتفرد بميزات اتصالية منبثقة من جهود الإستراتيجية ذاتها، فالإتصال إلى جانب كونه مساهما في تفعيل نشاطات الجمعية، يعتبر من جهة أخرى جزءا من نشاطاتها من خلال تنظيم دورات تكوينية متواصلة ذات كفاءة عالية في مجال الإتصال والتواصل الفعال الناجح، ونجد أيضا العوامل النفسية والاجتماعية، فكلما فعل الإتصال بالشكل اللازم ساهم ذلك في تقوية وتوطيد العلاقات بين أعضاء الجمعية لنجد بعد ذلك مجموع السبل المعززة لربط أصول الشراكة و التعاون والتبادل في مختلف المجالات مع المؤسسات و المنظمات، ثقافية كانت أو تربوية، اجتماعية أو اقتصادية، فكل هذه النشاطات يكون لها الإتصال الدعامة الأساسية ومنها تتمكن « SDH » من تحقيق أهدافها، فبغض النظر عن المعوقات والأمور التي يجب تداركها في الإتصال واستراتيجيته تبقى « SDH » نموذجا يقتدى به في طريقة تفاعلها وتواصلها مع بيئتها.

يمكننا القول أن الإستراتيجية الاتصالية في " جمعية صحة سيدي الهواري " ذات دور ملموس في تفعيل نشاطاتها والقيام بها في المواعيد المخطط لها، كما يحاول القائمون عليها تطوير سبل الإتصال و تنميته لمواكبة ما بلغته من النجاح الجمعيات الأخرى، وهذا باكتساب أحدث التكنولوجيات وتكوين أعضائها ومواكبة التطور الحاصل في مجال الإتصال.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1 الكتب:

- 1- إبراهيم عبد المجيد دعاء ، دور مؤسسات و جمعيات المجتمع المدني في مراقبة العملية الانتخابية، ط1، در الفكر والقانون للنشر والتوزيع ،مصر ،2015.
- 2- ابراهيم محمد حسن، أثر الحكم بعدم دستورية قانون الجمعيات الأهلية، ط1 ،دار الكتب القانونية، مصر 2006
- 3- أبو المعيد أحمد العيد ، إعداد وتنظيم المؤتمرات والندوات، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،عمان.
- 4- أبو النصر مدحت محمد ، مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين، ط1، المجموعة العربية للتدريس والنشر، القاهرة 2012.
- 5- أبو نصر مدحت محمد، إدارة الجمعيات الأهلية في مجال رعاية وتأهيل ذوي الإحتياجات الخاصة، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2005.
- 6- أبو بكر مصطفى محمود ، الريدي عبد الله بن عبد الرحمن ، الإتصال الفعال، مدخل استراتيجي سلوكي لجودة العلاقات في الحياة والأعمال، دط، دار الجامعة للنشر، الإسكندرية، 2007.
- 7- أبوقحف عيسى السلام ، أساسيات الإدارة الإستراتيجية ، دط، دار الجامعة، دون بلد النشر، 1992.
- 8- أحمد إبراهيم حمزة، العمل الاجتماعي التطوعي ، ط1، دار المسيرة، عمان ،الأردن، 2015.
- 9- أحمد شيهاب بهيجة ، المدخل إلى الخدمة الإجتماعية، دط، جامعة مطبعة الوصل للنشر، دون بلد النشر، 1982.
- 10- الأسطة عبد القادر محمد ، أساسيات الادارة الإستراتيجية الحديثة، ط1، الاكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2016
- 11- آل فراي فريد ، آريستون تشارلز ، وآخرون، تسيير التخطيط الاستراتيجي للأعمال الصغيرة، ط1، مكتبة عيكان للنشر والتوزيع، الرياض 2007
- 12- الأمير وعد إبراهيم ، دور التلفزيون في قيم الأسرة، ط1، دار غيداء لنشر و التوزيع ،2012

قائمة المصادر و المراجع

- 13- أوقاسي لونيس ، منهجية البحث في العلوم الإنسانية و الإجتماعية، ط1، دار الأيام لنشر، عمان،الأردن،2017.
- 14- أوهابة فتيحة ، الاتصال الجمعوي إشكاليات نظرية، ط1، مؤسسة كنوز الحكمة، الأبيار ، الجزائر،2012.
- 15- البادي محمد ، التخطيط الاستراتيجي للاتصال، ط1، دار المهندس للطباعة، مصر 2005.
- 16- الوكيل محمد ابراهيم خيرى ، التطور الدستوري و التشريعي للجمعيات الأهلية ، دراسة مقارنة ، ط1 ، مركز الدراسات العربية ، القاهرة 2015.
- 17- الجميلي خيرى خليل ، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، ط1، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة،1997.
- 18- التركي وديع ياسين ، علم النفس الإجتماع، ط1، دار وفاء للنشر، مصر،2012.
- 19- الحريري محمد سرور ، ثقافة العلاقات الاستراتيجية في ادارة الشركات العالمية والمؤسسات الدولية العامة، ط1، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2016.
- 20- الحسن عيسى محمود ، الاذاعة والبرامج الجماهيرية، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان،الأردن،2009.
- 21- الخشمان ابراهيم ، مهارات الحاسوب وتطبيقاته، ط1، دار المعزز للنشر والتوزيع، عمان، 2012
- 22- الشميمزي أحمد بن عبد الرحمن ، مبادئ إدارة الأعمال، الأساسيات والاتجاهات الحديثة، ط10، مكتبة عبيكان للنشر، الرياض، 2014.
- 23- الضمور محمد ، التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية في القطاع العام، ط1،دار الحامد لنشر، الأردن،2011.
- 24- العطروسي محمد فهمي ، العلاقات الادارية في المؤسسات العامة والشركات، ط1، عالم الكتب، القاهرة،1969.
- 25- الغزاوي رحيم يونس ، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار الدجلة لنشر، عمان،2007.
- 26- العلاق بشير ، الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة، ط1، دار اليازورى العلمية، عمان، الأردن، 2014.
- 27- المفلح خضرة عمر ، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

قائمة المصادر و المراجع

- 28- الهاشمي مجد الهاشم ، تكنولوجيا الإتصال التريوي، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 29- الوادي محمود الحسين ، الزعبي علي فلاح ، أساليب البحث العلمي مدخل منهجي تطبيقي، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع،الأردن،2011.
- 30- بدر أحمد ، أصول البحث العلمي و إستخدام مصادر المعلومات ، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع،عمان،1999.
- 31- بن محمد الصغير صالح ، الجهود التطوعية و سبل تفعيلها،دط، جامعة الملك السعود، الرياض،دون سنة النشر.
- 32- بني حمدان خالد محمد ، وائل محمد ادريس، الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي منهج معاصر، اليازوري للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، دون سنة النشر .
- 33- بوحوش عمار ، محمود محمد ، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر ، الجزائر،2007.
- 34-بن مرسللي أحمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 35- تامر عبد الجبار عبد العباس السعيد، تسويات منازعات عقد ترخيص الهاتف اللاسلكي بالاتفاق على التحكيم، ط1، المركز العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر 2018.
- 36- جادرب محمد ، التخطيط الإستراتيجي ،منهج لتحقيق التميز التنافسي، دط، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،مصر،2016.
- 37- جدير ماثيو ، ترجمة أبيض ملكة ، منهجية البحث، ط1، بدون دار النشر،دمشق،2015.
- 38- حجاب محمد منير ، أساسيات البحوث الإعلامية و الإجتماعية ،ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،2006.
- 39- حجاب محمد منير ، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 40- حجاب محمد منير ، نظريات الإتصال، ط1،دار الفجر للنشر والتوزيع،القاهرة،2010.
- 41- حداد حسن ، تعال إلى حيث النكهة رؤى نقدية في السينما، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان،الأردن،2014.

قائمة المصادر و المراجع

- 42- حسن فرح توفيق ، مطر محمد يحيى ، الأصول العامة للقانون، ط1، دار الجامعة للنشر، بيروت ، 1988.
- 43- حسن مسلم عبد الله حسن ، مهارات الإتصال الإداري والحوار، ط1، دار المعترف للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 44- حسين محمود كريم، مهارات الاتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الاعمال، ط1، دار الحامد للنشر، عمان، 2010.
- 45- خضر إبراهيم خليل ، مهارات الاتصال، ط1، دار الجندي للنشر والتوزيع، القدس، 2013.
- 46- خضير كاظم محمود ، السلوك التنظيمي، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 47- دادي عدون ناصر ، الإتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الإقتصادية ، دراسة النظرية والتطبيقية، ط1، دار المحمدية لنشر، الجزائر، 2004.
- 48- تشيلي كمال ، منهجية البحث العلمي، منشورات جامعية، كلية الإقتصاد، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية
- 49- دمس مصطفى ، منهجية البحث العلمي في التربية و العلوم الإجتماعية، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 50- دليو فضيل ، الإتصال في المؤسسة مفاهيمه نظرياته ووسائله ، ط1، دارالفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 51- ديب هيثم عبد الله ، أحوال التخطيط الاستراتيجي، ط1، اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، دون سنة النشر.
- 52- زيد منير، الإستراتيجية الحديثة في إدارة التخطيط و التطوير، ط1، المعترف للنشر والتوزيع، عمان ، 2017.
- 53- زيدان سليمان ، العمق الاستراتيجي موقع التخطيط والمعلومات في صناعة القرارات، ط1، دار الزهران للنشر والتوزيع، الاردن، 2017.
- 54- سيد أحمد مصطفى ، البحث العلمي مفهومه و إجراءاته و مناهجه، ط2، دار الفلاح للطباعة والنشر، العين، 2003.
- 55- شرقاوي علي ، العملية الادارية : وظائف المدرسين، د ط، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2002.

قائمة المصادر و المراجع

- 56- صلاح الدين محمد عبد الباقي، السلوك الفعال في المنظمات، د ط، دار الجامعة الجديدة للنشر، القاهرة، 2000.
- 57- طارق عبد الرؤوف عامر، القيادة التربوية ومهارات التعلم، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، د بلد نشر، 2013.
- 58- طاني حميد ، العلاق بشير ، أساسيات الاتصال نماذج ومهارات، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
- 59- طلعت محمود منال ، مدخل إلى علم الاتصال، ط1، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، الاسكندرية، 2001، 2002.
- 60- عارف حسين محي الدين ، الاتصال الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات، ط1، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2014.
- 61- عبد الفتاح علي ، الاعلام الإجتماعي، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 62- عبد اللطيف فرهاد حسن ، إدارة المؤسسات الإعلامية، ط1، الجندارية للنشر والتوزيع، عمان، 2017.
- 63- عبد النبي عبد الله الطيب، إدارة المؤسسات الصحفية، د ط، دار أمواج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
- 64- عبد الهادي نبيل أحمد ، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دط، الأهلية لنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن، 2006.
- 65- عبيدات محمد ، أبو نصار و آخرون، منهجية البحث العلمي القواعد و المراحل و التطبيقات، ط2، دار وائل لنشر، عمان، 1999.
- 66- عدلي عصمت ، علم الاجتماع الأمني، ط2، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2011.
- 67- عظيمي أحمد ، منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراة في علوم الإعلام و الإتصال، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009.
- 68- علي ليلي ، مجتمع المدني العربي قضايا المواطنة وحقوق الإنسان، ط2، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة، مصر، 2013.
- 69- عليان ربحي مصطفى ، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

قائمة المصادر و المراجع

- 70- عمر المفلح حمزة ، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع ،عمان، 2014.
- 71- عودة محمد ، أساليب الاتصال والتعبير الاجتماعي، د ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1991.
- 72- عوض صابر فاطمة ، أسس و مبادئ البحث العلمي ، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع ، مصر ، 2002.
- 73- غريب عبد السميع ، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، ط1، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية.
- 74- فرجاني علي ، العلاقات العامة واستراتيجيات الاعمال، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع ،عمان، 2017.
- 75- فرح المبروك عمر عامر ، الأنشطة المدرسية، دار حميثرا للنشر والتوزيع ، مصر، 2016.
- 76- قاسم محمد ، مدخل إلى مناهج البحث العلمي، ط1، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، مصر، بدون سنة النشر.
- 77- قاسمي ناصر ، الإتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية، د ط، ديوان للمطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2011.
- 78- قنديل أمانى ، الإسهام الاقتصادي والاجتماعي للمنظمات الأهلية في الدول العربية، ط 1، الشبكة العربية للمنظمات الأهلية، القاهرة، مصر، 1999.
- 79- قنديلجي عامر ابراهيم ، الاعلام و المعلومات والانترنت، دط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 80- كراجة سائد ، المجتمع المدني في الوطن العربي، ط1، منشورات المركز الدولي للقوانين والمنظمات غير الهادفة للربح للنشر والتوزيع ، لبنان، 2006.
- 81- الكرخي مجيد ، التخطيط الإستراتيجي المبني على النتائج، دط، الريان لنشر والتوزيع، الدوحة، قطر، 2014.
- 82- لوني ميشال ، ترجمة بن سليمة صالح ، الإعلام الجديد، دط، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1993.
- 83- مجاهد جمال ، العلاقات العامة رؤية نظرية، ط1، دار المعرفة الجامعية، الجزائر، 2005.

- 84- محمد حسين سمير ، العلاقات العامة، ط2، عالم الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 1995.
- 85- محمد محمود مهدي، الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية، د ط، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة ،مصر، 2004.
- 86- محمد هاني محمد، الادارة الاستراتيجية الحديثة، ط1، دار المعترف للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- 87- محي الدين، عارف حسين، الاتصال الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات، ط1، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2015.
- 88- مدحت محمد أبو نصر، إدارة وتنظيم الاجتماعات كمخل لتطوير العمل بالمنظمة، ط 1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2012.
- 89- مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي الإعداد الوسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الرواق للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 90- مشاقبة بسام عبد الرحمان ، نظريات الإتصال، دط، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011.
- 91- معتز سيد عبد الله، إدارة التغيير التنظيمي، الأسس النظرية والمهارات والتطبيقات العلمية، ط2، مكتبة الانجلو مصرية، مصر، 2014.
- 92- ملحم حسن ، نظرية الحريات العامة، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981.
- 93- مؤيد سعيد سالم ، أساسيات الإدارة الإستراتيجية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005.
- 94- ناجي عبد النور ،النظام السياسي للجزائر من أحادية إلى التعددية السياسية، ط1، دار المحمدية للنشر والتوزيع ، الجزائر، 2006.
- 95- هلا سعيد، الإعاقة السمعية، دليل علمي وعقلي للآباء والمتخصصين، ط1، مكتبة الإنجلو المصرية، مصر 2015.
- 96- وحيد دويدري رجاء ، البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العلمية، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق، 2000.
- 97- وصفي عقيلي عمر ،الإدارة أصول و أسس ومفاهيم ،دط، دار الزهران للنشر والتوزيع ، عمان ،الأردن، 1979.

2 المجالات:

- 1- أ ملاوي حمد ابراهيم ، اهمية منظمات المجتمع المدني في التنمية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية، المجلد 24، العدد 2، 2008.
 - 2- أوهابية فتيحة ،آمال نواري،الإتصال الجمعوي أشكاله و أجياله و وسائله و اهدافه،مجلة العلوم الإنسانية، العدد9،جامعة محمد خضر،بسكرة،2006
 - 3- بن يحي فاطمة ، طعام عمر ، واقع الحرية الجمعوية في المجتمع الجزائري، مجلة البحوث و الدراسات الاجتماعية، العدد 11، جامعة الشهيد لخضر ، الوادي، جوان 2015.
 - 4- شينون أعمار ، غليط شافية ، النشاط الجمعوي للجمعيات الخيرية ودوره في بناء روح التكافل الإجتماعي في المنطقة "جمعية الإرشاد والإصلاح نموذجا" مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والإقتصادية، مجلد 07، العدد04، 2018.
 - 5- عبد الحميد سلامة ثريا ، التنافر المعرفي والمسؤولية الاجتماعية لدى طلبة الجامعة الهاشمية، مجلة الاردنية في علوم التربية، مجلد 12 عدد 1، 2016.
- 3 -الجرائد الرسمية والأطر القانونية.
- 1- قانون رقم 12-06 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل 12 يناير 2012 ، الصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية .
 - 2- القانون 31\90 ، المؤرخ في 17 جمادى الأول عام1411 ،الموافق 04 ديسمبر 1990، الصادر بالجريدة الرسمية العدد 53،المؤرخة في 1990/12/05.
 - 3- قانون رقم 15\87، المؤرخ في 21جويلية 1987، الصادر من الجريدة الرسمية العدد 31،الصادرة في 29يونو1987، المادة2
 - 4- الأمر رقم 79/71 المتعلق بالجمعيات (استدراك)، الجريدة الرسمية، عدد 05 الصادرة في 18 يناير 1972.
- 4-القواميس والمعاجم:
- 1- المنجد الأبجدي ، ط2، دار المشرق المطبعة الكاثوليكية، بيروت
 - 2- محمد عاطف غيت، قاموس علم الإجتماع ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، مصر، 1979

5- الأطروحات والرسائل.

- 1- أوشن سمية ، دور المجتمع المدني في بناء الأمن الوياتي في العالم العربي ،مذكرة ماجستير قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة باتنة، 2010
- 2- العمرى علي أحمد ، مفهوم الخدمة التطوعية ومجالاته،بحث منشور مقدم لمؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالسعودية، جامعة أم القرى ،مكة المكرمة،1997.
- 3- بوخنوق ياقوت ، الحرية الجموعية والعمل الثقافي في الجزائر، مذكرة ماجستير، تخصص علم الاجتماع السياسي، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية،جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2016/2017.
- 4- بوصنوبرة عبد الله ، الحرية الجموعية في الجزائر ودورها في ترقية طرق الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، رسالة دكتوراة، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، الجزائر.
- 5- بوغراب حدة، الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي بالمؤسسة الصناعية الجزائرية، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، تخصص تنظيم وعمل، جامعة مسيلة،2013/2014
- 6- تواتي أنور الدين ، الجمعيات وقانون المنافسة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم علوم السياسية ، جامعة الجزائر 1 ،2005.
- 7- جودي بن قيط ، إستراتيجية الإتصال الإداري للإستشفائية الجزائرية دراسة حالة للإدارة الاستشفائية ، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصالية، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر 3 ، بالاغواط، الجزائر، 2014.
- 8- رابحي حسن ، الحركة الجموعية والدولة في الجزائر ، مذكرة ماجستير ، كلية الحقوق بن عكنون ،الجزائر،2000/2001.

قائمة المصادر و المراجع

- 9- شبيري محمد صالح محمد ، اعتماد الجمهور اليمني على تغطية قناة اليمن الفضائية للالزمات
الحوادث حرب الحوثيين نموذجا، مذكرة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011.
- 10- فهد سلطان السلطان، إتجاهات الشباب الجامعي نحو العمل التطوعي، بحث منشور، مكتبة التربية
لدول الخليج العربي، 2009.
- 11- قادري محمد ، الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية بين النظرية والتطبيق، مذكرة ماجستير
في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم التجارية، تخصص إدارة الأعمال،
جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010.
- 12- قبائلي حياة ، إستراتيجية الإتصال الداخلي في المنظمة ، مذكرة ماجستير في علوم الاقتصادية وعلوم
التسيير، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، 2006.
- 13- مومني أسمهان ، إستراتيجية الاتصال الخارجي في شركات متعددة الجنسيات ، دراسة حالة
بمجموعة كوكا كولا ، مذكرة الماجستير، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2012.
- 14- نواري أمينة ، المجتمع المدني و التنمية المحلية في الجزائر، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم
السياسية، قسم العلوم السياسية، جامعة سعيدة، 2014.
- 15- نويوة الزهرة ، شريفي الخنساء ، فعالية الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر ، مذكرة
الماستر، كلية العلوم الانسانية الاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال
وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2016 / 1017.

المقابلات:

- 1- مقابلة مع السيد بريكسي كمال ، رئيس جمعية SDH .
- 2- مقابلة مع السيد بلمعلوفي الحواس ، مدير مدرسة الورشة لجمعية SDH.
- 3- مقابلة مع السيدة براهيمى آسيا ، النائبة الأولى لرئيس و مسؤولة التنظيم بين الجمعيات

- 4- مقابلة مع السيدة بلجنة عبير ، الأمين العام للمال والمسؤولة عن الموارد الموارد المالية للجمعية
 - 5- مقابلة مع السيد مفتاح فيصل مسؤول عن قسم "السمعي البصري" في جمعية SDH.
 - 6- مقابلة مع السيدة صنهاجي حنان، مسؤولة الإدارة والتنظيم.
 - 7- مقابلة مع السيدة كراشي محمد فاطمة الزهرة ، مسؤولة عن الإتصال الخارجي والعلاقات العامة
 - 8- مقابلة مع السيدة نور كوتر مسؤولة عن "الإتصال الداخلي بجمعية SDH".
- ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية:

- 1- Dagenais Bernard, le plan de communication, l'art de séduire ou de convaincre les autres, 10 eme tirage, les presses de l'université laval, sainte-foy, 1998.
- 2- Debbasch Charles , bourdin jaque, que sais je ? les association , 3eme edition, 1990.
- 3- Fric cobut, Dongean christine, la communication interne, 2^{eme} edition, edipro, belgique, 2014.
- 4- Grigory Pierre, milien jean marc, marketing, publicité, bordeaux, paris, 1994.
- 5- Le net Michel, la communication public, pratique des compagnes l'information, 1^{er} édition, édition la documentation français, paris 1992.
- 6- Maatouk Frederic , dictionnary of sociology , academia , Beirut , labanon.
- 7- magation jean louis, 100 fiche pour comprendre la stratigie d'entreprise, 2eme édition, breal edition, 2007.
- 8- Muchielli Alex, les sciences de l'information et de la communication , 1^{er} édition, édition hachette, paris .
- 9- sargis rousset Caroline, comptabilité general principes et application , 1^{er} edition, edition bachelor license , paris , France, 2014.

10- Tiry libaert , westphalen Marie hélène, comminicatore, toute communication d'entreprise, 6eme édition, dunode, paris, 2012.

11- westhalen Marie hélène, le dicom 1^{er} edition, triangle edition, paris, 1992.

ثالثا: المواقع الإلكترونية:

1- شاطر محمد، الاتصال الخارجي للمؤسسة، منتدى التحويل الإصلاحي، قسم علوم التسيير، علم

الإدارة أساسيات التسويق، موقع إلكتروني ، islamfin.y007.com/t1272topic

2- عمر عبد الرحيم نصر الله، مبادئ الاتصال التربوي والانساني، المرقع الإلكتروني.

<http://almeja.net/reading.php?idm=51481>

3- هایل جازي، مفهوم الجمعية، موقع إلكتروني "موضوع".

https://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%8

[4%D8%AC%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%A9](https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%A94%D8%AC%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%A9)

الملحق رقم (01): يمثل دليل المقابلة 01

السؤال الأول: ما هي السياسة المحركة للجمعية والمبادئ التي تسيّر وفقها؟

السؤال الثاني: بعد الملاحظة الاستطلاعية حول الجمعية والتي سبقت المقابلة، لاحظنا أن الجمعية مرت على عدة مراحل في تأسيسها وصولاً إلى وضعها الحالي، فهل يمكنكم الحديث عن أبرز هذه المراحل الإنتقالية؟

السؤال الثالث: ما هي مجموع الأهداف و الأنشطة التي تسعى جمعيتكم لتحقيقها؟

السؤال الرابع: ما هي المكانة التي توليها جمعيتكم للإتصال أي ما هو دور الإتصال في الجمعية؟

السؤال الخامس: على أي أساس تقوم جمعية صحة سيدي الهواري بإختيار شركائها و من تتعامل معهم؟

السؤال السادس: في ظل تعاملكم مع الجمعيات المحلية عموماً والأجنبية على وجه الخصوص، أين تصنفون جمعية SDH من خلال النشاط والفعالية؟

السؤال السابع: إلى جانب الأقسام والمصالح المسيرة نشاطات الجمعية، لاحظنا وجود مدرسة الورشة، فكيف يمكنكم التوفيق في تسيير كلتا المنظميتين؟

السؤال الثامن: ما هي الأهداف التي تسعى مدرسة الورشة بالجمعية لتحقيقها؟

السؤال التاسع: بالحديث عن الموارد البشرية، ما طبيعة العلاقة القائمة بينكم كمسؤولين وأعضاء الجمعية الآخرين من منخرطين، متربصين، الأعضاء الدائمة والمتطوعين؟

السؤال العاشر: كيف يمكنكم تقييم المحيط الذي تنشط فيه الجمعية وهل تستجيب الجمعية لطلبات وتطلعات هذه البيئة؟

السؤال الحادي عشر: معظم الجمعيات تجد الحواجز و المعوقات القانونية والمالية كأبرز حد يقف بينها وبين تحقيق أهدافها، فما تعليقكم حول ذلك؟

السؤال الثاني عشر: ماهي تطلعاتكم و الأهداف المرتقب تحقيقها في الفترات المقبلة ؟

الملحق رقم (02): يمثل دليل المقابلة 02

السؤال الأول: متى أضافت جمعية صحة سيدي الهواري إلى هيكلها التنظيمي مكتب أو خلية الاتصال؟

السؤال الثاني: برأيكم فيما يتمثل دور الخلية الاتصالية بجمعية صحة سيدي الهواري ؟

السؤال الثالث: ما هي الخطوات المتبعة في تأسيس وبناء الإستراتيجية الاتصالية؟

السؤال الرابع: كيف يتم تقييم الإستراتيجية الاتصالية؟

السؤال الخامس: برأيكم، هل تصبح العملية الاتصالية بشقيها الداخلي و الخارجي أصعب عند الحديث عن طبيعة الجمعيات و القانون المنظم لها؟

السؤال السادس: كيف تساهم لجنة السمعى البصري في تفعيل نشاطات الجمعية؟

السؤال السابع: كما أسلفتم الذكر، يتوفر قسم السمعى البصري على أستوديو تساهمون من خلاله في تفعيل نشاطات الجمعية ونقلها للجمهور الخارجي فهل تملكون كل التجهيزات والوسائل اللازمة أو تجدون نقصا فيها؟

السؤال الثامن: ما نوع الاتصال الأكثر استخداما بالجمعية وهل يلبي حاجات الجمعية؟

السؤال التاسع: هل من مجال للحديث عن المنافسة بين الجمعيات، رغم طابع التطوع والتبادل الذي يميز سياسة التنظيم الجمعوي ؟

السؤال العاشر: عند الحديث عن الإستراتيجية الإتصالية في شقها الخارجي يجدر بالضرورة الإشارة للعلاقات العامة، فما هي الخطوات التي تتبناها الجمعية لتسيير هذا المجال؟

السؤال الحادي عشر: هل من معوقات تعترضكم عند تجسيد و تطبيق النشاطات المنوطة بالخلية الاتصالية؟

الملحق رقم (03): يمثل دليل المقابلة 03

السؤال الأول: باعتبار الجمعية منظمة غير ربحية، فكيف توفر الجمعية مواردها المالية لتسيير مجموع نشاطاتها؟

السؤال الثاني : بغض النظر عن الممولين والشركاء هل من مصادر مالية أخرى تحظى بها الجمعية؟

السؤال الثالث : كيف يتم تخصيص و تقسيم هذه الميزانية لتستجيب لنشاطات الجمعية ؟

السؤال الرابع: كيف تقوم جمعية SDH بتغطية تكاليف الفواتير للجمعية من كهرباء، ماء، غاز...؟

السؤال الخامس: من خلال ما ذكرتم توضح لنا أن مداخل الجمعية ليست ثابتة بل متذبذبة، تبعا لهذا الواقع كيف يتم ضمان أجور الموظفين؟

السؤال السادس: كما سلف وذكرتم أن ميزانية المشاريع تحدد من قبل الأمين المالي، رئيس الجمعية والمسؤول عن المشروع، ثم تأتي مرحلة عرض الفواتير والتقارير النهائية للمشروع، فهل يتم إشراك نفس الأعضاء؟

السؤال السابع: هل فكرتم في محاولة بلوغ استقلالية الجمعية ماليا والتقليل من نسبة الإعتماد على الممولين؟

الملحق رقم (04): يمثل دليل المقابلة 04

السؤال الأول: ما هي المسؤوليات التي تقع على عاتقكم في مجموع النشاطات المؤدات في الجمعية؟

السؤال الثاني: مما ذكرتم يمكن حصر مجموع المهام في الإدارة والتنظيم كل من (الموارد البشرية المادية والمالية و المعلوماتية) فمن بينها أي مورد ترى فيه الجمعية صائعا للفرق؟

السؤال الثالث: ما هي مكانة ودور الاتصال في مختلف هذه المهام وكيف يساهم في تفعيل المهام والمسؤوليات؟

السؤال الرابع: ما هو الأسلوب الاتصالي الذي تدرجونه في عملية تنفيذ البرامج بشكل دوري؟

السؤال الخامس: من خلال تصريحكم نجد أن التنظيم في شقه الخارجي أي ما بين الجمعيات يحتل حيزا واسعا، فما هي الإستراتيجية المتبناة حيال ذلك؟

السؤال السادس: نجد أيضا مدرسة الورشة للجمعية تحتاج للتنظيم والإدارة، كيف تجدون هذا الحيز بوجود المتكونين؟

السؤال السابع : مدرسة الورشة التي تحمل شعار مدرسة المواطنة" تهتم بالفئة المهمشة وذات الاعتبار الخاصة في المجتمع، فهل من أساليب خاصة مسخرة لذلك؟

السؤال الثامن: تقومون بمتابعة الدروس المقدمة من قبل المدرسة، فكيف يتم اختيارها، وهل الشهادة المقدمة للمكونين تستجيب لمتطلبات سوق الشغل؟

السؤال التاسع: كيف تتم عملية التنسيق الإداري، وكيف تكون عملية تقييم النشاطات؟

السؤال العاشر: ما هي المعوقات التي تعترضكم في أداء المهام وهل من إجراءات أو حلول لذلك؟

البيانات الشخصية:

لجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى
للسن: ☐ من 20 إلى 29 سنة ☐ من 30 إلى 39 سنة ☐ من 40 إلى 49 سنة ☐
من 50 سنة فما فوق ☐
المستوى التعليمي: ☐

البلد: ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐
طبيعة العضوية في الجمعية: ☐ عضو دائم ☐ منخرط بالجمعية ☐

لمحور الأول : وقلع وبطبيعة إلستتاجي لقتل صلاي قبح عي ة (SDH)

1- هل لدى جمعية SDH خلية قتال؟

☐ نعم ☐ لا

2- ما دور الخلية القتالية في جمعية SDH؟ يمكن أن يكون أكثر من إجابة (

- وضع سياسة خاصة لكل الخلايا داخل وخارج الجمعية ☐

- تنظيم وفهم البيئة الداخلية والخارجية ☐

- تصميخ خطة تسير الخلايا في الجمعية ☐

- تحديد الحريات والمسؤوليات في عمل الخلية القتالية ☐

- شرح وتفسير دور الخلية القتالية في تحقيق أهداف الجمعية ☐

أخرى أذكرها.....

3- هل لدى جمعية بلتريجي قتاللية مكتوبة و موثقة ورقية؟

☐ نعم ☐ لا

4- هل تم إرسال جمعية علي قتل خطي طإلستريجي للصل البطريق من تنظيم؟

☐ نعم ☐ لا

5- إذا كانت الإجابة بـ نعم فكيف يكون ذلك؟ (يمكن أن يكون أكثر من إجابة)

- تحديد أهداف محددة. ☐

- تقييم قياسي أهداف. ☐

- مراعاة الوقت. ☐

- إختيار اللفاءات لأداء المهام. ☐

- دراسة المعلومات ومدى قابليتها لتحقيق أهداف ☐

6- ما هي الأهداف التي تسعى لاجمعي لتحقيقها من خلال الإستراتيجية الإحصائية ؟

المتعني بالاجمعي و كسب التأييد لها ☐

نقل نشاطات لاجمعي إلى لجمهور الخارجي ☐

تفعيل الإحصاءات لعرض لاجمعي ☐

وضع سياسة إحصائية ناجحة لجذب شركاء ☐

الاجتماعات لطلب أفضل لتوفير لامن اخ للمسبب لعمل ☐

7- من يتم إشراكه في بناء وتصميم الإستراتيجية الإحصائية ؟

- متخصصين خارجيين. ☐

-الأعضاء الداخليين ☐

من خريطين ☐

-شركاء الاجمعي ☐

8- هل عملي التخليط الإحصائي لاجمعي لاطمئنان لجمهوره ؟

الاقرب ☐ المتوسط ☐ البعيد ☐

9- هل تظل الإستراتيجية الإحصائية مثبتة ولا تتغير ؟

نعم ☐ لا ☐

10- إذا كنت الإجابة ب "لا" فأي حال لا تتغير ؟

لست جادة لتغييرات الهيكلية ☐

-لإتمام جداول الأعمال المتوسل لها ☐

ففي حالة الأزمات المتوالية ☐

-عند التخليط الحثي ☐

أخرى أذكرها.....

11- ما هي الأمثلة التي أخضعها للإحصاءات لاجمعي ؟

السياسة العامة لاجمعي ☐

العلاقات مع شركاء الأجل ☐

الهيئة العامة ☐

الميزانية العامة ☐

12- هل الإستراتيجية الإحصائية لاجمعي تتسارع في مواجهة التغيرات الخارجية ؟

☐ لا

☐ نعم

13- إذا ظننت الإجابة بالعمليين يظن ذلك؟

لكن عرف على إنق اطضع وقوة ال جمعيات المفلسة واستغلالك لصال الحكم ☐

- الإقتداء بالناماذج الناجحة من الجمعيات المفلسة ☐

- إطلاع على الإنترنت على ألتأثير حثافي مجال تنهيري ال جمعيات وتقييمها حسب
تغيراتها ☐

14- متى يتم تقويم الإنترنت على الإطلاق؟

بصفة دورية ☐ عند حدوث أزمة ☐ عند نهاية اليرامج لسنوية ☐

ل محولين اني إلتارت حجة الإلتطوي في واقع ش اطاط حجي SDH

15- هل تعتقد أن الإنترنت حجة لإصل الي قسا مف يتنظم الأنشطة في لجمعيات بدرجة؟

كبيرة ☐ متوسطة ☐ صغيرة ☐

16- تتساهم الإستراتيجية للإصل في فية حري الأنشطة في لجمعيات وتفضل؟

- الةبلاغة مستمر في خريطين ☐

- مرقة اليرامج ☐

تسهل عمل لةك واصل ليين مطلق أطفو بال جمعيات ☐

متغير الم عمل ومات ووضوحها ☐

- ا عال م وبسولة الاخبار والأية ☐

17- ما هي الوسائل الإصلية ألتو إستعمل للافير إلتياجات من عمل وماتت جيزات, فلتراد)

لتطبيق الأنشطة في لجمعيات؟

المدبوعات ☐

- الأتريبت ☐

الاهاتف ☐

- الأتريلات ☐

مجلة لجمعيات ☐

للمل صقات ☐

الحملاات الإعلاية ☐

الخدمات لالقاءات ☐

18- ما نوع الإصـال للرسـمـي الأكثر تـطـرفـي مـن فـنـشـاطـات الـجـمـعيـة؟

☐ -الإصـال الصـاعـد

☐ -الإصـال النـازـل

☐ -الإصـال اتـقـي

19- هل يتفقـون أن الإطـلـال غـيـر الـوسـمـيـيـسـا هـمـي زـيـادـة سـرـعـة الأـدبـال جـمـعيـة؟

☐ نـعـم ☐ لا

20- تـظـفـل الـجـمـعيـة إـسـتـعـمـال وـسـطـل الإصـال الـجـمـايـيـة لـتـغـطـي قـتـظـا مـرـكـهـا وـشـاـيـعـهـا؟

☐ نـعـم ☐ لا

21- إذا كـثـرت الإـجـبـة بـنـعـم فـمـا هـي الـسـيـلـة لـلـثـر إـعـمـاداً؟

☐ الـتـلـفـيـون

☐ -الإذـاعـة

☐ الـمـلـقـوبـة

☐ الـسـيـنـمـا

22- هل الـمـوقـع الـلـتـرـنـي و مـوقـع الـتـواصـل إلـيـنـجـمـايـيـة هـيـلـيـتـيـضـمـنـيـولـة الـمـعـلـومـة

وآيـةـهـا؟

☐ نـعـم ☐ لا ☐ أـحـيـلـا

23- تـمـتـلـجـأ الـجـمـعيـة لـتـعـمـال الإـنـجـمـاع الـكـأسـلـوب إلـصـال؟

بـصـفـة دـوـيـة هـيـظـمة ☐ بـعـد الـشـاط ☐ قـبـل أيـشـاط ☐ فـي الـحـالـتـلـضـرـوـيـة ☐

24- تـمـتـلـجـأ الـجـمـعيـة لـتـخـدـم الـسـلـوب الـنـعـي ؟

☐ -لـتـنـقـطـا بـلـلـشـركـه لـتـمـيـلـلـمـشـاـيـع

☐ لـجـذب الـتـطـوـيـيـن

☐ لـجـذب الـمـقـيـن بـتـكـيـن مـجـلـا جـمـعيـة

أخـرى أذـكـرـهـا.....

25- هـيـفـيـسـا هـمـكـيـمـمـلـجـيـد لـسـالـة تـلـصـالـيـفـيـن جـاـح مـرـوايـة لـمـشـتـرـكـيـن جـمـعيـة

SDH و لـجـمـعيـات الـأخـرى؟

☐ بـفـضـل و ضـو حـالـسـالـة و قـتـهـا

☐ بـفـضـل الإـنـجـيـار الـمـسـبـولـيـلـة

☐ بـفـضـل إـنـجـيـار الـقـتـال فـيـلـسـالـر سـالـسـالـة

26- في فنتس اهل البيت ربحي بتلخيص القضي في جذب واستيق طاب ال جم مورال خارجي؟

للصورة الذهني فاحسن لتكن جحت ال جم عي قيت كن ها ☐

- طيع ال مضامين ال مشروعة في موقالت واصل الإجماعي ☐

- الأي قين شر المعلومات ☐

- إل تخكاك و إلص ال بمثل رب الهية ☐

- لم ام لاجم عي ق غطية مطلق فنش اطقها من قبل ال صرافة ☐

ال محو ال مثال شخص عوبات وم عي ق استبطي ق إل سترا تيج إل تصلي قبل جم عي .

27- هل تواجهون عوقا لتلقاء إعداد الإيتريجي بتلخيص الية لجم عي؟

غالب ☐ أم لا ☐ نادرا ☐

28- ملي عدائش راك ال فخرطي بللاجم عي ق في علي ع صرن بل قرار علق أم ام ب خ اذه؟

نعم ☐ لا ☐

29- إذا كنت إل حجة ب ن عم ق في ملي ك من ذلك؟

- اختالف في ألراء ☐

- استغراق مدة زمني مكبر ☐

- قلة خبرة ☐

مشارك أعضاء سريين أم هل هم خال فللصال حل علم للجم عي ☐

30- ملي لمن تصري فلل غة ك أح دال م عي ق استلف عي ل الأشطة؟

نعم ☐ لا ☐

31- إذا كنت إل حجة ب ن عم قم ملي ل غلق لت ي ترا ه الفل ك؟

- الإعتد على لال غة الاخوية ☐

- استخدام أسلوب لغوي مقلدة ☐

- الإعتد على لال غة ظلم حلية وأل سربال عامي ☐

32- تعبو المورد ال ملية واليزلية من بلرز م عي ق اتبل و غ أل مدافبل غل بال جم عي ات ف هل

ت عاني جم عي ك من هذا الشئ كل؟

نعم ☐ لا ☐

33- ميني ال حواجز التي ت حول دوت حقيق الإيتريجي بتلخيص الية و طع يبال جم عي اتن جد

لام عي ق اتلف سري و إل نجام عي ف هل ن جد ل نل هذه ل م عي ق اتب جم عي ك م؟

نعم ☐ لا ☐

34- إذا كنت الإجابة ب "نعم" في ملتقى؟

- ☐ - عدل مشعور بالإنتم إلى جمعة
- ☐ - إلهي أسبقك ص ولك عذر أمام الله وأولين
- ☐ - قلل ثقيل بقين أعضاء الجمعة
- ☐ - المراقبة للباشرة من قبل المأسرة أولين
- ☐ - عدم الإقحام بين نظام التفتيات
- ☐ - عدم ألخفيعين الإيعاد للفرق والالتفات خاصة

35- ملتقى الجمعة من قبل آليات وتلفن لوحيات للإصال؟

نعم ☐ لا ☐

36- هل يؤثر الإصالة غير الوسيه سلباً على فعالية الأنشطة للجمعة؟

نعم ☐ لا ☐

37- في حالة الإجابة ب "نعم" في أي من النقاط؟

- ☐ إنبتشار الإشاعات
- ☐ متشويهاً على ومات
- ☐ يقلل من الأداء في جدال جوية
- ☐ - ظهور الصراع

38- هل بدون القبول لكم عيق أمام أنشطتكم بالجمعة؟

نعم ☐ لا ☐

39- في حال الإجابة ب "نعم" في أي من النقاط؟

- ☐ - تحديد من حريه صميم الإبتداعية للإصل إلى
- ☐ - يقلل من فرص تحقيق الأشطقي للجمعة
- ☐ - كثرة الإجراءات التي يتسبب الأنشطة

40- ما هي الاقتراحات التي يمكن أن تقدمها لتعضوا الجمعة حالي في قضاء إستراتيجياتها؟

فعالة لتحقيق مخطي فلن نشطة المخرج وبلوغه؟.....

.....

.....

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الإعلام والاتصال
تخصص: الاتصال التنظيمي

استمارة استبيان بعنوان:

دور الإستراتيجية الاتصالية في تفعيل النشاط الجماعي في الجزائر.
دراسة حالة لجمعية صحة
سيدي الهواري بوهان سنة 2019.

في إطار إنجاز مكررة لنيل شهادة المهترفي لغوم إل عال م والاصال تخصص
الاصال للتطيمي حول "دور الإستراتيجية الاتصالية في تفعيل النشاط الجماعي في
الجزائر" قع اعني ان اعلى جمعتكم محل لدراسيتي افنرجو انكم لتعاون معي اومس اعثنا
في بناء دعائم هذا البحث العلمي ولتم املوت تمة التي تكون عن طريق اللمجة الواضحة
والصاقه على الاستمارة للموضوع تعين ليكم وفي فاحي طلكم لغما أن هذه الامغومات
ستقى سرية والتستعمل في غير الدراسات وللحوث اللغمية محل شركر لاسبق لتعاونكم
معنا.

ملاحظة: يرجى وضع علامة (x) في الخانة المناسبة.

تحت إشراف الأستاذ:

"محمد أمزيان برغل"

من أعداد الطالبتين:

- يمينه أبواحي

- سكيمة أعراب

السنة الجامعية: 2019/2018

فهرس المحتويات

كلمة الشكر .

إهداء .

ملخص الدراسة .

مقدمة.....أ.

الجانأ الأول: الإطار المنهجي

- 1- إشكالية وتسؤلات الدراسة.....06
- 2- أسباب إختيار الموضوع.....09
- 3- أهمية الدراسة.....10
- 4- أهداف الدراسة.....10
- 5- نوع الدراسة.....11
- 6- منهج الدراسة وأدوات جمع المعلومات12
- 7- مجتمع البحث وعينة الدراسة.....21
- 8- حدود الدراسة.....26
- 9- تحديد المفاهيم.....27
- 10-الدراسات السابقة32

الجانأ النظري

الفصل الأول: الإستراتيجية الإتصالية والتخطيط الإستراتيجي للإتصال .

- تمهيد.....47
- المبحث الأول: تعريف الإستراتيجية الاتصالية ومبادئها48

52.....	المبحث الثاني: أنواع الإستراتيجية الاتصالية.....
56.....	المبحث الثالث: أهمية الإستراتيجية الاتصالية
57.....	المبحث الرابع: مراحل إعداد الإستراتيجية الاتصالية.....
64.....	المبحث الخامس: طرق وخطوات التخطيط الاستراتيجي للإتصال.....
68.....	المبحث السادس: معوقات التخطيط الاستراتيجي للإتصال.....

الفصل الثاني: نظرة عامة على الجمعية كتنظيم.

72.....	تمهيد.....
73.....	المبحث الأول: تعريف الجمعية.....
82.....	المبحث الثاني: شروط وخطوات تأسيس الجمعيات.....
87.....	المبحث الثالث: أنواع الجمعيات.....
90.....	المبحث الرابع: أنواع الأنشطة الجمعوية و أهدافها.....
93.....	المبحث الخامس: معوقات النشاط الجمعوي.....
95.....	المبحث السادس: العوامل التي تساعد على نجاح العمل و النشاط الجمعوي.....
99.....	خلاصة الفصل.....

الفصل الثالث: طبيعة الإتصال في الجمعيات.

101.....	تمهيد.....
102.....	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي.....
106.....	المبحث الثاني: أنواع الإتصال في الجمعيات.....
114.....	المبحث الثالث: وسائل الإتصال في الجمعيات.....
119.....	المبحث الرابع: أهداف الإتصال في الجمعيات.....

المبحث الخامس: نظريات الإتصال.....	126
المبحث السادس: معوقات الإتصال.....	131
خلاصة الفصل.....	133

الإطار التطبيقي: التحليل الكمي و الكيفي للبيانات .

1- لمحة عن جمعية صحة سيدي الهواري.....	136
2- المشاريع التي قامت بها جمعية SDH خلال سنة 2019م.....	146
3- طرق ومراحل إعداد الإستراتيجية الاتصالية في جمعية صحة سيدي الهواري.....	149
4- التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة والمركبة.....	157
5- النتائج الجزئية للدراسة.....	249
6- النتائج العامة للدراسة.....	255
7- توصيات الدراسة.....	257

خاتمة عامة

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

فهرس الجداول:

رقم	العنوان	الصفحة
01	جدول يوضح رزمانة إنجاز المقابلات	19
02	يمثل توزيع العينة حسب الأقسام في الجمعية	25
03	يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.	157
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب السن	158
05	يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي	159
06	يبين توزيع المفردات حسب طبيعة العضوية بالجمعية.	160
07	يؤكد وجود الخلية الإتصالية بالجمعية.	162
08	يبين دور الخلية الإتصالية بالجمعية.	163
09	يمثل وجود إستراتيجية إتصالية مكتوبة وموثوقة ورقيا في الجمعية.	165
10	يمثل التزام ممارسة التخطيط الاستراتيجي للاتصال بطريقة منظمة من عدمه.	166
11	يبين ماهية التخطيط الاستراتيجي للاتصال داخل الجمعية.	167
12	يمثل الأهداف التي تسعى الجمعية إلى تحقيقها من خلال الإستراتيجية الاتصالية .	169
13	يوضح الأفراد الذين يتم إشراكهم في تصميم الاستراتيجية الاتصالية للجمعية	171
14	يمثل المدى الذي تتخذه عملية التخطيط الاستراتيجي للاتصال	172
15	يمثل ثبات الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية من عدمه.	174
16	يبين حالات تغير الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية.	175
17	يبين الأمور التي تأخذ بعين الاعتبار عند تصميم الإستراتيجية الاتصالية في الجمعية	177
18	يمثل مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في مواجهة المنافسة الخارجية من عدمه	178
19	يمثل كيفية مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في مواجهة المنافسة	180
20	يمثل دورية تقييم الإستراتيجية الاتصالية للجمعية.	182
21	يمثل درجة مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في تنظيم الأنشطة بالجمعية.	183
22	يمثل كيفية مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في تجسيد الأنشطة في الجمعية	184
23	يبين وسائل الاتصال الأكثر استعمالا في الجمعية لتوفير الاحتياجات لتطبيق الأنشطة.	186
24	يمثل مساهمة الاتصال الغير الرسمي في زيادة وتيرة الأداء بالجمعية من عدمه.	188
25	يمثل اعتماد الجمعية على استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية لتغطية تظاهراتها	190
26	يبين الوسيلة الجماهيرية الأكثر استعمالا من طرف الجمعية لتغطية تظاهراتها ومشاريعها.	191
27	يمثل مساهمة الموقع الإلكتروني وموقع التواصل الإجتماعي للجمعية في ضمان سيولة المعلومة وأنيتها	192

194	يمثل أوقات لجوء الجمعية لاستعمال الاجتماعات كأسلوب للاتصال.	28
195	يمثل أهداف لجوء الجمعية لاستخدام الأسلوب الإقناعي.	29
197	يوضح نوع الاتصال الرسمي الأكثر تطبيقاً في مختلف النشاطات الجمعية	30
199	يمثل كيفية مساهمة التخطيط الجيد للرسالة الاتصالية في إنجاح المشاريع المشتركة بين جمعية SDH والجمعيات الأخرى.	31
200	يمثل طرائق مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في جذب واستقطاب الجمهور الخارجي.	32
202	يمثل دورية مواجهة الأعضاء لمعوقات أثناء إعداد الإستراتيجية الاتصالية	33
204	يمثل إمكانية اعتبار إشراك المنخرطين في صنع القرار عائق أمام إتخاذ.	34
205	يبين الحالة التي يكون فيها المنخرطون عبارة عن عائق أمام اتخاذ القرارات.	35
206	يمثل إمكانية اعتبار اللغة كأحد المعوقات لتفعيل النشاط الجماعي	36
208	يمثل اللغة والأسلوب الذي يكون معيق أمام تفعيل النشاط الجماعي.	37
209	يمثل إمكانية اعتبار الموارد المالية معيقاً أمام بلوغ الأهداف	38
211	يمثل إمكانية اعتبار المعوقات النفسية والاجتماعية مشكلاً أمام تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية.	39
212	يمثل الحالات التي تكون فيها المعوقات النفسية مشكل أمام تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية.	40
214	يمثل توفر الجمعية على تجهيزات تكنولوجيات الاتصال.	41
216	يمثل تأثير الاتصال الغير الرسمي سلباً على فعالية الأنشطة بالجمعية.	42
217	الكيفية التي يؤثر فيها الاتصال الغير الرسمي بالسلب على فعالية الأنشطة.	43
218	يمثل مدى اعتبار القانون معيقاً أمام تنفيذ الأنشطة بالجمعية.	44
220	يمثل الحالات التي يكون فيها القانون معيقاً أمام الأنشطة في الجمعية.	45
222	علاقة كل من متغير المستوى التعليمي ومتغير طبيعة العضوية بالجمعية بفهم الأهداف التي تسعى الجمعية لتحقيقها من خلال الإستراتيجية الاتصالية	46
226	يمثل علاقة متغير طبيعة العضوية في الجمعية ومساهمة الإستراتيجية الاتصالية في مواجهة المنافسة الخارجية	47
228	يمثل علاقة متغير طبيعة العضوية في الجمعية بمدى مساهمة الاتصال الغير الرسمي في زيادة سرعة الأداء.	48
230	يمثل علاقة متغيري المستوى التعليمي وطبيعة العضوية في الجمعية بمساهمة التصميم الجيد للرسالة الاتصالية في إنجاح مشاريع المشتركة بين جمعية SDH والجمعيات الأخرى.	49

234	علاقة متغير طبيعة العضوية بالجمعية بمدى مساهمة الاستراتيجية الاتصالية بجذب واستقطاب الجمهور الخارجي.	50
238	يبين علاقة متغير الجنس بالمعوقات التي يواجهها الأعضاء والمنخرطين أثناء إعداد الإستراتيجية الاتصالية.	51
240	يبين علاقة متغيرات السن والجنس وطبيعة العضوية بالجمعية باعتبار المعوقات النفسية والإجتماعية من بين الحواجز التي تحول دون تحقيق الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية.	52
244	: يبين علاقة المتغيرات الجنس، السن، طبيعة العضوية في شكل هذه المعوقات بالجمعية.	53

فهرس الأشكال:

الصفحة	العنوان	رقم
17	يمثل أنواع المقابلات.	01
49	مخطط توضيحي للإستراتيجية المنظمة.	02
59	يمثل البيئة الخارجية للمؤسسة	03
63	يمثل مراحل إعداد إستراتيجية الإتصال داخل المؤسسة	04
66	يمثل طريقة التخطيط من أعلى إلى أسفل	05
67	يمثل طريقة التخطيط من أسفل إلى أعلى.	06
104	يمثل عناصر التقليدية للعملية الاتصالية.	07
104	يمثل عناصر العملية الاتصالية في مفهومها الحديث.	08
110	أنواع الشبكات الإتصال المركزي	09
111	يمثل أنواع شبكات الإتصال اللامركزي	10
130	يوضح أهداف الإتصال الإجتماعي	11
146	يمثل الهيكل التنظيمي لجمعية صحة سيدي الهواري.	12
150	يوضح التخطيط بالطريقة المختلطة في الجمعية	13
154	يوضح خطوات إعداد الإستراتيجية الاتصالية في الجمعية	14
157	يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.	15
158	يبين توزيع أفراد العينة حسب السن	16
159	يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي	17
161	يبين توزيع المفردات حسب طبيعة العضوية بالجمعية.	18
162	يؤكد وجود الخلية الاتصالية بالجمعية.	19
163	يبين دور الخلية الاتصالية بالجمعية.	20
165	يمثل وجود إستراتيجية إتصالية مكتوبة وموثوقة ورقيا في الجمعية.	21
166	يمثل التزام ممارسة التخطيط الاستراتيجي للاتصال بطريقة منظمة من عدمه.	22
167	يبين ماهية التخطيط الاستراتيجي للاتصال داخل الجمعية.	23
169	يمثل الأهداف التي تسعى الجمعية إلى تحقيقها من خلال الإستراتيجية الاتصالية .	24
171	يوضح الأفراد الذين يتم إشراكهم في تصميم الاستراتيجية الاتصالية للجمعية	25

173	يمثل المدى الذي تتخذه عملية التخطيط الاستراتيجي للاتصال	26
174	يمثل ثبات الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية من عدمه.	27
175	يبين حالات تغير الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية.	28
177	يبين الأمور التي تأخذ بعين الاعتبار عند تصميم الإستراتيجية الاتصالية في الجمعية	29
179	يمثل مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في مواجهة المنافسة الخارجية من عدمه	30
180	يمثل كيفية مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في مواجهة المنافسة	31
182	يمثل دورية تقييم الإستراتيجية الاتصالية للجمعية.	32
183	يمثل درجة مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في تنظيم الأنشطة بالجمعية.	33
185	يمثل كيفية مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في تجسيد الأنشطة في الجمعية	34
187	يبين وسائل الاتصال الأكثر استعمالا في الجمعية لتوفير الاحتياجات لتطبيق الأنشطة.	35
189	يمثل مساهمة الاتصال الغير الرسمي في زيادة وتيرة الأداء بالجمعية من عدمه.	36
190	يمثل اعتماد الجمعية على استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية لتغطية تظاهراتها	37
191	يبين الوسيلة الجماهيرية الأكثر استعمالا من طرف الجمعية لتغطية تظاهراتها ومشاريعها.	38
193	يمثل مساهمة الموقع الإلكتروني وموقع التواصل الإجتماعي للجمعية في ضمان سيولة المعلومة وأنيتها	39
194	يمثل أوقات لجوء الجمعية لاستعمال الاجتماعات كأسلوب للاتصال.	40
196	يمثل أهداف لجوء الجمعية لاستخدام الأسلوب الإقناعي.	41
197	يوضح نوع الاتصال الرسمي الأكثر تطبيقا في مختلف النشاطات الجمعية	42
199	يمثل كيفية مساهمة التخطيط الجيد للرسالة الاتصالية في إنجاح المشاريع المشتركة بين جمعية SDH والجمعيات الأخرى.	43
201	يمثل طرائق مساهمة الإستراتيجية الاتصالية في جذب واستقطاب الجمهور الخارجي.	44

203	يمثل دورية مواجهة الأعضاء لمعوقات أثناء إعداد الإستراتيجية الاتصالية	45
204	يمثل إمكانية إعتبار إشراك المنخرطين في صنع القرار عائق أمام إتخاذه.	46
205	يبين الحالة التي يكون فيها المنخرطون عبارة عن عائق أمام اتخاذ القرارات.	47
27	يمثل إمكانية اعتبار اللغة كأحد المعوقات لتفعيل النشاط الجماعي	48
208	يمثل اللغة والأسلوب الذي يكون معيق امام تفعيل النشاط الجماعي.	49
210	الشكل رقم(50) يمثل إمكانية اعتبار الموارد المالية معيقا أمام بلوغ الأهداف	50
211	يمثل إمكانية اعتبار المعطيات النفسية والاجتماعية مشكلا أمام تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية بالجمعية.	51
213	يمثل الحالات التي تكون فيها المعوقات النفسية مشكل أمام تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية.	52
215	يمثل توفر الجمعية على تجهيزات تكنولوجيايات الاتصال.	53
216	يمثل تأثير الاتصال الغير الرسمي سلبا على فعالية الأنشطة بالجمعية.	54
217	الكيفية التي يؤثر فيها الاتصال الغير الرسمي بالسلب على فعالية الانشطة.	55
219	يمثل مدى اعتبار القانون معيق أمام تنفيذ الأنشطة بالجمعية.	56
220	يمثل الحالات التي يكون فيها القانون معيق أمام الأنشطة في الجمعية.	57