



## الاتصال التنظيمي وفاعليته في تطوير المؤسسات الحكومية

دراسة حالة وزارة الثقافة و الإعلام و الإتصال - ولاية غرب دارفور - السودان

(2017م - 2018م)

### إعداد

د. محمد أحمد التجاني طه - استاذ مساعد كلية علوم الإتصال - جامعة الجزيرة - السودان

أ. شرف الدين عبدالله حسن آدم - محاضر كلية الإعلام - جامعة الجنيه - السودان



## مستخلص الدراسة :

دارفور بتوفير المعلومات عن أنشطتها وبرامجها وخططتها الإستراتيجية عبر الإتصال التنظيمي الفعال .  
كما أوصت الدراسة بضرورة عقد ورش عمل وندوات والمشاركة في المؤتمرات الإقليمية والدولية لمواكبة التطورات التي تحدث في مجال الإتصال التنظيمي والإستفاده منها.

تهدف الدراسة الي تسليط الضوء والوقوف علي الجهود التي تبذلها المؤسسات الحكوميه لمعرفة فاعلية الإتصال التنظيمي في تطوير العمل بتلك المؤسسات ، وكذلك للإطلاع علي التطورات الإتصاليه بوزارة الثقافه والإعلام والإتصال بولاية غرب دارفور،

تأتي أهمية الدراسة من أهمية الإتصال التنظيمي في المؤسسات الحكومية والوقوف علي التطورات التي حدثت في هذا المجال ومدى الإستفاده منها في تطوير الإداء. إستخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة ، والملاحظه والإستبيان كأدوات لجمع المعلومات ، وتم توزيع (100) إستمارة إستبانه علي العاملين بوزارة الثقافه والإعلام والإتصال بولاية غرب دارفور، ومن ثم جمعها وتحليلها بواسطه برنامج الحزم الإحصائية SPSS.

توصلت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها: تقوم وزارة الثقافه والإعلام والإتصال بولاية غرب



## Abstract

This study aims at focusing on the efforts exerted by government, institutions to determine the effectiveness of organize communications in the development of these institutions . It also seeks to know the developments in communications in the ministry of culture , information and communications.

The importance of this study is bored on the importance of the organizational communication in governmental institutations as well as the knowledge of the development that occurred in this area and the extent of benefits gain of in the development of peformance of the workforce.

The researches employed descriptive analysis methodology , obervation and questionnaire as tools in collecting information. One hundred questionnaire fors were distributed to the employees in the ministry of culture , information and communication in the state of west Darfour . These were collected and analyed by the spss program.

The study reached a number of results of which the most important area . The ministry of culture , information and communications in the state of west Darfour , makes available inforation

about its activities , programs and stratigic plans via effective organaizational communication.

The study are commended the importance of organizing workshopes seminars and participation in regional and international carfences to keep abreast with and .Make use of the developments in the area of organizational communication.



## المقدمة:

إن إختلاف التنظيمات وتعددتها وانتشارها الهائل في المجتمع الحديث، الربط بدراساتها وتشخيصها وتتبع أثارها ونتائجها علي مختلف المستويات نظراً لان الإنسان لا يستطيع أن يعيش ويعمل منعزلاً عن الآخرين، فهو يتبادل معهم الأفكار والمشاعر يؤثر فيهم ويتأثر بهم، وهذا يعني تنسيق العمل وضبط الجهود، هذه ببساطة عملية تنظيم النشاط والأدوار والوظائف، كما يجمع التنظيم بين الاتصال والرقابة وفقاً لخطة هادفة يهدف إعادة جادة لها التنظيم لكي ينفذ ويحقق مختلف تطويره ومن هنا نادي الإحصائيون بوجوب الأهتمام بالاتصال في تطوير المؤسسات الحكومية.

والمؤسسة باعتبارها مصدر لمجتمع أكبر فهي تقوم علي جماعات بشرية تربطهم علاقات إنسانية وتجمعهم أهداف وأغراض مشتركة وتحكمهم نظم وقوانين مشتركة أيضاً، فالأفراد والجماعات يتحركون داخل المؤسسة بغية تحقيق

الأهداف والغايات وإشباع حاجاتهم وهم علي ذلك يتبادلون المعلومات والمشاعر والأحاسيس، ولا يمكن تصور أي مؤسسة دون توفر تلك العملية التي يتفاعل من خلالها الأفراد والجماعات تفاعلات تحكمها أشكال وأساليب معينة للاتصال.

وعليه جاءت هذه الدراسة في محاولة جادة لكشف عن الاتصال التنظيمي وفاعليته في تطوير المؤسسات الحكومية وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور لتحقيق الأهداف التي تنشدها جامعات وذلك للوقوف علي الاتصال وبحثه بدراسة نظرية تطبيقية ميدانية في وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات غرب دارفو، وبما ان الاتصال التنظيمي وفاعليته في تطوير المؤسسات الحكومية الأهتمام بتطوير تحسين اداء العالمين، والاتصال التنظيمي يساهم بشكل كبير جداً في تطوير المؤسسات الحكومية



### منهج الدراسة:

المنهج الوصفي التحليلي.

### أسئلة الدراسة:

### مجتمع الدراسة:

العاملين بوزارة الثقافة والإعلام والاتصال  
بولاية غرب دارفور .

### الحدود المكانية والزمانية للدراسة:

الحدود المكانية : وزارة الثقافة والإعلام  
والإتصال بولاية غرب دارفور - السودان.

الحدود الزمانية : 2017م - 2018م.

### أدوات جمع البيانات:

1. الإستبيان: تم تصميم الإستبيان

وتحكيمة وعرضه علي بعض أساتذة

الإعلام ، ومن ثم توزيعه علي عينة

الدراسة والبالغ عددهم (100) مبحوث ،

وتم تحليل بيانات الإستمارة عبر برنامج

الحزم الإحصائية SPSS ، واستخلاص

نتائج الدراسة.

بغية الوصول الي نتائج وتوصيات تساهم في

تفعيل المؤسسات الحكومية بشكل عام.

### أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلي تسليط الضوء علي المعوقات  
التي تقف أمام العملية الإتصالية بالمؤسسات  
الحكومية علي وجه العموم ، ووزارة الثقافة  
والإعلام والاتصال بولاية غرب دارفور علي وجه  
الخصوص. والعمل علي إقتراح بعض الحلول  
المناسبة لها.

### مشكلة الدراسة:

تعاني المؤسسات الحكومية من ضعف في  
الإتصال عامه والإتصال التنظيمي بصفه خاصه ،  
ويتضح هذا الضعف بصورة واضحة اثناء العملية  
الإتصالية بين الجمهور الداخلي والخارجي  
للمؤسسة والإدارة العليا. خصوصاً في وزارة  
الثقافة والإعلام و الإتصال بولاية غرب دارفور ،  
محل الدراسة. مما يشكل ضعفا ملحوظاً في أداء  
المؤسسة .



2. **الملاحظه :** ملاحظات الباحثان اثناء

تواجدهم بوزارة الثقافه والإعلام

والاتصال بولاية غرب دارفور.

### المحور الأول: العلاقات العامه:

#### مفهوم ونشأة وتطور ومبادي العلاقات العامة :

مفهوم العلاقات العامة: يقصد بالعلاقات العامة مجموعة الجهود المخطط لها المنتظمة التي تبذلها المؤسسة تجاه جمهورها الداخلي وجمهورها الخارجي لكسب التأييد للمؤسسة وتحسين مستوى أدائها وزيادة حصتها في السوق ورضا الجمهور عنها والإقبال على التعامل معها، أما الإدارة التي تقوم على هذه الجهود في إدارة العلاقات العامة وهي ضرورية سواء للمنشآت الربحية أي التي تعمل في قطاع إدارة الأعمال الخاصة أو للمنشآت الغير الربحية مثل الحكومية من وزارات ودوائر ومؤسسات القطاع العام أما دور العلاقات العامة في القطاع الخاص فيهدف الى التعامل مع جمهورين هما الجمهور

الداخلي أي العا ملين في المؤسسة بقصد دفعهم للعمل بروح الفريق ورفع روحهم المعنوية وكسب ولائهم وإنتمائهم لمؤسسة 0 أما الجمهور الثاني فهو الجمهور الخارجي بقصد كسب تأييده للمؤسسة وجعله يقبل على خدماتها ومنتجاتها وسلعها بهدف تحقيق أكبرعائد ممكن ضمن تخليط الربحية وكذلك منشآت القطاع العام تهدف الى أن يعمل الموظفين حسب اللوائح والتعليمات وخدمة الجمهور بكفاءة عالية فلدور العلاقات دوراً هاماً وأساسياً في حياة المنشآت العامة على حد سواء من أجل رفع كفاءة العاملين وخدمة جمهور المتعاملين مع المنشآت وكسب تأييدهم (رضا، 2010م، ص13-14).

ويعرف المعهد البريطاني العلاقات العامة هي تلك الجهود المخططة التي تبذلها المؤسسة لكسب ثقة الجمهور من خلالها ما تقدمه له من أعمال وأنشطة تحظى بأحترامه .



2/ تستهدف العلاقات العامة إقناع الجماهير النوعية بتغيير أو تعديل آرائها وسلوكها تجاه موضوع معينة أو قضية معينة.

### نشأة وتطور العلاقات العامة :

أن العلاقات العامة كنشاط هي قديمة تضم البشر فقد مارسها الإنسان منذ أقدم العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعاون مع باقي أفراد المجتمع الذي يعيش فيه.

وعلى مر التاريخ فقد تفهم القادة والزعماء مدي أهمية التأثير على الرأي العام للجمهور من خلال إقناعهم بأفكارهم وآرائهم فقد كان اهل العراق قبل حوالي 1800م عام قبل الميلاد ينقشون نشراتهم على الحجارة حتي يتمكن المزارعون من الإطلاع عليها وتعلم آخر وسائل الذات والحصاد والرأي وهذا العمل يشبة الى حد كبير ما تقوم به الدوائر الحكومية في هذه.

وبدأ ذلك اليونان فكان لزعمائهم وقياديينهم القدرة على إقناع الجمهور

كما يعرف كا نفيلاذ الأستاذ بمعهد العلاقات العامة الأمريكي بأنها وظيفة إدارية تتضمن القيام بقياس الرأي العام وأتجاهاته والتنبؤ وبردود الفعل المتوقعة من الجمهور وبالتالي التحكم بعملية الاتصال بين المؤسسة وجمهورها.

**تعريف العلاقات العامة:** رغم كثرة التعريفات التي قدمت للعلاقات العامة من جانب الدارسين أو من جانب الهيئات المهتمة بالعلاقات العامة الا ان هناك سمات مشتركة بين التعريفات رغم اختلاف الاسلوب أو التفاصيل بين تعريف والتي تحدد هذه السمات المشتركة على النحو التالي :  
1/ ان العلاقات العامة عملية طويلة المدى ودائمة ومستمرة تستهدف في الركن الأول لمفهومها إعطاء الجماهير النوعية لهيئة أخبركم من المعلومات الصحيحة حول موضوع معين أو قضية معينة.



أهداف العلاقات العامة (العلاق، 2009م، ص

17) :

1/ تعزيز وترسيخ سمعة المنظمة عن طريق

فهم الجمهور وتنويره بما تقوم به من خدمات

والأنشطة

2/ بناء سمعة طيبة الأنشطة التي تقوم بها

المنظمة بين الجمهور الذي تعامل معها.

3/ خلق فهم واسع نحو المشاكل والصعوبات

التي تواجه المنظمة.

4/ الحصول على ثقة الجمهور وبالتالي ولاءة

للمنظمة.

5/ التمتع بعلاقات حسنة المجتمع المحلي.

6/ كسب ثقة المساهمين.

7/ توطيد العلاقات مع الجمهور الداخلي

والجمهور الخارجي.

8/ حل مشاكل الجمهور الداخلي والخارجي.

### وظائف العلاقات العامة:

طرح الباحثون والمختصون العديد من

التقسيمات لوظائف العلاقات العامة نذكر

منها (يوسف، 2008م، ص31-28) :

بآرائهم وأفكارهم عن طريق الخطابة

والمناقشات الحرة التي كانت يساهم فيها جميع

المواطنين وأستمر الرومان بنفس الأسلوب حيث

كان القياديون يتولون إقناع الجمهور عن طريق

الخطابة وغيرها بهدف اختيارهم كممثلين

للشعب في البرلمان آنذاك وقد ظهر في تلك

الفترة خطباء معروفين في التاريخ امثال سيسرو

ومارك انطونيو وعند قدماء المصريين كانت

النقوش في المعابد تزخرف بالانتصارات الحربية

للحكام وفي اوقات السلم كان الإعلام يوجه الى

الأغراض الدينية والإجتماعية.

اما العلاقات في للعصر الحديث فإنه يمكن

القول انها نشأت في الولايات المتحدة الامريكية

في بدأ حياته بالعمل كمراسل صحفي عام 1903م

ثم يحول الى مستشار للعلاقات العامة في احدي

مؤسسات صناعة فحم الانثراسايت عام 1906م

وفي تلك الاثناء حصل ان قام عمال المناجم

بأضرابهم عن العمل حتى تستجيب الإدارة الى

مطالبهم.





1/ تقديم النصح والمشورة الى الإدارة العليا، والإدارات الفرعية الأخرى بالظمة فالعلاقات العامة تتحمل مسؤولية مباشرة تجاه التوصية با لقرارات و السياسات المناسبة التي تؤدي الى التوصية بالقرارات والسياسات المناسبة التي تؤدي الى الاحتفاظ بعلاقات عامة سليمة كقا عدة لعمل الهيئة أو المنظمة.

2/ الإعلام ، وهي تشتمل الإعلام عن المنظمة بين كل الجماهير النوعية ذات المصلحة المشتركة مع المنظمة ، وأستخدام أم وسائل الاتصال المناسبة والمؤثرة طبقاً لطبعة الرسالة وطبيعة والجمهور وحجم الامكانيات المادية والفنية والظروف الإجتماعية المحيطة.

3/ الأبحاث والدراسات، لأن الإدارة العليا وهي في خضم عملياتها اليومية، لاتملك فرصة التعرف على ما يحدث في إهتمامات خلال جماهيرها من تطورات وتغير، ومن ثم فإن العلاقات العامة من خلال قياسها لأتجاهات

أ/ التقسيم الذي طرحه كاتلين (Cut lip) وسنتر (Center) وبروم (Broom) حيث رأي ان العلاقات العامة كوظيفة إدارية تنهض بأداء الوظائف التالية :

1/ توقع اتجاهات الرأي العام وتحليلها وتفسيرها، ودراسة القضايا ذات التأثير الإيجابي والسلبى على خطط المنظمة وعملياتها وسلوكياتها .

2/ تقديم النصح والمشورة الإدارية المنظمة عبر مختلف المستويات فيما يتعلق بصناعة قرارات المنظمة وآفعالها واتصالاتها ومستؤولياتها الإجتماعية.

3/ إعداد الخطط بما يشتمل عليه ذلك من وضع الأهداف، تحديد الميزانيات، وتجنيد العناصر اللازمة لإداء الوظائف المشار اليها وتدريبهم. ب/ التقسيم الذي طرحه فليب ليزي (Philip) وأرى بمقتضاه ان هناك اربع وظائف رئيسية تؤديها العلاقات العامة في المنظمة وهي:



في كل ما تقوله او تفعله للوصول الى علاقات عامة طيبة، ويعتبر هذا النشاط أحد المسؤوليات الكبرى لكل مدير في المنظمة.

### مفهوم التخطيط في العلاقات العامة :

التخطيط :هو عملية ذهنية استخدام الطاقات البشرية والموارد المالية لتحقيق أهداف العلاقات العامة وهو عملية فكرية مستمرة لها منطقتين وترتيب يبذل فيها الجهد وتستخدم نتائج البحث لتحقيق أهدافها (علي، 1969م، ص 63).

التخطيط :هو معادلة تشكيل المستقبل بالصورة التي تناسب الآمال والتطلعات كما يعني التنبؤ بما سيكون عليه المستقبل مع الاستعداد لهذا المستقبل كما يعني التدبير الذي يرمي الى مواجهة المستقبل بخط منظمة مسبقاً لتحقيق أهداف محددة (إبراهيم، وآخرون، 1991م، ص 63)

**أهمية التخطيط في العلاقات العامة :** تنقسم أنشطة وأعمال العلاقات العامة الى قسمين

الجماهير باستخدام أستقصاءات الرأي تستطيع أن تتنبأ بالاتجاهات الجديدة أو الأحداث المستقبلية ذات التأثير على عمليات المنظمة.

**خصائص العلاقات العامة :** في ضوء تحديدنا لتعريف العلاقات العامة يمكننا القول بأن للعلاقات العامة خصائص متميزة هي :

1/ إن العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة وهذه الفلسفة تفترض أن أي منظمة لانشأ لتحقيق الأهداف المالية التي ينص عليها قانونها فحسب، وإنما ينبغي أيضاً أن تلعب دوراً إجتماعياً. ولهذا فعليها أن تضع صالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة للموضوعات التي تتعلق بسلوك المنظمة.

2/ إن العلاقات العامة ليس من الأنشطة الثانوية الأهمية ، بل تشكل عنصراً أساسياً في أنشطة المنشآت فهي ضرورة يفرضها المجتمع الحديث.

3/ إن العلاقات العامة وظيفة إدارية، فهي نشاط تمارسه كل إدارة. ويجب على الإدارة أن تستخدمه



وقائياً ام علاجياً أم لمواجهة كارثة أو أزمة سيكون حينئذ قائماً على أساس من التنظيم والإعداد(حجاب ، 2007م ، ص224- 225).

### المحور الثاني: الإتصال التنظيمي :

#### مفهوم الاتصال التنظيمي :

الاتصال التنظيمي : يرتبط مفهوم الاتصال منظمات الأعمال بمفهوم التنظيم وهو مفهوم قديم قدم التاريخ الإنساني، أستخدمته الهيئات والإدارات الإجتماعية والإقتصادية سابقاً وهي تنفذما طلب منها من أعمال ومهام كما تستخدمه المؤسسات ومنظمات الأعمال الحديثة وهي تنفذ المهام المطلوب منها تحقيقها والتي أقيمت وأستحدثت من أجل تحقيقها.

تاريخياً استخدم الإنسان الاتصال التنظيمي حيث عمل مع أخيه الإنسان في العصور القديمة لتحقيق أهداف مشتركة

رئيسين :اولهما إنساني لصيانة المنشأة من الأخطار التي تحقق بها والثاني علاجي لحل المشكلات التي تواجهها بعد حدوثها، وبالإضافة الى ذلك توجد نشاط ثالث خاص بمواجهة المشكلات الراهنة. وسواء كان نشاط العلاقات العامة وقائياً أم علاجياً ام لمواجهة مشكلة راهنة فإنه يتحتم أن يكون مبنياً على أساس من التنظيم والإعداد (حجاب ، وهبي ، 1992م ، ص35).  
تمكن أهمية التخطيط في انه يوفر توافق وإجماع المسؤولين في المنشأة إزاء أولويات العمل على الموارد البشرية والمالية التي تحتاجها لتحقيق تلك الاولويات، يساعد هذا التوافق على وضع مصلحة المنشأة فوق كل اعتبار، كما يساعد على وضع رؤية مستقبلية مستقرة للمنشأة ويجعلها قادرة على مواجهة أية ازمة حالية او متوقعة وبصورة ترسم أفضل مستقبل للمنشأة ، كما انه من ناحية أخرى عامل مهم في خلق الشعور بالثقة والاعتماد على النفس. لأن نشاط العلاقات العامة سواء كان



للصناع وللعمال آنذاك المعدات الثقيلة والحسابات الآلية وغيرها من الأجهزة والمعدات التي تتوفر حالياً للعمال والصناع هذه الانجازات ساهم في تحقيقها وتحويلها الى واقع آلاف أو عشرات الآلاف من العمال والصناع المهرة ، كل ينفذ ما يوكل اليه من مهام بتنسيق توافقي تؤدي في النهاية الى تنفيذ كل المهام المطلوبه وانجاز العمل المراد انجازه.

### أهمية الاتصال التنظيمي :

مجتمع العصر الحديث هو مجتمع منظمات الأعمال إذ ظهرت أشكال مختلفة من هذه المنظمات بهدف تلبية الاحتياجات المختلفة للإنسان ومن هذه المنظمات المنظمات الإقتصادية والتعليمية والإجتماعية وغيرها من المنظمات التي شملت مناحي الحياة كافة، فالتب تحول الى منظمات أعمال كبيرة ناهيك عن وسائل الاتصال التي أصبحت من أكبر منظمات الأعمال، قيام هذه المنظمات

بعضها عظيم وكبير اثر في مجتمعات ذلك ازمان تأثيراً كبيراً وعكس انجازها وتنفيذها.

طبيعة المجتمع وعظمته ومدى تقدم الحضارة التي قامت فيه ظل شاهداً يقاوم الزمن ليبين الأجيال التالية طبيعة تلك الحضارة والفلسفة التي كانت تمثلها . من هذه الانجازات الضخمة بناء الجنائن المعلقة في مدينة بابل واصدار أول تشريع ينظم حياة البشرية ويجدد الحقوق والواجبات والذي أمر حمورابي بتدوينه مسلته المشهورة وهو تشريع لم يكن عملاً جماعياً شارك في صناعته الكهنة ومستشارو حمورابي والنخبة المحيط به وفي مدينة آثينا والمدن اليونانية الأخرى نشاهد المعابد الضخمة التي ساهم في بنائها الآلاف بل مئات آلاف من العمال وكان الاتصال بينهم لنقل أوامر العمل وتنفيذه العمل هو الاساس في تحقيق كل ما تحقق، وفي مصدر القديم تم بناء الأهرامات التي بناها المصريون لتخليد ملوكهم وهو انجاز كغيرة من انجازات العالم القديم الكبيرة تم دون ان تتوفر



رغبات للمواطنين تشارك هي في صناعتها، هذه المنظمات لا تستطيع الأستمرار في الوجود وفي أداء المهام المطلوبة منها دون أستخدام الاتصال سواء داخل البيئة التنظيمية للمنظمة أو في علاقتها مع المحيط. ماحدث في المنظمات الإقتصادية هو مثال لماحدث ويحدث في منظمات الأعمال الأخرى التي يوجد لها المجتمع لتلبية احتياجاتها والمتنامية والمتنوعة (الجوهر، 2014 م ، ص 29).

### أهداف الاتصال التنظيمي:

هنالك عدد من الاهداف يسعى الإتصال التنظيمي للوصول إليها : (إدريس ، 2005م ، ص 291\_292).

1/ التدرج الهرمي للأهداف: هنال ثلاثة مستويات للأهداف والتي تأخذ شكل التدرج الهرمي في أي منظمة وتشمل على الأهداف الأستراتيجية والتي ترتبط بالتخطيط الأستراتيجي طويل الإجل (مثال ذلك تنمية

وتطورها وأستمرار وجودها دليل على حاجة المجتمع المعاصر لها وتلبيتها لهذه الحاجة وسيكون اسهل علينا فهم منظمات الأعمال القائمة ودورها في المجتمع المعاصر، فمن تطور المجتمعات وزيادة حجمها وتعقد حياتها ومع تطور الصناعة والتقنية ازداد دور المنظمات الإقتصادية الكبيرة في إنتاج وتوزيع المزيد من البضائع وخدمات التي يطلبها المواطنون ويحتاجون لها وكبرت هذه المنظمات وامتد نشاطها عبر الحدود وعبر القارات وتقلص عددها في الوقت الذي تقلص فيه دورها منظمات الأعمال الصغيرة ناهيك دور الحرفي الفرد الذي كان يقوم بأعماله الاتصالية بشكل مباشر بكل من له علاقة بعمله من مستهلك او مورد اوغير ذلك، وقله أهمية كل أنواع العمليات التي تقوم بها المنظمات الصغيرة أو الأفراد في توفير احتياجات المواطنين وظهرت منظمات أعمال عملاقة تقوم بإنتاج السلع وتوزيعها لسد احتياجات الاسواق المتنامية التي تساهم هي في خلقها وتلبية

مبادئ الاتصال التنظيمي (العلاق ، 2010م ،  
ص 99- 101):

1/مبدأ الوظيفة: التنظيم بحسب متطلبات  
الأعمال وليس بحسب الأشخاص الموجودين.  
2/مبدأ التخصص: الاستفادة من التخصص عند  
تجميع الأعمال في وحدات إدارية.

3/ مبدأ التنسيق: الإقلال من الاحتكاك  
والتعارض بتجميع منطقي للعمليات ويعمل  
اللجان المناسبة.

4/مبدأ الاهتمام الملائم: إعطاء الأهتمام  
الملائم للعمل الأهم بتخصيص وحدة إدارية أو  
بالرفع الى مستوى أعلى.

5/مبدأ وحدة الهدف: أهداف وحدة إدارية  
تستمد منه وتؤدي الى تحقيق الأهداف  
العليا.

6/ مبدأ وحدة الرئاسة: لا يكون الشخص  
مرئوساً لأكثر من شخص واحد.

خطوط منتجات جديدة في منظمة  
صناعة،اوالتوسع في الحصة السوقية)

/ أنواع الأهداف: تتعدد أنواع الأهداف التي  
تسعى الى عديد تحقيقها منظمات الأعمال  
الهادفة الى الربح تشمل مجالات عديدة وذلك  
كمايلي (على سبيل المثال):

أ/ الربحية: أى زيادة معدل الربحية الناتج عن  
الفرق بين إيرادات المنظمة والتكاليف لحجم  
مبيعاتها خلال فترة زمنية.

ب/العائد على الأستثمار:أى زياد معدل العائد  
على الأموال المستثمرين في المنظمة.

ج/ المبيعات:أى زيادة معدل النمو في المبيعات  
من منتج معين خلال فترة زمنية معينة.

/وضع الأهداف:إن عملية وضع صياغة أهداف  
المنظمة عملية ليست سهلة خاصة وأن

للمنظمات أهداف متعددة التي تتصف بالتفاعل  
وأحياناً بالتعارض فإن أهداف العائد على

الأستثمار قد تتعارض مع أهداف الأرتقاء بالجودة  
في المنتجات من جهة نظر العملاء.





3/ القيادة: كل منظمة لها سلطة رئاسية أو قيادة إدارية من أجل قيادة التجمع البشري في المنظمة من أجل تحقيق الأهداف المبتغاة.

4/ التعاون: أي تجمع بشري يحتاج إلى التعاون من أجل تحقيق الأهداف المنشود، والتعاون سمة أساسية تميز المنظمات الناجحة عن سواها.

#### مستويات الاتصال التنظيمي :

1/ رفع الشكاوي: أي عندما يرفع عامل أو موظف شكوى عن حالة يعاني منها الى رئيسه المباشرة أو الى المدير المعنى أو المدير العام.

2/ سياسة الباب المفتوحة: حيث يعتمد بعض المديرين الى السماح للمرؤوسين المباشر بهم دون المرور عبر المستويات الإدارية المتدرجة.

7/ مبدأ الرئاسة الوظيفية: لا يمكن لأي رئيس ان يفهم في جميع الأمور، ولذلك يتخصص الرؤساء في نوع الإشراف (تايلور).

8/ مبدأ نطاق الإشراف: لا يزيد عدد المرؤوسين عن سبعة لايقبل عن ثلاثة إلا في حالات خاصة.  
9/ مبدأ قصر خط السلطة: تقليص المسافة الإدارية بين أعلى الرؤساء وأدنى المرؤوسين (بين التفكير وبين التنفيذ).

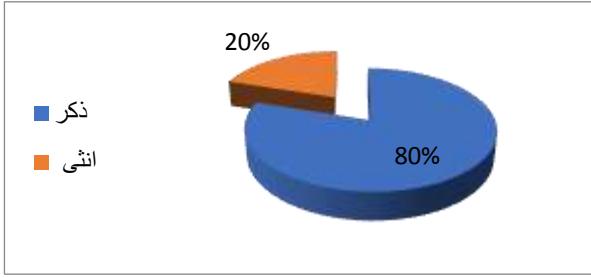
#### خصائص الاتصال التنظيمي:

للمنظمات عدد من الخصائص التي تميزها عن غيرها وهي (علي، 2000م، ص 17-18).

1/ الاهلية: شكليات وإجراءات التأسس القانونية، وان لاتكون أهدافها مخالفة للقوانين والأنظمة والأخلاق العامة المتعارف عليها في المجتمع.

2/ النظام الداخلي: هو هوية المنظمة والذي يميزها عن غيرها من المنظمات في المجتمع ، ويضمن كافة المعلومات التي توضح هوية المنظمة.





يتضح لنا من الجدول اعلاه والرسم البياني المصاحب له أن النسبة الأكبر من أفراد العينة هم من الذكور وهم يمثلون نسبة 80% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة هم من الإناث وهم يمثلون نسبة 20%، مما يدل على أن معظم العاملين في وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور من الذكور، وهذا يدل على أن نسبة تعليم الذكور مرتفعة أكثر من الإناث.

## 2/ العمر:

العمر	العدد	النسبة
20 – 30 سنة	36	36%
31 – 40 سنة	24	24%
41 – 50 سنة	32	32%
أكثر من 50 سنة	8	8%

3/ أساليب المشاركة: مثل اللجان أو الممثلين عن العمال أو من خلال صناديق الاقتراحات أو الإجتماعية الرسمية وغير الرسمية.

4/ تعبئة الاستبيانات والمقابلات عند الانتهاء العمل: حيث يدلي العامل برأيه في المنشأة وسياساتها واقتراحاته حول الاتصال فيها.

## المحور الثالث : الدراسة الميدانية :

### تحليل بيانات الدراسة الميدانية :

تم تصميم الإستبيان وتحكيمة وعرضه علي بعض أساتذة الإعلام ، ومن ثم توزيعه علي عينة الدراسة والبالغ عددهم (100) مبحوث ، وتم تحليل بيانات الإستمارة عبر برنامج الحزم الإحصائية SPSS ، واستخلاص نتائج دراسته.

## أولاً: عرض وتفصيل البيانات الدولية:

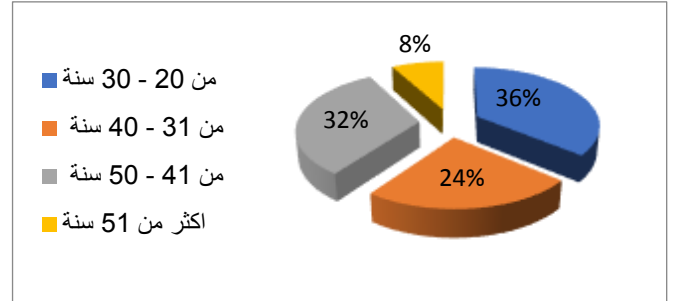
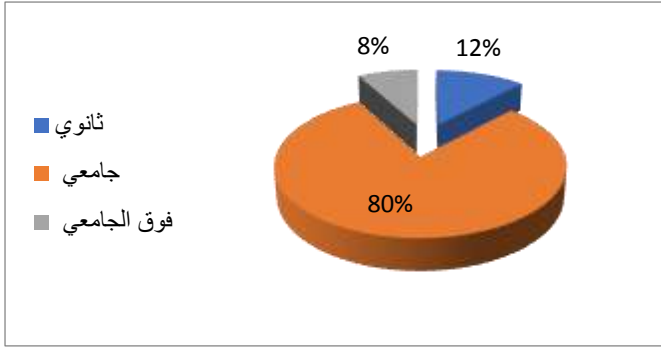
### 1/النوع:

النوع	العدد	النسبة
ذكر	80	80%
انثى	20	20%
المجموع	100	100%



فوق الجامعي	8	8%
المجموع	100	100%

المجموع	100	100%
---------	-----	------



يتضح لنا من الجدول اعلاه والرسم البياني

المصاحب له أن النسبة الأكبر من أفراد العينة هم من الفئة العمرية من 20 – 30 سنة وهم يمثلون نسبة 36% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة هم من الفئة العمرية أكثر من 50 سنة وهم يمثلون نسبة 8%، مما يدل على أن معظم العاملين في وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور هم في الدرجة التاسعة وبالتالي يحتاجون إلى التدريب المستمر.

### 3/ المستوى التعليمي:

النسبة	العدد	المستوى التعليمي
12%	12	ثانوي
80%	80	جامعي

يتضح لنا من الجدول اعلاه والرسم البياني المصاحب له أن النسبة الأكبر من أفراد العينة هم من الجامعيين وهم يمثلون نسبة 80% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة هم ما فوق الجامعي وهم يمثلون نسبة 8%، مما يدل على أن معظم العاملين في وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات من الجامعيين والذين يحتاجون إلى التدريب والتأهيل، مع وجود نسبة قليلة لديهم مستوى تعليمي فوق جامعي.

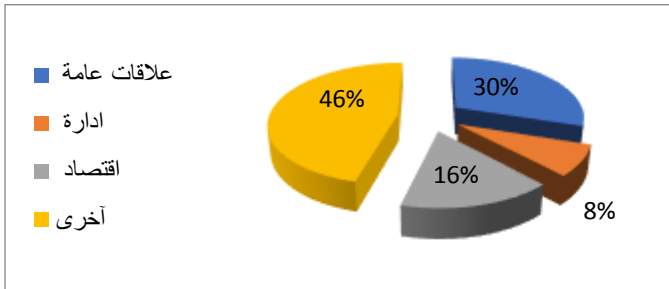
### 4/ الدرجة الوظيفية:



### 5/ التخصص العلمي:

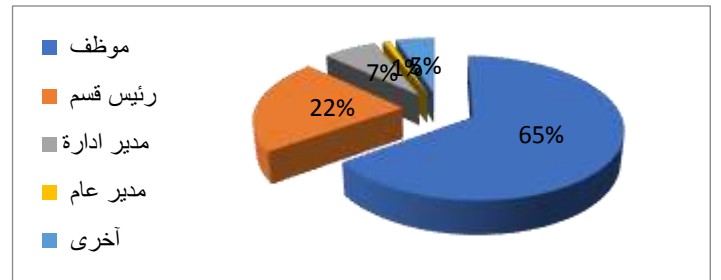
التخصص العلمي	العدد	النسبة
علاقات عامة	30	%30
ادارة	8	%8
اقتصاد	16	%16
أخرى	46	%46
المجموع	100	%100

المصدر: إعداد الباحث من الاستبانة 2017م



يتضح لنا من الجدول اعلاه والرسم البياني المصاحب له أن النسبة الأكبر من أفراد العينة تخصصهم العلمي علاقات عامة وهم يمثلون نسبة 44% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة تخصصهم العلمي ادارة وهم يمثلون نسبة 8%، مما يدل على أن تخصص

الدرجة الوظيفية	العدد	النسبة
موظف	65	%65
رئيس قسم	22	%22
مدير ادارة	7	%7
مدير عام	1	%1
أخرى	5	%5
المجموع	100	%100



يتضح لنا من الجدول اعلاه والرسم البياني المصاحب له أن النسبة الأكبر من أفراد العينة هم من الموظفين وهم يمثلون نسبة 65% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة درجتهم الوظيفية مدير عام وهم يمثلون نسبة 1%، مما يدل على أن معظم الكادر البشري في الوزارة من الموظفين.



العينة غير موافقون على ذلك وهم يمثلون نسبة 8%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عدداً من غير الموافقين، مما يدل على أن الوزارة مواكبة للاتصال التنظيمي.

2/ توفر وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور المعلومات عن نشاطها وخطتها

الاستراتيجية عبر الاتصال التنظيمي:

العبرة	العدد	النسبة
اوافق بشدة	16	16%
اوافق	48	48%
محايد	16	16%
لا اوافق	16	16%
لا اوافق بشدة	4	4%
المجموع	100	100%

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون على أن توفر وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب

العلاقات العامة هو التخصص الشائع في الوزارة.

ثانياً: عرض وتحليل الدراسة الميدانية :

1/ في رأيك إلى أي مدى يواكب الاتصال

التنظيمي وفاعليته في تطوير وزارة الثقافة

والإعلام والاتصالات بغرب دارفور:

العبرة	العدد	النسبة
اوافق بشدة	40	40%
اوافق	24	24%
محايد	16	16%
لا اوافق	8	8%
لا اوافق بشدة	12	12%
المجموع	100	100%

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر

من أفراد العينة موافقون بشدة على أن يواكب

الاتصال التنظيمي وفاعليته في تطوير وزارة

الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور وهم

يمثلون نسبة 40% بينما النسبة الأقل من أفراد



يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون على أن يقوم الاتصال التنظيمي بشرح وتحليل السياسات والأهداف والبرامج الإعلامية في وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور وهم يمثلون نسبة 44% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون بشدة على ذلك وهم يمثلون نسبة 8%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عدداً من غير الموافقين، مما يدل على أن الوزارة تشرح و تحلل السياسات والاهداف عبر الاتصال التنظيمي.

3/ يسهم الاتصال التنظيمي في وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور بإعداد البرامج الاتصالية وتنفيذها:

العبرة	العدد	النسبة
اوافق بشدة	24	24%
اوافق	56	56%
محايد	12	12%

دارفور المعلومات عن نشاطها وخطتها الاستراتيجية عبر الاتصال التنظيمي وهم يمثلون نسبة 48% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون بشدة على ذلك وهم يمثلون نسبة 4% ، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من الغير موافقين، مما يدل على أن الوزارة توفر المعلومات عن نشاطها وخطتها الاستراتيجية. /2 يقوم الاتصال التنظيمي بشرح وتحليل السياسات والأهداف والبرامج الإعلامية في وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور:

العبرة	العدد	النسبة
اوافق بشدة	24	24%
اوافق	44	44%
محايد	12	12%
لا اوافق	12	12%
لا اوافق بشدة	8	8%
المجموع	100	100%



العبرة	العدد	النسبة
اوافق بشدة	4	%4
اوافق	40	%40
محايد	32	%32
لا اوافق	20	%20
لا اوافق بشدة	4	%4
المجموع	100	%100

لا اوافق	4	%4
لا اوافق بشدة	4	%4
المجموع	100	%100

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون على أن يستخدم الاتصال التنظيمي في وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور للجمهور الداخلي وهم يمثلون نسبة 40% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون بشدة على ذلك وهم يمثلون نسبة 4%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من الغير موافقين، مما يدل على أن الجمهور الداخلي في الوزارة يستخدم الاتصال التنظيمي.

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون على أن يسهم الاتصال التنظيمي في وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور بإعداد البرامج الاتصالية وتنفيذها وهم يمثلون نسبة 56% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون بشدة وغير موافقون على ذلك وهم يمثلون نسبة 4%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من الغير موافقين، مما يدل على أن الوزارة تقوم بإعداد البرامج الاتصالية وتنفيذها عبر الاتصال التنظيمي.

4/ يستخدم الاتصال التنظيمي في وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور للجمهور الداخلي:





من عدم إدراك الجمهور للتقنيات الحديثة والتفاعل معها على ذلك وهم يمثلون نسبة 8%، مما يدل على أن قلة المخصصات المالية في الوزارة هي العقبة الأكبر مما يدل على ذلك زيادة المخصصات المالية.

6/ تقوم وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور بإعداد برامج لتدريب وتأهيل العاملين على التقنيات الحديثة باستمرار لرفع كفاءتهم:

العبرة	العدد	النسبة
اوافق بشدة	8	8%
اوافق	68	68%
محايد	8	8%
لا اوافق	12	12%
لا اوافق بشدة	4	4%
المجموع	100	100%

5/ العقبات والمشاكل التي تواجه في وزارة الثقافة والإعلام من الآتي:

العبرة	العدد	النسبة
قلة المخصصات المالية	44	44%
قلة التدريب والتأهيل على الوسائل الحديثة	16	16%
عدم إدراك الجمهور للتقنيات الحديثة والتفاعل معها	8	8%
كل ما ذكر	32	32%
المجموع	100	100%

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يرون أن العقبات والمشاكل التي تواجه في وزارة الثقافة والإعلام من قلة المخصصات المالية وهم يمثلون نسبة 44% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة يرون أن العقبات والمشاكل التي تواجه في وزارة الثقافة والإعلام





لا بشدة	4	4%
المجموع	100	100%

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون على أن تقوم وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور بإعداد برامج لتدريب وتأهيل العاملين على التقنيات الحديثة بإستمرار لرفع كفاءتهم وهم يمثلون نسبة 68% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون بشدة على ذلك وهم يمثلون نسبة 4%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من الغير موافقين، مما يدل على أن تدريب الوزارة للعاملين وتأهيلهم مستمر بخط مسبق.

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون بشدة على أن الندوات من أهم الأنشطة والبرامج التي يقدمها الاتصال التنظيمي في تطوير وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور وهم يمثلون نسبة 54% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون بشدة على ذلك وهم يمثلون نسبة 4%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من غير الموافقين، مما يدل إقامة الوزارة للندوات المختلفة.

#### ب/ المؤتمرات:

العبرة	العدد	النسبة
اوافق بشدة	8	8%
اوافق	52	52%

7/ ماهي الأنشطة والبرامج التي يقدمها الاتصال التنظيمي في تطوير وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور:

#### ا/ الندوات:

العبرة	العدد	النسبة
اوافق بشدة	54	54%
اوافق	17	16%
محايد	8	8%
لا اوافق	17	17%





محايد	18	18%
لا اوافق	24	24%
لا اوافق بشدة	6	6%
المجموع	100	100%

محايد	9	9%
لا اوافق	4	4%
لا اوافق بشدة	27	27%
المجموع	100	100%

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون بشدة على أن المنتديات من أهم الأنشطة والبرامج التي يقدمها الاتصال التنظيمي في تطوير وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور وهم يمثلون نسبة 36% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون بشدة على ذلك وهم يمثلون نسبة 6%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من غير الموافقين، مما يدل إقامة الوزارة للمنتديات المتنوعة بصورة راتبة.

#### د/ الإحتفالات:

العبرة	العدد	النسبة
--------	-------	--------

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون على أن المؤتمرات من أهم الأنشطة والبرامج التي يقدمها الاتصال التنظيمي في تطوير وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور وهم يمثلون نسبة 52% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون على ذلك وهم يمثلون نسبة 4%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من غير الموافقين، مما يدل على إقامة الوزارة للمؤتمرات المختلفة.

#### ج/ المنتديات:

العبرة	العدد	النسبة
اوافق بشدة	36	36%
اوافق	16	16%





### هـ/ المعارض والورش:

النسبة	العدد	العبرة
%38	38	اوافق بشدة
%20	20	اوافق
%26	26	محايد
%10	10	لا اوافق
%6	6	لا اوافق بشدة
%100	100	المجموع

27	%27	اوافق بشدة
34	%34	اوافق
22	%22	محايد
13	%13	لا اوافق
4	%4	لا اوافق بشدة
100	%100	المجموع

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون بشدة على أن المعارض والورش من أهم الأنشطة والبرامج التي يقدمها الاتصال التنظيمي في تطوير وزارة الثقافة والإعلام بدارفور وهم يمثلون نسبة 38% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون بشدة على ذلك وهم يمثلون نسبة 6%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من غير الموافقين،

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون على أن الاحتفالات من أهم الأنشطة والبرامج التي يقدمها الاتصال التنظيمي في تطوير وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بدارفور وهم يمثلون نسبة 34% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون بشدة على ذلك وهم يمثلون نسبة 4%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من غير الموافقين، مما يدل على إقامة الوزارة للاحتفالات المختلفة دورياً.



غير الموافقين، مما يدل على إقامة الوزارة  
للحملات الإعلامية.

ز/ صناديق خيرية لمساعدة ذوي الإحتياجات  
الخاصة:

العبرة	العدد	النسبة
اوافق بشدة	12	%12
اوافق	18	%18
محايد	14	%14
لا اوافق	24	%26
لا اوافق بشدة	30	%30
المجموع	100	%100

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر  
من أفراد العينة غير موافقون بشدة على أن  
الصناديق الخيرية لمساعدة ذوي الإحتياجات  
الخاصة من أهم الأنشطة والبرامج التي  
يقدمها الاتصال التنظيمي في تطوير وزارة  
الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور وهم

مما يدل على إقامة الوزارة للمعارض والورش .  
و/ تنفيذ حملات اعلامية:

العبرة	العدد	النسبة
اوافق بشدة	16	%16
اوافق	40	%40
محايد	25	%25
لا اوافق	12	%12
لا اوافق بشدة	7	%7
المجموع	100	%100

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر  
من أفراد العينة موافقون على أن تنفيذ الحملات  
الإعلامية من أهم الأنشطة والبرامج التي  
يقدمها الاتصال التنظيمي في تطوير وزارة  
الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور وهم  
يمثلون نسبة 40% بينما النسبة الأقل من أفراد  
العينة غير موافقون بشدة على ذلك وهم يمثلون  
نسبة 7%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من



الاتصال التنظيمي في تطوير وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور وهم يمثلون نسبة 41% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون على ذلك وهم يمثلون نسبة 12%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من غير الموافقين، مما يدل على إقامة الوزارة لمشاريع الخريجين.

يمثلون نسبة 34% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة موافقون بشدة على ذلك ومحايدون وهم يمثلون نسبة 12%، وبالتالي فإن غير الموافقين أكثر عددا من الموافقين، مما يدل على عدم إقامة الوزارة لصناديق خيرية لمساعدة ذوي الاحتياجات الخاصة .

### ح/ مشاريع الخريجين:

### ط/ مسابقات الخريجين:

النسبة	العدد	العبرة
24%	24	اوافق بشدة
32%	32	اوافق
8%	8	محايد
28%	28	لا اوافق
8%	8	لا اوافق بشدة
100%	100	المجموع

النسبة	العدد	العبرة
12%	12	اوافق بشدة
41%	41	اوافق
18%	18	محايد
12%	12	لا اوافق
17%	17	لا اوافق بشدة
100%	100	المجموع

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون على أن مشاريع الخريجين من أهم الأنشطة والبرامج التي يقدمها

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون على أن تكريم الشخصيات البارزة في المجتمع من أهم الأنشطة والبرامج التي يقدمها الاتصال التنظيمي في تطوير وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور وهم يمثلون نسبة 36% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون بشدة على ذلك وهم يمثلون نسبة 8%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من غير الموافقين، مما يدل على إقامة لبرامج تكريم الشخصيات البارزة في المجتمع.

#### ك/ لقاءات راديو وتلفزيون:

العبارة	العدد	النسبة
اوافق بشدة	12	%12
اوافق	40	%40
محايد	22	%22
لا اوافق	15	%15

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون على أن مسابقات الخريجين من أهم الأنشطة والبرامج التي يقدمها الاتصال التنظيمي في تطوير وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور وهم يمثلون نسبة 32% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون بشدة ومحايدون على ذلك وهم يمثلون نسبة 8%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من غير الموافقين، مما يدل على إقامة الوزارة لمسابقات الخريجين.

#### ي/ تكريم الشخصيات البارزة في المجتمع:

العبارة	العدد	النسبة
اوافق بشدة	16	%16
اوافق	36	%36
محايد	16	%16
لا اوافق	24	%20
لا اوافق بشدة	8	%8
المجموع	100	%100



لا اوافق	16	16%
لا اوافق بشدة	8	8%
المجموع	100	100%

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون على أن المطبوعات من أهم الأنشطة والبرامج التي يقدمها الاتصال التنظيمي في تطوير وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور وهم يمثلون نسبة 40% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون بشدة على ذلك وهم يمثلون نسبة 8%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من غير الموافقين، مما يدل على أن قيام الوزارة بإعداد المطبوعات واهتمامها بها.

8/ ما تقيّمك لنشاط الاتصال التنظيمي في وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور.

العبرة	العدد	النسبة
--------	-------	--------

لا اوافق بشدة	11	11%
المجموع	100	100%

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة موافقون على أن لقاءات الراديو والتلفزيون من أهم الأنشطة والبرامج التي يقدمها الاتصال التنظيمي في تطوير وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور وهم يمثلون نسبة 40% بينما النسبة الأقل من أفراد العينة غير موافقون بشدة على ذلك وهم يمثلون نسبة 11%، وبالتالي فإن الموافقين أكثر عددا من غير الموافقين، مما يدل على مشاركة الوزارة في لقاءات الراديو والتلفزيون.

ل/ المطبوعات:

العبرة	العدد	النسبة
اوافق بشدة	12	12%
اوافق	40	40%
محايد	24	24%





6	6%	تفعيل الأنشطة والبرامج ذات الصلة بالمجتمع ليتفاعل معها.
10	10%	إصدار نشرات شهرية دورية لمعرفة أهداف الاتصال التنظيمي بالوزارة.
6	6%	الالتزام بإستمرارية النشاط بدون توقف
60	60%	ليس لدي مقترحات
100	100%	المجموع

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن معظم أفراد

العينة ليس لديهم أي مقترحات، وكان المقترح الأعلى نسبة هو إصدار نشرات شهرية دورية لمعرفة أهداف الاتصال التنظيمي بالوزارة، مما يدل علي اهتمام فئة من أفراد العينة بنواحي المقترحات المستقبلية.

0	0%	ممتازة
78	78%	جيدة ومتوسطة
22	22%	غير جيدة
100	100%	المجموع

يتضح لنا من الجدول اعلاه أن معظم أفراد العينة يشيرون إلى أن نشاط الاتصال التنظيمي في وزارة الثقافة والإعلام جيد ومتوسط بنسبة 78% ، مما يدل على أن نشاط الاتصال التنظيمي في الوزارة جيد ومتوسط. وبنسبة 22% غير جيدة /8 ما مقترحاتك لتفعيل نشاط الاتصال التنظيمي بوزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور.

العبارة	العدد	النسبة
أهمية وجود تدريب مستمر على مستوى الوزارات.	5	5%
يجب توفير ميزانيات للعاملين بالادارة.	3	3%
يجب تفعيل عمل إدارة العلاقات العامة.	8	8%



## النتائج :

4/ برهنت الدراسة أن الاتصال التنظيمي في وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور يقوم بدور كبير في إعداد البرامج الاتصالية وتنفيذها.

5/ أكدت الدراسة أن المخصصات العالية من أهم العقبات والمشاكل التي تواجه في وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور.

6/ أثبتت الدراسة بأن وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور تقوم بإعداد برامج لتدريب وتأهيل العاملين على التقنيات الحديثة باستمرار لرفع كفاءتهم.

7/ أكدت الدراسة أن الاتصال التنظيمي في تطوير وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور ، يقوم بعدد من الأنشطة والبرامج التي يقدمها للجمهور الداخلي والخارجي توضح دور الوزارة.

## التوصيات:

توصلت هذه الدراسة الي العديد من النتائج التي أتضحت من خلال تحليل وتفصيل البيانات التي تم الحصول عليها من أفراد الدراسة ، وملاحظات الباحثان أثناء تواجدهم بالوزارة محل الدراسة و أهم هذه النتائج التي توصلت اليها :

1/ أكدت الدراسة مواكبة الاتصال التنظيمي وفاعليته في تطوير وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور.

2/ أثبتت الدراسة أن وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور تقوم بتوفير المعلومات عن نشاطها وخطتها الاستراتيجية عبر الاتصال التنظيمي.

3/ أظهرت الدراسة مهام الاتصال التنظيمي في شرح وتحليل السياسات والأهداف والبرامج الإعلامية في وزارة الثقافة والإعلام والاتصالات بغرب دارفور.



6. نوصي الوزارة بالاهتمام بجانب  
المسؤولية الاجتماعية وذلك بالاهتمام  
بمساعدة شريحة ذوي الاحتياجات  
الخاصة والمحتاجين ككل.  
7. نوصي الوزارة بصفة خاصة والمؤسسات  
الحكومية بصفة عامة بإعطاء مزيد من  
الاهتمام والرعاية لعملية الاتصال  
التنظيمي وذلك حتى تمارس دورها  
الحقيقي والفعال المنوط بها.

من واقع النتائج المستخلصة إضافة الي  
عرض الدراسة الميدانية للبحث ، خرجت الدراسة  
بالتوصيات التالية :

1. يجب على الوزارة العمل على وجود تدريب  
مستمر ، وذلك لرفع كفاءة العاملين لديها.
2. يوصى بالاهتمام بإقامة ورش العمل  
والمشاركة في المؤتمرات الإقليمية  
والعالمية ، وذلك لمواكبة الأحداث  
والمعلومات الجارية.
3. يجب على الحكومة والجهات ذات الصلة  
العمل على إصدار التشريعات والقوانين  
الخاصة بالاتصال التنظيمي وتطويره  
وتطبيقه على أرض الواقع.
4. علي الوزارة باستخدام التكنولوجيا الحديثة  
مثل الانترنت والشبكات وذلك لتوفير الوقت  
والجهد.
5. يجب على الوزارة العمل على الاهتمام  
بالجانب الإعلامي عن طريق اصدار  
المنشورات والدورات المختلفة.



### قائمة المراجع :

3/ سامي محمد الرفيق محمد الفضل

(2011م)، فاعلية الاتصال التنظيمي وشركات الاتصالات السودانية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية الاتصال .

4/محمد حسين:(1995م)،مناهج بحوث الاعلام،الطبعة الثانية-القاهرة: دار الكتب.

5/صلاح الدين عوض الله:(1985م)،مدخلي ومشكلات،قياس الفاعلية التنظيمية، مجلة الادارة العامة الرياض، معهد الادارة العامة.

6/ مجموعة الطنوبي (1998م)،معجم المصطلحات الارشادية الزراعيه كلية الزراعة ، جامعة الاسكندرية ، ط1 بيروت، دار النهضة العربية.

1/ الطاهر خرف الله ونخبة من الأساتذة،الوسط في الدراسات الجامعية ط1 (الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع ، 2006م).

2/ أميمة الدهان ، نظريات منظمات الأعمال ، ط1 (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، 2000م).

3/ بشير العلق ، تنظيم وإدارة العلاقات العامة ، ط1 (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، 2010م).

4/ ثابت عبد الرحمن إدريس،إدارة الأعمال - نظريات ونماذج تطبيقية (2005م).

/ بكري الطيب موسي:(2004 م)،اساليب البحث العلمي، ط3 السودان الخرطوم، مطبعة جي تاون.

2/ سعود محمد النمر واخرون:(1986م )، الادارة العامه الاسس والوظائف، ط6 الريا ، مطبعة الفرزدق.