

# مقياس الاتصال

د. أمرايط

*« On ne peut pas ne pas communiquer... »*

***Mais.....***

Paul WATZLAWICK (Ecole de Palo Alto/ Californie)

Entre ce que je pense (100%),  
Ce que je veux dire (90%),  
Ce que je crois dire (80%),  
Ce que je dis (70%),

Ce que vous voulez entendre (60%),

Ce que vous entendez (50%),

Ce que vous croyez comprendre  
(40%),

Ce que vous voulez comprendre  
(30%),

Ce que vous comprenez...(20%)

... Il y a au moins **neuf**  
possibilités de ne pas  
s'entendre!

# مقياس: الاتصال

- الفصل الاول : مدخل الى الاتصال
- الفصل الثاني: الاتصال التسويقي
- الفصل الثالث: مزيج الاتصال التسويقي
- الفصل الرابع: الاتصالات الرقمية

# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

## 1. ماهية الإتصال

- لغويا
- أصل كلمة اتصال في اللغة العربية هو "الوصل" ويقصد به الربط بين طرفين (شخصين أو أي كائنين) من جهة ومن جهة أخرى فهو يعني الوصول إلى غاية معينة أي بلوغ هدف معين من تلك الصلة.
- أما في اللغة الانجليزية فان كلمة اتصال communication فهي مشتقة من " communis " وهي كلمة لاتينية ويقصد بها في الانجليزية " commun " أي مشترك أو اشتراك.
- وكلمة communication في اللغة الفرنسية فهي مشتقة من الكلمة اللاتينية " communicare والتي يقصد بها " " mettre en commun أي التبادل والتقاسم.

# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

## 1. ماهية الإتصال

### اصطلاحا

- حسب قاموس اكسفورد فان الاتصال عبارة عن نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات (بالكلام أو الكتابة أو
- الإشارات) . بمعنى آخر: " انتقال الرموز ذات المعنى وتبادلها بين الأفراد " 1 وهو أيضا : " العملية التي يتم بموجبها نقل وتبادل المعلومات التي يكون لها معنى بين شخصين على الأقل "
- في حين يعرفه Newman and Summer (1977) بأنه: "تبادل الحقائق و الأفكار و الآراء و العواطف بين شخصين فأكثر "

# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

## 1. ماهية الإتصال

### اصطلاحا

- مجموعة من العلماء خاصة في مجال النفس والإدارة ركزوا على قدرة الاتصال في التأثير على الآخر، فنجد في هذا المساق:
- التعريف التالي: "السلوك اللفظي أو المكتوب الذي يستخدمه أحد الأطراف للتأثير على الطرف الآخر".
- وكذا تعريف " : Serelson & Bteiner 1964, على انه عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة و التجارب، إما شفويا أو باستعمال الرموز و الصور و الإحصائيات بقصد الإقناع و التأثير على السلوك "

# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

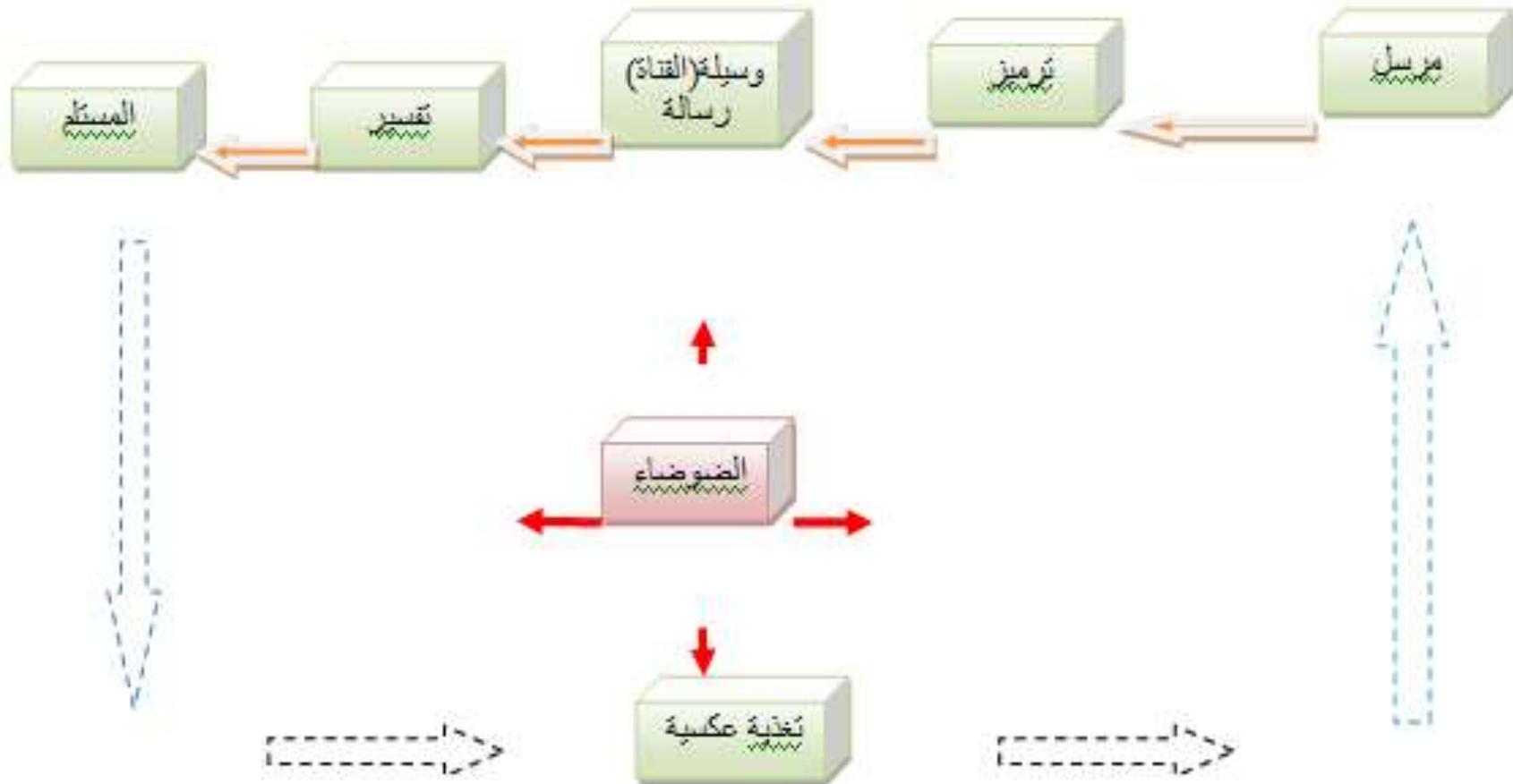
## 1. ماهية الإتصال

### اصطلاحا

- في حين بعض العلماء ركزوا على العمليات العقلية و المعرفية و الذهنية الموجودة في عملية الاتصال، ومن ضمن هذه العمليات التقدير و الحكم و التفسير و الربط و التذكر و عليه فإن الاتصال هو " استخدام الكلمات و الحركات و غيرها من الرموز لتبادل المعلومات "
- من خلال التعريفات السابقة يمكن تعريف الاتصال على أنه :
- عبارة عن عملية اجتماعية و التي يتم من خلالها نقل، تبادل و نشر المعلومات و الأفكار على شكل حقائق، آراء أو مشاعر بين مرسل (شخص، مجموعة ، الخ) و المرسل إليه (شخص، مجموعة ، الخ). باستخدام رموز (حركات إيمايات لغة رسومات الخ ) عبر وسائط تقنية أو فيزيولوجية بقصد إعلام الطرف الآخر أو التأثير في اتجاهاته أو سلوكياته و بالتالي خلق تفاهم و تفاعل بينهما.

# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

## 2 عناصر عملية الاتصال

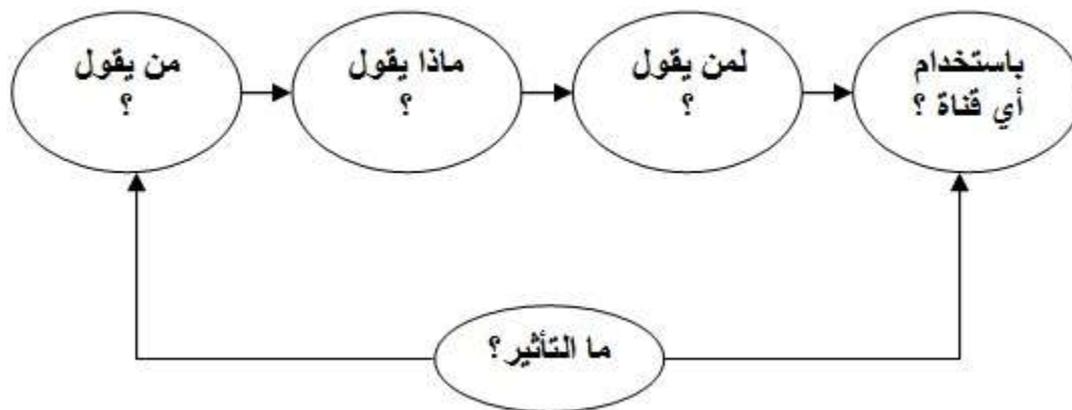


# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

3 نماذج الاتصال

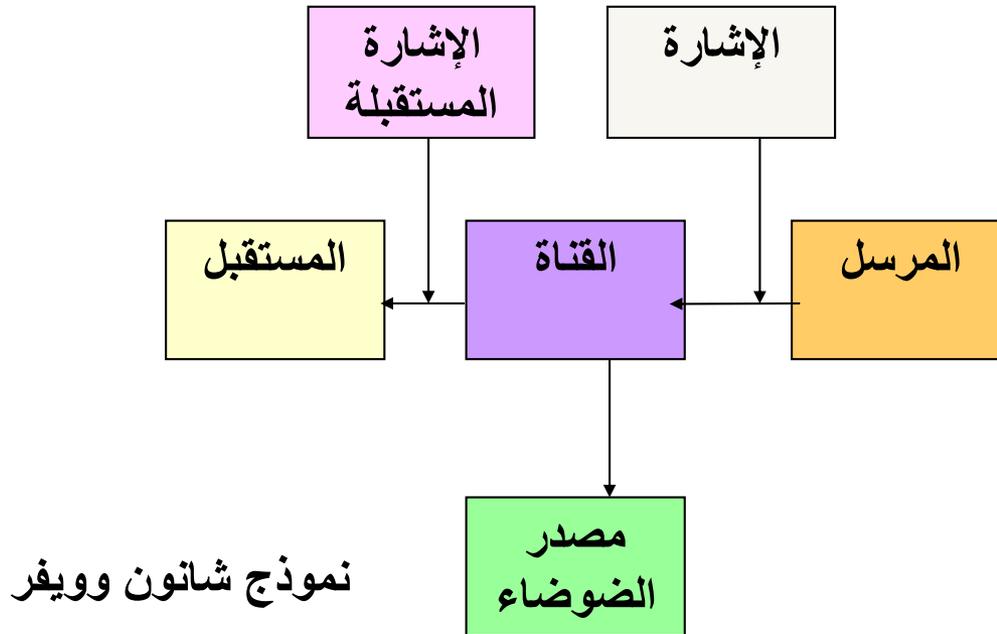
# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

## نموذج لاسويل للاتصال



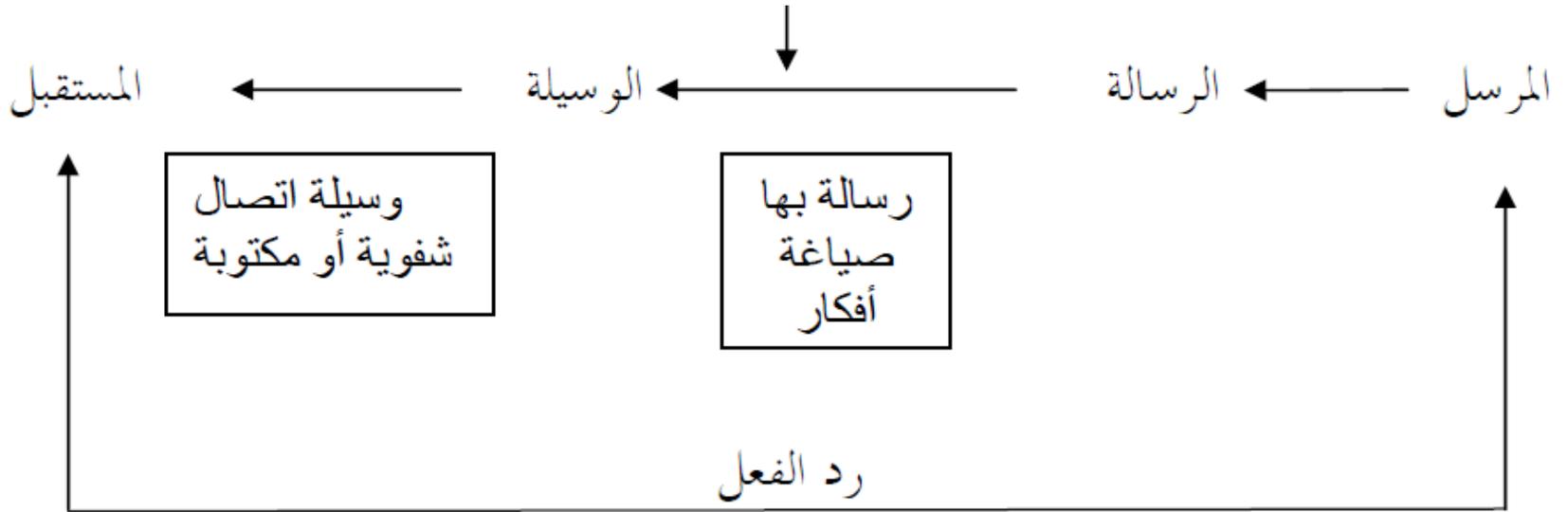
# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

## نموذج "شانون وويفر :"Shannon and Wavar " “



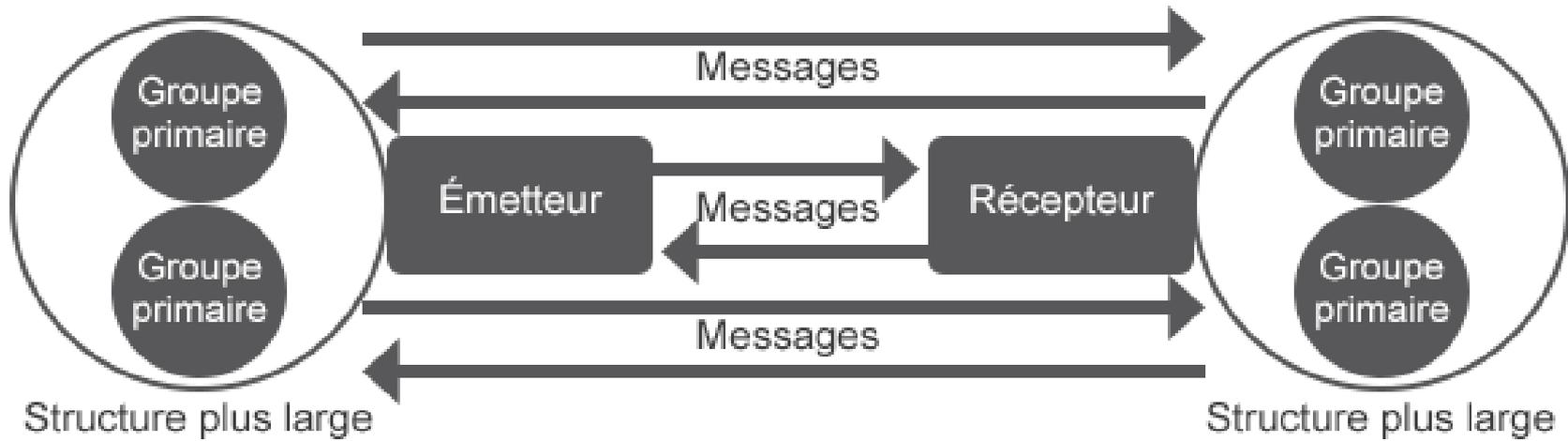
# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

## نموذج فينر WIENNER



# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

## نموذج ريلي وريلي



# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

- مفهوم الاتصال التنظيمي
- عرفه كاتز بأنه "تدفق المعلومات وتبادل هذه المعلومات و ترحيلا للمعنى ضمن نطاق التنظيم "
- - أما ويليام سكوت فعرفها على انها" عملية نقل الأوامر والتوجيهات والمعلومات والتقارير والأفكار والآراء والمقترحات من مستوى إداري إلى آخر و من مسؤول داخل المنشأة إلى آخر، وتأخذ الاتصالات عدّة اتجاهات". فنجد اتصال صاعد اتصال نازل و اتصال أفقي.
- - أما إبراهيم أبو عرقوب فيرى أن الاتصال التنظيمي " عبارة عن الاتصال الإنساني المنطوق و المكتوب الذي يتم داخل المؤسسة على المستوى الفردي و الجماعي و يساهم في تطوير أساليب العمل و تقوية العلاقات الاجتماعية بين الموظفين و هو يتضمن الاتصال الرسمي و غير الرسمي ".
- و بالنسبة لمحمد فهمي العطوزي الاتصال التنظيمي هو " عملية يتم عن طريقها إيصال معلومات من أي نوع ومن أي عضو في الهيكل التنظيمي للمنشأة إلى عضو آخر قصد إحداث التغيير فهو أداة أولية من أدوات التأثير على الأفراد ووسيلة فعالة لإحداث التغيير في سلوكياتهم "

# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

## • مفهوم الاتصال التنظيمي

• بينما اتجه باحثون آخرون إلى تعاريف أكثر شمولية آخذة بعين الاعتبار الأطراف الأخرى الفاعلة في بيئة المنظمة فنجد منها:

• - تعريف Dance و Zelko "نظام متداخل يشمل الاتصال الداخلي و الخارجي و يهتم بالمهارات الاتصالية

• بمنظمة الأعمال " .

• - كما عرفه Aimery De Nabonne بأنه "دراسة و تطبيق مجموعة من الثوابت و الوسائل التي من خلالها يمكن لبناء تنظيمي أن ينظم عملية اتصال مع البيئة و محيطه

• أما Creenbaum فيعت بره " حقلًا يتضمن تدفق الاتصال الرسمي و غير الرسمي داخل منظمة الاعمال، و يميز بين الاتصال الداخلي و الخارجي حيث أن الدور الأساسي للاتصال هو دور تنسيقي ينسق بين الأهداف الشخصية و أهداف منظمة الأعمال من جهة ، و بين الأنشطة التي قد تولد مشكلات من جهة أخرى. "

# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

## • مفهوم الاتصال التنظيمي

- و بالنسبة ل Thayer توجد ثلاثة أنظمة اتصالية في منظمة الأعمال:
  - ✓ نظام الاتصال التشغيلي: يشمل البيانات ذات العلاقة بالمهام التي تقوم به المنظمة.
  - ✓ نظام إيصال الأوامر : التعليمات
  - ✓ نظام التطوير : العلاقات العامة ، الإعلان، التدريب ..
- مهما اختلفت التعاريف فيتنفق أغلب الباحثين على أهمية الاتصال داخل المنظمة في تحسين أداء المؤسسة إدارياً وتنظيمياً.
- كما اتفقوا على أنه يتضمن خطط وبرامج واستراتيجيات لتسهيل توظيف البيانات والمعلومات داخلياً وخارجياً .

# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

- أهمية الاتصال في المنظمة
  - يساعد المنظمة على التواصل مع زبائنها ،التأثير فيهم و التغيير من سلوكياتهم.
  - تحسين صورة المنظمة.
  - يساعد المنظمة على تحقيق أهدافها.
  - التأثير في العمال و قيادتهم و تحفيزهم.
  - يساعد على اتخاذ القرارات السليمة .
  - يضمن التنسيق بين مختلف مصالح و فروع المنظمات .
  - يساعد المنظمة على التواصل و الترابط مع كل الأطراف الفاعلة في المحيط الخارجي (الموردون، الموزعون، ...).
- يمكن ان نستخلص أن عملية الاتصال تمثل جوهر نشاط المنظمة و الروح التي تحركه ا فهي الأساس الذي يحكم نجاحها وازدهارها أو فشلها وانهارها.

# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

- أنواع الاتصال في المنظمة
- الاتصال الشخصي و الاتصال الجماهيري
- عكس الاتصال الجماهيري الاتصال الشخصي هو عبارة عن تبادل المعلومات بين شخصين أو بين أفراد المجموعات الصغيرة مستخدمين كلمات, إشارات او حركات
- ينقسم الاتصال الشخصي الى نوعين :
- اتصال لفظي و اتصال غير لفظي

# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

- أنواع الاتصال في المنظمة
- اتصال داخلي و اتصال خارجي
- الاتصال الداخلي يتم داخل المؤسسة بينما الاتصال الخارجي فيتم بين المؤسسة وجمهورها الخارجي.

# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

- اتصال داخلي
- الاتصال الداخلي هو "الأداة الأساسية لتحقيق الكثير من الأهداف داخل التنظيم كالمصلحة والتحفيز وتكوين الدافعية لدى العاملين ومختلف عمليات الإقناع، وكل عمليات التفاعل التي تتم من داخل المؤسسة من خلاله يتم نقل وتبادل كل الرموز الثقافية وتلك المتعلقة بالتسيير إلى الأطراف المعنية وفيما بين أقسامها " .
- بمعنى أن هذا الاتصال الذي يتم داخل المؤسسة بين مختلف مستوياتها و هو موجه نحو موظفي المؤسسة ، و هو عموما
- يهدف إلى التعريف بأهداف المؤسسة الإعلام ، التحفيز و المحافظة على مناخ اجتماعي جيد داخل المؤسسة .

# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

- و يوجد نوعين من الاتصالات داخل المنظمة :
- اتصالات رسمية : التي تتم حسب القنوات الرسمية . فتعتبر اتصالات هابطة إذا انتقلت المعلومات من المستوى الإداري الأعلى إلى المستوى الأسفل . أما إذا انتقلت في عكس هذا الاتجاه فتسمى اتصالات صاعدة . بينما الاتصالات التي تسري بين الموظفين الذين ينتمون الى نفس المستوى فتسمى الاتصالات الأفقية .
- اتصالات غير رسمية : تتم خارج المسارات الرسمية المحدودة للاتصال، تهدف إلى إشباع حاجات الأفراد الاجتماعية و النفسية

# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

- أساليب الاتصال الداخلي
- المكتوبة (التقرير -المذكرة - جريدة المؤسسة - لوحة الإعلانات -الخ. )
- الشفوية الاجتماعات - المحاضرات-الخ
- السمعية البصرية الانترانيت- الصحيفة الالكترونية -
- الفيديو الفيلم المؤسستي- الخ .

# الفصل الأول : مدخل إلى الاتصال

- الاتصال الخارجي
- الاتصال الخارجي هو نقل و تبادل المعلومات بين المؤسسة و جمهورها الخارجي يمكن تصنيفه الى عدة أنواع اعتمادا على الجمهور المستهدف
- اتصال مالي
- الاتصال التسويقي
- الاتصال الاجتماعي



# L'ORÉAL

Revenu net par action  
en hausse de 8,7%

Marge opérationnelle  
en hausse de 12,1%

Performance  
diversifiée en hausse de 14,7%

Importance de la part  
de capital de 10%

## 2006 : forte progression des résultats



Photo: M. G. / Getty Images

Le groupe L'Oréal a réalisé une performance exceptionnelle en 2006, avec une croissance de son chiffre d'affaires de 10,1% et une augmentation de sa marge opérationnelle de 12,1%. Cette performance est le résultat de la mise en œuvre de la stratégie de croissance organique et de la diversification du portefeuille d'activités.



Photo: M. G. / Getty Images

Le groupe L'Oréal a réalisé une performance exceptionnelle en 2006, avec une croissance de son chiffre d'affaires de 10,1% et une augmentation de sa marge opérationnelle de 12,1%. Cette performance est le résultat de la mise en œuvre de la stratégie de croissance organique et de la diversification du portefeuille d'activités.



Photo: M. G. / Getty Images

Le groupe L'Oréal a réalisé une performance exceptionnelle en 2006, avec une croissance de son chiffre d'affaires de 10,1% et une augmentation de sa marge opérationnelle de 12,1%. Cette performance est le résultat de la mise en œuvre de la stratégie de croissance organique et de la diversification du portefeuille d'activités.

### Principaux indicateurs financiers

Indicateur	2006	2005	2004
Chiffre d'affaires	10,1%	9,9%	10,1%
Marge opérationnelle	12,1%	10,8%	10,1%
Revenu net par action	8,7%	7,1%	6,1%
Importance de la part de capital	10%	9%	8%

Les données financières sont exprimées en millions d'euros. Les données relatives à l'année 2006 sont provisoires. Les données relatives à l'année 2005 sont définitives. Les données relatives à l'année 2004 sont définitives.

### Confiance pour l'année 2007

Le groupe L'Oréal a exprimé sa confiance pour l'année 2007, malgré les incertitudes liées à la conjoncture économique mondiale. Le groupe prévoit une croissance de son chiffre d'affaires de 8 à 10% et une augmentation de sa marge opérationnelle de 10 à 12%. Cette confiance est basée sur la mise en œuvre de la stratégie de croissance organique et de la diversification du portefeuille d'activités.

Le groupe L'Oréal a exprimé sa confiance pour l'année 2007, malgré les incertitudes liées à la conjoncture économique mondiale. Le groupe prévoit une croissance de son chiffre d'affaires de 8 à 10% et une augmentation de sa marge opérationnelle de 10 à 12%. Cette confiance est basée sur la mise en œuvre de la stratégie de croissance organique et de la diversification du portefeuille d'activités.

ACTIVITÉS	ADRESSES	REVENUS EN 2006	COMPAGNIE LISTÉE
PARIS	1, rue de la Harpe 75001 PARIS	1,46 Mds	NYSE: LOR
FRANCE	1, rue de la Harpe 75001 PARIS	1,46 Mds	NYSE: LOR
EUROPE	1, rue de la Harpe 75001 PARIS	1,46 Mds	NYSE: LOR
AMÉRIQUE	1, rue de la Harpe 75001 PARIS	1,46 Mds	NYSE: LOR
ASIE	1, rue de la Harpe 75001 PARIS	1,46 Mds	NYSE: LOR

# Citroën invente le Visiospace



CITROËN C4 *Picasso*  
7 PLACES



سفينينة  
**Safina**

... ماكلتها  
شحال بنينة

Safina  
www.safina.com



# المراجع

- تجدون المراجع في المطبوعة