



جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

المحاضرة الثالثة

مجالات العلوم الانسانية

طلبة سنة أولى جذع مشترك علوم انسانية



مجالات علوم الاعلام والاتصال

* سبر الآراء والاتصال التنظيمي *

أولاً. سبر الآراء: أساسيات المفهوم

ثانياً. الاتصالات التنظيمية (الداخلية والخارجية)

ثالثاً. كفاءة الاتصال التنظيمي

رابعاً. الوصف الوظيفي لميدان سبر الآراء والاتصال التنظيمي

إعداد الدكتور: سلامي اسعيداني

أستاذ محاضراً في الإعلام والاتصال تخصص: اتصال استراتيجي

PC

السنة الجامعية 2024/2023

أولاً. تعريف سبر الآراء

1.1. تعريف سبر الآراء:

* سَبْرُ الآراء: استطلاع مواقف النَّاسِ في قضيَّةٍ معيَّنة بالاعتماد على عيِّنةٍ منهم.

* سبر الرأي العام: سبر للآراء حول مسألة معينة يتناول عينات من مختلف فئات المجتمع. ولو أن منهجية السبر قد تطورت أيما تطور إلا أن دقتها تظل نسبية فقد يؤدي أحيانا تغيير طفيف في كلمات السؤال لنتائج مختلفة جدا كما أن الكثير من الناس لا يصدقون القول عندما يتعلق الأمر ببعض المواضيع الحساسة. (مصطلحات سياسية)

وهناك من يرى أن سبر الآراء هي طريقة لجمع البيانات والمعلومات حول رأي مجموعة من الناس في مكان معين ووقت معين عن موضوع محدد، وأصبح من الأساليب والتقنيات المستخدمة بكثرة في مجالات عديدة مثل الدراسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وقد كانت بداية التفكير في سبر الآراء مع بداية القرن العشرين، حيث اجري 85 تحقيقا في سنة 1920 بمناسبة الانتخابات الرئاسية الأمريكية، ستة من هذه التحقيقات كانت على مستوى وطني، غير أن البوادر الحقيقية لاستخدام هذه التقنية ترجع إلى سنة 1824 في الولايات المتحدة الأمريكية دائما وذلك بمناسبة الانتخابات الرئاسية، حيث طبقت طريقة "الانتخاب بالجملة" vote de paille "تمهيدا لمعرفة مقاصد المنتخبين والتنبؤ بنتائج الانتخابات، ثم توسعت العملية واستخدمت تقنيات سبر الآراء إلى أن وصلت إلى ما هي عليه حاليا.

ثانيا. الاتصالات التنظيمية (الداخلية والخارجية)

تعرف الجمعية الأمريكية للتدريب الاتصالات التنظيمية بأنها " عملية تبادل الأفكار والمعلومات من أجل إيجاد فهم مشترك وثقة بين العناصر الإنسانية في المنظمة " (علاقي، 1995، ص542)

للاتصال التنظيمي أهداف عديدة نوردتها في الجدول التالي:

الوظيفة (الفرصة)	التوجه	الأهداف	مجال التركيز القطري والبحث
الانفعال (العاطفة)	المشاعر	زيادة درجة القبول للأدوار التنظيمية	الرضا ومعالجة الصراع وتخفيف حدة التوتر وتحديد الأدوار
الدافعية	التأثير	الالتزام بالأهداف التنظيمية	النفوذ والسلطة والمواكبة، والتعزيز ونظرية التوقع، وتعديل السلوك .

المعلومات	تقني	توفير البيانات اللازمة لاتخاذ القرارات	اتخاذ القرارات ومعالجة المعلومات ونظرية اتخاذ القرارات
الرقابة	البنية	توضيح الواجبات والسلطة والمسئولية	التصميم التنظيمي

جدول يبين أهداف الاتصال التنظيمي في المنشأة (من انجاز الباحث)

من خلال الجدول نعتقد أن الاتصال التنظيمي يفيد المنظمة بالكثير من الإيجابيات منها:

1- أن القدرة على إنجاز الأهداف تتوقف على كفاءة الاتصالات التي يبرزها المدير في عمله. حيث أشارت الكثير من الدراسات أن النجاح الذي يحققه الإنسان في عمله يعتمد في (85%) منه على البراعة الاتصالية و(15%) فقط تعتمد على المهارات العملية أو المهنية المتخصصة.

2- - أن الاتصالات التنظيمية تمثل جزءاً كبيراً من أعمال المدير اليومية - ويقدر بعض الخبراء أنها تستهلك ما بين 75-95% من وقت المديرين، هذا فضلاً عن أعمال مدير المنظمة التي تعتبر كلها اتصالات.

3 - أنها تفيد في نقل المعلومات والبيانات والإحصاءات والمفاهيم عبر القنوات المختلفة بما يساهم في اتخاذ القرارات الإدارية وتحقيق نجاح المنظمة وتطورها

4- أنها ضرورة أساسية في توجيه وتغيير السلوك الفردي والجماعي للعاملين في المنظمة، وهو ما تسعى وتدور حوله كافة الجهود الادارية في المنشأة.

5- أنها تساهم في نقل المفاهيم والآراء والأفكار عبر القنوات الرسمية لخلق التماسك بين مكونات المنظمة، وتوحيد جهودها بما يمكنها من تحقيق أهدافها.

6- وسيلة هادفة لضمان التفاعل والتبادل المشترك للأنشطة المختلفة للمنظمة.

7- وسيلة رقابية وإرشادية لنشاطات المدير في مجال توجيه فعاليات العاملين في المنظمة.

8 - وسيلة لتحفيز العاملين ومنسوبي المنظمة للقيام بالأدوار المطلوبة منهم. (نواف، 2014، ص23)

ثالثاً. كفاءة الاتصال التنظيمي

في بيئة المؤسسات والمنظمات يبرز السؤال المهم: كيف أستطيع أن أكون متصلاً بكفاءة وفعالية؟ وللإجابة عن هذا السؤال لابد أن نفهم أهمية الاتصال التنظيمي ومكانته في حياتنا إلى جانب فهم عملية الاتصال وأنواعه وخصائصه.

الكفاءة في الاتصال من أكبر الأمور التي شغلت الباحثين والعلماء في مجال الاتصال. وبحق فليس هناك إجابة محددة، ولكن هناك قدرًا مهمًا من المعلومات عن هذا الأمر:

أولها: أن الاتصال الماهر يرفع من درجة النجاح والرضا للذي يقوم به

(Good communication will raise level of satisfaction)

فمثلاً وجدت الدراسات أن نجاح الطلاب في الدراسة يرتبط إيجاباً بقدرتهم على الاتصال بكفاءة كما أن المتصل الجيد يترك انطباعاً حسناً لدى الآخرين.

ثانيها: ليس هناك أسلوب واحد مثالي أو فعال للاتصال.

(There is no effective way of communication)

من واقع خبرات الكثيرين منا سنجد أن بعض المتصلين الناجحين يستعملون النكتة ببراعة، كما أن بعضهم جاد بشكل واضح، وأن البعض يستخدم الكلمات بكثرة وبصوت مرتفع، بينما يفضل آخرون الأسلوب الهادئ المختصر. وهناك من يتخذ أسلوباً مباشراً في مقابل آخرين يفضلون الأسلوب الدبلوماسي في الخطاب. فهناك حاجة للمرونة في الاتصال لاتخاذ الأسلوب المناسب للحالة الاتصالية والجمهور المستهدف.

ثالثها: أن الكفاءة تعتمد في كل مرة على الظروف الاتصالي

(Proficiency of communication depends on context every time)

ولذلك تجد اختلافاً في الأسلوب المناسب من حال إلى حال. الاتصال الجيد ليس صفة لازمة ثابتة للشخص، ولكنه قدرة على التكيف مع الظروف واستخدام الأسلوب المناسب بما يطلبه الحال. ولهذا قد نجد أشخاصاً ذوي كفاءة جيدة في مجالات محددة دون مجالات أخرى. وحتى هذا الشخص الكفاء في مجال معين يختلف أداؤه من حالة إلى حالة.

رابعها: يحدث الاتصال الناجح حينما يرضى كافة أطرافه.

(Good communication takes place when all sides are satisfied):

حينما تقول ما تريد وتترك الطرف الآخر غير سعيد فإن هذا سيقبل من نجاحك. إذا رفضت طلباً من صديقك عند تقدمه لاستعارة سيارتك فإن صديقك سيعد ذلك إساءة إليه أو عدم تقدير له، وإن كان هذا الرفض سيحقق لك ما تريد. إذن هناك بعد اجتماعي متجدد في العلاقات الاجتماعية في الاتصال يؤثر على مدى كفاءة الاتصال عند مراعاة هذه العلاقات.

وعلى أي حال فلا ينبغي أن ننساق وراء النجاح الدائم الذي لا يتخلف حتى لا يصيبنا الإحباط. فليست كفاءة الاتصال تأتي بالضرورة بالنجاح. قد لا ينجح أكثر الأساليب مهارة في الاتصال بكفاءة، ويكفي المرء أن يحاول - بقدر ما يستطيع - إرضاء الآخرين وإشباع رغبتهم في الاتصال كما يرضي نفسه أيضاً.

رابعاً. الوصف الوظيفي لمجال سبر الآراء والاتصال التنظيمي

من أهم الوظائف المتاحة للاتصال في التنظيمات العملية التي تهتم بإيصال المعلومات الهامة والقرارات لجميع أفراد المنظمة عن طريق متابعة وصول المعلومات وتذليل عقبات وصولها باستخدام وسائل شفهية أو كتابية أو إلكترونية بالإضافة إلى تقييد ومتابعة أي اتصال من خارج المنظمة أي المحافظة على طرق دخول وخروج المعلومات بوسائل اتصالية منظمة.



المسؤول عن الاتصال الداخلي

مسؤول الاتصال الداخلي هو الوسيط بين الإدارة والموظفين. إنه الوصلة أو الوسيط بين الاتصال التصاعدي (ذلك من الموظفين إلى الإدارة) والاتصال الهابط (ذلك من الإدارة إلى الموظفين)

المسؤول عن الاتصال الخارجي

هو الذي يطور استراتيجية الاتصال الإعلامية وغير الإعلامية للوكالة، من أجل الترويج لصورة العلامة التجارية لمنتج ما للجمهور المستهدف. وتنفيذ حملات الاتصال الخارجية، والتي تشمل الاتصال بالصحافة والجمهور المستهدف عبر إجراءات الاتصال. أيضاً تعزيز روابط العملاء الداخليين للشركة من أجل ترسيخ الشعور بالانتماء وروح العضوية.



محور الاتصال في المنظمة

المسؤول عن فاعلية العملية التنظيمية وتتوقف على فاعلية وكفاءة أساليب وقنوات اتصالاته المختلفة، حيث يعد الاتصال من أهم عناصر التفاعل الإنساني سواء كان ذلك على مستوى الأفراد أم على مستوى الجماعات في المؤسسة التي تربط بين وحداته الإدارية وبين المجتمع الذي يتفاعل ويتعامل معه.



المسؤول عن قياس سير الأراء، دراسة السوق... الخ

تشمل دراسة السوق المستهدف والتوصل لقناعات وقرارات بشأن الاستثمار فيه أم لا، وأفضل طريقة للدخول فيه. تشمل تقييم السوق المستهدف دراسة مكوناته مثل العملاء والمنافسين والمزيج التسويقي وحجم السوق ونموه وجاذبيته وعوامل الطلب والعرض



دراسة السوق والجماهير المستهدفة

هو المسؤول عن دراسة الاحتياجات للخدمات التي سيقدمها المشروع من أجل الوصول إلى أفضل المعلومات التقديرية عن الطلب المتوقع في السوق المستهدفة. والتي من خلالها يتم تحديد الأنشطة التي سيزاولها المشروع والخدمات التي سيقدمها.

