

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بعنوان:

## واقع الاتصال الديني في مؤسسة المسجد "دراسة ميدانية بمسجد سلّمان الفارسي نموذجاً تيارت"

تحت إشراف الأستاذ:

بعلي محمد

إعداد الطلبة:

• خلوفي محمد الأمين

• علوش محمد

السنة الجامعية: 2015/2014

## كلمة شكر وتقدير

نحمد الله تعالى الحمد كله ونشكره الشكر جميعه على توفيقه لنا في

إنجاز هذا العمل

ربنا لك الشكر إلى أن ترضى ولك الشكر عندما ترضى ولك الشكر بعد

الرضا.

لابد لنا وأن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة نعود

إلى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا

الكثير باذلين بذلك جهودا كبيرة في بناء جيل الغد لتبعث الأمة من جديد

ونخص بالذكر أستاذنا الفاضل السيد : "بعلي محمد" الذي أفادنا

بإرشاداته وملاحظاته القيمة الذي لازمنا طيلة مدة البحث ...

إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال .

## الفهرس

- كلمة شكر وتقدير

- الفهرس

- مقدمة

الصفحة

### الإطار المنهجي

01..... - الإشكالية

01..... - التساؤلات

02..... - الفرضيات

02..... - أهمية الدراسة

03..... - أهداف الدراسة

03..... - أسباب اختيار الموضوع

04..... - تحديد المصطلحات

10..... - منهج الدراسة

12..... - أدوات الدراسة

15..... - الدراسات السابقة

19..... - صعوبات الدراسة

### الإطار النظري

#### الفصل الأول: ماهية الاتصال الداخلي

20..... - تمهيد

21..... - المبحث الأول : مفهوم العملية الاتصالية

21..... - المطلب الأول: أ- تعريف الاتصال

24..... - ب- تعريف الاتصال الداخلي

- المطلب الثاني : عناصر العملية الاتصالية .....26
- المطلب الثالث: أنواع و مستويات الاتصال الداخلي.....29
- أنواع الاتصال الداخلي.....29
- مستويات الاتصال الداخلي.....36
- \_ المطلب الرابع: وسائل الاتصال الداخلي و شبكاته.....38
- 1- وسائل الاتصال الداخلي.....38
- 2- شبكات الاتصال الداخلي.....48
- المبحث الثاني: دور الاتصال داخل المؤسسة و مشاكله.....54
- المطلب الأول: أهمية الاتصال داخل المؤسسة.....54
- المطلب الثاني: أهداف الاتصال داخل المؤسسة.....56
- المطلب الثالث: وظائف الاتصال داخل المؤسسة.....60
- المطلب الرابع: معوقات الاتصال داخل المؤسسة.....62
- خاتمة.....67

### الفصل الثاني: ماهية الاتصال داخل المؤسسة.

- تمهيد.....68
- المبحث الأول: مفهوم الاتصال الخارجي في المؤسسة و أنواعه.....69
- المطلب الأول: مفهوم الاتصال الخارجي في المؤسسة.....69
- المطلب الثاني: أنواع الاتصال الخارجي في المؤسسة.....71
- المبحث الثاني: وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة و أهميته.....74
- المطلب الأول: وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة.....74
- المطلب الثاني: أهمية الاتصال الخارجي في المؤسسة.....76
- خاتمة.....79

## الفصل الثالث: ماهية مؤسسة المسجد

- 80.....تمهيد..... -
- 81.....المبحث الأول: أهمية المسجد ودوره الاجتماعي والتربوي..... -
- 81.....المطلب الأول: تعريف المسجد..... -
- 83.....المطلب الثاني: أهمية المسجد..... -
- 85.....المطلب الثالث: الدور الاجتماعي والتربوي للمسجد..... -
- 88.....المبحث الثاني: المسجد بين الماضي والحاضر وأهدافه..... -
- 88.....المطلب الأول: المسجد بين الماضي والحاضر ومكانته..... -
- 91.....المطلب الثاني: أهداف المسجد..... -
- 94.....خاتمة..... -

## الفصل الرابع: الجانب التطبيقي.

- 95.....تمهيد..... -
- 96.....عرض الجداول البسيطة..... -
- 103.....عرض الجداول المركبة..... -
- تحليل نتائج الجداول
- 138.....الاقتراحات..... -
- خاتمة
- قائمة المراجع
- الملاحق

## مقدمة :

تعتبر الاتصالات في أي مؤسسة من المؤسسات همزة وصل وربط بين هذه المؤسسات ، فالاتصالات الإدارية أساسية في أي مؤسسة مهما كان حجمها ونوعها، فقرارات المؤسسة وأهدافها وتوجهاتها وخططها تتعلق وترتبط ارتباطا وثيقا بعملية الاتصال، كيف لا وهو الجسر الواصل بينها وبين العاملين فيها ، وكذلك بينهم وبين العالم الخارجي.

ويمكن القول أن أغلب المشاكل في المؤسسات تعود إلى سوء الممارسة للاتصالات الإدارية بين العمال والإدارة.

وقد أصبح الاتصال بعدا حاسما في الحياة الاجتماعية عموما والحياة التنظيمية خصوصا ، وله دور مهم في تنفيذ الاستراتيجيات العامة لمختلف التنظيمات ( شركات ومؤسسات ) إلى حد جعل القائمين عليه يسرعون في تعميم الاستعمالات والتطبيقات المطورة ، الخاصة بالتنظيمات التي كان لها السبق في هذا المجال متناسين المحددات الظرفية ( الزمان والمكان والتخصص ) لكل مؤسسة أو شركة .

## الإشكالية :

لقد أصبح الاتصال الداخلي على هذا النحو يحظى باهتمام جميع المسيرين والعلماء والمفكرين ، نظرا لدوره الكبير في تفعيل إستراتيجية المؤسسات وبصفته عنصرا لا يمكن الاستغناء عنه في أي مؤسسة ، وقد أصبحت درجة الإنتاج وترابط المصالح الداخلية لأي مؤسسة تقاس بدرجة الاتصال الداخلي .

والمسجد يعد مؤسسة من أهم المؤسسات التي لها وزن لا يستهان به ، لما لها من مكانة عند الله عز وجل وهي منارة لتعلم العلم وملجأ لغرس الفضائل والأخلاق الكريمة وتكوين جيل صالح يقوم على أساس المبادئ والمقومات التي يحثنا عليها الدين الإسلامي الحنيف، ولذلك فإن الاتصال الداخلي والخارجي على حد سواء يعتبران جزءا لا يتجزأ من هياكل المؤسسة فهو يلعب دورا كبيرا في عملية تسييرها ، وتفعيل استراتيجياتها من خلال تحقيق الأهداف المنوطة بها وعليه نخرج بإشكالية رئيسية تتمثل في ما يلي:

ما واقع الاتصال الديني بمؤسسة المسجد ؟

ومنه يمكن طرح التساؤلات التالية :

1. ما مدى فعالية الاتصال الداخلي في أداء وظيفة المسجد ؟
2. إلى أي مدى يمكن للمسجد تحقيق اتصال ناجع وفعال بين أفراد المجتمع ؟
3. ما هو دور أئمة المساجد في تفعيل وإرساء الاتصال الناجح ؟

## الفرضيات :

1. المستوى التعليمي للأئمة ونمط تكوينهم كفيل لنجاح الاتصال داخل المسجد .
2. توفر التقنيات الحديثة يساهم في نجاح العملية الاتصالية .
3. المستوى التعليمي للمقبلين على المساجد يساهم في فهم واستيعاب الرسالة الدينية.
4. نجاح العملية الاتصالية في مؤسسة المسجد يرجع إلى حداثة أساليب وأشكال الاتصال الحديثة والمتطورة عبر الأزمنة .

## أهمية الدراسة:

يلعب الاتصال الداخلي في أي مؤسسة سواء كانت دينية اقتصادية اجتماعية أو سياسية دورا مهما خاصة عند خلقه لعلاقات اجتماعية وأخوية جيدة وظروف تسمح للعاملين بالشعور بالراحة والانتماء للمؤسسة وهذا التفاعل ينعكس بالإيجاب على المؤسسة ومن هنا كانت هذه الدراسة التي تهتم بواقع الاتصال الديني داخل مؤسسة المسجد بغرض التعرف أكثر على نشاطها وكيفية التواصل مع المصلين والعاملين وكل من له علاقة بالمؤسسة الدينية وكذا للوقوف على الممارسة الفعلية لمؤسسة المسجد من خلال أعماله المختلفة.

## أهداف الدراسة:

- 1- هدف علمي وهو الوصول إلى طبيعة وواقع الاتصال داخل مؤسسة المسجد.
- 2- إبراز الأهمية والدور الكبير الذي يلعبه الاتصال الديني في مؤسسة المسجد.

- 3- الكشف عن مدى الاهتمام الذي توليه مؤسسة المسجد لمجال الاتصال.
- 4- التدريب على البحث العلمي وتطبيق قواعده المنهجية في الدراسة والتعود على معالجة المشكلات بطريقة علمية وموضوعية.
- 5- إثراء مجال البحث العلمي في ميدان الاتصال المؤسساتي ومحاولة ربط العلم النظري بالواقع.

#### أسباب اختيار الموضوع:

##### (أ) الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية في الإطلاع على كيفية ممارسة أو تجسيد الاتصال في مؤسسة المسجد.
- الرغبة في النزول إلى الميدان وأخذ غمار البحث العلمي، قصد التدريب عليه وتطبيق قواعده المنهجية في معالجة الموضوعات.
- قلة البحوث في مجال الاتصال الديني.

##### (ب) الأسباب الموضوعية:

- أهمية الاتصال الداخلي ودوره في الحياة التنظيمية للمؤسسة.
- إثراء البحث العلمي من خلال دراسة مشكل الاتصال داخل مؤسسة المسجد والكشف عن طبيعته ومشاكله.

- الرغبة في تسليط الضوء على أحد مساجد ولاية تيارت (مسجد سلمان الفارسي) وتقديم تصور علمي كامل ومشخص لواقع الاتصال فيه.

- إمكانية دراسة هذا الموضوع لوجود الميدان والأهمية التي يكتسبها على المستوى المؤسساتي والاجتماعي.

### تحديد المصطلحات:

#### - المؤسسة:

لغة : مشتقة من الفعل أسس الذي هو الدار بنى حدودها ورفع من قواعدها ، إذا المؤسسة لغة مشتقة من فعل يعني البناء وهي بذلك معنى يشير إلى هيكل مبني .

اصطلاحا : عرفها ماركس فيبر " على أنها تركيب بيروقراطي وظائفي يحتوي على مجموعة من القواعد والإجراءات التي تحدد شكل المؤسسة في كل مكتب وفي كل منظمة بالإضافة إلى وجود هيكل تركيبي معين يحدد العلاقات وتدفقات السلطة وحدود كل قسم . "أما بارسونز" فيرى أن المؤسسات وحدات تقام وفقا لنموذج بنائي معين لتحقيق أهداف محددة .

ومنه فإن المؤسسة هي بناء أو هيكل تحكمه قوانين محددة خدمة لأهداف معينة مهما كانت نوع الخدمة المقدمة.

#### - المسجد :

هو اسم مكان مشتق من فعل ثلاثي مجرد هو "سجد يسجد" ولهذا اتخذنا اسم المكان من هذا الفعل وأطلق على محل العبادة والصلاة .

ويعد المسجد المكان الذي يجتمع فيه المسلمون بغض النظر عن اختلاف ألوانهم وأجناسهم، فهم جميعا يقفون صفا واحدا للصلاة أمام الله سبحانه وتعالى .

أما تعريفنا الإجرائي للمسجد فهو: المكان أو المبنى الذي يقيم فيه المسلمون صلاتهم كما يقوم بتأدية بعض الأعمال والواجبات التي تقع على عاتقه مع المؤسسات الاجتماعية الأخرى في المجتمع كالتوجيهات التربوية أو حل بعض المشكلات الاجتماعية أو إرشادات أو تداول أموراتهم أوضاع المسلمين والمجتمع ومحاولة معالجة أو تخفيف من وطأته آثاره عن طريق أهل الرأي والمشورة والعلم أو بتقديم بعض المعونات أو المساعدات لمحتاجيها .

#### - مؤسسة المسجد:

هيئة أو مؤسسة ذات نسق من المعايير أو الأدوار الاجتماعية المنظمة يتولى القائمون عليها من المتخصصين في الدين توفير وتقديم الإجابات الضرورية على كثير من الأسئلة النهائية المتصلة بالحياة الدنيوية والدينية . وذلك بالإضافة إلى الثقافة الدينية التي تحيط المتدينين علما بماهية العلاقة بين ما هو غيبي مقدس وبين الإنسان ، وكذلك تحديد المقصود بـ "المقدس" وما هي العلاقة الملائمة التي ينبغي أن تقوم بين المقدس .

أما التعريف الإجرائي لمؤسسة المسجد المعتمدة في هذه الدراسة فهو كما يقول الطالب : بأنها تلك المؤسسة ذات الصبغة الشرعية الخالصة والتي تبنتها الدولة بكل رسمي ، وتقوم على أساس واحد هو الدين الإسلامي منهاجا ودستورا ونظاما وتعمل على نشر تعاليم رسالة الإسلام السمحة على جميع الأصعدة .

### - الإمام:

الإمام في اللغة من الفعل "أَمَّ" ومعناها في الأصل الرئيس والدليل الذي يقود القافلة ومنها كل شخص أو شيء يتخذ دليلا أو قدوة فهو إمام، وهو الدليل الهادي العارف، وهو كل من أؤتم به من رئيس وغيره، وبالتالي فالإمام لغة هو الموجه والرئيس والمربي الذي يجب أن يعطي القدوة، وهذا المعنى الأخير يتيح لنا جمع ثلاثة أبعاد مفاهيمية أساسية، لأن معنى القدوة يتسع من المجال اللغوي إلى المعنى الاصطلاحي الشرعي، ويتكاملان علائقيا تحت سلطة الاجتماعي، فالرسول صلى الله عليه وسلم عندما يقول : >> ثلاثة لا تجاوز صلاتهم رؤوسهم ... وذكر منهم إماماً قوماً وهم له كارهون ... << يوضح لنا تلك الرابطة الإلزامية التي تجمع بين ما هو شرعي وما هو اجتماعي، فالإمام لا تكتمل شروطه الشرعية إلا باكتمال الجانب الاجتماعي فيه، لأن مكانته الاجتماعية وعلاقته مع محيطه محددات تضمن استوفاءه شروط " القدوة والإتباع " والإمامة في اصطلاح الفقهاء على معنيين الإمامة الكبرى والإمامة الصغرى، فالكبرى تعني الإمارة والخلافة وهي أخطر وأفضل رتبة لقوله صلى الله عليه وسلم : "اليوم من سلطان عادل

أفضل من عبادة سبعين سنة<sup>1</sup> أما الصغرى فهي إمامة الصلاة وتعني ارتباط صلاة المصلي بمصلي آخر بشروط . فالإمام لم يصير إماما إلا إذا ربط المقتدي صلاته بصلاته وهذا الارتباط هو حقيقة الإمامة وهو غاية الاقتداء<sup>2</sup> والاقتداء كما اشرنا سابقا يحيلنا بالضرورة إلى محاولة الفهم السوسيولوجي للإمامة في الإسلام لان الصلاة عند التقاء الشرعي بالاجتماعي تصبح مجرد مؤشر مهم من مؤشرات الإمامة وليست كلها ولكن عند التعريف بالإمام سوسيولوجيا نجد أنفسنا إمام الكثير من الالتباس، لان الإمام في هاته الحالة هو نتاج واقعي اجتماعي وسياقات اجتماعية مختلفة تطرح مفاهيم متعددة للإمامة تختلف عن المفهوم الذي يقدمه النص الشرعي نتيجة تفاعل السلطة الزمكانية مع تضخم السلطة السياسية التي أفرزت انفصالية براغماتية بين ما هو ديني وما هو سياسي، فالإمام في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم والخلفاء الراشدين، كان هو الخطيب وهو الوالي والقاضي والمفتي، لكن بعد الفتنة الكبرى بين علي كرم الله وجهه ومعاوية رضي عنه، وبروز المسألة السياسية وسيطرتها على واقع المجتمع الإسلامي، أخذ المفهوم الوظيفي للإمام يتقلص مع صعود الدولة الأموية، وينحصر في مناصب رسمية ومحدودة

1-أبي حامد الغزالي، إحياء علوم الدين، المجلد الاول، دار الوعي، الجزائر، ط2005، ص1، ص213.

2- بن عثمان فهيمة، نمط تكوين الأئمة في الجزائر، مذكرة ماجستير، قسم أصول الدين، جامعة باتنة، 2005 .

في مجالها الوظيفي، وهكذا ومن ذلك الحين بقي الإمام عرضة لمختلف التغيرات السياسية والاجتماعية والثقافية والقيمية، إلى أن وجد نفسه أمام حلقة وحيدة للاتصال بالجمهور المسجدي، وهي خطبة الجمعة والأعياد والمناسبات الدينية التي مازالت لها ارتباطات طقوسية بالمسجد.

**- العملية الاتصالية داخل المؤسسة:** هي تلك العملية التي تهدف إلى تدفق المعلومات اللازمة لاستمرار العملية الإدارية عن طريق تجميعها ونقلها في مختلف الاتجاهات (الهابطة، الصاعدة، الأفقية) داخل الهيكل التنظيمي حيث تسير عملية التواصل المطلوب بين مختلف المتعاملين.

### **- الخطبة:**

1- تعريفها في اللغة: هي ما يقال على المنبر خاطب. على المنبر خطبة. وهي مشتقة من المخاطبة وقيل من الخطب وهو الأمر العظيم، لأنهم كانوا لا يجعلونها إلا عنده. وهي: اسم للكلام الذي يتكلم به الخطيب، فيوضع موضع المصدر.

2- تعريفها في القاموس: وخطب الخاطب على المنبر خطابه بالفتح وخطبة بالضم. أو هي: الكلام المنشور المسجوع، ورجل خطيب حسن الخطبة بالضم.

- أما التعريف الإجرائي لخطبة الجمعة: هي ما يلقي من الكلام المتوالي الواعظ باللغة العربية قبيل صلاة الجمعة بعد دخول وقتها بنية جهرا وقياماً مع القدرة على عدد يتحقق بهم المقصود.

**- المصلين:**

الأفراد الذين يأتون لصلاة الجمعة وسماع خطبتها بما تحويه من توجيهات وإشارات تهمهم في دينهم ودنياهم.

**- الدروس:**

هي تلك الحلقات العلمية التي تقام في المساجد يتعلم فيها الناس أصول الدين وفروعه ومتطلباته في العقيدة والأحكام والتفسير والحديث واللغة وسائر العلوم الشرعية وما يلحق بها.

**- دروس العلماء في المساجد لها خصائص تميزها:**

1- أنه يتحقق فيها معنى مجالس الذكر من غيرها حين تكون بيت من بيوت الله (المسجد).

2- أن الملتقي في المسجد يجعله أكثر التزاماً للأدب والإنصات واحترام المكان والحضور.

3- جلوس الملتقي في المسجد يجعله أكثر استعداداً وقبول العلم حين يشعر أنه في مكان الصلاة.

**- التوجيهات والمواعظ:**

وهي ما يلقيه العالم وطالب العلم على جماعة المسجد من توجيهات ومواعظ موجزة دون المحاضرة والخطبة يتناول فيها ما يحتاجه المصلون وجماعة الحي في أمورهم الشرعية و الاجتماعية ، وغيرها وأهمها تعليم أصول الدين والأحكام والأدب والمواعظ

والتنبيه على الأخطاء وبعض جوانب القصير ومعالجة المشكلات الاجتماعية والتربوية ونحو ذلك.

يتم ذلك بشكل دوري يومي - أسبوعي - شهري بحسب الحاجة ويتم ذلك بتلقين الإمام نفسه.

### منهج الدراسة:

المنهج العلمي هو أسلوب للتفكير والعمل يعتمد الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة ويرتبط تحديد الأسلوب أو المنهج العلمي الذي يستخدمه ويطبقه الباحث لدراسة ظاهرة أو مشكلة معينة بموضوع الظاهرة المدروسة بمعنى أن مناهج وأساليب البحث العلمي تختلف باختلاف الظواهر والمشكلات المدروسة وما يصلح منها لدراسة ظاهرة معينة قد لا يصلح لدراسة ظاهرة أخرى.

ونظرا لاختلاف الظواهر المدروسة في خصائصها وموضوعاتها ولهذا فإن طبيعة الموضوع هي التي تفرض على الباحث المنهج الذي سوف يتبع في دراسته. وتتطوي دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التحليلية هذا لتطرقنا الى حالة مؤسسة المسجد فنوع المنهج الذي سنستخدمه هنا هو منهج "دراسة الحالة".

ويتميز منهج دراسة الحالة عن باقي المناهج الأخرى بكونه يهدف إلى التعرف على وضعية المؤسسة ويتجه إلى جمع البيانات العامة المتعلقة بأي وحدة، بطريقة عامة ومركزة، ويمكن أن تكون هذه الوحدة فردا مؤسسة أو نظاما اجتماعيا. ويقوم برسم صورة كلية لهذه الوحدة المدروسة في مرحلة معينة من تاريخها أو جميع مراحلها التي مرت بها في علاقاتها المتنوعة، وفي العوامل المؤثرة فيها، قصد التعرف على الجوانب التي هي بحاجة إلى تغيير وتقييم شامل، والحصول على هذه الحقائق المسببة لهذه الحالة<sup>1</sup> ومن خصائصه:

- أنه منهج ديناميكي يعتمد على أكثر من أداة للحصول على المعلومات.
- يعمل على إبراز العلاقات السببية بين أجزاء الظاهرة بحيث لا يقتصر على الوصف الخارجي ، إذ أنه يركز على الموقف الكلي بالنظر إلى الجزئيات من حيث علاقتها بالكل الذي يحتويها<sup>2</sup>.
- واعتمدنا على منهج دراسة الحالة في بحثنا كونه أكثر ملائمة لوصف ظاهرة الاتصال الداخلي في المؤسسة المعنية، والكشف عن الحقائق المتعلقة بهذه العملية بوصفها وصفا دقيقا وشاملا من كافة جوانبها وجميع أبعادها.

<sup>1</sup> - عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص 131.

## أدوات الدراسة:

يترتب على الباحث جمع المعلومات والبيانات التي يوظفها في دراسته، ومن أجل تحقيق ذلك يعتمد على عدة أدوات تسهل عليه هذه المهمة، ومن بينها الملاحظة، المقابلة والاستبيان.

**الملاحظة:** وهي أقرب إلى الأسلوب العلمي التجريبي، ومتصلة بسلوك الفرد وانفعالاته، تصرفاته، وحركاته.

ويقصد بالملاحظة في مجال البحث العلمي: توجيه الحواس لمراقبة سلوك معين أو ظاهرة معينة ورصد جوانب ذلك السلوك وخصائصه بهدف الوصول إلى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة والملاحظة أنواع: منها الملاحظة المباشرة وغير المباشرة، الملاحظة البسيطة والتي تحدث بصفة تلقائية بدون إخضاع المتغيرات لأية ضوابط أو مقاييس.<sup>1</sup>

واعتمدنا الملاحظة بالمشاركة في دراستنا وذلك من خلال ترددنا على مؤسسة المسجد واحتكاكنا أو التقرب من العاملين به ومراقبة طريقة أداء مهامهم وكيفية اتصالهم، واكتشاف بعض السلوكيات التلقائية التي لا يمكن معرفتها إلا بملاحظتها عن قرب.

**المقابلة:** تعتبر من أدوات جمع البيانات والمعلومات في دراسة الأفراد والجماعات الإنسانية، والمقابلة عبارة عن لقاء أو محادثة تجمع بين الباحث والمبحوث، ويقوم فيها

---

<sup>1</sup> - أحمد بدر، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلان الدولي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة،

الباحث بطرح مجموعة من الأسئلة وجها لوجه، ويقوم في نفس الوقت بتسجيل الإجابات بدقة لاستخدامه في بحث علمي، أو للاستعانة به في عملية التوجيه أو التشخيص أو العلاج.<sup>1</sup>

ويكون للمقابلة هدف واضح ومحدد وموجه نحو غرض معين بإتباع خطوات أهمها:

- تحديد الأهداف - تصميم دليل المقابلة، صياغة أسئلة المقابلة.
  - الدراسة الأولية، وفي الأخير تسجيل أجوبة المبحوث بالكتابة أو التسجيل الآلي.<sup>2</sup>
- ومن أجل الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لدراستنا اعتمدنا على هذه الأداة الضرورية، التي سمحت لنا بطرح موضوع دراستنا للمسؤولين والموظفين بطريقة مباشرة، كما مكنتنا من الحصول على معلومات قيمة أثرت دراستنا بصورة واضحة.
- الاستبيان:<sup>3</sup> هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، وذلك لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة حيث يستخدم الاستبيان في الحصول على معلومات دقيقة،

<sup>1</sup> - عمار بوحوش، مرجع سبق ذكره، ص 75.

<sup>2</sup> - حسان محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة، بيروت، 1982، ص 92.

<sup>3</sup> - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص

لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها، والاستبيان يصمم قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث في شكل بيانات كمية تفيد الباحث في إجراء مقارنات رقمية للحصول على ما هو بصدد البحث عنه، أو في شكل معلومات كيفية تعبر عن مواقف وآراء المبحوثين من قضية معينة.

ويميز الباحثون نوعين من الاستبيان، الاستبيان المقنن والاستبيان غير المقنن.

(أ) **الاستبيان المقنن**: هو الاستبيان الذي يتضمن مجموعة من الأسئلة الدقيقة والتي يضعها الباحث بعناية كبيرة للحصول على معلومات في غاية الدقة باستخدام الأسئلة المغلقة، وباختيار إجابة واحدة أو أكثر من ذلك من الإجابات البديلة.

(ب) **الاستبيان غير المقنن**: هو الذي يتضمن مجموعة من الأسئلة العامة في شكل عناوين رئيسية لأهم القضايا المبحوثة باستخدام الأسئلة المفتوحة لفسح المجال للمبحوث بالتكلم قصد الحصول على أكبر قدر من المعلومات، ومن أجل الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لدراستنا، اعتمدنا على هذه الأداة الضرورية التي سمحت لنا بطرح أسئلة بخصوص موضوع دراستنا على الموظفين، كما مكنتنا من الحصول على معلومات قيمة أثرت دراستنا بصفة واضحة.

## الدراسات السابقة :

تمثل الدراسات السابقة تراثا نظريا ومعرفيا يمكن الاسترادة به لدعم البحث العلمي باعتبارها من أهم ما يركز عليه في بداية أي بحث علمي .

وعليه فقد انطلقنا في دراستنا لموضوع "واقع الاتصال الديني في مؤسسة المسجد" انطلاقا من تفحص الدراسات السابقة وإن كانت لا تتناول نفس الموضوع بطريقة مباشرة إلا أنها تخدم هذا الموضوع في كثير من جوانبه .

وقد وقع اختياري على دراستين سابقتين أستعرضهما تبعا لتسلسلهما الزمني كما يلي:

## الدراسة الأولى:

مذكرة نيل شهادة ليسانس في معهد الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، سنة 2005، تناولت الاتصال الداخلي في المؤسسة الوطنية للتأمين SAA وهي من إعداد الطالبة أحمد مسعودة نادية، جاءت صياغة إشكاليتهما على النحو التالي:

- ما هو واقع الاتصال الداخلي في الشركة الوطنية للتأمين؟

اندرجت عن هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

- ما هي وظائف وأهداف الاتصال داخل مؤسسة SAA؟
- ما هي أنواع الاتصالات المتواجدة داخل شركة SAA؟
- ما هي وسائل الاتصال داخل مؤسسة SAA؟
- ما هي معوقات الاتصال الخارجي في مؤسسة SAA؟

- هل استطاعت SAA تحقيق اتصال فعال و متكامل خارج فروعها من حيث المهام

لتحقيق أهداف مسطرة؟

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من بينها:

- SAA تعطي صورة مؤسسة تهتم بالاتصال وذلك محاولة منها إعطاء وتبليغ رسالة

إلى جمهورها العريض عموماً ، ومتعاملها خصوصاً وهذا من أجل الاتصال

الخارجي

- اهتمامها الكبير بوسائل الاتصال الداخلي من صحافة و إعلانات وهذا ما يجعلها

تحقق صدى إعلامي واسع بعد عام فقط من نشاطها.

- يظهر اهتمام SAA بعلاقاتها بمتعاملها الدائمين و الجدد حيث تنجز عادة أشياء

تحمل (Logos) المؤسسة من أقلام - محافظ - مطويات - يوميات - مسابقات.

**التقييم:**

من خلال هذه الدراسة يتبين لنا أن الباحث ركز على الاتصال الداخلي للشركة

الوطنية للتأمين حيث وقف على جميع أساسيات الاتصال بها متناولاً مفهوم الاتصال

ومدى تطبيقه بهذه المؤسسة وأشكاله ليخلص في نهاية الدراسة أن كلما كان الاتصال

منتظماً ومنسقاً زادت علاقتها بمتعاملها وتطورها.

الدراسة الثانية :

مذكرة مقدمة لنيل شهادة درجة الماجستير في علم الاجتماع التربوي الديني بعنوان :  
"موقف المصلين من الدور التربوي لخطبة الجمعة " من إعداد شرفي محمد ، للسنة  
الجامعية 2013/2012 بجامعة غرداية ، اتخذت خطبة الجمعة ميدانا لها .

حيث طرح الباحث إشكالا عاما تمثل في :

- هل تختلف مواقف المصلين حول الدور التربوي لخطبة الجمعة؟

ومنه تفرعت مجموعة من التساؤلات تمثلت في :

1. هل تساهم خطبة الجمعة في ضبط سلوك المصلين؟
2. هل تساهم خطبة الجمعة في تعزيز قيمة التكافل الاجتماعي لدى المصلين؟
3. هل تختلف مواقف المصلين حول الدور التربوي لخطبة الجمعة تبعا لانتماءاتهم

المذهبية؟

أما النتائج التي توصل إليها الباحث من عمله الميداني تمثلت في :

1. المواظبة على خطبة حضور الجمعة يزيد من الانضباط السلوكي .
2. إن الأفراد ذوو التعليم المحدود كانوا أكثر التزاما للقيم الموجهة للسلوك المتضمنة  
في خطب الجمعة وهذا راجع إلى سهولة إقناعهم ، بعكس المتعلمين الذين كانوا  
أقل استفادة من الخطاب المسجدي ، ويعود ذلك لمعرفتهم المسبقة لما يقوله الإمام.

3. يهتم أفراد المجتمع ببعضهم البعض في المسجد أكثر من خارجه ، وهذا مايدل

على أن درجة الإيمان تكون مرتفعة لدى المصلين أثناء سماعهم للخطاب

المسجدي ، ثم تقل هذه النتيجة تدريجيا كلما ابتعد المصلين عن المسجد.

4. إن الانتماء المذهبي يؤثر بشكل مباشر على موقف المصلين من الخطبة والخطيب

، وقد عبر المصلون الذين يتبنون مذهباً بعينه على عدم رضاهم وعدم تقبلهم لمن

لا يشاركونهم نفس الانتماء بتغيير المسجد الذي يكون الإمام القائم عليه يخالفهم في

الانتماء الديني المذهبي.

5. بينت الدراسة أن ربع العينة أفراد المبحوثين يلجؤون إلى أئمة خارج الوطن في حال

طلب الفتوى إما بسبب الانتماء المذهبي أو لعدم ثققتهم في الإمام المحلي.

#### التقييم:

من خلال عرض هذه الدراسة تبين لنا حرص الباحث على تسخير جل عناصر

بحثه وتحليلها في اتجاه يؤكد أن خطبة الجمعة كلما اشتملت على حجج وبراهين قوية

كانت أكثر إقناعاً حيث تزيد فعالية الاتصال بين الإمام والمصلين وكذلك الخطباء الذين

يحملون شهادات جامعية تكون خطبهم أكثر فاعلية من غيرهم الذين تكوّنوا في معاهد

متخصصة .

## صعوبات الدراسة:

لم تكن دراستنا لموضوع واقع الاتصال الديني داخل مؤسسة المسجد بالأمر الهين فقد اعترضتنا العديد من المشكلات والصعوبات وتمثلت فيما يلي:

1- عدم استيعاب المصلين لمفهوم الاتصال الداخلي فكثيرا ما يستدعي الأمر توضيح هذا الموضوع وإعادة شرحه عدة مرات ليتمكنوا من فهمه فهما صحيحا.  
2- صعوبة الاتصال بالإمام والعاملين والحصول على المعلومات من طرفهم بسبب انشغالهم.

3- تخوف وتردد المصلين ورواد المسجد من إعطاء المعلومات حتى تلك التي تبدو بسيطة وبديهية رغم تأكيدنا على بقائها في إطار علمي أكاديمي.

### تمهيد:

لقد أصبح الاتصال أمرا أساسيا بالنسبة لأي مجموعة من الأفراد تعمل سويا في سبيل تحقيق أهداف مشتركة ، أيا كانت طبيعة النشاط الذي تقوم به الجماعة ، فالجماعة بحاجة إلى نظام الاتصال الفعال بحيث يتيح للأفراد نقل خبراتهم - من جيل إلى جيل وتبادل هاته الخبرات بينهم، كما أن الجماعة بحاجة ماسة أيضا إلى نظام الاتصال الفعال لأنه يتيح لأفرادها معرفة حقيقة ما يقوم به الآخرون من أعمال وما يبذلونه من جهد، بما يسمح بالتنسيق بين جهود أفراد هذه الجماعة وعدم قيام التعارض بينها ، ويساعد الاتصال أفراد الجماعة على القيام بأعمالهم على أكمل وجه - عن طريق نقل توجيهات وتعليمات القيادة إليهم ، وفي الوقت نفسه نقل آراء أفراد الجماعة ووجهات نظرهم إلى هذه القيادة ، فالاتصال بالنسبة لأي جماعة كالأوعية الدموية والأعصاب في جسم الإنسان فهذه الأخيرة تنقل إلى الإنسان الغذاء والإحساسات التي تجعله يحيا ويحس بالبيئة المحيطة به ، وبالمثل فإن الاتصال بدوره يسمح للمعلومات والأفكار ووجهات النظر بالانسياب بين مختلف الجماعات . بما يضمن استمرار هذه الجماعة وبقاء تطورها .

### المبحث الأول : مفهوم العملية الاتصالية :

الاتصال موجود في أعماق العلاقات الاجتماعية ، فأينما وجد البشر وجدت علاقات مستمرة ، تخلق بينهم الاتصال الذي بدوره يأخذ أشكالاً وأنواعاً وله فعالية كبيرة من خلال إتاحتها لفرص التقارب ما بين أفراد المجتمع، وفرض اندماجهم فيه كما يقر إمكانيات الحد من التوتر أو حل النزاعات والصراعات التي تنشب.

### المطلب الأول: تعريف الاتصال الداخلي:

أ. تعريف الاتصال:

الاتصال عبارة عن عملية إرسال واستقبال رموز أو رسائل سواء كانت هذه الرموز شفوية أو كتابية. لفظية أو غير لفظية ، ويعتبر الاتصال أو التفاعل الاجتماعي الذي يؤدي إلى نشوء علاقات متنوعة ومتعددة في مختلف المواقف سواء كان ذلك بين شخصين أو أكثر<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - عبد الرحمان عزي وآخرون ، عالم الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1992 ، ص 27 .

\* ولقد ورد مفهوم الاتصال من الكلمة اللاتينية *communies* التي تعني باللغة

الانكليزية *commun* أي مشترك أو اشتراك<sup>1</sup>.

\* الاتصال هو التغيير الحاكم في قيام أي مجتمع إنساني ، وهو القوة الدافعة في

العلاقات البشرية فهو أحد العلاقات البشرية ، والاتصال يعكس مدى التوافق والترابط

والتكامل وأيضا مدى التناقض والصراع بين أطراف عملية الاتصال.

للم الاتصال عملية يتم بمقتضاها توصيل معلومات ما من شخص ما إلى

شخص آخر بقصد القيام بعمل أو أحداث تغيير ما.<sup>2</sup>

للم الاتصال هو صفة مستمرة لنقل المعلومات، والأفكار والاتجاهات والمشاعر

والإحساسات والانطباعات بين الأفراد بعضهم البعض ، وبين الجماعات.<sup>3</sup>

للم يرى دونلي وزملائه أن الاتصال عبارة عن نقل الفهم المشترك من خلال

استخدام الرموز المنطوقة أو غير المنطوقة.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> - منال طلعت محمود ، مدخل إلى علم الاتصال ، المكتب الجامعي الحديث ، مصر 2002 ، ص20.

<sup>2</sup> - كامل بربر ، الإدارة عملية ونظام ، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع ، ط1 1996 ، ص124.

<sup>3</sup> - عبد الغفار حنفي ، أساسيات إدارة المنظمات ، المكتب العربي الحديث ، مصر 1995 ص368.

<sup>4</sup> - ثابت عبد الرحمان، نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة ، الدار الجامعية مصر 2005 ، ص45.

للم تعرف جمعية الإدارة الأمريكية الاتصال بأنه " أي سلوك ينتج عنه تبادل المعنى " كما تعرف الجمعية القومية لدراسة الاتصال بأنه " تبادل مشترك للحقائق والأفكار أو الآراء أو الأحاسيس مما يتطلب عرضا واستقبالا يؤدي إلى التفاهم المشترك بين الأطراف بصرف النظر عن وجود انسجام ضمنى<sup>1</sup>.

للم الاتصال يمثل تعبيراً عن عمليات نقل المعلومات ( الرسائل ) من طرف إلى آخر ويسمى الطرف الأول مرسلًا والثاني مستقبلاً ، وهنا ينبغي الإشارة إلى أن الاتصال لم يتم فعلاً بمجرد نقل الرسالة وما تتضمنه من معلومات إلى المستقبل ، وإنما لابد أن يتأثر المستقبل بما جاء في الرسالة ، وذلك في صورة استجابة لما أورده فعل حولها<sup>2</sup>.

للم كما يرى سكينر أن الاتصال هو " استخدام الكلمات والحركات وغيرها من الرموز لتبادل المعلومات"<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - عسيد يسر عامر ، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها ، ط2 مصر 2000 ، ص 27 .

<sup>2</sup> عبد المعطي عساف ، المبادئ والاتجاهات الحديثة ، المكتبة الوطنية ، الأردن 1994 ، ص 249.

<sup>3</sup> - مصطفى حجازي ، الاتصال والعلاقات الإنسانية والإدارية ، دار الطلبة ، بيروت 1998 ، ص 150.

لـ ويعرف كارل هوفلند الاتصال " العملية التي يقوم بها الأفراد بنقل المثير

وغالبا ما تكون رموز شفوية لتعديل سلوك الأفراد الآخرين " <sup>1</sup>

لـ أما كروننت فقد اكتفى بأن يحصر مفهوم الاتصال في نطاق الإنسان إذ

قال " أن الاتصال بين البشر عندما يستجيب الإنسان لرمز ما " <sup>2</sup>

ب. تعريف الاتصال الداخلي:

الاتصال الداخلي للمؤسسة هو " جملة الإجراءات المتخذة بهدف

تسجيل استجابة بين القائمين على العمل في المؤسسة عن طريق التواصل " <sup>3</sup>

يقصد بالاتصال الداخلي بأنه يحدث داخل المؤسسة ، والاتصالات الداخلية تمتد عن

طريق ثلاث قنوات : هي الأوامر الصادرة عن الإدارة العليا إلى المستويات الأقل منها

، والأسلوب الذي يتم به إصدار هذه الأوامر والتقارير المرفوعة من المستويات الدنيا

إلى الإدارة العليا ، وتعتبر عن إنجاز الأهداف في كل جزء من المنشأة ، ثم تلك

---

<sup>1</sup> - غريبا عبد المسيح ، نظرية القوة في الاتصال الإنساني ، مؤسسة شباب الجامعة ، مصر 2004 ، ص12.

<sup>2</sup> - اسماعيل سعد ، نظرية القوة في الاتصال الإنساني ، دار المعرفة الجامعية ، مصر 2006 ، ص169.

<sup>3</sup> - جميل احمد خضر ، العلاقات العامة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ط1 الاردن 1998 ، ص154.

الحقائق المتعلقة بالعمل التي تمثل حافزا وقويا للعاملين عن إتقان العمل والحصول على التشجيع المعنوي والمادي المناسب<sup>1</sup>.

لـ هو إنتاج وتوفير أو تجميع البيانات والمعلومات الضرورية لاستمرار العملية الإدارية ونقلها أو تبادلها أو إذاعتها بحيث يمكن للفرد أو الجماعة إحاطة الغير بأمور وأخبار ومعلومات جيدة أو التأثير في سلوك الأفراد أو الجماعات أو التغيير أو التعديل من هذا السلوك أو توجيهه وجهة معينة ، وتتم هذه العملية عادة متبادلة من بين الجانبين أي الاتصال من مستوى أعلى إلى مستوى اقل والعكس أو في مستوى أفقي<sup>2</sup>

لـ الاتصال الداخلي للمؤسسة: هو اتصال يحدث في إطار منظمة أو مؤسسة وهو عملية هادفة تتم بين طرفين أو أكثر لتبادل المعلومات والآراء للتأثير في المواقف والاتجاهات

<sup>1</sup> - عبد الرحمان عزي وآخرون ، مرجع سبق ذكره ، ص17.

<sup>2</sup> - حسين عبد المجيد احمد رشوان ، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع ، المكتب الجامعي الحديث،

ط4 مصر 2004 ، ص255 .

- الاتصال الداخلي للمؤسسة هو نقل المعلومات والوقائع والأفكار والمشاعر من شخص لآخر، ومن مستوى معين إلى مستوى آخر داخل كل المؤسسات والتنظيمات.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني : عناصر العملية الاتصالية :

من خلال التعريفات التي تحدثنا فيها عن الاتصال، يتضح أن هناك عناصر تتكون منها هذه العملية، وتتمثل هذه العناصر في: المرسل، والرسالة، والوسيلة والمستقبل ويمكن توضيح هذه العناصر على النحو التالي:

1. المرسل: هو الشخص الذي يود أو المجموعة التي تود نقل الرسالة إلى طرف آخر ولديه مجموعة من المعلومات والأفكار، وهو يتأثر بطريقة فهمه وتفسيره وحكمه على الأفكار، وهو ما يعرف بالإدراك. كما أنه يتأثر في ذلك بخبرته وخلفيته من المعلومات المتشابهة أو المكملة أو ذات الصلة ، ولا شك في أن معلومات وأفكار المرسل تتأثر بالمكونات والخصائص الشخصية لديه ، من حيث ميوله وقيمه وانفعالاته وحاجاته الشخصية ، كما أنها تتأثر كذلك بتوقعاته وطموحاته

<sup>1</sup> - حسان الجيلالي ، التنظيم غير الرسمي في المؤسسات الصناعية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر

وأهدافه ، هذا ينعكس بدوره على كيفية معالجته للأفكار التي تحملها عملية تفسيره لها<sup>1</sup> .

2. الرسالة : هي عبارة عن تحويل أفكار إلى مجموعة من الرموز ذات معاني مشتركة ، بين المرسل والمستقبل ، وتحويل الأفكار قد يأخذ أشكالاً عديدة منها الرموز التالية : الكلمات الحركات ، الأصوات ، الحروف ، الأرقام ، الصور ، تعبيرات الوجه والجسم ، الإشارات وغيرها من الرموز ، أن الاختيار لصيغة الرسالة ورموزها من الأهمية بإمكان كل من المرسل والمستقبل ، إما سوء الاختيار يؤدي إلى مشاكل كثيرة فعلى المرسل أن يعرف الصياغات والرموز التي قد تكون لها معاني مختلفة باختلاف الناس ، كما قد تحتوي على معاني ضمنية أو خفية أو مترادفة أو متعارضة<sup>2</sup> ، وقد تكون هذه المعاني مقصودة من المرسل أو غير مقصودة .

3. الوسيلة : يتم إرسال المعلومات بواسطة وسيلة تربط بين المرسل والمستقبل ، وهذه الوسيلة مختلفة الأنواع ، فمنها : المكتوب ، الشفهي ، المرئي ، السلوكية

<sup>1</sup> - صلاح الدين عبد الباقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 251 .

<sup>2</sup> - احمد ماهر ، السلوك التنظيمي ، مدخل بناء المهارات ، دار الجامعة ، مصر ، ص 342 .

واللاسلكية ، بحيث تكون هذه الوسيلة مناسبة وتتلاءم تماما بموضوع الاتصال

من حيث الأهمية ، السرية ، الوقت ، السرعة.<sup>1</sup>

وتلعب وسيلة الاتصال دورا بارزا في فهم الرسالة المرسله، لذلك على المرسل أن ينتقي

ويختار الوسيلة الأكثر تعبيراً وتأثيراً وفعالية في المستقبل.<sup>2</sup>

4. المستقبل : وهو الشخص أو الأفراد الذين يستقبلون الرسالة من المرسل ، من

خلال الحواس المختلفة : السمع ، البصر ، الشم ، الذوق ، اللمس ، ويتم تنظيم

واختيار المعلومات وتفسيرها من قبل المستقبل ، وعلى ضوء ذلك يعطي لها

تفسيرات ومعاني ودلالات ، ولا شك في أن عملية الاستقبال للرسالة وتفسيرها من

قبل المستقبل ، هي الأخرى تتأثر بشخصية المستقبل وأسلوب إدراكه ودوافعه

وقدراته وأهدافه وحالاته النفسية وينعكس ذلك على تفسيره لمعاني الرسالة وتعامله

معها .

ويوضح الشكل رقم ( 01 ) نموذج عناصر الاتصال بشكلها البسيط

عناصر الاتصال

<sup>1</sup> - محمد رسلان الجبوشي ، جميلة جاد الله ، الإدارة علم وتطبيق ، دار المديرية للنشر والتوزيع ، ط1 الاردن ، ص365.

<sup>2</sup> - صلاح عبد الباقي ، مرجع سابق ، ص252 .

المستقبل

الوسيلة

الرسالة

المرسل

المصدر: صلاح عبد الباقي -

المطلب الثالث: أنواع ومستويات الاتصال الداخلي :

### 1. أنواع الاتصال الداخلي:

لشبكة الاتصال الرسمية وجهان كوجهي العملة الواحدة، الوجه الأول هو طرق الاتصال الرسمية، والوجه الثاني هو طرق الاتصال غير الرسمية. وهذه الأنواع الموجودة في المؤسسة تعتمد بدرجة كبيرة على بناء المؤسسة .

أ- الاتصال الرسمي: يوجد في كل منظمة إنسانية ما يفرق شبكة الاتصال بأنواعها المختلفة الرأسي منها والأفقي.<sup>1</sup> وتقوم على الهيكل التنظيمي للهيئة أو المنشأة ، فالأفكار والآراء والتعليمات والقرارات تنتقل من الأعلى إلى الأسفل ، أو من الأسفل إلى الأعلى وتتبع في ذلك الهيكل التنظيمي للمنشأة حسب تسلسل السلطة ، وقد جرت العادة في المنشآت الكبرى أو الحكومية والرسمية في بلادنا أن تأخذ الرسائل والتقارير والمعلومات طريقاً معيناً ، لا بد أن تنتقل خلاله ، فالتوجهات التي تصدر من مدير الإنتاج في

<sup>1</sup> - سعيد يسر عامر، مرجع سابق، ص 58.

شركة صناعية عادة ما تأخذ طريقا معيناً ، حتى تصل إلى العامل العادي في خطوط التجميع مثلا . لا بد لها من مسالك معينة تتبعها حتى تصل إلى المدير العام، فعادة ما يقف التنظيم الإداري السيئ عائقا للاتصال الجيد.<sup>1</sup>

وهناك ثلاث اتجاهات لتدفق المعلومات:

الاتصال الصاعد ( من الأسفل إلى الأعلى ) (UP Word)

الاتصال النازل ( down Word )

الاتصال الأفقي ( horizontal )

1. الاتصال الصاعد ( من الأسفل إلى الأعلى ): " يكون اتجاه هذا الاتصال

من الأسفل إلى الأعلى ، أي من مستوى إداري أدنى إلى مستوى إداري أعلى

في الهيكل التنظيمي ، ويكون الاتصال الصاعد عادة في شكل تقارير وشكاوى

واقترحات وملاحظات وتغذية راجعة مرفوعة إلى الإدارة العليا .<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - عبد العزيز شرف ، مرجع سبق ذكره ، ص 193.

<sup>2</sup> - عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الإتصال، مكتبة نانسي، دمايط ، 2005، ص 87.

يواجه هذا النوع من الاتصال الكثير من المشاكل والعقبات حيث غالبا ما يحول بعض المدراء دون وصول المعلومات إلى الرئيس الأعلى وخاصة إذا كانت تحمل أخبارا تسيء إلى المؤسسة أو تسبب له إزعاج .

\* من الأساليب التي تساهم في تحسين الاتصال الصاعد<sup>1</sup>:

سياسة الباب المفتوح اشترك الإدارة العليا في الأندية والجمعيات المهنية التي تسهم في كسر الحواجز بينهم وبين المرؤوسين ، وصندوق الاقتراحات وإتاحة الفرصة للمرؤوسين للتعبير عن مواقفهم وآرائهم وإشعارهم بأهميتهم في المؤسسة ، وإظهار الاهتمام والاستعداد لتسلم الاقتراحات والتعامل مع المشكلات القادمة من المرؤوسين .

يواجه الاتصال الصاعد عددا من المعوقات من بينها :

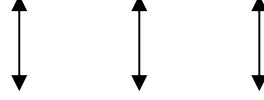
- بعد المسافة بين الإدارة العليا والمستويات التنظيمية الدنيا.
- تحريف المعلومات أو تشويهها أثناء نقلها إلى الأعلى.
- اتجاهات وقيم الرؤساء والمشرفين نحو المرؤوسين.
- عزلة الرؤساء.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - مصطفى حجازي، مرجع سابق، ص 153.

<sup>2</sup> - مصطفى حجازي، مرجع سابق، ص 134.

- انتشار ظاهرة الخوف لدى المرؤوسين.

الرؤساء ( الإدارة العليا )



المرؤوسين ( الاتصال الصاعد )

ب. الاتصال النازل ( من الأعلى إلى الأسفل ) :

يكون الاتصال النازل من الأعلى إلى الأسفل ويكون من الرؤساء إلى المرؤوسين ، أو من مستوى إداري أعلى إلى مستوى إداري أدنى ، ويعد هذا النوع الأكثر شيوعاً ، ويتم من خلاله نقل المادة المرسله من أوامر وتعليمات وبيانات وقرارات عبر تسلسل هرمي ، من القيادة إلى القاعدة .<sup>1</sup>

• من معوقات الاتصال النازل :

▪ كثرة عدد المستويات الإدارية التي تمر بها الرسالة

▪ البعد الجغرافي بين المرسل والمستقبل أحيانا

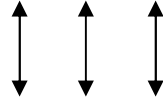
<sup>1</sup> رحي مصطفى عليان ، عدنان محمود الطاباسي ، الاتصال والعلاقات العامة ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، ط1

، عمان 2005 ، ص103 .

▪ الفروق الدافعية بين المرسل (الرئيسي) والمستقبل (المرؤوس)

يمكن للمدراء زيادة فعاليات الاتصالات الصاعدة وتشجيعها من خلال تذليل الصعوبات والحواجز الموجودة في طريقها ، وإظهار المزيد من الاهتمام .والاستعداد لتقبل هذه الاتصالات والتعامل معها ، ووجود الرغبة الأكيدة الواضحة للتعامل مع المرؤوسين والاستماع لهم وفهم مشاكلهم ، وأرائهم واقتراحاتهم وتوخي العناية والحذر في اختيار الأفراد الذين ينقلون الرسائل من الأسفل إلى الأعلى<sup>1</sup>

الإدارة العليا



المرؤوسين (الاتصال النازل)

ج. الاتصال الأفقي: Horizontal:

ويكون هذا النوع من الاتصالات بين المستويات الإدارية والاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية التي تقع في نفس المستوى ، فالاتصال بين الوزراء هو اتصال أفقي ،

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان ، مرجع سابق ، ص 104 .

والاتصال بين رؤساء الجامعات وبين مدراء المدارس وبين المعلمين والطلبة وبين عامة الناس هو اتصال أفقي كذلك<sup>1</sup>

يهدف الاتصال الأفقي إلى التعاون والتنسيق وحل المشكلات وتبادل الأخبار والأفكار والمشاعر ووجهات النظر والمعلومات والخبرات بين أفراد وزملاء من نفس المستوى الإداري أو الوظيفة أو المهنة غالباً ما يكون الاتصال الأفقي شفهيًا ، وبالطريقة المباشرة وبدون أي تعقيدات إدارية ، ويتم عادة من خلال اللقاءات وتبادل الزيارات والاجتماعات والسلوكات أثناء العمل . فمثلاً : الإمام يتبادل الحوار مع إمام مسجد آخر

رئيس رئيس

وزير وزير

الاتصال الأفقي

مدير مدير

طالب طالب

معلم معلم

إمام إمام

<sup>1</sup> ابراهيم وهبي فهد، كنجو عبود ، العلاقات العامة وإدارتها ، مدخل وظيفي ، مؤسسة الوراق ، عمان الاردن ، ط1

1999 ، ص332 .

أما الاتصال المتقاطع : فيحدث عندما يتم الاتصال بين أفراد في مستويات إدارية مختلفة ، فزيادة سرعة وصول المعلومات وتحسين الفهم وتنسيق الجهود لانجاز المهام بسرعة ، وبأقل جهد ممكن ، ودون المرور بالمستويات الإدارية المختلفة ، وما فيها من بيروقراطية ، ويكون هذا الاتصال مائل ( ليس أفقيا وليس عموديا ) مثال ذلك

( أن يتصل أحد الوزراء بأحد رؤساء الدوائر في وزارة أخرى ، دون الاتصال بالوزير الذي يعمل عنده مدير الدائرة ، أو وزير الشؤون الدينية يتصل بإمام مسجد من ولاية أخرى دون الاتصال بالمديرية في مديرية الشؤون الدينية .

الاتصال غير الرسمي : هذا الاتصال لا يخضع لقواعد وإجراءات وقوانين إدارية مثبتة ومكتوبة ورسمية ، ومتفق عليها كما هو الحال في الاتصال الرسمي ، ويتم غالبا خارج القنوات الرسمية داخل التنظيم . كما يتم بين مستويات إدارية مختلفة متخطيا خطوط السلطة الرسمية .

لا يتم الاتصال غير الرسمي داخل التنظيم فقط بل قد يتعداه إلى خارج التنظيم ، من خلال الاتصالات الشخصية ، واللقاءات والحفلات والرحلات والاجتماعات غير الرسمية، ويجب على الإدارة استغلال الاتصال غير الرسمي إيجابيا ، وعدم السماح له

بالتأثير سلبا على التنظيم من خلال التشويش بأشكاله المختلفة كالإشاعات الكاذبة وغيرها.<sup>1</sup>

## 2. مستويات الاتصال الداخلي :

يمكننا تقسيم الاتصال من حيث مستواه إلى أربعة مستويات :

(1)الاتصال الذاتي : وهي العملية الاتصالية التي تتفاعل وتأخذ مكانها داخل المرء نفسه فإذا هي عملية شخصية بحتة ، يتم فيها مخاطبة الإنسان لذاته ، ولو تمعنا النظر في أنفسنا سندرك كم من المرات التي يستخدم الاتصال الذاتي حينما نقوم بمراقبة أو محاسبة نتيجة حديث مع شخص عزيز علينا أو في التفكير في أمر سنتخذ فيه قرارات تهيئة للقاء شخص مهم نطرح عليه مشاكلنا .<sup>2</sup>

(2) الاتصال بين الأشخاص : وهو الاتصال المباشر ويعرف باتصال المواجهة ويتم وجها لوجه بين شخصين أو أكثر يمكن فيه أن نستخدم حواسنا الخمس ، ويتيح هذا الاتصال التفاعل بين هؤلاء الأشخاص والتعرف على رجع الصدى، وهو يوفر للمتصل فرصة التعرف الفردي والمباشر على مدى فعالية رسالته أو تأثيرها في المتلقي ومن ثمة يصبح

<sup>1</sup> صالح خليل اصبع ، العلاقات العامة والاتصال الإنساني ، دار الشروق للنشر والتوزيع ،الاردن 2004 ، ص16.

<sup>2</sup> - صالح خليل اصبع ، مرجع سابق ص16.

المتصل قادر على تعديل رسالته وتوجيهها، بحيث تصبح أكثر فعالية أو إقناعاً. مثل الإمام أثناء الخطبة في الجمعة ، فهو اتصال بين الأشخاص .

(3) الاتصال الوسطي : يسمى هذا النوع بالاتصال الوسطي لأنه يقع بين نوعين من الاتصال ، بين اتصال المواجهة ( الاتصال بين الأشخاص ) الذي يتم وجها لوجه ، وبين الاتصال الجماهيري الذي لا تتم فيه المواجهة المباشرة ، وهذا النوع يشمل بعض من خصائص النوعية ، ويشتمل هذا النوع على الاتصال السلبي من نقطة إلى أخرى مثل : الهاتف ، الفاكس ، الراديو المتحرك ، الرادار ، الأفلام العائلية ، التلفزيون والفاكس والانترنت وغيرها .

(4) الاتصال الجماهيري : هي عملية الاتصال التي تستخدم فيه وسائل الإعلام الجماهيرية ، مثل الإذاعة والتلفزيون والكتاب والصحافة والسينما يتميز الاتصال الجماهيري في قدرته على توصيل الرسائل ، إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات والأفراد غير المعروفين للقائم بالاتصال ، تصلهم الرسالة حيثما كانوا في اللحظة نفسها وبسرعة مذهشة مع القدرة على خلق رأي عام ، وعلى تنمية الاتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً والمقدرة على نقل المعارف والمعلومات والترفيه وتشمل وسائل الإعلام الجماهيري على تلك الوسائل التي لها القدرة على نقل الرسائل

الجماهيرية من المرسل إلى عدد كبير من الناس وتتحقق مقدرتها الاتصالية باستخدام معدات ميكانيكية أو الكترونية مثل الصحف ، المجلات ، الكتب ، الراديو والتلفزيون .

#### المطلب الرابع: وسائل الاتصال الداخلي:

يتم الاتصال الداخلي من خلال وسائل عديدة ومختلفة تعتمد عليها المؤسسة لإرسال واستقبال المعلومات، وتنقسم هذه الوسائل حسب طبيعتها إلى ثلاث أنواع هي: وسائل الاتصال المكتوبة، وسائل الاتصال شفوية، وسائل الاتصال سمعية بصرية.

1. وسائل الاتصال المكتوبة: المكتوب هو العنصر الأوي في الاتصال الداخلي،

حيث 90 % من الرسائل الداخلية للمؤسسة تمر عبر وسائل الاتصال المكتوبة.

يسمح بتحويل التزامات الاتصال ( نشر المعلومات، نقل الأوامر، إعلان النتائج )

ويندرج ضمن هذا النوع من الوسائل عدة وسائل تتمثل في :

2. التقرير : هو عرض لمجموعة من المعلومات التي تتعلق بموضوع معين ،

وتتضمن قدرا من التحليل المفصل لهذه المعلومات وذلك للخروج بنتيجة قد تساعد

الإدارة على تنظيم العمل أو الرقابة على العمل<sup>1</sup> وهو أنواع :

<sup>1</sup> - احمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك الادارية في الاتصال ، الدرا الجامعية للطبع والنشر والتوزيع ، مصر 2006

1. حسب طبيعتها :

أ. تقرير إخباري: تنقل الأخبار دون التعليق عليها

ب. تقرير تحليلي: تعرض المعلومات ويقوم بتفسيرها وتحليلها.

2. حسب درجة رسميتها :

أ. تقرير رسمي: هو التقرير الذي يأخذ شكلا أو نمطا معينا عند إعداده

ب. تقرير غير رسمي: هو التقرير الذي لا يتقيد بشكل معين ويكتفي فيه

بتحديد طرفي التقرير ( المرسل، المستقبل )

ت. حسب الفترة الزمنية التي يغطيها التقرير :

1. تقرير دوري: هو التقرير الذي يتم إعداده على فترات زمنية منتظمة )

( يومي، أسبوعي، شهري )

2. تقرير غير دوري: هو التقرير الذي لا يرتبط إعداده بزمن معين، ويتم إعداده

حسب تبرز الحاجة

3. دفتر الاستقبال : هو وثيقة أولية سهلة الإستعمالية يدخل في الحياة اليومية

للمؤسسة بالتستر عن المنافع الشرعية التي سيستفيد منها العمال ، كما يقدم

للموظفين نظرة شاملة عن المؤسسة كحجمها ، نمط تنظيمها ، نشاطها ، قانونها الداخلي ، وكل ما يتعلق بشروط العمل ، أي أن هذه الوسيلة تسهل إدماج الموظفين الجدد.

4. وتساعدهم على التعرف على المؤسسة بشكل واضح ومختصر .

5. منشورات بيانية : تحتل مكانا صغيرا تلخص معلومات مهمة حول موضوع دقيق، وهي وثيقة تمر في جميع الأماكن والمصالح ويجب أن تبقى لمدة طويلة ( تقرير عام ) وتقدم على شكل ورقة مكتوبة من الجهتين أو ورقتين مطويات .

6. لوحة الإعلانات : تستخدم لوحات الإعلانات التي توضع تحت نظر العاملين كوسيلة اتصال لتبليغ العاملين بتعليمات أو السياسات أو أخبار أو معلومة تتعلق بالحياة الوظيفية كالعاملين ، ويكثر استخدام لوحات الإعلان في المؤسسات في أغراض توضيح الانجازات البارزة والأخبار التحفيزية والمعلومات المرتبطة بالأمن وضبط الجودة ، وغير ذلك من أوجه المعرفة ومواضيع الاهتمام الخاصة مثل جداول الاجتماعات ، ومواعيد العطلات الموسمية ...الخ.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - سعيد يسر عامر، مرجع سابق، ص 86.

7. الرسائل الخاصة: تأخذ الرسائل الخاصة كقناة للاتصال الرسمي المكتوب أحد

الاتجاهين إما الاتصال الصاعد أو النازل.

ويتم توجيه الرسائل الخاصة في حالة الاتصال النازل من رئيس مجلس الإدارة أو المدير إلى أحد العاملين الجدد بالمؤسسة ، لكي يرحب به كعضو جديد ، وقد تتضمن الرسالة ملخصاً عن سياسات أوضاع المؤسسة ، والمسؤولية التي تنتظر الموظف الجديد .

أيضاً قد توجه الرسالة خاصة إلى العاملين وإلى مستوى إداري معين ، بإخطارهم بوصول مسئول جديد وقد تقوم الرسالة بالدورين في نفس الوقت .

8 . الأدلة والكتيبات : تلجأ معظم المؤسسات إلى إصدار دليل العاملين يحتوي على كل ما يهم العاملين من حيث السياسة العامة للمنظمة وبرامج المزايا المادية والمعنوية وحقوق الموظف ، وواجبات العامل ، وكل ما يرتبط بالسلوك الوظيفي.

9 . نظام الاقتراحات والشكاوي : تقوم فكرة نظام الشكاوي كوسيلة اتصال مكتوب في تعبير العاملين ، على شكاوهم وتساؤلاتهم ، ومشاكل عملهم ، وإلى جانب هذا تضمن إعطائهم ردود عن كل التساؤلات خلال وقت محدد في نظام رسمي للشكاوي ، وتأخذ معاني عديدة كالباب المفتوح ، صندوق الاقتراحات أو عن طريق تسليم العاملين

الاقتراحات للرؤساء المباشرين الذين يرفعونها إلى الإدارة العليا ، أو عن طريق لجان فرعية أو لجان دائمة ، وذلك حسب محددات النظام المتبع للاقتراحات .<sup>1</sup>

10. المراسلات : تعتبر من وسائل الاتصالات المكتوبة في مجال الأعمال ، وتتميز بأنها تعطي معلومات تفصيلية وهامة عن الموضوع الذي تدور حوله ، كما أنها يسهل الرجوع إليها وحفظها .<sup>2</sup>

• البرقية : وهي وثيقة أخبار أو عرض موجز لقضية هامة أو مستعجلة لإعطاء تعليمات توجه لرئيس إداري ، أو المرؤوسين نتيجة وقوع حدث دون سابق إنذار .

• الفاكس : هو وسيلة اتصال شخصي غير مباشر يتميز بقدرته على إرسال الوثائق والرسوم المطبوعة عن طريق الهاتف أو الموجات اللاسلكية.

• مرفق الشيك الشهري : في المنظمات التي تستخدم الحسابات الآلية ، في حساب وكتابة الشيك الشهري للعاملين ( الأجر ، الحوافز ) ، يمكن بسهولة إضافة بعض المعلومات السريعة والهامة في مرفق هذا الشيك، يتم طباعته بواسطة الحاسب الآلي ، وذلك بعد طباعة الشيك ومن هذه المعلومات ما

<sup>1</sup> سعيد يسر عامر ، مرجع سابق ، ص98 .

<sup>2</sup> أحمد ماهر ، مرجع سابق ، ص53.

يمس أي تغيير في سياسات الأفراد كالحوافز ، والتأمينات والعلاج الصحي والأجور وغيرها .

3. وسائل الاتصال الشفوية : إلى جانب الاتصال عن طريق الكلمة المكتوبة يمكن أيضا الاتصال عن طريق الكلمة المسموعة والمنطوقة ، ويندرج هذا النوع من الوسائل الاتصالية ضمن عدة وسائل أهمها :

❖ الهاتف : هو وسيلة تصلح لعمليات الاتصال التي تتطلب السرعة في كثير من الأحيان<sup>1</sup>، وتفضل معظم المؤسسات استخدام الهاتف ، ومن أمثلة الأمور التي يستخدم فيها الهاتف: دعوة الأعضاء إلى اجتماع طارئ ، الاتفاق على موعد زيارة هامة أو عاجلة .

➤ التأكد من حسن سير العمل أو تطبيق الأساليب المتفق عليها

➤ التنسيق بين البرامج والتبليغ عن حادث خطير .

➤ السؤال عن حالة مرضية ممنوع زيارتها<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> - احمد ابراهيم عبد الهادي ، صديق محمد عفيفي ، السلوك التنظيمي ، دراسة في التحليل السلوكي للبيروقراطية المصرية ، مكتبة عين الشمس ط10 ، ص344.

<sup>2</sup> - حسين عبد المجيد رشوان ، مرجع سابق ، ص282.

❖ الاجتماعات : تعقد الاجتماعات داخل معظم المؤسسات بشكل أكثر من اللازم ،  
وعلينا التأكد أن لكل اجتماع هدف ، وأن جميع الحاضرين لهم اهتمام مباشر بهذا  
الهدف ، وتعد الاجتماعات داخل المؤسسة وسيلة هامة لتتوير الأفراد والإجابة على  
أسئلتهم .

❖ وهي وسيلة يتم فيها تبادل الآراء إلا أن فعالية هذه الوسيلة تتوقف على أسلوب إدراك  
تلك الاهتمامات ومدى المشاركة الفعالة لمختلف الأعضاء ودرجة نضجهم ومستواهم  
التنظيمي وأيضا الثقافي.

❖ الاتصال الشخصي المباشر : ويكون وجها لوجه ما بين المرسل والمستمع كاللقاء  
المباشر بين الرئيس والمرؤوس وهذا يفسح المجال للمناقشة وتفهم الرسالة بصورة  
أوضح بسبب ما يديه كل منهما من انفعالات نفسية وحركات جسمية والوقوف على  
ردة الفعل المستقبل ، بالإضافة إلى رفع الروح المعنوية لدى المرؤوسين عندما يتم  
الاتصال الشخصي بينهم وبين رؤسائهم<sup>1</sup>.

➤ المقابلات : تعتبر المقابلات إحدى وسائل الاتصال الشفهي المباشر ونقصد بها  
المقابلة الرسمية التي تهدف إلى تبادل المعلومات أو معالجة ما ، أو المساهمة في  
تخفيف الضغوط النفسية في مجال العمل ، والمقابلة هي مواجهة بين شخصين أو

<sup>1</sup> - احمد ابراهيم عبد الهادي ، صديق محمد عفيفي ، مرجع سابق ، ص344.

أكثر ، يدور بينهم نقاش حول موضوع معين أو مسألة معينة ، لتحقيق غرض محدد .

➤ وتختلف المقابلات حسب الغرض منها ومن أهم أنواع المقابلات الشائعة في المؤسسة ما يلي:

➤ أ : مقابلة إعلامية : هي مقابلة لتبادل المعلومات الخاصة ، بسير العلم وما يخص الأداء الوظيفي .

➤ ب: مقابلة التوظيف: هي مقابلة يكون فيها ممثل المؤسسة بحاجة إلى معرفة الكثير من المعلومات عن طالب الوظيفة ومن جانب آخر نجد أن طالب الوظيفة بحاجة إلى الكثير من المعلومات عن المؤسسة والوظيفة المرشح لها والجو الوظيفي والمزايا المادية والعينية للمؤسسة.

➤ ج: مقابلة التدريب : ترتبط مقابلة التدريب بتنمية مواهب وقدرات الأفراد عادة ما تعقد هذه المقابلة قبل بدء برامج التدريب ، بقصد اختيار الأفراد واختيار البرامج التدريبية التي تلائم المستوى المتوقع إلحاقه ببرنامج تدريب معين للحصول على مؤهلات أعلى .

➤ د - مقابلة التقييم : تهدف مقابلة التقييم إلى التعرف على مستوى الأداء الوظيفي وكافة الجوانب المرتبطة به . لجميع العاملين خلال حياتهم الوظيفية ، بالمؤسسة وتختلف طريقة التقييم حسب المستوى الوظيفي للموظف

➤ المحاضرات والخطب : تعد المحاضرات والخطب من أحسن وسائل الاتصال التي تلجا إليها المؤسسة على اختلافها ، لشرح وجهة نظرها في مسائل وتبيان ما حققته من نجاح، ومدى ما تلاقيه من صعوبات ومع أن الجمهور الذي يحضر المحاضرات يعتبر صغير نسبيا إذا قورن بال جماهير التي تستمع إلى الإذاعة أو تحضر الحفلات إلا أن ما يعوض ذلك النقص أن المحاضرات والخطب تتيح فرصة هامة لمواجهة الخطيب بجمهوره وهنا يكون المحاضر المسؤول الأكبر مدير أو رئيس مجلس الإدارة.

➤ سبر الآراء والأسئلة المفتوحة:

هما الوسيلتان اللتان تسمحان بمعرفة آراء العمال وتأخذ اتجاهين متعاكسين، فالوسيلة الأولى ( سبر الآراء ) تسمح بالذهاب إلى العمال وتعطيهم الحرية في التكلم أما الثانية ( الأسئلة المفتوحة ) تجعل العمال يأتون بأنفسهم لطرح أسئلتهم على المسؤولين ، ومن هنا فإن الوسائل الشفوية تسمح للعمال بالتعبير الذاتي عن شكاويهم وانشغالاتهم وورغباتهم وهذا ضروري في المؤسسة لتحسين التنظيم .

(3) الوسائل السمعية البصرية :

➤ البريد الإلكتروني : هو وسيلة اتصالية حديثة تسمح ببث الرسائل عن طريق جهاز الكمبيوتر ومن إيجابياته أنه يساعد على بث الرسائل لعدة مسؤولين في المؤسسة وهذا حتى في غيابهم .

➤ فيلم المؤسسة : هو شريط فيلمي تقوم المؤسسة بعرضه في أوقات محددة ويكون موجه لمجموعة موظفين في المؤسسة والهدف منه هو تعريف العمال بنظام المؤسسة بشكل أفضل وتحفيزهم على العمل .

➤ المحاضرات عن طريق الشاشة :

هي تتراوح بين التقنيات الحديثة لنقل المعلومات بالتقنيات البصرية تسمح بعقد اجتماعات ومحاضرات مع مختلف العمال بالمؤسسة في أماكن عدة وفي وقت واحد مع مشاركين متواجدين على مسافات بعيدة عن مكان العرض وتستعمل هذه التقنية : كاميرا ، فيديو ومكبرات الصوت - إضافة إلى أجهزة عكس الصورة كالتلفزيون والشاشات الكبيرة .

2) شبكات الاتصال الداخلي: لقد قام بعض الباحثين بتصميم أشكال متعددة لشبكات الاتصال، من خلال دراستهم للجماعات، ونقصد هنا بشبكة الاتصال تنقل أو سير المعلومات بين أفراد الجماعة الواحدة<sup>1</sup> وتتمثل هذه الأشكال في:

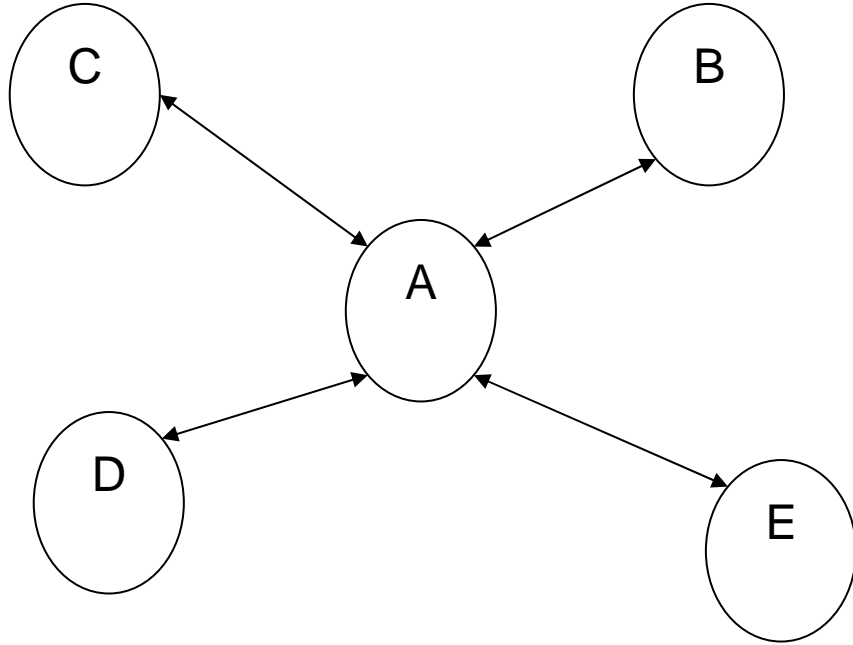
1 - شكل العجلة ( أو ما يسمى بالأشعة أو حرف "X" ) : وفي هذا النمط تتمركز علاقات الاتصال حول فرد في الجماعة والأفراد يتبادلون المعلومات معه ولا يسمح لهم بتبادل المعلومات مع بعضهم البعض .

إذن هذا الشكل يتيح لعضو واحد في المحور أن يتصل بأعضاء الجماعة واتصال الأعضاء بينهم يتم عن طريقه فقط ، فهناك فرد ذو مركز قيادي ، وترتيب علاقات الاتصال لهذا النمط يتضح في الشكل التالي<sup>2</sup>

شكل العجلة : ( la Roue )

<sup>1</sup> Charles Retziilliqn .c.lq co;;unicqtion oral , edition nathan, 1994 P60.

<sup>2</sup> صلاح الدين عبد الباقي ، مرجع سابق ، ص234 .



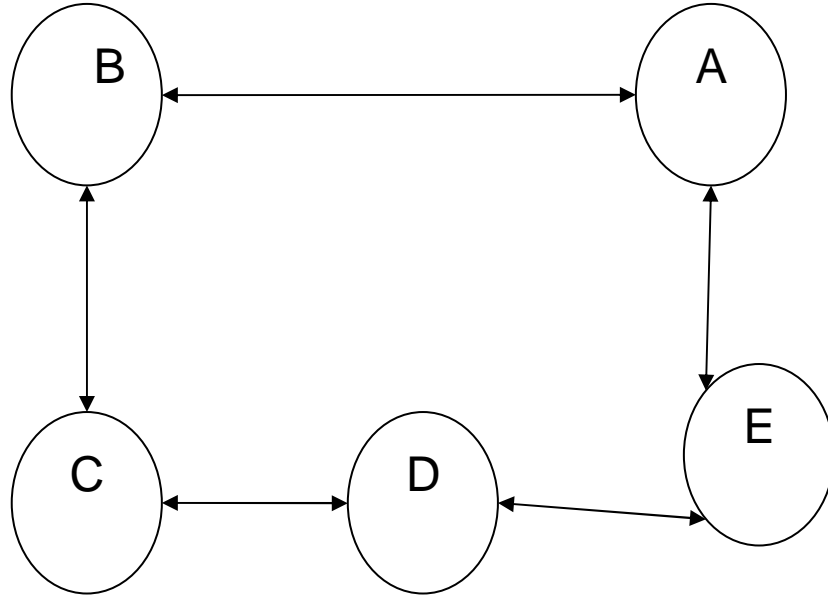
ففي مؤسسة المسجد الإمام هو الذي يتحدث والمصلين يستمعون .

2 ( شكل الدائرة : هذا الشكل يتيح لكل أفراد الجماعة أن يقوموا بالاتصال ببعضهم وفق علاقات الاتصال المحددة . أي أن كل فرد يستطيع أن يتصل اتصال مباشرا بشخصين يتموقعان على يمينه أو يساره أما الاتصال ببقية الأعضاء الأخرى يتم بواسطة أحد الأفراد أو ما يسمى بالوسطاء ولا أحد من المشاركين يملك مركزا امتيازيا أو مركزا قياديا مثل الإمام والعاملين معا والشكل التالي يوضح ذلك : <sup>1</sup>

شكل الدائرة : ( le cercle )

<sup>1</sup> محمد سلامة ، محمد غباري وعبد الحميد عطية ، الاتصال ووسائله بين النظرية والتطبيق ، مكتب الجامعي

الحديث ، الاسكندرية ، ص 229 .



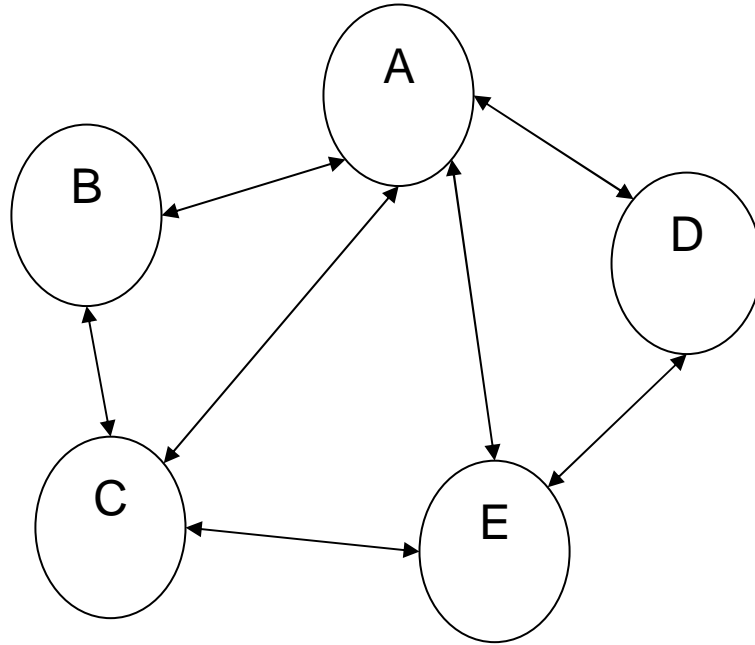
وهناك نمط من أنماط اتصال شبكة الدائرة يعرف باسم جماعة الدائرة الحرة، حيث يتناقش

الأفراد فيها مع جميع أفراد المجموعة يتساوى مع بعضهم، كما يمثلها الشكل التالي:<sup>1</sup>

شكل الدائرة الحرة : ( le cercle libre )

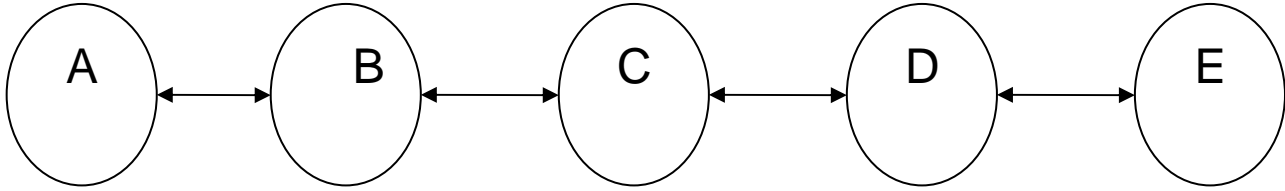
---

<sup>1</sup> صلاح خليل ابو اصبح ، مرجع سابق ، ص60.



3 - شكل السلسلة : هي عبارة عن سلسلة تنظيمية أين يكون جميع الأعضاء في خط واحد حيث لا يستطيع أي منهم الاتصال المباشر بفرد آخر ويعتبر اتصال ذو اتجاه واحد أو خطي ولا تمنح فرصة لأي فرد أن يمثل مركزا قياديا والميزة الأولية له تتمثل في التبادل السريع للمعلومات والشكل التالي يوضح ذلك :

شكل السلسلة ( la chaine ) .

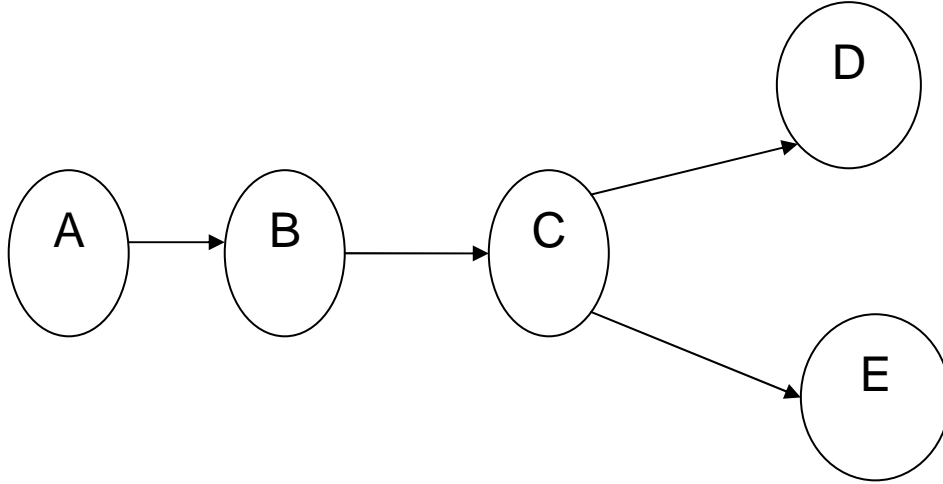


4- شكل حرف Y " : وهذا الشكل يختلف عن سابقه لأن هناك فرضين يتمركزان خارج السلسلة فالجماعة منظمة في شكل ثلاثة مستويات فالفردين في المستوى الأول يتصلان مع الفرد الذي يقع في وسط الشبكة أو في المستوى الثاني والذي يربط بين المستويات وهذا الأخير يتمثل مع الفردين الذين يقعان خارج السلسلة . كما يظهر في الشكل التالي :

1

<sup>1</sup> صلاح الدين عبد الباقي ، مرجع سابق ، ص 238 .

\* شكل حرف Y



ومن خلال هذه الأشكال التي ذكرناها نستنتج أن كل شبكة تختلف عن أخرى من حيث السرعة، الدقة في توصيل أو المعلومات رضا الأفراد عن المهمة التي يقومون بها، اتخاذ القرارات، المشاركة وكذا استمرار الجماعة.

ولفهم تركيب الاتصال للجماعة فإنه يجب علينا تحديد موقع كل فرد ومركزه في شبكة الاتصال. حيث لوحظ أنه من يشغل مركزا وسطيا في الشبكة يمكنه الاتصال بسهولة مع كل أفراد الجماعة وبالتالي يمكن سماع كل ما يدور في محيط الجماعة، والفرد الذي يشغل مركزا طرفيا يبعد عن الاتصال المباشر بالكثير من أعضاء الجماعة الآخرين.

المبحث الثاني: دور الاتصال الداخلي ومشاكله:

المطلب الأول : أهمية الاتصال الداخلي :

يقوم البناء الاجتماعي داخل المؤسسة على تحديد الدور الذي يلعبه ويقوم به كل فرد داخل هذا البناء المؤسسي وهذا ما يجعل الفرد يشعر بقيمته داخل الجماعة أو المجتمع، هذا الدور يفرض على الأفراد القيام بوظائف متعددة تختلف فيما بينها من دور إلى آخر وتحقق في النهاية التكامل الاجتماعي والوظيفي للنشاط الاقتصادي ، وذلك لارتباط الوظيفة كل فرد حسب دوره بالآخرين ولا يمكن أن يقوم بهذه المهمة أو الوظائف التي تتفق مع الدور الاجتماعي دون اتصاله بالآخرين ونادرا ما نجد دورا اجتماعيا لا يفرض على الفرد الاتصال بالآخرين وحتى إذا كان هناك مثل هذا الدور كدور الباحثين أو العلماء المتفرغين للبحوث والاكتشافات العلمية فإن هذا الدور يفرض عليه اتصالا مع زملائه أو أقرانه خاصة وأن المعرفة العلمية أصبحت تميل إلى التخصص الدقيق الذي يتكامل مع غيره من التخصصات وذلك بجانب الاتصال اليومي لإشباع الحاجات الأولية ، وتظهر كذلك أهمية الاتصال للفرد في حاجته للمعلومات والمعارف الخاصة بالقضايا والمعلومات اليومية التي تفيد في اتخاذ قراراته اليومية ، وهناك أهمية أخرى نلمسها لكونها العملية الأولية في الاتصال يكتسب به الفرد خصائص وسمات المجتمع الذي يعيش فيه وينتمي إليه وتدعم بالتالي انتماءاته إلى هذا المجتمع ، فالفرد بدوره ينقل أفكار المجتمع

ومعتقداته إلى الآخرين في صورة أو في أخرى، وإلى جانب ما يقوم به الاتصال من وظائف تتعكس أهميته على الفرد ، فإن أدوار الاتصال تعكس أهمية المجتمع على النحو التالي :

1. يوفر الاتصال للأفراد داخل المجتمع كل المعلومات الخاصة بالبيئة والأخطار المحيطة بها ، مما ينعكس على دعم الاستقرار والأمن داخل المجتمع وخارجه .
2. يحقق الاتصال المحافظة على الهوية الثقافية للمجتمع : ينقل التراث من جيل لآخر ويعرف الأجيال الجديدة بهذا التراث ، الذي يعتبر أحد المحددات الأولية للنظام الثقافي للمجتمع .
3. يساعد الأفراد بالنسبة للاتصال داخل مؤسسة المسجد في التعرف على أمور دينهم ودنياهم .
4. المسجد كونه عريق ويجلب إليه مختلف الشرائح والطبقات فهو يسهل من تقرب الأفراد من بعض الشخصيات المهمة لطرح انشغالاتهم من خلال إقبالهم على أداء الصلاة .

## المطلب الثاني: أهداف الاتصال الداخلي:

يعتبر الاتصال الداخلي بالنسبة لأي جماعة عنصرا هاما وفعالا لضمان استمراريتها وبقائها. كما هو الحال بالنسبة للمنشآت التجارية والصناعية وكذا الاجتماعية. نجد أن الاتصال الجيد والفعال أمر حيوي بالنسبة لأي منشأة من المنشآت من خلال زيادة كفاءة العاملين فيها وتطوير أجهزتها وزيادة الإنتاجية.

والاتصال في المؤسسة له أهداف يرمي إليها :

1. أهداف الاتصال بالنسبة للعاملين : أن الاتصال داخل المؤسسة يجب أن يعمل على جعل الموظفين ملمين تماما بمجريات الأمور التي تهمهم داخل المؤسسة وتستطيع هذه الإدارة أن تقيم علاقات مع الموظفين أو التفاهم والثقة كما تستطيع الإدارة أن تزيد من إنتاجيتهم عن طريق تزويدهم بالمعلومات الضرورية اللازمة لحسن سير العمل.<sup>1</sup>

2. ويعمل على إشعار العاملين بأهميتهم داخل المنظمة ، مما يؤدي إلى رفع روحهم المعنوية وتزويد العاملين بالقدر الكافي من المعلومات يؤدي إلى التقليل من الشائعات وتضييع الوقت في آلاف من الحقيقة ولا فائدة من ورائها<sup>2</sup> وهناك أربعة مجالات

<sup>1</sup> عبد العزيز يشرف ، مرجع سابق ، ص190 .

<sup>2</sup> محمد فريد الصحن ، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق ، دار الجامعة ، كلية التجارة جامعتي الاسكندرية ، بيروت الغربية ، 1988 ص41.

واسعة ويمكن في إطارها أن تأخذ المعلومات طريقها للعاملين في منشآت صناعية أو تجارية وهذه المجالات هي :

1.1. معلومات عن المنشأة : فالعاملون يهتمهم أن يعرفوا إنتاج المنشآت

ومستقبلها ومعرفة ما يجري في الاجتماعات التي تعقد فيها ، والقرارات التي تؤثر

على مستقبل المنشأة التي يعملون فيها .

2.1. معلومات عن سياسة المنشأة : لا سيما تلك التي تؤثر على العاملين وعلى

وظائفهم وعلى مستقبلهم الوظيفي .

2.2. معلومات تتصل ببعض المشكلات والصعوبات : وهي الصعوبات الطارئة التي

تقابل المنشأة ومعرفة العاملين لهذه المشاكل والصعوبات يؤدي إلى زيادة بذل

الجهود .

2.3. معلومات تتصل بنشاط العاملين الوظيفي : لأنه من أهداف الاتصال تزويد

العاملين بكل ما يحتاجون إليه من معلومات وخبرات تساعدهم على القيام

بوظائفهم على أكمل وجه <sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - خيرى خليل الجميلي ، الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامع الحديث ، الاسكندرية 1995،

3. أهداف الاتصال بالنسبة للقيادة :

يساعد الاتصال الإدارة العليا على اتخاذ القرارات المناسبة والسليمة وهذا بفضل المعلومات التي يوردها للمستخدمين والتنسيق بين الجهود وتبادل الخبرات بما يوفره من بيانات ومعلومات. كما يساهم بتوجيه آراء العاملين ووجهات نظرهم<sup>1</sup>.

- ويضيف صالح بن نوار أهداف أخرى للاتصال<sup>2</sup>:

➤ تحقيق التنسيق بين الأفعال والتصرفات الخاصة بأقسام المؤسسات، فبدون اتصال تصبح المؤسسة عبارة عن مجموعة من الموظفين يعملون منفصلين عن بعضهم لأداء مهام مستقلة عن بعضها البعض.

➤ المشاركة في المعلومات: يساعد الاتصال على بناء المعلومات الهامة لتحقيق أهداف المؤسسة وتساوده هذه المعلومات على توجيه سلوك الأفراد بنتائج أداؤهم.

○ توجيه الأفراد لأداء مهامهم وتعريفهم بالواجبات المطلوبة منهم

○ تعريف الأفراد بنتائج أداؤهم

<sup>1</sup> - خيري خليل الجميلي ، مرجع سابق، ص42.

<sup>2</sup> - صالح بن نوار، الاتصال في المؤسسة، مخر بحث علم الاجتماع والاتصال والبحث والترجمة، الجزائر،

2003، ص 87.

➤ اتخاذ القرارات: يلعب الاتصال دورا كبيرا في عملية اتخاذ القرارات، فاتخاذ قرار معين يحتاج الموظفين إلى معلومات معينة لتحديد المشاكل والتقييم البدائل وتنفيذ القرارات وتقييم نتائجها.

➤ التعبير عن المشاعر الوجدانية : يساعد العاملين على التعبير عن سعادتهم وأحزانهم ومخاوفهم وثقتهم بالآخرين حيث يستطيع الموظف أن يبدي رأيه دون خوف أو حرج ، كما يساعد المدير على الاتصال بالموظفين في جميع المستويات الإدارية .

### المطلب الثالث: وظائف الاتصال الداخلي للمؤسسة:

ترتبط وظائف الاتصال الداخلي ارتباطا وثيقا بمحتوى الاتصال ومن ثمة أصبح الاتصال وظيفة توصيل المعلومات وتبادلها وتدفعها إلى جميع المستويات حتى يضمن استمرار العمل ووحدة الجهد وهذا للتأكد من إنجاز العمل بدقة وعناية. ومنه نستخلص ثلاث وظائف للرسالة الإعلامية داخل المؤسسة ونلمسها فيما يلي:

➤ الإعلام: يتمثل في كل المعلومات الضرورية تقنيا لتنفيذ عمل المؤسسة وهذه المعلومات ذات أهمية بالغة لأنها تسمح بتمرير المعلومات لتحسين سيرها والعمل في المؤسسة.<sup>1</sup>

➤ التحفيز : يتمثل في كل المعلومات التي تحفز المستخدمين على تحسين العمل ، وتحديد موقع كل فرد في الجماعة وغياب مثل هذه المعلومات حتما سيؤدي إلى اللامبالاة وانتشار الإشاعات .

➤ التفاهم : يتمثل في المعلومات التي حول التنظيمات العامة الداخلية والخارجية التي تهم المستخدم، كالمعلومات المتعلقة بحقوقه، ودور مختلف المصالح الإدارية والاجتماعية وذلك بتشكيل فريق جماعي أو خلق روح الجماعة والشعور بالانتماء.<sup>2</sup>

ومن جهة أخرى لخص مصطفى حجازي وظائف الاتصال في العناصر التالية :

- وظيفة الإنتاج : أن عملية الاتصال هي التي تحدد سير الإنتاج من حيث كميته وتحسين نوعيته ، كما تعد التوجيهات بالتنفيذ والآراء كتوجيه الإنذارات بسبب التغيب عن

---

<sup>1</sup> - رابحة حسن ، السلوك الأساس في المنظمات ، دار الجامعية للنشر والتوزيع ، الاسكندرية ، 1999 ، ص 267.

<sup>2</sup> - ماجدة عطية ، سلوك المنظمة سلوك الفرد والجماعة ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الاردن ، 2003 ،

العمل وإبداء الإعجاب والإعلان عن كافة الأداء الجيد للعمل ، وإرسال المذكرات أو عقد الاجتماعات لمناقشة المشاكل ورفع الإنتاج .

وظيفة الإبداع : المقصود بالإبداع هو إنشاء ووضع أفكار وأنماط سلوكية جديدة لتحسين السلوك التنظيمي وتطوير المنظمة وتعتبر وظيفة الإبداع أقل وظائف الاتصال ممارسة ، وذلك ناجم عن المقاومة الشديدة التي تبديها مختلف الأطراف للتغيير التنظيمي فالروتين والنمطية والتقنية تعتبر من أهم العقبات التي تقف في وجه الإبداع.

وظيفة الصيانة: يتمثل دور الاتصال في مجال الصيانة في أداء المهام الرسمية الثلاث:

- حفظ الذات وما يرتبط بها من عواطف ومشاعر

- تغيير موقف الأفراد من القيمة التي يولونها للتفاعل الذي يحدث فيها

- ضمان استمرارية الإنتاج والإبداع

المطلب الرابع: معوقات الاتصال داخل المؤسسة:

1 - طبيعة المعلومات :

وتتضمن الغزارة والكثافة الشديدة في المعلومات التي تتطلب من المستقبل استقبالها وفي هذه الحالة لا يستطيع المستقبل متابعة جميع الحقائق وقد يخطأ أو قد يتأخر في الإجابة أو يلجأ إلى التعميم أو التصفية وتقنية المعلومات .

2 - معوقات شخصية:

تتعلق المعوقات الشخصية في الاتصال بأي من طرفي الاتصال ( استقبال والمستقبل )  
قيمه واتجاهاته وخبرائه وخلفيته العلمية وكلما كان الإطار المرجعي لكل منهما متميزا عن  
الآخر كان من الصعب تحقيق اتصال فعال بينهما.

- الإدراك الانتقائي: يصل الفرد غالبا إلى سماع ما يتوافق مع قيمه ومعتقداته واتجاهاته  
وإعاقة أي معلومة تتضارب مع هذه المعتقدات والقيم.

- الاختلاف في المركز بين المرسل والمستقبل : فالاختلاف بين المرسل والمستقبل من  
حيث المركز والوظيفة والراتب والمزايا يعيق عملية الاتصال.

- مصداقية المرسل ( مصدر المعلومات ) : وتشير إلى مدى ثقة المستقبل بالمرسل  
وأعماله وأقواله .

- ضغط الوقت : ليس لدى المدير أو الرئيس عادة وقت كافي للاتصال مع كل شخص  
فيلجأ إلى اختصار الطريق بتجاوز مستوى إداري معين ، وهذا يؤدي إلى بعض  
الصعوبات<sup>1</sup> .

<sup>1</sup> حسين حريم ، السلوك التنظيمي ( سلوك الأفراد في المنظمات ) ، دار الزهرة للنشر والتوزيع ، عمان 1997 ،

3 - مشكلة تتعلق باللغة:

إن طبيعة اللغة العربية يشكل عائقا في الاتصال فهناك كثير من الكلمات غير الدقيقة والكثير منها ما يحمل أكثر من معنى واحد ويحدث سوء الاتصال حينما يفسر الطرفان ( المرسل والمستقبل ) إلى بطريقتين مختلفتين.

4 - استخدام الوسائل القنوات العديدة:

يتمثل نقل المعاني بواسطة الكلمات والوسائل غير اللفظية أيضا مثل الإيماءات وتعابير الوجه وحركات الجسم وغيرها . وقد لا تتوقف المعاني المنقولة عبر هذه الوسائل المختلفة فإذا ما حدث تناقض بين المعنى الذي ينقله المتحدث عن طريق الحديث والمعنى الذي قد توجهه تعابير الوجه مثلا فيؤدي إلى صعوبة الاتصال .

5 - معوقات مادية :

وهذه تحدث نتيجة عوامل وأمور في البيئة المادية التي يتم فيها الاتصال مثل الضوضاء والتشويش في أجهزة الاتصال وبعد المسافة بين المرسل والمستقبل وعدم الإضاءة المناسبة وغيرها<sup>1</sup>

6- معوقات تنظيمية:

<sup>1 2</sup> حسين حريم ، مرجع سابق ، ص 350 - 351.

وتتضمن تلك الصعوبات والمشكلات الناشئة عن سياسة المنظمة وهيكلها ومناخها التنظيمي وثقافتها ، فالمناخ المؤازر والمساند يساعد على نجاح عملية الاتصال في حين أن المناخ التنظيمي القهري أو القسري يؤثر سلبا على الاتصال <sup>2</sup> .

ويصنف أحد الكتاب معوق الاتصال إلى معوقات ناشئة عن المستقبل ومعوقات بيئية

1. المعوقات الناشئة عن المرسل: وتشمل ما يلي:

1.1. عدم وضوح الفكرة لديه.

1.2. عدم اختيار الوسيلة المناسبة.

1.3. استخدام مفردات غير مألوفة.

1.4. كثرة المعلومات في الرسالة

1.5. إصدار إيماءات وحركات غير لفظية بشكل ملفت للنظر ومتناقض مع معاني

الرسالة

1.6. حجم الجماعة المستقبلية للرسالة

1.7. اختلاف المركز الوظيفي أو الاجتماعي أو السياسي.

1.8. مصداقية مرسل الرسالة

1.9. اختلاف المظهر الفيزيولوجي

2. المعوقات الناشئة عن المستقبل: أما المعوقات التي يسببها المستقبل فتتمثل في :

2.1. الإدراك الإنتمائي

2.2. التحيز الشخصي ضد المرسل

2.3. الحالة الفيزيولوجية له

2.4. عدم الإصغاء جيدا

3. المعوقات البيئية تتضمن:

3.1. معوقات مكانية

3.2. تشويش وسائل الاتصال

3.3. معوقات ناشئة عن السياسة العامة

خاتمة:

تطرقنا في هذا الفصل إلى المفاهيم الآوية حول موضوع الاتصال داخل المؤسسة حيث قدمنا أهم التعاريف التي وردت عنه ، ثم تطرقنا إلى الحديث عن الأهمية البالغة التي تتشكل في عناصر العملية الاتصالية داخل المؤسسة وأنواع ومستويات الاتصال الداخلي في المؤسسة إلى اختلاف وسائل الاتصال الداخلي وشبكاته . كما توقفنا عند أهميته وأهدافه وأهم الوظائف التي يقدمها وفي الأخير تناولنا أهم المعوقات والمشاكل التي تعترض الاتصال الداخلي في المؤسسة.

تمهيد:

إن الاتصال في المؤسسة له أهمية كبيرة ، فكل مؤسسة بحاجة إلى الاتصال من حيث دوره وأهميته البالغة والوظيفة التي يلعبها في ذات المؤسسة ، ويعتبر الاتصال من ثقافة المؤسسة حيث يرى " شارلز كروي " : إن الاتصال في المؤسسة له مفهوم واسع حيث ينقسم إلى جزأين الأول يرمز إلى الاتصال الداخلي والثاني يرمز إلى الاتصال الخارجي ويستعمل في ذلك عدة وسائل " <sup>1</sup> .

ونحاول في هذا الفصل تبسيط الاتصال الخارجي في المؤسسة بتبيان أهميته.

---

<sup>1</sup> – Charles croué , **Marketing International** , de doecle , Flander , 2006 , p486.

المبحث الأول: مفهوم الاتصال الخارجي في المؤسسة وأنواعه.

المطلب الأول: مفهومه.

يعرفه مصطفى حجازي على أنه " حلقة وصل بين المؤسسة والمجتمع المحيط بها ففي كل مجتمع لا بد من وجود مؤسسات وهيئات مختلفة قائمة لتحقيق غايات ووظائف معينة ولها صلات مع أفراد ذلك المجتمع ، لا تتمكن هذه المؤسسات من القيام بأعمالها ما لم تكن ثقة متبادلة بينها وبين جماهيرها ، هذه الثقة لا تأتي عن طريق الصدفة ، لكن يجب إن تبنى على أسس متينة وخطط مدروسة . تضمن لها البقاء لذلك فالاتصال الخارجي هو بناء ثقة الجمهور بالمؤسسة والمحافظة عليه.<sup>1</sup>

ويُعرَّفُ أيضا " يعني الاتصال الخارجي كل ما يرمز للاتصال والعلاقات الخارجية لمؤسسة ما " <sup>2</sup>

\* ويُعرَّفُ أيضا : " إن اتصال المؤسسة الخارجي يعمل على إمداد المحيط بمعلومات ذات طابع متنوع وهذا تبعا لتنوع الجمهور الذي تخاطبه ، وهكذا يصبح كل من الزبائن،

<sup>1</sup> - مصطفى حجازي ، مرجع سبق ذكره ، ص 52 .

<sup>2</sup> Pierre lasne ، **le communicationnaire 2007** ، edition de mouette ، France 2007 2éme Edition ، p68.

الممولين ، السلطات المحلية ، الصحافة أهدافا يوجه إليها الخطاب بصفتهم عناصر أساسية في عملية الاتصال وبالتالي هدف اتصال المؤسسة الخارجي هو كسب

ثقة الناس فيها للإقبال على خدماتها أو تحسين قوة بيع منتجاتها.<sup>1</sup>

يعكس الاتصال الخارجي علاقة أعضاء المنظمة بالمحيط الخارجي ، وهذه العلاقة لا بد إن تكون ايجابية لكسب ثقة الناس من خلال المعلومات المنظمة والمنسقة والمتعلقة بالموضوع الذي يريده الجمهور المتنوع وكذلك نقل المعلومات وآراء من الجماهير إلى المؤسسة .

\* ويرى عبد الفتاح دويدات " إن المؤسسة لكي تحقق الاتصال الخارجي يجب عليها إن تقوم بنقل المعلومات والآراء والحقائق من الجماهير إلى المؤسسة بغية الوصول إلى الانسجام والتكيف الاجتماعي " <sup>2</sup>

\* هو " اتصال يجب أن تلجا إليه المؤسسة للتعامل مع محيطها الخارجي عن طريق عمالها وإطاراتها ، وبذلك تبني علاقات ايجابية مع العاملين في هذا المحيط كالجماعات

---

<sup>1</sup> Le Duchobert , **la Publicité une force au serrce de l'entreprise** , Paris Dunod , p126.

<sup>2</sup> – Michel Lenet , **technique doctrine et moral de la Communication social** , Edition d'organisation , paris 19981 , p105.

المحلية ، أصحاب المؤسسات المنافسة وكذلك تطوير أساليب عملها ، وتقنياتها وكل ما يهيمه من أخبار ومعلومات تساعد على التحليل من أجل اتخاذ قرارات إستراتيجية في آخر المطاف وتلجأ المؤسسة إلى اتخاذ القرار الذي يحقق لها شهرتها ويعلم جمهورها عن منتجاتها ويضمن صورة جيدة .<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: أنواع الاتصال الخارجي في المؤسسة:

إن الاتصال الخارجي له أهمية كبيرة في المؤسسة على اختلاف نشاطها فهو مرآة منظمة التي تعكس صورتها أمام الجمهور عامة والمصلين خاصة بحكم تناولنا هذا الجانب في بحثنا هذا وهناك أنواع للاتصال الخارجي في المؤسسة ، يهدف كل نوع منها إلى تحقيق غاية مرجوة من المؤسسة وهذه الأنواع تتمثل في :

#### 1. الاتصال المؤسسي:

هو : " كل ما يتم بواسطة المؤسسة سواء تعلق الأمر بتقديم الأخبار عن نفسها وعن نشاطاتها ، أداة تأكيد حضورها أو التعريف بموقفها حول موضوع أو حدث يسمى نشاطها الخارجي"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Annie Bartoli , **communication et organisation** , édition d'organisation , Paris 1994 .

<sup>2</sup> مصطفى حجازي ، مرجع سابق ، ص 13 .

"الاتصال المؤسسي يحدد من " نحن " أي المؤسسة بالنسبة " لهم " أي المؤسسات الأخرى"<sup>3</sup>.

ويعرف أيضا : "الاتصال المؤسسي يشير إلى كل العمليات الاتصالية التي تهدف إلى تطوير شهرة المؤسسة وتحسين صورتها كمنشأة"<sup>1</sup>.

-هو مجموع نشاطات غايتها ضمان التلاحم واستمرارية اندماج المؤسسة في المجتمع من خلال ما تقوم به من خدمات ونشاطات...الخ، فكل مؤسسة مهما كانت طبيعتها تسعى إلى تحسين صورتها وتطويرها والحفاظ عليها فمؤسسة المسجد تسعى دوما إلى خلق جيل متخلق و متمسك بمبادئه ومقوماته الدينية ومعتقداته من خلال غرس روح الإيمان والأخوة وتعزيز الروابط بين شرائح المجتمع.

## 2. الاتصال التجاري:

هذا النوع من الاتصال الخارجي هو مجموع التعاملات التي تقوم بها المؤسسة مع محيطها الخارجي المرتبطة بتسويق السلع والخدمات وحث مختلف الزبائن إلى اقتناء

---

<sup>3</sup> Marie helen wesphalen , **la communication extern de l'entreprise ouvert** , dunode ; Paris 1997 , p01 .

<sup>1</sup> – JaQue lenderre et lindon denis , **mercatos thiorie et pratique du marketing** , editon doloz , 1eme edition , paris 1990 p333.

منتجاتها من خلال الإشهار والترويج . ولهذا لا بد أن يكون الاتصال التجاري في مستوى راقى، هذا الأخير يعكسه منتجات المؤسسة من خلال الجودة والنوعية، هذا بالنسبة للمؤسسات التجارية. أما المؤسسات الدينية أي مؤسسة المسجد فهي لا تعتمد على هذا النوع من الاتصال لأن هدفها هو جلب أكبر قدر من الأشخاص لتعزيز القيم الدينية والأخلاقية فيهم.

### 3. الاتصال الاجتماعي:

يرى ميشال لوني إن الاتصال الاجتماعي هو : " أحد الأساليب التي يستعملها الإنسان في حل مشاكله ، فهو ركيزة لتغيير الآراء إلى الأفضل وتعديل السلوك المعاكس" يعني الاتصال الذي توجهه المؤسسة للمواطنين . الجماعات المحلية والوطنية والإداريين الذين تتمنى المؤسسة خلق علاقات جيدة معهم<sup>1</sup>.

يهدف الاتصال الاجتماعي إلى تغيير السلوك واستبدال المواقف، خدمة للصالح العام من خلال تغطية مجال الوقاية والمشاركة في اتخاذ القرارات.

ويعتبر الاتصال الاجتماعي من أحد أولويات الاتصال داخل أو خارج مؤسسة المسجد من خلال التربية والتوجيه وانتشار الأفراد من مشاكلهم .

<sup>1</sup> – Jaque lendervie et lindon denis, OP, cit, p 206.

المبحث الثاني: وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة وأهميته

المطلب الأول: وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة:

كل اتصال خارجي في المؤسسة له وظيفة أو مهمة يؤديها متعلقة أولاً بالمؤسسة وثانياً بالجمهور الخارجي الذي تسعى المؤسسة من خلاله إلى تكوين سمعة وصورة ايجابية عنها .

1. وظائف الاتصال الخارجي المتعلقة بالمنظمة ( المؤسسة ) :

أ- إحاطة المنظمة بكل ما يطرأ من تغير بالرأي العام عن طريق البحوث من خلال تحليل آراء المواطنين وتقديم التقارير وهذا لرسم سياسة تهتدي بها المؤسسة.

ب- تزويد وسائل الإعلام بالبيانات والمعلومات عن المنظمة سواء كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية.

ت- تنظيم الأحداث التي تقوم بها المؤسسة مثل المسابقات الفكرية ومسابقات تجويد القرآن وحفظه - المؤتمرات الصحفية.

ث- إعداد المطبوعات والملصقات التي لها علاقة بالمنظمة مثل الصور المناسبة، الرسوم.

ج- " للتأكد من إن سياسة المؤسسة وأهدافها ونشاطاتها نجد الاهتمام الكافي من جانب جماهير مختلفة " <sup>1</sup>.

## 2. وظائف الاتصال المتعلقة بالجمهور :

أ- التعريف بالمنظمة وأهدافها وإعداد الإعلانات المتعلقة بذلك.

ب- تعريف الجمهور بخدمات ومنتجات المؤسسة إلى جانب نشاطها.

ت- توضيح سياسة المنظمة للجمهور وتعريفهم بالتغيرات والتعديلات التي تطرأ .

ث- العمل على تهيئة الجو الملائم للمصلين ولكل الوافدين إلى مؤسسة المسجد من خلال المحافظة على نظافة المكان وترتيبه.

ج- التأكد من صحة وسلامة الأخبار التي تنشر عن المؤسسة وإعطاء سمعة جيدة عنها لدى الجمهور. <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> محمد بهجت كشك ، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية 2003 ، ص48.

<sup>2</sup> Jaque lenderre et lidon denis , op , cit P 206.

المطلب الثاني: أهمية الاتصال الخارجي للمؤسسة.

إن المؤسسة تعمل على أن تكون علاقتها مع جمهورها الخارجي مبنية على التفاهم المتبادل ولذا تسعى إلى تطوير اتصالها الخارجي لما له من أهمية في تكوين هذه العلاقة ومن هنا نرى إن للاتصال الخارجي أهمية بالغة تتمثل في:

1- يعمل على تحقيق شهرة المؤسسة وتكوين صورة ايجابية عنها : بتركيز وتطوير وضمان انتشار النماذج الخاصة بالمؤسسة من اسم المؤسسة كالمشاركة في المؤتمرات والمسابقات خاصة خلال المناسبات الدينية والأعياد .

2- تقديم المعلومات التي يرغب الجمهور الخارجي في معرفتها: مثلا معلومات عن مقدار الزكاة أو شعيرة الحج والعمرة كل ذلك من الخدمات التي يتم عن طريق وسائل الاتصال الخارجي ( العلاقات مع الصحافة - العلاقات العامة ... الخ ).

3 - تعريف الرأي العام بسياسة المؤسسة وخدماتها: من خلال ما يقوم به الاتصال الخارجي وملصقات سواء داخل المؤسسة أو عن طريق وسائل الإعلام بمختلف أنواعها.

4- إقناع الجمهور بأفكار معينة : فالاتصال الخارجي يعمل على إقناع الجمهور بفكرة ما فمؤسسة المسجد مثلا تقوم بخطب وحلقات لإقناع الجمهور بفكرة معينة وترسيخها في

أذهانهم مثل المصالحة الوطنية كان للمساجد دور في تقريبها إلى الناس من خلال الخطب والتذكير بفوائدها.

5- تحقيق الانسجام والتفاهم بين المنظمة والجمهور الخارجي: فالالاتصال الخارجي لا يقتصر على الأفراد بل على المؤسسات التي تسعى المؤسسة إلى بعث التعاون المشترك بينهما سواء كانت مؤسسات دينية مثلها أو مؤسسات ذات طابع آخر.

6- " يساهم في توضيح رفاهية المؤسسة أي أكثر من تحقيق الربح والكسب المادي"<sup>1</sup>، فمن خلال تقنيات الاتصال الخارجي من أعمال خيرية ومساعدات مادية للمحتاجين والفقراء فهذا له تأثير ايجابي على صورة المؤسسة .

7- تنمية وتطوير التعاون مع أجهزة الإعلام المختلفة.

8- تحقيق الأهداف المرجوة من طرف المؤسسة: من خلال وسائل الاتصال الخارجي كالمسابقات وتنظيم الندوات والحلقات لضمان السمعة الجيدة وإبراز دور المؤسسة في المجتمع.

<sup>1</sup> عبد الفتاح محمد دويدات ، مرجع سابق ، ص 284 .

9- التعرف على وجهات النظر للرأي العام واتجاهاته: فمن بين خدمات الاتصال الخارجي هو معرفة وجهات الرأي العام فيما يتعلق بدور المؤسسة والصدى الذي حققته من خلال البحوث الميدانية وسبر الآراء إلى غير ذلك.

خاتمة:

في هذا الفصل قمنا بإعطاء لمحة بسيطة عن الاتصال الخارجي في المؤسسة ولم نتعمق فيه كثيرا لأن بحثنا يدور حول الاتصال الداخلي وبالرغم من ذلك مررنا عليه لأنه مهم بالنسبة لمؤسسة المسجد وقد اكتفينا بتقديم مفهوم له واهم أنواعه في المبحث الأول أما المبحث الثاني فقد تعرضنا لأهم الوظائف التي يقدمها الاتصال الخارجي في المؤسسة ثم لخصنا في بضعة أسطر الأهمية التي تنتج عن هذا النوع من الاتصال.

## تمهيد:

لقد كانت المساجد على مر العصور منارة العلم ومثابة العلماء في ساحتها انعقدت حلقات الدروس وأقيمت المناظرات، وتشققت المذاهب والآراء. فكان لذلك أثر البعيد في تقدم العلوم والآداب والفنون. وعلى منابرها وقف الخلفاء والألسن المصاقع من الخطباء وأثر عنهم القول البليغ والنصح الرشيد. ما تناقله الرواة وأودع بطون الكتب والأسفار. وكانت المساجد أيضا لما ألحق بها من مدارس ومعاهد، وما أنشئ فيها من السبل وخزائن الكتب. ثم هي قبل ذلك أشرف البقاع عند المسلمين وأقربها إلى نفوسهم وأرواحها على قلوبهم، يسرعون إليها خمس مرات في اليوم يؤدون الشعائر، والخصائص الجليّة، استحقت من العلماء والباحثين أن يولوها النصيب الأوفى من الدراسة والبحث. وأن يخصصوها بالتأليف والتصنيف.

المبحث الأول: أهمية المسجد ودوره الاجتماعي والتربوي.

المطلب الأول: تعريف المسجد.

المسجد: لغة: موضع السجود.

شرعا: كل ما أعد ليؤدي فيه المسلمون الصلوات الخمس جماعة وقد يطلق على ما هو أعم من هذا فبدخل فيه ما يتخذه الإنسان في بيته ليصلي الناقل أو ليصلي فيه الفريضة عند وجود مانع شرعي يمنعه من أدائها جماعة في المسجد الذي يقيم الناس فيه الجماعة.

ومن ذلك ما رواه البخاري وغيره عن جابر قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

أعطيت خمسا لم يعطهن أحد قبلي نصرت بالرعب مسيرة شهر، وجعلت لي الأرض مسجدا وظهورا فأیما رجل من أمتي أدركته الصلاة فليصل".

وفي تعريف ثاني:

المسجد: لغة: مكان السجود.

اصطلاحا كما قال الزركشي : المكان المهيأ للصلوات الخمس و أول مسجد وضع

على الأرض المسجد الحرام بمكة ،

كما قال الله تعالى : " إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا وَهُدًى لِّلْعَالَمِينَ " آل عمران 96.

وهو أشرف المساجد إلى يوم الدين وهناك تعريف آخر: المسجد لغة: هو الموضع الذي يسجد فيه، ثم اتسع المعنى إلى البيت المتخذ لاجتماع المسلمين لأداء الصلاة فيه.

قال الزركشي رحمه الله : ( ولما كان السجود أشرف أفعال الصلاة لقرب العبد من ربه اشتق اسم المكان منه فقيل مسجد ولم يقولوا مركع . ثم إن العرف خصص المسجد بالمكان المهيأ للصلوات الخمس حتى يخرج المصلي المجتمع فيه للأعياد ونحوها فلا يعطى حكمه).<sup>1</sup>

والمسجد في الاصطلاح الشرعي: هو المكان الذي أعد للصلاة فيه على الدوام وأصل المسجد شرعا: كل موضع من الأرض يسجد لله فيه. لحديث جابر رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم- " ... وجعلت لي الأرض مسجدا و طهورا فأیما رجل من أمتي أدركته الصلاة فليصل " .<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - الزركشي، المساجد إلام الساجد بأحكام، ص 27-28.

<sup>2</sup> - متفق عليه، البخاري، حديث 335، ومسلم حديث 521.

## المطلب الثاني : أهمية المسجد :

المساجد منارات الهدى في الأرض لبني البشر . و يكفيها شرفا ومنزلة أن الله أضافها إلى نفسه وذاته العليا ليكتسب بنائها وعمارها عظيم ثناء الله عليهم ولعل أهمية المساجد تكمل في :

1\_ تنويه الله تعالى في كتابة وبيانه لأهميتها وعظمة مكانتها : قال تعالى : ( فِي بُيُوتِ الَّذِينَ اللَّهُ أَنْ تَرْفَعَ وَيُذَكَّرَ فِيهَا اسْمُهُ يُسَبِّحُ لَهُ فِيهَا بِالْغُدُوِّ وَالْآصَالِ (36) رِجَالٌ لَا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَ لَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ (37) ) النور.

وقوله تعالى : ( لَا تَقُمْ فِيهِ أَبَدًا لَمَسْجِدٍ أُسِّسَ عَلَى التَّقْوَى مِنْ أَوَّلِ يَوْمٍ أَحَقُّ أَنْ تَقُومَ فِيهِ فِيهِ رِجَالٌ يُحِبُّونَ أَنْ يَتَطَهَّرُوا وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُطَهَّرِينَ . أَفَمَنْ أُسِّسَ بُنْيَانَهُ عَلَى تَقْوَى مِنْ اللَّهِ وَرِضْوَانٍ خَيْرٌ أَمْ مَنْ أُسِّسَ بُنْيَانَهُ عَلَى شَفَا جُرْفٍ هَارٍ فَأَنْهَارَ بِهِ فِي نَارٍ جَهَنَّمَ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ ) التوبة 108-109

2- إن المساجد أضيفت إلى الله تعالى إضافة تشريف و تكريم ، لان فيها تقام العبادات التي يخضع بها العباد له سبحانه و تعالى ، و فيها تتلى آياته و فيها يذكر الناس بمنهج الله والطرق الموصلة إليه قال الله تعالى : (وَأَنَّ الْمَسَاجِدَ لِلَّهِ فَلَا تَدْعُوا مَعَ اللَّهِ أَحَدًا) الجن

و قال تعالى: (إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسَاجِدَ اللَّهِ مَنِ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى

الزَّكَاةَ وَلَمْ يَخْشَ إِلَّا اللَّهَ ۖ فَعَسَىٰ أُولَٰئِكَ أَن يَكُونُوا مِنَ الْمُهْتَدِينَ) سور التوبة 18

3- ما جاء في صحيح الأخبار عن النبي المختار ما يدل على أهمية المسجد في المجتمع و عظم مكانته عند الله تعالى. كما في قوله صلى الله عليه و سلم: أحب البلاد إلى الله مساجدها، و أبغض البلاد إلى الله أسواقها { أخرجه مسلم}. و كذا ما ورد في فضل بنائها حيث قال صلى الله عليه و سلم: من بنى مسجداً يبتغي به وجه الله بنى الله به مثله بيتاً في الجنة { رواه الخمسة إلا أبا داود } .

\_ و لعل من أعظم الفضائل و معالم الأهمية ما ورد في حديث السبعة اللذين يظلمهم الله تحت ظل عرشه يوم لا ظل إلا ظله، و منهم و رجل قلبه معلق بالمساجد { متفق عليه } كما قال عليه الصلاة و السلام.

\_ و من أهميتها ما ورد في أجر المكوث فيها فقد جاء عن النبي صلى الله عليه و سلم أنه قال: إن الملائكة تصلي على أحدكم مادام في مصلاه الذي صلى فيه ما لم يحدث. تقول: اللهم اغفر له اللهم ارحمه { متفق عليه } .

\_ المسجد هو منطلق الرسالة و المسجد هو معقل الخير و مأوى أفئدة المؤمنين .

\_ المسجد منارة الهدى منه يرفع اسم الله عزَّ و جل و فيه يذكر اسمه.

\_ المسجد خير البقاع على الأرض كما ورد في الخبر<sup>1</sup> خير البقاع المساجد .

\_ في المسجد يجتمع المسلمون يذكرون الله و يسجدون و يركعون لمن خلقهم و برأهم و نرأهم و يخرجون منه و قد حصلوا على الخير الكثير و العظيم من مغفرة الذنوب و القرب من علام الغيوب .

### المطلب الثالث: الدور الاجتماعي و التربوي للمسجد.<sup>1</sup>

للمسجد دور في المجتمع و التأثير فيه و يكمن حصره في النقاط التالية:

1\_ **الإمامة:** هو إقامة الصلوات أول دور و أول رسالة للمسجد ، إقامة الصلاة و هي الركن الثاني من أركان الإسلام. و من هنا تأتي عظمة المساجد حيث أنها اختصت بقيام الركن الثاني الأعظم و الأكثر أهمية بعد التوحيد و هو الركن الذي يتكرر في اليوم و الليلة خمس مرات خلافا لسائر الأركان التي قد تكون في العام أو قد تكون في العمر كما في الحج و كذلك الصلوات يحصل بها كثير من الأمور و المنافع من تذكير بكتاب الله عز و جل و تعليم الانتظام و النظام في حياة الأمة ، و إحياء لمشاعر الوحدة بين أبناء الأمة و غير ذلك من المنافع.

<sup>1</sup> - محمود بن الجميل، البداية والنهاية، دار الإمام مالك، الجزائر، ط1، 2006، ص 85-86.

## 2\_ الدعوة و التعليم: لاشك أننا نرى في عصرنا الحاضر الأعداد الهائلة التي

تخرجها الجامعات و المعاهد من طلبة العلم و الدعاة ، لكن لو رجعنا لذاكرتنا و اطلعنا على تاريخ الأمة الإسلامية و تصفحنا سير أولئك العلماء الذين لا يزال علمهم و ميراثهم العلمي و الدعوي يذكر إلى يومنا لوجدنا أن تخرجهم كان عن طريق المساجد و الجوامع إذا نعلم بذلك يقينا أن المسجد هو المعهد الأول و الجامعة الأولى لتخريج الدعاة و طلبة العلم. انظر إلى مسجد نبينا محمد صلى الله عليه و سلم فقد كان أول مدرسة و أول جامعة و أول محضن تربوي خرج لنا ثلة مباركة من الصحابة الكرام و التابعين و من بعدهم ممن انتشروا في المعمورة و بلغ علمهم و أثرهم الآفاق .

واستمر في قراءة التاريخ تجد جامع الأزهر بمصر و جامع الزيتون بتونس و الجامع الأموي بدمشق و غيرها ، كلها كانت محاضن للدعاة و المصلحين .

## 3\_ إيواء المحتاجين ومساعدة الفقراء والتعارف بين المسلمين والصلح بين

**المتخاصمين:** فالمساجد باختلاف عمارها و اختلاف أئمتها ، واختلاف جماعتها فالمسجد الذي حباه الله عز و جل بإمام واسع الأفق بعيد النظر يحمل هم إصلاح الناس وفعل الخير لهم لاشك أن المسجد سيؤدي دورهم من هذا المنطلق فيعلم أن بين جماعته شحناء و بغضاء فيسعى في الطرق المؤدية إلى إبعاد هذه الشحناء و امتصاص البغضاء إلى تقريب القلوب بعضها من بعض و كذلك إذا كان في الجماعة من يعاون الإمام فيحقق

مثل هذه الأهداف الإيمانية و الأهداف التربوية الصالحة فلا شك انه سيؤدي دوره بإذن الله عز و جل .<sup>1</sup>

4\_ **الدور التربوي الترفيهي** : المسجد محط الوفود ، مرة جاء وفد إلى النبي صلى الله عليه و سلم و كانوا يحملون مثل هذه الحراب أمام النبي صلى الله عليه و سلم تحمل فتركهم يعني ينفسون على أنفسهم و كذا المسجد ممكن أن يقوم بدوره التربوي في نفس الوقت . و يتمثل دوره الترفيهي في إنشاء مكتبات علمية مثلا و يكون لها نادي تقام فيه برامج توجيه تربوي و حفلات ثقافية ( مسابقات ) .

5\_ **تقديم وظائف تربوية للنشء** : يرى النشء في المسجد من يؤمهم و يصلي بهم و يصلي بهم و يقرأ القرآن قراءة صحيحة و يرون في المسجد اجتماع للمصلين و إتلاف لقلوبهم و في المسجد يفقد الغائب عن الجماعة فلو رأيت مسجدا من مساجد المسلمين يجتمعوا فيه جماعة ثم غاب احدهم لافتقدوه و قالوا : أين هو ؟ و علموا فان كان مريضا زاروه و إن كان غائبا دعوا له بالحفظ و العودة سالما و إلى غير ذلك فالمسجد يحقق وظائف للنشء غير عادية سواء كانت هذه الوظيفة التربوية باتخاذ القدوة ممن يلقونهم و يجدونهم أو كان ذلك عن طريق التعليم و التوجيه في المسجد في خلق الذكر و الحفظ حيث يجتمع الأخيار فيه ليتناصحوا و ليوجها الناشئة و يعلمونهم استنادا لقوله صلى الله

<sup>1</sup> - محمود بن الجميل، مرجع سبق ذكره، ص 87-88.

عليه و سلم " أمروا أولادكم بالصلاة لسبع " فهو ابن سبعة سنين يؤمر بالصلاة لماذا ؟ لأنه يوجد في مجيئه للصلاة عن المسلمين في المسجد ما يكون له زادا روحيا و فكريا و بدنيا و يقوده إلى الامتثال إلى غير ذلك . و لكي يحقق المسجد أهدافه و يؤدي دوره فأکید هناك تعاون من الأسرة و المدرسة و غيرها فرب الأسرة ينشئ أولاده على المسجد و أستاذ المدرسة ينشئ الطلاب على حب المسجد و يوصي بالصلاة جماعة في المسجد فهذا الذي يؤدي أهداف المسجد سواء كان في المدرسة أو في المسجد أو البيت فلا شك أنهم سيؤدون رسالتهم و على أكمل وجه .<sup>1</sup>

**المبحث الثاني: المسجد بين الماضي و الحاضر و أهدافه.**

**المطلب الأول: المسجد بين الماضي و الحاضر.**

شعّ نور الإسلام في مكة فلم يكن للمسلمين حينذاك مقر صريح للعبادة بسبب ما كان من طغيان قريش و جبروتهم. فكانت هجرة النبي صلى الله عليه وسلم إلى المدينة لينفلق بذلك فجر الإسلام فما وصل إليها ونزل بقاء إلا و أمر ببناء مسجد قباء لتنتقل من حينه رسالة الإسلام فكان أول مسجد بني في الإسلام و من هنا جاءت أهمية المسجد كيف لا و قد كان بناءه من أوليات اهتماماته صلى الله عليه وسلم و قد كان المسجد الذي بناه يعتمد على البساطة في وسائل البناء إلا انه كان له أهداف عظيمة و كان متسعا

<sup>1</sup> – <http://WWW.Kalemat.org/sections.php?so=vaetaid=120>.

غاية الاتساع مائة قدم في خمسين قدم ، كان سقفه من العريش و كانت أعمدته من جذوع النخل لكنه كان مأوى أفئدة الناس حيث يلقون رسول الله صلى الله عليه وسلم فيقرأ عليهم القرآن . و يبلغهم رسالات الله عز وجل .

\_ فالمساجد كانت تقوم مقام مجالس الشورى : وشتان ما بين جوهرها اليوم و في عهد الرسول . و كثيرا ما عقدت هذه المجالس في المسجد - كما قيل غزوة أحد و الأحزاب و غيرهما.

\_ المساجد كانت تقوم مقام المعاهد: كما كان يلقيه صلى الله عليه وسلم من حكمة و كلمة و إجاباته، فتزى فيها رعاة الإبل و الشاة فصاروا علماء حكماء خلفاء و أمراء رحماء، و قادة ساسة فتكوا بقواد الفرس و الرومان.

\_ المساجد كانت تقوم مقام الملاجئ و المبرات ، يأوي إليها الغريب و ابن السبيل فيجد بها المبيت و الطعام و الشراب و الكساء .<sup>1</sup>

- المساجد كالجمعيات الخيرية في جمع الصدقات و الزكوات، تجمع فيه زكاة الفطر والزكاة العامة و بعض الأموال التي لا ترد من الأقاليم و الغنائم و توزع على مستحقيها.

- المسجد النبوي كساحة للتدريب على فنون القتال و إعداد السلاح .

<sup>1</sup> - أحمد زهوة، أحمد عناية، صحيح البخاري، دار الكتاب العربي، بيروت، ط1، الجزء3، ص 103-104.

- المسجد النبوي كمستشفى عسكري : فقد كان به خيمة السيدة ربيعة الصحابية ....

التي كانت تقوم بتمريض الجرحى و تضميد جراحهم.

\_ المسجد كدار للقضاء و دار للصلح بين الناس، فقد جلس فيه الرسول ليقضي بين الخصوم - و ليفض منازعاتهم.

\_ المسجد كدار لضيافة الوفود.

\_ المسجد به ربط الأسرى : فقد استخدم كمعسكر للأسرى كما كان في قصة ثمامة بن أثال الحنفي لما أسره الصحابة رضي الله عنهم - قال لهم النبي صلى الله عليه و سلم ضعوه عند سارية المسجد حتى يسمع الذكر فكان ذلك مدعاة لإسلامه و إيمانه.<sup>1</sup>

أما الآن أي في الزمن الحاضر فهذا الدور تقوم به مؤسسات كبيرة كالوزارات والمؤسسات المتخصصة في هذه الشؤون و هذه الوزارات تعيش أهداف الميسر في عقولها و الميسر في جوانبها فهي تقوم أيضا بدور المسجد.

وقد سلبت الآن من المسجد بعض الوظائف و ليس كلها مثل التخصصات التي كانت تمارس في المسجد. أصبحت تمارس في جهات أخرى و ذلك راجع إلى أن ظروف الحياة الطبيعية اقتضت ذلك فعدد الناس اليوم غير عددهم أمس و عقليات الناس أصبحت مرتبطة

<sup>1</sup> - أحمد زهوة، أحمد عناية، مرجع سبق ذكره، ص 105-106.

بالترتيب و مرتبطة بالتنظيم و التخصص . لكن هذا لا يعني أن أهداف المسجد كمؤسسة  
تربوية روحية تغيرت و إنما مازالت قائمة و مازال يسعى إلى تحقيق الأهداف المنوطة به و  
المتمثلة في غرس و تأسيس عقلية نظيفة راشدة و متأثرة بهدي القرآن .

### المطلب الثاني : أهداف المسجد .<sup>1</sup>

لقد ظل المسجد على امتداد التاريخ مؤسسة تعليمية للصغار و الكبار وهو من أهم  
المحاضن التربوية التي تحقق الأهداف العلمية لتربية الناس عامة والشباب خاصة ومن  
بين هذه الأهداف نجد :

#### 1\_ غرس الفضائل والأخلاق الزكية في شخصيات الناشء :

فالمسجد ملتقى للعبادة ومن أعظم التوجيه لما يأتي الناشئ إلى المسجد فيعرفون  
كيف يصلون و كيف يذكرون الله عز وجل ويسمعون تلاوة القرآن ففي ذلك نفع عظيم  
أيضا لهم من البرامج تحفيظ القرآن الكريم ونشر العلم فأكثر المكتبات تأثيرا في العالم  
وهي المكتبات التي ترتبط بالمساجد مثلا في فترة من تاريخ المسلمين كان المسجد ملتقى  
العلماء وملتقى طلبة العلم .

<sup>1</sup> - مقابلة مع السيد عبد الغني سهلي ، إمام بجامع الزبير بن العوام ب تيارت ، يوم الثلاثاء 20 أبريل 2015 على

الساعة 19:30 مساءً .

## 2\_ تحقيق التربية الروحية من خلال صلاة الجماعة :

التربية الروحية هي أهم شيء يجب أن نفهمه من المسجد، فالتربية عبارة عن قدوة كذلك الأب إذا قال لأبنائه صلوا و هو لا يذهب إلى المسجد فلم يقتدوا به و لم يذهبوا إلى المسجد. فالمسجد منبر الخير و مجمع الأخيار كل هذا يعد رسائل من رسائله التي يهدف إلى تحقيقها.

## 3\_ إعداد الجيل المسلم و تربية النشئ من خلال خطبة الجمعة :

خطبة الجمعة من أفضل عطايا الله على هذه الأمة . فخطبة الجمعة تلامس مشاعر الناس لذا ينبغي أن تعالج مشاكلهم و ترتقي بأرواحهم حتى يحبوا العبادة. أن خطيب المسجد الناجح هو الذي يستطيع أن يحبب الله إلى خلقه و يحبب الخلق إلى الله عز و جل فخطبة الجمعة لها دورها و أثرها في حياة الناس النشئ فقط بل في حياة الأمة كلها كبار صغار و عامة و علماء و متعلمين ، خطبة المسجد تصقل القلوب مثلما يصقل الحديد فيعود جديدا لامعا .و المسجد يحقق من أول يوم وجد و بني فيه أهدافا عظيمة نستطيع القول أن في تلك الفترة أي في صدر الإسلام كان يشغل مكان العبادة و مكان اجتماع المسلمين وكذا وزارة الدفاع و وزارة الخارجية إلى آخره . كانت هذه الأعمال تناط بهذه المؤسسات في عصرنا الحاضر تدار من مسجد رسول الله صلى الله عليه وسلم .

فالمسجد وجد من أجل تحقيق هدف نبيل و سامي ألا و هو تربية النشئ و خلق مجتمع وجيل مسلم على الطريقة الصحيحة و السليمة طريقة الرسول الكريم و الدين الإسلامي الحنيف .

## خاتمة:

تطرقنا في هذا الفصل إلى ماهية مؤسسة المسجد بحيث تناولنا مبحثين المبحث الأول يدور حول أهمية المسجد في الحياة و أهم الوظائف و الأدوار التربوية و الاجتماعية التي تؤديها هذه المؤسسة الدينية .

أما في المبحث الثاني فقد أعطينا لمحة عن المسجد بين الماضي و الحاضر أي مكانته في صدر الإسلام و في الزمن الحالي ثم تناولنا في المطلب الثاني من المبحث الثاني الأهداف التي يسعى المسجد إلى تحقيقها.

## تمهيد:

يتناول هذا الفصل من البحث الجانب التطبيقي من الدراسة - حيث قمنا بتحليل البيانات أي بيانات الدراسات الميدانية - وذلك استنادا إلى الاستثمارات التي تم توزيعها على عينة بحثية تتكون من "100" مفردة ممثلة في المصلين اللذين يقصدون مسجد سلمان الفارسي بتيارت . وفي هذا الجزء يتم تبويب المبحوثين في شكل جداول ( جداول بسيطة و جداول مركبة ) ثم التعليق عليها من أجل الوصول إلى استنتاجات عامة تجيب على تساؤلات الدراسة.

## \*الجنس:

النسبة %	التكرار	
60%	60	ذكور
40%	40	إناث
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) أن نسبة الذكور (60%) و هي اكبر من نسبة الإناث (40%) و ذلك بحكم أن الذكور يقصدون المسجد بكثرة على خلاف الإناث ، فكانت عينة الذكور 60 عينة أما الإناث فكانوا 40 عينة.

## \*السن:

النسبة	التكرار	
34%	34	أقل من 35 سنة
66%	66	أكثر من 35 سنة
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الثاني (02) أن نسبة الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم أكثر من 35 سنة هي ( 66%) فهم يحتلون المرتبة الأولى أما الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم أقل من 35 سنة تصل نسبتهم إلى ( 34%) فهم يحتلون المرتبة الثانية .

**\*المستوى التعليمي:**

النسبة %	التكرار	
17%	17	ابتدائي
45%	45	ثانوي
38%	38	جامعي
/	/	بدون مستوى
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (03) أن الأفراد ذو المستوى الثانوي تصل نسبتهم إلى (45%) فهي تحتل المرتبة الأولى مقارنة مع المستوى الجامعي الذي تصل نسبته (38%) أما المستوى الابتدائي فتصل نسبته إلى (17%) أما الذين هم بدون مستوى فتتعدم نسبتهم .

1- هل هناك اتصال بين الإمام و المصلين ؟

النسبة %	التكرار	
92%	92	نعم
8%	8	لا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) أن الأفراد الذين أجابوا بنعم تفوق نسبتهم (92%) أما الأفراد الذين كانت إجابتهم لا تصل نسبتهم إلى (8%).

2- في رأيكم هل المسجد يؤدي رسالته التربوية والتعليمية ؟

النسبة %	التكرار	
80%	80	نعم
20%	20	لا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (02) أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب "نعم" تفوق نسبتهم (80%) مقارنة مع الذين أجابوا ب "لا" فنسبتهم وصلت إلى (20%).

3- في اعتقادك هل يملك الإمام القدرة على التواصل الجيد للتأثير في المصلين ؟

النسبة %	التكرار	
64%	64	نعم
36%	36	لا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (03) أن نسبة المبحوثين الذين كانت إجاباتهم ب "نعم"

تصل إلى 64% أما نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب "لا" وصلت نسبتهم إلى 36% .

4- هل تتصل بالإمام في حل القضايا وطرح انشغالاتك الاجتماعية؟

النسبة %	التكرار	
20%	20	أتصل دائما
36%	36	أحيانا
44%	44	لا أتصل
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (04) أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب "لا أتصل" تصل نسبتهم إلى ( 44%) واحتلت المرتبة الأولى ، وتليها في المرتبة الثانية نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب "أحيانا" التي وصلت إلى نسبة ( 36%) ، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة نسبة الأفراد الذين أجابوا ب "أتصل دائما" والتي قدرت ب ( 20%) .

5-هل تقصد المسجد من أجل؟

النسبة %	التكرار	
54%	54	الصلاة
18%	18	الحلقات والدروس
28%	28	أخذ الفتاوى
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول(05) أن نسبة المبحوثين الذين يقصدون المسجد من أجل الصلاة وصلت إلى ( 54%) ، أما الذين يقصدونه من أجل أخذ الفتاوى وصلت نسبتهم إلى (28%) . وفي المرتبة الثالثة فكانت للأفراد الذين يقصدون المسجد من أجل الحلقات والدروس حيث وصلت نسبتهم إلى ( 18%) .

6- هل يفتح الإمام المجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات الخاصة ؟

النسبة %	التكرار	
70%	70	نعم
30%	30	لا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (06) أن نسبة الأفراد الذين أجابوا بـ "نعم" كانت نسبتهم

(70%) ، أما الذين أجابوا بـ "لا" وصلت نسبتهم إلى (30%).

7- في رأيك هل الإمام رمز وقادة في المجتمع ؟

النسبة %	التكرار	
90%	90	نعم
10%	10	لا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب "نعم" كانت ( 86% ) ، في حين الذين أجابوا ب "لا" وصلت نسبتهم إلى (14%) .

8\_ هل المستوى التعليمي والتكويني العالي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية ؟

النسبة %	التكرار	
96%	96	نعم
4%	4	لا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (08) أن نسبة أغلبية المبحوثين كانت إجابتهم "نعم" حيث وصلت 96% في حين كانت نسبة الذين أجابوا ب "لا" وصلت إلى 4% .

9\_ في رأيك استعمال الوسائل التقنية (مكبرات الصوت ، الميكرفون ، الفاكس ، خدمة

الإنترنت ... ) يسهم في نجاح الاتصال بالمسجد ؟

النسبة%	التكرار	
72%	72	نعم
28%	28	لا
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (09) أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب "نعم" كانت

( 72% ) ، أما نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب "لا" وصلت إلى (28%) .

#### ❖ - تحليل الجداول المركبة :

في تحليل الجداول المركبة أخذنا متغيرين و هما متغير الجنس و متغير المستوى

التعليمي لأنهما يعتبران الأكثر أهمية في دراستنا هذه:

\*الجنس: الجدول رقم (01). هل هناك اتصال بين الإمام و المصلين ؟

المجموع	هل هناك اتصال بين الإمام و المصلين ؟		السؤال الجنس
	لا	نعم	
60 %100	02 %03.33	58 %96.67	ذكور
40 %100	06 %15	34 %85	إناث
100 %100	08 %08	92 %92	المجموع

\_ تظهر نتائج الجدول رقم (01) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الذين أجابوا بأن هناك اتصال بين الإمام و المصلين بنسبة (92%) من مجموع المبحوثين ، حيث سنجعل أكبر نسبة عند الذكور في العمود الأول ب(96.67%) مقابل فارق عند الإناث بنسبة (85%) .

لتنخفض هذه النسبة في العمود الثاني بفارق كبير يصل إلى (8%) في صنف الذين لا يرون أن هناك اتصال بين الإمام و المصلين مع فارق بين الإناث بنسبة (15%) و الذكور بنسبة (3.33%).

ومن خلال هذه النتائج نستخلص أن نسبة أو معظم المصلين من كلا الجنسين يتفقون و يجتمعون على أن هناك اتصال بين الإمام و المصلين مع فارق طفيف بينهما.

الجدول رقم (02) ← هل المسجد يؤدي رسالته التربوية و التعليمية ؟

المجموع	هل المسجد يؤدي رسالته التربوية والتعليمية ؟		الجنس
	لا	نعم	
60 %100	14 %23.33	46 %76.67	ذكور
40 %100	06 %15	34 %85	إناث
100 %100	20 %20	80 %80	المجموع

\*تظهر نتائج الجدول الثاني (02) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الذين يرون أن المسجد يؤدي رسالته التربوية والتعليمية بنسبة (80%) من مجموع

المبحوثين ، حيث سجلت أكبر نسبة عند الإناث في العمود الأول تصل إلى (85%) مقابل (76.67%) عند الذكور .

وتتخفف هذه النسبة في العمود الثاني إلى (20%) من مجموع المبحوثين في صنف الذين يرون أن المسجد لا يؤدي رسالته التربوية والتعليمية بنسبة (23.33%) عند الذكور مع فارق كبير عند الإناث بنسبة تصل إلى (15%) ، وهذا ما أكده بعض المبحوثين من خلال إجاباتهم أن المسجد سقطت العديد من مهامه الذي كان في ما مضى منبرا للتربية والتعليم فعلى سبيل المثال تربية الأجيال وتثقيفهم في مختلف المجالات والميادين التي تفيدهم في حياتهم الدينية والدنيوية ، حيث أخذت المدرسة العديد من أدوار المسجد فهذا الأخير فقد الكثير من رواده خاصة جانب الحلقات والدروس والمحاضرات التي أصبحت لا تخلو من المصطلحات والألفاظ السياسية ما جعل المصلين يعزفون عنه إلا في أوقات الصلاة فقط .

وبالنظر إلى نتائج أغلبية المبحوثين تبين لنا أن المسجد بقي له أثره الفعال في التربية والتعليم والحث على العلم ، فالعلم فريضة على المسلمين وهو أساس العملية التربوية في الإسلام.

الجدول رقم (03) ← هل يملك الإمام القدرة على التواصل الجيد للتأثير في المصلين؟

المجموع	السؤال هل يملك الإمام القدرة على التواصل للتأثير في المصلين؟		الجنس
	لا	نعم	
60 %100	24 %40	36 %60	ذكور
40 %100	12 %30	28 %70	إناث
100 100%	36 %36	64 %64	المجموع

يتبين من نتائج الجدول رقم (3) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الذين يرون أن الإمام يملك القدرة على التواصل الجيد للتأثير في المصلين بنسبة (64%) من مجموع المبحوثين حيث سجلت أكبر نسبة عند الإناث تصل إلى (70%) مقابل (60%) عند الذكور.

وتتخفص هذه النسبة في العمود الثاني إلى (36%) من مجموع المبحوثين الذين يرون أن الإمام لا يملك القدرة على التواصل الجيد للتأثير في المصلين فنجد (40%) عند الذكور و(30%) عند الإناث ، لأن وضع الإمام ومكانته الاجتماعية تتحكم فيها عدة عوامل ومعطيات منها ما يتعلق بشخصيته العلمية والأخلاقية ومنها ما هو خارج عن إرادته تشرحه الوضعية العامة للمجتمع والتغيرات الاجتماعية والقيمة التي تؤثر بشكل أو بآخر على مكانته القيادية داخل شبكة العلاقات الاجتماعية ووعي الأئمة واقتناعهم بهذا الأمر هو الذي يحدث الفارق والاختلاف بينهم .

ونستنتج من هذه النسب والقيم أن الإمام لديه القدرة الاتصالية القوية التي تجعله يؤثر في المصلين ويأخذون بتوجيهاته ونصائحه من خلال فصاحة اللسان والطلاقة والاستشهاد والاستدلال بالأحاديث والآيات القرآنية .

الجدول (04) ← هل تتصل بالإمام في حل القضايا وطرح انشغالاتك الاجتماعية ؟

المجموع النسبة	هل تتصل بالإمام في حل القضايا وطرح انشغالاتك الاجتماعية ؟			السؤال الجنس
	لا اتصل	أحيانا	اتصل دائما	
60 %100	26 %43.33	22 %36.67	12 %20	ذكور
40 %100	18 %45	14 %35	08 %20	إناث
100 %100	44 %44	36 %36	20 %20	المجموع

\*يتبين من نتائج الجدول رقم (04) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الثالث في صنف الذين لا يتصلون بالإمام في حل قضاياهم وطرح انشغالاتهم الاجتماعية بنسبة (44%) من مجموع المبحوثين ، حيث نسجل أكبر نسبة عند الإناث في العمود تقدر ( 45%) مقابل ( 43.33%) عند الذكور .

وتتخفض هذه النسبة في العمود الثاني في صنف الذين يتصلون أحيانا بالإمام في حل القضايا وطرح انشغالاتهم بنسبة (36%) من مجموع المبحوثين حيث نسجل أكبر نسبة

عند الذكور ( 36.67% ) في العمود. مقابل فارق بسيط عند الإناث التي تصل نسبتهم إلى ( 35% ) .

أما العمود الأول فتتخفف هذه النسب إلى ( 20% ) في صنف المبحوثين الذين يتصلون دائماً بنسبة متساوية بين الجنسين وتمثلت في ( 20% ) .

و نستنتج من خلال هذه النسب أن أغلبية الأفراد لا يتصلون بالإمام وهذا لوجود الحصص الدينية التلفزيونية والإذاعة وشبكة الإنترنت والكتب الدينية المتخصصة في الفتاوى .

الجدول رقم (05) ← هل تقصد المسجد من أجل ؟

المجموع	هل تقصد المسجد من أجل؟			السؤال الجنس
	النسبة	أخذ الفتاوى	الحلقات والدروس	
60 %100	10 %16.66	10 %16.66	40 %66.66	ذكور
40 %100	18 %45	08 %20	14 %35	إناث
100 %100	28 %28	18 %18	54 %54	المجموع

\*تظهر نتائج الجدول رقم (05) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الذين

يقبلون على المسجد من أجل الصلاة بنسبة (54%) من مجموع المبحوثين حيث نسجل

أكبر نسبة عند الذكور بنسبة (66.66%) بفارق كبير عند الإناث (35%) .

و تنخفض هذه النسبة في العمود الثالث إلى (28%) من مجموع المبحوثين في صنف

الذين يقبلون على المسجد من أجل أخذ الفتاوى مع فارق واسع بين الإناث (45%) و

الذكور (16.66%) .

أما في العمود الثاني فتتخفص النسبة أكثر حيث تصل إلى (18%) من مجموع المبحوثين في صنف الذين يقبلون على المسجد من أجل الحلقات و الدروس بفارق طفيف في النسب حيث تمثل نسبة الإناث (20%) و نسبة الذكور (16.66%).

من هذه النتائج نستخلص أن معظم الجنسين يقصدون المسجد لأجل الصلاة بصفة خاصة الذكور أما الإناث فنسبتهم تختلف نوعا ما عن نسبة الذكور بحكم طبيعة الحياة و الظروف فهناك ربات المنزل و أيضا المجتمع الذي نعيش فيه يقيد حرية المرأة نوعا ما. أما أخذ الفتاوى فنسبة الإناث أكثر من نسبة الذكور فالإناث يبحثن دائما عن أمور الدين و معرفة أحكام الشريعة و الأصول الصحيحة لتكوين أسرة صالحة. أما الحلقات و الدروس فنجد نسبة الذكور أكثر راجع إلى أن الذكور في مجتمعنا متحرر عن المرأة و بإمكانها الذهاب في أي وقت إلى المسجد و لحضور الدروس .

الجدول رقم (06) ← هل يفتح الإمام المجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات الخاصة؟

المجموع	هل يفتح الإمام المجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات الخاصة؟		السؤال الجنس
	لا	نعم	
60 %100	12 %20	48 %80	ذكور
40 %100	18 %45	22 %55	إناث
100 %100	30 %30	70 %70	المجموع

تبين لنا من خلال جدول رقم (6) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول للصنف الذي يرى أن الإمام يفتح المجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات الخاصة تمثل نسبة (70%) من مجموع عدد المبحوثين حيث نسجل أكبر نسبة عند الذكور ب (80%) مقابل الإناث (55%)

لتنخفض هذه النسبة في العمود الثاني في صنف الذين يرون أن الإمام لا يفتح المجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات حيث وصلت النسبة عند الإناث إلى (45%) مقابل الذكور (20%) .

ونسنتج إلى أن قضية فتح المجال للنقاش أثناء الدروس تعود إلى طبيعة الإمام والمتعارف عليها فأحيانا تكون الدروس التي يلقيها الإمام ذات مجال واسع للنقاش مثلا الطهارة ، الصلاة وغيرها وبالتالي تستدعي فتح النقاش وهناك مواضيع أخرى معلومة وبديهية لا تستدعي ذلك.

الجدول رقم (07) ← هل الإمام رمز وقوة في المجتمع؟

المجموع	هل الإمام رمز وقوة في المجتمع؟		السؤال
	لا	نعم	
النسبة			الجنس
60 %100	10 %16.67	50 %83.33	ذكور
40 %100	00 /	40 %100	إناث
100 %100	10 %10	90 %90	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (07) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الذين يرون أن الإمام رمز وقدوة في المجتمع بنسبة (90%) ، حيث نسجل نسبة ( 100%) عند الإناث مقابل الذكور (83.33%).

وتتخفف النسبة في العمود الثاني ب (10%) من مجموع المبحوثين في صنف الذين لا يرون أن الإمام رمز وقدوة في المجتمع حيث انعدمت النسبة عند الإناث مقارنة عند الذكور بنسبة ( 16.67%) وهذا يعود إلى مرجعيات وعقائد وثقافات بعض المصلين الذين درسوا وتلقون علومًا في شتى المجالات.

وعليه نستنتج أن أغلبية أفراد المجتمع ينظرون إلى الإمام نظرة واحدة وهي نظرة الاحترام والتقدير و الذي يقوم بدوره و الواجب الذي وجد له و لازال بمثابة المعلم و المرشد الذي يرسم الطريق الصحيح بالنسبة لكافة أفراد المجتمع.

الجدول رقم (08) ← هل المستوى التعليمي والتكويني العالي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية ؟

المجموع النسبة	هل المستوى التعليمي والتكويني العالي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية ؟		السؤال الجنس
	لا	نعم	
60 %100	01 %1.67	59 %98.33	ذكور
40 %100	03 %07.5	37 %92.5	إناث
100 %100	04 %04	96 %96	المجموع

\*تظهر نتائج الجدول الثامن (08) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الذين يرون أن المستوى التعليمي والتكويني العالي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية بنسبة (96%) من مجموع المبحوثين ، حيث سجلت أكبر نسبة عند الذكور في العمود الأول تصل إلى (98.33%) مقابل (92.5%) عند الإناث .

وتتخفف هذه النسبة في العمود الثاني إلى (04%) من مجموع المبحوثين في صنف الذين يرون أنه لا وجود لعلاقة الإمام بالمستوى التعليمي والتكويني في القدرة على التواصل بين المصلين في فهم الرسالة الدينية بنسبة (07.5%) عند الإناث مع فارق

طفيف عند الذكور بنسبة تصل إلى (1.67%) ، حيث يرون أن هذا الوضع ليس له علاقة لا بالإمام ولا بخطابه بقدر ما هو يعبر عن تحولات قيمية تمّ تقبلها اجتماعيا دون أن تأخذ الوقت الكافي من المناقشة الدينية تحت تأثير ظروف سياسية وأمنية واقتصادية صعبة مرت عليها البلاد.

ومن خلال هذه النسب يتبين لنا أن المستوى التعليمي والتكويني العالي للإمام له أهمية وبعد كبير خاصة في التحصيل العلمي والمعرفي لديه مما يعطيه القدرة الاتصالية للتأثير والتواصل والتكامل بين المصلين .

الجدول رقم (09) ← في رأيك استعمال الوسائل التقنية الحديثة (مكبرات الصوت ، الميكروفون ، خدمة الإنترنت ، الفاكس ...) يسهم في نجاح الاتصال بالمسجد ؟

المجموع النسبة	في رأيك استعمال الوسائل التقنية الحديثة (مكبرات الصوت ، الميكروفون ، خدمة الإنترنت ، الفاكس ...) يسهم في نجاح الاتصال بالمسجد ؟		السؤال الجنس
	لا	نعم	
60 %100	19 %31.67	41 %68.33	ذكور
40 %100	09 %22.5	31 %77.5	إناث
100 %100	28 %28	72 %72	المجموع

\*تظهر نتائج الجدول التاسع (09) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الذين يرون أن استعمال الوسائل التقنية الحديثة تسهم في نجاح الاتصال داخل المسجد بنسبة (72%) من مجموع المبحوثين ، حيث سجلت أكبر نسبة عند الإناث في العمود الأول تصل إلى (77.5%) مقابل (68.33%) عند الذكور .

وتتخفف هذه النسبة في العمود الثاني إلى (28%) من مجموع المبحوثين في صنف الذين يرون أن استعمال الوسائل التقنية الحديثة لا يسهم في نجاح الاتصال داخل المسجد بنسبة (31.67%) عند الذكور وهي مرتفعة مقارنة بنسبة الإناث التي سجلت ب

(22.5%) ، وهذا لاستناد بعض المانعين لفكرة استعمال مثل هذه الوسائل يتنافى مع الخشوع في الصلاة وأنها نوع من الإسراف لأن الوسائل التكنولوجية التقنية اليوم تتميز باللا محدودية فليس لها حدود زمنية ولا مكانية ولا نوعية أو جنسية ولذا فهي تتخطى كل الحواجز.

ونستنتج من خلال هذه النتائج أن استعمال الوسائل التقنية الحديثة يسهم في نجاح الاتصال لكون هذه الأخيرة لا بد من توفرها داخل أي مؤسسة التي يقودها نحو التطور والنجاح.

**\*المستوى التعليمي:**

الجدول رقم (01) ← هل هناك اتصال بين الإمام و المصلين ؟

المجموع	هل هناك اتصال بين الإمام و المصلين ؟		السؤال
	لا	نعم	
النسبة			المستوى التعليمي
17 %100	01 %5.88	16 %94.11	ابتدائي
45 %100	02 %4.44	43 %95.55	ثانوي
38 %100	05 %13.15	33 %86.84	جامعي
/	/	/	بدون مستوى
100 %100	8 %8	92 %92	المجموع

\*من خلال الجدول (01) يتبين أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الذين

يرون أن هناك اتصال بين الإمام و المصلين بنسبة (92%) من مجموع المبحوثين ،

حيث نسجل أعلى نسبة ذوي المستوى الثانوي تصل إلى (95.55%) في العمود الأول مقابل فارق طفيف مع ذوي المستوى الابتدائي بنسبة (94.11%) تليها نسبة الأفراد ذوي المستوى الجامعي بنسبة (86.55%).

لتنخفض هذه النسبة في العمود الثاني بفارق كبير يصل إلى (8%) من مجموع المبحوثين، فيصنف الذين يرون أنه لا يوجد اتصال بين الإمام و المصلين مع فارق بسيط بين المستويات ، فالابتدائي (5.88%) و نسبة المستوى الثانوي (4.44%) تليها نسبة المستوى الجامعي ب (13.15%) .

و من خلال هذه النتائج نخلص إلى أن كل شرائح المجتمع تدرك ما هو الاتصال و تقر بأهمية ووجوده بين الإمام و المصلين فلولاها لما تجاوب هذين الاثنين مع بعضها البعض.

الجدول رقم (02) ← هل المسجد يؤدي رسالته التربوية و التعليمية ؟

المجموع النسبة	هل المسجد يؤدي رسالته التربوية و التعليمية ؟		السؤال المستوى التعليمي
	لا	نعم	
17 %100	06 %35.30	11 %64.70	ابتدائي
45 %100	08 %17.78	37 %82.22	ثانوي
38 %100	06 %15.79	32 %84.21	جامعي
/	/	/	بدون مستوى
100 %100	20 %20	80 %80	المجموع

\*يتبين لنا من خلال الجدول رقم (02) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف

الذين يرون أن المسجد يؤدي رسالته التربوية و التعليمية بنسبة (80%) من مجموع

المبحوثين ، حيث نسجل أعلى نسبة عند الأفراد ذوي المستوى الجامعي بنسبة (84.21%) يليها في المرتبة الثانية المستوى الثانوي بنسبة (82.22%) ثم نجد المستوى الابتدائي بنسبة (64.70%) .

أما في العمود الثاني فتنخفض النسب إلى (20%) من مجموع المبحوثين في صنف الذين يرون أن المسجد لا يؤدي رسالته التربوية مع فارق ضعيف بين المستويات فنجد المستوى الابتدائي (35.30%) ثم المستوى الثانوي بنسبة (17.78%) إلى المستوى الجامعي بنسبة (15.79%) و من هذه النتائج نستخلص إلى أن مهما كان الفرق في المستويات إلا أنهم يجمعون و مقتنعون بأن المسجد يؤدي رسالته التربوية و التعليمية .

الجدول رقم (03) ← هل يملك الإمام القدرة على التواصل الجيد للتأثير في المصلين؟

المجموع النسبة	هل يملك الإمام القدرة على التواصل الجيد للتأثير في المصلين ؟		السؤال المستوى التعليمي
	لا	نعم	
17 %100	11 %64.70	06 %35.29	ابتدائي
45 %100	13 %28.89	32 %71.11	ثانوي
38 %100	12 %31.58	26 %68.42	جامعي
/	/	/	بدون مستوى
100 %100	36 %36	64 %64	المجموع

\*تظهر نتائج الجدول رقم (03) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الذين يرون أن الإمام لديه القدرة على التواصل الجيد للتأثير في المصلين بنسبة (64%) من مجموع المبحوثين حيث نسجل أكبر نسبة عند المستوى الثانوي (71.11%) ثم في المرتبة الثانية المستوى الجامعي بنسبة (68.42%) و المرتبة الثالثة و الأخيرة المستوى الابتدائي بنسبة (35.29%) أما العمود الثاني فتنخفض هذه النسبة بفارق متوسط (36%) من مجموع المبحوثين في صنف الذين يرون أن الإمام لا يملك القدرة على التواصل الجيد في المصلين حيث نسجل أكبر نسبة في المستوى الابتدائي ب (64.70%) ثم في المرتبة الثانية المستوى الجامعي ب (31.58%) مع فارق طفيف في المستوى الثانوي بنسبة (28.89%) .

ونستخلص من هذه النتائج إلى أن كل الأفراد في جميع المستويات يرون أن الإمام يملك القدرة الاتصالية القوية التي تجعله يؤثر في المصلين .

الجدول رقم (04) ← هل تتصل بالإمام في حل القضايا وطرح انشغالاتك الاجتماعية؟

المجموع	هل تتصل بالإمام في حل القضايا و المشاكل ؟			السؤال
	النسبة	لا اتصل	أحيانا	
17	04	08	05	ابتدائي
%100	%23.52	%47.05	%29.41	
45	21	15	09	ثانوي
%100	%46.66	%33.33	%20	
38	19	13	06	جامعي
%100	%50	%34.21	%15.79	
/	/	/	/	بدون مستوى
100	44	36	20	المجموع
%100	%44	%36	%20	

\*تظهر نتائج الجدول رقم (04) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الثالث في صنف الذين لا يتصلون بالإمام في حل القضايا و المشاكل بنسبة (44%) من مجموع المبحوثين حيث نسجل أكبر نسبة عند الأفراد ذوي المستوى الجامعي في العمود بنسبة (50%) ثم المستوى الثانوي بنسبة (46.66%) ثم المستوى الابتدائي (23.52%) ، و تنخفض هذه النسبة

في العمود الثاني إلى (36%) من مجموع المبحوثين ، في صنف الذين يتصلون أحيانا بالإمام لحل القضايا مع فارق بسيط بين المستويات فالمستوى الجامعي (34.21%) ، والثانوي (33.33%) أما الابتدائي (47.05%) و نسجل في العمود الأول تراجع في النسبة تصل إلى (20%) من مجموع المبحوثين في صنف الذين يتصلون دائما بالإمام لحل القضايا و المشاكل ، نجد المستوى الابتدائي بنسبة (29.41%) و الثانوي (20%) و الجامعي بنسبة (15.79%).

ومن هذه النتائج نستخلص أن الأفراد ذوي المستوى الجامعي هم الفئة الأقل اتصالا بالمسجد لأنهم متعلمون و يفقهون في أمور دينهم أكثر من المستوى الثانوي و الثانوي أقل اتصالا من ذوي المستوى الابتدائي.

الجدول رقم (05) ← هل تقصد المسجد من أجل ؟

المجموع	هل تقصد المسجد من أجل الصلاة فقط ؟			السؤال الجنس
	النسبة	أخذ الفتاوى	الحلقات والدروس	
17	05	04	08	ابتدائي
%100	%29.42	%23.52	%47.05	
45	16	10	19	ثانوي
%100	%35.56	%22.22	%42.22	
38	07	04	27	جامعي
%100	%18.42	%10.52	%71.05	
/	/	/	/	بدون مستوى
100	28	18	54	المجموع
%100	%28	%18	%54	

\*تبين من خلال الجدول رقم (05) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الذين يقصدون المسجد من أجل الصلاة بنسبة (54%) من مجموع المبحوثين حيث نسجل أكبر نسبة في المستوى الجامعي (71.05%) ثم المستوى الابتدائي بفارق شاسع (47.05%) مع فارق طفيف للمستوى الثانوي (42.22%) .

لتتخض هذه النسبة في العمود الثالث إلى (28%) من مجموع المبحوثين في صنف الذين يقصدون المسجد لأخذ الفتاوى نجد أعلى نسبة للمستوى الثانوي تصل (35.56%) ثم المستوى الابتدائي (29.42%) ثم المستوى الجامعي بنسبة (18.42%) و تتخض أيضا النسبة في العمود الثاني بنسبة (18%) من مجموع المبحوثين في صنف الذين يقصدون المسجد لأجل الحلقات و الدروس بحيث نجد أعلى نسبة في المستوى الابتدائي (23.52%) ثم المستوى الثانوي تصل إلى (22.22%) ثم المستوى الجامعي (10.52%)

و من هذه النتائج نخلص إلى أن المبحوثين في كل المستويات يقصدون المسجد لأجل الصلاة أما الحلقات و الدروس فيذهب لأجلها ذوي المستوى الابتدائي بكثرة للتثقيف و التعليم و إكمال ما لم يتعلموه في الثانوي أما أخذ الفتاوى فنسبتها معتبرة مقارنة بالحلقات و الدروس نظرا لكثرة المشاكل الاجتماعية .

الجدول رقم (06) ← هل يفتح الإمام المجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات الخاصة؟

المجموع	هل يفتح الإمام المجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات الخاصة؟		السؤال
	لا	نعم	المستوى التعليمي
17 %100	08 %47.05	09 %52.94	ابتدائي
45 %100	08 %17.78	37 %82.22	ثانوي
38 %100	14 %36.85	24 %63.15	جامعي
/	/	/	بدون مستوى
100 %100	30 %30	70 %70	المجموع

\*يتبين من خلال الجدول رقم(06) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول بنسبة (70%)

من مجموع المبحوثين في صنف الذين يرون أن الإمام يفتح المجال للنقاش أثناء الدروس

والحلقات الخاصة حيث نسجل أكبر نسبة في المستوى الثانوي ب (82.22%) مقابل فارق

(63.15%) للمستوى الجامعي ثم المستوى الابتدائي ب (52.94%) .

لتتخف هذه النسبة في العمود الثاني ب (30%) من مجموع المبحوثين في صنف الذين

يرون أن الإمام لا يفتح المجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات ، حيث نجد أعلى نسبة

للمستوى الابتدائي تصل (47.05%) ثم يليه المستوى الجامعي ب (36.85%) وتأتي المرتبة

الأدنى للمستوى الثانوي ب (17.78%) .

ونستنتج من هذه النسب أن الإمام يفتح المجال للنقاش أثناء الدروس والحلقات الخاصة

وذلك لوجود المواضيع التي يجب التعمق فيها وشرحها بالتفصيل مثلا كيفية أداء فريضة

الحج و أحكام تقسيم الميراث بالإضافة إلى عدم فهم المصلين لبعض المسائل الفقهية

وغيرها .

الجدول رقم ← (07) هل الإمام رمز وقدوة في المجتمع ؟

المجموع النسبة	هل الإمام رمز وقادة في المجتمع؟		السؤال المستوى التعليمي
	لا	نعم	
17 %100	02 %11.76	15 %88.23	ابتدائي
45 %100	02 %04.44	43 %95.56	ثانوي
38 %100	06 %15.78	32 %84.21	جامعي
/	/	/	بدون مستوى
100 %100	10 %10	90 %90	المجموع

يتبين من خلال النتائج المتحصل عليها أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول بنسبة (90%) من مجموع المبحوثين في صنف الذين يرون أن الإمام رمز وقادة في المجتمع

حيث نسجل أعلى نسبة عند الأفراد ذوي المستوى الثانوي ب (95.56%) مع فارق طفيف لكلا المستويين الابتدائي (88.23%) والجامعي ب (84.21%) .

لتنخفض هذه النسب في العمود الثاني بفارق كبير يصل إلى (10%) في صنف الذين يرون أن الإمام ليس رمز وقدوة في المجتمع حيث نجد في المرتبة الأولى ذوي المستوى الجامعي ب (15.78%) يليه المستوى الابتدائي ب (11.76%) ثم المستوى الثانوي ب (04.44%) .

ومن خلال هذه النتائج يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين في كل المستويات ينظرون إلى الإمام نظرة واحدة وهي نظرة الاحترام والتقدير فهو يزرع فيهم المبادئ والأخلاق الفاضلة ويعد بمثابة الركيزة التي تمثل رمز وقدوة في المجتمع والدور والواجب الذي وجد من أجله مثلاً تحسين العلاقات ورسم طريق المحبة والتعاون بين أفراده .

الجدول رقم (08) ← هل المستوى التعليمي والتكويني العالي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية ؟

المجموع النسبة	هل المستوى التعليمي والتكويني العالي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين المصلين في فهم الرسالة الدينية ؟		السؤال المستوى التعليمي
	لا	نعم	
17 %100	03 %17.64	14 %82.35	ابتدائي
45 %100	01 %02.22	44 %97.77	ثانوي
38 %100	00 %00	38 %100	جامعي
/	/	/	بدون مستوى
100 %100	04 %04	96 %96	المجموع

تظهر نتائج الجدول رقم (08) أن الاتجاه العام يتجه إلى العمود الأول بنسبة (96%) من مجموع المبحوثين في صنف الذين يرون أن المستوى التعليمي والتكويني العالي للإمام يمكنه من القدرة الاتصالية بين المصلين لفهم الرسالة الدينية بشكل جيد ، حيث نسجل نسبة (100%) عند ذوي المستوى الجامعي مع فارق طفيف بين المستويات الثانوي ب (97.77%) والابتدائي ب (82.35%) .

أما في العمود الثاني انخفضت النسبة بفارق شاسع سجل ب (04%) من مجموع المبحوثين الذين لا يرون أن المستوى التعليمي والتكويني العالي يعطي للإمام القدرة على التواصل الجيد مع المصلين في فهم الرسالة الدينية ، حيث سجلنا أكبر نسبة سجلت ب (17.64%) عند ذوي المستوى الابتدائي مقابل فارق مع المستوى الثانوي قدر ب (02.22%).

ومن خلال هذه النتائج المتحصل عليها نستنتج جل وأغلبية المبحوثين يتفقون على أن المستوى التعليمي والتكويني العالي للإمام يسهم في التواصل الجيد مع المصلين في فهم الرسالة الدينية ، ولا شك أن ثقافة الإمام الواسعة خاصة منها اللغة وعلم النفس وعلم الاجتماع وعلوم الاتصال والتأهيل العلمي والمهني الكافي والدراية الجيدة بخبايا محيطه الاجتماعي وهذا من أجل تحقيق الإقناع والتأثير اللازم .

الجدول رقم (09) ← في رأيك استعمال الوسائل التقنية (مكبرات الصوت، الميكروفون ،

خدمة الإنترنت ... ) يسهم في نجاح الاتصال بالمسجد ؟

المجموع النسبة	في رأيك استعمال الوسائل التقنية (مكبرات الصوت، الميكروفون ، خدمة الإنترنت ... ) يسهم في نجاح الاتصال بالمسجد ؟		السؤال المستوى التعليمي
	لا	نعم	
17 %100	04 %23.52	13 %76.47	ابتدائي
45 %100	07 %15.55	38 %84.44	ثانوي
38 %100	17 %44.73	21 %55.26	جامعي
/	/	/	بدون مستوى
100 %100	28 %28	72 %72	المجموع

\*تظهر نتائج الجدول رقم (09) أن الاتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الذين يرون أن استعمال التقنيات يسهم في نجاح الاتصال في المسجد بنسبة (72%) من مجموع الباحثين حيث سجل أكبر نسبة عند المستوى الثانوي (84.44%) ثم في المرتبة الثانية المستوى الابتدائي بنسبة (76.47%) و المرتبة الثالثة و الأخيرة المستوى الجامعي بنسبة (55.26%) أما العمود الثاني فتنخفض هذه النسبة بفارق (28%) من مجموع الباحثين في صنف الذين لا يرون أن استعمال الوسائل التقنية يسهم في نجاح الاتصال في المسجد، حيث سجل أكبر نسبة في المستوى الجامعي ب ( 44.73%) ثم في المرتبة الثانية المستوى الابتدائي ب (23.52%) ثم المستوى الثانوي بنسبة (15.55%) .

ونستخلص من هذه النتائج إلى أن كل الأفراد في جميع المستويات يرون أن استعمال الوسائل التقنية داخل المسجد يسهم في نجاح الاتصال به ، حيث أصبحت لا تخلو أي مؤسسة كانت عمومية أو خاصة من الوسائل والتقنية الحديثة ولو كانت منها البسيطة لفهم وتسهيل عملية تبادل الأفكار وعلى خلق جو من الانسجام والوعي بين الإمام والمصلين.

الاقتراحات:

- يجب على جماعة المسجد أن تأخذ بآراء المصلين والعمل على تحسين مستوى الاتصال بينهم.

- التكتيف من عدد الدروس و الحلقات لما فيها من تنوير للعقول و تهذيب للنفوس.

- فتح مجال للنقاش أثناء الدروس و الحلقات خاصة إذا كانت المواضيع ثرية ومتشعبة و يزود من خلالها رواد المسجد بأكبر قدر من الثقافة و العلم.

- توسيع دائرة الاتصال من خلال تكوين الأئمة لجلب أكبر عدد من المصلين لأنه كلما كان الإمام متمكنا و لديه الخبرة و القدرة الاتصالية للتأثير في الرواد كلما كان الإقبال واسعا على مؤسسة المسجد .

- الزيادة في أوقات خطب الجمعة التي قلصت إلى 7 دقائق فقط و هذا الأمر لن يسمح للإمام بالتشعب أكثر و إعطاء التوجيهات أثناء الخطبة، وهذا ما يجعل دور أهمية صلاة الجمعة يقل و يتراجع نوعا ما.

- الابتعاد نوعا ما عن الأمور السياسية و التركيز على الأمور الدينية التوجيهية و التربوية.

- التعامل بالأخلاق الحسنة بين كل رواد المسجد من أئمة منظمين و مصلين حتى

يؤدي المسجد وظيفته على أكمل وجه و يخلق اتصال واسع بينهم .

- الاطلاع الدائم على الحياة اليومية و المشاكل المطروحة لمعالجتها و توجيه النصائح و التوجيهات للتخفيف من عبئها أو إيجاد حلول ناجحة لها .

- التزام الإمام قولاً وعملاً بأن يصدق فعله ما يقوله في خطابه فالذي يجعل الناس أكثر تأثراً به هو صدقه في التعامل معه .

- أن يكون أكثر تفاعلاً مع الحياة الاجتماعية ووعياً بقضايا الناس واهتماماتهم فلا يكفي حضوره الدائم في مواقع تجمعاتهم بل عليه أن يمتلك إدارة التغيير والوسائل العلمية المناسبة لتحقيق هذا التغيير .

- تنمية الثقة بين الأئمة والهيئات الرسمية المسؤولة عنهم وترقيتهم إلى شركاء اجتماعيين فاعلين يأخذ برأيهم في جميع القرارات التي لها علاقة بالمسجد أحسن من أن تفرض عليهم دون إقناعهم بها .

### خاتمة:

لقد تمت دراسة موضوع واقع الاتصال الديني في مؤسسة المسجد من أجل تبيان مكانة الاتصال في أي مؤسسة ، سواء كانت دينية أو ثقافية أو اجتماعية أو اقتصادية فللاتصال دور مهم و بارز في قيام المؤسسة بالمهمة المنوط بها على أكمل وجه من خلال تحرك الاتصال في كل الاتجاهات من اتصال صاعد ، اتصال نازل إلى اتصال أفقي و هذا لا يكون إلا بوضع إستراتيجية فعالة ليحقق اتصالا ناجحا بين الأفراد.

وفي دراستنا هذه تبين لنا أن للاتصال نشاط لا يمكن الاستغناء عنه سواء كان اتصال داخلي أو خارجي فكلاهما مكمل للآخر فهذا ما دفع بمؤسسة المسجد باعتبارها مؤسسة دينية، اجتماعية إلى الاهتمام بهذا النوع من الاتصال.

لتحقيق التكافؤ و كذا تحقيق أهدافها الاتصالية لكي تضمن نجاح العملية الاتصالية.

## الفصل الأول: ماهية الاتصال الداخلي

- تمهيد

- المبحث الأول : مفهوم العملية الاتصالية

- المطلب الأول: أ- تعريف الاتصال

ب- تعريف الاتصال الداخلي

- المطلب الثاني : عناصر العملية الاتصالية

- المطلب الثالث: أنواع و مستويات الاتصال الداخلي

- أنواع الاتصال الداخلي

- مستويات الاتصال الداخلي

\_ المطلب الرابع: وسائل الاتصال الداخلي و شبكاته

1- وسائل الاتصال الداخلي

2- شبكات الاتصال الداخلي

- المبحث الثاني: دور الاتصال داخل المؤسسة و مشاكله

- المطلب الأول: أهمية الاتصال داخل المؤسسة

- المطلب الثاني: أهداف الاتصال داخل المؤسسة

- المطلب الثالث: وظائف الاتصال داخل المؤسسة

- المطلب الرابع: معوقات الاتصال داخل المؤسسة

- خاتمة

## الفصل الثاني: ماهية الاتصال داخل المؤسسة.

- تمهيد
- المبحث الأول: مفهوم الاتصال الخارجي في المؤسسة و أنواعه
- المطلب الأول: مفهوم الاتصال الخارجي في المؤسسة
- المطلب الثاني: أنواع الاتصال الخارجي في المؤسسة
- المبحث الثاني: وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة و أهميته
- المطلب الأول: وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة
- المطلب الثاني: أهمية الاتصال الخارجي في المؤسسة
- خاتمة

## الفصل الثالث: ماهية مؤسسة المسجد

- تمهيد
- المبحث الأول: أهمية المسجد ودوره الاجتماعي والتربوي
- المطلب الأول: أهمية المسجد
- المطلب الثاني: الدور الاجتماعي والتربوي للمسجد
- المبحث الثاني: المسجد بين الماضي والحاضر وأهدافه
- المطلب الأول: المسجد بين الماضي والحاضر ومكانته
- المطلب الثاني: أهداف المسجد
- خاتمة

## الفصل الرابع: الجانب التطبيقي.

### تمهيد

1- عرض الجداول البسيطة

2- عرض الجداول المركبة

3- تحليل نتائج الجداول

4- الاقتراحات

- خاتمة

خاتمه

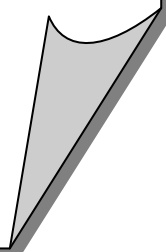
فَلْتَمِمْهُ الْمُرَاجِمُ

الأطار المنهج

الإطار النظري

الإطار التنظيمي

مقدمة



## وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبدالحميد بن باديس \_ مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

استمارة جمع البيانات

واقع الاتصال الديني في مؤسسة المسجد

\_ نموذج مسجد سلّمان الفارسي \_ تيارت \_

أخي المبحوث نحن طالبة علوم الإعلام و الاتصال للسنة الثانية ماستر ، وسائل الإعلام والمجتمع بصدد إجراء دراسة حول الاتصال الديني في مؤسسة المسجد لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال فنرجو منكم ألا تبخلوا علينا بالمعلومات التي تثري هذه الدراسة.

وكل هذا في إطار علمي بحث - وشكرا جزيلا.

ملاحظة: ضع علامة x في الخانة المناسبة .

من إعداد الطالبين:

\_ علوش محمد

\_ خلوفي محمد الأمين

## استمارة خاصة بالمصلي

### السمات العامة:

- \*الجنس : ذكر  أنثى  .
- \*السن : أقل من 35 سنة  أكثر من 35 سنة  .

### \*المستوى التعليمي:

- ابتدائي  ثانوي  جامعي  بدون مستوى  .

### المحور الأول: علاقة الاتصال بين الامام و المصلي

س1: هل هناك اتصال بين الإمام والمصلين ؟

- نعم  لا  .

س2: في رأيكم هل المسجد يؤدي رسالته التربوية و التعليمية؟

- نعم  لا  .

س3: في اعتقادك هل يملك الإمام القدرة على التواصل الجيد للتأثير في المصلين ؟

- نعم  لا  .

س4: هل تتصل بالإمام في حل القضايا و طرح انشغالاتك الاجتماعية ؟

- أتصل دائما  أحيانا  لا أتصل  .

س5: هل تقصد المسجد من أجل ؟

- الصلاة  الحلقات و الدروس  أخذ الفتاوى  .

س6 : هل يفتح الإمام المجال للنقاش أثناء الدروس و الحلقات الخاصة ؟

نعم  لا  .

س7: في رأيك هل الإمام رمز و قدوة في المجتمع ؟

نعم  لا  .

س8: هل المستوى التعليمي والتكويني العالي للإمام يعطي القدرة على التواصل الجيد بين

المصلين في فهم الرسالة الدينية ؟

نعم  لا  .

س9: في رأيك استعمال الوسائل التقنية (مكبرات الصوت ، الميكروفون ، خدمة الأنترنيت،

الفاكس ... ) يسهم في نجاح الاتصال بالمسجد ؟

نعم  لا  .

س10: ماذا تقترح لتحسين و تفعيل الاتصال بين المصلين و جماعة المسجد ؟

.....  
.....  
.....

## قائمة المراجع :

## - باللغة العربية:

1. القرآن الكريم ، برواية الغمام ورش عن الغمام نافع .
2. الإمام أحمد والبخاري في كتاب التيمم، ومسلم في كتاب المساجد.
3. إبراهيم وهبي فهد، كنجو عبود كنجو، العلاقات العامة وإدارتها مدخل وظيفي، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، ط1 1999.
4. أبي حامد الغزالي، إحياء علوم الدين، المجلد الأول، دار الوعي، الجزائر، ط1 2005، ص213.
5. أحمد إبراهيم عبد الهادي، صديق محمد عفيفي، السلوك التنظيمي، دراسة في التحليل السلوكي للبيروقراطية المصرية، مكتبة عين الشمس، ط10، مصر، 2003.
6. أحمد زهوة، أحمد عناية، صحيح البخاري، دار الكتاب العربي، بيروت، ط1، الجزء 3.
7. أحمد ماهر، السلوك التنظيمي مدخل بناء المهارات، الدار الجامعية، مصر.
8. أحمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع ، مصر 2006 .
9. إسماعيل سعد، نظرية القوة في الاتصال الإنساني، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006.

10. بن عثمان فهيمة، نمط تكوين الأئمة في الجزائر، مذكرة ماجستير، قسم أصول الدين، جامعة باتنة، 2005 .
11. ثابت عبد الرحمان، نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة، الدار الجامعية، مصر، 2005.
12. جميل أحمد حضر، العلاقات العامة، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، الأردن 1998 .
13. حسان الجيلاني، التنظيم غير الرسمي في المؤسسات الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988.
14. حسين حريم، السلوك التنظيمي ( سلوك الأفراد في المنظمات )، دار الزهرة للنشر والتوزيع، عمان، 1997.
15. حسين عبد المجيد، أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، ط4، مصر، 2004.
16. خيرى خليل الجميلي، الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامع الحديث، الإسكندرية، 1995 .
17. راوية حسن، السلوك الإنساني في المنظمات، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية 1999 .
18. رنحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطاباسي، الاتصال والعلاقات العامة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2005 .
19. سعيد يسر عامر، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، ط2، مصر 2000.

20. صالح بن نوار، **الاتصال في المؤسسة**، مخبر بحث علم الاجتماع والاتصال والبحث والترجمة، الجزائر، 2003 .
21. صالح خليل أصبع، **العلاقات العامة والاتصال الإنساني**، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الأردن، 2004 .
22. عبد الرحمان عزي وآخرون، **عالم الاتصال** ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1992 .
23. عبد الرحيم درويش، **مقدمة الى علم الاتصال**، مكتبة نانسي، دمياط 2005 .
24. عبد العزيز شرف، **نماذج الاتصال في الفنون والإعلام والتعليم و إدارة الأعمال**، الدار المصرية اللبنانية ، بدون سنة .
25. عبد الغفار حنفي، **أساسيات إدارة المنظمات**، المكتب العربي الحديث، مصر، 1995 .
26. عبد المعطي عساف، **مبادئ الإدارة ، المبادئ والاتجاهات الحديثة**، المكتبة الوطنية، الأردن، 1994.
27. غريب عبد السميع، **الاتصالات والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر**، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2004 .
28. كامل بربر، **الإدارة العلمية ونظام**، المؤسسات الجامعية للنشر والتوزيع، ط1، 1996 .

29. ماجدة عطية، سلوك المنظمة ، سلوك الفرد والجماعة، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2003 .
30. محمد بهجت كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003 .
31. محمد رسلان الجبوشي ، جميلة جاد الله، الإدارة علم وتطبيق، دار المديرية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن .
32. محمد سلامة ، محمد غباري وعبد الحميد عطية ، الاتصال ووسائله بين النظرية والتطبيق ، مكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية.
33. محمد فريد الصحن، العلاقات العامة، المبادئ والتطبيق، الدار الجامعية، كلية التجارة جامعة الإسكندرية ، بيروت الغربية، 1988 .
34. محمود بن الجميل، البداية والنهاية، دار الإمام مالك، الجزائر، ط1، 2006.
35. مصطفى حجازي محمود، الاتصال والعلاقات الإنسانية والإدارية، دار الطلبة، بيروت، 1998 .
36. منال طلعت، مدخل إلى علم الاتصال، المكتب الجامعي الحديث، مصر 2002 .

### المقابلات :

مقابلة مع السيد عبدالغني سهلي ،إمام بجامع الزبير بن العوام - يوم الثلاثاء 20

أفريل 2015 على الساعة 19:30 مساء.

### باللغة الفرنسية:

37. Annie Bartoli – communication et organisation , édition d'organisation , Paris 1994
38. Charles Croué – Marketing International , de doeck , Flander , 2006.
39. Jacques Lenderre et Lindon Denis , mercatos thiorie et pratique du marketing , édition Doloz , 4ème édition , paris 1990.
40. Le Duchobert , la publicité une force au service de l'entreprise , Paris Dunod
41. Marie Helen Westphalen , la communication externe de l'entreprise ouverte , dynodes ; Paris 1997.
42. Michel Lenet , technique doctrine et moral de la communication social , édition d'organisation , paris 19981 .
43. Pierre Lasne , le communicationnaire 2007 , édition de mouette , France 2007 2ème Edition .

### المواقع الإلكترونية:

[http:// WWW.Kalemat, org/ sections.php? so= vaetaid= 120.](http://WWW.Kalemat.org/sections.php?so=vaetaid=120)