وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى–جيجل–

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

مذكـرة بعنـــوان:

دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر

- دراسة ميدانية بالوكالات التجارية لولاية جيجل –

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبتين :

– منية بوتيوتة

– حنان بن بلي

إشراف الأستاذة:

– سامية قرابلي

الاسم واللقب	الجـــامعة الأصلية	الصفـــة
مسعود بوسعدية	جامـــعة جيجل	رئيـــسًا
سامية قرابلي	جامـــعة جيجل	مشرفـــاً ومقرراً
حورية بوالعويدات	جامـــعة جيجل	عضـــوا مناقشاً

السنة الجامعية:

2017/2016 م – 1438/1437هـ

بسم الله الرحمن الرحيم

دعـــــــــــــــــــــــاء

ربنا لا تؤاخذنا إن نسينا أو أخطئنا، ربنا لا تحمل علينا إصرا كما حملته على الذين من قبلنا،

ربنا ولا تحملنا مالا طاقة لنا به.

اللهم إننا نسألك فهم النبيين وحفظ المرسلين، والملائكة المقربين يا رب إذا أعطيتنا نجاحا لا تأخذ تواضعنا، وإذا أعطيتنا تواضعا لا تأخذ اعتزازنا بكرامتنا.يارب لا تدعنا نصاب بالغرور إذا نجحنا،

ولا نصاب باليأس إذا فشلنابل ذكّرنا دائما بأن الفشل هو التجربة التي تسبق النجاح.

اللهم علمنا ما جهلنا وذكرنا ما نسينا، وأكرمنا بنور الفهم وافتح علينا بمعرفة العلم

اللهم إننا نستودعك ما قرأنا وما حفظنا وما تعلمنا فرده إلينا عند حاجتنا إليه إنك على كل شيء قدير.

آميـــــــــن.

ربنا لا تؤاخذنا إن نسينا أو أخطئنا، ربنا لا تحمل علينا إصرا كما حملته على الذين من قبلنا،

ربنا ولا تحملنا مالا طاقة لنا به.

اللهم إننا نسألك فهم النبيين وحفظ المرسلين، والملائكة المقربين يا رب إذا أعطيتنا نجاحا لا تأخذ تواضعنا، وإذا أعطيتنا تواضعا لا تأخذ اعتزازنا بكرامتنا .

يارب لا تدعنا نصاب بالغرور إذا نجحنا،

ولا نصاب باليأس إذا فشلنا بل ذكّرنا دائما بأن الفشل هو التجربة التي تسبق النجاح.

اللهم علمنا ما جهلنا وذكرنا ما نسينا، وأكرمنا بنور الفهم وافتح علينا بمعرفة العلم

اللهم إننا نستودعك ما قرأنا وما حفظنا وما تعلمنا فرده إلينا عند حاجتنا إليه إنك على كل شيء قدير.

آميـــن.

شـــــكر وعـــــرفـــان

بسم الله الرحمان الرحيم والحمد لله المنان الكريم. الذي خلق الإنسان وعلمه البيان

وأنطق لسانه بآية الذكر والقرآن ونصلي ونسلم على مبعوث العناية الإلاهية والهداية الربانية.

النبي محمد صلى الله عليه وسلم.

الحمد والشكر كله لله الذي ساعدنا وأنار طريقنا وألهمنا الصبر على المشاق التي واجهتنا في

إنجاز وإتمام هذه المذكرة.

ونسأل مزيدا من النجاح والتوفيق في نجاحات مقبلة بإذن تعالى كما نتقدم بخاص الشكر

والعرفان والامتنان للأستاذة المشرفة " قرابلي سامية" ومصداقا لقول رسول الل صلى الله عليه

وسلم" من استعانكم فأعينوه ومن سألكم بالله فأعطوه ومن دعالكم فأجيبوه"، ومن صنع لكم

معروفا فكافئوهفإن تجدو ما تكافئوه فادعوا له حتى تروا أنكم كافأتموه"

التي تفضلت بالإشراف على هذه المذكرة ولم تبخل علينا بتوجيهاتها وآرائها القيمة، بالإضافة

إلى توجيه الشكر إلى لجنة المناقشة التي ستقيم هذا العمل، والشكر موصول إلى كل معلّم

أفادنا بعلمه من أول المراحل الدراسية حتى هذه اللحظة.

ونجدد الشكر إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد حتى ولو بدعاء.

فهرس المحتويات

دعاء

شكر وعرفان

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الأشكالمقدمة..... أ

الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية

1-1: موضوع الدراسة:

1-1-1 – الإشكالية و التساؤلات 06

1-1-2- فرضيات الدراسة..... 08

1-1-3- أسباب اختيار الموضوع..... 08

1-1-4 – أهمية الدراسة..... 10

1-1-5- أهداف الدراسة..... 10

1-1-6- تحديد مفاهيم الدراسة..... 11

1-1-7- الدراسات السابقة..... 20

1-2 الإجراءات المنهجية للدراسة :

1-2-1- منهج الدراسة و أدواته:

1-2-1-1- المنهج..... 35

1-2-1-2- الأدوات 37

1-2-2 :مجتمع الدراسة وعينته:..... 42

1-3المدخل النظرية: (الخلفية النظرية للدراسة)

1-3-1- الخلفية المعرفية لنظرية الاستخدامات والإشباعات..... 46

1-3-2- مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات..... 47

1-3-3- أصول ونشأة نظرية الاستخدامات والإشباعات..... 48

1-3-4- مراحل تطور بحوث نظرية الاستخدامات والإشباعات..... 49

1-3-5- عناصر النظرية.....50

1-3-6-افتراضات نظرية الاستخدامات والإشباعات.....55

1-3-7- الأهداف الرئيسية التي تحققها نظرية الاستخدامات والإشباعات.....55

1-3-8-الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية.....56

1-3-9- تطبيق مدخل الاستخدامات و الإشباعات على موضوع الدراسة.....57

الفصل الثاني: تكنولوجيا الاتصال الحديثة والاتصال الداخلي

1-1- تكنولوجيا الاتصال الحديثة

1-1-1- أهم المحطات المؤثرة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة.....61

1-1-2- خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة.....64

1-1-3- تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع.....69

1-1-4-إيجابيات وسلبيات تكنولوجيا الإيصال.....72

1-1-5- أشكال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات.....74

1-1-5-1- جهاز الحاسوب.....74

1-1-5-2-الشبكات

- **الأنترنت.....86**
- **الأنترانت.....97**
- **الإكسترانت.....100**

1-1-5-3-الهاتف النقال. 103

2-2- الاتصال الداخلي

2-2-1- أهمية الاتصال الداخلي وأهدافه. 109

2-2-2- أنواع الاتصال الداخلي وأنماطه.

2-2-2-1-الاتصال الرسمي وأنماطه. **114**

2-2-2-2- الاتصال غير الرسمي وأنماطه.....**126**

2-2-3- مميزات الاتصال الداخلي ووظائفه.....131

2-2-4- مبادئ الاتصال الداخلي ومهاراته.....135

2-2-5 -وسائل الاتصال الداخلي.....138

2-2-6- معوقات الاتصال الداخلي وطرق تحسينه.....149

2-2-7-تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيرها على الاتصال داخل المؤسسة.....158

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي لدراسة.

3-1- عرض البيانات وتحليلها وتفسيرها.....166

3-2- النتائج العامة لدراسة.....208

3-3- توصيات الدراسة ومقترحاتها.....214

خاتمة.....ج

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

ملخص

قائمة الأشكال والجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع مفردات البحث حسب الوكالات التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر	43
02	يوضح الفرق بين شبكتي الأنترنت والأنترانت	100
03	يوضح أغراض الاتصال الرسمي.	120
04	يوضح التغيرات التنظيمية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسة.	163
05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	166
06	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن.	167
07	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.	169
08	يوضح طريقة القبول في العمل داخل المؤسسة.	170
09	يوضح الوسائل الاتصالية الحديثة المتوفرة بوكالات التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر.	171
10	يوضح درجة استخدام وسائل الاتصال الحديثة في إنجاز المسؤوليات.	172
11	يوضح ترتيب وسائل الاتصال الحديثة حسب درجة تفضيلها من ناحية الاستخدام.	174
12	يوضح المدة الزمنية المستغرقة في استخدام وسائل الاتصال الحديثة.	176
13	يوضح اللغة التي يفضل استخدامها في وسائل الاتصال الحديثة.	177
14	يوضح مدى استخدام المبحوثين لشبكة الأنترنت.	178
15	يوضح استخدامات شبكة الأنترنت من طرف المبحوثين	179
16	يوضح درجة استخدام المبحوثين لشبكة الأنترانت.	181
17	يوضح مجالات استخدام المبحوثين لشبكة الأنترانت.	182
18	يوضح أسباب عدم استخدام المبحوثين لشبكة الأنترانت	183
19	يوضح مدى تحقيق إشباعات من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.	184
20	يوضح يوضح طبيعة الإشباعات التي يحققها المبحوثين من خلال استخدام.	185

21	يوضح شكل التغيير الذي أحدثه استخدام التكنولوجيا الحديثة في نمط الاتصال الداخلي.	187
22	يوضح شكل التغيير الذي حدث نتيجة إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسسة اتصالات الجزائر.	189
23	يوضح وجود او عدم وجود معرفة سابقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.	190
24	يوضح طرق تعلم استخدام وسائل الاتصال الحديثة.	192
25	يوضح مدى توظيف الادارة للتكنولوجيات الحديثة في علاقتها مع الموظفين.	193
26	يوضح نوع الطريقة التي يتلقى بها المبحوثين التكاليف للقيام بالمهام.	195
27	يوضح الطريقة المفضلة في التواصل إداريا.	196
28	يوضح إسهامات الاتصال الداخلي بوسطة وسائل الاتصال الحديثة.	198
29	يوضح إسهامات الموقع الإلكتروني بمؤسسة اتصالات الجزائر.	199
30	يوضح نوع تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على مؤسسة اتصالات الجزائر	201
31	يوضح إيجابيات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل الوكالات التجارية بمؤسسة اتصالات الجزائر.	202
32	يوضح سلبيات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الوكالات التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر.	204
33	يوضح مدى مساهمة الشريحة المجانية في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بالوكالة التجارية بمؤسسة اتصالات الجزائر.	205
34	يوضح اسهامات الشريحة المجانية داخل الوكالات التجارية بمؤسسة اتصالات الجزائر.	206

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يوضح الوحدات الرئيسية في جهاز الحاسوب .	79
02	يوضح المكونات المادية لجهاز الحاسوب.	83
03	يوضح انواع ا الاتصال الرسمي داخل المؤسسة .	121
04	يوضح الاتصال الرسمي و اتجاهاته .	123
05	يوضح نمط الاتصال على شكل عجلة.	124
06	يوضح نمط الاتصال على شكل سلسلة.	124
07	يوضح نمط الاتصال الكامل المتشابك.	125
08	يوضح نمط الاتصال على شكل دائرة.	126
09	يوضح انواع الاتصالات العنقودية.	129
10	يوضح وسائل الاتصال الداخلي في المؤسسة.	148
11	يوضح آثار تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسة .	162
12	يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.	167
13	يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن.	168
14	يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي.	169
15	يمثل توزيع المبحوثين حسب طريقة القبول داخل المؤسسة.	170
16	يمثل توزيع المبحوثين حسب الوسائل الاتصالية المتوفرة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر.	171
17	يمثل توزيع المبحوثين حسب درجة استخدام وسائل الاتصال الحديثة في انجاز المسؤوليات.	173
18	يمثل توزيع المبحوثين حسب ترتيب وسائل الاتصال الحديثة حسب درجة تفضيلها من ناحية الاستخدام.	174
19	يمثل توزيع المبحوثين حسب المدة الزمنية المستغرقة في استخدام وسائل الاتصال.	176

20	يمثل توزيع المبحوثين حسب اللغة المفضلة في استخدام وسائل الاتصال الحديثة.	177
21	يمثل توزيع المبحوثين حسب مدى استخدامهم لشبكة الانترنت.	179
22	يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامات شبكة الانترنت.	180
23	يمثل توزيع المبحوثين حسب درجة استخدامهم لشبكة الانترنت .	181
24	يمثل توزيع المبحوثين حسب مجالات استخدام شبكة الانترنت.	182
25	يمثل توزيع المبحوثين حسب أسباب عدم استخدام الانترنت.	183
26	يمثل توزيع المبحوثين حسب مدى تحقيق إشباعات من استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة.	184
27	توزيع المبحوثين حسب طبيعة الاشباعات التي يحققونها من استخدام وسائل الاتصال الحديثة .	186
28	يمثل توزيع المبحوثين حسب التغيير الذي أحدثه استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة فينمط الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر .	188
29	يمثل توزيع المبحوثين حسب شكل التغيير الذي حدث نتيجة إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسسة اتصالات الجزائر.	189
30	يمثل توزيع المبحوثين حسب وجود أو عدم وجود معرفة سابقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.	191
31	يمثل توزيع المبحوثين حسب طرق تعلم استخدام وسائل الاتصال الحديثة.	192
32	يمثل توزيع المبحوثين حسب مدى توظيف الادارة للتكنولوجيات الحديثة للاتصال في علاقتها مع الموظفين.	194
33	يمثل توزيع المبحوثين حسب نوع الطريقة التي يتلقون بها التكاليف للقيام بالمهام.	195
34	يمثل توزيع المبحوثين حسب الطريقة المفضلة في التواصل إداريا.	196

35	يمثل توزيع المبحوثين حسب إسهامات الاتصال الداخلي بوسطة استخدام وسائل الاتصال الحديثة.	198
36	يمثل توزيع المبحوثين توزيع المبحوثين حسب إسهامات الموقع الإلكتروني بمؤسسة اتصالات الجزائر.	200
37	توزيع المبحوثين حسب نوع تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على مؤسسة اتصالات الجزائر.	201
38	توزيع المبحوثين حسب إيجابيات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر.	203
39	توزيع المبحوثين حسب سلبيات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسسة اتصالات الجزائر.	204
40	توزيع المبحوثين حسب مدى مسامة الشرية المجانية في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر.	206
41	يمثل توزيع المبحوثين حسب إسهامات الشريحة المجانية داخل مؤسسة اتصالات الجزائر.	207

مقدمة

عملت المجتمعات القديمة والبدائية على التعامل مع طبيعة الحياة كما حاولت تسخيرها بما يتوافق مع احتياجاتهم المتكررة والمتزايدة، وأدى هذا إلى تطويرها وتحويلها شيئا فشيئا، ولقد صاحب هذا التطور ظهور المجتمعات الصناعية والتي تعتمد كليا على الطاقة، أما في العصر الحديث، وفي ظل التوجه العالمي نحو اقتصاديات المعرفة التي تعتمد بشكل أساسي على التقنيات الحديثة في استخدام المعرفة لرفع مستوى الأداء، أصبحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة وسيلة بقاء وأداة لايمكن الاستغناء عنها في عالم مفتوح يعتمد على القدرة التنافسية كمعيار للتقدم والازدهار، وأحد أهم المحركات التي تعمل على زيادة كفاءة وفاعلية أداء الحكومات والمنظمات، وهذا يؤدي إلى ارتفاع مستوى المعرفة الغاية التي تسعى إليها الدول.

وهذه التطورات الكبيرة في ميدان وسائل الاتصال الحديثة، أدى إلى ضرورة إدخالها إلى نشاط المؤسسة كشكل من أشكال التجديد الذي يمس خاصة العملية الاتصالية، فالمؤسسة تعمل بالدرجة الأولى على تحسين الاتصال الخارجي والداخلي منخلال الاعتماد على أساليب الإدارة والتقنيات الحديثة لتكنولوجيا الاتصالات، خصوصا هذا الأخير الذي تعمل المؤسسة على دعمه وتوفير كافة أسباب نجاحه وكذا زيادة فعاليته، كونها تساهم بقوة في التنسيق وأداء المهام وتحقيق الأهداف مما يجعل المؤسسة أكثر تحكما في العملية الاتصالية، من خلال تحديد الأوقات المناسبة للعمل وأنواع الرسائل والقنوات الاتصالية المستخدمة، من أجل توفير الوقت والجهد والتكلفة مما يشجع الموظفين والعمال على التواصل فيما بينهم.

لهذا سنحاول في هذه الدراسة – معرفة دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي- بمؤسسة اتصالات الجزائر من خلال دراسة ميدانية بالوكالات التجارية بولاية جيجل، بحيث نركز فيها على دراسة وسائل الاتصال الحديثة داخل المؤسسة ومدى استخدامها إضافة إلى دراسة الآثار المرغوب فيها والغير مرغوب فيها لهذه التكنولوجيا، وخاصة تأثيراتها على الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر من وجهة نظر المبحوثين. وبغية الوصول إلى حل لمشكلة الدراسة ارتأينا تقسيمها إلى ثلاث فصول:

الفصل الأول خصص للإطار المنهجي، والذي تطرقنا فيه إلى مشكلة الدراسة، تساؤلاتها وفرضياتها، إضافة إلى أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة وأهميتها، مرورا بتحديد المفاهيم، كما عالجنا من خلال هذا الفصل جملة من الدراسات السابقة والمشابهة لموضوع دراستنا، نتناول بعد ذلك الإجراءات المنهجية للدراسة بدء بمجال الدراسة فمجتمع البحث والعينة وأخيرا المنهج والأدوات المعتمدة في جمع البيانات، واختتمنا هذا الفصل بالتعرض للمداخل النظرية للدراسة والتي حددت في نظرية الاستخدامات والإشباعات.

أما الفصل الثاني فيتمثل في الإطار النظري للدراسة حيث قسم إلى مبحثين، تمحور المبحث الأول حول تكنولوجيا الاتصال الحديثة، نشأتها وخصائصها تأثيراتها، أشكالها، المزايا والعيوب، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه الحديث عن الاتصال الداخلي أهميته، أهدافه أنواعه وكذا أنماطه، مميزاته ووظائفه، مبادئه ومهاراته، وسائله، معوقاته وطرق تحسينه لنختتم الفصل بدور تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل المؤسسة.

أما الفصل الثالث فقد خصص للدراسة الميدانية والذي تم فيه عرض نتائج الدراسة التي تم توضيحها في جداول وأشكال شملت كل من الدوائر النسبية والأعمدة البيانية، لنقف في الأخير على مجموعة النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذه الدراسة إضافة إلى مجموعة من التوصيات و الاقتراحات، أما الخاتمة فقد كانت عبارة عن حوصلة لما تناولناه في هذه الدراسة.

أما بخصوص الصعوبات التي واجهتنا في كافة مراحل البحث فقد كانت صعوبات عادية يواجهها أي باحث في مشوار بحثه، كان من أهمها وأكثرها سببا عدم التكوين الجيد في المجال المنهجي وقلة الدراسات السابقة في هذا الموضوع، وكذا افتقار المكتبة للكتب الإعلامية لأن هذا التخصص جديد في هذه الجامعة وعدم جدية بعض المبحوثين في إجابتهم على أسئلة الاستبيان، غير أن هذه الصعوبات لم تمنعنا من إكمال بحثنا مستوفيا كافة شروطه العلمية والمنهجية.

الفصل الأول : موضوع الدراسة و إجراءاته المنهجية :

1-1: موضوع الدراسة:

1-1-1-الإشكالية و التساؤلات

1-1-2- فرضيات الدراسة

1-1-3-أسباباختيار الموضوع

1-1-4 – أهمية الدراسة

1-1-5- أهداف الدراسة

1-1-6-تحديد مفاهيم الدراسة

1-1-7-الدراسات السابقة

1-2- الإجراءات المنهجية للدراسة :

1-2-1- منهج الدراسة و أدواته

1-2-1-1- المنهج

1-2-1-2- الأدوات

1-2-2 -مجتمع الدراسة وعينته

1-2-2-1 المجتمع

1-2-2-2 – العينة

1-3 المدخل النظرية: (الخلفية النظرية للدراسة)

1-3-1- الخلفية المعرفية لنظرية الاستخداماتالاشباعات

1-3-2- مفهوم نظرية الاستخداماتالاشباعات

1-3-3- أصول ونشأة نظرية الاستخداماتالاشباعات

1-3-4- مراحل تطور بحوث نظرية الاستخداماتالاشباعات

1-3-5- عناصر النظرية

1-3-6-افتراضاتنظرية الاستخداماتالاشباعات

1-3-7- الأهداف الرئيسية التي تحققها نظرية الاستخداماتالاشباعات

1-3-8-الانتقادات التي وجت لهذه النظرية

1-3-9- تطبيق مدخل الاستخدامات و الإشباعات على موضوع الدراسة

تمهيد:

حتى يكون الجهد الذي سنبدله في إعداد هذه الدراسة ذا فائدة علينا وعلى جميع من تهمه هذه الدراسة، حرصنا أن تعتمد على الأسس العلمية وعلى جميع المراحل المتبعة في إعداد البحوث العلمية حتى يكون منظما، ومنسجما وهادفا في نفس الوقت.

و يتضمن هذا الفصل تحديد إطار الدراسة من ثلاث مباحث، حيث تم في المبحث الأول التعرض لإشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأهمية الموضوع ودوافع اختياره وأهدافها، إلى جانب التعريف بالمفاهيم الواردة في الدراسة مع محاولة عرض ملخصات عن الدراسات السابقة المتعلقة بالمواضيع المشابهة له والتعقيب عليها، وفي المبحث الثاني تطرقنا للإجراءات المنهجية المتبعة، ابتداء بتحديد منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات انتهاء بتحديد مجتمع البحث وعينته، أما في المبحث الثالث فقد قمنا بعرض موجز عن المرتكز النظري الذي سنعتمده في دراستنا هذه.

1-1-1- الإشكالية و التساؤلات :

لقد شكلت التطورات المتلاحقة لتكنولوجيا الاتصال إحدى أهم سمات العصر الحالي بل وغدت درجة الاعتماد على مخرجات التقنيات الحديثة أبرز المحكات الفاصلة بين دول العالم تقدما وتأخرا وقد أثرت في كل مناحي الحياة الاجتماعية، وغيرت عدة مجالات في المجتمعات المعاصرة، بدء بالسياسة والاقتصاد والدين، وصولا إلى المعرفة والثقافة والإعلام، وغيرها من الميادين.

فقد أصبح من الضروري في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة والتغير المتلاحق والسريع للمعرفة إعادة النظر في أسلوب الاتصال والوسائل المستخدمة له على حد سواء، باعتباره أبرز العوامل التي أنشأت علاقات اجتماعية بين الأفراد، فحاجتهم إليه مكنتهم من تنظيم الأعمال والنشاطات بينهم من خلال تبادل الأفكار والآراء والمعلومات والتي تكوّن مضمون الاتصالبالدرجة الأولى.

وكذلك الحال بالنسبة للمؤسسات، فقد أصبح الاتصال الداخلي يحظى باهتمام بالغ من طرف المفكرين و المسيرين كونه أحد الوسائل التي تسعى من خلاله المؤسسة لتحقيق أهدافها وتوفير المعلومات والبياناتالضرورية لضمان استمراريتها،ولأنه عملية انتقال المعلومات وتبادل للآراء و الأفكار التي تساعد على القيام بالأعمال بطريقة أفضل وجعلها تفهم بوضوح في الوقت المناسب فلا غرابة أن يراه البعض العصب الحيوي والمحرك الرئيسي لأي مؤسسة، وعنصرا رئيسيا من عناصر استراتيجية التسيير الحسن لها.

وانطلاقا من أهمية الدور الذي يلعبه الاتصال الداخلي داخل المؤسسات عملت هذهالأخيرة على تحسينهبالاعتماد على أساليب الإدارة والتقنيات الحديثة لتكنلوجيا الاتصال الحديثة، حيث أن جودة الاتصال الداخلي كما وكيفا يعد سمة بارزة للمؤسسات الناجحة ، فهو يمكن من الاستخدام الأمثل والحقيقي لقدرة المؤسسة وطاقة العاملين فيها، الأمر الذي يحدد كمية ونوع الإنتاج الذي تختص به هذه المؤسسة، كما أنه يعمل على إيجاد جو تعاوني لجماعات العمل وهيئات الإدارة.

فهو يعتبر المادة الأساسية لتعزيز الروح المعنوية للفريق المهني وتيسير تدفق المعلومات التي تساهم في تسهيل المهام وتحسين الأداء، وكذا لضمان حقوق العمال،مايجعله من الضروريات التي لا يمكنالاستغناء عنها من طرف أي مؤسسة سواء كانت تنتمي للقطاع العام أو القطاع الخاص خاصة بعد أن صار اعتماد المؤسسات بالدرجة الأولى على وسائل الاتصال الحديثة في كافة نشاطاتها الداخلية سواء تعلق الأمر بتعامل الموظفين مع بعضهم البعض أثناء ممارساتهم لعملهم، أو حتى أثناء تعاملهم مع الزبائن باستخدام الأجهزة الإلكترونية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، و التي أحدثت بدورها تغيرات جذرية في كيفية نقل المعلومات ومشاركاتها بين الموظفين في المؤسسة، مما طور العملية الاتصالية وجعلها تشهد تحولات عديدة ، كان من أبرزها التحول من الشكل التقليدي الى الشكل الإلكتروني.

ووعيا من المنظمات بأهمية تطوير العملية الاتصالية وجعلها تسير بشكل صحيح، فقد سعت الى توفير كافة الوسائل الاتصالية الحديثة والاستفادة منها في زيادة فعالية الاتصال الداخلي، نظرا لدوره الاستراتيجي في تحسين مستوى المؤسسة وزيادة دقة أداء موظفيها وتسهيل التواصل بينهم إضافة إلى تخفيف الأعباء عنهم، إذا ما تم في ظروف ملائمة بوسائل مناسبة ، التي تجعل الاتصال يسير على أحسن وأكمل وجه من أجل تحقيق الأهداف العامة للمؤسسة.

ومن ضمن المؤسسات الجزائرية التي أدركت أهمية تكنولوجيا الاتصال الحديثة و انعكاساتها على أدوارها الفعالة داخل المؤسسات خاصة على مستوىالاتصال الداخلي مؤسسة اتصالات الجزائر، و التي غدا استخدام وسائل الاتصال الحديثة ، في الأنشطة الاتصالية التي يقوم بها موظفوهابها ميزة بارزة. وعليه نسعى من خلال دراساتنا هذه إلى معرفةدور تكنلوجيا الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بهذه المؤسسة وعلى هذا النحو يتمحور التساؤل الرئيسي لدراستنا هذهكالاتي:

كيف تساهم تكنولوجياالاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية نذكرها فيمايلي:

1- ماهي الوسائل الاتصالية الحديثة المتوفرة بالوكالات التجاريةلمؤسسة اتصالات الجزائر بجيجل ؟

2- ماهو واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالوكالات التجاريةلمؤسسة اتصالات الجزائر؟

3- ماهي الإشباعات التي يحققها موظفو الوكالات التجارية لاتصالات الجزائر من استخدام وسائل الاتصال الحديثة؟

4- ما تقييمالمبحوثينلتأثيرات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر؟

1-1-2 فرضيات الدراسة:

1- تتمثل تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتوفرة بالوكالات التجارية بمؤسسة اتصالات الجزائر في الإنترانت والأنترنيت والهواتف الذكية والحاسب الآلي.

2-يستخدم موظفو الوكالات التجارية لاتصالات الجزائر تكنولوجيا الاتصال الحديثة بدرجة عاليةوبشكل دائم.

3- تساعد تكنولوجيا الاتصال الحديثة موظفي الوكالات التجارية على تحقيق نتائج عالية ودقيقة في بالعمل.

4-يؤثر استخدام تكنولوجيا اتصال الحديثة على الموظفين بطريقة إيجابية من خلال تسهيل الاتصال بينهم.

1-1-3: أسباباختيار الموضوع:

أ- الأسباب الموضوعية:

1- محاولة التعرف على تكنولوجيا الاتصال المستخدمة داخل المؤسسة ومدى مواكبتها لمستجداتها.

2- التعرف على مختلف الآثار التي تتركها تكنولوجياالاتصال الحديثة على مستوى أداء المؤسسات الجزائرية.

3- الرغبة في معرفة واقع الاتصال الداخلي بالمؤسسات في ظل استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة.

4- الكشف عن واقع استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالمؤسسات الخدماتية.

5- معرفة الدور المهم الذي تلعبه الذي تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر.

6- السعي لإبراز فائدة و جدوى استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لتحسين الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر.

7- تدعيم المكتبة بدراسة جادة تضاف إلى رصيد المكتبة، خاصة في ظل افتقارها لدراسات من هذا النوع نظرا لجدة التخصص بالجامعة.

ب- الأسباب الذاتية:

ارتأينا معالجة هذا الموضوع وذلك لقلة الدراسات النظرية والتطبيقية التي تتناول تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل المؤسسات، وكذا الدور الذي تلعبه هذه الأخيرة في تفعيل الاتصال الداخلي بها.مع الأخذ بعين الاعتبار التطور الكبير في مجال وسائل الاتصال الذي وصلنا إليه اليوم.

بالإضافة أيضا إلى حداثة الموضوع في مجال الاتصال حيث أنه لم يول اهتماما كافيا من قبل الدراسين و الباحثين في المجال بالرغم من اقتحام التكنولوجيا الحديثة للاتصال العديد من المؤسسات، وهذا ما تفسر قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع في بلادنا خاصة. هذا ما أثار رغبتنا في التعمق في هذه الدراسة و بالتالي إشباع فضولنا في البحث و الحصول على معلومات علمية لإثراء الرصيد المعرفي.

1-1-4: أهمية الدراسة:

تظهر أهمية هذا البحث من خلال حداثة الموضوع و مختلف عناصره، حيث تم الجمع بين متغيرين ذا أهمية بالغة في الوقت الحالي، وكذا بالنظر إلى المزايا العديدة التي يمنحها التطبيق الجيد لتكنولوجياالاتصال الحديثة من خلال مسايرة المؤسسة للتطورات التكنولوجيا الحديثة، خصوصا داخل المؤسسات بصفة عامة و الخدماتية بصفة خاصة، و التي أصبح من الضروري التعرف على مستوى تحكمها في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وفي مدى وعي مسيريها بدور هذه التكنولوجيا الحديثة واستخداماتها الفعالة في تحسسين اتصالها الداخلي، خصوصا بعدما عرفت هذه الأخيرة تطور كبيرا في وقتنا الراهن.

1-1-5:أهداف الدراسة:

1- التعرف على المفاهيم الأساسية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وإبراز دورها في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر.

2- محولة إلقاء الضوء على أهم الوسائل الاتصالية الحديثة المستخدمة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر و أهمية تطبيقاتها داخل هذ المؤسسة و معرفة مدى تفاعل العاملين معها.

3- الوقوف على الآثار التي تنجم عن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على مستوى الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر.

4- إظهار أهمية تكنولوجياالاتصال الحديثة في تنافسية مؤسسة اتصالات الجزائر.

5- اقتراح حلول و توصيات لمؤسسة اتصالات الجزائر تساعدها في تحسين الاتصال الداخلي لديها مما يسمح لموظفيهابأداء مهامهم على أحسن وجه.

1-1-6: تحديد المفاهيم:

❖ **دور:**

لغة: الدور: الطبقة من الشيء المدار بعضه فوق بعض، يقال: انفسخ دور عمامته.

(**وعند المناطقة**): توقف كل من الشيئين على الأخر، جمع أدوار.[1]

وقد عرفه ابن منظور في لسان العرب بقوله: دار الشيء دوار و دوارانا و دواراً و استدار و أدرته أنا ودورته وأداره غيره، وأدارت، استدارت، وداوره مداورة.[2]

-إجرائيا:

هو مجموعة من المهام و الواجبات التي يساهم بها مدير مؤسسة ما في النمو المهني كما أنه مجموعة من أوجه النشاط المرتبطة أو الأطر السلوكية التي تحقق ما هو متوقع في مواقف معينة و تترتب على الأدوار إمكانية التنبؤ بسلوك الفرد في المواقف المختلفة.

❖ **مفهوم التكنولوجيا:**

ورد في قاموس المورد مفهوم التكنولوجيا على أنها: العلم التطبيقي وطريقة فنية لتحقيق غرضعلمي.[3]

-وأصل كلمة تكنولوجيا إغريقي و يعني لغة الحديث و المناقشة حول المسائل الفنية والحرفية ولم تظهر هذه الكلمة في اللغة الإنجليزية إلا في القرن السابع عشر، حيث تفيد القواميس بأن معنى التكنولوجيا: المعالجة النظامية للفن أوجميع الوسائل التي تستخدم للإنتاج الأشياء الضرورية لراحة الإنسان واستمرارية وجوده.

---

[1]- **المعجم الوسيط**،ط4، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية،2005، ص 303.

[2]- أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (ابن المنظور)، **لسان العرب**، ،دار صادرة،عدد الأجزاء 15، ص 324.

[3]-منير البعلبكي، **قاموس المورد**،دط، لبنان، دار العلم للملايين، 2001،ص 954.

-هي طريقة فنية للأداء أو لإنجاز أغراض علمية.

- ويعرفا قاموس أوكسفورد التكنولوجيا على أنها: "الدراسة العلمية" للفنون أو الصياغة وكذلك باعتبارها تطبيقا للعلم، فهي العلم الذي يهتم بتحسين الآراء و الممارسة والصيانة أثناء التطبيق العلمي.[1]

-التكنولوجياإصطلاحا:

حسب محمد فتحي عبد الهادي كلمة التكنولوجيا تشير بصفة عامة إلى الوسائل والأجهزة التي يستخدمها الإنسان في توجيهاته، وأن التكنولوجيا بشكل عام هي الاستخدام المفيد لمختلف مجالات المعرفة[2].كما تعرف على أنها نتاج نشاط علمي وبحيثيتم استخدامه في المجالات التطبيقية والإنتاجية في صورة وسائل إنتاجية تباع وتشترى بمقتضى عقود تجارية.

فهي مجموعة المعارف والخبرة المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية التي يستخدمها الإنسان في أداء عمل ما أو وظيفة في مجال حياته اليومية لإشباع الحاجات المادية والمعنوية سواء مستوى الفرد أو المجتمع.[3]

❖ **مفهومالاتصال:**

لغة: وردت كلمة الاتصال في القواميس العربية على أنها: كلمة مشتقة من مصدر "وصل" الذي يعني أساسا الصلة وبلوغ الغاية.

وهي الكلمة المترجمة من الإنجليزية(communication) مشتقة أصلا من الكلمة اللاتينية(communise) التي تعني الشيء المشترك وفعلها (communicase) أي يذيع أو يشيع.

1- مجد الهاشمي، **تكنولوجيا وسائل الاتصالالجماهيري**،"مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة"، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع،2012،ص44.

2- رضوان بلخيري،**مدخل غلى وسائل الإعلام و الاتصال نشأتها وتطورها**، ط1، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع،2014،ص242.

3- فريد محمود عزت، **القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية**،ط1، القاهرة، العربية لنشر والتوزيع، 2002،ص558.

أما قاموس أوكسفورد فيعرفه بأنه : " نقل و توصيل أوتبادل الأفكار و المعلومات".[1]

– اصطلاحا:

تعرفه جيهان رشتبأنه" العملية التي يتفاعلبمقتضاهامتلقي ومرسل الرسالة –كائنات حية أو بشر أو آلات–في مضامين اجتماعية معينة وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات (منبهات بين الأفراد عن قضية أو معنى أو عن واقع معين)،فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء.

كما يعرفه" محمد عبد الحميد": هو العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها متبادل المعلومات والآراء وبالأفكار في رموز دالة، بين الأفراد والجماعات داخل المجتمع، وبين الثقافات المختلفة، لتحقيق أهداف معينة.[2]

كما يعرفه: "حسن محمد خيري الدين" بأنه عملية نقل المعاني عن طريق الرموز فعندما يتعامل الأفراد مع بعضهم بعضا بواسطة الرموز فإنهم يقومون بعملية اتصال.[3]

فهو بمثابة تفاعل اجتماعي قائم على مرور الرسائل بين الفاعلين الاجتماعيين ويشير هذا الاتصال إلى نوع من المبادرة التي يتعين القيام بها، وإلى نمط من التلقي ومن المضمون والتأشير، وهذا المنظور قد أوجزه سؤال طرح في نهاية الأربعينات علم السياسة "لازويل lasswelle" ومفاده "من" هذا الذي يقول "ماذا" في "أي قناة" هل " من" و بأي تأثير؟"[4]

كما يؤكد "ستانلي" " stanley" أن الاتصال عبارة عن عملية تبادل تفاعلي بين أطراف ذات لغة مشتركة، وليس عملا فرديا منعزلا حيث تقاس فعالية الاتصال في ضوء قدرة عملية التبادل على إحداث حالات تفاعل وتناغم وانسجام وفهم مشترك للرموز المتبادلة.[5]

---

[1]– فضيل دليو،**الاتصال(مفاهيمه–نظريات–وسائل)**، ط1، القاهرة، دار الفجر لنشر والتوزيع، 2003، ص15.

[2]– حسن عماد مكاوي، ليلى السيد،**الاتصالونظرياته المعاصرة**،ط2، القاهرة، دار المصرية اللبنانية، 2001، صص 23 24.

[3]– خيري خليل الجميلي،**الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث**، دط، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1998،ص 10.

[4]– ميشل مان، **موسوعة العلوم الاجتماعية**، ترجمة عادل مختار الهواري، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1999، ص 131.

[5]– بشير العلاق، **نظريات الاتصال مدخل متكامل**،دط، الأردن، دار اليازوري العلمية لنشر والتوزيع، 2010، ص 15

– إجرائيا:

من خلال ما سبق يمكن أن نعرف الاتصال على أنه عملية تتضمن قيام أحد الأطراف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى رسائل شفهية أو مكتوبة تنقل من مرسل إلى مرسَلٍ إليه عبر وسيلة محددة ومناسبة.

❖ **تكنولوجياالاتصال الحديثة:**

ويعرفها محمد منير حجاب على أنها: الأدوات والنظم التي تساعد على القيام بالاتصال وتتمثل هذه الأدوات أساسيا في الحاسبات الإلكترونية[1].

كما يعرفها أيضا في المعجم الإعلامي: على أنها: مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والإدارية والتنظيمية، المستخدمة في جمع المعلوماتومعالجتها وإنتاجهاوتخزيناوإسترجاعاونشرهاوتبادلهاأيتوصيلهاإلىالأفرادوالمجتمعات.[2]

وتعرف أيضا على أنها: القطع الحرفية والخدمية التي تعمل على نقل واستقبال وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات بوسائل الكترونية.[3]

ويشير معجم اللغة الإنجليزية oxford أن كلمة تكنولوجيا الاتصال: ترتبط في أذهان العامة بالأدوات و الآلات المتطورة الحديثة التي يبتكرها الإنسان لتدعيم قدرته على التعامل مع البيئية التي يعيش فيها، فالإنسان لديه قدرة على البصر لكن هذا البصرالإنساني محدود، فسعى الإنسان إلى اختراع أداة ووسيلة يستطيع من خلالها أن يلاحظ بدقة الأشياء المتناهية في الصغر أو تلك التي تقع على مسافات بعيدة، فكان ابتكار أدوات الميكروسكوب والتلسكوب وغيرها.[4]

[1]– محمد منير حجاب،**المسوعة الإعلامية**، ،القاهرة،دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد الثاني ،2003، ص 674.

[2]- محمد منير حجاب، **المعجم الإعلامي**، القاهرة، دار الفجر، 2004، ص 166.

[3]– فاروق سيد حسين، **تكنولوجيا شبكات الحاسب الألي**، القاهرة، هلا لنشر و التوزيع، 2002، ص 103.

[4]– عبد الفتاح عبد النبي،**تكنولوجيا الاتصال والثقافة(بين النظرية والتطبيق)**، القاهرة، العربي لنشر والتوزيع، 1990، ص 79.

– التعريف الإجرائي

هي تلك الوسائل والادوات التي ظهرت إلى الوجود وإلى حياة المجتمعات الإنسانية نتيجة التطورات الحاصلة في ميدان الاتصال وكذا زيادة حاجيات الإنسان ومتطلباته اليومية، تتضمن هذه التكنولوجيا،الحواسيب، شبكات الاتصال، وأجهزة تداول المعلومات، السلكية وللاسلكية حيث تتمثل عادة في أجهزة الاتصال من هاتف، أنترنيت، أنترانت، إكسترانت وهواتف ذكية، وكذا بريد إلكتروني.

❖ **الزيادة:**

زاد: زَيْدًا وزِيْدًا وزيادةً ومزِدًاوزيدانًا.

كثّر الشيء: أنماه[1]

الزيادة: الزيد

وهي الزيادة، زاد اللهخيرا، وزاد فيما عنده، وزاد: أي: ازداد.

ازداد يزداد ازدياداالشيء: كثر.[2]

❖ **الفعالية:**

تفاعل، يتفاعل، تفاعلا: انسجم، تمازج، تبادل الأثر والتأثير[3].

الفاعلية: كون الشيء فعالا. كل ما هو فاعل[4].

– اصطلاحا:

[1]– أمل عبد العزيز، **القاموس العربي الشامل**،ط1، بيروت، دار الراتب الجامعية، 1997، ص 279.

[2]– أبو إبراهيم الفارابي، **ديوان الأدب معجم لغوي تراثي**، ط1، لبنان، مكتبة لبنان ناشرون، 2003، ص155.

[3]– يوسف شكري فرحات، **معجم الطلاب عربي–عربي**، ط1، لبنان، دار الكتب العلمية،2000، ص 456.

[4]– عزة عجان، **الفضل قاموس عربي**،دط، الجزائر دار هومة، 2001، ص 375.

قد أشارت العديد من الدراسات والبحوث الميدانية إلى وجود علاقات متداخلة ومتشابهة بين فعالية المؤسسة من جهة أخرى، ورغم هذا الإشكال الذي يمثل تحديا أمام الباحثين إلا أن هناك محاولات جادة للوصول إلى مفاهيم خاصة بالفعالية.

حيث يعرف كل من ستيرزوماهوني(steers and mohoney)الفاعلية " على أنها الإنتاجية المرتفعة وقدرة المؤسسات على التكيف مع البيئية فضلا عن القدرة على الاستقراروالابتكار".[1]

ويرى كل من كاست وروزنفايتش وآخرون (kast and rosenrweigandothers)" أن الفاعلية تعني قدرة المؤسسة على تحقيق الأهداف من خلال زيادة حجم المبيعات، وتحقيق رضا العملاء والعاملين داخل المؤسسة، وتنمية الموارد البشرية ونموا الربحية[2].

– إجرائيا:

هي محطة تفاعل مكونات الأداء الكلي للمؤسسة،تحتويه من أنشطة فنية وإدارية ووظيفية، ومدى تأثره بالمحيط، كما أنها ترتبط بمدى تحقيق المؤسسة لأهدافها، التي يمكن قياسها مثل هدف الربح أو هدف النمو وغيرها من الأهداف.

❖ الاتصال الداخلي:

هو عميلة يتم عن طريقها إيصال المعلومات من أي عضو في الهيكل التنظيمي إلى عضو آخر بمقصد إحداث التغير.

فهو العملية التي تهدف إلى تجميع وتوفير أو إنتاج البيانات والمعلومات اللازمة لاستمرار حياة

[1]– عبد السلام ابو قحف، **اقتصاديات الأعمال و الاستثمار الدولي**، دط، مصر، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، 2001،ص222،

3-R- HALL ;ORGANISATION : STRUCTURE AND PROCESS ; NEW JERSEY PRENTICICE HALL ;1972 ;P :37

المنظمة وقيامها بوظائفها المختلفة[1]

كما يعرف أيضا على أنه عملية تبادل الآراء والمعلومات بين الأطراف المختلفة داخل التنظيم بغرض تحقيق هدف معين.[2]

فهو نقل البيانات والمعلومات أو الحقائق أو الأفكار بين اثنين على الأقل من الأفراد في المنظمة عن طريق وسائل شفوية أو مكتوبة اعتماد على اعتماد إشارات رمزية لها دلالتها ويدركها المرسل والمستقبل معا.[3]

تعرفه الجمعية الفرسية على أنه: مجموعة المبادئ والتطبيقات التي تهدف إلى تشجيع سلوك الاستماع، تسهيل تمرير ونشر المعلومات، تسهيل العمل الجماعي المشترك وترقية قيم المؤسسة من أجل تحسين الفعالية الفردية والجماعية فيها[4].

– التعريف الإجرائي:

هو تلك العملية الديناميكية القائمة على تبادل المعلومات والأفكار والقرارات بين طرفي العملية الاتصالية داخل المنظمة باستخدام وسائل شخصية أو كتابية أو إلكترونية والهادفة إلى تحقيق التفاهم والتفاعل بين أعضائها بما يسهم في تطورها واستمرارها وإنجاز السهام والوظائف المنوطة بها.

❖ مفهوم المؤسسة:

– **لغة:** من الفعل أسس، يُؤسس، أسسًا: بني ووضع القواعد

أسس: وضع الأساس.[1]

[1] –عبد المعطي محمد عساف، **السلوك الإداري التنظيمي في المنظمات المعاصر**، د ط، دار زهران لنشر والتوزيع، 1999،ص 214

[2] – سهيل فهد سلامة، **نظم الاتصالات في المنظمات**، مجلة الإدارة العامة، العدد 46، معهد العامة، الرياض، 1985، ص 120

[3] – منال طلعت محمود، **أساسيات في علم الإدارة**، د ط، الإسكندرية المكتب الجامعي الحديث، 2003، ص 164.

[4] – محمد علي محمد، **علم الاجتماع والتنظيم**، دط، الإسكندرية، دار المعرفة،1982، ص 18.

وحسب لسان العرب لابن منظور: نقول أسس، يؤسس، تأسيسا ويقصد بالفعل أسس أنشأ، فأسس البيت أي جعل له أساسا، وأسس المشروع أي أنشأت[2].

وفي القاموس العربي الشامل فالمؤسسة (الجمع مؤسسات) وتعني جمعية أو معهد أو شركة أسست لغاية اجتماعية أو خيرية أو اقتصادية[3].

– اصطلاحا:

يعرفها أحمد طرطار على أنها: مجموعة من الطاقات البشرية والموارد المادية(طبيعية كانت أو مالية أو غيرها...) والتي تشتغل فيما بينها وفق تركيب معين قصد إنجاز وأداء السهام المنوط بها من طرف المجتمع.[4]

وحسب قاموس لاروس"la rousse" هي وحدة اقتصادية إنتاجية، خاصة أو عامة وهي اقتصاد مختلط تعمل على عقد صفقات اقتصادية بحتة كماأن هناك مؤسسات في مجالات متعددة سياسية، اجتماعيه...إلخ[5]

كما يعرفها قاموس المنهل: على أنها منشأة تقوم بوظيفة داخلية أو خارجية لفائدة الصالح العام، اعتمادهاالرئيسي على المشروعات المخططة والمنظمة والمتصلة في إطار موحد تنتج خدمات متعددة الأغراض ومختلفة. [6]

إجرائيا:

---

[1]– يوسف شكري فرحات، مرجع سبق ذكره، ص 14.

[2]– ابن منظور، **لسان العرب**،دط، بيروت، دار لسان العرب،ج1، دس،ص60.

[3]–القاموس العربي،ط1، بيروت،دار راتب الجامعية، 1999،ص 517.

[4]– أحمد طرطار، **تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسات**، دط، الجزائر،ديوان المطبوعات الجامعية، 2002،ص 15.

[5]- **dctionnaire en cyclpedique pour tous** , petite la rausse en couleure, paris,1975 , p210.

[6]– عبد النور جبور، سيل إدريس، **قاموس المنهل**، دط، لبنان، دار الأدب و العلم للملايين، 1980، ص34.

هي الكيان الذي يضم العديد من الأشخاص قد تكون مؤسسة عامة أو جمعية خاصة ويكون لديها هدف جماعي يرتبط بيئية خارجية، فهي هيئة من الموظفين وعمال ومسؤولين تهدف إلى تحقيق أهداف معينة سواء إنتاج سلع أو خدمات موجهة للسوق.

1-1-7الدراسات السابقة:

– الدراسة الأولى:" دور التكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية" –دراسة حالةسوناطراك فرعSTH[1]

جاءت إشكالية هذه الدراسة منطوية تحت التساؤل الرئيسي كالآتي: كيف تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية؟

وقد تفرغت عن التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات جاءت كالتالي:

– ماهي التكنولوجيا الإعلام والاتصال؟ خصائصها؟ تأثيرها؟ انعكاساتها؟

– ماهي إدارة المعرفة؟ مبادئها، عملياتها؟ استراتيجياتها؟

–ماهي علاقة تكنولوجيا الإعلام والاتصال بإدارة المعرفة؟

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج الوصفي التحليلي، والمنهج دراسة الحالة الذي يهدف إلى توضيح أهم النتائج التي أفرزتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة المعرفة والآثار المترتبة عنها.

ومن أجل جمع البيانات استعانت الباحثة باستمارةاستبيان تضم أربعة (04) محاور كل محور يحوي مجموعة من الأسئلة، تم من خلالها التوصل إلى جملة من النتائج تمثلت فيما يلي:

1– إن مفتاح نجاح المؤسسة وفعاليتها مرتبط بشكل وثيق ومباشر بمدى معرفة العاملين فيها بكيفية إنجاز أعمالهم.

2– اهتمام المؤسسة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال وإدارة المعرفة ويتضح ذلك من خلال:

– تخصيص قسم تقني المتكون من 13 عامل، يوفر كل احتياجات المؤسسة من معلومات، توفير برامج الاتصال بين الأفراد، صيانة آلات الكمبيوتر، خلق موقع أنترنيت خاص بالمؤسسة.

1– زلماطمريم، **دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في غدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية–دراسة حالة سوناطراك فرع STH**، رسالة ماجستير الموارد البشرية جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2010،عدد الصفحات 138

– الاتصال بين العمال باستعمالالأنترانت و بقية فروع سوناطراكباستعمال الإكسترانت.

– شراءآلات ومعدات جديدة ومتطورة من أجل ضمان سلامة الشحن وفي أحسن الظروف.

– القيام بدورات تكوينية للأفراد سواء كان ذلك عن طريق إرسالهم إلى مؤسسات في الخارج أو عن طريق محاضرات ولقاءات من أجل تحسين العمال والرفع من كفاءاتهم المهنية.

– التعاقد مع أكثر من شركة أجنبية من أجل تزويدها بالمعدات المتطورة وتكوين عمالها في ذلك المجال من أجل تحسين فعالياتها وكفاءة عمالها.

– استقطاب كفاءات وكوادر أجنبية.

– عدم توفر الأنترنيت بين كافة وحدات وأقسام المؤسسة.

– الدراسة الثانية: " دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية بولاية ورقلة"[1].

تدور إشكالية هذه الدراسة حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال والدور الذي تلعبه في تحسين الاتصال الداخلي للمؤسسات العمومية الجزائرية والهدف منها تقييم وتحليل واقع الاتصال الداخلي بالمستشفيات العمومية ومدى استغلالها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذلك لتحسين الاتصال الداخلي بها.

وكان التساؤل الرئيسي لهذ الدراسة: هل يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تؤدي دورا مهما في تحسين الاتصال الداخلي بالمستشفيات العمومية؟

والذي تفرعت عنه مجموعة من الأسئلة جاءت كالتالي:

[1]– بشير كاوجة، **دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحسين الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية–دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف بورقلة–**، رسالة ماجستير نظم المعلومات و المعلومات و مراقبةالتسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014، عدد الصفحات 183.

1- ما المقصود بتكنولوجيا المعلومات والاتصال؟

2- هل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية؟

3- ما هو واقع وأفاق الاتصال الداخلي بالمستشفيات العمومية الجزائرية في ظل استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال؟

وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي في هذه الدراسة لأنه مناسب لتقرير الحقائق والتعريف بمختلف المفاهيم ذات الصلة بالموضوع، أما الجانب التطبيقي فقد اعتمد الباحث على منهج دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف بورقلة بغية تحليل واقع استخدام وسائل الاتصال الداخلي للمؤسسة المختارة.

أما فيما يخص أدوات جمع البيانات، ففي الجزء النظري اعتمد على المسح المكتبي لمجموعة من المراجع المتنوعة (كتب، مقالات، رسائل، ملتقيات...).

أما أدوات الدراسة الميدانية فقد اعتمد على الاستبيان والمقابلة والملاحظة وتحليل الوثائق.

حيث تضمن الاستبيان 23 سؤالا مقسم إلى ثمانية أقسام توصلت من خلالها إلى جملة من النتائج على الصعيدين النظري والميداني:

أولا: النتائج النظرية:

-من خصوصيات الاتصال الداخلي هي تحسين صورة المؤسسة والمساهمة في الاتصال التسويقي الداخلي لزيادة فعالية أفراد المؤسسة.

– من خصوصيات الاتصال الداخلي هو التأثر بنوع ومدى استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

– فعالية الاتصال الداخلي تزيد باستخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتطورة وبالإضافة إلى توفير تدريب متخصص للموظفين للتعامل مع هذ الوسائل المتطورة.

– يساعد تحسين الاتصال الداخلي على زيادة التنسيق داخل أجزاء المؤسسة

– من الضروري حماية وأمن الشبكات وروادها لبناء الثقة في استخدام في استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.

ثانيا: النتائج التطبيقية:

–اهتمام متزايد من طرف الوزارة الوصية بالاتصال الداخلي والخارجي، حيث عملوا على استحداث مكتب خاص بالاتصال يتبع لمدير المستشفى مباشرة.

–عمل تطوير وسائل الاتصال الداخلي على ربح الوقت حسب شهادة 97 بالمائة من المستجوبينكما حسن من التنسيق حسب رأي حوالي 90 بالمائة منهم كما خفض الإشاعة داخل المستشفى محل الدراسة بنسبة تقارب 80 بالمائة.

–رغم الأهداف الاتصالية الداخلية بالمستشفى وقيمتها إلا أننا نجد نسبة إدراك موظفي المستشفى لها محدود كون أن ما يفوق 27 بالمائة منهم لا يرون أن للاتصال الداخلي دور مهم.

- الدراسة الثالثة:

تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية "انمو دجا"

تتمثل إشكالية هذه الدراسة في التعرف على استخدام تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها على أداء المؤسسات الإعلامية، بالتركيز على مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية والتي سعت الباحثة فيها للإجابة عن الأسئلة الآتية:

1- ما مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية من وجهة نظر أفراد العينة؟

2- ما مستوى تقييم أفراد عينة الدراسة للأنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية باستخدامتكنولوجياالاتصال؟

3- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقديرات أفراد عينة الدراسة ،وحول مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية وفقا للخصائص الديمغرافية، المتمثلة بالنوع الاجتماعي والعمر، والمؤهل العلمي، والخبرة؟

4- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال على أنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية متمثلا بمجالات (التخطيط والتنظيم، والمتابعة والتقويم واتخاذ القرار، والموارد البشرية، والإنتاجية، وكفاءة الأداء)؟[1]

اعتمدت هذه الدراسة بشكل رئيسي على المنهج الوصفي، وذلك لغرض وصف الخصائص الديمقراطية لأفراد عينة الدراسة في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية ،والوقوف على تقديرات أفراد العينة وتصوراتهم في المؤسسة المذكورة حول مدى استخدامتكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية. كما اعتمدت كذلك على المنهج التحليلي، بهدف تشخيص الفروق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة وحول أداة الدراسة ككل وفقا للخصائص الديمغرافية المتمثلة

[1]-لبنى عبد الله العلاوين، **تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية– مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية " انمودجا"**، رسالة ماجستير، إعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2019، عدد الصفحات 115.

بـ (النوع الاجتماعي، العمر، الخبرة...) وكذلك قياس أثر تكنولوجيا الاتصال على أنشطة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية.

لجأت الباحثة إلىاختيار عينة من كلا الجنسين باستخدام،طريقة العينة الطبقية العشوائية وبشكل تناسبي، بنسبة25% حيث بلغت عينة الدراسة (350) موظفا وموظفة، بواقع(192) موظفا، و(158) موظفة.

وللإجابة عن الأسئلة المطروحة قامت الباحثة بإعداد استمارةاستبيان حيث اشتملت هذه الاستمارة على ثلاثة أجزاء، تناولت في الجزء الأول الخصائص الديمغرافية (النوع الاجتماعي والعمر والمؤهل العلمي، والخبرة، والمسمى الوظيفي)، أما الجزء الثاني فقد تناول مجال استخدام تكنولوجيا الاتصال، تناول الجزء الثالث مجالات وأنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية بواقع (52) فقرة توزعت كالآتي: (7) فقرات تتعلق بمجال التخطيط ،و(7) فقرات تتعلق بمجال التنظيم، و (6) فقرات تتعلق بمجال المتابعة والتقويم، (6)فقرات تتعلق بمجال إتخاد القرار، (8) فقرات تتعلق بمجال الموارد البشرية و(6) فقرات تتعلق بمجال الإنتاجية، و(11) فقرة تتعلق بمجال كفاءة الأداء.

حيث توصلت الباحثة من خلال هذه الأسئلة وبعد تحليلها إلى جملة من النتائج جاءت كالتالي:

– التأثير الإيجابي لاستخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أدى إلى زيادة المقدرة التنافسية للمؤسسات الإعلامية الأردنية على المستوى المحلي والإقليمي.

– استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ساهم في تطوير مجالات أداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية المتمثلة بـ (التخطيط، والتنظيم والمتابعة والتقويم، واتخاذ القرار، والموارد البشرية، والإنتاجية، وكفاءة الأداء).

–استخدامتكنولوجيا الاتصال في مؤسسة الإذاعة والإذاعة والتلفزيون الأردنية ،يساهم بشكل كبير في تطوير مجال اتخاذ القرار بشأن، اختيار البرامج الإعلامية في المؤسسة المذكورة.

– الدراسة الرابعة:

" استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية "– دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشروق GRTG قسنطينة–. [1]

تمثلت إشكالية هذه الدراسة في السعي إلى معرفة أهمية تكنولوجيا الاتصال الحديثة وانعكاساتها على الشركة الوطنية للكهرباء والغاز المعروفة بسونلغاز son gaz ، والاتصال بداخلها، وهذا ما جعل الباحثة تطرح التساؤل الرئيسي الآتي: ما هو واقع الاستخدام الفعلي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة بها؟

والذي ادرج تحت هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية:

1- ماهو ترتيب الوسائل التكنولوجية الاتصالية الأربعة (جهاز الحاسوب، شبكة الإنترانت، شبكة الإنترنت، شبكة الإكسترانت) من ناحية الاستخدام في المؤسسة؟

2- هل تؤثر العوامل الذاتية للمبحوثين على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة؟

3- ما هوأثر هذا الاستخدام على مستوى أداء المؤسسة؟

وانطلاقا من هذه التساؤلات توصلت الباحثة إلى الفروض التالية:

- هناك تباين في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة الأربع (جهازالحاسوب، شبكة الإنترانت، شبكة الأنترنت، شبكة الإكسترانت) في مؤسسة سونلغاز تسير الشرق بحيث:

- يحتل جهاز الحاسوب المرتبة الأولى من ناحية الاستخدام.

- تحتل شبكة الانترانت المرتبة الثانية من ناحية الاستخدام.

1- حورية بوالعويدات، **استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسير** الغاز بالشرق GRTG**شبكة – قسنطينة**، رسالة ماجستيراتصال وعلاقات عامة، جامعة منتوري قسنطينة 2008، عدد الصفحات 261.

-تحتل شبكة الأنترنت المرتبة الثالثة من ناحية الاستخدام.

-تحتل شبكة الاكسترانت المرتبة الأخيرة من ناحية الاستخدام.

2-تؤثر العوامل الذاتية للمبحوثين على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة المدروسة.

-المستوى التعليمي.

-المنصب.

-الاهتمام بمتابعة وسائل الاتصال الجماهرية (صحافة مكتوبة، إذاعة ، تلفزيون).

-الاستفادة من التدريب الحالي.

اعتمدت الباحثة في دراستها هذه على المنهج المسحي ونظرا لكون هذه الدراسة لا تتوقف على وصف مجرد وجمع المعلومات عن طريق التكميم باستخدام الأساليب الإحصائية، لجئت أيضا إلى استخدام "المسح التحليلي " ضمن المنهج المسحي للوصول إلى تفسيرات كيفية تضاف إلى النتائج الكمية.

قد اعتمدت الباحثة على عدة أدوات لجمع البيانات وهي:

1- الملاحظة والتي أفادتها في الاطلاع على بعض المعلومات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الأدوات الأخرى، كالمعلومات المتعلقة بطبيعة الاتصال السائد في المؤسسة، نوعية العلاقات داخل المؤسسة ونوعية العلاقات فيها، التكنولوجيا المستخدمة، كيفيات الاستخدام وظروف الاستخدام.

2- المقابلة، حيث اعتمدت الباحثة هنا على دليل المقابلات والذي احتوى على محورين أساسيين:

❖ **المحور الأول**: خاص بوضعية الاتصال والوسائل المستخدمة والتجديد الذي لحق هذه الأخيرة، وقد تم خاصة مع مسؤول مصلحة العلاقات الخارجية.

❖ **المحور الثاني**: ركز على التكنولوجيا الاتصالية المختلفة واستخداماتها وأدوارها وخدماتها وتأثيرها وقد تم خاصة مع مسير الشبكات الاتصالية.

3- استمارة الاستبيان والتي ضمت ثلاث محاور تجيب عن فرضيات الدراسة وهي:

-المحور الأول: ويتضمن البيانات الشخصية للمبحوثين.

-المحور الثاني: ويجيب عن مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة المدروسة.

-المحور الثالث: يتمثل في أسئلة خاصة بآثاراستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على مستوى أداء المؤسسة المدروسة.

توصلت الباحثة من خلال دراستها هذه إلى النتائج الآتية:

1-نسبة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة قد بلغت 76,81% وهذا راجع لاستخدام للتكنولوجيات الأربع قدكان متباينا بحيث:

- يستخدم جهاز الحاسوب في المرتبة الأولى بنسبة 100% .

- تستخدم شبكة الإنترانت Interanet في المرتبة الثانية بنسبة 91,53% .

- تستخدم شبكة الانترنت Interne في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ78,88%.

- المرتبة الأخيرة من ناحية الاستخدام بنسبة63,15% ويرجع السبب الرئيسي لعدم الاستخدام إلى عدم المعرفة بدور هذه الشبكة.

2-يؤثر المستوى التعليمي للمبحوثين على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث توصلت الباحثة إلى أن نسبة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثةتزداد كلما ارتفع المستوى التعليمي.

3- يؤثر المنصب الذي يشغله المبحوثين على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة حيث توصلت من خلال التحليل إلىأن نسبة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث توصلت من خلال التحليل إلى أن نسبة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة تزداد بارتفاع الرتبة الوظيفية.

4- تؤثر استفادة المبحوثين من التدريب الحالي على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث توصلنا إلى أن الذين يستفيدون من التدريب الحالي أثر استخدامها لتكنولوجيا الاتصال الحديثة من الذين لا يستفيدونمن ذلك.

– الدراسة الخامسة:

" التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال الاستخدامات والاشباعات (دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في وسائل الإعلام الجزائرية)[1]

تتحدد إشكالية هذه الدراسة في محاولة الكشف عن دوافع استخدام الصحفي الجزائري لمصادر المعلومات الإلكترونية، من خلال طرح الباحث للأسئلة الآتية للوصول من خلالها إلى إجابات عن طريق الدراسة الاستكشافية وهي:

1- هل يؤثر متغير السن لدى الصحفييناالجزائريين في استخدام الانترنيت؟

2- هل يختلف استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية، باختلاف الوسيلة الإعلامية التي ينتمي إليها الصحفي؟

3- ماهي دوافع استخدام الصحفيين الجزائريين لمصادر المعلومات الإلكترونية؟

4- ما نوع الرضا المحقق لدى الصحفي الجزائري من خلال استخدامه لمصادر المعلومات الإلكترونية؟

[1]- نور الدين هادف، **التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصالالاستخداماتوالإشباعات (دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في وسائل الإعلام الجزائرية)** رسالة ماجستير، إعلام واتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر،2008، عدد ص 257

5- هل يتحقق نوع من الإشباع لدى الصحفي الجزائري من خلالاستخدام لمصادر المعلومات الإلكترونية؟

ونظرا لطبيعة الموضوع قام الباحث باستخدام منهجين وذلك للإلمام بكل جوانب الدراسة وهما:

1- **المنهج التاريخي**: والذي يعتمد في الدراسة الظواهر العلمية على تاريخ الظاهرة للإحاطة بجميع جوانبها، حيث استعان به الباحث في الجانب النظري من خلال دراسة التطورات التاريخية التي مرت بها مصادر المعلومات، إضافة إلى الفصل الخاص بتطور وسائل الإعلام الجزائرية منذ الاستقلال.

2- **المنهج المسحي**: حيث استطاع الباحث من خلاله الوصول إلى كشف البيانات والمعلومات الخاصة بالصحفيين الجزائريين ومعرفة دوافع استخدامهم لمصادر المعلومات الإلكترونية، و الإشباعات المحققة لديهم.

وكأدوات لجمع البيانات اعتمد على استمارةالاستبيان، كأداة رئيسية التي ضمت 17 سؤالا موجه لمجتمع البحث تنوعت بين أسئلة مغلقة، بسيطة، أسئلة مغلقة اختيارية، أسئلة متعددة الاختيارات...

وكأدوات مساعدة هناك: الملاحظة فقد قام باستخدام الملاحظة بدون مشاركة وذلك من أجل معرفة استخدامات الصحفيين الجزائريين لمصادر المعلومات الإلكترونية وتعاملهم معا، وأيضا المقابلة: والتي هدف الباحث من خلالها إلى الحصول على إجابات رؤساء التحرير أو رؤساء الأقسام من أجل الوقوف على أهم التطورات التي تعرفها ظاهرة استخدام المعلومات.

وتتمثل العينة المختارة في هذه الدراسة في (03) وسائل إعلامية، حيث قام بتوزيع 220 استمارة على الصحفيين الجزائريين على النحو التالي:

- التلفزيون الجزائري: 30 استمارةواسترجع 28 استمارة.

- الإذاعة الوطنية (العمومية): 70 استمارةواسترجع 62 استمارة

الصحافة المكتوبة (الخاصة): 90 استمارة واسترجع 72 استمارة.

ليتوصل الباحث في الأخير إلى جملة من الاستنتاجات وهي:

1- يعتبر الحاسب الآلي أو الكمبيوتر أهم مصدر معلومات إلكتروني لأنه المصدر الأهم الذي يمكن المستعملين من استخدام المصادرة الأخرى باختلاف أنواعها.

2- تمثل الصحف الإلكترونية ،أهم وأصدق مصدر معلومات إلكتروني وهذا لكونها معروفة المصادر والجهات التي تقوم بإصدارها عكس المصادر الأخرى.

3- تعتبر خدمة البريد الإلكتروني، مصدر إلكترونيا رائدا بفضل الخدمات التفاعلية التي يتيحها لصحفيين، كمحادثة المباشرة والمشاركة في المؤتمرات والملتقيات الدولية.

4- استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية من طرف الصحفيينالجزائريين يرتفع لدى الفئات العمرية الشابة، أكثر من عند الصحفيين كبار السن.

5-لا يزال الصحفيون الجزائريون يعتمدون على مصادر المعلومات التقليدية كالعمل الميداني وبرقيات وكالة الأنباء، نظرا للارتباط وسائل الإعلام الوطنية بالأحداث الوطنية أكثر من الأحداث الدولية.

6- يمثل الدافع المهني عنصر أساسيا في إقبال الصحفي الجزائري على استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية، ما يؤكد ارتباطالصحفيين بمهنتهم الصحفية كما يرتبط هذا الدافع بالمكان الأكثر تفضيلا للدخول على الأنترنيت حيث جاء مكان العمل في المرتبة الأولى.

– الدراسة السادسة:

" دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي بالمؤسسة – دراسة حالة اتصالات الجزائر، المديرية العملياتيةللاتصالات – البويرة –"[1].

جاءت إشكالية هذه الدراسة منطوية تحت التساؤل الرئيسي كالآتي: كيف يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تساهم في تحسين الاتصال الداخلي بالمؤسسة؟

وتنبثق من هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

- ما لمقصود بتكنولوجيا المعلومات والاتصال؟
- ماهي أهم أبعادها ومرتكزاتها؟
- هل يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تساهم وتؤدي دور مهم في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسة؟
- ما واقعالاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر " فرع البويرة ".

اعتمدتا الباحثتان في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وكذلك منهج دراسة حالة – دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر " فرع البويرة "-.

وفيما يخص أدوات البحث والدراسة، فقد اعتمدتا في الجزء النظري من هذا البحث على المسح المكتبي لمجموعة المراجع المتنوعة ما بين الكتب والرسائل...، أما أدوات الدراسة الميدانية، فقد تم الاعتماد على أدوات جمع البيانات وتتمثل في: الاستبيان الذي يضم ست محاور: محور البيانات الشخصية، المحور الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة، المحور الثالث (وسائل وطرق الاتصال)، المحور الرابع (الشبكات)، المحور الخامس (التدريب على وسائل الاتصال)، المحور السادس (ما هو المتوقع من استخدام الوسائل الحديثة للإعلام والاتصال).

بالإضافة إلى الملاحظة وكذلك المقابلة كأدوات مساعدة.

[1]- بوعلي فريدة، فضيل حكيمة، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي بالمؤسسة**- دراسة حالة اتصالات الجزائر المديرية العماليتية للاتصالات البويرة- مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، اقتصاديات المالية والبنوك، جامعة البويرة، 2014، عدد ص 175.

وقد تم من خلال أسئلة الاستبيان المطروحة على المبحوثين الوصول إلى جملة من النتائج تمثلت فيمايلي:

- من خصوصية الاتصال الداخلي تحسين صورة المؤسسة والمساهمة في الاتصال الداخلي لزيادة فعالية أفراد المؤسسة، إلى جانب التأثير بنوع ومدى استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- من متطلبات فعالية الاتصال الداخلي استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتطورةبالإضافة إلى توفير تدريب متخصص للموظفين للتعامل مع هذه الوسائل المتطورة.
- من الضروري حماية وأمن الشبكات ودورها لبناء الثقة في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- ساهمت الوسائل الحديثة للإعلام والاتصال في تحسين سير العمل في المؤسسة وتغيير سلوك الأفراد، والمساعدة في المشاركة في اتخاذ القرارات بشكل غير مباشر، فأصبح هناك نوع من ضبط الموظفين، خاصة لو كان هناك تحاليل، وذلك عن طريق تدعيم المتابعة والمراقبة مما أدى لزيادة المردودية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بعد أن استعرضنا بعض الدراسات السابقة، ذات العلاقة بموضوع الدراسة،سنحاولتسليط الضوء على نقاط التشابه والاختلاف، وأوجه الإستفادة منها.

❖ أفادت الدراسات السابقة بحثنا في الكثير من النواحي وخاصة فيما يلي:

1- تعميق مشكلة الدراسة والتمكين من تحقيق الأهداف بدقة، فمن خلال مراجعتنا للدراسات السابقة تمكنا من تحديد النقاط التي يمكن تناولها والتركيز عليها وكيفية صياغة تساؤلات الدراسة بشكل جيد، وهذا ما مكننا من تحديد الخطوات المنهجية العلمية المناسبة لموضوع الدراسة.

2- الاستفادة من الدراسات السابقة في بناء متغيرات الدراسة القائمة حاليا.

3- الاستفادة منها في تحديد وبناء الإجراءات المنهجية مثل: مجتمع البحث، العينة: نوعية الدراسة: المنهج، الأساليب، الأدوات.

4- تحديد الإطار النظري من خلال مساعدتنا في ضبط خطة البحث وهذا فيما يخص متغيري الدراسة (تكنولوجيا الاتصال الحديثة و الاتصال الداخلي).

5- ساعدتنا الدراسة السابقة على تصميم استمارةالاستبيان من خلال ضبط المحاور وكذلك التساؤلات.

وتجدر الإشارة إلى أن دراستنا هذه قد اختلفت عن الدراسات السابقة في:

- كونها سعت إلى معرفة دور وسائلا الاتصال الحديثة في زيادة فاعلية الاتصال الداخلي في المؤسسة الخدماتية
- لم نركز على الجانب الإيجابي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة فقط، بل تطرقنا أيضا إلى سلبياتها المحتملة على الموظفين وكذا المؤسسة.
- تخصصنا بدراسة الوكالات التجارية بدل الإدارة المركزية لمؤسسة اتصالات الجزائر على عكس الدراسات السابقة التي لم نجد منها أي دراسة أجريت بالوكالات التجارية.

- اعتمدنا على إجراء حصر شامل لكافة الموظفين لتلك الوكالات التجارية، ولم نعتمد على طريقة المعاينة وهذا ما يعطي لكل موظفي الوكالات فرصة للتعبير عن آرائهم حول استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وانعكاساتها على الاتصال الداخلي بها.

1-2 الإجراءات المنهجية لدراسة:

1-2-1 منهج الدراسة وأدواته:

1-2-1-1 المنهج:

أ- لغة: يقصد بالمنهج الطريق أو المسلك وقد بينه القرآن الكريم في سورة المائدة الآية (48) في قوله سبحانه وتعالى " لكل جعلنا منكم شرعة ومنهجا"

ب- اصطلاحا: عرف عدة معاني ومفاهيم متنوعة ولكي نصل إلى تعريف دقيق وواضح بشأن المنهج يجدر بنا أن نعرج -ولو بصورة وجيزة- للتطور التكنولوجي لمصطلح "منهج" عبر العصور، ففي العهد الإغريقي يرجع أول استعمال لمصطلح " منهج" -المترجم من مصطلح « Méthode » الفرنسية واليونانية- إلى أفلاطون (plato)ويقصد به البحث أو العرفة المكتبة من تعامل الإنسان مع واقعه، أما ارسطو فد عرف المنهج بأنه البحث نفسه.[1]

المنهج يعني مجموعة من القواعد التي يتم وضعا بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم "إنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاشتقاق الحقيقة ،وهو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة من أجل الكشف عن الحقيقة حيث نكون بها جاهلين و إما من أجل البرهنة عليها للأخرين حيث نكون بها عارفين.[2]

---

[1]- جندل عبد الناصر، **تقنيات ومناهج البحث في العلوم السياسية والاجتماعية**، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2007، ص 12.

[2]- بوحوش عمار و الذنيبات محمد محمود، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، ط6، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2011، ص99

عرفه عبد الرحمن بدوي بقول "إن منهج البحث العلمي يعني الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل، وتحديد عمليات حتى يصل إلى نتيجة معلومة.[1]

_ وبما أن دراستنا هذه تتمحور حول " دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر" فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية الشائعة في بحوث الاتصال، والتي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة، من خلال تحديد ظروفا وأبعادها والعلاقة بين متغيراتها بهدف الإنهاء إلى وصف علمي ودقيق ومتكامل للظاهرة، لذا وجدنا أن المنهج الوصفي هو الأنسب لدراستنا هذه والذي يعرف على أنه :

طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منتظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية ومشكلة أو سكان معنين أوطريق لوصف الظاهرة المدروسة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.[2]

كما يعرف على أنه طريقة منتظمة لدراسة حقائق راهنة، متعلقة بظاهرة أوموقف أو أفراد أو أحداث أو أوضاع معينة بهدف إكتاف حقائق جديدة أو التحقيق من صحة حقائق قديمة، وأثارها، والعلاقات التي تتصل بها، وتغيرها وكشف الجواب التي تحكمها.[3]كما يعرف على أنه مجموعة من الأدوات الكمية والكيفية التي تساعد الباحث على وصف وتحديد خصائص ظاهرةاجتماعية معينة وتحديد طبيعة العلاقات بين متغيرات عناصرها تحديدا كميا وكيفا والوصول في نهاية المطاف إلى التعليمات.[4]

[1]- فيروز رزيقة وأخرون، **منهجية البحث الإجتماعي**،د-ط، الجزائر، منشورات مكتبة إقرأ، 2007، ص 58.

[2]- محمد مبارك محمد الصاوي، **منهجية البحث العلمي –أسس وطريقة كتابته**، د-ط، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1992، ص30

[3]- سلاطنة بلقاسم وحسان الجيلاني، **مدخل لمناهج البحوث الاجتماعية**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2014، ص 141.

[4]- عمر مصباح، **منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام**، الطبعة2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010،ص 87.

فهو المنهج الذي يقوم على دراسة وتحليل وتفسير الظاهرة بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل لها، فهو يشمل على عدد من المناهج الفرعية والأساليب المساعدة، كأن يعتمد على دراسة الحالة أو الدراسة الميدانية أو التاريخية أو المسوح الاجتماعية.[1]

1-2-1-2: أدوات الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا هذه على استمارةالاستبيان كأداة رئيسة والمقابلة كأداة مساعدة في جمع البيانات اللازمة من أجل تحليلها والوصول إلى إجابات عن الأسئلة المطروحة في إشكالية بحثنا هذا ويعرف الاستبيان على أنه:

2-1-2-1استمارة الاستبيان:

– لغة: كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر، بمعنى أوضحه وعرفه والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف بالأمر.

– اصطلاحا:هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعة، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة.[2]

كما يعرف محمد عبد الحميد الاستمارة على أنها أسلوب لجمع البيانات تستهدف استمارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة تقدم حقائق وأراء.[3]وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة

بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقدير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.[4]

---

[1]– خالد حامد، **منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية**، ط2، جسور للنشر والتوزيع، 2012، ص 47.

[2]– بن مرسلي أحمد، **مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام والاتصال**، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص 202.

[3]– محمد عبد الحميد، **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام**،د–ط، مصر، عالم الكتاب،1993 ، ص 183

[4]– محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكر، ص 183.

وتعتبر أيضا إحدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من أجل الحصول على البيانات أو المعلومات التي تتعلق بأحوال الناس أو بميولهم واتجاهاتهم ودوافعهم أو معتقداتهم والتي تتضمن مجموعة من الاسئلة أو الجمل الخبرية.[1]

فهي توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف، ويتم تنفيذ الاستمارة عن طريق المقابلة الشخصية أو أن ترسل إلى المحوثين عن طريق البريد.

فهي مجموعة من الأسئلة بعضها مفتوح: مثل ماهو مستواك التعليمي؟ وبعضها مغلق وبغضها الأخر أسئلة تصنيفية مفتوحة، وتستخدم الاستمارة لجمع البيانات الميدانية التي تعسر جمعا عن طريق أدوات جمع البيانات الأخرى.؟[2]

وقد لا يجد الباحث في نفسه الخبرة الكافية لتصميم الاستبيان ولذا يستوجب عليه الاستعانةبآراء الخبرة ، وأن يقوم بمراجعة الأسئلة وتدقيقها لإزالة غموض أو إبهام في صياغتها اللغوية وأسلوبها بحيث تتلاءم مع الهدف الذي وضع الاستبيان من أجله.[3]

وقد تحرصنا على إعداد استمارة استبيان ومحاولة ضبط أسئلتها بطريقة تجعلهاتمس كافة جوانب الموضوع المدروس وتغطية كل مؤشرات التساؤلات في الدراسة وقد تضمنت 26سؤال،ومن ناحية المضمون فقد تنوعت الأسئلة بين: أسئلة الحقائق: وذلك للتعرف على سمات أفراد العينة مثل: الجنس، العمر،...إلخ. أسئلة الرأي: لمعرفة آراء المبحوثين حول دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر .أسئلة السلوك: لمعرفة سلوك الأفراد نحو هذه التكنولوجيا مثل طريقة الاستخدام، نوع التأثير و الإشباعات المحققة من استخدامها.

و بناءا على ما سبق ذكره فقد قسمت الاستمارة إلى 3 محاور كمايلي:

---

[1]- عزت عطوي جودت، **أساليب البحث العلمي– مفاهيمه، أدواته،طرق الاحصائية–**، الطبعة4، الأردن، دار الثقافة،2011، ص 99

[2]- رشيد زرواتي، **منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية (أسس علمية وتدريبات)**، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2004، ص

[3]- كمال محمد المغربي، **أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية**، ط1، الأردن، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009،ص 135.

- **المحور الأول**:ويضم أربع أسئلة متعلقة بالبيانات الشخصية.
- **المحور الثاني**: ويضم اثنى عشر سؤالا متعلق باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمؤسسة اتصالات الجزائر و الإشباعات المحققة.
- **المحور الثالث**: يضم إحدى عشرة سؤالا متعلق بتقييم تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر.

1-2-2-2-المقـــــــابلة:

يمثل أسلوب المقابلة التبادل اللفظي وجها لوجه بين المقابل(Intreviewer) والمستجوب وذلك للحصول على المعلومات أو الآراء تعبر عن الاتجاهات ووجهات النظر الخاصة بالسائل التي تشغل بال الرأي العام[1].

وتعد المقابلة إحدى أدوات البحث العلمي التي تجمع بين طرفين هما الباحث وشخص، أو أكثر، من أفراد عينة البحث، اجتماعا فرديا أو جماعيا ، يتمثل دور الباحث فيها بإعداد أسئلة المقابلة إعدادا جيدا، وطرحها بطريقة جيدة على الفرد أو الشخص المعني، ويقوم هذا الشخص بتقديم إجابات عن هذه الأسئلة شفويا، ويقوم الباحث بتدوينها ثم تصنيفها ثم تحليلها[2].

كما أن المقابلة interview أداة بحثية أساسية وهي وسيلة يستعين بها الباحث في جمع المعلومات الميدانية من المبحوثين. وهي تعكس نمطا تفاعليا بين شخصين أو أكثر[3].

ويجب أن يكون للمقابلة هدف محدد، لا أن تكون غير منظمة، أو إبراء مشاهدات ليس لها بداية أو نهاية. لهذا تقع على الباحث الذي يجري المقابلة ثلاثة واجبات رئيسية[4]:

---

[1]أحمد بدر، **مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي**، د ط، مصر، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998، ص 184.

[2]وائل عبد الرحمن التل ،عيسى محمد قحل، **البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية**، ط2، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2007، ص73.

[3]فادية عمر الجولاني، **تصميم البحوث الاجتماعية وتنفيذها**، دط، مصر، المكتبة المصرية، 2006،ص189

[4]فوزي غرايبة وآخرون، **أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية**، ط3، عمان، دار وائل، 2002، ص71.

أولا: أن يخبر المستجيب عن طبيعة البحث وعن ضرورة تعاونه مع الباحث.

ثانيا: أن يحفز المستجيب على التعاون معه.

ثالثا: أن يحصل على المعلومات والبيانات التي يرغب فيها. ولهذا عليه أن يحصل على المستندات والتقارير الإحصائية وتحديد مصادر البيانات التي لم يحصل عليها.

وإذا أخدنا هذه الأمور بالاعتبار، فإننا نستطيع أن نلخص مزايا المقابلة في النقاط التالية:

- إنها أفضل وسيلة لاختيار وتقويم الصفات الشخصية.
- إنها ذات فائدة كبرى في تشخيص ومعالجة المشاكل الإنسانية وخاصة العاطفية منها.
- إنها ذات فائدة كبرى في الاستشارات.
- إنها تزود الباحث بمعلومات إضافية كتدعيم للمعلومات التي حصل عليها بواسطة وسائل أخرى من وسائل جمع المعلومات.
- قد يستعملها الباحث مع وسيلة الملاحظة للتأكد من صحة البيانات التي حصل عليها بواسطة الاستبيان.
- تكاد تكون المقابلة الوسيلة الوحيدة لجمع البيانات في المجتمعات الأمية.
- نسبة المردود عالية عند مقارنتها بالاستبيان.

وقد استعملنا المقابلة في بحثنا هذا كأداة مساعدة لجمع المعلومات والبيانات عن المكان الذي سوف نجري به دراستنا الميدانية والمتمثلة في الوكالات التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر، وقد استعملنا في بحثنا هذا المقابلة غير المقننة وهي مرنة في طبيعتها وليس هناك من قيود على إجابات المستجيب، وأنه يمكن تعديل الأسئلة بحيث تتناسب مع الموقف أو ظروف المفحوصين. فهي تعطي المفحوص نوع من

الارتياح و الاطمئنان، أثناء المقابلة كما أنها تساعد على كشف ما لدى الفرد من مميزات واتجاهات وميول وآراء ولكنها تعجز عن مقارنة الأفراد بعضهم ببعض وأنها تتيح للفرد فرصة إخفاء عيوبه[1].

وتعرف كذلك على أنها تلك المقابلة التي لا تحدد أسئلتها أو فئات الاستجابات لهذه الأسئلة تحديدا سابقا، وقد استخدم هذا النوع من القابلة في البحوث الأنثروبولوجيا والفحوص الإكلينيكية السيكولوجية، ثم استخدم في مجال البحوث الاجتماعية، ويتميز هذا النوع بالمرونة الكافية التي تسمح للقائم بالمقابلة بالتعمق في الحصول على المعلومات المتعلقة بالمبحوث والموقف المحيط له[2].

وفيها لا يضع الباحث أسئلة المحاور، إذ لا يقيد الحديث، ولكن فقط يحدد محاور الحديث عن الموضوع، فهناك مواضيع لا يستطيع الباحث حصر أبعادها، ولذلك يترك الحديث مفتوحا، وبالتالي فهو بحاجة إلى المقابلة الغير مقننة[3].

وقد قمنا بطرح جملة من الأسئلة خلال زيارتنا لتلك الوكالات على كل من:

- ابتسام شبة مديرة الوكالة التجارية لجيجل.
- -جمال بن عمر رئيس مصلحة المبيعات بوكالة الطاهير.
- عبد الوحيد بوقلمون رئيس مصلحة المبيعات بوكالة الميلية.
- سمير مقيدس رئيس مصلحة المبيعات بوكالة باب الصور.

1-2-2 مجتمع الدراسة وعينته:

وهي مجموعة من وحدات المعاينة التي تخضع للدراسة التحليلية -أو الميدانية- ويجب أن تكون متمثلة تمثيلا صادقا ومتكافئا مع المجتمع الأصلي، ويمكن تعميم نتائجها عليه.[4]

---

[1] كمال محمد المغربي، **أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية**، ط4، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011، ص128.

[2] جمال معتوق، **منهجية العلوم الاجتماعية والبحث الاجتماعي**، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2012، ص172.

[3] رشيد زرواتي،**منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية(أسس علمية وتدريبات)**، دط، الجزائر، دار الكتاب الحديث، 2004، ص144.

[4] - سمير محمد حسين، **دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام**، ط3، القاهرة، عالم الكتاب، 1999، ص 193.

ونظرا لصغرحجم مجتمع بحثنا، و المتكون من كافة الموظفين الإداريين بالوكالات التجارية بمؤسسة اتصالات الجزائر و الذين يستخدمون وسائل اتصالية حديثة في عملهم، لجأنا لاستعمال المسح الشامل أو الحصر الشامل ، ويتم من خلال دراسة كافة مفردات مجتمع الدراسة، كالقيام بدراسة موضوع معين حول طلاب الجامعة، من خلال إحدى وسائل جمع المعلومات كالاستبانة، الملاحظة أو المقابلة أو غيرها من وسائل جمع البيانات.[1]

ودراستنا هذه هدفت إلى معرفة دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بالوكالات التجارية بمؤسسة اتصالات الجزائر، وقد بلغ مجتمع بحثنا هذا 62 مبحوثا، موزعين على 4 وكالات تجارية بتعداد:

16 موظفا بوكالة الطاهير، 16 موظفا بوكالة جيجل(1) باب الصور، 15 بوكالة جيجل (2) شارع الإخوة بوالشعير، 15 بوكالة الميلية، غير أنه وخلال توزيع الاستمارات بهذه الأخيرة وجدنا موظفين في عطلة، ما قلص عدد مفردات عينة البحث بالوكالة المذكورة إلى 13 مبحوثا، هذا ما جعل العدد الإجمالي لمجتمع الدراسة متكوننا من 60 مبحوثا، كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (01): يوضح توزيع مفردات البحث حسب الوكالات التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية جيجل.

الوكالات التجارية	العدد
وكالة الطاهير	16

[1]– منال هلال مزاهرة، **بحوث الإعلام الأسس والمبادئ**، ط 1، الأردن، كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2010، ص 141.

وكالة جيجل (باب الصور)	16
وكالة الميلية	13
وكالة جيجل (شارع الإخوة بوالشعير)	15
المجموع	60

مجالات الدراسة:

وقد شملت المجالات التالية:

❖ **المجالالزماني:**

انطلقت هذه الدراسة مع نهاية سنة 2016 أي في شهر ديسمبر، حيث شرعنا في الدراسة المنهجية والنظرية واستمر العمل عليها إلى غاية نهاية شهر فيفري 2017 ، لننتقل إلى الدراسة الميدانية.

أين قمنا بزيارة الإدارة المركزية لمؤسسة اتصالات الجزائر يوم 23 فيفري من أجل أخد الموافقة، لنقوم بعد ذلك بزيارات الوكالات التجارية التابعة لها في مختلف الدوائر وكانت كالآتي:

زيارة مقر الوكالة التجارية بشارع الإخوة بوالشعير بجيجل يوم 27 فيفري، و28 فيفري كانت لوكالة باب الصور، لنقوم في اليوم الثاني أي 01 مارس بزيارة وكالة الطاهير، أما وكالة الميلية فكانت الزيارة يوم 5 مارس، هذا كله، من أجل إجراء مقابلات للحصول على معلومات حول المؤسسة، أما الأسبوع الثاني فقد كان مخصص للاستمارة أين قمنا بعرضها على الأساتذة من أجل تحكيمها، وبعدها تم الموافقة عليها من طرف الأستاذة المشرفة ليتم توزيعها خلال الأسبوع الثالث والأخير من شهر مارس، أما بداية أفريل كانت لتفريغ البيانات وتحليلها، ليتم تسليم هذا البحث نهاية شهر ماي 2017.

❖ **المجال البشري:**

ويتمثل في كافة الموظفين الذين يعملون في الوكالات التجارية الأربعة بمؤسسة اتصالات الجزائر، المستخدمينلوسائل الاتصال الحديثة في نشاطاتهم داخل المؤسسة.

❖ **المجال المكاني:**

ويقصد به المكان الذي تحدث فيه الدراسة، وبما أن موضوعنا يتناول دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي في مؤسسة اتصالات الجزائر – دراسة ميدانية بالوكالات التجارية بجيجل –.

وبناءا على هذا تم تحديد مكان الدراسة على مستوى الوكالات التجارية للمؤسسة بولاية جيجل في كل من الميلية والطاهير وجيجل، وتعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر "مؤسسة خدماتية" اتصالية تنشط في مجال اتصالات سلكية ولاسلكية بالنسبة للهواتف الذكية والأنترنت والأنترانت...

وقد أجرينا دراستنا هذه في الوكالات التجارية الأربعة التابعة للإدارة المركزية بجيجل المتمثلة فيمايلي:

وكالة ببلدية الميلية، وكالة ببلدية الطاهير، وكالتين ببلدية جيجل.

–الوكالتين التجاريتين بلدية جيجل:[1]

– الوكالة 1:

[1]- مقابلة أجريت مع رئيس مصلحة المبيعات، السيد سمير مقيدس، بوكالة باب الصور، يوم 22 فيفري 2017.

تقع بشارع الصومام بباب الصور، هي تبعد عن مركز البلدية بـ: 1 كلم، يحدها من الشرق الإدارة المركزية لمؤسسة لاتصالات الجزائر، ومن الغرب وحدات سكانية تابعة للخواص، من الشمال طريق بلدي، أما من الجنوب محكمة لولاية جيجل.

-الوكالة 2:

تقع في شارع الإخوة بوالشعير في ولاية جيجل، يحدها من الشمال الملحق البلدي الإداري ومن الجنوب مكتب البريد، ومن الشرق طريق عام، ومن الجنوب حي سكني.[1]

- الوكالة 3:

تقع في الطاهير، بالتحديد بمنطقة ولاد سويسي التي تبعد عن البلدية بـ: 2 كلم وعن الولاية بـ 18 كلم، يحدها من الشرق طريق عام ،غربا بريد الجزائر ،شمالا قطعة أرضية ملك للدولة ،جنوبا محلات تجارية. [2]

- الوكالة 4:

تقع بالميلية التي تبعد عن ولاية جيجل بـ: 56 كلم، يحدها من الشرق بريد الجزائر وغربا مطبعة بكيري، وشمالا الوكالة العقارية، وجنوبا الطريق الرئيسي.[3]

مهام الوكالات التجارية:

تسعى الوكالات التجارية بمؤسسة اتصالات الجزائر إلى:

[1]- مقابلة أجريت مع مديرة الوكالة التجارية بجيجل، السيدة شبة ابتسام، يوم 28 فيفري 2017.

[2]- مقابلة أجريت مع رئيس مصلحة المبيعات، السيد جمال بن عمر، الوكالة التجارية بالطاهير، يوم 01 مارس 2017.

[3]- مقابلة أجريت مع رئيس مصلحة المبيعات، السيد عبد الوحيد بوقلمون، الوكالة تجارية بالميلية، يوم 02 مارس 2017.

- الجودة، و الفعالية ونوعية الخدمات ثلاث أهداف أساسية يعتمد عليها الموظفين في الوكالات التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر.
- تطوير وتسيير الشبكات المتعددة مع مختلف المتعاملين في مجال الاتصالات.
- ضمان الحق في الاتصال للجميع دون استثناء من خلال عروض الخدمات في الهاتف وتسهيل عملية الوصول إلى مختلف خدمات الاتصال لأكبر عدد ممكن من الزبائن والمستهلكين وخاصة المناطق المعزولة.
- فالوكالة التجارية تابعة للقسم التجاري بالمديرية العملاتية (الإدارة المركزية لمؤسسة اتصالات الجزائر) أنشأت بهدف التقرب من المواطن وإيصال منتوج الشركة لكل مناطق الولاية وخاصة منها المعزولة والقيام بمختلف العمليات التجارية من فوترة وبيع ...إلخ.
- كما تهتم بتقديم مختلف العروض والبحث عن مشتركين جدد والاتصال مباشرة بالزبون لتقديم مختلف الخدمات، وتهيئة الأجهزة مثل " مودام " وكذلك العمل على اصلاح كافة التعطيلات فيما يخص الاتصالات.[1]

1-3 المدخلالنظرية:

تستند دراستنا هذه إلى إحدى أشهر النظريات الإعلامية استخداما ألا وهي نظرية الاستخدامات والإشباعات، وفيمايلي نتطرق إلى مفهومها ونشأتها ومراحل تطورها، عناصرها، وافتراضاتها، أهدفها والانتقادات التي وجهت إليها:

1-3-1 الخلفية المعرفية لنظرية الاستخدامات والإشباعات: إن نظرية الاستخدامات الاشباعات في الاصطلاح الإعلامي محل اختلاف بين الباحثين وتعني النظرية باختصار: تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.

[1]- مقابلة أجريت مع رئيس مصلحة المبيعات، السيد جمال بن عمر، وكالة الطاهير، يوم 1 مارس 2017.

تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات من بين النظريات الإعلامية المتعلقة بالجمهور حيث ترتبط بالجمهور المستخدم للمواد الإعلامية، وتقوم على أساس أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام بسب دوافع نفسة واجتماعية، وتفترض هذه النظرية أن الجمهور يستخدم الإعلام لإشباع حاجات كامنة لديه وأن دور وسائل الإعلام ينحصر فقط في تلبية تلك الحاجات والرغبات.

1-3-2 مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات:

انطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.[1]

- تهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة.[2]

- انطلق مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات من خلال أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديه وأن دور وسائل الإعلام هو تلبية الحاجات فقط.[3]

-تعرف نظرية الاستخدامات والإشباعات بأنها دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون لدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة، وبحكم هذا التعريف يتضح أن الجمهور يتعرض لوسائل الإعلام ليس بحكم أنها متاحة فقط، وإنما لأنه يهدف الإشباعات معينة يشعر بأنه بحاجة إليها، ويمكن تحقيقها عن طريق التعرض لهذه الوسائل، وتقتضي بأن تحديد ماهية شيء ما لا بد أن يتم خلال استخدامه، وبذلك يمكن تحديد مدى إسهام وسائل الإعلام الجماهرية بالنسبة للمجتمع خلال تحديد كيفية استخدامالجمهور لهذه الوسائل.[4]

1-3-3 أصول ونشأة نظرية الاستخدامات والإشباعات:

[1]- بسام عبد الرحمان المشاقبة، **نظرية الإعلام**، د-ط، الأردن، دار أسامة، 2011، ص84.

[2]- حسن عماد مكاوي، **نظريات الإعلام**، د-ط، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع،2009، ص 156.

[3]- محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، د-ط، القارة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، 1977، ص 262.

[2]-مرزوق عبد الحكيم العادلي، **الإعلانات الصحفية دراسة الاستخدامات والإشباعات**، د-ط، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، صص 109-110.

يرجع الاهتمامبالإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيري إلى بداية بحوث الاتصال الجماهيري بالرغم من أن هذه البحوث اهتمت في الأصل بدراسة التأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام ومن المنظور التاريخي نجد أن بحوث هذه النظرية قد بدأت تحت مسميات أخرى من بداية الأربعينات وفي مجالات قليلة من علم الاجتماع التي تتعلق بالاتصال الجماهيري التجريبي على دراسة مضمون وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري" كاتنر"، ومن هذا المنطلق نجد أن بدايات البحوث الأولى لهذ النظرية قد صاغت تصنيفات استخدام الراديو، الصحف، حيث افترضت عالمة الاتصال "هيرتاهيرتزوغ" وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج المسابقات وهي:[1]

- تنافسية.

-تربوية.

-تقدير ذاتي.

- رياضة.

- إشباعات مستمعي المسلسلات في الراديو دراسة في التحرر في التفكير المني على الرغبة والنصح.

من ناحية ثانية استنتج الباحث "ستثمان" دوافع الاهتمامبالاستماعللموسيقى الحادة والراديو ولازار سفيلد وهولفد فيسك عن تطور الطفل بالفاكهة بينما لاحظ بيرسوناستخدامات عديدة للصحفية من أجل الأخبار وتفسير الشؤون العامة، وكأداة من أدوات الحياة، الاعتباروالاتصالالاجتماعي.[2]

1-3-4 مراحل تطور بحوث نظرية الاستخدامات والإشباعات:

[1]- بسام عبد الرحمان الشابقة، مرجع سبق ذكره، ص84.

[2]- المرجع السابق، ص85

أ- المرحلة الأولى: كانت في الأربعينات والمرحلة الثانية امتدت حتى الستينات إلى أن جاءت التسعينات حيث شهدت بحوث الاستخدامات و الإشباعات تطورات جديدة شكلت المرحلة الثانية، تمتد المرحلة الأولى خلال الأربعينات من خلال دراسات "لازار سفيلد"، "ستانتون" وأعقبتها دراسات " هيرزوغ" حول البرامج الهزلية ودوافع الاستماع إلى الراديو والدراما الاجتماعية عام 1944 حيث توصلت الدراسة إلى تحديد مجموعة من الإشباعات مثل: التعويض، وتحقيق الرغبات، والحصول على النصيحة، وأيضا دراسات " ساشمان" حول دوافع الاستماع للموسيقى الجادة.

في الراديو عام 1949 حول نمو اهتمام الأطفال بالمواد الهزلية و دراسات " بيرلسون" حول أسباب قراءة الصف عام 1949، وقد توصل بيرلسون لمجموعة من الإشباعات تتحقق من قراءة الصحف وهي الحصول على المعلومات، والحصول على المكانة الاجتماعية والهروب من الروتين اليومي، وأيضا القراءة كوسيلة للتفاعل الاجتماعي، ولقد اعتمدت تلك الدراسة الرائدة في مجال الاستخدامات والإشباعات على توجيه الأسئلة المفتوحة للمبحوثين ولم تحاول التعرف على العلاقات النفسية والاجتماعية، ودوافع التعرض لوسائل الإعلام والتفريق بينهما.

ب- المرحلة الثانية:

امتدت هذه المرحلة طول عقدالخمسينات والستينيات، وقد تم الاهتمام في هذه الإشباعاتبالمتغيرات النفسية والاجتماعية باعتبارأندور مؤثرا في الاستخداماتو الإشباعات ومن أبرز هذه الدراسات دراسة (شرام لايل، باركر) حول تأثير استخدامات الأطفال للتلفزيون في مناح عديدة منها: المقدرة الذهنية، والعلاقات بالأقران، والرغبة في التسلية، والرغبة في محاكاة الكبار، وكذلك دراسة " ونيتروب" حول استخدام المراهقين للراديو، وتوصلت الدراسة إلى العديد من الإشباعات مثل: تمضية الوقت، ومعرفة ما يحدث في البيئة، وزيادة المعلومات.[1]

[1]- مرزوق عبد الحكيم العدلي، مرجع سبق ذكره، ص112.

ج- المرحلة الثالثة: تعد هذهالمرحلة مرحلة النضج في تاريخ بحوث الاستخدامات والإشباعات ويرجع تاريخها إلى أوائل السبعينيات، من خلال الاستفادة من بحوث "كلابر" التي اهتمت بالربط بين الدوافع وتوقعات الجمهور، وبين الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، وذلك للتوصل إلى فهم أفضل لعملية الاتصال الجماهيري، من أبرز دراسات هذه المرحلة، دراسة كل من "روز نجرينونداهل" والتي تضمنت العديد من الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام مثل: التعويض، التجارب البديلة، التفسير، التوحد مع المحتوى، ودراسة " جرينبرغ" في دوافع استخدام الأطفال المراهقين للتلفزيون مما دفع " روز نجرين" وزملاءه إلى القول بأن بوثقةاستخدامات الاشباعات دخلت مرحلة جديدة، تتحدد في وجود نظرية عامة قابلة للبناء والاختبار.[1]

1-3-5 عناصر النظرية:

ترتكز نظرية الاستخدامات والإشباعات على مجموعة من العناصر تمثل محور النظرية وهي كما يلي:[2]

1- الجمهور النشيط

2- الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام.

3- دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام.

4- توقعات الجمهور من استخدام وسائل الإعلام.

5- التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات الناتجة عنه.

1- الجمهور النشط (أفترض الجمهور النشط):

[1]- المرجع السابق، ص 113.

[2]- المرجع نفسه، ص114.

يزعم "هوويت" أن النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقيا سلبيا أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم "الجمهور العنيد" الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه، ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى.

ويرى "بلومر" أن عنصر النشاط أو فعالية لدى الجمهور ليشير إلى الدفاع الأساسي والانتقائية والأذواق والاهتمامات التي يمكن أن تحدث في حالة التعرض لوسائل الإعلام.[1]

فالجمهور وفقا لنظرية الاستخدامات والإشباعات لديه القدرة على الاختيار للوسائل والمضامين التي تحقق حاجاته ودوافعه النفسية و الاجتماعية والتي تعكس اهتمامه وتفصيلاته المختلفة، بالإضافة إلى أن الجمهور يستطيع أن يدرك ويتذكر بشكل انتقائي ما يتعرض له من وسائل.[2]

2- الأصول النفسية و الاجتماعيةلاستخدامات وسائل الإعلام:

نظرا لأن هناك فروقات واختلافات فردية، فإن الأنماط المختلفة من البشر يختلفون في اختياراتهم وتفسيرهم لرسائل الاتصال الجماهيري، مما يعني أن العوامل النفسية يمكن ان تلعب دورا في تحديد أصول كثير من الاستخدامات وسائل الإعلام في الدراسة " لدونهي وبالمجرين ورايبون" حول الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام وأشارت الدراسة إلى أن العوامل النفسية والاجتماعيةوالاقتصادية والسياسية تعمل كلها في تناسق كي تؤثر في استخدام وسائل الإعلام.[3]

انتهى "جون جونستون" في دراسة حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي إلا أن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراد معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة وشركاء في بيئة ثقافية واحدة، وطبقا

[1]- حسن عماد مكاوي و ليلى السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، مصر، الدار المصرية اللبنانية، 2001، ص 243.
[2]- مرزوق عبد العادلي، مرجع سبق ذكره، ص117.
[3]- المرجع نفسه،ص 117

لهذه الرؤية فإن العديد من الاحتياجات المرتبطة باستخدام وسائل الاتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية وتفاعلية مع هذه البيئة.[1]

3- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

هو الافتراض الثالث لنظرية الاستخدامات والإشباعات ويقوم على أساس أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام الجماهيري تنتج أساسا عن الحاجات النفسية والاجتماعية للأفراد والجمهور وتؤدي إلى توقعات يمكن إشباعها من خلال استخدام وسائل الإعلام الجماهيري، وأن دوافع استخدام وسائل الإعلام ومضامينها ترتبط بمتغيرات ديموغرافية متعددة كالسن، النوع، والتعليم والمستوى الاجتماعيوالاقتصادي والعلاقات الاجتماعية، ومن ثم فإن تأثير وسائل الإعلام يرتبط بهذه المتغيرات.[2]

توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام يمكن تلخيص هذهالآراء إلى النحو التالي:

أ- ينظر بعض الناس إلى الدوافع باعتبارها حالات داخلية يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من جانب أفراد الجمهور وترتبط هذه الرؤية بنظرية القيمة المتوقعة وتفرض هذه النظرية أن دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام يعكس سلوكا إيجابيا ذا قيمة أو توجهات إيجابية نحو وسائل الإعلام.

ب- ترى وجهة النظر الثانية أن دوافع الجمهور لا يمكن إدراكها وفهمها بشكل مباشر ولكن يمكن إدراكها بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير.

ج- ترى وجهة النظر الثالثة أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام لا يمكن الوصول إليها عن طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذي معنى، فالحاجات الأساسية مثلا قد تؤثر على تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بشكل مباشر ولكن الجمهور قد لا يدرك هذه الحاجات باعتبارها دوافع للتعرض.

---

[1]- حسن عماد مكاوي وليلى السيد، مرجع سبق ذكره، ص244.

[2]- مرزوق عبد العادلي، مرجع سبق ذكره، ص117.

د- ويتبنى وجهة النظر الرابعة " أوستن بابرو" ويرى أن سلوك تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس له أي دوافع وتتفق هذه النظرية مع الفكرة العامة التي ترى أن السلوك الإنساني يرتبط غالبا بالتعود أو اللامعقول.

وبشكل عام فإن دوافع التعرض كما قسمها "روبن " تنقسم إلى فئتين هما:[1]

- الدوافع الوظيفية (النفعية): تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجاته من المعلومات والمعرفة.

- الدوافع الطقوسية: تستهدف تمضية الوقت و التنفس والاسترخاء والهروب من الروتين والمشاكل.

4- توقعات الجمهور من استخدام وسائل الإعلام:

إن الأفراد يختارون بإرادتهم التعرض لوسائل معينة تحقق لهم القيمة التي يتوقعونها وهو ما تشير إليه نظرية القيمة المتوقعة، حيث أنها تقدم تفسيرا واضحا لدوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام فهي ترى أن الشخص يختار من بدائل وسائل، الوسيلة، والمضمون طبقا لقيمتها في إشباع حاجاته حسب توقع الأفراد لهذه القيمة، ومن ثم فإن إشباع الوسيلة والمضمون لحاجات الأفراد يعزز من تعرض الفرد للوسيلة مرة أخرى والعكس صحيح، يصف "بالمجرين" التوقعات بأنها سيناريو يقرر الفرد من خلاله ما يتوقعه من وسائل الإعلام وتحديد مدى إشباعها لهذه التوقعات.[2]

5- التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات الناتجة عنه:

[1]- حسن عماد مكاوي، وليلى السيد، مرجع سبق ذكره، ص 245.

[2]- مرزوق عبد الحكم العدلي، مرجع سبق ذكره، ص 119.

من ضمن اعتراضات نظرية الاستخدامات والإشباعات أيضا أن دوافع الأفراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الإعلام الجماهيري حتى يتحقق لهم الإشباع الذي يبحثون عنه وذلك على اعتبار أن وسائل الإعلام تعتبر مصدرا من مصادر عديدة، تسهم في إشباع حاجات الجمهور.

وفقا لنظرية الاستخدامات والإشباعات يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهممدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام، بغية الحصول على نتائج خاصة، ويطلق عليها الإشباعات وقد اهتمت دراسات الاستخدامات والإشباعات منذ السبعينيات بضرورة التمييز بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإشباعات التي تتحقق بالفعل.[1]

ويفرق "لورانس ويلز" بين نوعين من الإشباعات هما:

أ- إشباعات المحتوى: وتنتج من التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وتنقسم إلى نوعين: النوع الأول إشباعات وتوجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، والنوع الثاني هو إشباعات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقات اجتماعية.

ب-إشباعات العلمية: وتنتج من عملية الاتصالوالارتباط بوسيلة محددة ولا مباشرة بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين:

النوع الأول إشباعات شبه توجيهية، وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة، أما النوع الثاني إشباعات شبه اجتماعية وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.[2]

1-3-6: افترضات نظرية الاستخدامات والإشباعات:

[1]- المرجع السابق، ص 119-120.

[2]- حسن عماد مكاوي وليلى السيد،مرجع سبق ذكره، ص165.

تعتمد نظرية الاستخدامات والإشباعات على مجموعة فروض أساسية وضعها "إلياهوكاتز" وكل من "بلومر" وغورفيتش" وهذه الفروض كما يأتي:[1]

1- إن جمهور وسائل الإعلام يتسم بالإيجابية والفاعلية ويستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف معينة خاصة به.

2- أن الجمهور وسائل الإعلام هو الذي يقوم بالدور الرئيسي في إشباع احتياجات من وسائل الإعلام الجماهيري حيث يرتبط بين إشباع حاجاته واختياره للوسائل التي تشبع هذه الحاجات.

3- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة.

4- إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه واهتماماته وحاجاته، وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام ومن ثم فهو قادر على تحديد واختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.

5- إن المعايير في الحكم على القيم الثقافية السائدة يجب أن يكون خلال استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام والإشباعات المتعلقة به، وليس خلال الاعتماد فقط المضمون المقدم من وسائل الإعلام.[2]

1-3-7 الأهداف الرئيسية التي تحققها نظرية الاستخدامات والإشباعات:

وتحقق هذه النظرية ثلاث أهداف وهي:[3]

1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصالباعتبار أن الجمهور نشط.

2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة للتعرض.

[1]- مرزوق عبد الحكم العادلي، مرجع سبق ذكره، ص 124.
[2]- المرجع السابق، ص125.
[3]- عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، 1433،ص 109.

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال، بهدف فهم عملية الاتصالات بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

وتتميز نظرية الاستخدامات والإشباعات بميزتين هما:[1]

1- المساعدة في فهم معنى استخدام وسيلة الاتصال.

2- اقتراح بعض المتغيرات الوسيطة، التي يجب أن تؤخذ في الحسبان عند البحث عن تأثيرات وسائل الاتصال.

1- 3- 8الإنتقادات التي وجهت لهذه النظرية:

شن بعض الباحثين والمنظرين الإعلاميين هجوما على هذه النظرية ومنظريها من منطلق أو منطلقات مزعومة بقدرة النظرية بأن لها قدرة على إرادة الجمهور والرأي العام من باب أي الوسائل والمضامين التي يتم اختيارها، ومن أبرز الانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والإشباعات مايلي:[2]

أولا: إنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الدي يعتمد عل الأسئلة المفتوحة للباحثين-ended ways openحول الإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام.

ثانيا:اشتركت في استخدام المنهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور ،في فئات مصنفة ليتأجل توزيعها تكراريا وتدريجيا تبعا لكثافتها.

ثالثا: لم تحاول هذه الدراسات أن تكشف الروابط بين الإشباعات التي يتم إقرارها والأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي يتم إشباعها.

[1]- مرزوق عبد الحكم العادلي، مرجع سبق ذكره، ص 126.

[2]- بسام عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سبق ذكره، ص86،85.

رابعا: فشلت هذه الدراسات في بحث العلاقات المتداخلة في ما بين الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام أيضا كميا وكيفيا.

خامسا: إن هذه الدراسات لم تعطي صورة مفصلة وأكثر تصاعديا من إشباعات وسائل الإعلام ولا تؤدي إلى صيغة نهائية لتعميمات نظرية.

1-3-9: تطبيق مدخل الاستخدامات والإشباعات على موضوع الدراسة:

يهتم مدخل الاستخدامات والإشباعات بتفسير استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة، انطلاقا من احتياجات وضروريات الحياة اليومية التي يسعى الاستخدام الفردي والجمعي لتكنولوجيا الإيصال الحديثة إلى إشباعها ، وخاصة في المؤسسات التي يعتبر الاتصال فيها ضرورة ملحة من أجل سير العمل على أحسن وجه، فاستخدام الموظفين لتكنولوجيا الإيصال الحديثة بات ركيزة أساسية لتفعيل وتحسين الإيصال الداخلي بينهم، وساعدنا مدخل الاستخدامات والإشباعات في هذا البحث على التعرف على استخدامات الموظفين لوسائل الاتصال الحديثة في عملية الاتصال الداخلي، وطبيعة هذا الاستخدام ، وكذلك التعرف على الدوافع والحاجات التي يسعى لإشباعها من استخدامه لمثل هذه التقنيات، ومحاولته إشباع مجموعة من الرغبات التي دفعته لاستخدام هذه الوسائل.

تمهيد:

1—1–تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

1–1–1– أهم المحطات المؤثرة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

1–1–2–خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

1–1–3– تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع

1–1–4 –إيجابيات وسلبيات تكنولوجيا الاتصال.

1–1–5– أشكال تكنولوجيا الاتصال الحديثةالمستخدمة في المؤسسات.

1–1–5–1– جهاز الحاسوب.

1–1–5–2– الشبكات.(الأنترنت، الأنترانت، الإكسترانت).

1–1–5–3–الهاتف النقال.

2–2– الاتصال الداخلي.

2–2–1– أهمية الاتصال الداخلي وأهدافه.

2–2–2– أنواع الاتصال الداخلي وأنماطه.

2–2–2–1–الاتصال الرسمي وأنماطه.

2–2–2–2– الاتصال غير الرسمي وأنماطه.

2–2–3– مميزات الاتصال الداخلي ووظائفه.

2–2–4– مبادئ الاتصال الداخلي ومهاراته.

2-2-5-وسائل الاتصال الداخلي.

2-2-6- معوقات الاتصال الداخلي وطرق تحسينه.

2-2-7-تكنولوجيا الاتصال الحديثة و تأثيرها على الاتصال داخل المؤسسة.

تمهيد:

إن التقدم الكبير الذي تشهده تكنولوجيا الاتصال نتيجة للثورة الاتصالية التي يشهدها العالم اليوم، والتي بدورها ألغت كافة الحواجز الجغرافية والزمانية بين الأفراد والمؤسسات والمجتمعات.

وأخذت صناعة المعلومات وإنتاجها ونقلها إلى أي مكان في العالم بعدا إضافيا زاد من أهمية إيجاد نظم معلومات متطورة تواكب هذه التكنولوجيا الاتصالية الحديثة، بهدف الإفادة منها بأعلى درجات الفعالية، ومحور هذه الثورة الاتصالية الحديثة يعتمد على كل الأدوات والأجهزة وكذا الأنظمة الحديثة مثل: الشبكات والأجهزة التي أصبحت أداة اساسية لتخزين المعلومات، وعليه اتجهت العديد من المؤسسات إلى استثمار هذه التكنولوجيات الحديثة، وفي مقدمتها تكنولوجيا الاتصال لما توفره من سرعة ودقة عالية، ونتيجة للتطور الذي أحدثته تكنولوجيا الاتصال الحديثة في جميع المجالات عموما وفي النشاط المؤسسات خاصة والتي تستخدمها هذه الأخيرة في عملية السير الداخلي لكافة شؤنها وخصوصا عملية التواصل فيما بين الموظفين.

لهذا سنحاول في هذا الفصل تقديم لمحة عن أهم المحطات المؤثرة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ثم تقديم أهم خصائص هذه التكنولوجيا، مرورا بأهم وأبرز تأثيراتها على وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع، وبعدها أهم مزاياها وعيوبها، ثم إلى أشكال استخدامها في المؤسسة، بعد ذلك نتطرق إلى السلبيات والإيجابيات الناجمة عن استخدامها، كما سنعرج على أهمية الاتصال الداخلي في المؤسسة وأنواعه، أهدافه، وظائفه، أنماطه وحتى الوسائل المستخدمة فيه، وكذلك العوائق التي تواجهه وطرق الحد منها.

1-1-1 أهم المحطات المؤثرة في تطور التكنولوجيا الاتصال:

يمكن تقسيم المراحل التي مرت بها التكنولوجيا الاتصال عبر العصور المختلفة إلى المراحل التالية:[1]

❖ تكنولوجيا الاتصال في المرحلة الشفاهية:

ويطلق عليها أيضا مرحلة ماقبل التعلم، وكانت وسيلة الاتصال الرئيسية فيها هي الكلمة المنطوقة، والحاسة الاساسية هي حاسة السمع، ثم اتى تطور اللغة لكي يعطي القوة للاتصال الإنساني. ونتيجة لأن الأفراد كانوا يحصلون على معلوماتهم أساسا عن طريق الاستماع إلى الأخرين، فرض عليهم أسلوب حصولهم على المعلومات أن يؤمنوا بما يقوله الأخرون بشكل عام، لأن تلك هي نوعية المعلومات الوحيدة المتوفرة لهم. ونتيجة لما كان ينتشر في ذلك الوقت أي نوعية الوسيلة اقترب الناس من بعضهم، واتسموا بالعاطفة، وكانت الشائعة هي أول شكل من أشكال الاتصال.

❖ تكنولوجيا الاتصال في المرحلة الكتابية وفيها عرف الإنسان اللغة المكتوبة:

حيث كانت الكتابة هي الوسيلة الأساسية لتعبير وأصبحت حاسة البصر هي الحاسة الرئيسية وأضفت الكتابة صفة الدوام على الكلمة المنطوقة، وظهرت الكتب المنسوخة ومهنة الوراقة، ودور حفظ الكتب، وازدهار الخط المخطوط كوسيلة إعلامية وشكلت عمليات بيعه تجارة مزدهرة. وبمعرفة الكتابة والنسخ على وسائط متعددة ومختلفة تغير أسلوب التعبير والإنشاء، كما تغير أسلوب تخزين المعرفة، وسهل الكلام البشري المنطوق الذي تجسد في شكل مخطوط أو مكتوب لإقامة تنظيمات إدارية وأشكال مختلفة من العلاقات.[2]

---

[1]- حسن عماد مكاوي، محمود علم الدين، **تكنولوجيا المعلومات الاتصال**، ط1، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009، ص ص: 73، 47.

[2]- المرجع السابق،ص 47.

❖ **تكنولوجيا الاتصال في المرحلة الطباعية:**

وفيها عرف الإنسان الطباعة أي تجسيد المخطوطات في شكل مادي يتم استنساخه يدويا، ويعود السبق في معرفة الطباعة إلى الفينيقيين الذين كان لهم فضل اختراع الورق، وقد بدأت الطباعة على القوالب الخشبية ثم الفخار، حتى اختراع يوحنا جومبتنبورغ الحروف الطباعية المسبوكة من معدن عام 1445 وبعدها انتشرت الطباعة في أوربا ومنها إلى العالم كله.

وتعززت سيطرة حاسة البصر، وحول المطبوع الأصوات إلى رموز مجردة، أي إلى حروف مما شكل عملية تجريد منظم للحروف أو الرموز البصرية.

كما ساهم تعدد النسخ المتطابقة من المطبوع الواحد، انتشار المطبوع على الانتشار الجماهيري للكتب والمجالات والجرائد مما حقق ديمقراطية الإعلام ونقلها من احتكار العلماء والحكام إلى الجماهير العادية، كما ساعد أيضا على نشر الفردية لأنه شجع المبادرة الفردية والاعتماد على الذات كوسيلة اتصال وكأداة شخصية للتعليم، وهنا يرى مارشال ماكلوهان أن جميع الأشكال الميكانيكية قد برزت من فكرة الحروف المتحركة حيث كان الحرف نموذجا لكل آلة، وهذا ما أدى إلى سيطرت التكنولوجيا والمنطق السطري.[1]

1-4 تكنولوجيا الاتصال في المرحلة الإلكترونية:

وهي مرحلة بدأت في منصف القرن التاسع عشر واستمرت حتى أوائل التسعينيات من القرن العشرين، وقد بدأت بتجارب واكتشافات واختراعات في الاتصالات السلكية واللاسلكية والإنشار للأجهزة الاتصالية والجماهرية التي تشكل لب الثورة الاتصالية يطلق عليها مرحلة

1-بحري عثمان، **إسهام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل الإشهاري**، دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للنشر والإشهار الجزائرية " ANEP"، جامعة بسكرة، 2011/210، ص ص 46، 47.

الاتصالات السلكية واللاسلكية أو ثورة الاتصالية أو الانفجار الاتصالي أو مرحلة الدوائر الإلكترونية.

فقد شهدت هذه الفترة نموا متزايدالسرعة في وسائل الاتصال وأساليب خاصة في مجال بث الإشهارات المسموعة والمرئية، تناظرية في البداية ثم رقمية بعد ذلك، حيث تعاقبت الاكتشافات العلمية والتجارب الواردة بعد الأخرى بسرعة متزايدة وبشكل تميز باعتماد كل وسيلة جديدة على ما سبقها وتكامل معها.[1]

فقد ظهرت التيليغراف، التليفون، الفوتوغراف، ثم التصوير الفوتوغرافي، فالراديو فالفيلم السنيمائي، ثم الإذاعة المرئية (التليفزيون)، ويظهر التيليكس بعد ذلك، وتبدأ أنظمة الاتصالات عبر القارات ممثلة في الكابل البحري، ثم الأقمار الصناعية ويظهر التلفزيون السلكي والإرسال التلفزيوني المستعين بالأقمار الصناعية بشكل غير مباشر ثم مباشر بعد ذلك، وتوظف أشعة الليزر والألياف البصرية وخلال تلك الفترة إغفال الفيديو كاسيت، والفيديو ديسك والفاكسميلي والأسطوانة المدمجة.[2]

❖ تكنولوجيا الاتصال في المرحلة الرقمية:

بدأت هذه المرحلة في منصف الثمانينات ومازالت مستمرة حتى الأن وهي تتميز بسمة أساسية هي المزج بين أكثر من تكنولوجيا معلوماتية، واتصالية تمثلها أكثر من وسيلة، ففي البداية استخدمت شبكات الهاتف لنقل بيانات الكمبيوتر باعتبارها خدمت خاصة تقدمها هيئة الاتصالات لعدد محدود من العملاء كشركات الطيران والبنوك وغيرها، ونظر لأن هذه الشبكات قد صممت أصلا لنقل الصورة لا البيانات فقد كانت الخدمة رؤية ومعدل تدفق البيانات محدودة

[1]- حسن عماد مكاوي، محمود علم الدين، مرجع سابق، ص ص 74، 75.

[2]- المرجع نفسه، ص ص، 75، 76.

للغاية، وقد تم بعد ذلك تصميم إشارة رقمية تعمل على نقل المعلومات عن طريق البيانات المكتوبة بدلا من الصوت. وهذه الإشهارات الرقمية أقل عرضة لتشويش، كما يتميز الاتصال الرقمي بالنشاط والقوة التي تجعل الاتصال مؤسسا ومصانا كوحدة متكاملة عالية الجودة. كما تتسم الشبكة بقدر عال من الذكاء، حيث يمكن أن يصمم النظام الرقمي لكي يراقب أوضاع القناة channel بصفة مستمرة، كذلك يستطيع التحكم في الصدى echocontrol، كما يتسم بالشمول.[1]

ويمكن القول أن أبرز ملامح المرحلة التي نعيشها الأن في التكنولوجيا الاتصال هي ظاهرة اندماج وسائط أو وسائل الاتصال والمعلومات أو ظاهرة الالتقاء الرقمي فقد شهدت العقود الأربع الماضية تطورا مذهلا في مجال الاتصالات. ونميز هذا الانتقاء الرقمي الثورة الرقمية وهي تغيير جذري طرأ على وسائل الإعلام والمعلومات يتمثل في تغيير عمل الاجهزة الإلكترونية والكهربائية من الوضع التمثيليanalogique إلى الوضع الرقميbinaire. وهذا التغيير الذي أتاحته التكنولوجيا الرقمية جعل المجتمع الحديث يتغير جذريا في مواصفاته ومكوناته الطبيعية والمادية بفضل تكنولوجيا الاتصال الحديثة.[2]

1-1-2 خصائص تكنولوجيا الاتصال:

لكل شيء خاصية وسمة تميزه عن غيره من الأشياء وبها يعرف دون غيره وهكذا بالنسبة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وما أتحفتنابه من خدمات جليلة لها أيضا خصائص وسمات تعرف بها، ومن أبرز هذه الخصائص:

[1]- هارون منصر، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتبادل النظرية والتطبيقية**، ط1، الجزائر، الألمعية للنشر والتوزيع، 2012، ص33.

[2]- بحري عثمان، **إسهام التكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل الإشهاري**، مرجع سابق، ص 48.

1-2-1-1 التفاعلية: interactive

وذلك لوجود سلسلة من الأفعال الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه، وكذلك المستقبل ومثال ذلك بعض الوسائل التي يوجد فيها التفاعل بين المستخدم والمرسل مثل : الهاتف، التلفاز التفاعلي والمؤتمرات عن بعد والكمبيوتر الشخصي الذي يستخدم في الاتصال وكذلك البريد الإلكتروني.... إلخ.[1]

حيث يؤثر المشاركون في العملية الاتصالية على أدوار الأخرين وأفكارهم ويتبدلون معهم المعلومات ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وقد ساهمت هذه الخاصية في ظهور نوع جديد من منتديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل والمتفاعل عن بعد، مما يجعل المتلقي متفاعلا مع وسائل الاتصال تفاعلا إيجابيا.[2]

1-2-1-2 اللاتزامنية anynchnanization:

وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نسه فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون الحاجة لتواجد المستقبل للرسالة.[3]

---

[1]- حديد يوسف، براهمة نصيرة، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة واختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الحضرية الجزائرية**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 17/ ديسمبر 2014، ص 263.

[2]- محمد الفاتح حمدي وأخرون، **تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الاستخدام** والتأثير، ط1، د.م.ن، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2011، ص 7.

[3]- حديد يوسف، براهمة نصيرة، مرجع سابق، ص 263.

1-1-2-3 قابلية الحركة mobility

فهناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الإفادة منها في الاتصال من أي مكان في أثناء حركته مثل: الهاتف النقال، جهاز اليدوي يوضع في الجيب، تليفون السيارة أو الطائرة، التليفيون المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة لتصوير المستندات، وجهاز فاكسميلي يوضع في السيارة وحاسب آلي نقال مزود بطابعة.[1]

1-1-2-4 قابلية التحويل:convertbilty

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لأخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس، وهي طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية. كما هو الحال في أنظمة التيلتكس، التي تقدم خدمات ورسائل مطبوعة على شاشات التلفزيون وذلك تلبية لرغبات زبائنا التي أضحت تتميز بالتعدد والتنوع ويبرزهذا أيضا في أنظمة الدبلجة والترجمة للموارد المرئية كما هو الحال في بعض المحطات التلفزيونية.

مثل: Eusonebs,Eurrosport

1-1-2-5 قابلية التوصيل والتركيب: Connectivity

لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت الأنظمة واتخذت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المختصة في صناعة أدوات الاتصال ومن الأمثلة الدالة على ذلك، وحدات الهوائي المقعر، التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع، لكنها

[1]- عبد الباسط عبد الوهاب، **إستخدام تكنولوجيا الإتصال في إنتاج الإذاعي والتلفزيوني**، دراسة تطبيقية وميدانية، د.ط، د.م.ن، المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص 262.

تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه. فهناك الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن من صناعة شركة (eston) والديمو (المحلل) من صنع شركة (nextwave).[1]

1-1-2-6 الشيوع والإنتشار:

ويعني به الانتشار المنهجي لنظام الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع لا ليكون حكرا على الاثرياء فقط و انما ليشمل كل فئات و طبقات المجتمع يأتي ذلك بدعم الاثرياء لتلك النظم الجديدة. لكي تشمل القادرين على استخدامها وغير القادرين فقد انقضى عصر الانعزال، ومن لم يتقن فنون العصر الجديد سيحكم عليه بالانقراض بالمعنى التاريخي للكلمة [2]

1-1-2-7 الكونية و العالمية: globalization:

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دونية ، حتى تستطيع المعلومة ان تتبع المسارات المعقدة، كتعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيا عبر الحدود الدولية ذهابا وإيابا من أقصى مكان في الأرض الى أدناه في جزء على الألف من الثانية الى جانب تتبعها مسار الاحداث الدولية في مكان ما في العالم . كان النمط الانتاجي في السابق لتكنولوجيا الاتصال هو ظهور مراكز توزيع إلى أعداد من الجماهير لا ترتبط بوحدة زمانية ولا مكانية ، بينما النمط الحالي لتكنولوجيا الاتصال الراهنة يتميز بالتوجه الى جماهير قليلة محدودة جغرافيا من خلال مراكز اقليمية مختلفة توازن بين المركز والأطراف[3]

---

[1]- مؤيد عبد الجبار الحديثي، **العولمة الإعلامية**، ط1، عمان، الأهلية للنشر والتوزيع، 2002، ص ص 54، 59.

[2]- عبد الباسط عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 263.

[3]-المرجع نفسه، ص264.

1-1-2-8 التعقيد و كثافة الاستخدام:

تكنولوجيا الاتصال وبالذات المتقدمة منها تتسم بكثافة استخدام راس المال والتعقيد الشديد وإرتفاع التكلفة، وهي لكل ذلك تأخذ صبغة احتكارية، حيث تتركز عادة في ايدي بناء القوة والنفوذ السائد في المجتمع [1]

1-1-2-9 الاحتكارية وسيطرة قلة قليلة عليها:

إن صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى، ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات، و يؤدي هذا الى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية ، ليس فقط على عملية نقل وتسويق هذه التكنولوجيا في الدول الأقل تقدما ولكن ايضا في التأثير على طريقة ادارتها و استخدامها بل و صيانتها في احيان كثيرة في هذه الدول مما يعزز من إحكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا في الدول المستوردة لها و ترسيخ تبعية ثانية للأولى في المجال الثقافي.[2]

وأيا كانت أنواع ومجالات استخدام تكنولوجيا الاتصال فإن هذه التكنولوجيا تتميز بعدة خصائص من المفيد هنا التعرض لها ، و يمكن بلورة هذه الخصائص فيما يلي:[3]

---

[1]-مؤيد عبد الجبار الحديثي، مرجع سابق، ص60.

[2]- محمد الفاتح حمدي وآخرون، مرجع سابق، ص 10

[3]-عبد الفتاح عبد النبي، **تكنولوجيا الاتصال و الثقافة (بين النظرية و التطبيق)**، د.ط، القاهرة، العربي للنشر و التوزيع، 1990،ص ص 82،83.

- إن هذه التكنولوجيا صممت لتسهيل الاتصال في اتجاه واحد و ان قدرتها على تحقيق التغذية العكسية والمشاركة ضئيلة نسبيا وهي في ذلك تعتمد على الاستجابة الفردية عن طريق البريد، التلفون، الاتصال الشخصي، بحوث الجمهور "الاستبيان" وبعبارة اخرى فإن هذه التكنولوجيا رغم ميلها للانتشار و الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الفراد إلا أنه يغلب عليها الطابع الفردي وليس الجماعي.
- التطور المتسارع في هذه التكنولوجيا في اتجاه اختصار عامل المسافة و الزمن.
- تتسم تكنولوجيا الاتصال بالمرونة والقابلية للتطوير والتأقلم
- تكنولوجيا الاتصال الحديثة تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى، ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات ويؤدي هذا التركيز إلى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية .
- تأخذ تكنولوجيا الاتصال الحديثة، بسبب تكلفتها و تعددها طابعا تنافسيا استهلاكيا فهي في حاجة إلى استهلاك جماهيري واسع يحقق لها عائدا يغطي نفقاتها و بالتالي يلعب عامل الربح والتمويل المالي والرغبة في الرواج، دورا مهما في طريقة ادارة وتوظيف هذه التكنولوجيا

1-1-3 تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

مما لاشك فيه أن تكنولوجيا الاتصال كمثيلاتها من التقنيات الحديثة المختلفة لها تأثيرات أحدثتها نتيجة للتطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال فقد أثرت على الاتصال الجماهيري وعلى وسائله المستخدمة، وفيمايلي سوف نعرض أهم أو بعض التأثيرات التي أحدثتها هذه التطورات في تكنولوجيا الاتصال على وسائل الاتصال وعلى الجمهور والمجتمع في الجوانب التالية:

1-1-3-1 تأثير تكنولوجيا الاتصال على وسائل الاتصال:

أثرت التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال على الاتصال الجماهيري وبوجه خاص على وسائله، وعليه يمكن رصد بعض التأثيرات التي أحدثتها التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال على وسائل الاتصال في الجوانب التالية:[1]

- أن التكنولوجيا الجديدة لا تلغى وسائل الاتصال القديمة ولكن تطورها بل وتطورها بشكل ضخم فعلى مستوى الاتصال الذاتي كانت الوسائل التقليدية للاتصال هي: تدوين الملاحظات، المذكرات الشخصية، الصور الفوتوغرافية، أما المستحدثات التكنولوجية الراهنة فهي: الأشرطة المسموعة أو المرئية، لبرامج الحاسبات الإلكترونية، وعلى مستوى الاتصال الشخصي كانت الوسائل التقليدية هي المقابلة، البريد الإلكتروني، أما على مستوى الاتصال الجماهيري كانت الوسائل التقليدية هي: الجريدة الراديو، الكتب، بينما المستحدثات الراهنة هي: أنظمة المعلومات الرقمية، الكتاب الإلكتروني، الأسطوانة المدمجة.

- إن تكنولوجيا الاتصالية الراهنة بوسائلها الاتصالية المختلفة لم تقض على التكنولوجيات القديمة بوسائلها المختلفة بل أنها شكلت امتداد وتطويرا لهذه الوسائل القديمة.

- على الرغممن ان الوسائل الاتصالية التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الحديثة تكاد تتشابه في العديد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك سمات مميزة للتكنولوجيا الاتصالية الراهنة

[1]- حسن عماد مكاوي، محمود علم الدين، مرجع سابق، ص 318.

بأشكالها المختلفة. مما يلقي بضلاله ويفرض تأثيرات على الوسائل الجديدة ويؤدي إلى تأثيرات معينة على الاتصال الإنساني.[1]

1-1-3-2 تأثير تكنولوجيا الاتصال على الجمهور:

لا أحد ينكر تأثير تكنولوجيا الاتصال على الجمهور بشتى أنواعه ومختلف طبقاته، وبالإمكان الاستفادة منها، وقد حدد كل من محمد تيمور ومحمود علم الدين، تأثيرات تلك التكنولوجيا على الجمهور في الجوانب التالية:[2]

1- تعدد قنوات الاتصال أمام الفرد.

2- اتسام هذه التكنولوجيا الاتصالية الجديدة بالتفاعل بين المستقبل والمرسل، وإمكانية تحكم المستقبل في العملية الاتصالية وهذا يعطي المستقبل سيطرة أكبر على عملية الاتصال، مما يساعد على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليها من حيث الكم والكيف من خلال الانتقاء والاختيار، ونتيجة لتلك الانتقائية التي أتاحتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة فإنه من المتوقع أن يؤدي ذلك على المدى الطويل إلى عزل أفراد الجمهور لأنفسهم عن المعلومات التي قد يجدونها غير متفاقمة مع إدراكهم أو مخالفة لميولهم ورغباتهم.

3- إن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال كان لها تأثير على عادات استخدام الجمهور لوسائل الاتصال.

4- إن الإنسان قد تحدد والأول مرة بفضل التكنولوجيا الاتصالية الراهنة من قيود حجمه وإيقاع زمنه.

---

[1]- المرجع نفسه، ص، 319.

[2]- عبد الباسط محمد عبد الوهاب، مرجع سابق، ص ص 334.332.

1-1-3-3 تأثير تكنولوجيا الاتصال على المجتمع:

وتظهر التأثيرات الاجتماعية عند استخدامها لحل المشكلات الاجتماعية والانسانية كالاستعانة بها في التشخيصات الطبية وتطبيق القوانين ومساهمتها في زيادة الإنتاجية، واستحداثها لوظائف جديدة في العمل، كما اعتبرت مسؤولة عن ارتفاع مستوى المعيشة وذلك نتيجة لإنجاز المهام الإدارية والإنتاجية في زمن وجيز حيث وفرت الوقت للعديد من الأفراد، وقضت على العديد من المهام المتعبة والمملة وبصفة عامة رفعت من مستوى أداء الأعمال الحياتية كما برزت تأثيراتها بشدة على مجالي الخصوصية والجانب النفسي الاجتماعي.[1]

1-1-4- إيجابيات وسلبيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

تعد تكنولوجيا الاتصال إحدى أهم المجالات الحديثة التي تشهد تطورا ملحوظا وهائلا، وذلك لكونها تقوم بتطبيق المعارف والعلوم لتلبية حاجات الأفراد والمجتمعات. ولكن تطورها رافقه مجموعة من الإيجابيات والسلبيات سنتطرق إليها في الآتي:

1-1-4-1 الإيجابيات:

تتلخص إيجابيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في النقاط الآتية[2]:

[1]- نور الدين هادف، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة**، مرجع سابق، ص 17.

[2]- عبد الباسط عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 265.

- **البعد الزمني:** حيث أتاحت أقصى درجات السرعة في نقل المعلومات إلى حد إلغاء الفرق بين الزمن الإعلامي والزمن الواقعي في حالة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية.
- **البعد المكاني:** حيث وفرت كما هائلا من المساحة المطلوبة لتخزين المعلومات أو نقلها كما أنها تكاد تحيد عنصر المسافة مهما بعدت.
- **البعد الخاص بعلاقة المتلقي بالوسيلة الإعلامي:** حيث أتاحت ثورة الاتصال للمتلقي درجة من التفاعل الإيجابي مع الوسائل الإعلامية خاصة التلفزيون الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمشاهد بالتدخل في اختيار البرامج.

– الحد من استهلاك الورق حيث إن العصر الإلكتروني الحالي سوف يؤدي على المدى البعيد إلى وفر كم هائل في استهلاك الورق، وهو ماينبئ بظهور الصحيفة اللاورقية، أو الصحيفة الإلكترونية.

1-1-4-2 السلبيات:

تتمثل سلبيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة فيما يلي[1]:

-هذه التكنولوجيات أقل اجتماعية وعاطفة وحميمية، كما أنه على الرغم مما قدمته من خبرة عالية في مجال حرية التعبير إلا أن هذه الحرية تقيدت بقيود سياسية، فليس هناك ضمان بأن تكنولوجيا الاتصال الحديثة سوف تؤدي إلى عصر جديد مختلف ينطوي على المزيد من حرية التعبير.

– تهدد البناء السياسي داخل الدول المتقدمة التي تشهد تضخم إمكانيات ونفوذ المؤسسات الخاصة التي تراعي كثيرا الخدمات العمومية وتكافؤ الفرص اقتصادية والسياسية والثقافية.

– خصوصية منشأ تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ومن ثم خصوصية استعمالاتها فبرامج الحاسوب ليست كلها حيادية فهي تمس محيط وتطلعات وخصوصيات شخصية الذين أعدوها.

[1] - فضيل دليو، **التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال – المفهوم- الاستعمالات- الأفاق**، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 19.

-ازدياد الفجوة بين الدول المتقدمة والدول المتخلفة.

وأخيرا هناك من يناضل ضد التكنولوجيات عموما ويرفض استعمالها ،لاسيما استعمال الاعلام الآلي والهاتف النقال كونها تعتبر عوامل اغتراب جديدة.

1-1-5:أشكال تكنولوجيا الاتصال الحديثة المستخدمة في المؤسسات:

تشهد تكنولوجيا الاتصال تطورا وانتشارا بصورة كبيرة، اقتحمت جميع مجالات الحياة للمواد الاقتصادية، الثقافية، أو الاجتماعية، وغزت حتى المؤسسات بمختلف أنواعها، حيث أن متطلبات العمل داخلها أصبحت تحتم عليها بالضرورة استخدام هذه التكنولوجيات الحديثة التي تتمثل أساسا في جهاز الحاسوب والهاتف النقال والشبكات، فماهو الحاسوب؟ وماهي أجياله وأنواعه ومكوناته؟ وأهمخصائصه؟

1-1-5-1 جهاز الحاسوب: computer

يعتبر الحاسوب جزء من عصر الثورة المعلومات، حيث يعد اختراعه من أهم الإنجازات التكنولوجية الحديثة التي كان لها تأثير على جميع المستويات، وذلك لأن هذا الأخير له درة عالية في تبسيطه للكثير من الأعمال، وكذا توفير الجهد الفكري والعضلي، كما أصبح من أولويات المؤسسات في إنجاز مشاريعها.

❖ **مفهومه:**

هو آلة إلكترونية ذات سرعة عالية ودقة متناهية يمكن قبول البيانات وتخزينها ومعالجتها للوصول إلى النتائج المطلوبة.

– الحاسب الألي جهاز إلكتروني له مكونات تتعلق بإدخال واستخراج البيانات والمعلومات، يعمل وفق أوامره وتعليمات محددة لاستقبال وتخزين البيانات، وإجراء المعالجة الممكنة للحصول على المعلومات والنتائج المطلوبة بسرعة ودقة.[1]

كما يقصد به الحاسب الألي مجموعة من الآلات تدار إلكترونيا. وتقوم بمجموعة مترابطة من العمليات، وذلك على ضوء البيانات التي يتم إدخالها إلى الحاسب، ولتصنيفها وتحليلها وإجراء العمليات الحسابية عليها، كل ذلك وفق تعليمات أو أوامر محددة بغرض الحصول على نتائج معينة تفيد في تحقيق أغراض خاصة.[2]

❖ **أجيال الحاسوب:**

لقد مر الكمبيوتر بعدة مراحل وأجيال، ولعل أهمها خمسة مراحل هي:

- **الجيل الأول:** ظهر عام 1964 من خلال المتعاملين الثلاثة " جون موشلي" و" إيكارت" و"غولد شياني" الذين أنتجو جهاز "إينياك".لذلك تكونت أول شركة لإنتاج الحاسبات الإلكترونية على المستوى التجاري بإسم إنياك.[3]
- **الجيل الثاني:** وظهر في نهاية الخمسينيات حيث استخدمت عام 1958 عناصر الترانزستور في بناء دوائر الأجهزة الحاسبة بدلا من الصمامات المفرغة.
- **الجيل الثالث:** وظهر بداية السبعينات 1969، حيث استخدمت عام 1963 الدوائر الإلكترونية المطبوعة والدوائر الإلكترونية المتكاملة.

---

[1]– مجد الهاشمي، **تكنولوجيا الاتصال الجماهيري**، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع 2012، ص226.

[2]– منال هلال المزاهرة، **تكنولوجيا الاتصال والمعلومات**، ط1، عما، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2014، ص102.

[1]– د. محمد لعقاب، **المواطن الرقمي كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية**، ط1، الجزائر، دار هومة للطباعة وللشر والتوزيع، 2011،ص18.

- **الجيل الرابع:** وظهر أوائل السبعينيات بعد أن تطورت الدوائر الإلكترونية المتكاملة بسرعة كبيرة وأصبحت ذات سعة كبيرة، بعد أن تم تطويع المواد فوق الموصلة وأشباه موصلات الأكاسيد المعدنية وهي مصنوعة بطريقة متكاملة كليا.[1]
- **الجيل الخامس:** ظهر في بداية الثمانينات بعد ظهور الكمبيوتر الشخصي. ومنذ ذلك الحين والكمبيوتر ويعرف العديد من التحسينات والتغيرات التكنولوجية التي جعلت منه أداة اتصال حديثة ذات كفاءة وفعالية بالغة.[2]

❖ **أنواع الحاسوب:**

توجد عدة تقسيمات للحاسبات الالكترونية، تقسم إلى:

1**– حسب طريقة التشغيل الداخلي: (digital computer)** حاسبات رقمية أي البيانات تخزن في ذكرتها في شكل أرقام، ومصممة على أساس استخدام الحروف الأبجدية وهو النوع الأكثر استخداما حاليا.

–حاسبات تناظرية قياسية: (analogy computer) يعالج البيانات التي تتغير باستمرار، وليس لها قيمة ثابتة.

– الحاسوب المختلط: وهو الذي يجمع بين الحاسوب الرقمي والحاسوب التناظري.

2– حسب الغرض: إلى حاسبات ذات الأغراض المتعددة (general purpose computer وهي الحاسبات التي يتم تصميمها لتكون صالحة للتطبيقات التجارية والإدارية.

[1]– د. محمود علم الدين، **تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري**، د.ط، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ص 58.

[2]– د. محمد لعقاب، مرجع سابق، ص18.

وحاسبات ذات أغراض خاصة (specialpurpose-computer) يتم تصميمها لتطبيقات خاصة ومحددة.[1]

3- حسب الحجم: وتضم هذه المجموعة:

- الحاسب الإلكتروني الصغير (micro computer):ويعتبر من أصغر أنواع الحاسبات، وإلا أنه يقوم بكافة العمليات والإجراءات التي تنفذها الأنواع الكبيرة.

- **الحاسب المتوسط**: ويؤمن نتائج وإجراءات مشاريع محددة الحجم.

- الحاسب الكبير: **وهو نوعان**: **miss forme** ويعتبر أوسع من الحاسب المتوسط، ولكنه أصغر من super computer

- **وال super**: وهو أكبر أنواع الحاسبات وأكثرها تكلفة، ويستخدم للأعمال العملية وله سرعة تشغيل عالية.[2]

❖ المكونات الأساسية للحاسوب:

وهي المكونات التي يتكون منها الكمبيوتر وهي عبارة عن مجموعة من المعدات والأجهزة تكون معا الكمبيوتر الشخصي ويمكن تقسيم هذه المكونات إلى أربعة مجموعات كالآتي:

- **وحدة المعالجة المركزية: central processing unit**

[1]- مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي جواد، مرجع سابق، ص 228.

[2]- محمود علم الدين، مرجع سابق، ص ص، 56-57.

وحدة المعالجة المركزية cpu بمثابة دماغ الكمبيوتر الذي يمكنه من إجراء كافة أعمال التي تتطلب من ولولاها لأصبح الكمبيوتر بدون فائدة أو بالأحرى لم يكن هناك شيءاسمه حاسوب. فوحدة المعالجة المركزية تقوم بكافة عمليات المعالجة التي يوكل إلى الكمبيوتر إنجازها وكما ذكرنا سابقا أن الكمبيوتر قادر على معالجة أي شيء حيث يستمد هذه الميزة من وحدة المعالجة المركزية التي يعتمد عليها الكمبيوتر بشكل أساسي.[1]

وتلعب دورا أساسيا في معالجة البيانات والتحكم في إدخالها وإخراجها والوظائف التي تقوم بها وحدة المعالجة المركزية يمكن توضيحها كالتالي:[2]

– تنفيذ كل العمليات والمهام المتصلة بالتشغيل.

– أداء عمليات المقارنة المنطقية والحسابية المتوفرة في برامج التطبيق التي تتفق مع البيانات المدخلة.

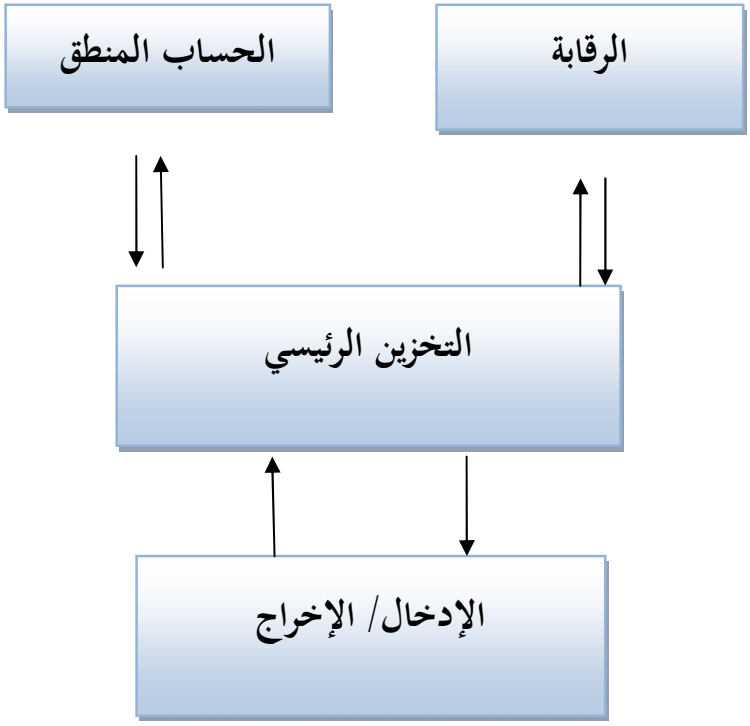
– تنظيم نقل البيانات من وإلى الوحدات الملحقة أو المساعد حيث تستقبل البيانات وترسل إلى وحدات محددة في التوقيت.

– تمرر البيانات من وإلى الذاكرة الرئيسية للكمبيوتر.

– أما الوحدات الرئيسية التي تترابط معا مكونة وحدة المعالجة المركزية فهي وحدات الرقابة والحساب والمنطق والتخزين التي تتفاعل مع الإدخال والإخراج كما في الشكل التالي:

[1]– هارون منصر، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة المسائل النظرية التطبيقية**، ص 99.

[2]– محمد محمد الهادي، **تكنولوجيا المعلومات وتطبقها**، ط1، دار الشروق، 1989، ص 73.



الشكل رقم(1) يوضحالوحدات الرئيسية في جهاز الحاسوب[1].

❖ **وحدات الإدخال: input units**:

هي عبارة عن أجهزة أو وسائل تستخدم لإدخال البيانات إلى الكمبيوتر وبما أن البيانات هي أي شيء يمكن التعبير عنه فإن هذا يعني أن وسائل الإدخال ستكون متعددة ومتجددة دوما حتى يمكن إدخال كل مانود إدخاله للحاسوب. ومن أشهر وسائل الإدخال شيوعا نجد لوحة للمفاتيح

[1]- محمد محمد الهادي، مرجع سابق، ص99.

keyboardالتشبه الألة الكاتبة، حيث يمكن للمستخدم للحاسب أن يقدم التعليمات عبر هذه اللوحة. كما يستطيع التعامل مع الحاسب على أسس تفاعلية.

وهناك أشكال أخرى من خلال استخدام أشرطة مغناطسية magneticsTapes، أو أقراص صلبة hard dises، أو أقرص لينةfloppydiscs، وهي تتضمن البيانات التي يمكن تحميلها للحاسب عن طريق الذاكرة الرئيسية main memory.[1]

وأحد الأشكال الأخرى يتم من خلال استخدام " أداة ضوئية" optical scanner، وتستطيع هذه الأداة التعرف على الحروف والأرقام المطبوعة على صفحة ورقية وتحويلها إلى وحدات رقمية bytesبلغة الحاسب.

وهناك شكل أخر من أشكال الإدخال مازال تحت التطوير وهو يعتمد على استعمال الكلام واللغة المتطوقةspeech recognitionوبعض نظم الحاسب الآن مزودة بميكروفون لإدخال البيانات المنطوقة، ويتم تحويلها إلى سلسلة من الوحدات الرقمية، هي تشبه تماما الكلمات المطبوعة على لوحة المفاتيح.[2]

❖ وحدات الإخراج: output units:

تقوم ملحقات الإخراج output peripheral بتحويل البيانات المقروءة آليا بواسطة الكمبيوتر إلى الشكل الممكن قراءته. وتعتمد مراكز المعلومات والتوثيق والمكتبات على ملحقات

[1]- حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص ص، 61-62.

[2]- المرجع نفسه، ص 62.

الإخراج التي تطبع مخرجات الكمبيوتر على الورق أو تعرضها على الشاشة. أو تسجلها على المصغرات الفلمية، ومن أهم وحدات الإخراج نجد:[1]

- **الطابعة:** وهي جهاز يستخدم لطباعة أي معلومة أو نتيجة على الورق، وتعتبر الطابعة من الأجهزة الهامة المستخدمة غي عمليات الإخراج.

–الشاشة:monitor: هي من أشهر وحدات الإخراج وهي مرافقة لأي حاسوب وذلك من أجل إمكانية رؤية البرامج والبيانات المدخلة والنتائج التي تعتبر نتيجة للمعالجة. ولهذا فهي تلعب دورين هامين الأول أثناء الإدخال حيث يمكن رؤية البرنامج المستخدم أثناء استخدامه والدور الثاني هو عرض النتائج والمخرجات قبل اعتمادها.

–مكبرات الصوت: speakers: وهي أجهزة تنقل الصوت من داخل الكمبيوتر وتضخمه وتكبره حتى نسمعه بشكل واضح، وهي تعتبر جد هامة باعتبار أن جهاز الكمبيوتر أصبح ينوب عن جميع الأجهزة الصوتية. وعندما يصبح من الضروري استخدام مكبرات الصوت.

–الراسمة: plotterأو جهاز الرسم البياني وهو جهاز يشبه الطابعة إلا أنه كبير الحجم بشكل يؤهله إلى الطباعة والرسم على الورق بأحكام كبيرة وهو يستخدم لرسم الخرائط والتصميمات الهندسية والمخططات العامة. ويتميز هذا الجهاز بكونه يرسم بدقة رسوم متناهية وبمقاييس رسوم هندسية حيث يتحكم في عدة أقلام كل منها ذو سمك خط معين لتحديد مقاييس الرسم بشكل دقيق

[1]– هارون منصر، مرجع سابق، ص ص، 107–108.

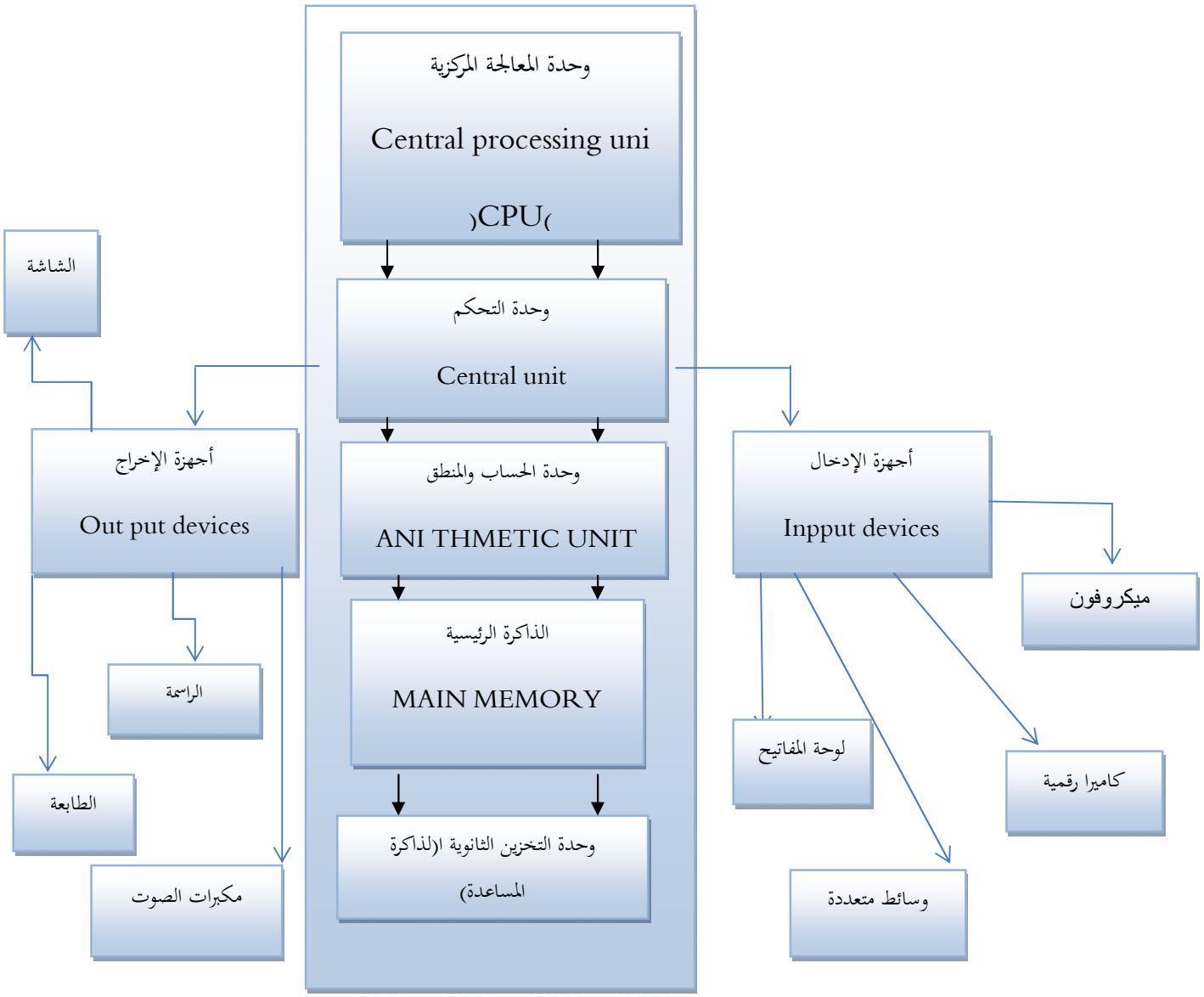
وحدات التخزين (ذاكرة الحاسب):computer memory:[1]

يتم تخزين برنامج الحاسب الإلكتروني في وحدة تسمى الذاكرة memory وتقوم الذاكرة أيضا بتخزين البيانات التي يمكن التعامل معها أي في وقت، ويتم وضح البيانات المرسلة إلى الحاسب في عدّادات تسجيل خاصة specialregister، تشبه صناديق التخزين.

وتحتوي الذاكرة الرئيسية على حيز صغير يسمى "ذاكرة القراءة"readonlymemory(rom).

اما الحيز الأكبر فيسمى "بالذاكرة العشوائية" rendomaccessmemory (ram). وذاكرة القراءة rom هي الذاكرة الدائمة أو المستمرة، وهي تستخدم للتحكم في عمليات الحاسب عند تشغيله. أما الذاكرة العشوائية (ram) مستخدم لتخزين البيانات أثناء تشغيل الحاسب، وهي تعتبر ذاكرة سريعة الذوبان لأنها تفقد البيانات بمجرد إغلاق الحاسب. Turnedoff

[1]-حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص65.



شكل رقم(2) يوضح المكونات المادية لجهاز الحاسوب.[1]

[1]– من إعداد الطالبتين.

❖ **خصائص الحاسوب:**

يلعب الحاسوب دورا مهما في تصميم وبناء نظم المعلومات الحديثة، فهو يحقق لنظام المعلومات مزايا السرعة والدقة والثقة والصلاحية ويترتب عليها الكفاءة العالية في الأداء، وله القدرة على إجراء العمليات المنطقية الحسابية المعقدة جدا، وعليه فمن مميزاته الأخرى التي تشجع المؤسسات على استخدامه مايلي:[1]

– السرعة الفائقة بأداء العمليات الحسابية وغير الحسابية والمقارنة المنطقية في إدخال البيانات، والسرعة في استرجاعها.

– السرعة في إجراء العمليات.

– الدقة الفائقة بأداء العمليات الحسابية وغير الحسابية والمقارنة المنطقية للعمليات.

– القدرة على تخزين البيانات والمعلومات والبرامج الداخليةInteranalprogramesبصورة مؤقتة مع إجراء العمليات أو بصورة دائمة لغرض التوسيع في طاقة التخزين.

– سهولة التشغيل وتعني البساطة واليسر في استخدام الحاسوب.

– مواكبة التقدم التكنولوجي وتتميز أجهزة الحاسوب بالتطور السريع بكافة مجالاته.

– عنصر التكلفة: حيث أن الحصول على المعلومات والبيانات باستخدام الحاسوب تقل بكثير عن تكلفة الحصول عليها يدويا.، نجد بأن الحاسوب يستخدم في المؤسسات بغرض إعداد وإنجاز العديد

1- محمد الصيرفي، **الشراء الإلكتروني**، ط1، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2007، ص 319.

من المهام التي تتعلق بالإدارة في وقت وجيز وكذا في تخزين البيانات والوثائق التي تخص أعمالالمؤسسة وتسهل عملية الاتصال، وذلك عن طريق الشبكات الموصولة بهذا الجهاز، فماهي هذه الشبكات؟ وماهي مهامها؟ وفيما تكمن أهميتها؟

1-1-5-1 الشبكات: les réseaux

لكي يتمكن الكمبيوتر من الاتصال بالأخر فلابد من توافر قنوات اتصالية لنقل البيانات، كما يجب أن تتواجد مجموعة من الأساليب والقواعد والأدوات التي تعمل على تحويل البيانات من الشكل الرقمي للحاسوب إلى الشكل التناظري لقناة الاتصال والعكس، هذه القنوات الاتصالية تعرف بالشبكات والشبكة أساسا هي الرابط بين البيانات الطرفية للحسابات بهدف نقل وتبادل المعلومات بين الحاسب الآلي والنهايات الطرفية المتصلة به، في إطار النقل على الخط المباشر.[1]

كما يمكن القول بأن شبكات الحاسب الآلي هي عبارة عن نظام يتم من خلاله توصيل عدد من أجهزة الكمبيوتر المستقلة عن بعضها لتصبح لديها القدرة على استخدام نفس البيانات والمكونات المادية، الأسطوانات الصلبة والمصادر الأخرى المتاحة بهذه الأجهزة.[2]

وعموما توجد هناك ثلاث شبكات رئيسية مستخدمة في المؤسسات، وتتواجد كلها أو بعضها، وذلك راجع إلى إمكانيات كل مؤسسة، وهذه الشبكات هي: الأنترنيت، الإنترانت، الإكسترانت.

1- محمد محمد الهادي، **تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات**، دط، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2001، ص 130.

2- شريف فتحي الشافعي، **تخطيط وتصميم شبكات الحاسب الآلي، الشبكات المحليةLAN الشبكات المتسعةWAN**، د ط، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2002، ص 07.

❖ شبكة الأنترنيت: internet

تعد شبكة الأنترنيت من أبرز أدوات العولمة بمختلف أبعادها الثقافية والاقتصادية والنفسية لانتشارها الواسع وسرعتها الفائقة ودورها كسوق للتبادل التجاري، وتتحول الأنترنيت إلى إحدى أبرز ساحات العولمة فضلا على أنها مستقلة إلى حد بعيد الدود الجيوسياسية، كما أنها نتجت عن طريق ربط الشبكات المحليةLAN ببعضها البعض لتتكونالشبكات الواسعةWANوبربط الشبكات الواسعة مع بعضها تمّ تغطية العالم بأكمله لتتكون أكبر شبكة اتصالات حول العالم وهي شبكة الأنترنيت.

- **مفهومها:**

الأنترنيت internet هي شبكة اتصالات عالمية تربط الآلاف من شبكة الكمبيوتر بعضها ببعض، عن طرق خطوط التليفونات أو خطوط الشبكة الرقمية أو الألياف البصرية أو عن طريق الأقمار الصناعية، ويستخدمها الملايين من مستخدمي الكمبيوتر حاليا على مدار الساعة في معظم أنحاء العالم، خاصة في الجامعات ومعاهد البحث العلمي والشركات الكبرى والبنوك والمؤسسات. كما تعرف بأنها: شبكة ضخمة من أجهزة الحاسب الآلي المرتبطة ببعضها البعض والمنتشرة حول العالم.[1]

في تعريف آخر:

الانترنيت هي شبكة عالمية مكونة من الشبكات المتصلة مع بعضها البعض وهذا يتضمن الملايين من شبكات الشركات والحكومات والمنظمات وهي البنكية تتشكل الأنترنيت من كمبيوترات فيها

[1]– جمال العيفة، **مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف الهياكل، الأدوار**، دط، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص 177.

معلومات ومستخدمين يقومون بإرسال واستقبال هذه المعلومات ومن بنية تكنولوجية لإيجاد ونقل ومشاهدة أو الاستماع لهذه المحتويات.[1]

ويعرفها البعض الآخر بأنها الطريق السريع للمعلومات، ولكن الصحيح أن خط المعلومات السريع هو البنية التحتية للمعلومات الوطنية والتي تعتبر من التقنيات التي تسمح بإرسال واستلام الصوت والصورة معا.[2]

والملاحظ أن تعريفات الأنترنيت تتعدد بتنوع اهتمامات العلماء والباحثين وتخصصاتهم وقد أشار كل من غبز وريتشارد GibbsandRichard. إلى أن تعريف المهندس للأنترنيت يختل عن تعريف التاجر والمدرس.

وبالنظر إلى التعريفات التي أطلقت على الأنترنيت منذ ذيوعها وانتشارها نجد أنها تشمل على العناصر التالية:[3]

- الأنترنت مجموعة من الحواسيب.
- وتلك الحواسب مرتبطة في شبكة أو شبكات.
- وتلك الشبكات يحكمها بروتوكول معين.
- وإنه ليس هناك هيئة الشبكات يمكنها أن تتصل بشبكات أكبر.
- وأن عملية الاتصال مركزية مسؤولة عن الأنترنيت.
- إن مهنا كثيرة يمكن أن تستخدم شبكة الأنترنيت لأغراضها.

[1]- محمد الطاهر، **التسويق الإلكتروني**، دط، الأردن، ديوان الحامد للنشر والتوزيع، 2005، ص ص، 38-39.

[2]-جمال العيفة، مرجع سابق، ص 178-179.

[3]- فاروق حريزي، المرجع نفسه، ص 47.

ومن خلال هذه التعاريف يمكن القول بأن الأنترنيت تعتبر أكبر مزود بالمعلومات بكافة أنواعها وفي شتى مجالاتها، فضلا عن اتفاق معظم التعاريف على القول بأن الأنترنيت هي شبكة الشبكات أي أنها تعتبر أكبر شبكة معلوماتية آلية في العالم، وهو ما يتيح لمستخدميها الوصول إلى كافة المعلومات المتاحة.

- **تاريخ الأنترنيت:**

بدأ العمل بشبكة الأنترنيت في السبعينات من القرن العشرين كمشروع لوزارة الدفاع الأمريكية، لكنه سرعان ما تحول إلى مشروع أكاديمي ثم اقتصادي يهدف إلى الخدمة العامة مكونا الأساس لطريق معلومات دولي سريع.

وقد بدأ العمل بهذه الشبكة عام 1975 كتجربة قامت بها وكالة المشروعات للأبحاث المتقدمة للدفاع التابعة لوزارة الأمريكية بهدف إنشاء نظام للاتصالات قادر على ربط جميع أنظمة الاتصالات المختلفة مع شبكة مكتب الدفاع الأمريكي.[1]

وطوال هذه المدة كانت تتلقى تمويلها من مجالات البحث والتطوير والتنفيذ من وزارة الدفاع بالولايات المتحدة(dod)، وفي عقد الثمانينات، من القرن كان يشار عادة إلى هذه المجموعة الصغيرة من الشبكات التي تضم ما يقل عن عدة مئات من الحواسيب الحاضنة على أنها " انترنت وزارة الدفاع الأمريكية".

وفي النصف الثاني من عقد الثمانينات، قدمت المؤسسة الوطنية للعلوم بالولايات المتحدة المؤسسات البحثية والتعليمية في بلدان أخرى، التمويل لبناء شبكات غير عسكرية.

وفي عام 1986م، أنشأت أول شبكة رئيسية للمؤسسة الوطنية للعلوم بالولايات المتحدة.

[1]- المرجع السابق، ص 178.

وفي مطلع عقد التسعينيات بدأ عدد من الشركات الإقليمية الممولة أساسا من المؤسسة الوطنية للعلوم ببيع تراخيص النفاذ التجاري إلى الأنترنيت.[1]

وبعد ذلك انضمت جامعات ومختبرات عديدة ومراكز علمية إلى هذه الشبكة، وشكلت هذه المؤسسات العمود الفقري لشبكة الأنترنت، والتي لم يتعدى عدد المشتركين فيها حتى عام 1988 مليون مشترك، ولكنها تطورت ونمت وزاد عدد المصادر التي تعتمد عليها والشبكات الفرعية التي تتصل بها.[2]

وفي ديسمبر 1990م، بمدينة جنيف، وبظل الجهود التي بذلها تيم بيرنرزلي أحد موظفي مراكز الأوروبي للبحوث النووية ولدت شبكة الويب العالمية التي قدر لها أن تحدث تغيرا جذري في الأنترنت بحيث أصبحت في نهاية المطاف متاحه للمستعمل العادي غير المتخصص.

وفي أوائل العام 1991م، أنشئ عدد من خدمات شبكة الويب في أنحاء أوروبا، وفي ديسمبر عام 1991، أنشئ أول خادم لهذه الشبكة في الولايات المتحدة وكان مقره جامعة ستانفورد.

ثم نمت وتطورت وزاد عدد مستعمليها ليصل عدد المشتركين عبر العالم حوالي 10 مليون مشترك في منتصف عام 1994م، ثم 33 مليون مشترك في منتصف عام 1995.[3]

[1]- فاروق حريزي، **دور التكنولوجيات الحديثة للاتصالات في تحقيق أهداف استراتيجية التنمية البشرية المستدامة في الجزائر**،دط،الجزائر، 2011، ص 46.

[2]- جمال العيفة، مرجع سابق، ص ص، 178-179.

[3]- مرجع سابق، ص 47.

❖ **الخدمات التي تقدمها شبكة الأنترنيت:**

توفر الأنترنت خدمات متنوعة نذكر منها:

❖ **البريد الإلكتروني:e.mailelectronic.mail**

هي الخدمة التي تشرف على إرسال واستقبال الرسائل من حاسوب إلى آخر داخل شبكة الأنترنت، وتعد هذه الخدمة من أول الخدمات التي تم تطويرها على شبكة الأنترنت، كما تعد أهم الخدمات المرتبطة بالاتصال الشخصي وأبرز العمليات على الشبكة. وتستخدم هذه الخدمة في الاتصال بين الأشخاص بسرعة فائقة مهما كانت المسافات فاصلة بينهم، ويمكن من خلال خدمة البريد الإلكتروني إرسال رسائل أو معلومات أو ملفات أو صور أو جداول إلكترونية بشكل مباشر إلى أي شخص وفي أي مكان.[1]

بواسطته يمكن تلقي وإرسال رسائل من وإلى أي شخص له عنوان بريد إلكتروني، وذلك بكتابة عنوان المرس إليه في الخانة المخصصة لذلك، ثم القيام بتحرير الرسالة والضغط على أمر الإرسال وبسرعة فائقة تحت عنوان المرسل إليه، فيتمكن هذا الأخير من الاطلاع عليها في وقتها الآني، حيث يقوم بتحميل جميع الرسائل الواردة على هذا الصندوق في شكل قائمة يمكن قراءة كل رسالة منها.[2]

[1]– سعاد جودت أحمد و أخرون، **استخدام الحاسوب والأنترنت في ميادين التربية والتعليم**، دط، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2003، ص 91.

[2]– فندوشي ربيعة، **الإعلان الإلكتروني**، دط، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، 2011، ص 89.

– **مزايا البريد الإلكتروني**:يعد وسيلة ناجحة جدا لإرسال واستقبال الرسائل البريدية إلى تنوعها سواء كانت مرئية أو مسموعة في وقت واحد كما يعد أداة ربط بين المستخدم ومجموعة من المستخدمين الآخرين الذين يجمعهم اهتمام مشترك لتبادل المعلومات والآراء والأفكار.[1]

– وبالإضافة إلى ما سبق فإن البريد الإلكتروني يتمتع بالمزايا الآتية:

– السرعة: فرسالة لبريد الإلكتروني تصل خلال ثواني ودقائق معدودة لصاحبها.

–قلة التكلفة مقارنة بالفوائد التي يجنيها المرسل والمستلم للرسائل.

– إن البريد الإلكتروني غير رسمي: يحث يتم تبادل الرسائل البريدية الإلكترونية علىأساس الاسم الأول.

– إن الزمان والمكان ليس لهما حساب: حيث يمكن فحص صندوق البريد لأي شخص في اي وقت ومن أي مكان في العالم.

– السرية في الحفاظ على مضمون الرسائل: حيث لا يقرأ الرسالة عبر البريد الإلكتروني إلا صاحبها الحقيقي بسبب وجود رمز بريدي خاص لكل شخص.

– إمكانية إرسال رسالة نفسها أكثر من جهة واحدة.[2]

ويعتبر البريد الإلكتروني من أهم الخدمات المتوفرة في شبكات الكمبيوتر الحالية، حيث يملك كل مشترك في شبكة أنترنت عنوان إلكترونيا ويتلقى عليه رسائله. ويتكون العنوان الإلكتروني من اسم الشخص وعنوان نظام شبكة الكمبيوتر والتي تتصل بها مع الأنترنت وهو على الشكل الآتي:

[1]– السنابل، محمد إبراهيم: **الأنترنت**، ط3، بيروت، مكتبة لبنان، 2000، ص 54.

[2]– حسين فاروق السيد، **الأنترنيت شبكة المعلوماتية العالمية**،دط القاهرة، صلا لنشر والتوزيع، 1999، ص ص 113-114.

user@demainnameونلاحظ أن العنوان مقسم إلى جزئيين هما: اسم المستخدم user إلى اليسار والمجال إلى اليمين doomainname يفصل بينهما حرف @.

واسم المجال يجب أن يكون منفردا، ويمكن أن يتكون من ثلاثة أجزاء:

1- الشركة أو المؤسسة: مثل IBM أو FORD

2- المميز ويضم ستة رموز هي:

أ- المؤسسات الحكومية ورمزها: GOV

ب-المؤسسات التعلمية ورمزها: EDU

ج- الهيئات العامة ورمزها: ORG

د- المؤسسات التجارية ورمزها:Com

هـ- المؤسسات العسكرية: MIL

و- الشبكات وغيرها ورمزها:Net

3- مميز الدولة : تملك كل دولة متصلة بشبكة أنترنت رمزها الخاص ويتكون من حرفين، فالمملكة رمزها uk، ومصر رمزها eg، والنمسا at، واليونان رمزها gr، والجزائر dz.[1]

عيوب البريد الإلكتروني:

– إمكانية تخزين الرسالة في أكثر من مكان مما يؤدي إلى مشاكل في عملية التخزين وتكرار النسخ.

– إمكانية طبع الرسالة من خلال الأنترنت بدون موافقة المسؤول عن إدارة البريد الإلكتروني.

[1]– جمال العيفة، مرجع سابق، ص 180.

– إمكانية الحذف أو التعديل كما أنت محور الرسالة وحذفها لا يعني التخلص منها نهائيا، مما قد يؤدي إلى إمكانية إرجاعها والاطلاع عليها.

– العديد من نسخ الرسائل والوثائق المرفقة بها وسهولة طبعها وحفظها مما يزيد من التكلفة سواء للمكان أو الورقة.

– عدم الرسمية مما يؤدي إلى الانحراف، ذلك أن عدم وجود إدارة منهجية للبريد الإلكتروني المنظمة سوف يحدث ارتباك في المساحة المخصصة لتخزين الرسائل. خاصة عند حذف رسائل بعينها، مما يؤدي إلى خلل شديد في العمل الإداري.[1]

- **خدمة نقل الملفات: (filetransferprotocol(FTP**:

FTP أو نظام إرسال الملفات هو نظام يستعمل عموما لتبدل الملفات على أي شبكة تدعم نظام السيطرة على الإرسال/ نظام آي بي (مثل الأنترنت أو الإنترانت) هناك حاسبان مشتركان في نقل FTP الخادم والعميل. خادم التحميل يستمع على الشبكة أو طلبات الاتصال يوم بعدد من العمليات على الملف مثل إرسال الملفات إلى الخادم، وتحميل الملفات من الخادم، وتبديل الاسم أو حذف الملفات على الخادم وهكذا.

يعتبر بروتوكول نقل الملفات FTP أحد البروتوكولات التي تنظم لحزمه بروتوكولات TCP، TranssmissionControlProtocol.[2]

[1]- هارون منصر،**تكنولوجيا الاتصال الحديثة المسائل النظرية والتطبيقية**، مرجع سابق، ص 171.

[2]– أحمد الشربيني، **الأنترنيت شبكة شبكات المعلومات**، دط، د.م، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2009، ص 22.

- **خدمات النقاش: News-group**

تدعي أيضا الفوروم (Forums)، يتم من خلالها وبطريقة لا تزامنية تبادل آراء أومعلومات تتعلق بمواضيع مختلفة. وهذه المجموعات منتشرة في أصناف متسلسلة، تتم بها قضيا مختلفة، ومواضيع متنوعة في جميع المجالات، بتقديم وجهات نظر شخصية عن طريق رسائل إلكترونية، يتم وضعها على اللوحة الحاسوبية الخاصة بالمجموعة، ويمكن لأي زائر للوحة أن يطّلع على مختلف الرسائل المتبادلة بين الأعضاء، بواسطة قائمة مواضيعها، ويمكن له أيضا أن يطّلع على الردود الخاصة برسالة ذات موضوع معين، بعد أن تعرض عليه هذه الأخيرة، فيكون على دراية بأصل القضية، وتسمى هذه الطريقة "بشبكة المستخدمين".[1]

- **التخاطب الفوري: chat**

حيث تتيح كثير من المواقع غرف للحوار chats roomsيتمكن المستخدم من خلالها محادثة عدد لا نهائي من الأصدقاء عن طريق الحوار الصوتي أو المكتوب باستخدام لوحة المفاتيح وإرسالها إلى الطرف الآخر الذي يرد على الرسالة بأخرى وكذا يتم التخاطب الفوري. وكذا إمكانية الاتصال عن طريق الهاتف، وبأسعار جد معقولة.[2]

2-1-3-5 الشبكة العنكبوتية العالمية: (world widewebe)أو (www):

توفر شبكة النسيج العالمي (الويب) نظاما متشعب الوسائط لاسترجاع المعلومات، يتيح يوميا لملايين المستخدمين دخول المواقع والصفحات باستخدام متصفحات وبوابات الأنترنت، وتعتمد شبكة الويب على خاصية النص المترابط أو المتشعب: (Hyper Text) وهي طريقة لربط البيانات

[1]- فندوشي ربيعة، مرجع سابق، ص 89.

[2]- د. رضا عبد الواجد أمين، **الصحافة الإلكترونية**، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007، ص69.

ببعضها، ففي معظم مواقع الويب توجد كلمات معينة يكون لونها مختلفا، وغالبا ما يكون أيضا تحتها خط، عندما نضغط على كلمة منها، تنتقل إلى صفحة أو موقع آخر يتناسب مع الكلمة التي اخترتها، وقد تكون الرابطة عبارة عن زر أو صورة أو أجزاء من صورة يمكن الضغط عليها.

وتعد الشبكة العالمية من أهم أدوات الأنترنت بعد البريد الإلكتروني وتحتل نسبة 40% من حجم الاتصالات بشبكة الإنترنت.[1]

- **التلينيت: Télé-net**:

هي بروتوكول أنترنت معياري لخدمات الربط عن بعد ويسمح للمستخدم بربط جهاز على الكمبيوتر مضيف جاعلا جهازه وكأنه جزء من ذلك الكمبيوتر البعيد، وهي طريقة أخرى للنفاد إلى المعلومات المحملة على الخدمات، من خلال الدخول الفعلي إلى الحاسوب عن بعد واستخدامه بصورة عادية، فعندما يتصل المستخدم بوسطة تلفت يستطيع استخدام حاسوبه عن بعد، وهذا يعني أنه يستطيع تشغيل برنامج معين على الحاسوب الذي يقع في النصف الآخر من الكرة الأرضية، ويمكن استخدامه أيضا في مشاهدة قائمة البطاقات الإلكترونية، وهنالك عدد كبير من المؤسسات التي قامت بتحميل برمجيات خاصة ضمن نظمها لكي يتمكن مستخدمو إنترنت من النفاذ الوري للمعلومات.[2]

-متطلبات الاتصال بالأنترنت:

- جهاز كمبيوتر: وهو آلة تعطي المعلومات بلغة آلي، خاضع هذا الجهاز لبرنامج موضوع بتتابع منطقي منظم.

---

[3]- علي بن عبد الله عبسيري، **الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للأنترنت، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية**،ط1، الرياض، ، 2004، ص 19.

[2]- فيصل أبو عشية، **الإعلام الإلكتروني**، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، صص 76-77.

- مودمModem : هي آلة خاصةبإرسال البيانات من مكان إلى آخر بدون أن ننسى وضع طرق خاصة للمرور في الشبكة ودرجة الازدحام فيها، وهذا الطريق هو الخط الذي تسلكه البيانات على الشبكة منذ انطلاقها إلى غاية وصولها إلى المكان المحدد.
- خط هاتفي: ويكون محدد إما بشبكة وهذه الاخيرة تكون فيها حرية الاتصال وإما " محدد عام" أي وضع خطوط عامة للأشغال.
- مزود أسماء serveur: وهو يول الأسماء إلى لغة الأرقام التعريفية وذلك حسب بروتوكول الأنترنت "ip" يعمل على "ينكس" أو "ويندوز آن تي" وهو يحتوي على بيانات أساسية ومن المفروض أن يكون هناك مزودات وذلك إذا ما تعطل إحداهما اشتغل الآخر.
- البرنامج: في الوقت الحالي نجد العديد من البرامج التي هي في إطار للأنترنت من أهمها نجد برنامج "أرتشي" وتم إعداده من طرف مجموعة من الطلبة في كندا وهو يتضمن ملات عديدة لا تقل عن مليون ملف مخزن في الأنترنت، برنامج موازييك، برنامج كليرنت إضافة إلى ذلك تفتح نقاشات وتبادل الآراء إلكترونيا حول مواضيع مختلفة، لكن هذا لا يكفي لإقامة الأنترنت بل يجب أن يكون هناك عقد مشترك بين الأنترنت وبين المؤسسة التي تمنحك الدخول إلى الأنترنت، فهناك مئات من الشركات والمؤسسات التي توفر هذه الخدمات في العالم في الوقت الحالي.[1]

– ونجد من أشهر برامج تصفح الشبكة (Nets Cape/ Internet Explorer)بالإضافة إلى الاشتراك في الخدمة.[2]

1–ياسين فضل ياسين، **الإعلام الرياضي**، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 36.

[2]– محمد النوبي محمد علي، **إدمان الأنترنت في عصر العولمة**، ط1، الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2010، ص22.

❖ **شبكة الأنترانت : (Intranet)**

❖ **مفهومها:**

الإنترانت (Intranet)هي شبكة داخلية مستقلة بحد ذاتها، ويمكن اعتبارها شبكة تعاونية (تشاركية)، أو شبكة مؤسسات تربط بين مستخدميها باستخدام تقنيات الإنترنت، فهي مبنية على أساس البروتوكولات TCP/IP المستخدمة في شبكة الأنترنت كما أنها كثيرة الشبه بها من الناحية البنيوية، إلا أنها تتميز بأنها تعد من سلطات الإنترنتاللامحدودة، فهي تمكن المستخدمين من الاتصال فيما بينهم بحرية ولكن ضمن قطاعات محكومة بسماحيات وصول قابلة للتحكم.[1]

كما تعرف الأنترانت (Intranet) هي شبكة حاسبات آلية خاصة توظف تقنيات الأنترنت ولكن بصورة محدودة، حيث يقتصر التعامل داخل الشبكة على بعض أوكل موظفي المؤسسة، بحيث لا يستطيع مستخدمو الإنترنت العاديين الوصول إلى المعلومات المخزنة به.[2]

وتعرف أيضا على أنها: شبكة تعمل داخليا (داخل المؤسسة) لكنها تستخدم معايير الأنترنت مثل: الـــ HTML وغيرها، وبالتالي الإنترانت هي إنترنت صغيرة ولكن للاستعمالات الداخلية للمؤسسة فقط.[3]

❖ **مميزات الأنترانت: Intranet**

تشير هذه الشبكة إلى تطبيق التقنيات التي توظفها الإنترنت على نطاق الشبكة الخاصة بالمنظمة أو الشركة أو المؤسسة، أي تكون المنظمة إنترنتها المصغر الخاص بها لتلبية احتياجاتها.

---

[3]– حسام الملحم، عمار خير بك، **شبكات الأنترانت بنيتها الأساسية وانعكاساتهاعلى المؤسسات**، ط1، د.م.ن،د.د.ن، 2000 ص15.

[4]– عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد، **محاضرات في هندسة الإعلان والإعلان الإلكتروني**، دط، الدار الجامعية، 2005، ص 394.

[3]– محمد طاهر نصير، **التسويق الإلكتروني**، دط، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2004، ص 38.

يهدف بناء مثل هذه الشبكات إلى تأمين وصول موظفي المنظمة إلى مختلف مصادر المعلومات الخاصة بها، بسهولة وفاعلية وبأرخص التكاليف. كما أن شبكة الإنترنت تتميز بالعديد من المزايا نذكر منها:[1]

- الاتصال بين الأفراد والجماعات عبر الشبكة.
- السرعة العالية لتمرير البيانات، كما يمكن استخدامها في تبادل المعلومات الصوتية الفيديوية بمستوياتأداء مطلوبة.
- تقنيات الأنترنت أثبتت قوتها والاعتماد عليها.
- تكاليف البناء تعتبر قليلة مقارنة بتقنيات الشبكات الخاصة.
- إمكانية اتصال المؤسسة مع غيرها من المؤسسات التي تتبع نفس المواصفات القياسية.

إيجابيات الأنترانت:

تعتبر الأنترانت وسيلة لتجميع المعلومات والمعرفة في مكان رئيسي داخل المؤسسة مما يمثل مصدر للمعلومات وخبرات المؤسسة متاح لكل من الإدارة والموظفين حيث يستطيع المدراء الحصول على المعلومات وتحليلها عن طريق برامج ذكية بالتالي تساعده في اتخاذ القرارات بشكل سريع وفعال ومفيدلها لتحقيق أهدافها لذا يمكن تلخيص فوائد الشبكات المحلية للأنترانت في ما يلي:[2]

- مشاركة مصادر الشبكة من طابعات وأجهزة الفاكس والملفات والمجلدات بين كل المستخدمين في الشبكة.
- كفاءة الاتصال والتنسيق بين مختلف الاقسام والفروع مما يسهل عملية الإدارة والتحكم بكل النشاطات والعمليات داخل المؤسسة وخارجها.

[1]- منى محمد إبراهيم البطل،**تكنولوجيا الاتصالات المعاصرة " الشخصية والإدارية ونظم المعلومات"**، ط1، د.م.ن، د.س.ن، ص 231.

[2]- خضر مصباح إسماعيل طيطي، **إدارة المعرفة التحديات والتقنيات والحلول**، ط1، الأردن، دار حامد للنشر والتوزيع، 2010، ص 158.

– الوصول إلى المعلومات المطلوبة بشكل سريع وفعال من قبل كل المستخدمين في المؤسسة.

– تعتبر الأنترانت وسيلة فعالة لإجراء عمليات التدريب ونشر المعرفة والوعي والإرشادات المتعلقة بالعمل والمنتجات في المؤسسة.

– تعتبر الأنترانت وسيلة اتصالات بين الموظفين وبمختلف الأقسام وبتكلفة بسيطة جدا مقارنة استخدام أجهزة أخرى كالفاكس أو أجهزة التلفون.

– تساعد الأنترانت في عمليات المراقبة والتحكم بالأجهزة والموظفين.

2-2-4 أغراض استخدام شبكة الأنترانت في المؤسسة:

تستخدم شبكة الإنترنت لأغراض التالية:[1]

– نشر وثائق المنظمة إلكترونا.

– تطبيقات العمل الجماعي، وذلك لإمكانية التعامل بلغة hyper (HTML) textmarketlanguage،مع الاستمارات الإلكترونية مما سهل تنفيذ الكثير من المعاملات عبر الشبكة مثل إجراء الاستبيانات. كما يمكن استخدام هذه التقنية لجدولة عمل المجموعات وفي تطبيقات أكثر تقدما لمجموعات العملgroup ware.

– توزيع البرمجيات يمكن من استخدام شبكات الإنترانت لتوزيع البرامج الجديدة أو ترقية القديم وذلك بوضعها في مزود الشبكة وإتاحة الوصول غليها لموظفي المنظمة ليستخدموها الحاجة.

– مع شيوع استخدام الإنترانت، سيصبح البريد الإلكتروني وسيلة رئيسية للاتصال، خاصة بالنسبة للاتصالات التي تجري بين فرد ومجموعة أفراد one-to-many

[1]–منى محمد إبراهيم البطل، مرجع سابق، ص 231.

– تنمية الصلات الأفقية بين زملاء العمل، والحد من السلطات غير المبررة لبعض المراكزالبيروقراطية بالمنظمة.

–ستحول المؤسسات لمكاتب بدون أوراق.

❖ الفرق بين شبكتي الإنترنت والأنترانت:

	الإنترانت	الأنترنت
الملكية	–مملوكة بالكامل للمؤسسة التي تستضيفه	–غير مملوك لأحد
–إمكانية الدخول	–لا يمكن الدخول إليها إلا العاملين في المؤسسة و لهم كلمة المرور	–أي شخص يمكنه الدخول إليه و التجول في شتى المواقع المطروحة
–كيفية الوصول إليه	–يعمل في موقع واحد فقط و لايمكن الوصول إليه من أي مكان	–يمكن الوصول إليه منم أي مكان
–نوعية المعلومات	–يحتوي على الموضوعات و المعلومات التي وافقت عليها المؤسسة بحيث تصبح ذات أهمية للإنجاز أعمال المؤسسة و قد تحتوي على موضوعات سرية	–قد تحتوي على صفحات غير لائقة أو معلومات غير دقيقة أو سخيفة ولا يمكنها أن تحتوي على معلومات سرية
–مدى قدرتك على تغيير ما تحتويه	–يمكنك التغيير	–لا يمكنك التغيير
–من حيث الاتساع	–في حدود المؤسسة	–لا حدود لها

جدول رقم(2) يوضح الفرق بين شبكتي الأنترنت والأنترانت[1].

2–3 شبكة الإكسترانت:Extranet

2–3–1 تعريفها:

– هي شبكة حاسبات آلية تستخدم تقنيات الإنترنت في ربط المسؤولين داخل المؤسسة بأطراف من خارج المؤسسةكبعض كبار العملاء، ومسؤولي المؤسسات الأخرى.

[1]- جمال العيفة، مرجع سابق،ص 181.

ونظرا لأن الإكسترانت شبكة غير عامة فهي تتطلب إدخال كلمة السر password حتى يمكن الدخول إليها، والتعامل معها، وذلك بغرض حماية بياناتها من أي تعامل مصرح به.[1]

كما تعرف أيضا:

الإكسترانت (الشبكة الخارجية) هي شبكة داخلية يسمح لبعض شركاء العمل الخارجيين بالدخول لها الأسباب استراتيجية وعادة ما يكون الوصول للمعلومة فيها جزئيا (مثل دخول مندوبي شركات السياحة والسفر إلى نظام حجز تذاكر السفر على رحلات شركات الطيران العالمية والمحلية).[2]

وتعرف أيضا: بأنها المشاركة في معلومات الأنترنت أي بين أنترانت الشركة وشركائها التجاريين.[3]

❖ مزايا شبكة الإكسترانت:

تتمتع شبكة الإكسترانت بمجموعة من المزايا منها[4]:

- المشاركة في المعلومات بجهود أقل.
- الحصول على المعلومة بجهود أقل.
- تواصل شبكات توزيع البضائع: مكّنت شبكة إكسترانت التي تربط الموزعين المحليين بالمزود الرئيسي لتسريع عملية الطلب والشحن وتسوية الحسابات، كما يمكن أن تبني التطبيقات المستند إلى مفهوم نقطة الطلب (request point) لتتم كافة عمليات التوزيع وتسويق الحسابات.

---

[1]- عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد، مرجع سابق، ص 395.

[2]- محمد طاهر نصير، مرجع سابق، ص 38.

[3]- طارق عبد العال حماد، **التجارة الإلكترونية–المفاهيم– التجارب –التحديات– الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية**، د.ط، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 744.

[4]- المرجع السابق، ص 14- 16.

– خدمات التوظيف (Employingseruices) : حيث تستخدم الإكسترانت لربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة مع سوق العمل المتخصصة، بغرض تقدم خدمة متعددة المنافع، كما أن العمل يؤمن احتياجاته عن طريق الشبكة نفسها.

– التقليص من تكلفة الطباعة والبريد.

– التواصل عن بعد.

❖ مجالات استخدامات الإكسترانت:

سنورد فيمايلي أهم المجالات التي يمكن أن تستخدم فيها الإكسترانت وذلك لغرض تحسين العمل ونقله خطوة على طريق الانتقال إلى العمل العصبي.[1]

1- تسهيل عمليات الشراء في الشركات: إذا يمكن أن تقوم شركة من منطقة الشرق الأواسط بإرسال طلب الشراء إلى شركة يابانية عبر الإكسترانت التي تربط بينهما، وتلغي الحاجة إلى المراسلات بكل أنواعها.

2- متابعة الفواتير (Tracking In Voices): تسهل هذه الخدمة عملية توقيع الفواتير من مديري الفروع المنتشرين في مناطق مختلفة، كما تسمح لهم بمتابعة إجراء الصرف أو القبض، ووضع العلامات التي تشير إلى كل عملية تجري على الفاتورة أثناء تناقلها بين الفروع والأقسام.

3- خدمات التوظيف (Employing services) تستخدم الإكسترانت لربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة، مع سوق العمل المتخصصة، بغرض تقديم خدمة متعددة المنافع لكلا الطرفين.

4-تواصل شبكات توزيع البضائع.

[1]- http// info.net.dz. blospot.com/2012/11/bloq.post.html 2017/03/13 ، بتاريخ على الساعة 10:00

1-1-5-3 الهاتف النقال:

يعتبر الهاتف النقال أحد أحدث التطورات التكنولوجية التي أدت إلى نقلة نوعية في كافة مجالات الحياة، وقد أصبح من أهم الوسائل الاتصال التي يعتمد عليها الأفراد والمؤسسات.

❖ **مفهومه:**

هو أحد أشكال أدوات ووسائل الاتصال الذي يعتمد على الاتصال اللاسلكي، عن طريق شبكة من أبراج البث الموزعة ضمن مساحة معنية، كما أنه عبارة عن دائرة استقبال وإرسال عن طريق إشارات ذبذبة، عبر محطات إرسال أرضية ومنها فضائية.

مثل إشارات الراديو إلا أن الهاتف المحمول، أو الموبايل وشبكاته الأرضية يختلف عنها فإشارته تكون ذبذبية، تشبه إشارات رسم القلب، تصاعديا وتنازليا.

وهي إشارات قوية تصل إلى (20 Mz) إرسال واستقبال في الثانية الواحدة. ويكون ذلك إما عن طريق الاتصال حيث تكون عن طريق دائرة متكاملة تكمن في الهاتف المحمول الشخصي، والمفتاح، أو السويتش الرئيسي الخاص بالشركة أو الخط.[1]

- ويعرف أيضا بأنه:

عبارة عن جهاز اتصال صغير الحجم مربوط بشبكة الاتصالات اللاسلكية والرقمية تسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية والصور عن بعد وبسرعة فائقة ونظرا لطبيعة مكوناته الإلكترونية واستقلالية العملية فقد يوصف بـ "الخلوي" أو "النقال" أو "الجوال"، والمعروف أن الهاتف النقال الالي هو الشكل المتطور للهاتف التقليدي "الثابت" أو ا"لخيطي" الذي كانت طرفياته موصولة بشبكة من الخيوط لا تسمح بنقله لمسافات بعيدة.[2]

---

[1]- عامر إبراهيم قنديلحي، **الإعلام الإلكتروني**، ط1، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2015، ص 270.

[2]- فضيل دليو، **الاتصال – مفاهيمه– نظرياته– وسائله**، دط، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 200، ص 170.

❖ تاريخ الهاتف النقال:

ترجع بداياته الأولى لنقل الرسائل عن بعد إلى مكان ما يعرف باسم التلغراف الضوئي (شابي:chappe:1793) ثم التلغراف الكهربائي (مورس:1837)، فمن خلال التلغراف الكهربائي تم إدخال معايير تقنية قياسية اعتمدت أبجدية مورس كنظام ترميز مشترك يسّر ظهور شبكات اتصال دولية.

وبعدما كان التلغراف الضوئي "البصري على العموم وطنيا يعتمد على شبكة من أعمدة ضوئية معلقة تتابعيا، وبعدما استخرج " غراهام بل" براءة اختراع الهاتف عام 1876م انتشرت أجهزته بسرعة حيث أصبح بسمح بالاتصال بين الخواص.

أما وصول الهاتف اللاسلكي فترجع ظهور المذياع الهاتفي (Radio Téléphon)الذي نتج عن تطور التليغرافيا لاسلكية في أوائل القرن العشرين، وبعد ظهور اوائل شبكة إيصالية راديوفونية محدودة عام 1928 في إنجلترا استمرارا البحث في المجال اللاسلكي، حيث تم عام 1948 اكتشاف طريقة جديدة يسرت الاتصال بكل من لديه جهاز خاص. ثم تطورت أنظمة هاتفية تسمح لعدد محدود من الموطنين بالانتفاع بخدماته.[1]

ومن الأنظمة الرائدة تاريخيا في هذا المجال: مجموعة طومسون الفرنسية (1958) ثم النظام الهاتفي الأمريكي (AMPS) عام 1987م، تلاهما نموذج الشمال الأوربي(NMT)معتمدا على نظام الهاتف التماثلي المتحرك. وفي أكتوبر 1991 أعلن رسميا عن ظهور النظام الأوربي الشامل للاتصالات المتحركة (GSM)الذي لاقى روابط كبيرا في مختلف أنحاء العالم منذ عام 1998،

[1]– فضيل دليو، **تاريخ وسائل الإعلام والاتصال**، ط4، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2013، صص، 166 167.

ونتيجة لذلك انتشرت الهواتف النقالة بكثرة ليتجاوز عددها الحالي المليار وحدة موزعة بشكل متفاوت بين مختلف دول العالم وتأتي مقدمتها الصين وأمريكا واليابان.[1]

يقدر أن حوالي خمس سكان العالم يمتلكون جهازا للهاتف النقال في عام 2006 مقابل شخص واحد من كل عشرة في مطلع الألفية الجديدة، وفي أوربا قد ترتفع النسبة لتتجاوز 100% أي أكثر من هاتف نقال واحد لكل شخص، ووفقاللأرقام التي نشرت في 3 أغسطس 2010 من طرف شركة تحليلات استراتيجية(StrategyAnalytics)، وتبقى الشركة الفلندية " نوكيا"(Nokia)، هي الرائدة على المستوى العالمي، ولكن سامسونغ (Samsung) الكورية أصبحت تسيطر الآن على 21% من السوق وريم (Rim) الكندية، مصممة البلاك بيري(Black Berry)، مازالت في المركز الرابع وعلى الرغم من النجاح الهائل من "اي فون" (Iphon)، لا تزن شركة "ابل" (Appele) المسوقة له إلا 3% فقط من السوق العالمية.

وما يمكن قوله في الأخير أن إمكانيات التطبيق العملي لتقنيات انتقال المعلومات ومعالجتها عبر بعض التقنيات الجديدة للهاتف النقال تتميز بهامش تطور وبمجال تطبيقي واسعين جدا.[2]

❖ مكونات الهاتف النقال:

يتكون الهاتف النقال من مجموعة من المعدات المادية والبرمجيات يمكن تلخيصها فيمايلي:[3]

– **شاشة العرض:** وهي ذات طاقة استيعابية قد تفوق أحيانا ستة أسطر للكتابة والصور والرسوم في الصفحة الواحدة. وقد تفوق ذلك بعض الهواتف، وقد تطورت شاشات العرض والألوان والمساحة لتتماشى مع مستلزمات الخدمات المقترحة.

---

[1]– فضيل دليو، **تكنولوجيا الإعلام والاتصالالجديدة بعض تطبيقاتها التقنية**، مرجع سابق، ص 258.

[2]– مرجع سابق، ص ص، 259، 260.

[2]– فضيل دليو، المرجع نفسه، ص 265.

- **لوحة المفاتيح**: وهي متعددة الوظائف (اتصالية ووقائية).

- اللوحة الإلكترونية: بمعالجها الرقمي الدقيق (Micro processor)، وهو متكون من عدة رقائق إلكترونية (chips) لمعالجة الإشارات الرقمية التناظرية والربط بين لوحة المفاتيح وشاشة العرض. كما أنها تحتوي على ذاكرة متعددة الوظائف أيضا (التخزين، التسجيل، الفهرسة...) وعلى مولد أمواج الراديو للتعامل مع ترددات ال "أف أم" (FM) وعلى بطارية قابلة للشحن والتغيير يتراوح عمرها العام ما بين 33 ساعة، ووقت اتصال فعلي متواصل أقصاه ثماني ساعات.

- **سماعة وميكروفون**: للتخاطب، وهما بأحجام صغيرة جدا وذات كفاءة عالية.

❖ **سلبيات وأضرار الهاتف النقال**:

لقد صاحب انتشار الهواتف النقالة ضجة كبيرة حول المخاطر والأضرار الصحية والنفسية والاجتماعية التي قد يلحقها بمستعمليه:[1]

- **الإضرار الصحية**: تشير الكثير من الشخصيات والمؤسسات والجمعيات الطبية بعض المخاوف حول الأضرار الصحية المحتملة التي يمكن أن يتسبب فيها استعمال أجهزة الهاتف النقال وذلك بسبب الطاقة المشعة من هوائي الهاتف الذي يكون قريبا من رأس الشخص أثناء عملية الهاتف.

وقد حاولت بعض البحوث الربط بين هذه الإشعاعات وعدد من الأعراض كالصداع والسخونة وارتفاع ضغط الدم والسرطان....

[1]- فضيل دليو، **تاريخ وسائل الإعلام والاتصال**، مرجع سابق، ص ص، 170، 171.

- **الأضرار النفسية والاجتماعية:** إن الانتشار المفاجئ والسريع للهاتف النقال في كثير من المجتمعات جعل البعض يهتم به كنوع أو كغاية في حد ذاته وليس كوظيفة، وهو أمر يحدث عادة مع المبتكرات الجديدة الموجة لاستعمال الجماهيري (الكومبيوتر، الأنترنت).

- معروف أيضا أن مثل هذه التكنولوجيات الحديثة أحدثت تغييرات سلبية في طبيعة العلاقات الاجتماعية وي بعض القيم والمبادئ (العزلة والتشتت الذهني) نتيجة الاستغناء عن التنقل والتعامل مع أكثر من قناة معرفية في وقت واحد أو في أوقات متقاربة جدا، ولذلك ينصح بالتقليل من استعماله.

– فقدان مهارات التواصل الشخصية: أدى الاعتماد المطلق على الهاتف النقال وسائل الاتصال مع الغير إلى ظهور ضعف في مهارات التواصل، بحيث يصعب على العديد من مدمني الهواتف النقالة إنشاء روابط اجتماعية عند التعامل المباشر مع الغير.

- ازدياد النفقات الفردية، حيث يحتاج الهاتف الناقل إلى مصروف متفاوت من شخص إلى آخر بحسب طريقة استعماله، فالبعض ينفق مبالغ كبيرة على الهاتف النقال مابين خدمات الإنترنت وخدمات المكالمات.

- **زيادة نسبة حوادث السير:** حيث ادى استخدام بعض قائدي المركبات للهاتف النقال أثناء عملية القيادة إلى حدوث الكثير من حوادث السير الخطيرة والمميتة.[1]

[1]- المرجع السابق، ص 171

_كما لاحظنا خلال زيارتنا لتلك الوكالات التجارية استخدام هؤلاء الموظفين للهواتف الذكية (smart phones): وهي عبارة عن مجموعة من الاجهزة الالكترونية الحديثة، التي تحتوي على خلايا تكنولوجية متطورة عن الخلايا التي كانت تستخدم في النسخ القديمة من الهواتف الخلوية السابقة، كما تعرف على أنها أجهزة رقمية مرتبطة بالتطور التكنولوجي تجمع بين فكرة عمل الهواتف الذكية وأجهزة الحاسوب، مما يساهم في القيام بأكثر من نشاط أو وظيفة في وقت واحد لذلك تم وصفها بالهواتف الذكية، ويعود تاريخ ظهورها إلى عام 1992والتي اخترعتها شركة (IBM) فهي تحتوي على مجموعة من التطبيقات المتطورة التي لم تعرف في السابق مثل: ارسال الرسائل البريدية عن طريق البريد الالكتروني، واتساب(whatsapp)، مسنجر(messenger) ، فايبر(viber) ساعدت في تسهيل عملية التواصل بين الموظفين داخل الوكالات التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر.

.

2-2- الاتصال الداخلي:

تتوقف الحالة المعنوية للأفراد في مختلف المؤسسات، وكذلك إنتاجياتهم على مدى فعالية وكفاءة الاتصال الداخلي، وعلى هذا الأساس يعتبر هذا الأخير وظيفة رئيسية في تسيير حياة المجتمعات نظرا للتفاعلات التي يحدثها في العلاقات من تبادل للمعلومات والمنافع.

لذا أصبح من الضروري الاهتمام بالاتصال الداخلي والعمل على تحسينه وتطويره في المؤسسة وتبنيه كنظام ليساهم في تحقيق النجاح والفعالية.

2-2-1 أهمية الاتصال الداخلي

إن الاتصال في المنظمات الناجحة ليس مجرد ما بعد الفكرة، الاتصال هو عملية جوهرية للإبداع ولبقاء أي منظمة، فهذه الأخيرة تجمع الناس معا للعمل تجاه أهداف عامة، والاتصال هو الخيط الذي يربطهم في مهامهم اليومية وهو الذي يمكنهم من تحديد أهدافهم ومشاركته بالمعرفة والتشجيع من فرد لآخر.[1]

ويمكن تلخيص أهمية الاتصال الداخلي في النقاط التالية:[2]

1- الاتصال ضروري لنقل المعلومات والبيانات والإحصاءات والمفاهيم التي تبنى عليها القرارات.
2- يسهم في إحكام المتابعة والسيطرة على الأعمال التي يمارسها أعضاء المنظمة وذلك من خلال المقابلات والتقارير التي تنقل باستمرار بين الأفراد عبر المستويات المتعددة للمنظمة، وبذلك يتمكن المدير من الوقوف على نقاط الضعف الخاصة بأداء الأفراد والسعي لمعالجتها بشكل يضمن كفاءة في أداء المنظمة.

[1]- زاهر عبد الرحيم عاطف، **الهيكل التنظيمي للمنظمة "الهندرة"**، ط1، الأردن، دار الراية للنشر والتوزيع، 2011، ص 147.

[2]- علي عياصرة ومحمد العودة الفاضل، **الاتصال الإداري وأساليب القيادة الإدارية في المؤسسات التربوية**، ط1، الأردن، دار الحامد، 2006، ص 27.

3- يؤذي الاتصال دورا مهما في توجيه وتغيير السلوك الفردي والجماعي للعاملين في المنظمة.

4- تظهر أهمية الاتصال الداخلي أيضا من خلال تأكيد بعض النظريات القيادية على مبدأ المشاركة كأساس للقيادة الناجحة.

5- الاتصال نشاط إداري واجتماعي ونفسي داخل المنظمة، حيث يسهم في نقل المفاهيم والآراء والأفكار عبر قنوات رسمية لخلق التماسك بين مكونات المنظمة وبالتالي تحقق أهدافها.

ويرى سيد سالم عرفة أن أهمية الاتصال الداخلي تكمن فيمايلي:[1]

1- توفير معلومات متكاملة:

تسعى أنظمة الاتصالات التنظيمية والإدارية إلى جمع وتبويب وتصنيف وتحليل، وعرض المعلومات في شكل مرتب للعاملين والمديرين بغرض التصرف الملائم واتخاذ القرارات السليمة.

2- تخطيط العمل:

حينما يسعى المديرون والأفراد إلى رفع برامج عملهم وخططهم وقراراتهم، فإنه لا يمكن وضعها إلى في حيز الواقع ما لم يتم تحديدها من خلال اجتماعات ومقابلات وقرارات مكتوبة، أي يتم تحديدها بواسطة أنظمة الاتصالات.

3- تحقيق الدقة في المعلومات:

يساعد نظام الاتصالات الإدارية والتنظيمية على الأخص في حالة توافر توثيق المعلومات، وتوفير معلومات متكاملة، كما يظهر ذلك من خلال توفير معلومات سليمة مما يؤذي إلى صحة التصرف واتخاذ القرار.

4- البعد عن التخمين والتقدير الشخصي:

[1]- سيد سالم، **الاتصالات التسويقية**، ط1، الأردن، دار الراية للنشر والتوزيع، 2012، ص ص: 25، 26.

حيث أن وجود نظام للاتصال يجبر المدير أو المسؤول على استخدام الأسلوب المناسب للاتصال، في التوقيت السليم مع العاملين المحددين وباستخدام النماذج والأشكال الملائمة للمنظمة.

5- التنفيذ الكفء للعمل:

إن تسيير أمور العمل وتنفيذها يحتاج من الأفراد ومديرهم قدرات عالية على الحديث والاستماع والمناقشة وكتابة التقارير، وعليه يعتمد التنفيذ على قدرات الأفراد على الاتصال.

2-2-1 أهداف الاتصال الداخلي:

يعتبر الاتصال بالنسبة لأية جماعة كالأوعية الدموية والأعصاب بالنسبة لجسم الإنسان، فهذه الأخيرة تنقل الغذاء والإحساسات التي تجعله يحس بالبيئة المحيطة به، وبالمثل فالاتصال يسمح للمعلومات والخبرات، والأفكار ووجهات النظر بالانسياب بين مختلف أفراد الجماعة، بما يضمن استمرارها وبقاءها وتقدمها، وبتطبيق القول السابق على مختلف المؤسساتنجد أن الاتصال الجيد الفعال أمر أساسي وحيوي بالنسبة لأية مؤسسة من المؤسسات إذا أرادت هذه الأخيرة زيادة كفاءة جميع أجهزتها، والعاملين فيها وزيادة إنتاجياتهم، والاتصال الداخلي له عدة أهداف أهمها مايلي:

1- أهداف الاتصال الداخلي بالنسبة للعاملين:

من أهم أهداف الاتصال الداخلي في أي مؤسسة تلك الخاصة بالعاملين وتشمل مايلي:[1]

- الارتقاء بمعنويات العاملين من خلال إشراكهم في عملية تسيير الإدارة وذلك بإبداء آرائهم إزاء المواضيع المطروحة.
- خلق الرضا والارتياح في المؤسسة وبين العاملين بعضهم ببعض،كما يوفر المناخ الإيجابي الذي يرغب فيه هؤلاء العمال.

[1]- رضوان بلخيري، **مدخل إلى الاتصال المؤسساتي**، ط1، الجزائر، دار قرطبة للنشر والتوزيع، 2015، ص 96.

- التعريف بما يجري داخل المؤسسة مما يؤذي إلى زيادة التفاهم والثقة.
- زيادة إنتاجيتهم عن طريق تزويدهم بالمعلومات اللازمة لحسن سير العمل.
- إشعار الموظفين بأهميتهم داخل المنظمة مما يؤذي إلى رفع روحهم المعنوية.
- تزويدهم بالقدر الكافي من المعلومات من أجل التقليل من الشائعات وتضييع الوقت.

إضافة إلى أنه يمكن من:الزيادة في مشاركة العاملين على التخطيط والتنظيم والقيادة والرقابة.[1]

2- **أهداف الاتصال الداخلي بالنسبة للقيادات الإدارية**:يهدف الاتصال الداخلي إلى[2]:

- تمكين القائد من التعرف على ما يحدث داخل المؤسسة بصورة صادقة.
- مساعدة القياديين على اتخاذ القرارات السليمة والهامة القائمة على قدر كافي من الحقائق والمعلومات والبيانات الصحيحة.
- تسهيل عملية الإشراف والتوجيه والتأثير على العاملين.
- تحقيق التنسيق الكامل بين أنشطة الإدارة المختلفة داخل المؤسسة.

إضافة غلى ما سبق يسعى الاتصال الداخلي إلى[1]:

[1]- هواين سماح، **مطبوعات العلاقات العامة والاتصال الداخلي في المؤسسة الاقتصادية**، "دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز"، علم اجتماع العلاقات العامة، جامعة جيجل، 2013، ص 36.

[2]- رضوان بلخيري، المرجع السابق، ص 97.

– والهدف من أي عملية اتصالية ليس إيصال المعلومات والأفكار فقط، وإنما الهدف هو الإقناعفأي عملية اتصالية لابد أن تهدف إلى الإقناع بأمر ما بطريقة أو بأخرى

ولذلك فإن كثيرا من القادة في المؤسسات يريدون أفكار جديدة ويستخدمون الاتصال لإقناع الناس بإتباع هذه الأفكار.

– إطلاع المرؤوسين على تعليمات الأهداف المطلوب تنفيذها والتعرف على مدى التنفيذ والمعوقات بالإضافة إلى تسهيل عملية اتخاذ القرار.

– تحقق التفاهم المتبادل بين الإدارة والعاملين.

وهناك من يرى ان الاتصال الداخلي يهدف إلى [2]:

– مساعدة الإدارة في القيام بأعمالها الرئيسية مثل: وضع السياسات والخطط وتقسيم العمل والتوفيق بين جهود العاملين.

– يمكن الإدارة من مراقبة كفاءة وإنجاز وتنفيذ الأعمال.

ومما سبق نلاحظ أن للاتصال أهمية قصوى في المؤسسة ذلك أنه يسعى لتحقيق أهداف كثيرة تنصب في مجملها في تحسين أداء المؤسسة وكذا خلق الرضا بين جميع الأطراف، لذلك على كل مؤسسة أن تتوخى من الحذر أثناء تصميم برامجها الاتصالية مع الأخذ بعين الاعتبار تحسين الاتصال وقنواته داخل المؤسسة.

2-2-2 أنواع الاتصال الداخلي:

[1]- شعبان فرج، **الاتصالات الإدارية**، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009، ص ص158، 159.

[2]-شوقي ناجي جواد، **المرجع المتكامل في إدارة الأعمال منظور كلي**، ط1، الأردن، دار الحامد، 2010، ص 363.

2-2-2-1 الاتصال الرسمي وأنماطه:

هو عملية إرسال واستقبال المعلومات، والأوامر والتعليمات والتوجيهات والنشرات، والقرارات، والتعليمات داخل الإطار التنظيمي للمؤسسة وتتخذ الطابع الكتابي، وتسير وفقا للمسارات التي يحددها الهيكل التنظيمي الرسمي للمؤسسة ولوائحها وقوانينها.[1]

كما عرفه سكوث scott على أنه: كل وحدة اجتماعية تقام بطريقة مقصودة لتحقيق أهداف محددة، في حين نظر إليه ستيفان روبنس S.Robbins على أنه كيان اجتماعي منسق بوعي، له حدود واضحة المعالم ويعمل على أساس دائم لتحقيق هدف معين أو مجموعة أهداف.[2]

يتم هذا النوع من الاتصالات من خلال خطوط السلطة في نطاق الإشراف، تأخذ المعلومات التي تداولها في شكل أوامر، تعليمات والاستشارات والتساؤلات التي تصدر من الإدارة العليا إلى المستويات الأدنى سواء من الأعلى إلى الأسفل أو من الأسفل إلى الأعلى أو في شكل أفقي بين مختلف الأشخاص من المستوى الواحد.[3]وتأخذ شبكة الاتصالات الرسمية في المنظمة اتجاهات مختلفة تتوافق وتبرز أهمية ودور كل واحدة منها بحسب طبيعة ومهام عمل المنظمة لكن في الغالب تأخذ الاتجاهات التالية: اتصالات مساعدة، اتصالات هابطة، اتصالات أفقية.[4]

1- الاتصال الهابط:

[1]- سيد سالم عرفة، **الاتصالات التسويقية**، ط1، الأردن، دار الراية للنشر والتوزيع، 2012، ص: 26.

[2]- صالح نور، **فعالية التنظيم في المؤسسات الاقتصادية**، دط، الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والتجربة، 2006، ص: 14.

[3]- محمد الصيرفي، عبد الغني حامد، **الاتصالات الدولية ونظم المعلومات**، دط، البحرين، مؤسسة لورد العالمية للشؤون الجامعية، 2006، ص 65.

[4]- ثامر البكري، **الاتصالات التسويقية**، ط2، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2008، ص: 47.4-

حيث يكون المدير أو المسؤول مرسلا ويكون الأخصائي أو أي من كل الموظفين العاملين في المؤسسة مستقبلا، وقد تعتبر الرسائل هنا في هذه العملية الاتصالية عبارة عن تعليمات أو توجيهات أو قرارات لتنظيم سير العمل ولرفع كفاءة الخدمات التي تقدمها المؤسسة، وقد يدخل في إطار هذا المستوى مستوى الاتصال الشخصي الذي يعتمد على علاقة الوجه للوجه، وقد يتم شفهيا أو من خلال وسيط مثل إصدار قرار بنقل أحد الموظفين أو توقيع جزاء عليه، أو رسالة أو فاكس أو بريد إلكتروني أو اتصال تلفوني، المهم أنه يتم داخل المؤسسة ويأخذ شكلا هابطا أي من القمة إلى القاعدة.[1]

وتأخذ هذه الاتصالات في الغالب صيغة الأوامر والتعليمات والطلبات المحددة لإنجاز أعمال معينة من قبل المستويات التشغيلية وبما يتوافق مع الأهداف أو الخطط الموضوعة من قبل الإدارة العليا.[2]

ويقسم كاتزوكاهن "R. Kahnotd. Katz" العناصر التي تعبر عن رسائل في هذا النوع من الاتصال إلى: [3]

1- تعليمات الوظيفة: وهي ما يتعلق بالتوجيه والإشراف على العمل.

2- التبرير: ويرتبط بشرح المسؤولين عند مزاولة أنشطة مرؤوسيهم ومدى تلاحم وتكامل مختلف أنشطة المؤسسة ككل، وله دور مهم في عملية الإقناع وتحسيس الفرد بأهميته في المؤسسة وغيرها.

[1]- عماد فاروق محمد صالح، **الاتصال الإنساني في الخدمة الاجتماعية**، ط1، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2010، ص ص: 99، 100.

[2]- ثامر البكري، مرجع سابق، ص: 47.

[3]- ناصر دادي عدون، **الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية، دراسة نظرية وتطبيقية**، د ط، الجزائر، دار المحمدية العامة، 2004، ص ص: 36، 37.

3- الإيديولوجية: وهي تكمل ما قبلها، بإظهار أهداف واتجاهات المؤسسة وفلسفتها وتفسير تصرفات الرؤساء تجاه المرؤوسين بما يعود بالفائدة على الروح المعنوية لهؤلاء.

4- المعلومات: وهي كل ما يتعلق بالتعرف علي سلبيات المؤسسة واستراتيجياتها واحتمالات نموها وواجبات العمال وغيرها، وهي عناصر تسمح للعامل بالاهتمام أكثر والانضمام إلى المؤسسة بعد اطلاعه على أسباب ووسائل ترتبط بها حياته.

5- الرد: وهو ما يتعلق بنتائج نشاط العامل، فهناك الذي يتكاسل والذي يبذل جهدا معتبرا، وفي نهاية الشهر عادة يحدد ردا على هذه المجهودات أو التباطؤ في النشاط، عن طريق الأجرة أو الرسالات المتعلقة بالشغل لمن قام بعمله كاملا، أو ترقيته ومكافأته ولو شفهيا، وفي حالة العكس بالتحذير أو التوبيخ أو الطرد.

2- الاتصال الصاعد:

هي الاتصالات التي تتضمن نشاطات المرؤوسين إلى الرؤساء أو المدراء وتضم نتائج تنفيذ الخطط وشرح المعوقات والصعوبات في التنفيذ والملاحظات والآراء الصاعدة إلى الرئيس ولا تحقق هذه الاتصالات الأهداف المطلوبة إلا إذا شعر العاملون بوجود درجة معينة من الثقة والاستعداد الدائم لاستيعاب المقترحات والآراء الهادفة إلى التطور.[1]

حيث تنتقل الرسالة في الاتصال الصاعد من الأسفل إلى الأعلى، فهو يعتبر مكملا للاتصال الهابط فتفتح الإدارة بذلك طريقا ذا اتجاهين بينهما وبين العاملين ويساعد هذا النوع من الاتصال على انجاز الكثير من المهام حيث يبحث العاملون من خلاله لإشباع الكثير من الحاجات

[1]- بسام عبد الرحمان الجرايدة، **إدارة العلاقات العامة**، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013، ص: 257.

الاقتصادية والاجتماعية، فيؤذي إلى تحقيق المزيد من إثبات الذات عن طريق زيادة التحرك الفعلي الصاعد في السلاسل التنظيمية.[1]

وهذا النوع من الاتصال هام بالنسبة للمرؤوسين إذ أنه يحقق شخصياتهم ويريحهم من التوتر العاطفي، ويجعلهم يشعرون بالانتماء للمؤسسة، ويفيد الرؤساء من حيث أنه يعرفهم بمدى تقبل المرؤوسين لرسائلهم الهابطة وهو يعتبر الرجع لرسائلهم، ويحفز المرؤوسين على المشاركة في صنع القرار والتخطيط.[2]

والمعلومات التي يتم نقلها في صورة الاتصال الصاعد يمكن تقسيمها إلى:[3]

- معلومات عن العامل نفسه وأدائه ومشاكله.
- معلومات عن الآخرين ومشاكلهم.
- معلومات حول السياسات والإجراءات التنظيمية.
- معلومات حول ما ينبغي القيام بها وكيف يمكن أن يتم ذلك.

ويتم نقل هذه المعلومات إما مباشرة بين العامل (المرسل) والمدير (المستقبل) أو من خلال المستويات الإدارية حسب التسلسل الهرمي، ولكن من الأسفل إلى الأعلى حيث يتصل العامل أو الموظف برئيسه ليقوم الرئيس بنقلها إلى من هو أعلى منه في التنظيم حتى تصل إلى المدير المسؤول في الموضوع أو إلى المدير العام، أو يمكن استخدام وسيلة نقل المقترحات والشكاوي التي تستخدمها المنشأة.

---

[1]- مدحت أبو النصر، **مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين**، ط2، مصر، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2009، ص: 32.

[2]- صالح خليل أبو أصبع، **العلاقات العامة والاتصال الإنساني**، د ط، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2009، ص: 92.

[3]- محمد أو سمرة، **الاتصال الإداري والإعلامي**، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص ص: 47، 48.

ومن بين هذه الوسائل والأساليب[1]:

1- رفع الشكاوي: أي عندما يرفع عامل أو موظف شكوى عن حالة يعاني منها إلى رئيسه المباشر أو المدير المعني أو المدير العام، وهذا من خلال تخصيص مكتب الشكاوي الذي يمكن الإدارة من الحصول على معلومات عن العاملين في المستويات الدنيا من الهرم الوظيفي أو الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

2- سياسة الباب المفتوح: حيث يعمد بعض المديرين إلى السماح للمرؤوسين بالاتصال المباشر بهم دون المرور عبر المستويات الإدارية المتدرجة.

3- أسلوب مشاركة العاملين في الإدارة: وهي طريقة لمعرفة رغبات الأفراد أو جهة نظرهم ومشاركتهم للإدارة في وضع السياسات والقرارات المتعلقة بالعلاقات الصناعية وإدارة الأفراد.

4- أسلوب الإرشاد: أي إنشاء مكتب يعين به خبراء لإرشاد الأفراد إلى كيفية حل مشاكلهم، ومن تم معرفة الكثير عن حياتهم ورغباتهم وآمالهم وماهي الأمور التي يشكون منها ويرغبون التخلص منها واستبعادها ولاشك أن نجاح مثل هذه الطريقة يتوقف إلى حد كبير على درجة الخبرة والمهارة التي يستمتع بها المرشد.

5- أسلوب تقديم الاقتراحات: أي إنشاء نظام لقبول اقتراحات الموظفين والعمال بشأن شروط العمل وسياسات العمل والإنتاج وغيرها.

3- الاتصال الأفقي

تشمل الاتصالات القائمة بين الأفراد والجماعات في المستويات المتقابلة ويعززه هذا النوع من الاتصالات العلاقات الضرورية بين المستويات الإدارية المختلفة، وتؤذي الثقة المتبادلة بنجاح

[1]- عبد الرزاق محمد الدليمي، **المدخل إلى العلاقات العامة**، ط1، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011، ص: 318.

المؤسسة في تحقيق الأهداف المطلوبة لتعزيز الاتصالات.[1]

كما أنها الاتصالات التي تجري ما بين المستوى الإداري الواحد والذي يأخذ في الغالب صفة التشاور ما بينها باتجاه تحقيق الأداء الأفضل في العمل وبما يحقق في التوافق ما بين كافة الأطراف العاملة في المنظمة لبلوغ تلك الأهداف المرسومة لها.[2]

ويعتبر الاتصال الأفقي ذا أهمية بالغة ويؤذي إلى زيادة فعالية التنظيم في المجالات التالية:[3]

1- القيام ببعض المهمات غير المحددة والتي تحتاج لجهود مجموعة أفراد أو فريق للقيام بها، فبالإضافة لمساعدته لإنجاز مهمات من هذا النوع فإن الاتصال الأفقي بين الأتراب يساعد على توفير الدعم الاجتماعي والعاطفي لكل فرد، ويشكل التفاهم المتبادل بين الأعضاء سببا مهما يضاف إلى قوة الفريق ورصانته.

2- يشكل الاتصال الأفقي دائرة (حلقة) مغلقة من حيث أنها تلبي حاجات للاستماع ونقل المعلومات إليهم من زملائهم دون الاهتمام بالمستويات التنظيمية الأخرى.

3- من المهم النظر للاتصال الأفقي من خلال النظر إلى وظيفة الرقابة في التنظيم فالاتصال الأفقي يعتبر نوعا من الرقابة الحقيقية على قدرة القيادة العليا في التنظيم وكلما كان النظام أكثر تسلطية كلما كانت المعلومات حكرا على مجموعة معينة وكلما زاد استخدامها لمراقبة ومعاقبة المرؤوسين في المستويات الدنيا، وعليه يكون الاتصال الأفقي بين المراتب المتساوية على درجة متدنية في هذا النوع من النظم (التنظيمات)، وإذا كان ذلك ممكن في الماضي فإنه أصبح من الصعب أو المستحيل إحكام الرقابة بهذا الشكل في التنظيمات المعاصرة.

---

[1]- بسام عبد الرحمان الجرايدة، مرجع سبق ذكره، ص: 257.

[2]- محمد سلطان حمو، **الاتصالات الإدارية**، ط1، الأردن، دار الراية للنشر والتوزيع، 2015، ص: 17.

[3]- عنبر إبراهيم شلاش، ط1، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011، ص: 48.

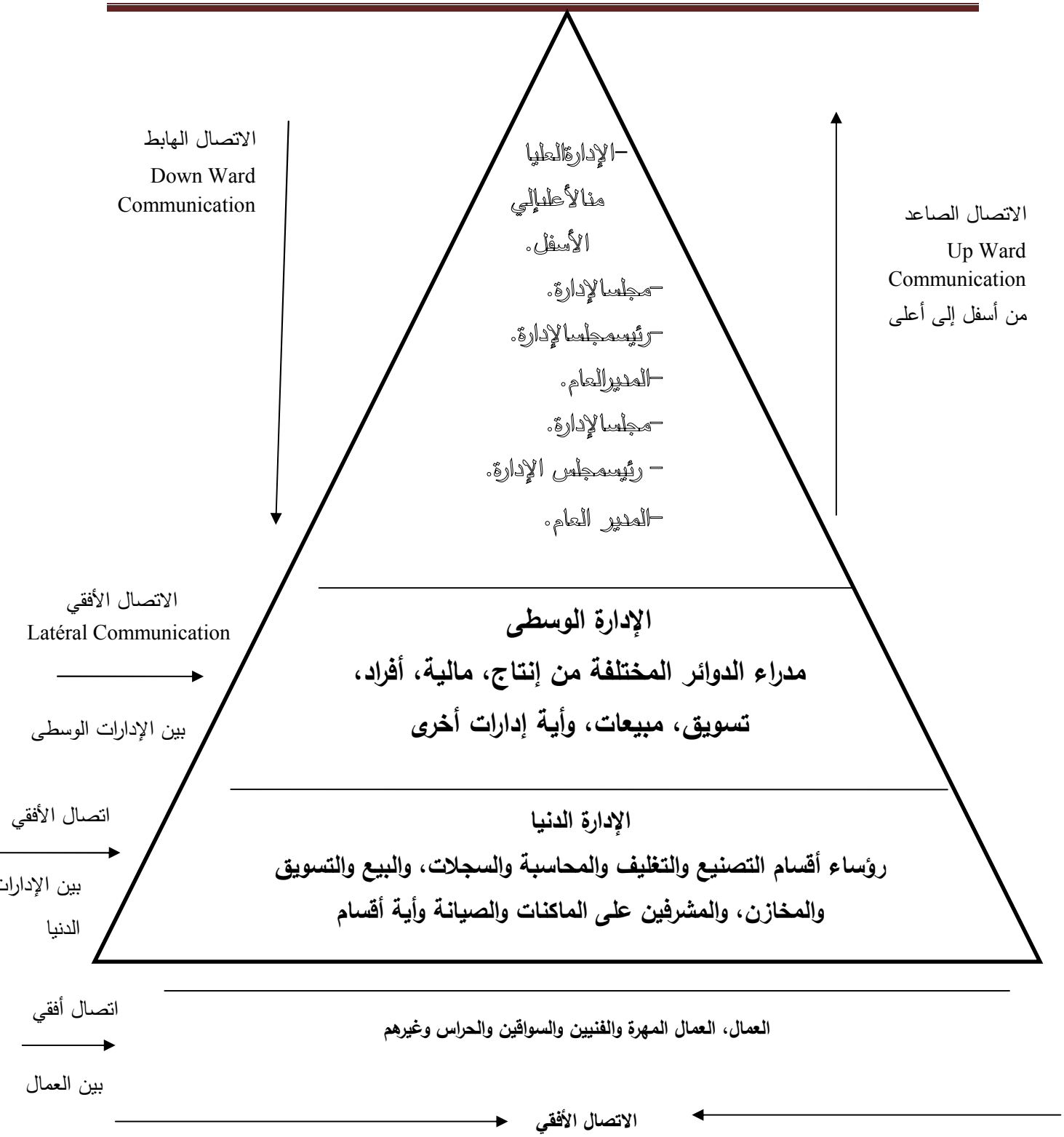
4- يرتبط الاتصال الأفقي بظاهرة التنازع في التنظيمات، فعندما يعزل أحد المشرفين أو رؤساء الوحدات الإدارية نفسه مع أعضاء وحدته ولا ينسق مجهوداته مع نظيره في وحدة أخرى فسيكون هناك مجال التنازع وإذا أدى التنازع إلى انهيار الاتصال الأفقي فإنه يمكن أن يؤثر على تحقيق الأهداف العامة للتنظيم.[1]

الجدول رقم 03: يوضح أغراض الاتصال الرسمي[2]:

مسار/ اتجاه الاتصال	الغـــــــــــرض
اتصالات نازلة	– توضيح رسالة المنظمة وأهدافها وسياستها ....الخ. – إطلاع المرؤوسين على المنظمة وتاريخها وتطورها ومستقبلها. – توصيل معلومات عن العمليات اليومية. – تفسير الأسباب التي تدعو للإدارة لاتخاذ قراراتها المختلفة. – إعطاء الإرشادات والتوجيهات والتدريب والتحفيز والتقييم والثناء للمرؤوسين وحل مشكلاتهم المتعلقة بالعمل.
اتصالات صاعدة	– للتعبير عن آراء المرؤوسين وشكواهم ومشكلاتهم. – تقديم الاقتراحات لتحسين العمل. – تأكيد قبول أهداف المنظمة وسياستها...الخ. – إطلاع الإدارة على حاجات المرؤوسين وتطلعاتهم ورغباتهم. – المشاركة في اتخاذ القرار. – طلب التوجيه والإرشاد. – توجيه الأسئلة والاستفسارات المتعلقة بأساليب العمل وغيرها.
اتصالات أفقية	– توثيق التعاون بين الوحدات التنظيمية. – تحسين نوعية وفعالية القرارات. – تنسيق الأعمال والأنشطة المختلفة.

[1] – المرجع السابق، ص : 49.

[2] - بشير كاوجة، مرجع سابق، ص 87.



الشكل رقم (3) يوضح أنواع الاتصال الرسمي داخل المؤسسة[1].

[1]- محمد أبو سمرة، **الاتصال الإداري والإعلامي**، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 53.

ويطلق عليه تسمية الاتصال القطري أو المائل، وكلها تصب في معنى واحد، والذي يتمثل في أنها تنساب إلى الأفراد في مستويات إدارية، مختلفة ليس بينهم رسمية في المنظمة كأن يتصل مدير الإنتاج بأحد أقسام إدارة التسويق.[1]

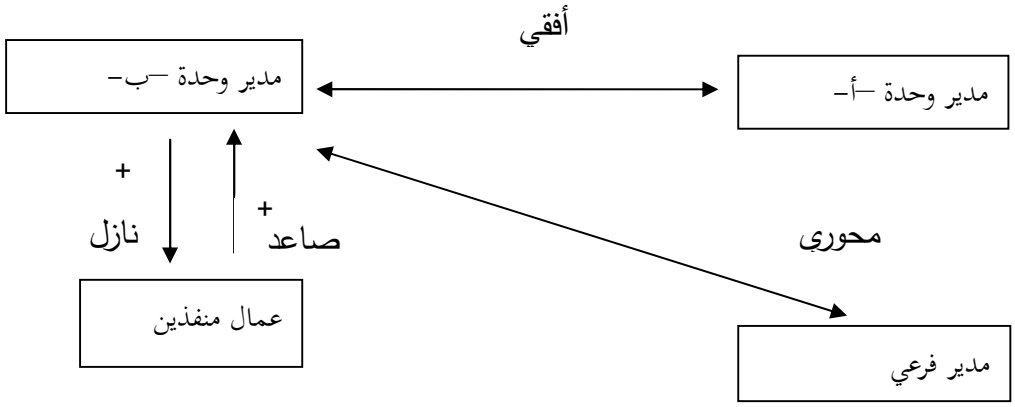
فهي الاتصالات التي تتم بين الأفراد بغض النظر عم مراكزهم ووحداتهم، من أجل العمل، فالمديرون وغير المديرون على السواء يسعون إلى عمل كل ما من شأنه أن يساهم في إنجاز العمل بكفاءة وفاعلية، ومن أجل ذلك فإن جزءا كبيرا من اتصالاتهم تتم مع أشخاص في وحدات ومستويات تنظيمية مختلفة من وحداتهم ومستوياتهم والاتصال المباشر بينهم يغني عن جعل الرسالة تسير عبر سلسلة الأوامر إلى الأعلى لتصل مستوى إداري أعلى أو أكثر ومن تم تسير أفقيا وبعدها إلى الأسفل حتى تصل إلى المستقبل المعني... أي تقليل الوقت اللازم لنقل ونشر الرسالة.

وهذا يتطلب إيجاد تفاهم بين الرؤساء حول:

- تشجيع العلاقات المتقاطعة.
- امتناع المرؤوسين عن القيام بأي التزامات تتعلق برسم السياسات خارج سلطاتهم.
- إطلاع رؤسائهم باستمرار على علاقاتهم بالعاملين في الوحدات الأخرى.[2]

[1]- محمود سليمان العميان، **السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال**، ط3، دار وائل، عمان، 2005، ص: 244.

[2]- حسن حريم، السلوك التنظيمي. **سلوك الأفراد والجماعات ومنظمات الأعمال**، د ط، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2005، ص: 258.



شكل رقم(04) يوضح الاتصال الرسمي واتجاهاته[1]

أنماط الاتصال الرسمي:

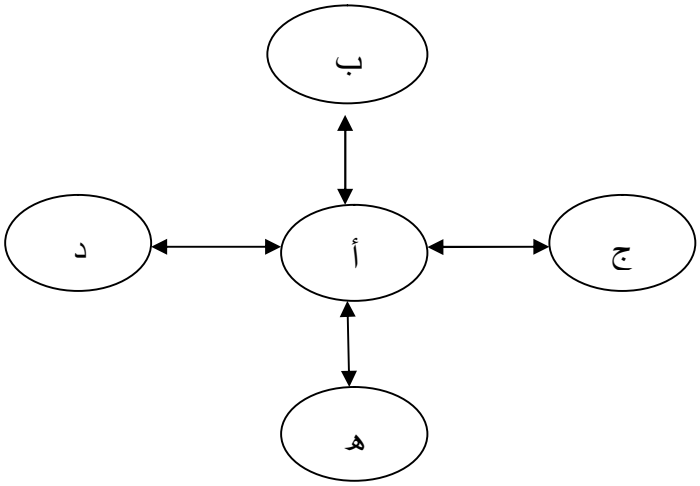
وتشمل مايلي:

❖ **النمط الأول: شكل العجلة**

يتميز بوجود شخص في مركز عملية الاتصال عادة ما يكون القائد أو رئيس المصلحة مثلا يتبعه مجموعة من العاملين أو الرؤساء بحيث لا يمكنهم الاتصال فيما بينهم إلا عن طريق قناة ويعتبر موقعه في المركز مناسبا جدا لتحريك وتنشيط العملية الاتصالية وبالتالي تنسيق ومتابعة كل العمليات الخاصة بالتسيير في المؤسسة أو في القسم الذي يشرف عليه.[2]

[1]-عبد الغفار حنفي، **السلوك التنظيمي وإدارة الفاعلين**، د ط، الإسكندرية، الدار الجامعية، 1990، ص: 547.

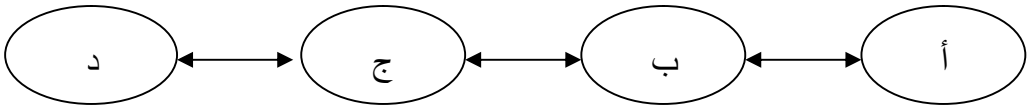
[2]– ناصر قاسمي، **الاتصال في المؤسسة– دراسة نظرية وتطبيقية**، د ط، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2012، ص: 25.



الشكل رقم (05) نمط الاتصال على شكل عجلة

❖ **النمط الثاني: شكل السلسلة**

وفي هذا النمط يكون جميع الأعضاء في خط واحد، حيث لا يستطيع أي منهم الاتصال المباشر بفرد آخر (أو بفردين) إلا إذا كان أحد الأفراد الذين يمثلون مراكز مهمة، ويلاحظ أن الفرد الذي يقع في وسط (منتصف) السلسة يمتلك النقود والتأثير الأكبر في منصبه الوسطي.[1]



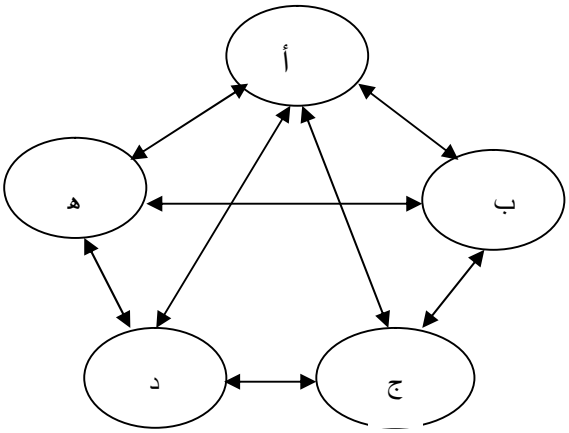
الشكل رقم (06) نمط الاتصال على شكل سلسلة[2].

[1]– رضوان بلخيري وسارة جابري، **مدخل للاتصال والعلاقات العامة**، ط1، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، 2013، ص: 108.

[2]- فريد راغب النجار، تكنولوجيا الاتصال والعلاقات والفاوضات الفاعلة، د ط، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2009، ص 92.

النمط الثالث: الشكل الكامل المتشابك

في هذه الشبكة يستطيع كل شخص أن يتصل مع كل فرد من أفراد المجموعة إلا أنه في الواقع العملي من الصعب أن يتم الاتصال بهذا الشكل، ولهذا يحول هذا النوع من الاتصال إلى شبكة العجلة حتى بالرغم من التوازن بين أعضاء المجموعة في الشخصية والمكانة.

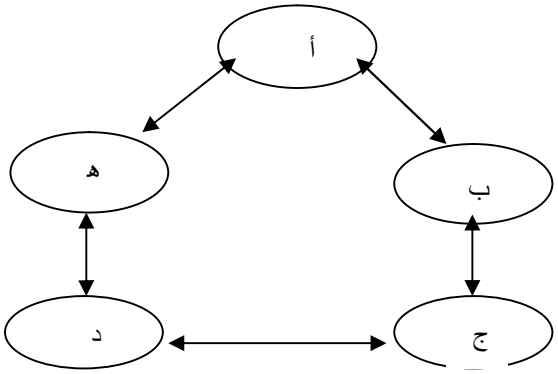


الشكل رقم(07) يوضح نمط الاتصال الكامل المتشابك[1]

❖ **النمط الرابع: شكل الدائرة**

وهذا النمط يكون فيه كل عضو مرتبط بعضوين، أي أن كل فرد يستطيع أن يتصل اتصالا مباشرا بشخصين آخرين، ويمكن الاتصال ببقية أعضاء المجموعة بواسطة أحد الأفراد الذي يتصل بهم اتصالا مباشرا

[1]-محمد أبو سمرة ، المرجع السابق، ص ص: 42، 43.



الشكل رقم (08) نمط الاتصال على شكل دائرة[1].

2-2-2-2 الاتصال غير الرسمي وأنماطه:

يعرفه معجم مصطلحات التنظيم والإدارة على أنه "تلك العلاقات الشخصية والاجتماعية المتنوعة التي ينشئها العمال ويستمرون في إقامتها، وهي علاقات لا تخططها الإدارة أو تقيمها بصفة مباشرة، ولكنها تنشأ وتستمر بسبب وجود العمال في أمكنة متقاربة، وبناءا على ذلك يصبح الاتصال غير الرسمي عبارة عن شبكة من العلاقات الاجتماعية المختلفة التي نشأت نتيجة اجتماع العاملين في بيئة عمل محددة، وليس لعلاقات نابعة من السلطات الرسمية.[2]

وقد تكون بعض هذه الاتصالات نازلة وبعضها صاعدة وبعضها على المستوى الأفقي دون قيد أو شرط، ما دامت هناك علاقات تربط بين الأطراف المتصلة. وهذا التنظيم غير الرسمي لا

[1]-محمد سلطان حمو، مرجع سابق ذكره، ص: 34.

[2]- صالح بن نور، مرجع سبق ذكره، ص: 22.

يعترف بمستويات السلطة أو المراكز الرئاسية، فهو يعتبر ظاهرة عادية تحدث دائما في أي تجمع من الأفراد، بل ويعتبر حقيقة من ضرورات الحياة الاجتماعية.[1]

ورغم ما يسببه هذا الاتصال من مشاكل ومضايقات للإدارة وعرقلته لمهمتها في التنسيق بنقل معلومات غير دقيقة عن طريق اللقاءات غير الرسمية والإشاعات والأخبار الكاذبة إلا أن له مزايا عديدة منها ما يأتي:[2]

- يكمل مسيرة الاتصال الرسمي في كثير من الموافق ويزيد من سرعة انتقال المعلومات ويخفف عبء التعطيل من الرئيس العام للمشروع.
- يدعو إلى استكمال كثير من المعلومات والبيانات التي يتعذر أحيانا على الاتصال الرسمي استفاءها.
- يمهد الطريق إلى تدليل الصعوبات أو العراقيل التي تقف في طريق الأداء والتطوير.
- ينمي الشعور بالانتماء لدى العاملين عن طريق تفهمهم لدقائق العمل.
- يساعد على تسيير عملية التفاوض مع النقابات العمالية.
- يستخدم في إزالة عوامل الانفعال والتوتر والقلق والكبت النفسي.
- يخلق التوازن مع التغيرات المحيطة بجو العمل بطريقة أيسر وأسرع.

ومهما يكن فإن هذه الخصائص والمميزات لا يمكن أن تغطي نقائصه المتمثلة في انخفاض الروح المعنوية، واضطرابات العلاقات الإنسانية الناجمة عن ردود أفعال قد تكون انتقامية بالدرجة

[1]- مدحت أبو النصر، مرجع سبق ذكره، ص: 31.

[2]- محمد منير حجاب، **الاتصال الفعال للعلاقات العامة**، ط1، القاهرة، دار الفجر، للنشر والتوزيع، 2007، ص ص: 47، 48.

الأولى بسبب الشائعات وللاستفادة من مزايا وإيجابيات الاتصال غير الرسمي ينبغي على الإدارة الاستعانة بباحثين مختصين والذي ينبغي عليه – الباحث الاجتماعي المختص – القيام بمايلي: [1]

- تحليل محتوى الاتصال غير الرسمي، والاستفادة من جوانبه الايجابية، والإسراع في بث المعلومات الصحيحة بدلا من الشائعات.
- توفير المعلومات الكافية والمشبعة لحاجة العاملين، ذلك أن الحاجة للمعلومات أصبحت أساسية لهم –العمال– ولغيرهم، وعدم إشباع هذه الحاجة يؤذي إلى الشعور بالإحباط.
- دراسة وإيجاد الحلول لمختلف الأسباب التي تعيق عملية الاتصال الرسمي، سواء كانت هذه المعوقات المرتبطة بطبيعة التنظيم الرسمي السائد، أو بالاتجاهات والانفعالات المتكونة لدى مختلف الأطراف. لذلك يجب عدم كبت الاتصالات غير الرسمية بين العاملين في المنظمة خاصة إذا كانت لا تعيق أو لا تعطل الاتصال الرسمي وتحقق أهداف المؤسسة.

وتوجد عدة أنماط للاتصالات غير الرسمية أهمها مايلي

1- الاتصالات العنقودية:

وتعد من أكثر الاتصالات غير الرسمية شيوعا واستخداما، وتأخذ شكلا شبكيا يشبه إلى حد كبير عنقود العنب، وتشمل المنظمة برمتها، وهي موجودة في جميع المنظمات، وقد تأخذ هذه الاتصالات عدة أشكال أو أنماط إلا أن بالإمكان التمييز بين نمطين اثنين هما:

أ. سلسلة النميمة والغيبة:

وقد سميت كذلك حيث يتم فيها نقل المعلومات والأخبار ولكن ببطء شديد، وفي هذا النوع من الاتصالات العنقودية يتولى شخص واحد مهام بث رسالة إلى أشخاص آخرين، وإن بعض

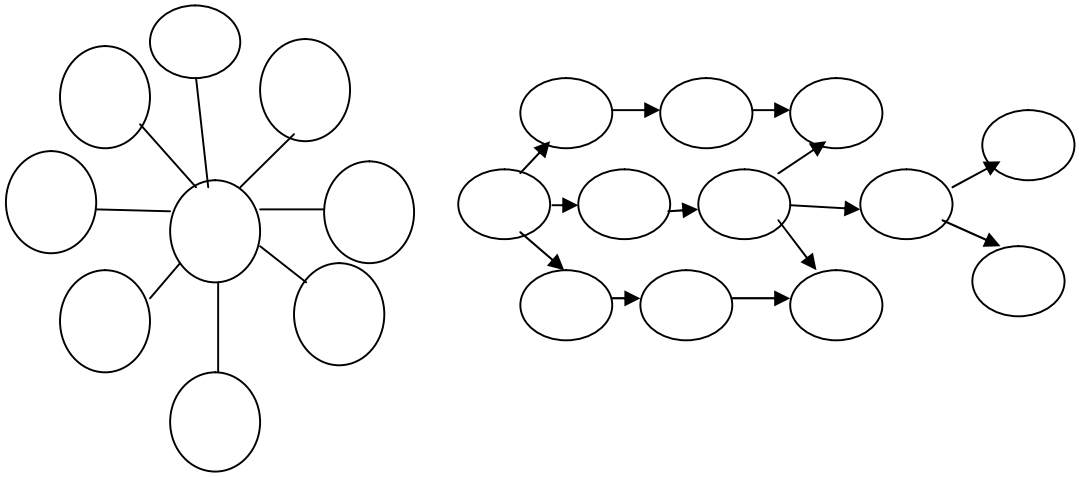
[1] – العربي بن داود، **فعالية الاتصال التنظيمي في المؤسسة العمومية الجزائرية**، دراسة ميدانية بمركب الرافعات والمحارف C.p.G، عين السمارة، علم الاجتماع تخصص تنمية الموارد البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008، ص: 159

هؤلاء قد يفشيه الآخرون وسرعان ما تنتشر المعلومات. وفي الغالب، تحتوي هذه الاتصالات على معلومات شخصية ذات خصوصية عن الآخرين وتتميز هذه السلسلة بأن مرسل الرسالة يبلغ الآخرين كل على حدة، وليس جميعهم في آن واحد.[1]

ب. السلسلة العنقودية:

قليل من الناس يبعثون رسالة لناس كثيرين، أولا شخص يرسل رسالة لعدد من الناس ثم يقوم واحد من هؤلاء الناس بإخبار الآخرين وواحد منهم يخبر ناس أكثر، وفي كلا السبيلين، فقط عدد قليل من الناس يلعبون دورا فعلا في نشر الرسالة، وهذا قد يزيد من صحة رسالة الواسطة وكلما قل الناس الذين ينشرون الرسالة، كلما قل احتمال أن تصبح الرسالة محرفة ومشوهة بسبب سوء الفهم.[2] ويمكن استعراض هاتين الفكرتين في الشكل التالي:

ب- عدة أشخاص يمررون معلومات للآخرين (العنقودية) أ- شخص واحد يبلغ مجموعة من الاشخاص (النميمة)



الشكل رقم (09): يوضح أنواع الاتصالات العنقودية[3].

[1]- بشير العلاق، **الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والتطبيق والممارسة**، د ط، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009، ص ص: 105، 106.

[2]- زاهر عبد الرحيم عاطف، مرجع سبق ذكره، ص: 163.

[3]- بشير العلاق، مرجع سابق، ص106.

الإدارة بالتجوال:

ويعد هذا الأسلوب في الاتصال غير الرسمي شائعا بشكل خاص في المنظمات الصغيرة جدا، إلا أنه يستخدم أيضا في المؤسسات الخدمية مثل الفنادق والمنتجعات السياحية، وصالونات الحلاقة للرجال والسيدات. كما تتعاظم أهمية هذا النوع من الاتصال في المناسبات والاحتفالات التي تجرى خارج بيئة العمل الرسمية. والواقع أن حالة التفاعل المطلوبة في قطاع الخدمات، بين العاملين والمديرين، وبين هؤلاء والزبائن، تشجع على إشباع الاتصال غير الرسمي (الإدارة بالتجوال) حيث غالبا ما يشعر الزبائن بالألفة والارتياح عندما يتم التعامل معهم بشكل رسمي، وكذا الحال بالنسبة لمزودي الخدمات الذين تشير الدراسات والبحوث أن إنتاجيتهم وأداءهم كون أعلى عندما يتم التواصل معهم بشكل غير رسمي .

2- السلسلة الاجتماعية:

حيث لا يوجد لهذه السلسلة أي نمط محدد للاتصال حيث ينقل (A) إلى (B) ببيانات ومعلومات وأخبار معينة، ثم يقوم (B) بدوره بنقلها إلى الآخرين، وبذلك فإن بعض الأشخاص يكونون قد سمعوا أو اطلعوا فعلا على هذه المعلومات. بينما قد يكون آخرون لم يطلعوا عليها أبدا.[1]

[1]- بشير العلاق، مرجع سبق ذكره، ص: 107.

2-2-3 مميزات الاتصال الداخليوظائفه :

❖ مميزات الاتصال الداخلي:

باعتبار الاتصال الداخلي العصب المحرك للمنظمة، فإن له مميزات وخصائص عديدة نوجزها فيمايلي[1]:

1- توفير المعلومات وسهولة الحصول عليها:

أي الاعتماد على نظام المعلومات والاحتفاظ بجميع المعلومات التي تحتاج إليها المنظمة في ملفات خاصة، يتم تخزينها بشكل منظم داخل الحاسوب الالكتروني تحت عناوين واضحة لسهولة الرجوع إليها.

2- مراعاة النواحي الاقتصادية وسهولة استخدام وسيلة الاتصال:

أي أنه يتم الاتصال بأفضل الوسائل المتاحة للمؤسسة والتي تلاءم ميزانية المؤسسة وتشمل تكلفة الاتصال، ثمن الآلات والمعدات، والأجهزة الخاصة بالاتصال.

3- الدقة والوضوح:

ويقصد بالدقة في الاتصالات نقل المعلومات كاملة دون تشويش أو تغيير في مضمون الرسالة بمعنى أنه يتوجب :

- التدقيق عند نقل الأرقام والرموز.
- اختيار الوسيلة المناسبة لنوع البيانات التي يتم نقلها.

[1]- المرجع نفسه، ص15.

4- السرية:

هناك بعض الرسائل التي يتطلب موضوعها السرية بتداولها لدى ينبغي استخدام الوسيلة المناسبة للاتصال التي تتلاءم مع هذه السرية.

5- مراعاة المستوى الثقافي واللغوي للمتصل به:

غالبا ما يؤذي عدم فهم الرسائل من قبل المتصل به أو رقمه الخاطئ، مما يؤذي إلى خصام بين المتصلين أو إلى توتر العلاقة بين العامل ورب العمل، وقد تصل إلى حدود ترك الأجير للعمل لذلك يجب أن يكون مضمون الرسالة المدونة مناسبة للمستوى اللغوي والثقافي للمتصل به لأن ذلك الاختلاف يؤثر في فهم الرسالة المدونة للأفراد، فمثلا إذا أردت أن تتحدث عن مباراة كرة القدم التي شاهدتها مع شخص عادي لا يهتم فإنك لا تستطيع استخدام التعابير التي يمكن استخدامها عندما تتحدث مع لاعب يشجع كرة القدم لأنه يدرك معنى المصطلحات المستخدمة في هذه اللغة.

6- تحقيق سرعة في تبادل المعلومات:

إن جودة نظام الاتصال الداخلي للمنظمة يحقق إجراءات محددة ومسؤوليات واضحة على أطراف الاتصال، ذلك لأنها تحدد متى يبدأ الاتصال وبأي أسلوب، وفي ظل أي طرف من الأطراف المشتركة لها.

7- الرقابة على العمل:

من خلال أساليب الاتصالات المختلفة يمكن جمع المعلومات المناسبة التي تدل على مدى التزام العاملين والمديرين بالخطط الموضوعة، وتوافر المعلومات يحدد مقدار الانحراف بين التنفيذ والمخطط، وعليه تكشف الاتصالات الداخلية هذه الانحرافات بقصد تصحيحها.

❖ **تحقيق ديمقراطية العمل:** يحقق الاتصال داخل المنظمة نظام الشورى وتبادل الرأي بين أطراف التنظيم، كما يحقق فرصة للشعور بالديمقراطية في العمل.

❖ **وظائف الاتصال الداخلي:**

يقصد بوظيفة الاتصال مدى استعمال الاتصال في مختلف الظروف لتحقيق أهداف معينة، وتأثير هذا الاتصال في عملية التنظيم بصفة عامة وقد حدد سكوت وميشيل الوظائف الرئيسية لعمليات الاتصال فيمايلي:[1]

1- الانفعالات (العواطف)«**Enotives**» : تعتبر شبكات الاتصال من ابتكار الناس، وكثيرا ما يتصل به الناس مع بعضهم البعض يحتوي على مضمون عاطفي أو انفعالي إذ من خلال عملية الاتصال يستطيع العاملون التعبير عن إحباطاتهم وقناعاتهم للإدارة ولبعضهم البعض، يضاف إلى ذلك أن الاتصال يهيئ ميكانيكية معينة يستطيع الأفراد عن طريقها مقارنة الاتجاهات وحل الغموض بشأن أعمالهم والأدوار التي يقومون بها، وكذلك مناطق الصراع بين الأفراد والجماعات، فإذا لم يكن العامل أو الموظف راضيا عن أجره، فإنه غالبا ما يتصل بالآخرين بشكل غير رسمي لتحديد إن كانت أحاسيسه مبررة أم لا.

2- الدافعية «**Motivation**»: إن الوظيفة الثانية للاتصال هي تحفيز وتوجيه ورقابة وتقويم أداء أعضاء المؤسسة فقد كانت الأدبيات في مجال القيادة على حقيقة أن القيادة – من حيث الجوهر– هي عملية تأثير يحاول الرؤساء من خلالها السيطرة على سلوك المرؤوسين وأدائهم. ويعد الاتصال الوسيلة الرئيسية لهذه السيطرة، وإن نشاطات القيادة وممارستها من إصدار الأوامر ومكافأة السلوك والأداء ومراجعة الأداء وتقويمه، حيث يتضمن تحديد المهمات وتدريب المرؤوسين وتطويرهم للقيام بعملية الاتصال.

[1]– علي عياصرة، ومحمد محمود العودة الفاضل، المرجع نفسه، ص: 26.

3- المعلومات « **Information** »: فضلا عن الوظائف والعواطف والتحفيزية يؤذي الاتصال وظيفة حيوية تتعلق بالمعلومات الضرورية لاتخاذ القرار، وعلى خلاف المشاعر والتأثير يكون للاتصال هنا توجيه تقني حيث ركزت البحوث التطبيقية في هذا المجال من الاتصال على النشاطات المتعلقة بمعالجة المعلومات وطرق تحسين دقة قنوات الاتصال التي تحمل المعلومات إلى الفرد والجماعة والقرارات التنظيمية.

4- الرقابة« **Control** » : يرتبط الاتصال بالهيكل التنظيمي ارتباطا محكما، حيث تحاول المنظمات السيطرة أو فرض الرقابة على نشاطات الأفراد من خلال الهيكل التنظيمي باستخدام قنوات الاتصال الرسمي، على اعتبار أن الهياكل التنظيمية تمثل قنوات الاتصال داخل المنظمات. فقد أشار كل من مارج وسيمون)(Morch et simonإلى أن المنظمات تميل إلى روتينية اتخاذ القرار أساسا من الاتصال الواسع لهذه البرامج كما ادعى أن النشاطات والقرارات الروتينية يبادرها عن طريق الاتصال الرسمي، وأن نوع الأداء والنتائج يمكن إرجاعها وتدوينها من خلال القنوات الرسمية. مما يعني أن قنوات الاتصال الرسمي تشكل وسيلة هيكلية رئيسية للرقابة داخل المنظمات.[1] وجهة أخرى فقد لخص " وظائف الاتصال الداخلي في العناصر التالية":[2]

1- وظيفة الإنتاج: إن عملية الإنتاج هي التي تحدد سر الإنتاج من حيث كميته، وتحسين نوعيته، كما تعد التوجيهات المرتبطة بالتنفيذ والآداء، كتوجيه الإنذارات بسبب التغيب عن العمل، أو إبداء الإعجاب والإعلان عن كافة الأداء الجيد لعمل وإرسال المذكرات، أو عقد الاجتماعات لمناقشة المشاكل ورفع الأجور بالإضافة إلى رفع الإنتاج.

2- وظيفة الإبداع: والمقصود به إنشاء ووضع أفكار وأنماط سلوكية جديدة لتحسين السلوك التنظيمي وتطوير المنظمة وتغيير وظيفة الإبداع أقل وظائف الاتصال ممارسة، وذلك ناجم عن

[1]- المرجع السابق، ص ص : 29، 30.

[2]- خضير كاظم حمود، **الاتصال الفعال في إدارة الأعمال**، ط1، الأردن، دار صفاء، 2010، ص: 160.

المقاومة الشديدة التي تبديها مختلف الأطراف للتغيير التنظيمي فالروتين والمنظمة والتقنين تعتبر أهم من العقبات التي تقف في وجه الإبداع.

3- وظيفة الصيانة: يتمثل دور الاتصال في مجال الصيانة في أداء المهام الرسمية الثلاثة:

- حفظ الذات، وما يرتبط بها من العواطف والمشاعر.
- تغيير موقف الأفراد من القيمة التي يولونها للتفاعل الذي يحدث فيها.
- ضمان استمرارية الإنتاج والإبداع.

2-2-4 مبادئ الاتصال الداخلي ومهاراته:

2-2-4-1 مبادئ الاتصال الداخلي:

تساعد المبادئ التالية الموظفين في بناء نظام جيد للاتصال بالتركيز على الجوانب الأربعة المتصلة وهي[1]:

1- مبدأ الوضوح Principle of clarity:

لكي يتم الاتصال فلابد من استخدام اللغة وهي مسؤولية المرسل بتصميم وصياغة الاتصال والتعبير عن ذلك بطريقة مفهومة سواء بالكتابة أو الكلام والتخاطب، ويقوم هذا على استخدام الألفاظ بلغة يفهمها المرؤوسين والرؤساء والزملاء، يؤذي تطبيق هذا المبدأ إلى التغلب على كثير من العقبات والحواجز كالتعبير السيئ عن الرسالة والأخطاء الناجمة عن الصيانة والنقل، وعدم وضوح عناصرها والحاجة إلى توضيحها.

2- مبدأ الاهتمام والتركيزPrinciple of Attention: أي أعطى كل انتباهك واهتمامك لاستقبال الاتصال ومع وجود مبدأ الوضوح فأي اتصال لا يمكن أن ينجح إذا لم يكن مفهوما، ويتطلب مزيد من الاهتمام الكامل للرسائل المركبة ليست مسألة سهلة، ويرجع ذلك إلى كثرة عدد

[1]- المرجع السابق، ص 750.

الرسائل التي تستدعي الاهتمام والتنافس فيما بينها، وقدرة الفرد على الانتباه والتركيز والتمسك بهذا المبدأ يساعد على التغلب على العديد من الحواجز كعدم الاهتمام، نقص أو ضعف الذاكرة وأيضا تطوير عملية الاستماع والقراءة، ويشعر المتصل بالفخر نتيجة مجهوداته.

3- مبدأ التكامل والوحدة Principle of Integrity: يساعد هذا المبدأ على مساندة الأهداف التنظيمية حيث يتصل بأغراض وأهداف الاتصال فهذا المبدأ بالنسبة للمدير وسيلة وليست غاية أي أنه أحد وسائل المدير لضمان الحفاظ على التعاون وتحقيقه كمدخل لتحقيقأهداف المنظمةيتوقف تكامل المنظمة على تدعيم مراكز المدير والتابعين فعندما يستغلون مراكز اتصال، فيجب تشجيعهم على استغلال مراكزهم لتحقيق هذه الغاية فغالبا ما يتجاهل الرؤساء ذلك يرسلون رسائلهم لتمريرها إلى المرؤوسين كمدخل للاتصال المباشر بالعاملين، ولكن مثل هذه الحالات لا يسمح بها فقط في ظروف خاصة إذا كانت الظروف تستدعي اتصال فوري، أمر بإخلاء مبنى مباشرة الحماية من خطر أو هجوم...إلخ، ولكن من المهم أن يقوم الرئيس المباشر بنقل الرسالة وتفسير وتوضيح المعلومات الأخرى، وفي هذه الحالة فإن المرؤوسين سيحترمون المركز الوظيفي للرئيس ويعتمدون عليه فيما يتعلق بالمعلومات الرسمية وهذا تدعيما لسلطته.

4- مبدأ استراتيجية التنظيم غير الرسمي: تقدم التنظيمات غير الرسمية بسبب الحاجة لنقل البيانات ونشرها وقد يتم رسميا من الرئيس إلى المرؤوسين ومن المرؤوسين إلى الرئيس، وهذا المنفذ قد لا يكون ملائما أو لا يثق به لنقل كل أنواع الرسائل، لذلك يجب أن يستفيد المديرون من المدخل غير الرسمي أي الشخصي في الإبلاغ أو من خلال الآخرين.[1]

[1]- المرجع السابق، ص : 750.

2-2-4-2 مهارات الاتصال الداخلي:

وتعني مهارة الاتصال والقدرة على استخدام المعلومات بفعالية والتنفيذ والأداء سهولة ويسر ومن المهارات الضرورية لمن يتولى عملية الاتصال: مهارة التحدث، مهارة الكتابة، مهارة الإنصات، مهارة التفكير، مهارة استخدام وسيلة الاتصال المناسبة، مهارة الحصول على المعلومات الكافية لنجاح التعامل نتطرق لها بالتفضيل فيمايلي:[1]

- **مهارة التحدث:** تعني استخدام الجمل والفقرات وطريقة صياغتها في التأثير على فهم المتلقي للرسالة، وعندما يتم التحدث مع طرف آخر يجب مراعاة درجة ثقافته وقدرته على استيعاب المعاني والأفكار.
- **مهارة الكتابة:** تعتبر الكتابة وسيلة للتعبير عن الآراء والأفكار وتوصيل المعلومات والمفاهيم للآخرين ويجب مراعاة بعض الأشياء عند الكتابة وهي أن يتضمن الخطاب أو التقرير أو المذكرة الأفكار والدقة والموضوعية وتجنب الأخطاء النحوية والإملائية وتتوقف مهارة الكتابة على محصول الفرد اللغوي وأسلوبه في الكتابة.
- **مهارة القراءة (الصامتة والمسموعة):** من أهم المهارات الضرورية في عملية الاتصال حيث أن التركيز والانتباه في القراءة تمكن الفرد من استخلاص المعلومات بسرعة حيث يقوم الفرد بقراءة التقارير والمذكرات تم عليه أن يستخلص النتائج بسرعة والتي تساعد في اتخاذ القرارات.
- **مهارة الإنصات:** وهي المقدرة على التركيز مع الاستماع الجيد وتتضمن الاستماع إلى المحادثات الهاتفية والاجتماعات واللجان وأثناء عملية الإنصات يجب إعطاء فرصة للآخرين للكلام وأن يكون الفرد صبورا وأن يتقبل المناقشات والانتقادات الموضوعية.

[1]- رضوان بلخيري، **مدخل إلى الاتصال المؤسساتي**، مرجع سبق ذكره، ص ص: 101، 102.

- **مهارة التفكير:** تعتبر مهارة التفكير ضرورية لكل اتصال جيد وبدونه لا تنجح أية عملية اتصال تعتبر مهارة التحدث ملازمة لكل من مهارة التحدث والقراءة والكتابة والإنصات.
- **مهارة استخدام وسيلة الاتصال المناسبة:** المقصود ليس اختيار الوسيلة فعلى سبيل المثال إجراء مقابلة مع الرئيس في العمل يجب مراعاة: الهدف من المقابلة/ خصائص المستقبل/ الصوت الهادئ/ إحالة الفرصة للتحدث وعدم المقاطعة (الانتباه، والتركيز بالوقت المحدد للمقابلة).
- **مهارة الحصول على المعلومات الكافية لنجاح التعامل:** حتى يتمكن المدير من الحصول على المعلومات التي يريدها بالدقة والسرعة المطلوبة لابد من توفر مهارات التعامل مع الآخرين إذ من المهم معرفة طبيعتهم وأنماطهم السلوكية ومدى نضجهم الفكري ونوع علاقات العمل التي يفضلونها ومستوى التفاهم معهم.

2-2-5 وسائل الاتصال الداخلي:

تتم ممارسة العملية الاتصالية داخل المؤسسة من خلال عدة وسائل وكل مؤسسة تختار الوسيلة التي تفييدهامن جهة والتي لا تكون مكلفة من جهة أخرى، وتتمثل هذه الوسائل في[1]:

1- الوسائل الاتصالية الشفوية: ويتم هذا الاتصال بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، أي عن طريق الكلمة المنطوقة لا المكتوبة، حيث يتم فيه استخدام وسائل بسيطة ويعتبر هذا الأسلوب سهل وأكثر إقناعا مقارنة مع الأسلوب الكتابي، إلا أنه ما يعيبه هو تعرض بعض المعلومات المتبادلة بين أطراف الاتصال إلى نوع من التحريف وأسوء الفهم أو عدم التعبير الجيد عن الحالة وتتمثل وسائل الاتصال الشفوي فيمايلي:

[1]- المرجع السابق، ص 101.

أ- المقابلات: تكون هذه المقابلات أو المحادثات غالبا بين المدير ومساعد أو بين إطارينتسمح بالحديث ومعالجة موضوع معين للتعرف على وجهة نظر كل من طرف، وتعتبر المقابلة أداة هامة من أدوات الاتصال الداخلي في المؤسسة ويعتبر هذا النوع من الاتصال الشفوي له تأثير كبير هذا لأنه يعطي للمتحدث الفرصة لإدراك وفهم الآخرين ومدى استجابتهم وذلك عن طريق رد الفعل الذي يظهر على وجوههم وكذا يعتبر القيام بالاتصال المباشر بين المسؤولين أو رجال الإدارة والعاملين وسيلة تشعرهم بمدى أهميته وقربهم من عملية اتخاذ القرارات وهذا يؤذي إلى رفع روح المعنوية.[1]

إضافة إلى ما سبق:

ب- اللجان: وتتكون هذه اللجان من مجموعة من الأفراد المتخصصين وتكلف بعمل معين أو يوكل إليها مهمة محددة، تمارس اللجنة نشاطها عادة في صورة اجتماعات دورية، وقد تكون هذه اللجان وسيلة جيدة لنقل الأفكار، وتبادل الخبرات وتقديم المقترحات والتوصيات التي تستهدف التطوير والتحسين والتجديد وتجاوز الصعوبات كما تسهم اللجان بمرئياتها في صنع القرارات ومن مميزات اللجان:

- أنها تكفل حرية نقل الخبرات وتبادل الأفكار واستشارة الدافعية والحفز على الابتكار مما يحسن من مسار العملية الاتصالية.
- أنها تعكس مردود التفكير الجمعي فيما يطرح عليها من موضوعات تحتاج لتحليل دراسة تساهم في صنع القرار.
- أنها تجسد قيم الديمقراطية في الإدارة من خلال تطبيقمبدأ المشورة وجماعة صنع القرار.[2]

[1]- المرجع السابق، ص: 101.

[2]- محمد علي شمس الدين وإسماعيل محمد الفقي، **السلوك الإداري مدخل نفسي اجتماعي للإدارة التربوية**، ط1، الأردن، دار الفكر، 2007، ص: 276.

ج– المحاضرات: لقاء تنظمه الإدارة بمشاركة إطارات من المؤسسة أو شخصيات من خارجها وتدور المحاضرة حول مسائل ومواضيع تتعلق بالحياة المهنية أو غيرها، ومن ايجابياتها أنها تساعد على الثقافة العامة لأعضاء المؤسسة وتساهم في تكوينهم.

د– الهاتف: يعتبر الاتصال الهاتفي من الوسائل الهامة في الوقت الحاضر، ويتميز هذا الأسلوب بانخفاض تكلفته، فهو سيد الاتصالات الشفوية بدون منازع.[1]

هـ– الاجتماعات أوالندوات:يعتبر هذا النوع من أوضح الأنواع وأكثرها فائدة وعن طريقة تكون محاولات معرفة المشاكل التي تواجه الإدارة والحلول والمقترحات وكذلك يعتبر أداة لتبادل الأفكار والآراء، ونميز نوعان من الاجتماعات: [2]

– **اجتماعات تبادل الخبرات:** يضم هذا النوع عددا كبيرا من الإطارات ومسؤوليهم يناقشون موضوعا ويخرجون بتوصيات تأخذ شكل تقرير، توزع على بقية العاملين.

– **اجتماعات إعلامية:** عبارة عن اجتماعات داخلية لها مهمة إعلامية بحتة، موجهة إلى كل العمال في المؤسسة والاستراتيجية العامة التي تتبعها وكذلك النتائج التي حققتها المؤسسة ويسمح الاجتماع بمعرفة وملاحظة ردود أفعال المشاركين مباشرة وحتى يحقق الاجتماع الفعالية المطلوبة يجب مراعاة الأمور التالية:

1– القيام بالتخطيط للاجتماع الذي نريد الاتصال بالآخرين عن طريقه.

2– يجب أن يحدد الموضوع الرئيسي للاجتماع بالإضافة إلى إعداد جدول أعمال له.

3– يجب أن يحدد موعد عقد الاجتماع في وقت ومكان مناسبين.

---

[1]– خنفير وفاء، **دور الاتصال في تسيير المؤسسة الخدماتية**، دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA بورقلة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تسويق الخدمات، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014، ص: 19.

[2]– رضوان بلخيري وسارة جابري، مرجع سابق، ص ص: 101، 102.

4- يجب أن يحضر الاجتماع الأشخاص الذين يهمهم الأمر ولديهم المعلومات أو خبرات تساعد على النجاح المرتقب والمطلوب من الاجتماع.

5- يجب القيام بتسجيل المناقشات التي تدور في المؤتمر وتوزيعها على المشاركين ومن يهمهم الأمر.

6- على رئيس الاجتماع أن يكون ملما بجميع جوانب المواضيع التي يدرسها وأن يقوم بإعداد المعلومات والبيانات.

2- وسائل الاتصال المكتوبة:

يتم الاتصال الكتابي عن طريق الكلمة المكتوبة التي يصدرها المرسل إلى المستقبل، ويمكن القول عنها بأنها القنوات الأكثر دقة في نقل المعلومات والأسلوب الأكثر استخداما في المنظمات الكبرى وعليه لا بد أن يتم الاتصال الكتابي بالبساطة والوضوح، يتم ذلك بوسائل أهمها:[1]

1- التقرير: وهو رسالة تحمل خصائص ومعلومات وبيانات وسرد لوقائع من خلال التأمل في دلالة هذه الوقائع، يمكن الإلمام بقصدها. وعن طريقها يمكن تبادل الفهم المشترك بين المرسل والمستقبل كشرط من الشروط الهامة في الاتصال.

2- المذكرة: تعرف بأنها وسيلة تتضمن معلومة أو فكرة تصاغ بلغة مفهومة وتعرض بطريقة منظمة ومرتبة ترتيبا موضوعيا حتى تصل بالكفاءة والفاعلية المطلوبة وثمة نمطين للمذكرات.

أ- ذات الوجهة الأفقية: حيث تتناقل المذكرة بين الإدارات المتماثلة في ذات المستوى التنظيمي الواحد وذلك لتبادل الحقائق والمعلومات والبيانات.

ب- ذات الوجهة الصاعدة: حيث تنتقل الرسالة من المستوى الأدنى إلى المستوى الأعلى متضمنة فكرة أو معلومة جديدة أو مستخدمة أو مقترحات تصاغ بلغة مفاهيمها ميسورة وغايتها استطلاع رأي القيادة، أو الحصول على موافقتها على اقتراح يمكن تنفيذه.

[1]- محمد علي شمس الدين ، إسماعيل محمد الفقي، مرجع سبق ذكره، ص: 286.

3- مجلات المؤسسة: تنقسم مجلات المنظمة عادة إلى ثلاثة أنواع كمايلي:

أ- مجلة تصدر عن الصناعة، أو القطاع الذي ينتمي إليه المنظمة، ويعتبر هذا النوع أكثر الأنواع استخداما، حيث يعطي هذا النوع الكثير من الموضوعات الإعلامية والاجتماعية التي تهم العاملين بالمنظمة، مثل أحاديث رئيس المنظمة، والتعليمات الحكومية التي تنصرف إلى طبيعة النشاط الذي تزاوله المنظمة وأنشطة العاملين بما فيها البرامج الاجتماعية والثقافية والرياضية.

ب- النوع الثاني من مجلات المنظمة هو الأكثر تخصصا، حيث يركز على أخبار المنظمة بالذات، وقد تحتوي بعض الموضوعات الخاصة بالعاملين، مثل طلب وظائف جديدة، وأشياء أخرى.

ج- المجلة اليومية التي تغطي موضوعات عامة عن مجلس إدارة المنظمة، والأخبار اليومية الهامة، التي يتعين إبلاغها للعاملين بصورة يومية ويجب تلاشي الموضوعات ذات الصفة الجدلية أو التي تنطوي على مؤيدين ومعارضين وينصح نجاح مجلة ومطبوعات المنظمة باختيار تقارير عن الجوانب الفنية وأبعاد التكنولوجيا بالمنظمة إلى جانب تغطية المناخ الاجتماعي الداخلي، والخارجي والمسؤوليات الاجتماعية للمنظمة والنشاط الحركي.[1]

4- الملصقات: وهي توفق مع المعلومات البسيطة والمطلوبة، تنشر الملصقات أنواع من المعلومات وهي:[2]

- **معلومات قانونية:** حيث يكون مدراء المؤسسة مجبرين على نشر بعض المعلومات المتعلقة بالصحة، الحقوق والواجبات الأساسية للعاملين لأن هذا ما ينص عليه القانون.
- **معلومات سلسلة:** تستخدم لنشر معلومات مهنية واقتصادية واجتماعية (ظروف العمل) معلومات تطبيقية (تاريخ العطل).

[1]- سعديس عامر، **الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها**، ط2، القاهرة، مركز وايديسرقيس للاستشارات والتطوير الإداري، 2000، ص: 87.

[2]- رضوان بلخيري وسارة جابري، مرجع سبق ذكره، ص : 104.

- **معلومات تتعدى المستوى المهني:** كبرنامج المساعدة للحصول على سكن أو عناوين لوكالات السياحة التي قد يحتاجها العامل في التحضير للعطل.
- **معلومات العاملين:** يستخدمها العاملون كوسيلة للتعبير عن آرائهم وعادة ما تعاني الملصقات من الإهمال الكبير في المؤسسات بسبب وضعها في أماكن غير مناسبة ونمط الكتابة عليها مغري جدا ولتصحيح هذه العيوب يفضل نشر المعلومات القصيرة بخط واضح مع ذكر المكان الواجب التوجه إليه للحصول على التوضيحات اللازمة وكذا اختيار المكان المناسب لنشر الملصقات.

5- الرسائل الخاصة:

تأخذ الرسائل الخاصة كقناة للاتصال الرسمي المكتوب أحد اتجاهين، إما الاتجاه الرأسي الهابط أو الاتجاه الرأسي الصاعد، ويتم توجيه الرسالة الخاصة في حالة الاتجاه الرأسي الهابط، من رئيس مجلس الإدارة أو مدير إدارة الموارد البشرية إلى أحد العاملين الجدد بالمنظمة والمسؤولية التي تنتظر الموظف الجديد. أيضا قد توجه الرسالة الخاصة إلى العاملين أو إلى مستوى إداري معين لإخبارهم بوصول مسؤول جديد، وقد تقوم الرسالة بالدورين في نفس الوقت.

6- التعليمات والأوامر:

قد تكون التعليمات والأوامر في صورة شفهية، كما أنها قد تأخذ طابعا مكتوبا كمرجع يسهل الرجوع إليه حالة المخالفة، وذلك بالنسبة لكفاءة المستويات الإدارية وقد تأخذ التعليمات والأوامر المكتوبة أكثر من صورة مثل المذكرات الداخلية والمعاملات المتداولة داخليا على مطبوعات الجهة، والنشرات التي تأتي في صورة عمل مثل: الموازنة التخطيطية، والميزانية.[1]

[1]- سعديس عامر، مرجع سبق ذكره، ص : 88.

7- بيان الأجور والمرتبات:

لازال للمادة فعل السحر في نفسية معظم البشر، وبالتالي فإن أي شيء يرتبط بها سيجدب الانتباه، وخاصة لو كانت لها صفة الاستمرارية والدورية كما هو الوضع بالنسبة لبيان الأجور والمرتبات، وتنتهز الشركات فرصة دفع الأجور والمرتبات الدورية سواء كانت أسبوعية أو كل أسبوعين أو شهرية، لتنتقل إلى العاملين بعض الرسائل والمعلومات في صورة بيان مكتوب على قطعة صغيرة من الورق، وترفقه بشيك المرتبات والأجور أو تضعه في ظروف الأوراق النقدية، لو كان الدفع نقدي

وتتميز هذه الطريقة بطابع الاستمرارية ولكن يجب الحرص على عدم إساءة استخدامها بصورة روتينية، بل يجب حسن الاستخدام في المناسبات الخاصة.[1]

3- وسائل الاتصال السمعية البصرية (الاتصال التصويري):

ترتبط هذه الوسيلة بحاسة البصر للمستقبل وما قد يضع عليه عينه من صور وأفلام ورسوم بيانية، وتتمثل الفائدة من وسائل الاتصال البصرية في تبسيط المعنى وسهولة نقله ومن بين أهم هذه الوسائل نجد:

1- اللوحات الخشبية:

وهي عبارة عن لوح تنشر فيه المعلومات يسمح بنشر كافة المعلومات المتعلقة بنشاطات المؤسسة وما يعاب على استخدام اللوحات أنها تترك البيانات عن موضوع معين على اللوحة مدة طويلة والواجب وضع البيانات لمدة قصيرة.

[1]- المرجع السابق، ص : 95.

2- المحاضرة عن طريق الشاشة:

وهي وسيلة اتصال بالصوت والصورة تربط بين الأشخاص المتباعدين والمشتركين في مختلف الرقع الجغرافية عن طريق تواجدهم أمام جهاز الإعلام الآلي والكاميرا، وتسمح هذه الوسيلةباجتماع أكبر عدد من المشتركين عن بعد يتراوح استخدامها ما بين عشرة إلى عشرين ساعة شهريا.[1]

3- الجريدة الضوئية:

هي عبارة عن لوح تنشر كل المعلومات، يوضع في غالب الأحيان عند مدخل المنظمة ويسمح بنشر كل المعلومات المتعلقة بنشاطات المنظمة في أوانه.

4- فيلم المنظمة:

الهدف من فيلم المنظمة هو التعريف بالمنظمة أو ببعض جوانبها، فيستطيع أن يعالج معلومات في ميادين مختلفة، ففي الميدان الاقتصادي يستطيع الفيلم أن يعلن عن النتائج المحققة من قبل المنظمة، يشرح الاستراتيجيةوالكفاءات التي تحتوي عليها.[2]

5- الكاريكاتير:

تعبر عن الأفكار بصورة هزلية والتي يحبها جميع العمال، فهي تنقل المعاني بأسلوب هادف يكون القصد من التوعية.

6- الرسوم البيانية والخرائط:

[1]- رضوان بلخيري وسارة جابري، مرجع سبق ذكره، ص: 106.

[2]- فضيل دليو، **اتصال المؤسسة**، ط1، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص: 118.

تستخدم عادة في إعداد التقارير بإتباع الأساليب الإحصائية والرسوم البيانية، وعلى سبيل المثال المؤسسة التي تستخدم الخرائط في المشروعات الجديدة وفيما يتعلق بانسياب خطوط الإنتاج والعملياتالتشغيلية بقصد الإيضاح والسهولة.[1]

4- وسائل الاتصال غير اللفظي:

تتم كثيرا من الاتصالات بين العاملين في المستويات الإدارية المختلفة، بين الرئيس ومرؤوسيه وبين الرئيس وزملاءه وبين المرؤوسين....إلخ بواسطة التفاعل المباشر وجها لوجه، وفي كثير من الحالات يكون السلوك غير لفظي تأثير في نقل الرسالة أكبر من تأثير الرسالة والمذكرات والتقارير والمحادثة.

تتخذ الاتصالات غير اللفظية أشكالا عديدة منها ما يتعلق بحركات الجسم واليدين والرأس ومنها ما يتعلق بتعابير الوجه، وحركات العينين، والإيحاءات المختلفة، ويصنف أحد الكتاب مصادر الاتصال غير اللفظي يصنف إلى ستة مصادر على النحو التالي:[2]

1- اللمس: يعتبر اللمس أيضا من الاتصالات غير اللفظية، وفي بعض الثقافات يعتبر اللمس أو الرتابة على الظهر دلالة على العاطفة والدفء والجاذبية والصدق، والناس يميلون إلى لمس الناس الذين يحبونهم.

2- حركات والتقاء العينين: وهذه تؤذي أربع وظائف في الاتصال:

- تنظيم تدفق المعلومات.
- بدء وانتهاء المحادثة.

[1]- حورية بوالعويدات، مرجع سبق ذكره.

[2]- حسن حريم، مرجع سبق ذكره، ص ص: 268، 277.

- التحديق يسهل ويراقب عملية التغذية الراجعة لأنها تعكس الانتباه والاهتمام.
- تحمّل عواطف ومشاعر.
- يتجنب الأفراد النظر إلى بعضهم البعض حيث يناقشون أنباء غير مباشرة أو تقديم تغذية سلبية.
- التحديق يرتبط بنوع من العلاقة بين أطراف الاتصال.

3- نطاق مسافة التفاعل بين الأشخاص: وهو يشير إلى أن الأفراد الذين يحاولون الحفاظ على حزام/ نطاق مسافة تتوافق مع توقعاتهم الثقافية وطبيعة التفاعل، وأن أي اختراق لحزام المسافة هذا يولد نوعا من عدم الارتياح والذي يمكن أن يعيق الاتصال الفعال.[1]

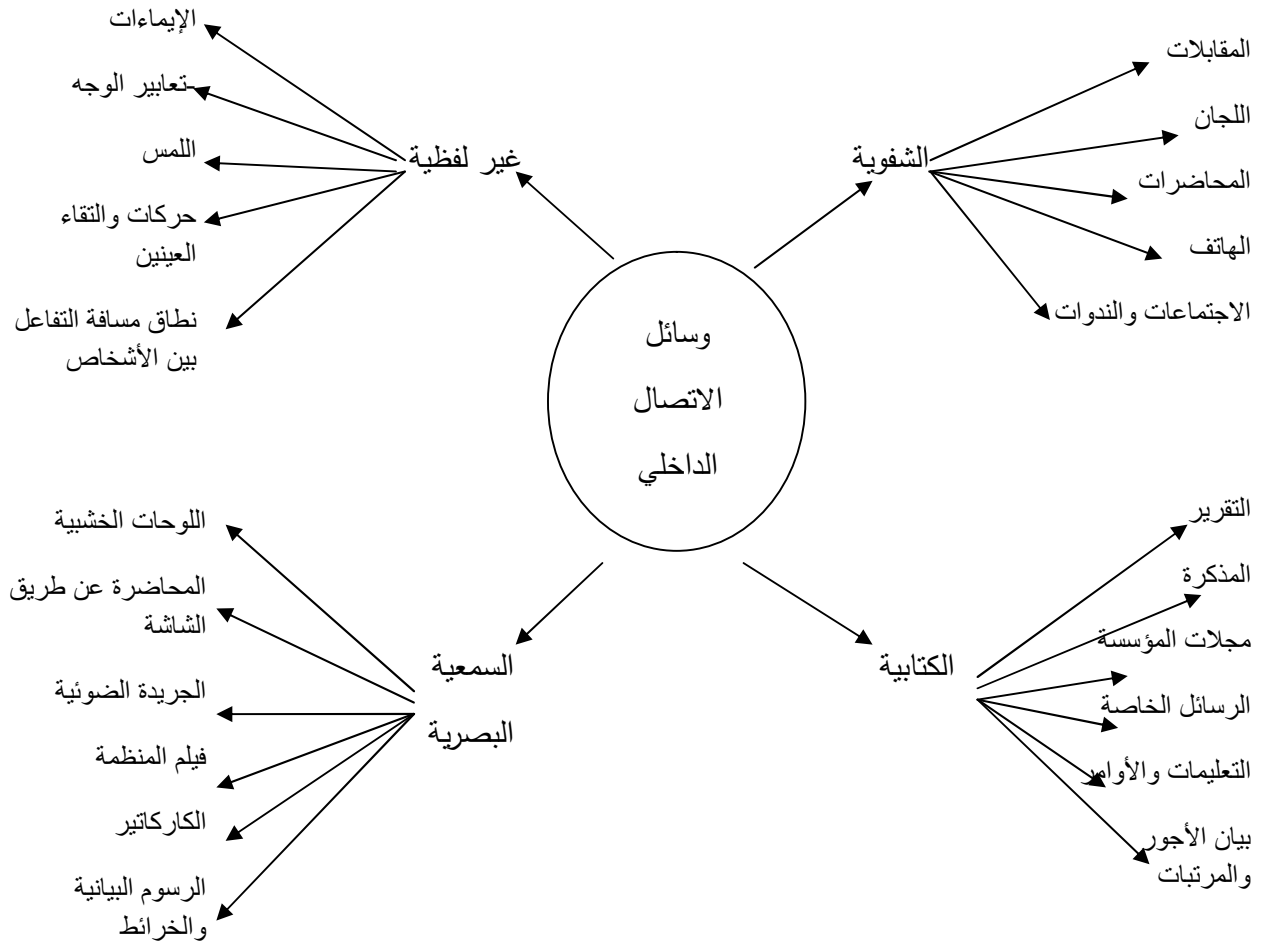
4- الإيماءات: وهي حركات محددة من الجسم والتي تقوي الرسالة الشفوية أو تنقل فكرة أو عاطفة/ انفعال معين، وهي يمكن أن تعمل بواسطة الرأس أو الوجه أو اليدين أو القدمين ولكن أغلبها يعمل باليدين أو الذراعين مثل: الاتكاء للأمام والخلف، أو الإشارات باليدين أو الأصابع وغيرها.

5- تعابير الوجه: إن الوجه ذا التعبير الجامد هو مصدر قوة للاعب الورق الجيد، لكن بالنسبة للخطيب أو المتحدث يعتبر الجمود في تعبير الوجه مانعا للاتصال الفعال والمؤثر مع من يستمعون إليه.

فالمستمعون يراقبون وجه المتكلم أثناء الحديث، كنوع من التهذيب وبنفس درجة الأهمية على حد سواء حاجتهم للحصول على البيانات البصرية مما يجعل رسالة المتكلم ذات صيغة أكبر،فتعبير الوجه في أغلب الأحيان المقرر الرئيسي للمعنى من وراء الرسال

والمخطط الآتي يوضح وسائل الاتصال الداخلي في المؤسسة:[1]

[1]- المرج السابق، ص : 268.



الشكل رقم (10): يوضح وسائل الاتصال الداخلي في المؤسسة.

2-2-6 معوقات الاتصال الداخلي وطرق تحسينه:

[1]- من إعداد الطالبتين.

2-2-6-1 معوقات الاتصال الداخلي:

ويمكن النظر إلى معوقات الاتصال الداخلي بأنها كل الأشياء التي تمنع من تبادل ونقل المعلومات أو تعطلها أو تؤخر إرسالها أو استلامها أو تشوه معانيها أو تؤثر في كميتها وبالتالي تشتيت المعلومات وتشوهها وتحول دون انسيابها بالشكل المطلوب وبالتالي تحول دون تحقيق اتصال فعال. وبذلك فإن أي شيء يمنع فهم الرسالة يعد حاجزا وعائقا للاتصال.

ويمكن تقسيم هذه المعوقات على النحو التالي:[1]

1- معوقات شخصية: ونقصد بها مجموعة المؤثرات التي ترجع إلى المرسل والمستقبل في عملية الاتصالات وتحدث فيها أثرا عكسيا. مثل عدم القدرة على التعبير الجيد أو اختيار ألفاظ مبهمة وغلبة الغموض، وعدم إصغاء العاملين لبعضهم البعض واختلاف الرأي ويمكن تقسيمها إلى مايلي:

أ- المعوقات المتعلقة بالمرسل:

الأخطاء التي يقع فيها المرسل متعلقة عموما بالعوامل الفردية أو النفسية التي تعتمل بداخله والتي تؤثر في شكل وحجم الأفكار والمعلومات التي يود أن ينقلها إلى المرسل إليه، ومن هذه العوامل: الخبرة، التعلم، الفهم، الإدراك، الشخصية، العمليات الوجدانية والعقلية، أما أهم الأخطاء التي يقع فيها المرسل فهي:

- أن دوافع المرسل تؤثر في طبيعة وحجم المعلومات التي يقوم بإرسالها إلى المستقبل.
- اعتقاد المرسل أن سلوكه في كامل التعقل والموضوعية.
- تصرفات المرسل تكون لمصلحته الشخصية غالبا ولا تكون لمصلحة العمل.
- سوء إدراك المرسل وفهمه للمعلومات التي يرسلها، واختلاف إدراك وفهم الآخرين لها.

[1]- شعبان فرج مرجع سبق ذكره، ص: 186.

- الحالة الانفعالية للمرسل حيث تؤثر في شكل المعلومات التي يقوم بإرسالها.
- قيم ومعتقدات المرسل وميوله واتجاهاته النفسية تؤثر في شكل المعلومات التي لديه.
- عمليات الحكم الشخصي والتقدير، الإضافة، الحذف، والتغيير الذي يقوم به المرسل للمعلومات التي لديه.
- الاعتقاد بأن المرسل إليه، ينظر إلى المعلومات، بنفس الشكل الذي ينظر هو إليها.
- التحيز لطبيعة الأمور والأحداث.

ب–المعوقات المرتبطة بوسيلة الاتصال:

ويمكن انجاز هذه المعوقات والمشاكل بالآتي:[1]

1– الاختيار الخاطئ للوسيلة: حيث تفشل عملية الاتصال برمتها عندما يتم اختبار وسيلة اتصال غير ملائمة أو ضعيفة، أو اختيار توليفة من وسائل الاتصال غير متكاملة أو غير متجانسة مع بعضها البعض

فالمعروف أن طبيعة الرسالة ذاتها تحدد الوسيلة/ الوسائل التي ينبغي استخدامها والتي تكون أفضل من غيرها من الوسائل في حالة كهذه.

فالاتصال المباشر والشخصي يتطلب استخدام وسيلة الاجتماعات أو اللقاءات وجها لوجه، حيث تكون التغذية العكسية فورية، بينما الاتصال غير الشخصي يحتاج إلى وسائل أخرى، مثل الإعلان، أو التقارير، وغيرها

2– الاستخدام الخاطئ للوسيلة:

[1]– بشير العلاق، مرجع سبق ذكره، ص: 154.

فقد تتوافر لدى الأفراد أو المؤسسات وسائل اتصال متعددة، تقليدية، وإلكترونية مثلا، إلا أن المعنيين بالاتصال قد يستخدمون الوسيلة غير الملائمة إما بسبب الجهل، أو الإهمال أو سوء الإدارة. إن الاستخدام الخاطئ للوسيلة قد يفقد الاتصال قيمته ويعطي مؤشرات مضللة في أحيان كثيرة فليس من المنطق بشيء أن تلجأ منظمة متخصصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى استخدام الفاكس مثلا أو البريد العادي، لبث رسائل عاجلة إلى جمهور مستهدف يستخدم الانترنت وشبكات الانترنت والإكسترانت والبريد الصوتي وغيرها من تقنيات الاتصال على الخط الفوري المباشر.

3- بعد المسافة التنظيمية أو تعدد المستويات الإدارية في المنظمة:

حيث تمثل هذه الحالة عقبة أمام يبادل المعلومات من وإلى هذه المستويات، وما يؤخر العمل ويضعف الروح المعنوية. وتزداد المشكلة بزيادة التشتت الجغرافي لفروع المنظمة. وفي دراسة شملت (100) شركة عن فقدان المعلومات في عملية الاتصال، اتضح أن المعلومات عندما تخرج من مكتب الرئيس حتى تصل إلى العاملين تكون قد اختزلت إلى 30%.

4- ازدحام واختناق قنوات (وسائل) الاتصال:

حيث يؤذي هذا الازدحام، وبالتحديد في مجال الاتصال الالكتروني إلي حدوث مشاكل فنية وإدارية. فقد لا تصل الرسالة أبدا أو تصل لكن بشكل مشوه وفي الاتصال التقليدي. عبر البريد العادي مثلا قد يحصل تأخير في إيصال الرسالة أو تشويه فيها إذا ما تعرضت لظروف مناخية، أو لمقص الرقيب ... وهكذا ويعد ازدحام قنوات الاتصال عقبة حقيقية أمام الاتصال الفعال.

5- سوء أو ضعف وسيلة الاتصال:

حيث أن وسائل الاتصال الضعيفة فنيا ووظيفيا قد تؤذي إلى تشويه عملية الاتصال وإضعافها. ولهذا السبب بالذات نجد أن الاتصالات في البلدان أو الأقاليم التي لا يتواجد فيها بنى اتصالات تحتية جيدة، أو تكون هذه البنى التحتية قديمة أو بالية، وفي جميع الحالات يكون الاتصال متعثرا أو مشوها.[1]

ج- المعوقات المتعلقة بمضمون الرسالة:

كثيرة هي المعوقات والمشاكل المتعلقة بمضمون الرسالة حيث يكون قسم متعمدا والآخر غير متعمد ويمكن إيجاز أبرز المعوقات في الآتي[2]:

1-لغة الرسالة، حيث يكون المضمون مرتبكا وضعيفا وأحيانا مشوها. ولعل مرد ذلك يعود لمرسل الرسالة أو محرر مضمونها، أو الوسيلة التي تم استخدامها لنقل المضمون.

2-هدف الرسالة، حيث يكون الهدف غير واضح، أو غير موجود في الأساس.

3-أسلوب كتابة الرسالة، فقد يكون الأسلوب معقد جدا أو مبسطا جدا، وفي الحالتين يتشوه الاتصال ولا يحقق أهدافه.

4- أسلوب نطق الرسالة أو توصيلها، فقد يكون النص جيدا، إلا أن نطق محتواه خصوصا في الاتصال اللفظي، قد يكون سيئا ما يؤذي إلى تشويه الاتصال أو إضعافه.

د- المعوقات المرتبطة بالتغذية العكسية:

[1]- المرجع السابق، ص، ص: 155، 156.

[2]- بشير العلاق ،حميد الطائي، أساسيات الاتصال –نماذج و مهارات ،دط ، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،2009،ص 79.

تعد التغذية العكسية من أهم عناصر العملية الاتصالية قدر تعلق الأمر بالانتفاع من الاتصال ذاته، وتقييم عملية الاتصال أو متابعة مدى تأثيرها على المستلم، بالتالي فإن معوقات التغذية العكسية تفسد الاتصال برمته.

ويمكن إيجاز معوقات التغذية العكسية ومشاكلها الرئيسية كالآتي:[1]

- الافتقار إلى متابعة سير عملية الاتصال وعدم الاكتراث بالنتائج المرجوة منها.
- افتراض المرسل بأن التغذية العكسية غير ضرورية، وهذا ما يحصل في ظل الإدارة الديكتاتورية التي تفترض الالتزام الحرفي بالتعليمات دون أي مناقشة.
- تركيز المرسل على الأهداف والحاجات التي يسعى لبلوغها دون أدنى اهتمام بدوافع المستقبل وأهدافه وتطلعاته.
- ضعف بنى الاتصال التحتية، أو سوء تصميمها بحيث تكون باتجاه واحد وليس باتجاهين.
- عدم إيلاء اهتمام كاف بالرسائل غير اللفظية أو التلميحات التي تعطي مؤشرات عن وصول الرسائل من عدمها.
- تعالي مرسل الرسالة عن المستلم (النظرة الفوقية الضارة) وعدم استعداد المرسل للاستئناس بآراء المستلم أو وجهات نظر بخصوص ما ورد في الرسالة، وتحصل حالات كهذه في الإدارة البيروقراطية أو الإدارة الديكتاتورية التعسفية، حيث لا يكون لرأي المستهدفين بالاتصال أية قيمة تذكر.

ج- معوقات مشتركة عامة:

[1]- بشير العلاق، مرجع سبق ذكره، ص: 157.

ويمكن إيجاز هذه المعوقات في الآتي:[1]

1- افتقار مستلمي الرسائل لمهارة الإنصات، والتحليل، والاستقراء، والمنطق وهي مهارات في غاية الأهمية لفهم الاتصال وآلياته، وتقدير أهميته.

2- العقبات الإدارية الناتجة عن ضعف الهياكل التنظيمية أو جهودها ما يضعف عملية التدفق السليم للرسائل، شفهية كانت أو تحريرية، وتعد مشاكل عنق الزجاجة(bottleneek) من أكثر المشاكل التي تفسد الاتصال برمته.

3- التفسير الخاطئ لمضمون الرسالة، أو تفسيرها بشكل موجزا أو حذف أجزاء منها أو إخفاءها لأي سبب كان .

4- الاختلافات الفكرية والذهنية والإدراكية لمرسل الرسالة ومستلمها وتباين الثقافات والخبرات والرؤى بينهما.

5- تداخل وتشابك المصالح والأمزجة والاتجاهات بين المرسل والمستقبل، مثل التداخل في العوامل الثقافية، الاجتماعية، والنفسية، والاقتصادية والتكنولوجية وغيرها.

2- معوقات تنظيمية:

ويرجع أساسا إلى عدم وجود هيكل تنظيمي يحدد بوضوح مراكز الاتصال وخطوط السلطة الرسمية في المنظمة، مما يجعل القيادات الإدارية تعتمد على الاتصال غير الرسمي، والذي لا يتفق في كثير من الأحيان في أهدافه مع الأهداف التنظيمية.

– وقد يكون التخصص هو أحد الأسس التي يقوم عليها التنظيم من معوقات الاتصال، وذلك في الحالات التي يشكل فيها الفنيون والمختصون جماعات متباينة لكل منها لغتها الخاصة وأهدافها الخاصة فيصب عليها الاتصال بغير الفنيين المتخصصين.

[1]- بشير العلاق، وحميد الطائي، المرجع السابق، ص: 81.

– عدم وجود وحدة تنظيمية لجمع ونشر البيانات والمعلومات، وعدم الاستقرار التنظيمي يؤذيان أيضا إلى عدم استقرار نظام الاتصالات بالمنظمة.[1]

3– معوقات بيئية:

ونقصد بها المشكلات التي تحد من فاعلية الاتصال والتي ترجع إلى مجموعة العوامل التي توجد في المجتمع الذي يعيش فيه الفرد سواء داخل المنظمة أو خارجها.

ومن بين هذه العوامل التي يستخدمها، استخراجه لمعاني الكلمات في ضوء قيمه وعاداته وتقاليده. بالإضافة إلى عدم كفاية وكفاءة أدوات الاتصال، وعدم وجود نشاط اجتماعي على نطاق كبير في كثير من المنظمات ومن الجدير بالذكر أن طريقة الاتصال تتأثر بمدى التفاهم والتعاون القائم بين العاملين، فدرجة التفاهم والانسجام التي تتوافر بينهم تحدد أسلوب الاتصال ومدى فاعليته.[2]

2–2–6–2 طرق تحسين الاتصال الداخلي:

يمكن تحسين الاتصال الداخلي بعدة طرق أهمها:[3]

– تلبية احتياجات ورغبات الأطراف الفاعلة في الاتصال، والمقصود هنا تلبية رغبات العاملين من مختلف المستويات والمناصب التي يحتلونها في المؤسسة.

– أن يكون المضمون مثيرا للاهتمام ومعلوماته تمتاز بالجدية والحداثة.

– أن تتوافق الوسيلة مع المضمون والأهداف.

---

[1]– محمد سلطان حمو، مرجع سبق ذكره، ص: 38.

[2]– المرجع السابق، ص: 39.

[3]– رضوان بلخيري، مرجع سبق ذكره، ص ص : 121، 122.

– استخدام لغة مناسبة زمانا ومكانا.

– يجب أن تشترك بمختلف هياكل المؤسسة في عملية الاتصال الداخلي.

– يجب أن تكون الأهداف محددة بطريقة جيدة.

– يجب توظيف تقنية الاستماع والملاحظة للإلمام بجميع المعلومات المتعلقة بالأطراف المشكلة للمؤسسة.

وليكون الاتصال الداخلي أكثر فعالية يجب مراعاة النقاط التالية:

❖ **بالنسبة للاتصال الهابط:**من خلال[1]:

– إبلاغ المرؤوسين عن مسؤوليات أعمالهم ودورهم في التنظيم.

– الحصول على التعاون الكامل من مرؤوسيهم وبذلك يتم استعمال الموارد المتاحة لهم بشكل منتج وإلى حد بعيد قدر الإمكان.

– يجب أن يكون المرسل واعيا ومدركا لصفات وخصائص كل وسائل الاتصال إلى أسفل الموجودة لديه، وأن يكون قادرا على اجتياز الوسيلة المناسبة للرسالة ويعرف كيف يستعملها بمهارة.

– إن الاتصالات النازلة يجب أن تحتوي على مضمون ولغة ترضي وتوفّق بين اهتمامات كلا من الرئيس والمرؤوس فيجب أن لا تظهر الفوائد كلها على جانب واحد.

– حيثما كان بالإمكان، يجب إعطاء الأسباب لأية تغيرات يراد إدخالها، وهذا يخلق مناخا من الثقة والاحترام المتبادل.

[1]– فريد توفيق نصيرات، **إدارة منظمات الرعاية الصحية**، ط1، الأردن، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2008، ص: 301.

– لضمان التحسين المستقبلي على الاتصالات النازلة يجب تقويم دقتها كلما كان ذلك ممكنا وذلك من خلال استعمال التغذية الراجعة والحصول على التغذية الراجعة يعني معرفة كم كان الاتصال فعالا.[1]

❖ **الاتصال الصاعد:**عن طريق:

– دقة الرقابة للتحقق من أن الاتصال الأعلى يشمل على تقديرات منطقية عن الأوضاع الحالية والمستقبلية.

– بناء الثقة من خلال العمل الجماعي كفريق حيث يرى المرؤوسين مدى ملائمة التقارير المرفوعة منهم للعمليات والأنشطة الخاصة بالشركة.

– أن يكون الرؤساء متفتحي العقل والتقليل من خوف المرؤوسين من الفشل.

– تحسين حساسية الإدارة تجاه المشاكل والآراء، شعور وإحساسات المرؤوسين بحيث توجد وسائل تعبيرية أخرى بجانب المسالك الرسمية.[2]

❖ **الاتصال الأفقي:**بمراعاة النقاط الآتية:

– يجب إنشاء دور جديد تكاملي بالمنظمة لتسهيل عملية الاتصال هذا عندما تصبح قيادة العمليات الجانبية بمثابة مشكلة.

– يجب تشكيل فريق عمل بصفة دائمة لتعرف على المشاكل الداخلية.

– يجب حسن استخدام الاتصال المباشر بين المديرين المشاركين في عملية الاتصال مع إقامة دور الاتصال لربط مختلف الإدارات ذات الاتصال الوثيق هذا على نفس المستوى التنظيمي.[3]

---

[1]– المرجع السابق، ص: 302.

[2]– عبد الغفار حنفي ،رسيمة قريافض، ص: 756.

[3]– رضوان بلخيري، مرجع سبق ذكره، ص: 123.

2-2-7 تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها داخل المؤسسة:

2-2-7-1 استعمالات تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل المؤسسة:

تعتبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة ضرورة ملحة داخل المؤسسة لما توفره من خدمات جيدة وتتمثل فيمايلي:[1]

- تستعمل تكنولوجيا الاتصال الحديثة كمصدر مركزي لكل المعلومات المؤسسة في بطاقة تعرض فيها كل من التعريف بالمؤسسة، نشاطها، هيكلها التنظيمي، أهدافها، معلومات من الهيكل أو المنتج...إلخ.

- وضع دليل العاملين الذي يساعد على حصر المعلومات الشخصية، الوظيفية، الترقيات... إلخ

- ربط كل أجزاء المؤسسة مع بعضها البعض حتى وإن كانت في مواقع مختلفة، ومهما تباعدت أجزائها أو فروعها جغرافيا، إذ تسمح لكل جزء فيها بمعرفة ما يجري في الأجزاء الأخرى من خلال الشبكة الداخلية.

- الاستعمال الإلكتروني لبطاقات الدوام (التسجيل اليومي للحضور) لتسهيل معالجة البيانات والاستفادة منها وكذا سرعة الوصول إليها.

- تتيح للموظفين الوصول إلى الوثائق المعيارية.

- وضع معلومات عن المنتج ومواصفاته لتفادي تكرار الشرح عدة مرات.

- التنقل السهل والسريع داخل المؤسسة.

---

[1]- بختي إبراهيم، **مقياس تكنولوجيا ونظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة** ، شهادة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، قسم العلوم الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، ورقلة، 2005، ص 48.

سهولة ومرونة الاتصال بين الموظفين في مختلف الأقسام.

– النقل السريع والاقتصادي للمستندات بتوفير التكاليف البريدية والوقت المستغرق في ذلك.

2-2-7-2 آثار استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل المؤسسة:

إن وسائل التكنولوجيا الاتصال الحديثة قد أحدثت تطورات هائلة على مستوى المنظمات كما استطاعت هذه الوسائل أن تغزو جميع المؤسسات العامة والخاصة على مختلف أنواعها، فلا نكاد نجد أيا منها يخلو بشكل أو بأخر من هذه الوسائل، وسنسلط الضوء على أثار استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة الإيجابية منها والسلبية وهي كالتالي:[1]

1) الآثار الإيجابية:

وتتمثل فيمايلي:

– **سهولة الوصول إلى الزبون:** من خلال تقديم المعلومات الخاصة بمنتجات المؤسسة وكذلك خدماتها عن طريق الإعلانات الإلكترونية المتوفرة في الموقع الخاص بالمؤسسة، هذا كله يساعد في معرفة احتياجات الأفراد ومتطلباتهم.

– **زيادة الدقة في أداء الموظفين:** فالوسائل الاتصالية الحديثة تعمل على الانتفاع من التغذية العكسية المتحققة من عملية الاتصال بسرعة كبيرة مما يساهم في تحقيق الهدف الذي تسعى إليه الرسالة، وهذا يؤدي إلى جعل الأعمال دقيقة وواضحة.

– **سهولة الاتصال بين الموظفين:** حيث ساهمت تكنولوجيا الاتصالالحديثة في تقليص فترات الاتصال إلى أدنى الحدود، وتوفير الوقت الازم لإتمام العملية الاتصالية، وبالتالي إيصال الرسالة ليس

[1]– بشير كاوبة، مرجع سبق ذكره، بتصرف، ص 61.

فقط بسرعة هائلة وإنما أيضا في الوقت الحقيقي، ومن شأن ذلك ضمان لسهولة الاتصال الداخلي للمؤسسة.

– **السير الحسن للعمل**: استخدام وسائل اتصالية حديثة في القيام بمختلف الأعمال داخل المؤسسة أدى إلى سير العمل على أحسن وجه وذلك عن طريق:

– ضمان أعلى درجات الكفاءة والفعالية والجودة، حيث ساهمت الأنترنت والأنترانت، الحاسوب، البريد الإلكتروني، الهاتف النقال في نقل المعلومات والحصول عليها بدقة متناهية ووضوح لا بأس فيه، وهذا بدوره أدى إلى تقليص حالات التشويش داخل المؤسسة.

– العمل الجماعي عن طريق مجموعة الحواسيب المرتبطة ببعضها البعض بشبكة محلية (الأنترانت).

– السرية والشفافية في العمل هذا مايقلل من إنتشار الشائعات داخل المؤسسة، إضافة إلى وصول المعلومة بكل صدق وموضوعية.

❖ **الآثار السلبية:**

لها تأثيرات سلبية عديدة على الموظفين والمؤسسة ونذكر منها ما يلي:[1]

– **المخاطر الصحية**: والمتمثلة في كثرة التعرض لشاشات العرض، الإصابة بالتعب المتكرر، مخاطر الإشعاع والمجالات الكهرومغناطيسية، التأثيرات السيكولوجية للاتصال، إدمان الأنترنت والهاتف المحمول، تعب العين والصداع.

– **تقليص الوظائف**: وذلك من خلال ازدياد قدرات الإدارة في الحصول على المعلومات بالسرعة والدقة الملائمة عن طريق الاعتماد على مختلف الأجهزة كالحاسوب والهاتف النقال، وكذلك

[1]– بشير كاوجة، مرجع سبق ذكره، بتصرف، ص 62-63.

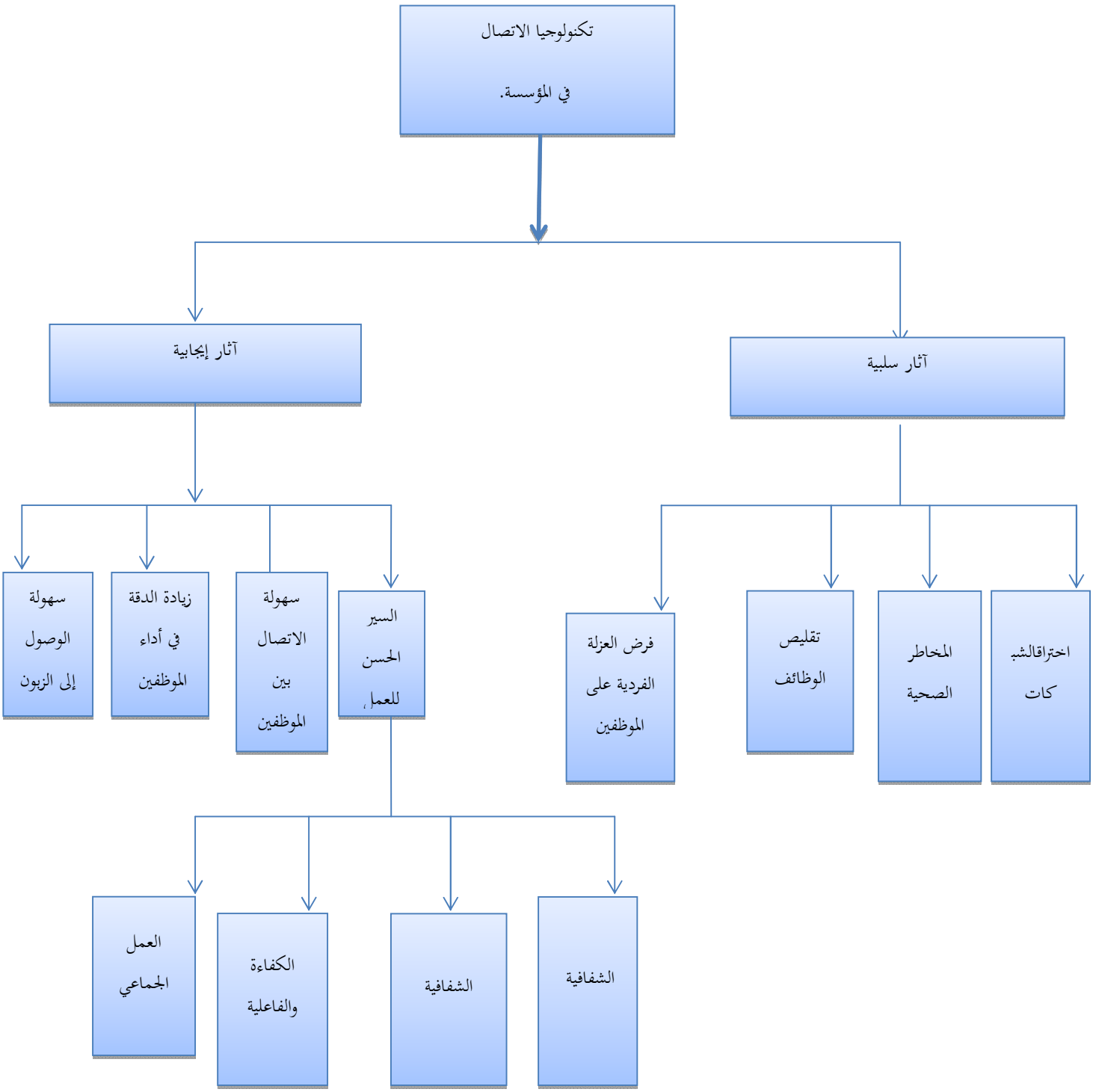
الشبكات (الأنترنت والأنترانت)، يؤدي بدرجة كبيرة إلى تقليص دور الإدارات الوسطى وجعل المعلومات تنتقل من المستويات الإدارية العليا إلى المستويات التشغيلية عن طريق مختلف وسائل الاتصال الحديثة، أي حلول الآلات محل الأفراد.

– **اختراق الشبكات**: تتعرض المعلومات والملفات الخاصة بالمؤسسة في بعض الحالات إلى القرصنة من طرف الشركات المنافسة، خصوصا في شبكة الأنترنت، كون الأنترانت شبكة محلية يصعب عليهم الوصول إليها، وهذا ما يؤثر سلبا على المؤسسة وأنشطتها وكذلك منتوجاتها.

– **فرض العزلة الفردية على الموظفين**:فالاعتماد على البريد الإلكتروني في الواصل والأنترنت في الحصول على المعلومات، أدى بشكل كبير إلى قتل روح العمل الجماعي، والتشجيع على الأعمال الفردية، لأن هذه الوسائل شخصية.

والشكل التالي يوضح الآثار السلبية والإيجابية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسة:

الشكل رقم (11): يوضح أثار تكنولوجيا الاتصالالحديثة على المؤسسة:[1]



[1]- من إعداد الطالبتين.

2-2-7-3 الفرق بين المؤسسة التقليدية والمؤسسة المعتمدة على تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

ويمكن توضيح هذه الفروق المتمثلة في تأثير إدخال التكنولوجيا الحديثة على المؤسسة على بنيتها الداخلية من خلال الجدول التالي[1]:

الجدول رقم (4) يوضح التغيرات التنظيمية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسة:

العوامل والأبعاد	المؤسسة التقليدية	المؤسسة المعتمدة على تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
تصميم العمل	ضيق ومحدود وانعدام المرونة.	واسع وعالي المرونة
الهيكل التنظيمي	هرمي/ بيروقراطي	مفلطح شبكي
عدد المستويات	كثيرة	قليلة
نطاق الإشراف للإدارة العليا	ضيق	واسع
نمط الإدارة	إشرافي	قيادي
نوعية العاملين	مهيكلين (غير مبدعين)	مبدع ومتكيف
دور الإدارة الوسطى	واسع	ضعيف
مجالات التركيز في العمل	التركيز على الأنشطة	التركيز على العملاء

[1]- بشير كاوجة، مرجع سابق ذكره، ص 63.

خلاصة:

ونستنتج مما سبق أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أضحت ضرورة حتمية داخل المؤسسات باختلاف أنواعها سواء كانت عمومية أو خاصة، فهي تعتبر المحرك الأساسي لأي تطور داخلها، نظرا لما تحمله من تقنيات حديثة سهلت من طرق العمل والاتصال بين الموظفين، وبالتحديد شبكة الأنترنت والأنترانت والإكسترانت إضافة إلى الحاسب الآلي وكذا الهواتف الذكية، هذه الوسائل الحديثة التي ساعدت في زيادة إنتاجية المؤسسة وتحسين خدماتها وتقليص الجهد والوقت وبالأخص فيما يتعلق بالاتصال الداخلي في المؤسسة الذي اصبح يشبه الدم الذي يجري في عروق الإنسانفلا يمكن للمديرين وكذا العاملين أن يؤذوا أعمالهم ما لم يكن هناك أنظمة اتصالات جيدة داخل المؤسسة، وما لم يكن لديهم مهارات فريدة لازمة للاتصال الفعال.

فالمؤسسة التي تطمح للرقي والازدهار هي التي تهتم بالاتصال وتحاول تطبيقه على أحسن وجه وباستخدام وسائل وتطبيقات حديثة ومتطورة ، وبالتالي تكون على علاقة مباشرة بجمهورها الداخلي مبنية على الثقة والتعاون والإحساس بالمسؤولية، لأن إهمال الاتصال الداخلي في المؤسسة قد يؤثر على مردودها، وبالمقابل فالاهتمام بتحسين وتفعيل الاتصال الداخلي حتما سيؤذي إلى نجاحها وتطورها.

الفصل الثالث: الإطار التطـــــبيقي للدراسة.

3- 1- عرض البيانات وتحليلها و تفسيرها.

3-2- النتائج العامة للدراسة.

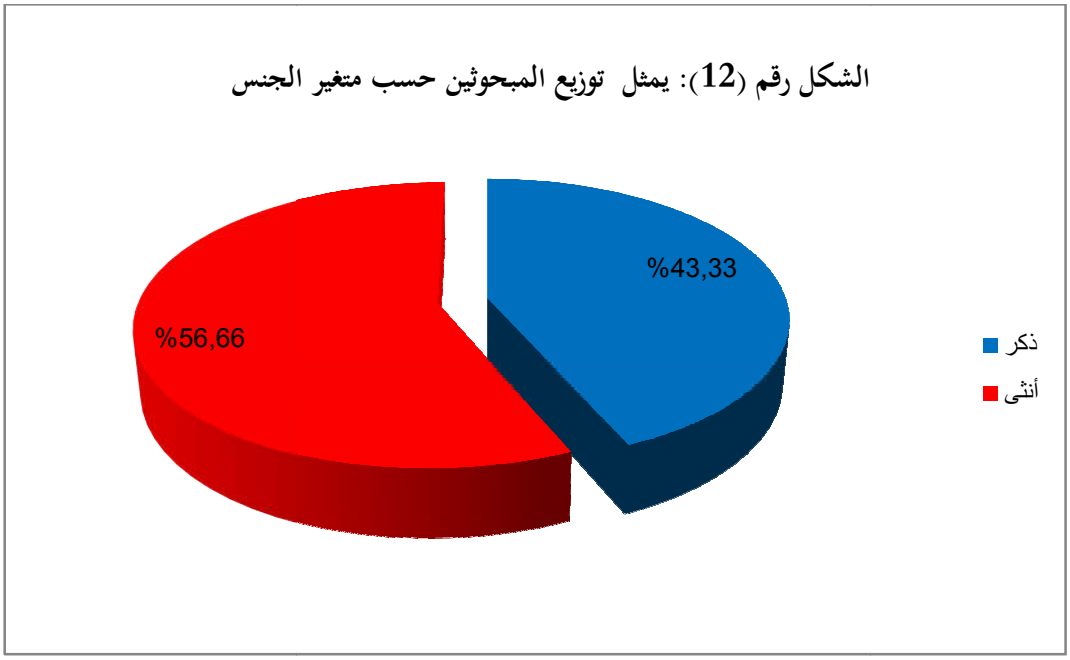
3-3- توصيات الدراسة و مقترحاتها.

يتضمن هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بدور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي، من خلال الاعتماد على التكرارات والنسب المئوية للأسئلة الواردة في استمارة البحث، والتي أجريت على عينة حجمها 60 مبحوث يمثلون حصرا شاملا لجميع الموظفين بالوكالات التجارية لمؤسسة اتصالات الجزائر بجيجل، والتي كانت موزعة كالتالي: وكالتين بولاية جيجل، وكالة بمدينة الميلية وأخرى بمدينة الطاهير، حيث تم توضيح هذه النتائج في جداول وأشكال.

3-1-عرض النتائج و تحليلها و تفسيرها:

الجدول رقم (05): يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس:

الجنس	التكـــــرار	النسبـــــة %
ذكر	26	43.33
أنثى	34	56.66
المجموع	**60**	**100**

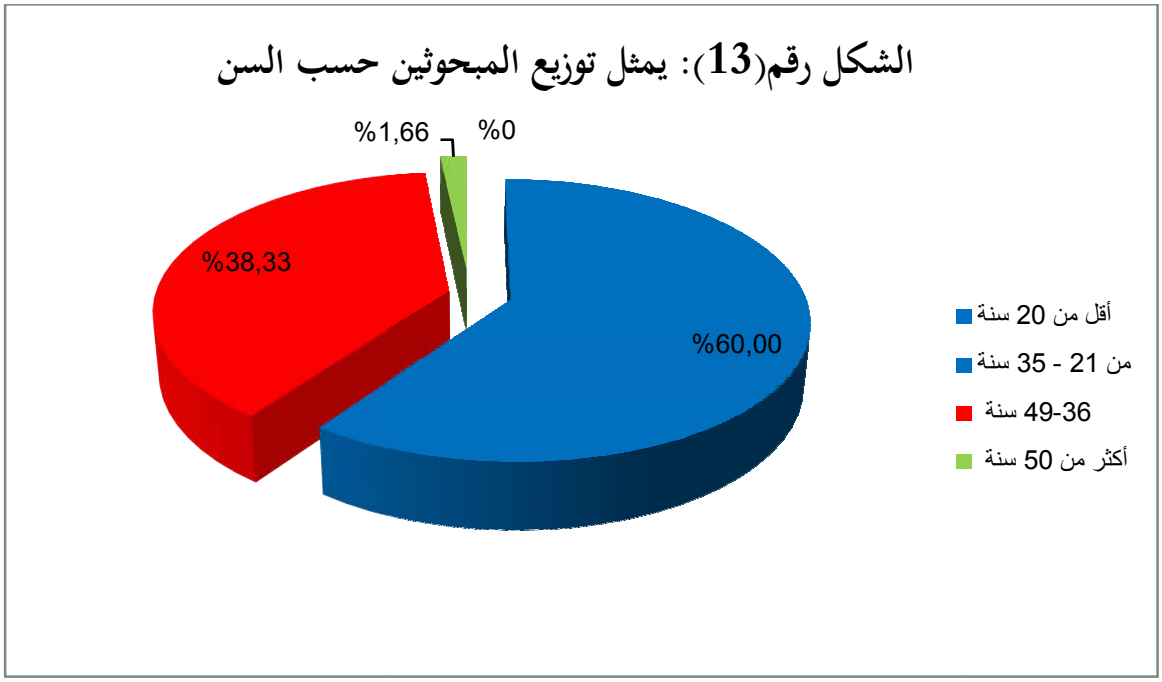


تبين لنا من خلال النتائج الوادة في الجدول رقم (05) والشكل (12) أن هناك تقارب بين عدد أفراد العينة من حيث الجنس، مع تفوق طفيف للإناث ب 56،66% فيما بلغت نسبة الذكور 43،33.وتكرس هذه النتائج التفوق العددي للعنصر النسوي في ميدان الشغل في السنوات الأخيرة، خاصة مجال الإدارة كون العمل المكتبي قي المؤسسات من الأعمال التي تجذب الإناث، بالإضافة إلى أن مؤسسة إتصالات الجزائر مؤسسة خدماتية وهذه الوكلات تتعامل مع الزبائن أي أن الأعمال فيها لا تتطلب أعباء تنقلات كثيرة مقارنة بقطاع (الصحة، التعليم...) وهذا ما يتماشى مع ميولات النساء.

الجدول رقم (06) يبينتوزيعالمبحوثين حسب السن:

السن	التكـــــرار	النسبـــــة %
أقل من 20 سنة	-	-
21 – 35 سنة	36	60
36 – 49 سنة	23	38.33
أكثر من 50 سنة	1	1.66
المجموع	**60**	**100**

الشكل رقم(13): يمثل توزيع المبحوثين حسب السن



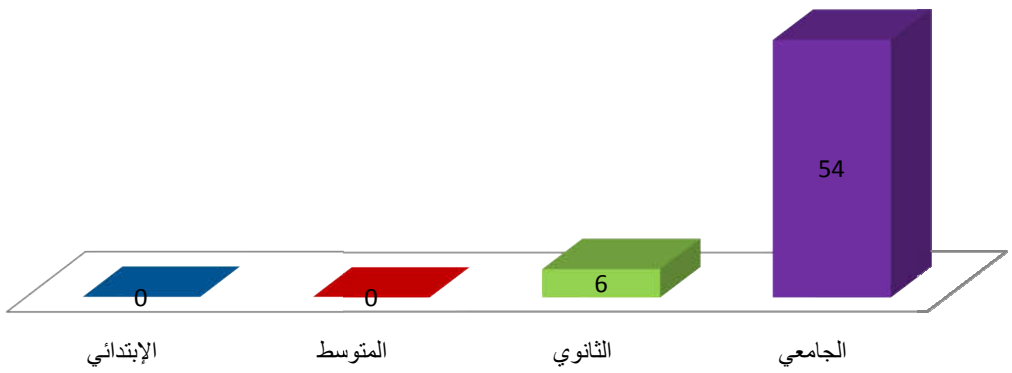
يتضح لنا من خلال هذا الجدولرقم (06) والشكل رقم (13) أن معظم أفراد العينة من الفئة العمرية الشابة والتي تتراوح أعمارهم (21-35 سنة) بنسبة60% وهي تمثل اكبر نسبة ثم تليها الفئة (36-49 سنة) بنسبة 38.33%، أما الفئة ما فوق 50 سنة فنسبتها ضعيفة جدا قدرت ب 1.66% في حيين لم نجد أفراد العينة الذين تقتل أعمارهم عن 20 سنة.

ويتبين لنا من خلال هذه النتائج أن فئة الشباب هي أكبر نسبة في تلك الوكالات التجارية، وهذا راجع إلى أنا هؤلاء هم ركيزة المجتمع وفئة العطاء وبذل المجهودات، ثم تأتي فئة الكهول في المرتبة الثانية وهذا راجع إلى أن تلك الفئة هم أصحاب الخبرة والتكوين الجيد في مجال الإدارة وتسيير الأعمال ولديهم اقدمية في العمل، أما من تفوق أعمارهم 50 سنة لم نجد إلا واحد وهذا راجع لكون هذه المرحلة هي مرحلة التقاعد بالنسبة للأشخاص الذين أعمارهم أكثر من 50 سنة لم نجد إلا واحد وهذا إلى كون هذه المرحلة هي مرحلة التقاعد بالنسبة للأشخاص الذين أعمارهم أكثر من 50 سنة، كما سجلنا عدم وجود مبحوثين أقل من 20 سنة وهذا راجع كون هذه المرحلة هي مرحلة تكوين الأفراد في مجال التعليم العالي.

الجدول رقم (07): يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة%
الابتدائي	–	–
المتوسط	–	–
الثانوي	6	10
الجامعي	54	90
المجموع	**60**	**100**

شكل رقم (41)يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي



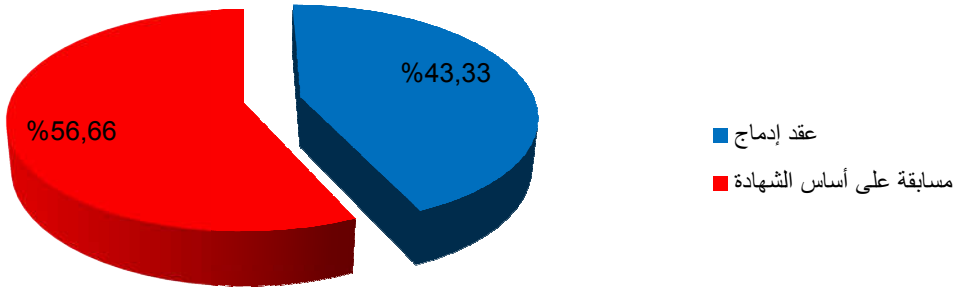
نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) والشكل رقم(14) أن الجامعيون يحتلون المرتبة الأولى بنسبة عالية جدا قدرت ب90%وهذا راجع إلى كون مثل تلك المؤسسة تعتمد في تسيير كافة أعمالها على الإطارات وأصحاب الشهادات العليا في المجالات المطلوبة، خصوصا وأن العمل المكتبي يتطلب مجهودات فكرية وليست عضلية إضافة إلى أن اصحاب المستوى التعليمي العالي هم بالطبع لديهم خبرة وكفاءة في استعمال الوسائل الاتصالية الحديثة، بينما قدرت نسبة ذوي المستوى الثانوي ب10% وهي تحتل المرتبة الثانية، فكلهم خرجي المعاهد التكوينية في التخصصات المطلوبة (تقني سامي، سكريتاريا، محاسبة...) وهذا راجع لتغطية نقص أصحاب التعليم العالي في السنوات الماضية

في مجال التوظيف، ويتقاسم المرتبة الأخيرة المستوى الإبتدائي والمتوسط بنسبة 0% دليل على أن مؤسسة إتصالات الجزائر تحتاج في التوظيف إلى اصحاب المستوى التعليم العالي والكفاءة والخبرة.

الجدول رقم (08): يوضح طريقة القبول في العمل داخل المؤسسة:

الطريقـــــــة	التكـــــرار	النسبـــــــة%
عقد إدماج	26	43.33
مسابقة على أساس الشهادة	34	56.66
المجموع	**60**	**100**

الشكل رقم (15): يوضح طريقة القبول في العمل



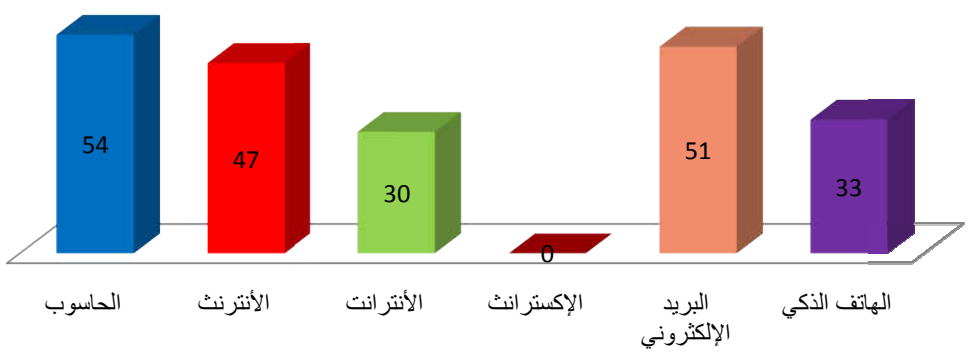
من خلال الجدول رقم (08) والشكل رقم (15) يتبين لنا أن نسبة المبحوثين الذين تم قبولهم في العمل داخل تلك الوكالات كان عن طريق مسابقة على أساس الشهادة بنسبة 56.66%أي 34 مبحوثا، وهذا راجع إلى المسابقات الوطنية التي تنظم في مجال الإدارة والتنظيم والعمل فإرتفاع نسبة المبحوثين أصحاب التعليم العالي مقرون بهذه النسبة الذي تم تسجيله سابقا في الجدول (07)، أما من تم قبولهم عن طريق عقد إدماج فقد كانت نسبتهم 43.33% وهذا راجع لطبيعة الوظيفة التي يشغلها كل واحد منهم، إضافة إلى المستوى التعليمي خصوصا التعليم العالي فإرتفاع نسبة الجامعيين في تلك الوكالات التجارية حسب ما تم ملاحظته في الجدول السابق دليل على

إرتفاع نسبة القبول في العمل عن طريق مسابقة على أساس الشهادة، فأغلب المناصب في تلك المؤسسة شغلت عن طريق مسبقات توظيف هذا ما تأكدنا منه خلال زيارتنا لتلك الوكالات.

الجدول رقم (09):يوضح وسائل الاتصال الحديثة المتوفرة بالوكالات التجارية بمؤسسة اتصالات الجزائر.

وسائل الاتصال المتوفرة بالمؤسسة	التكرار	النسبة%
الحاسوبcomputer	54	25
الإنترنتInternet	47	21.75
الانترانتIntranet	30	13.88
الاكسترانتExtranet	-	-
البريد الالكترونيE-mail	51	23.61
الهاتف الذكيsmart phone	33	15.27
المجموع	216	100

شكل رقم (61) يمثل توزيع المبحوثين حسب الوسائل الإتصالية المتوفرة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر



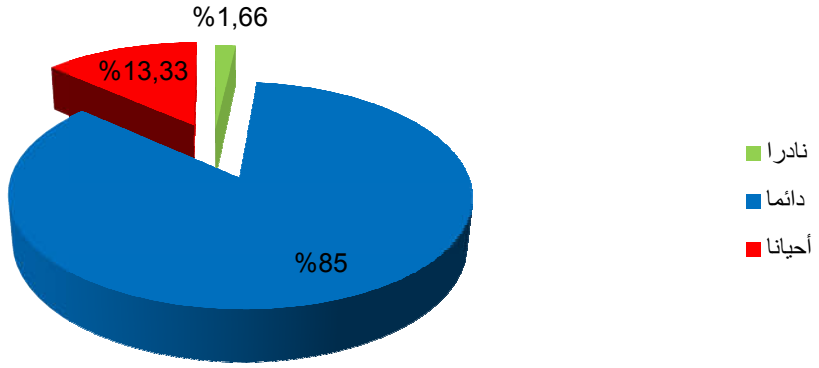
من خلال الجدول رقم (09) والشكل رقم (16) سجلنا تباين في إستخدام وسائل الاتصال الحديثة في العمل داخل المؤسسة، حيث إحتل الحاسوب المرتبة الأولى بنسبة 25% فأغلب مفردات العينة يستخدمون الحاسوب في القيام بوظائفهم، فالحاسوب وسيلة تساعد في حفظ المعلومات وكتابة مختلف الوثائق هذا ما يحتاجه هؤلاء الموظفين في عملهم، أما المرتبة الثانية فنجد البريد الإلكتروني بنسبة 23,61% وهي نسبة عالية جدا، أي أن اغلب المظفين لديهم بريد إلكتروني خاص بهم بعتباره طريقة سهلة وفعالة في التواصل بين الموظفين، وحسب ما صرح هؤلاء الموظفين خلال زيارتنا لتلك الوكالات أن لكل موظف باتصالات الجزائر بريده الإلكترونيلتابع للمؤسسة والمتمثل في: algerietelecome.dz@...،أما الأنترنت فكانت نسبته 21.75% ليأتي بعده الهاتف الذكي"smart phone" عن طريق تطبيقاته المتطورة (واتس أب , viber)بنسبة 15.27%أما الانترانت فقدرت ب 13,88% في حين لا تستخدم هذه الوكالات الإكسترانت وهذا قد يرجع إلى صغر حجمها، مما يكتفون بشبكة محلية فقط (الأنترانت).

فهذا الإختلاف والتباين في نسب الوسائل الإتصالية المتوفرة راجع لطبيعة الوظائف والمهام التي يقوم بها موظفو الوكالات والتي تتطلب استخدام بعضها دون أخرى.

الجدول رقم (10): يوضح درجة استخدام وسائل الاتصال الحديثة في إنجاز مسؤوليات الموظفين داخل مؤسسة اتصالات الجزائر:

درجة الاستخدام	التكرار	النسبة%
دائما	51	85
أحيانا	8	13.33
نادرا	1	1.66
المجموع	60	100

شكل رقم (17) يمثل توزيع المبحوثين حسب درجة استخدام وسائل الاتصال الحديثة في إنجاز مسؤوليات الموظفين داخل مؤسسة اتصالات الجزائر



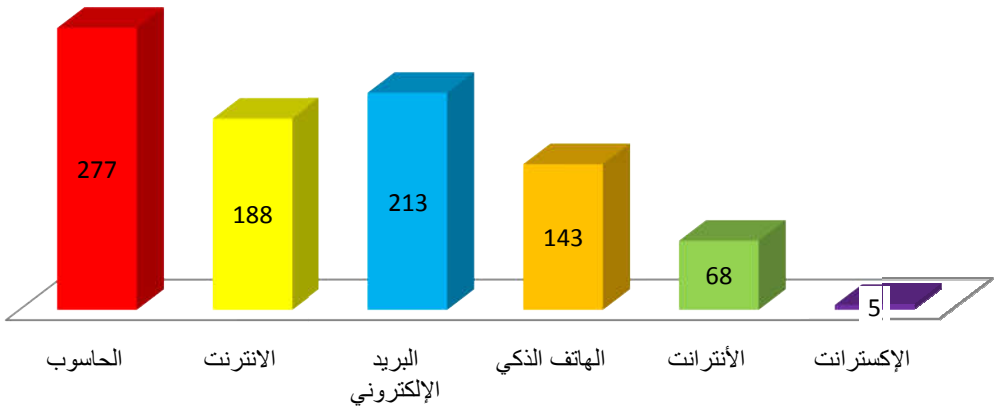
من خلال الجدول رقم (10) والشكل رقم (17) يتضح لنا أن نسبة كبيرة جدا تستخدم وسائل الإتصال الحديثة في إنجاز مسؤولياتهم أي ما قدرت ب 85% وهذا راجع إلى أن معظم الوظائف تتطلب من أصحابها استخدام هذه الوسائل بصفة دائمة، بغية ربح الوقت والجهد وضمان كفاءة الأداء وجودته أما من يستخدمونها أحيانا فكانت نسبتهم 13,33% وهو راجع لنوع الوظائف التي يشغلونها داخل الوكالة التجارية لا تفرض عليهم إستعمال هذه الوسائل الإتصالية الحديثةدائما، أما من يستخدمونها نادرا فقد وجدنا مبحوثا واحدا فقط أي ما قدرت نسبته 1.66%.

ومن هذا كله نستنتج أن وسائل الإتصال الحديثة لها دور كبير داخل الوكالات التجارية بمؤسسةاتصالات الجزائر في مساعدة الموظفين لإنجاز كافة أعمالهم وتلبية حاجات زبائنهم بشكل سهل ودقيق.

الجدول رقم (11): يوضح ترتيب وسائل الاتصال الحديثة حسب درجة تفضيلها من ناحية الاستخدام.

الوسائل / الرتبة	م1	م2	م3	م4	م5	م6	تكرار ترجيحي	%	الرتبة
الحاسوب	36	5	9	10	-	-	307	26.56	1
الأنترنت	6	20	13	8	8	-	228	19.72	3
البريد الإلكتروني	7	15	24	7	7	-	248	21.45	2
الهاتف الذكي	12	7	9	21	6	2	220	19.03	4
الأنترانت	1	10	03	5	18	9	128	11.07	5
الإكسترانت	0	1	0	1	1	15	25	2.16	6
المجـــــــــــــــــــموع							1156	100	

الشكل رقم (81)يمثل توزيع المبحوثين حسب ترتيب وسائل الإتصال الحديثةحسب درجة تفضيلها من ناحية الإستخدام



من خلال الجدول رقم (11) والشكل رقم (18) يتضح لنا أن هناك إختلاف في ترتيب هذه التكنولوجيات الاتصالية الحديثة، بحيث جاء الحاسوب في المرتبة الأولى بنسبة 26.56% ، ويتم

استخدامه من طرف أغلبية المبحوثين وهذا راجع لكون هذه الوسيلة تستخدم في كافة الوظائف والمهام إضافة إلى كونه المحرك الأساسي لشبكات الأخرى، ليأتي بعده البريد الإلكتروني في المرتبة الثانية بنسبة 21.45% ما يعني أن أغلب المبحوثين لديهم بريد إلكتروني خاص بهم، في حين إحتلت الأنرنت المرتبة الثالثة بنسبة 19.72% وهذا الأمر منطقي كون تلك الوسائل الإتصالية الثلاث لها دور كبير في الإتصال وتسيير الأمور خصوصا وأنها مربوطة ببعضها البعض، أي أن الحاسوب مرتبط بشبكة الأنترنت وهذا الأخير من خدماته البريد الإلكتروني.

في حين يأتي في المرتبة الرابعة الهاتف الذكي بنسبة 19.03% وهذا راجع لضرورة الإتصال في العمل إضافة إلى أنه أسهل وسيلة متوفرة يمتلكها جميع الموظفين داخل الوكالات التجارية خصوصا أنها هذه الأخيرة وفرت للموظفين العاملين فيها شريحة مجانية لغرض الإتصال في ما بينهم بالمجان[1] وبالرغم من أن الهاتف الذكي أداة شخصية لم تعمل مؤسسة إتصالات الجزائر على توفيرها للموظفين إلا أنها تحتل مكانة كبيرة بين وسائل الإتصال الحديثة المفضل إستخدامها من طرف المبحوثين.

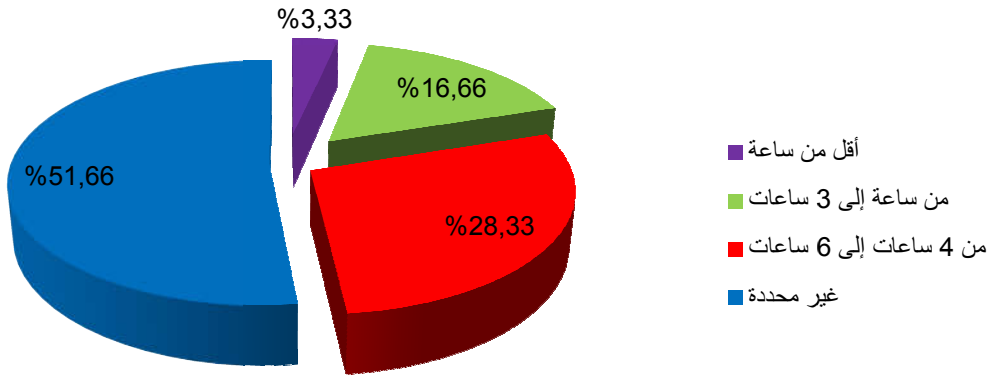
أما الأنترانت فقد إحتلت المرتبة الخامسة بنسبة 11.07% ، وهذا راجع لتفضيل الأنترنت من طرف الموظفين كمصدر أولي في الحصول على المعلومات وكذا الحاسوب في إنجاز المهام. وهذا ما أدى بالدرجة الأولى إلى تراجع نسبتها، أما الإكسترانت فقد جاءت في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة 2.16% وهذا ما يعني ان هذه الوكالات لا تستخدم هذه الشبكة.

1- مقابلة أجرية مع رئيس مصلحة المبيعات،السيد جمال بن عمر، الوكالة التجارية بالطاهير، يوم 1مارس2017.

الجدول رقم (12) يوضح المدة الزمنية المستغرقة في استخدام وسائل الاتصال الحديثة.

المدة الزمنية	التكرار	النسبة%
أقل من ساعة	2	3.33
من ساعة الى ثلاث ساعات	10	16.66
من 04 ساعة الى 06 ساعات	17	28.33
غير محددة	31	51.66
المجموع	**60**	**100**

الشكل رقم (19): يوضح المدة الزمنية المستغرقة في إستخدام وسائل الاتصال الحديثة.



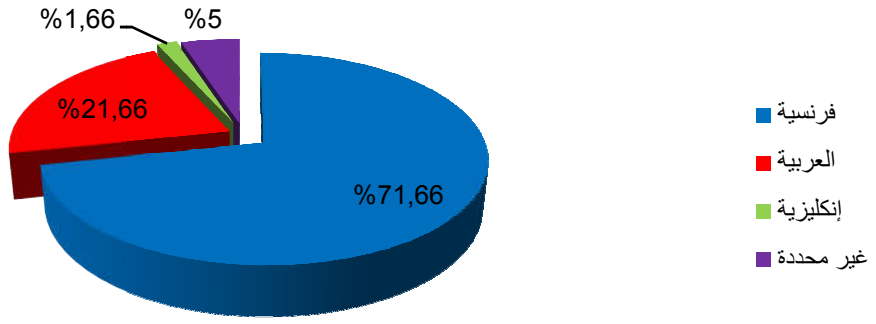
يوضح لنا الجدول رقم (12) والشكل رقم (19) المدة الزمنية التي يستغرقها المبحوثين في استخدام وسائل الإتصال الحديثة يوميا، فكانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأن مدة الاستخدام غير محددة وبلغت 51.66% وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالنسب الأخرى، فاستخدام هذه الوسائل هنا مقرون بطبيعة العمل أي حسب الأوقات التي يستدعي استخدامها أي فترات غير منتظمة على مدار اليوم، أما الذين أجابوا بأنهم يستخدمونها من 4 ساعات إلى 6 ساعات كانت نسبتهم 28.33 %وهذا كون تلك الوكالات تعمل أكثر من ستة ساعات في اليوم وهذا ما يفرض على

الموظف استخدام هذه الوسائل في دوامه، لتأتي نسبة الذين يستخدمونها من ساعة إلى 3 ساعات بنسبة 16.66%أما أقل من ساعة فكانت نسبتهم 3.33% وهذا دليل على أن وسائل الاتصال الحديثة تستخدم في الوكالات التجارية بدرجة كبيرة من خلال الأرقام التي تم استقرائها في الجدول.

الجدول رقم (13): يوضح اللغة التي يفضل استخدامها في تلك الوسائل الاتصالية

اللغة	التكرار	النسبة%
الفرنسية	43	71.66
العربية	13	21.66
الانجليزية	1	1.66
غير محددة	3	5
المجموع	**60**	**100**

الشكل رقم (02) يمثل توزيع المبحوثين حسب اللغة التي يفضل استخدامها في تلك الوسائل الاتصالية



من خلال الجدول رقم 13الشكل (20) نلاحظ أن هناك تفاوت فيما يخص اللغات التي يفضل المبحوثينإستخدامها في تلك الوسائل الإتصالية الحديثة، فقد إحتلت اللغة الفرنسية المرتبة الأولى بنسبة 71.66 % وهذا راجع إلى أن تلك الوسائل أغلبها مبرمجة باللغة الفرنسية، إضافة إلى

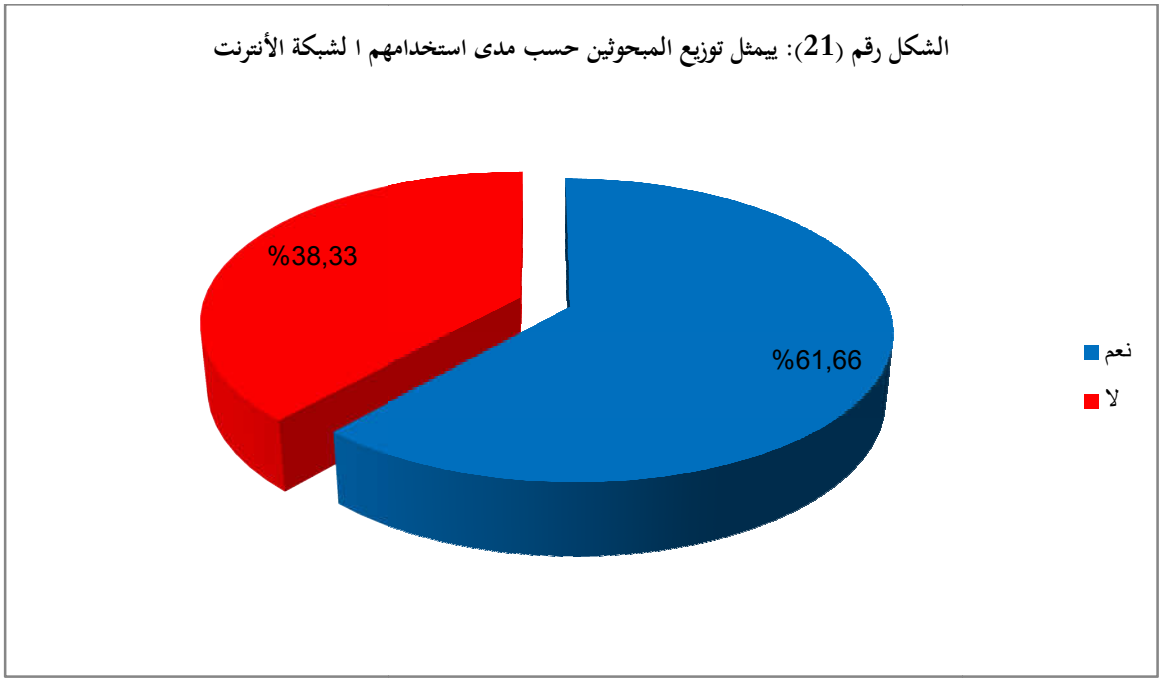
المواد التي يبحث عنها الموظفون في مصادر المعلومات الإلكترونية وطبيعة عمل مؤسسة إتصالات الجزائر يفرض عليهم إستخدام اللغة الفرنسية بكثرة خصوصا في فاتورات الهاتف، العروض التجارية كتابة التقارير والمذكرات، والملصقات الإشهارية... بحسب المعلومات التي حصلنا عليها من بعض رؤساء المصالح في مختلف الوكالات التجارية، لتأتي بعدها اللغة العربية بنسبة قدرت ب21.66%وهي نسبة ضعيفة مقارنة باللغة الفرنسية فاستخدام اللغة العربية قد يرجع إلى طبيعة العمل أو طبيعة الوسائل الإتصالية الحديثة التي تنقسم بين معربة ومفرنسة مثل: البريد الإلكتروني، الأنترنت، وغيرها كما يمكن رد هذه النتائج إلى عدم قدرة الدولة الجزائرية على تعميم إستخدام اللغة العربية في الإدارة والإرث الإستعماري الذي كان له تأثير كبير على اللغة العربية.

وفي المقابل نلاحظ أن إستخدام اللغة الإنجليزية لدى المبحوثين يبقى ضعيفا وحتى شبه منعدم مقارنة باللغتين العربية والفرنسية اللتان تستخدمان من طرف 51 موظف، وهذا راجع إلى نقص التكوين في هذه اللغة الذي يعاني منه الموظفون، أما نسبة من لغتهم غير محددة فقدرت ب5% أي 3 مبحوثين.

الجدول رقم (14): يوضح مدى استخدام المبحوثين لشبكة الانترنت.

مدة استخدام الانترنت		التكرار	النسبة%
نعم	دائما	21	35
	أحيانا	16	26.66
	نادرا	–	–
المجموع الجزئي		37	61.66
لا		23	38.33
المجموع		**60**	**100**

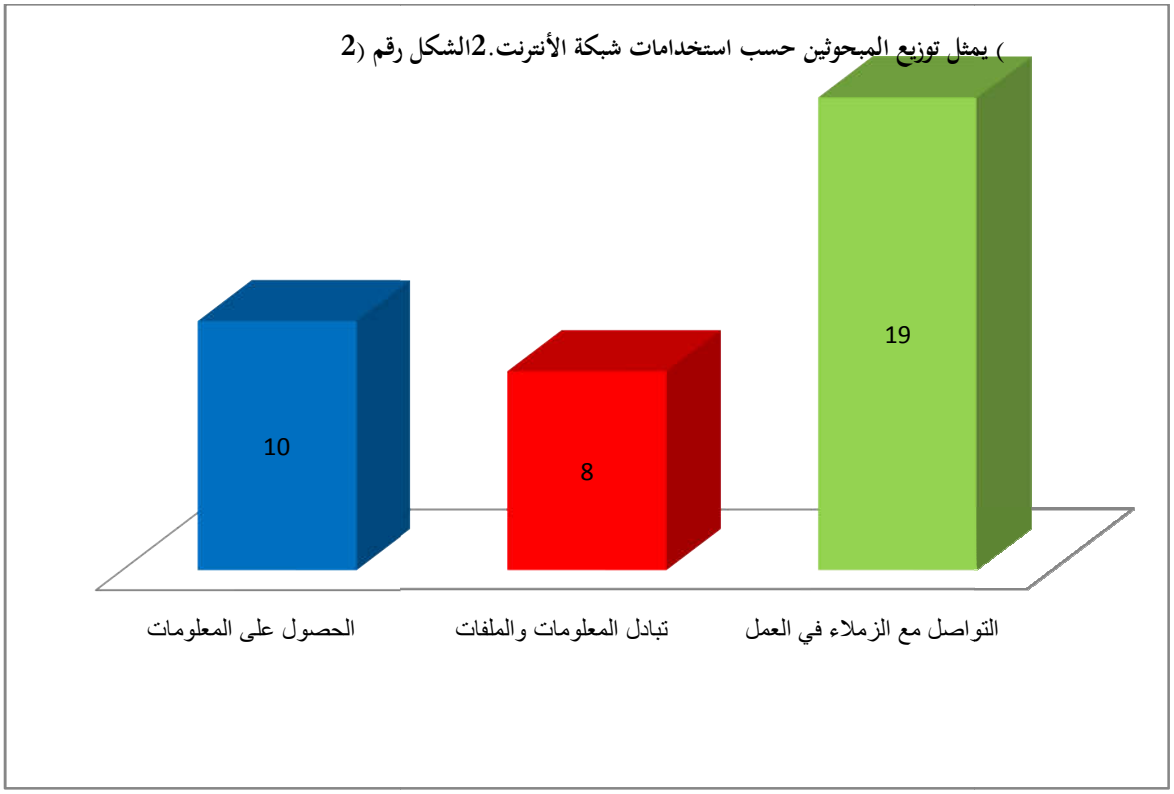
الشكل رقم (21): يبمثل توزيع المبحوثين حسب مدى استخدامهم ا لشبكة الأنترنت



يتضح لنا من خلال الجدول رقم(14) والشكل رقم (21) أن نسبة المبحوثين الذين لديهم إتصال بشبكة الأنترنت قدرت ب 61.66% ،كما نرى أن نسبة 35% من البحوثين يستخدمونها دائما وذلك كون هذه الشبكة تستعمل في إنجاز المهام والأعمال لأن طبيعة العمل تستوجب الاتصال بالشبكة، ثم تليها من يستخدمونها أحيانا بنسبة 26.66% في حين لم نجد أي موظف يستخدم هذه الشبكة نادرا وهذا دليل على أن وظائفهم تحتم عليهم إستخدامها،في حين نجد ان بعض الحواسيب غير مزودة بالخدمة بنسبة 38.33% وقد يرجع إلى طبيعة الوظائف المشغولة وربما يقتصر الأمر على مسؤولي المصالح فقط أما الموظفون العاديون فلا توفر لهم الخدمة حتى لا تعطلهم عن مهامهم.

الجدول رقم (15): يوضح استخدامات شبكة الانترنت من طرف المبحوثين.

استخدامات الانترنت	التكرار	النسبة%
الحصول على المعلومات	10	27.02
تبادل المعلومات والملفات	8	21.62
التواصل مع الزملاء في العمل	19	51.35
المجموع	**37**	**100**



الشكل رقم (2): يمثل توزيع المبحوثين حسب استخدامات شبكة الأنترنت.

يبين لنا الجدول رقم (15) والشكل رقم (22) أن نسبة استخدام المبحوثين لشبكة الأنترنت في التواصل مع الزملاء في العمل قدرت ب 51.35 % وهذا راجع إلى أن هذه الشبكة تعتبر الحلقة الأساسية في عالم الاتصالات الحديثة عن طريق البريد الإلكتروني وغيرها من قنوات الاتصال الحديثة المتوفرة عن طريقها، إضافة إلى أن كافة الأعمال تنجز بتواصل الموظفين مع بعضهم البعض، لتأتي بعدها الحصول على المعلومات بنسبة 27.02% ذلك أن الأنترنت تعتبر المزود الأول للمعلومات التي يحتاجونها حول أي موضوع يطرح أو معلومات حول المؤسسة أو حتى أهم إنجازاتها، في حين نجد تبادل المعلومات والملفات بنسبة 21.62% .

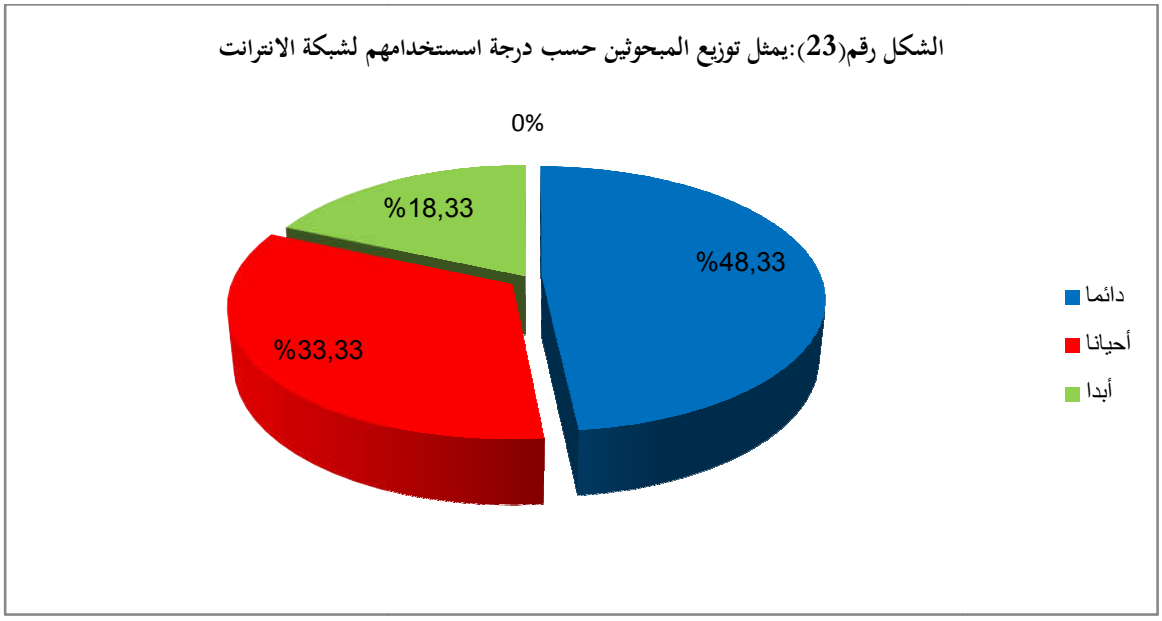
وبنتائج مقاربة توصلت الباحثة "زلماط مريم" في دراستها إلى النتائج التالية: يرى أفراد العينة أن الأنترنت تستخدم بشكل كبير في مجال جمع المعلومات بنسبة قدرت 55% ما يثبت أن نصف العمال مهتمون بالبحث وتطوير معارفهم، وجاء في المرتبة الثانية استخدامها من أجل العمل بنسبة 40% أما المرتبة الثالثة فكانت 5% من أجل الإتصال، ربما لتوفر طرق أسهل للإتصال وأكثرها تطورا[1] ، والملاحظ على نتائج الجدول أننا وجدنا عدة فروق بين دراستنا وهذه الدراسة كون

[1] – زلماط مريم، مرجع سبق ذكره، ص 109.

الأنترنت في مؤسسة إتصالات الجزائر تستخدم في التواصل مع الزملاء في العمل من أجل الحصول على المعلومات وتطوير المعارف.

الجدول رقم (16): يوضح درجة استخدام المبحوثين لشبكة الانترانت (Intranet)

درجة استخدام النترانت	التكرار	النسبة%
دائما	29	48.33
أحيانا	20	33.33
المجموع الجزئي	49	81.66
أبدا	11	18.33
المجموع	**60**	**100**

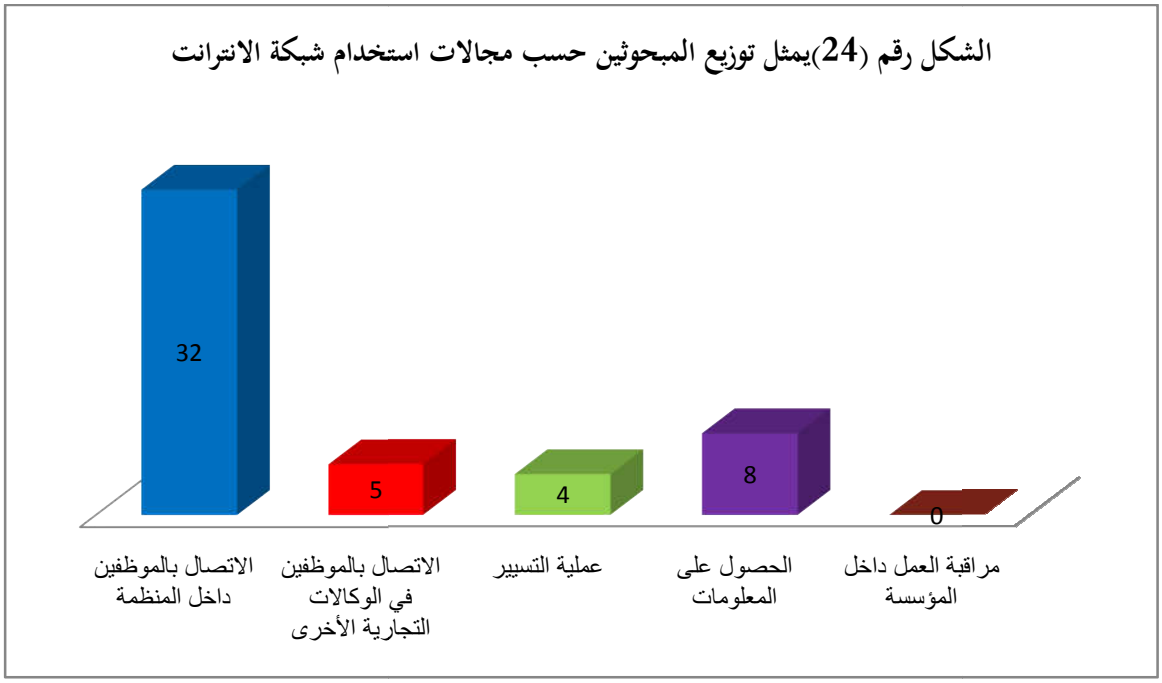


من خلال الجدول رقم (16) والشكل رقم (23) نلاحظ أن شبكة الأنترانت تستخدم من طرف أغلبية المبحوثين بنسبة 81.66% ، حيث يستخدمها 48.33% بصفة دائمة و33.33% أحيانا ومن جهة أخرى لا يستخدمها 11 مبحوثا أي بنسبة 18.33% وهي فئة قليلة مقارنة بالفئة المستخدمة لها، خصوصا وأن هذه الشبكة المحلية خاصة بالمؤسسة تسهل عملية

الإتصال والعمل الجماعي، إظافة إلى أنها فضاء تابع للمؤسسة يسمح لموظفيها بتجميع مصادر المعلومات المختلفة التي تخصها وأهم نشاطاتها، كونها تحافظ على السرية ولا يمكن فرصتها إلا في حالات نادرة.

الجدول رقم (17): يوضح مجالات استخدام المبحوثين لشبكة الانترانت:

مجالات استخدام الانترانت	التكرار	النسبة%
الاتصال بالموظفين داخل المؤسسة.	32	65.30
الاتصال بالموظفين في الوكالات التجارية الأخرى.	5	10.20
عملية التسيير	4	8.16
الحصول على المعلومات	8	16.32
مراقبة العمل داخل المؤسسة	_	_
المجموع	**49**	**100**

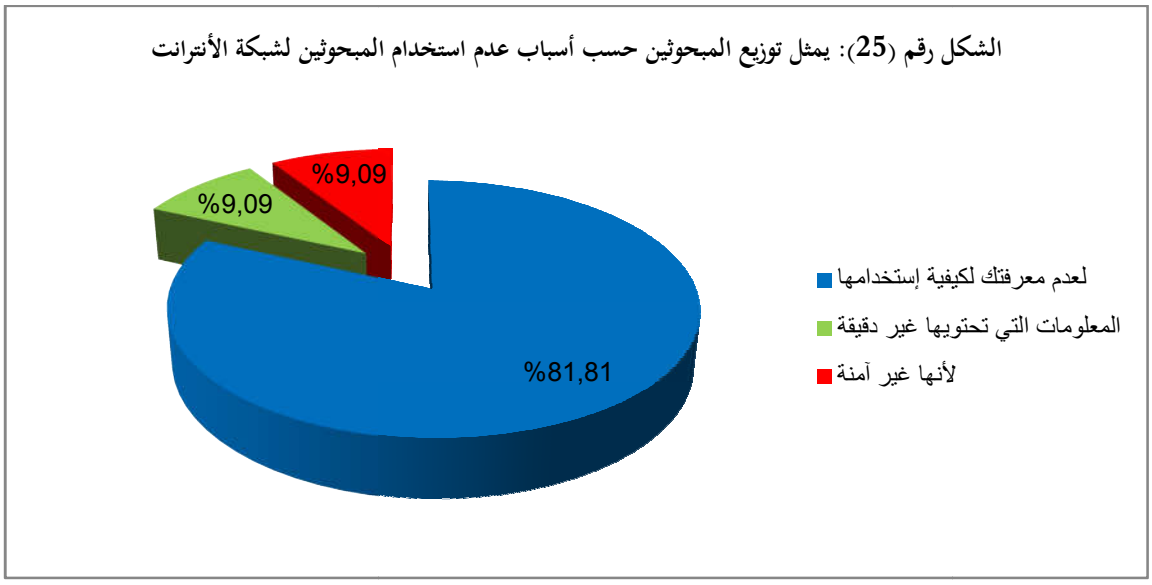


يتبين لنا من خلال الجدول رقم(17)والشكل رقم (24) أن أهم مجال استخدام شبكة الأنترانت حسب ما يراه المبحوثين هو الاتصال بالموظفين داخل المؤسسة بنسبة 65.30% بينما يستخدم

16.32% في الحصول على المعلومات، ذلك أن هذه الشبكة تتوفر على كل المعلومات التي تهم المستخدمين وكذا تتوفر بها قاعدة للمعلومات فيها مختلف اللوائح والإعلانات، تليها نسبة 10.20% من المبحوثين يستخدمها للاتصال بالموظفين في الوكالات التجارية الأخرى، أما بالنسبة لعملية التسيير فيستخدمها 8.16%. ومن هنا نستنتج أن هذه الشبكة المحلية لها أهمية كبيرة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر في تحسين جو العمل وتسهيل تداول المعلومات داخلها.

الجدول رقم (18): يوضح أسباب عدم استخدام المبحوثين لشبكة الانترانت:

أسباب عدم الاستخدام	التكرار	النسبة%
لعدم معرفتك بكيفية استخدامها	9	81.81
المعلومات التي تحتويها غير دقيقة	1	9.09
لأنها غير آمنة	1	9.09
المجموع	**11**	**100**



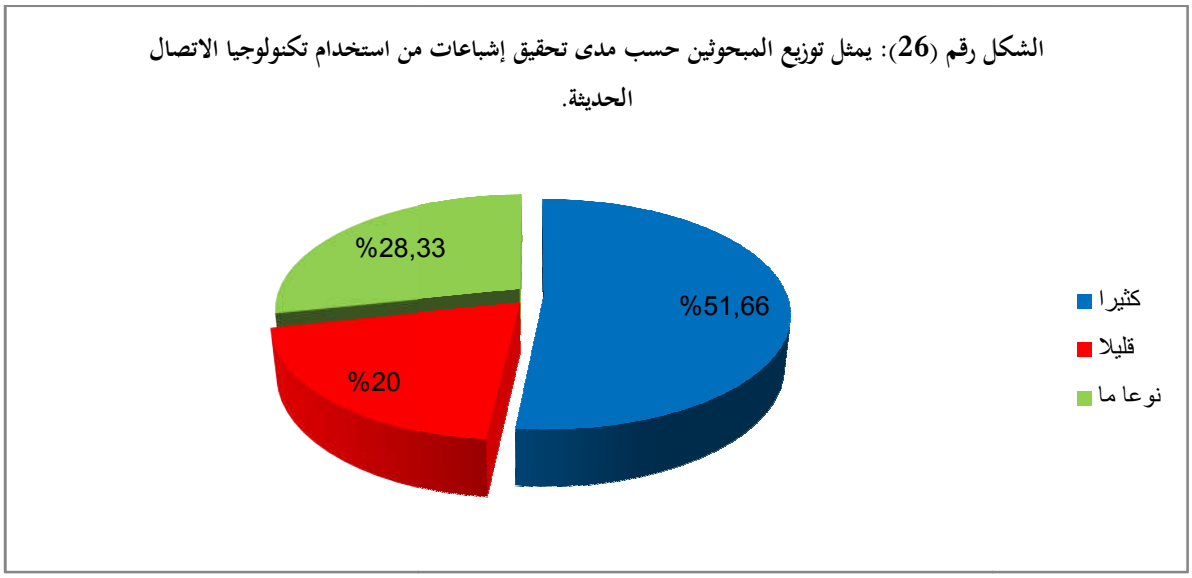
يتضح لنا من خلال الجدول رقم (18) والشكل رقم(25) أن عدد اللذين لا يستخدمون شبكة الأنترانت نسبتهم ضعيفة جدا حيث قدرت ب 18.33%حيث يرجع السبب الأول إلى عدم معرفة الموظفين بكيفية إستخدامها والذين كانت نسبتهم 81.81% ، في حين يرجع

9.09% لسبب عدم إستخدامهم لها كون المعلومات التي يحتويها غير دقيقة، وكذا كون هذه الشبكة غير آمنة بنسبة 9.09% وقد يرجع السبب لعدم إستخدامهم لشبكة الأنترانت هي نقص التكوين في مجال إستخدامها، وهو الأمر الذي كان ينبغي على المؤسسة توفيره من خلال دورات تدريبية لموظفيها خصوصا وأن كل وكالة تحتوي على أقل من 17موظف وهو عدد قليل يكون من السهل معه تنظيم دورات تكوينية خصوصا وأن هذه الشبكة ضرورية داخل الشبكات الخدماتية.

الجدول رقم (19): يوضح مدى تحقيق إشباعات من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

درجة الاشباعات المحققة	التكرار	النسبة%
كثيرا	31	51.66
قليلا	12	20
نوعا ما	17	28.33
المجموع	**60**	**100**

الشكل رقم (26): يمثل توزيع المبحوثين حسب مدى تحقيق إشباعات من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.



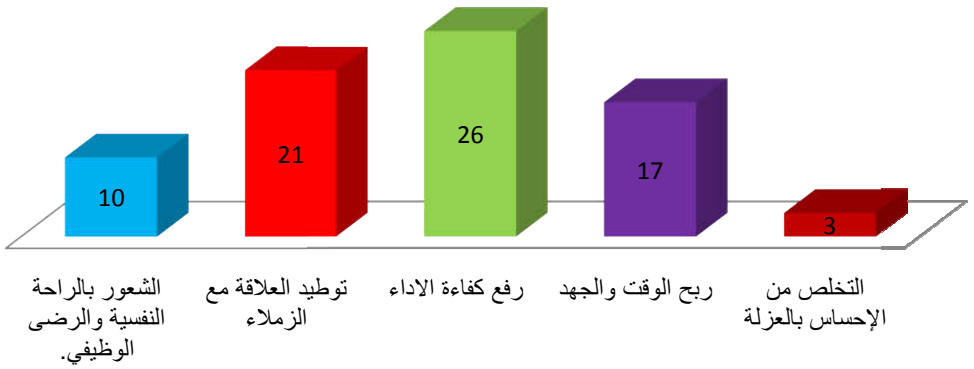
يتضح لنا من خلال الجدول رقم (19) والشكل رقم (26) مدى تحقيق إشباعات من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث وجدنا بأن 31 مبحوثا يتحقق لهم الإشباع بدرجة كثيرة بنسبة 51.66% وهذا راجع لطبيعة الوسائل الحديثة المجودة على مستوى الوكالات التجارية كالأنترنت

والأنترانت والبريد الإلكتروني التي تساهم بدورها في تحقيق الرغبات وذلك من خلال الوصول إلى المعلومات المطلوبة بشكل سريع وفعال من قبل المستخدمين وكذا انعدام حاجز الزمان والمكان في إرسال الرسائل والبيانات و استقبالها لتليها نسبة المبحوثين الذين أجاب وبأن هذه التكنولوجيا تحقق لهم نوعا من الإشباع حيث قدر عددهم 17 موظفا أي 28.33%، في حين نجد أن أدنى نسبة كانت لعدد المبحوثين الذين أجابوا بأن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة يحقق القليل من الإشباع مانت نسبتهم 20% وهذا راجع كون الموظفين لا يعتمدون في عملهم على هذه الوسائل الحديثة بدرجة كبيرة في إنجاز مهامهم.

الجدول رقم (20): يوضح الاشباعات التي يحققها المبحوثين من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الحديثة:

الإشباعات المحققة	التكرار	النسبة%
الشعور بالراحة النفسية والرضى الوظيفي	10	12.98
توطيد العلاقة مع الزملاء	21	27.27
رفع كفاءة الأداء	26	33.76
ربح الوقت والجهد	17	22.07
التخلص من الإحساس بالعزلة	3	3.89
المجموع	**77**	**100**

الشكل رقم (27) يمثل توزيع المبحوثين حسب طبيعة الاشباعات التي يحققونهامن استخدام وسائل الاتصال الحديثة.



يوضح لنا الجدول رقم (20) والشكل (27)، الاشباعات التي يحققها الموظفين من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الحديثة، حيث اتضح لنا أن أغلبية المبحوثينيحققونإشباعات تتعلق برفع كفاءة الأداء حيث احتلت أكبر نسبة 33.76% وهذا لأن استخدام هذه الوسائل يجعل الموظفين أكثر نشاطا ومشاركة في العملية الاتصالية بفضل التقنيات التي تتيحها هذه الوسائل الأمر الذي يجعل هؤلاء على دراية تامة بمهامهم الحديثة. وبأهداف المؤسسة خصوصا وأن الموظفين يتعاملون مع تلك الوسائل من خلال تأثرهم بالرسائل التي تبث عن طريقها كونهم هم من يتلقون نوع الرسالة والقناة. وهذا ما أكده بلومر (blumre) أن عنصر النشاط أو الفاعلية لدى الجمهور يشر إلى الدافع الأساسي، والانتقائية والأذواق، والاهتمامات، كما يؤكد أيضا "ريتشارد هايس" إن تأثير وسائل الاتصال يبين من خلال الانتقاء الذي يعتمد على الفروق الفردية، حيث يتباين الناس في إدراكهم لنفس الرسالة، كما يتباينون في طبيعة استجابتهم لها[1]". تليها نسبة 27.27 %وهي توطيد العلاقة مع زملاء العمل حسب الإجابات المبحوثين، فمن خلال ما توصلنا إليه في دراستنا هذه أن الموظفين يشبعون رغباتهم عن طريق هذه الوسائل والمتمثلة في تكوين علاقات قوية ومتينة بين الموظفين، خلق جو مناسب للعمل مما يسهل إنجاز المهام والأعمال، في حين نجد نسبة 22.07% وهي نسبة المبحوثين الذين يحققون إشباعات تتعلق بربح الوقت والجهد وهذا راجع

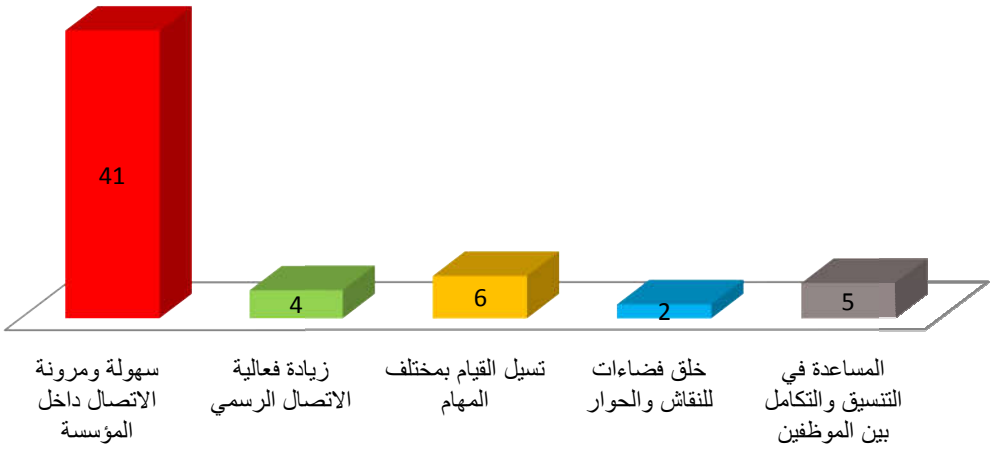
[1]- حسن عماد مكاوي، ليلى السيد، مرجع سبق ذكره، ص 244.

كون هذه الوسائل الاتصالية المتطورة ساهمت بدرجة عالية في اختصار المسافات وتقليص الجهد الإنساني، أما بعدها فنجد 12.98% وهي إشباعات تخص الراحة النفسية والرضى الوظيفي داخل المؤسسة، وأدنى نسبة كانت 3.89%وهي الإشباعات المحققة في التخلص من الإحساس بالعزلة.

الجدول رقم (21): يوضح التغيير الذي أحدثه استخدام التكنولوجيا الحديثة في نمط الاتصال الداخلي:

التغيير الذي أحدثه استخدام التكنولوجيا الحديثة.		**التكرار**	**النسبة%**
نعم	سهولة ومرونة الاتصال داخل المؤسسة	41	68.33
	زيادة فعالية الاتصال غير الرسمي	4	6.66
	تسهيل القيام بمختلف المهام	6	10
	خلق فضاءات للنقاش والحوار	2	3.33
	المساعدة في التنسيق والتكامل بين الموظفين	5	8.33
المجموع الجزئي		58	96.65
لا		2	3.33
المجموع		**60**	**100**

الشكل رقم (28) يمثل توزيع المبحوثين حسب التغيير الذي أحدثه إستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في نمط الاتصال الداخلي.

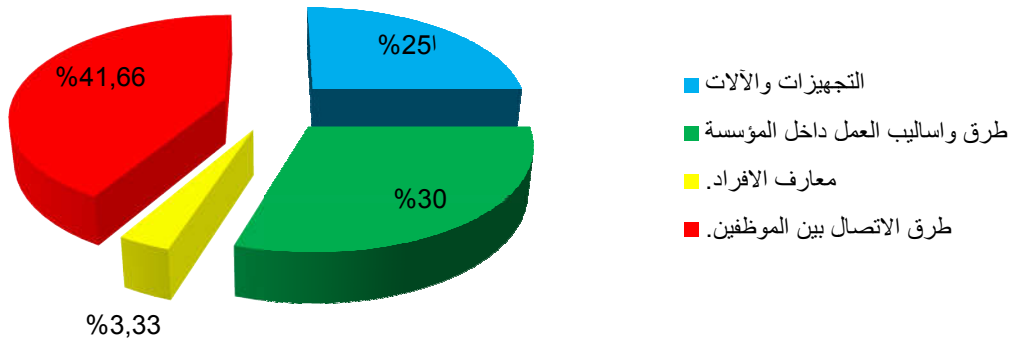


يبين لنا الجدول رقم (21) والشكل رقم (28)التغيير الذي أحدثت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في نمط الاتصال الداخلي وهذا ما أكد 58 مبحوثا والتي قدرت نسبتهم ب96.65% وذلك من ناحية سهولة ومرونة الاتصال داخل المؤسسة بنسبة 68.33% وهذا راجع لما تنتجه تكنولوجيا الاتصال من أدوات ووسائل من شأنها الإسهام في تسهيلالاتصال الداخلي من الهاتف الذكيبريد إلكتروني، أنترنت، أنترانت، تليها نسبة 10% من المبحوثين الذين يرون بأن التغيير الذي أحدثه هذا الاستخدام هو تسهيل القيام بمختلف المهام وهذا راجع لكون هذه التكنولوجيا الحديثة واستخدامها من شأنها تسهيل المهام والأنشطة التي تنجز داخل الوكالات التجارية، في حين يرى 8.33% من المبحوثين أنها أدت تغيير في المساعدة على التنسيق والتكامل بين الموظفين، تليها نسبة 6.66% من المبحوثين الذين يرون بأن التغيير الذي أحدثه استخدام هذه التكنولوجيا الحديثة أثر في زيادة فعالية الاتصال غير الرسمي، ونجد أدنى نسبة هي 3.33% وهي خلق فضاءات للنقاش والحوار.

رقم (22): يوضح شكل التغيير الذي حدث نتيجة إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثةبمؤسسة اتصالات الجزائر:

شكل التغيير	التكرار	النسبة%
التجهيزات والآلات	15	25
طرق وأساليب العمل داخل المؤسسة	18	30
معارف الأفراد	2	3.33
طرق الاتصال بين الموظفين	25	41.66
المجموع	**60**	**100**

الشكل رقم (29) يمثل توزيع المبحوثين حسب شكل التغيير الذي حدث نتيجة إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمؤسسة اتصالات الجزائر.



يوضح الجدول رقم (22) والشكل رقم (29) أن نسبة 41.66% من المبحوثين يرون أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أحدثت تغيير على مستوى طرق الاتصال بين الموظفين وهذا من خلال الوسائل المتوفرة داخل المؤسسة والتي يستخدمونها في عملية الاتصال الداخلي، وهذا ما تم تسجيله في الجدول رقم (25) فأغلب المبحوثين يفضلون البريد الالكتروني كوسيلة لتواصل بينهم عن طريق الرسائل الالكترونية إضافة إلى الهاتف الذكي. كما أدت التكنولوجيا الحديثة للاتصال إلى إحداث

تغيير على مستوى طرق واساليب العمل داخل المؤسسة بنسبة 30% وهذا نتيجة الدور الكبير الذي تلعبه في عملية تسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها مما يضمن عملية السير الحسن للعمل ويزيد من فعاليته هذا يخلق جو جماعي للعمل.

كما سجلنا تغيير في التجهيزات والآلات بنسبة 25% والمتمثلة في أحدث الأجهزة التي تم إدخالها للمؤسسة من حواسيب ذات برمجة حديثة واستبدال الهاتف الثابت بالهاتف الذكي، والاعتماد بدرجة كبيرة على الاتصالات اللاسلكية (WIFI) بدل الاتصالات السلكية وهذا ما تم ملاحظته وتسجيله خلال زيارتنا للوكالات التجارية الاربعة.

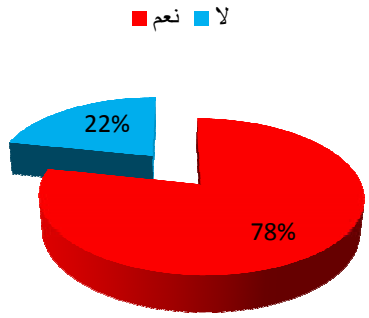
وقد أفادتنا 3.33% من المبحوثين أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ساهمت في تغيير معارف الافراد وتطوير مهاراتهم وقدراتهم واكتساب معارف جديدة,

وقد توصلت الباحثة "حورية بوالعويدات" في دراستها أن التكنولوجيا الحديثة أدت إلى تغيير في طرق وأساليب العمل بنسبة 88.37%،فيما توصلنا نحن في دراستنا هذه الى أن التغير الكبير الذي أحدثته هذه الأخيرة كان على طرق الاتصال بين الموظفين.

الجدول رقم (23): يوضح وجود أو عدم وجود معرفة سابقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

وجود معرفة مسبقة	التكرار	النسبة%
نعم	47	78.33
لا	13	21.66
المجموع	**60**	**100**

الشكل رقم (03) يمثل توزيع المبحوثين حسب وجود أو عدم وجود معرفة سابقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة



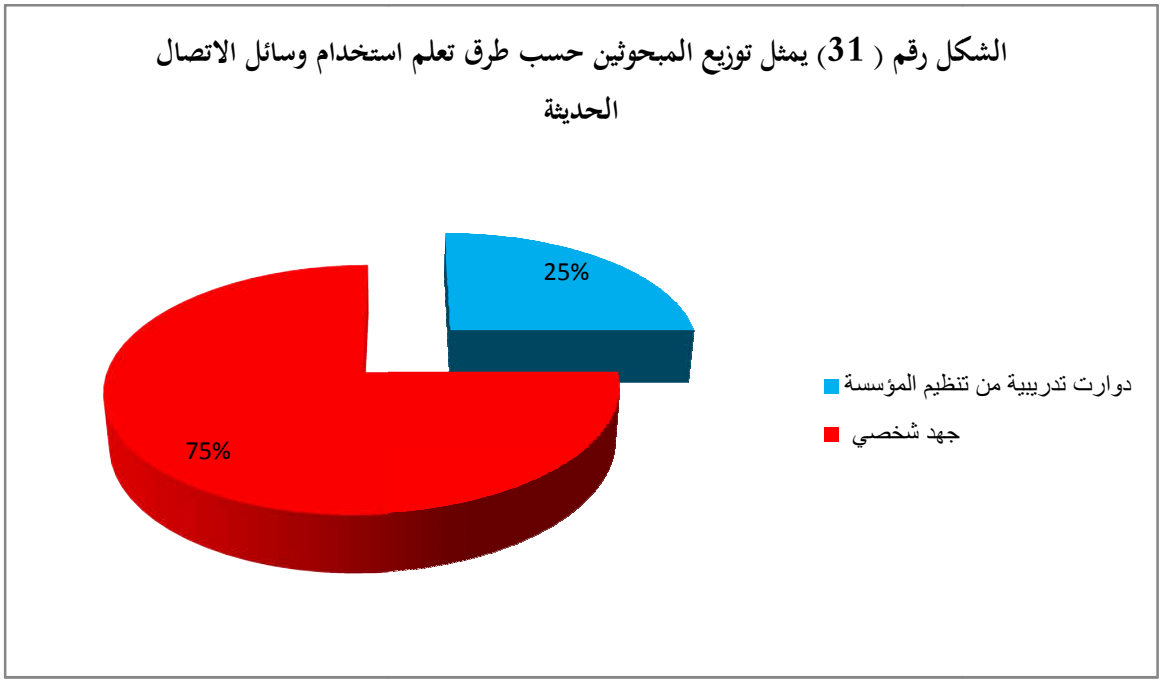
من خلال الجدول رقم (23) والشكل رقم (30) نلاحظ بأن نسبة 78.33% من المبحوثين ليدهم معرفة سابقة باستخدام تكنولوجيا الاتصالالحديثة وعددهم 47 موظفا، بينما نسبة 21.66% من الأفراد نفوا ذلك ،أي انعدام وجود معرفة سابقة باستخدام هذه التكنولوجيا الحديثة. ومن هذه الإحصائيات نستنتج أن أغلب المبحوثين لديهم معرفة سابقة قبل الالتحاق بتلك الوكالات التجارية للعمل عن طريق الدروس المقدمة في الجامعة أو القيان بدورات تكوينية في السنوات الماضية لتكوين معارفهم في مجال استخدام وسائل الاتصال الحديثة في مجال الإدارة.

وبنتائج مقاربة توصل الباحثة حورية بوالعويدات الى النتائج الآتية أن نسبة الذين لديم معرفة مسبقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة كانت أعلى نسبة قدرت ب 76.74% وهي نفس النسبة تقريبا التي توصلنا إليها في دراستنا هذه.[1]

[1]- حورية بوالعويدات، مرجع سبق ذكره، ص174

الجدول رقم (24): يوضح طرق تعلم استخدام وسائل الاتصال الحديثة:

الطريقة	التكرار	النسبة%
دورات تدريبية من تنظيم المؤسسة	15	%25
جهد شخصي	45	%75
المجموع	**60**	**%100**



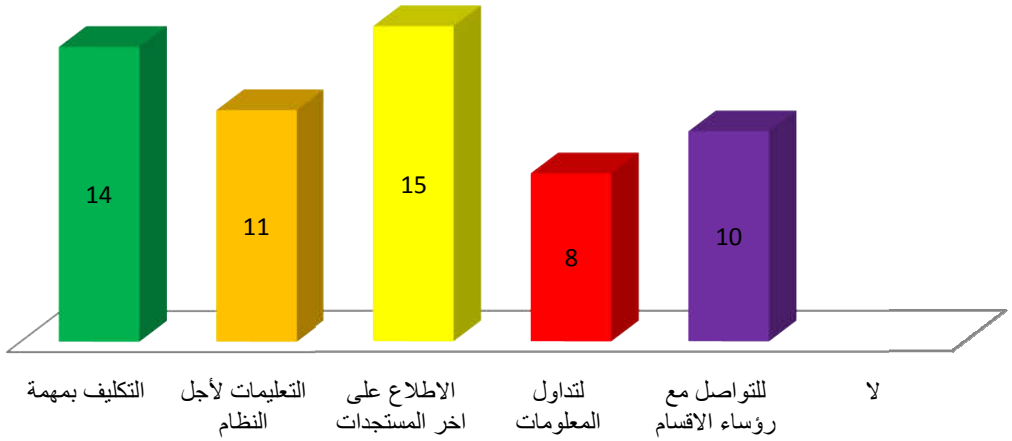
يبين لنا الجدول رقم (24) والشكل رقم (31)معظم طرق تعلم استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث كانت الطريقة التي تعلموا بها هؤلاء الموظفين استخدام هذه التكنولوجيا بجهدهم الشخصي والتي قدرت نسبتهم ب 75%مايعادل 45 مبحوثا وهذا راجع إلى المستوى التعليمي العالي الذي تم ملاحظته سابقا ،حيث أن أغلب المبحوثين ذوي تعليم جامعي وهذا ساعد على إثراء رصيدهم المعرفي في مجال التكنولوجيا الحديثة، بينما كان للمؤسسة دور متواضع في تدريب هؤلاء الموظفين على طرق استخدام وسائل الاتصال الحديثة وهذا ماصرحبه 25%من المبحوثين في الوكالات (4) وهذا راجع إلى اعتمادهم على أنفسهم أو طلب المساعدة من زملاء العملفالأمر غير

المرغوب هنا ان هذا كله ليس كافي لأن التدريب يكون من مسؤولية المؤسسة حتى يتكمن الموظفين منالاستخدام الجيد لوسائل المؤسسة وبرامجا والمفروض أن تخصيص مثل هذه المؤسسات الخدماتية دورات تدريبية لتحسين مستوى موظفيها ورفع كفاءتهممماينعكس بالإيجاب على أداءهم الوظيفي، أما الأمر المرغوب في أن من تعلمو استخدام هذهالتكنولوجيا بجدهم الشخصي أو بمساعدة الزملاء في العمل، نتيجة مشجعة ومرضية تبرهن على إقبال الموظفين على استخدام هذه الوسائل بطريقة مفيدة كما ثبتت رغبتهم في التعلم والتطور.

الجدول رقم (25): يوضح مدى توظيف الإدارة للتكنولوجيا الحديثة والاتصال في علاقتها مع الموظفين:

الاقتراحات		التكرار	النسبة
نعم	التكليف بمهمة	14	23.33
	التعليمات لأجل النظام	11	18.33
	الاطلاع على آخر المستجدات	15	25
	لتداول المعلومات	8	13.33
	للتواصل مع رؤساء الأقسام	10	16.66
المجموع الجزئي		58	96.65
لا		2	3.33
المجموع		**60**	**100**

الشكل رقم (32)يمثل توزيع المبحوثين حسب مدى توظيف الأدارة للتكنولوجيات الحديثة للاتصال في علاقتها مع الموظفين

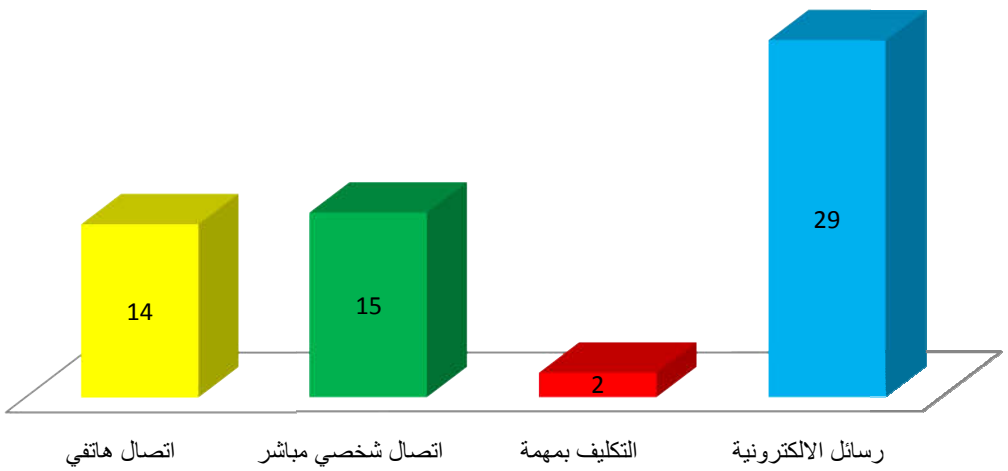


من خلال الجدول رقم (25) والشكل رقم (32)يتضح لنا أن الإدارة توظف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في علاقتها مع الموظفين بدرجة كبيرة جدا وهذا ما نلاه في الجدول فأغلبية الموظفين أجابوا بنعم التي بلغت نسبتها 96.66% أي 58 مبحوثا اكدوا على أن الإدارة توظف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في علاقتها بهم وهذا ما تم تأكيده في الجدول (24) ، فيما كانت نسبة اللذين أجابوا ب: "لا" 3.33%، أما مجالات استخدام الإدارة للتكنولوجيا الحديثة حسب رأي المبحوثين فكانت من أجل إطلاع الموظفين على آخر المستجدات حيث كانت أعلى نسبة 25% وهذا راجع إلى أن الإدارة توظف التكنولوجيات الحديثة كالحاسوب الذي يلعب دور فعال في أداء الوظائفوالمهام، بالإضافة إلى الأنترنت التي تساعد في الاطلاع على الأخبار والمستجدات، تليها بعد ذلك التكليف بمهمة بنسبة 23.33%، وهذا يعني أن هذه الوكالات تحتوي على الحواسيب وكذا الوسائل الحديثة التي تساهم في إنجاز الأعمال بسرعة وبدقة وفعالية، في حين يرى 18.33%من المبحوثين بأن الإدارة توظف التكنولوجيا الحديثة في علاقتا مع الموظفين في تعليمات لأجل النظام تليها التواصل مع رؤساء الأقسام بنسبة 16.66%، لتأتي بعدها ادنى نسبة حسب إجابات المبحوثين 13.33%وهي تداول المعلومات.

الجدول رقم (26): يوضح نوع الطريقة التي يتلقى بها المبحوثين التكاليف للقيام بالمهام:

الطريقة	التكرار	النسبة
اتصال هاتفي	14	23.33
اتصال شخصي مباشر	15	25
تكليف بمهمة	2	3.33
رسائل الكترونية	29	48.33
المجموع	60	100

الشكل رقم (33) يمثل توزيع المبحوثين حسب نوع الطريقة التي يتلقون بها التكاليف للقيام بالمهام



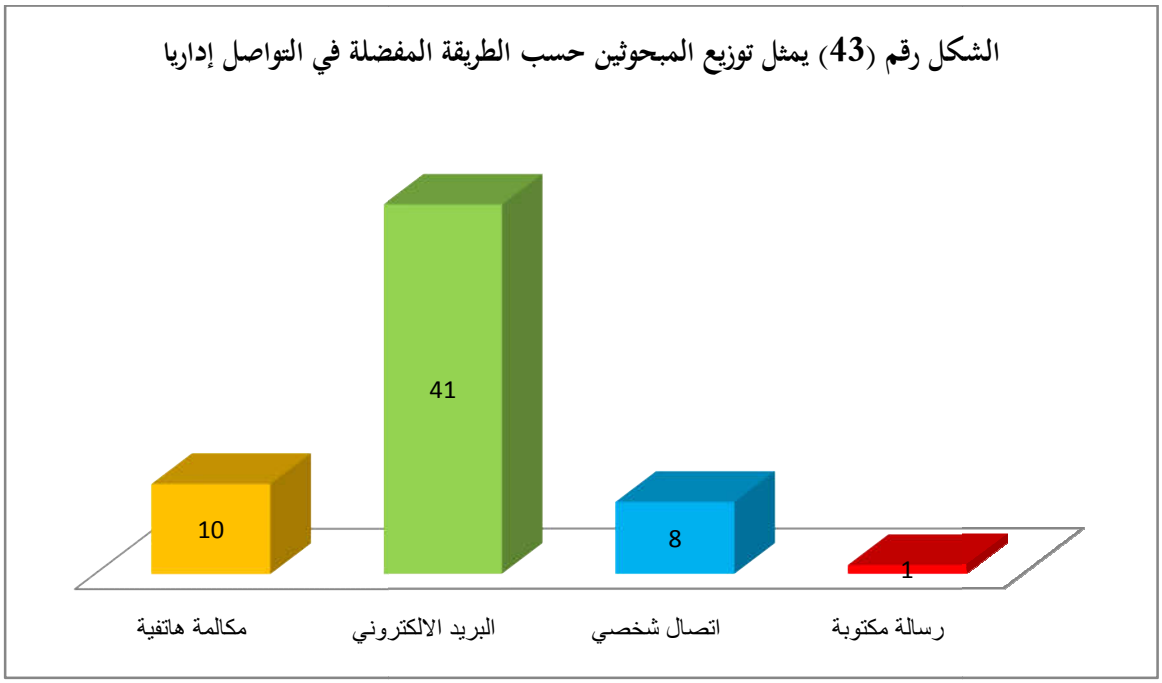
نلاحظ من خلال الجدول رقم (26) والشكل رقم (33) أن 29 مبحوث أقروا بأن الرسالة الإلكترونية هي الطريقة التي يتلقون بها التكاليف للقيام بمختلف الأعمال والتي قدرت ب 48.33% من خلال البريد الإلكتروني الذي يعد وسيلة شخصية وسرية تتميز بالسرعة والدقة في نقل المعلومة كما أنه أنسب طريقة للاتصال النازل، ليأتي بعده الاتصال الشخصي المباشر (الاتصال الشفهي)25% وهذا نظرا لصغر حجم تلك الوكالات الذي يكون الاتصال الشخصي فيها سهلا ولا يكلف وقتا أو جهدا، أما الاتصال الهاتفي فأخذ نسبة 23.33% ودليل على أن الموظفين

يميلون لاستخدام الوسائل الحديثة التي لاتكلف الوقت والجهد وتحافظ على نقل المعلومة دون أي تحريف وتفاديا لانتشار الشائعات، أما الرسالة المكتوبة فلاستخدام إلا بنسبة قليلة جذا قدرت ب 3.33% وهذا راجع كون الموظفين يعتمدون بالدرجة الأولى على الوسائل الحديثة بمختلف أنواعها.

الجدول رقم (27): يوضح الطريقة المفضلة في التواصل إدرايا:

طريقة التواصل	التكرار	النسبة
مكالمة هاتفية	10	16.66
البريد الالكتروني	41	68.33
اتصال شخصي مباشر	8	13.33
رسالة مكتوبة	1	1.66
المجموع	60	100

الشكل رقم (43) يمثل توزيع المبحوثين حسب الطريقة المفضلة في التواصل إداريا



نلاحظ من خلال الجدول رقم(27) والشكل رقم 34 أن الطريقة المفضلة في التواصل إداريا كانت البريد الإلكتروني بنسبة قدرت ب 68.33%اي أن 41 مبحوث يفضل البريد الإلكتروني وهذا ما يؤكده الجدول رقم (26) في نوع الطريقة التي يتلقى بها المبحوثين التكاليف والأوامر للقيام بمهمة معينة، فكانت الرسائل الإلكترونية بأكبر نسبة 48.33% باعتبار البريد الإلكتروني طريقة سهلة ومرنة تمكن الموظفين من الاتصال بسهولة خصوصا ي الاتصالات الرسمة الصاعدة والنازلة سواء باستخدامالحاسوب أو الهاتف الذكي طبعا بشبكة الأنترنت السلكية أو اللاسلكية (WIFI).

لتأتي المكالمات الهاتفية بنسبة 16.66% ومن هنا يمكن أن نستخلص أمرين مهمين، الأمر المرغوب فيه أن الموظفين يسعون للاستغلال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في اتصالاتهم الداخلية حتى وإن كانت الوسائل شخصية هذا ما يساعد المؤسسة في إدخال وسائل اتصال حديث تساهم في الاتصالالداخلي والأمر غير المرغوب فيه هو أن استخدام هذه الوسيلة حتى وإن كان بنسبة ضعيفة من شأنه تشجيع وتحفيز الاتصال غير الرسمي داخل الوكالات التجارية، الذي يجب اتخاذ إجراءات للحد منهواستغلال الوسائل التي تسهل الاتصال الرسمي بين الموظفين، أما الاتصال الشخصي المباشر فكانت نسبته 13.33% وهذا يرجع لطبيعة العمل التي تستلزم الموظفين للتواصل مع بعضهم البعض أما الرسالة المكتوبة فاستخدامها شبه منعدم نسبتها 1.66% أي وجدنا مبحوث واحد يفضل استخدامها وهذا دليل على أن التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاتصال سيطرت على كافة الوظائف وشغلت حيزا كبيرا في المؤسسات الخدماتية كبديل لتلك الوسائل التقليدية.

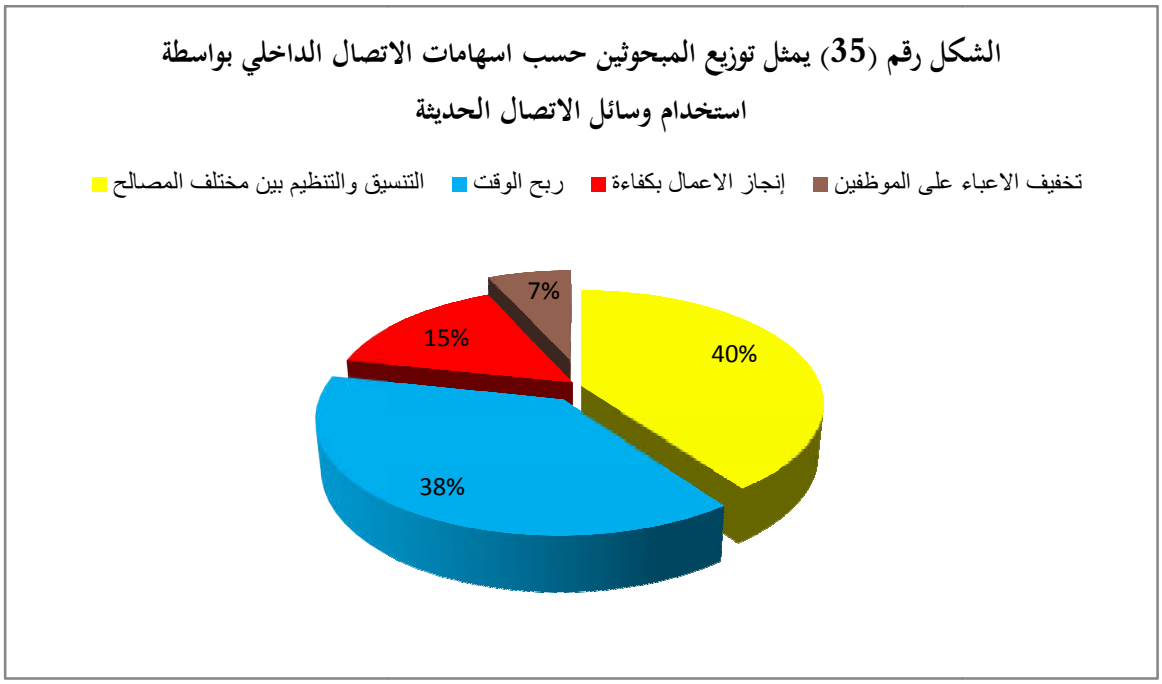
وبنتائج مقاربة توصلت إليها الباحثتين " بوعلي فريدة و فوضيل حكيمة" أن الطريقة المفضلةللاتصال لدى لموظفين كانت الأنترنت بنسبة 83.33% ثم تليها الهاتف النقال بنسبة 66.66%، ليأتي الهاتف الثابت بنسبة 63.33%، أما الاجتماعات فكانت نسبتها 50% والأنترانت 33.33%، كما تم الوصول إلى أن الإكسترانت لا تستخدم في مؤسسة اتصالاتالجزائر

بولاية البويرة[1]، فنتائج هذه الدراسة متطابقة مع النتائج دراستنا كون الوسائل المفضلة هي الأنترنت والهاتف النقال وأن مثل هذه المؤسسة لا تستخدم الإكسترانت في تسيير أعمالها.

الجدول رقم (28): يوضح اسهامات الاتصال الداخلي بواسطة استخدام وسائل الاتصال الحديثة

الاسهامات	التكرار	النسبة
التنسيق والتنظيم بين مختلف المصالح	24	40
ربح الوقت	63	38.33
انجاز الأعمال بكفاءة	9	15
تخفيف الأعباء على الموظفين	4	6.66
المجموع	60	100

الشكل رقم (35) يمثل توزيع المبحوثين حسب اسهامات الاتصال الداخلي بواسطة استخدام وسائل الاتصال الحديثة



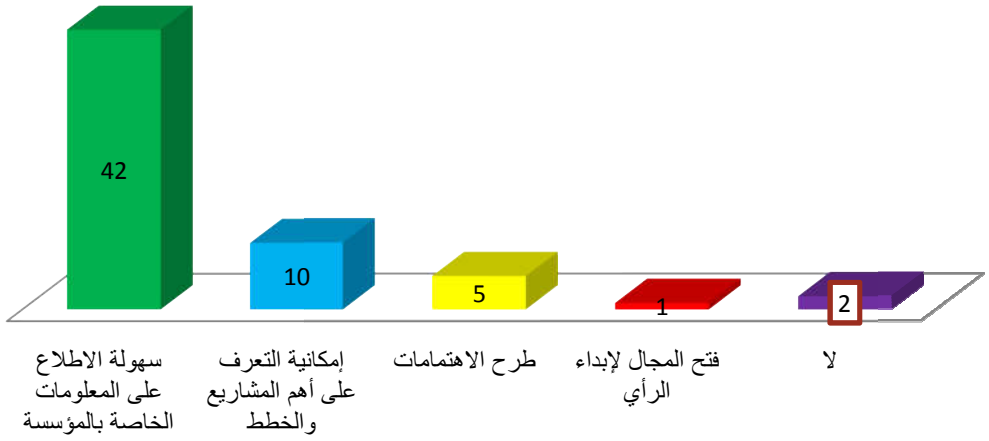
[1]- بوعلي فريدة، فضيل حكيمة، مرجع سبق ذكره، ص 131.

يوضح لنا الجدول رقم (28) والشكل رقم (35) بأن الاتصال الداخلي بواسطة هذه الوسائل الاتصاليةالحديثة قد ساهم بدرجة كبيرة في التنسيق والتنظيم بين مختلف المصالح بنسبة قدرت ب 40%، وهذا جراء استخدام وسائل حديثة في عملية التواصل بين الموظفين داخل الوكالات التجارية هذا ما ساهم في تسهيل سير مختلف الأعمال والمهام، في حين نجد نسبة 38.33% وقد أجابوا بأنه ساهم في رب الوقت، بينما 15% يرون أن الاتصال الداخلي بوسطة وسائل الاتصال الحديثة قد ساهم في إنجاز الاعمال بكفاءة، وأخيرا نسبة 6.66% يرون أن قد ساهم في تخفيف الأعباء على الموظفين.

الجدول رقم (29): يوضح إسهامات الموقع الالكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر:

الإسهامات		**التكرار**	**النسبة**
نعم	سهولة الاطلاع على المعلومات الخاصة بالمؤسسة	42	70
	إمكانية التعرف على أهم المشاريع والخطط	10	16.66
	طرح الاهتمامات والمشاكل لإيجاد حلول لها	5	8.33
	فتح المجال لإبداء الرأي	1	1.66
المجموع الجزئي		58	96.66
لا		2	3.33
المجموع		**60**	**100**

الشكل رقم (63) يمثل توزيع المبحوثين حسب اسهامات الموقع الالكتروني بمؤسسة اتصالات الجزائر

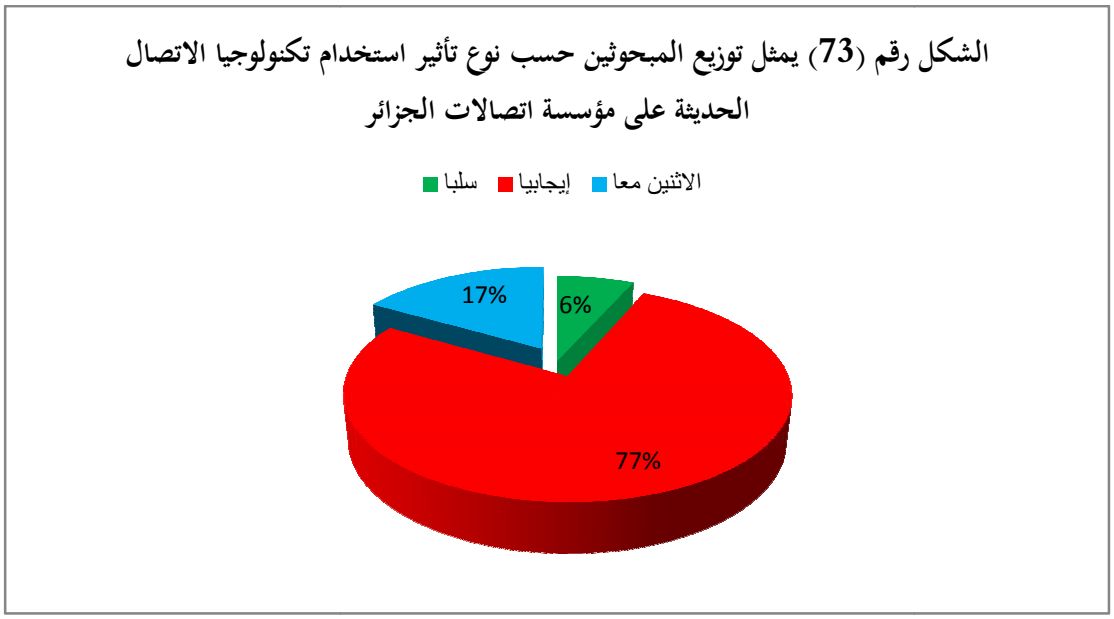


نلاحظ من خلال الجدول رقم (29) والشكل رقم (36) أن الموقع الإلكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية جيجل والمتمثل فيwww.algerietelecom.dzساهم بنسبة كبيرة في تعزيز الاتصال بين الموظفين داخل الوكالات التجارية وهذا ما أكده 58 مبحوثا والذين قدرت نسبتهم ب 96.66% لتكون نسبة الذين أجابوا ب لا 3.33% وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنسبة للأولى، فهذا الموقع قد ساهم بدرجة كبيرة في تسهيل الإطلاع على المعلومات الخاصة بالمؤسسة بنسبة 70% والتعرف على اهم المشاريع والخطط بنسبة 16.66% وكذلك طرح الاهتماماتوالانشغالات لإيجاد حلول لها بنسبة 8.33% وفتح المجال لإبداء الرأي بنسبة 1.66%، فالموقع الإلكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر يساهم في نظر المبحوثين في سهولة الإطلاع على المعلومات الخاصة بالمؤسسة والتي يتم عرضها في ذلك الموقع الخاص بالمؤسسة، وهذا ما أكدته مديرة الوكالة التجارية بجيجل في مقابلة أجريت معها، وتتشمل هذه المعلومات في : نظام المؤسسة، طرق العمل وتوقيته، هيكلة المؤسسة.

الجدول رقم (30): يوضح نوع تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة عل مؤسسة اتصالات الجزائر:

التأثير	التكرار	النسبة
سلبا	4	6.66
إيجابا	46	76.66
الاثنين معا	10	16.66
المجموع	**60**	**100**

الشكل رقم (73) يمثل توزيع المبحوثين حسب نوع تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على مؤسسة اتصالات الجزائر



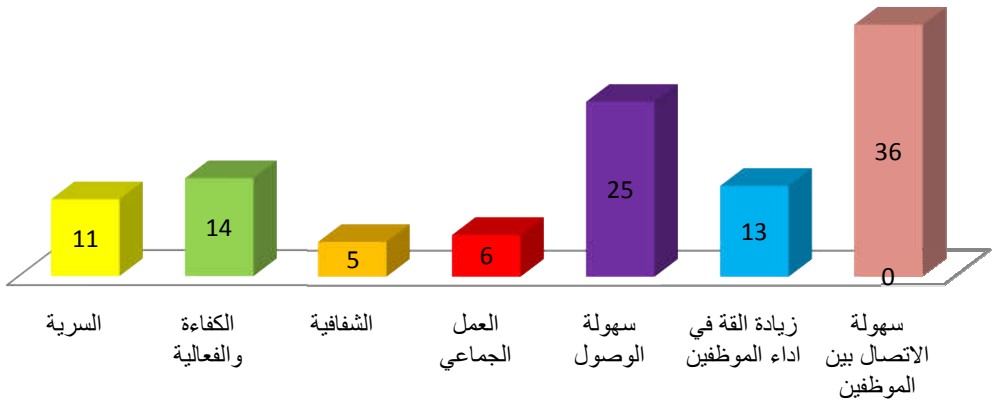
يوضح الجدول رقم (30) والشكل رقم (37) نوع التأثير الذي يتركه استخدام وسائل الاتصال الحديثة على المؤسسة اتصالات الجزائر، فأغلبية المبحوثينأكدوا بأن لها تأثيرا إيجابيا وهذا بنسبة قدرت ب 76.66%، في حين نجد أن نسبة 16.66%أجابوا الاثنين معا أي تأثير سلبي وإيجابي، ثم تليها نسبة 6.66% من المبحوثين الذين يرون أن استخدام وسائل الاتصالالحديثة له تأثير سلبي على المؤسسة وموظفيها.

من هنا نستنتج أن تأثير تكنولوجيا الاتصالالحديثة على مؤسسة اتصالات الجزائر قد يكون سلبا أو إيجابا أو الاثنين معا وهذا راجع لطبيعة الاستخدام، لكن لا ننسى أن إيجابيتها بالنسبة للمؤسسة أكثر من سلبياتها هذا ما أكده المبحوثين من خلال الجدول الموالي.

الجدول رقم (31) : يوضح إيجابيات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر:

الايجابيات	التكرار	النسبة%
السرية	11	10
الكفاءة والفعالية	14	12.72
الشفافية	5	4.54
العمل الجماعي	6	5.45
سهولة الوصول الى ملفات الزبون	25	22.72
زيادة الدقة في أداء الموظفين	13	11.81
سهولة الاتصال بين الموظفين	36	32.72
المجموع	**110**	**100**

الشكل رقم (38) يمثل توزيع المبحوثين حسب ايجابيات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر



يوضح الجدول رقم (31) والشكل رقم (38)أن نسبة 32.72% من المبحوثينيؤكدون على أن أكبر جانب تؤثر فيه تكنولوجيا الاتصال الحديثة بشكل إيجابي في سهولة الاتصال بين الموظفين، هذا نظرا للإمكانيات المتوفرة التي تجعل الاتصال يسير بشكل سهل ومرن، كالأنترانت، البريد الإلكتروني الأنترنت والهاتف النقال على عكس الوسائل لتقليدية، كما يروى 22.72%من المبحوثين بأن من إيجابيات استخدام هذه الوسائل سهولة الوصول إلى الملفات الزبائن وذلك من خلال اعتمادها على الوسائل الالكترونية في التعامل مع الزبائن والمتعاملين عن طريق الإعلانات والعروض أي أنها قللت من تكاليف واختصرت الوقت والجهد، وهذا يعود بالإيجاب على المؤسسة، تليها الكفاءة والفعالية بنسبة 12.72% فالأعمال في تلك الوسائل تنجز بدرجة عالية من الدقة والإتقان، ثم تليها السرية بنسبة 11% ثم العمل الجماعي بنسبة قدرت ب 6% و أخيرا الشفافية بنسبة 5%.

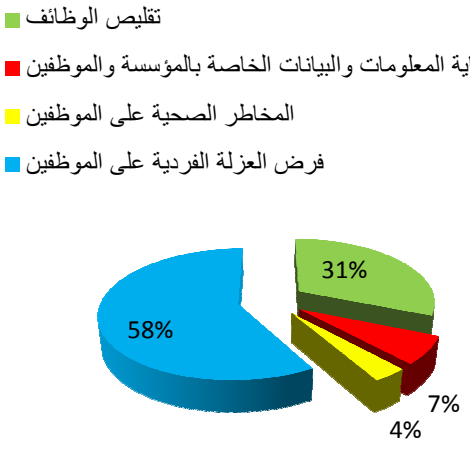
وقد توصل "بشير كاوجة" في دراسته غلى أن مزايا استخدام وسائل الاتصال الحديثة داخل المستشفى تمثلت في السرعة في المرتبة الاولى بنسبة 72.09%، ثم تليها الكفاءة والفعالية بنسبة 41.86%، وفيالمرتبة الثالثة السرية بنسبة 37.21%، أما النوعية فكانت نسبتها 30.23%،

ويأتي العمل الجماعي بنسبة 23.26%، أما الشفافية فكانت نسبتها 20.93%[1] والسبب وراءاختلافنتائج هذه الدراسة عن نتائج دراستنا راجع إلى اختلاف ميدان الدراسة وبيئة العمل (مستشفى/مؤسسة خدماتية).

الجدول رقم (32) :يوضح سلبيات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسسة اتصالات الجزائر:

السلبيات	التكرار	النسبة%
تقليص الوظائف	9	64.28
تهديد حماية المعلومات والبيانات الخاصة بالمؤسسة والموظفين	2	14.28
المخاطر الصحية على الموظفين	1	7.14
فرض العزلة الفردية على الموظفين	2	14.28
المجموع	**14**	**100**

شكل رقم (39) يمثل ثة حسب توزيع المبحوثين حسب سلبيات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسسة اتصالات الجزائر



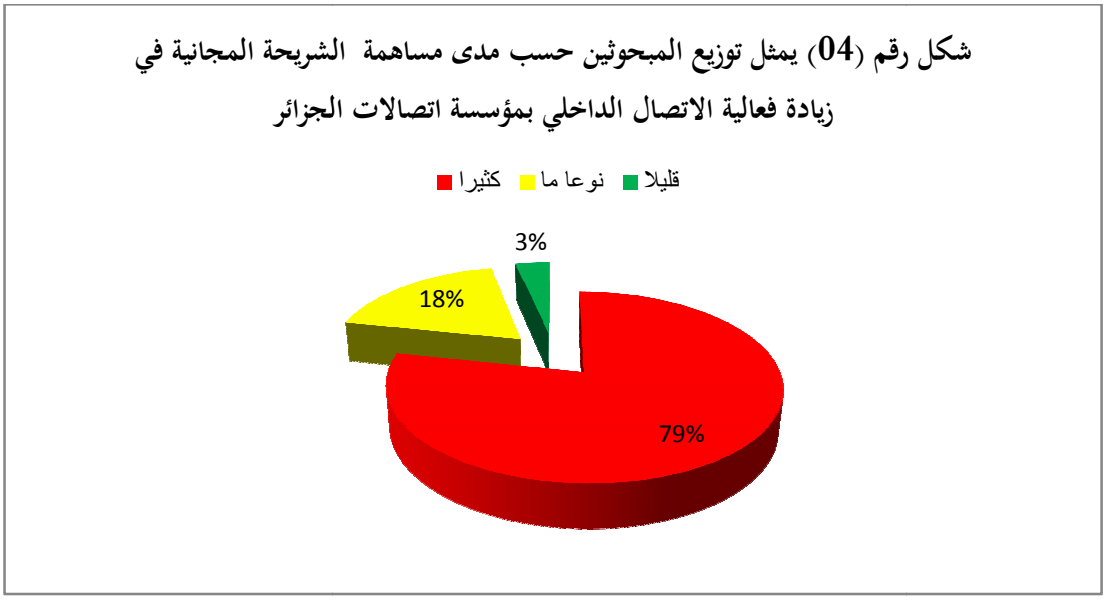
[1]- بشير كاوجة، مرجع سبق ذكره، ص 136

فيما يخص سلبيات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر فالجدول رقم (32) والشكل رقم (39) يوضحان أن أغلبية المبحوثينيؤكدون على أن استخدام هذه الوسائل الحديثة أثر بشكل سلبي فيما يخص تقليص الوظائف والتي قدرت نسبتهم 64.28%كون هذه التكنولوجيا حلت محل اليد العاملة هذا ما أدى بدوره لاستخدام بعض الوسائل كبديل للأفراد مثل: الحاسوب، الهاتف الذكي، الأنترنت وغيرها، ويرى 14.28% من المبحوثين أن استخدام وسائل الاتصال الحديثة له خطورة على المعلومات والبيانات الخاصة بالمؤسسة والموظفين وذلك من خلال الفيروسات التي من شأنها أن تتلف البيانات والمعلومات، وكذا عمليات القرصنة التي تهدد البيانات الشخصية الخاصة بالموظفين، وهي نفس النسبة التي أخذتها فرص العزلة الفردية على الموظفين من خلال قتل روح العمل الجماعي وتشجع الأعمال الفردية، ثم تأتي في الأخير أدنى نسبة في السلبيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل المؤسسة وهي المخاطر الصحية على الموظفين والتي قدرت ب 7.14% وذلك من خلال الأمراض التي يصابون بها جراء التعرض الكبير لمثل هذه الوسائل الذي يعود بالضرر على العين والظهر بالدرجة الأولى.

الجدول رقم (33) : يوضح مدى مساهمة الشريحة المجانية في زيادة فعالية الاتصال الداخلي :

الاقتراحات	التكرار	النسبة%
كثيرا	47	78.33
نوعا ما	11	18.33
قليلا	2	3.33
المجموع	**60**	**100**

شكل رقم (04) يمثل توزيع المبحوثين حسب مدى مساهمة الشريحة المجانية في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر

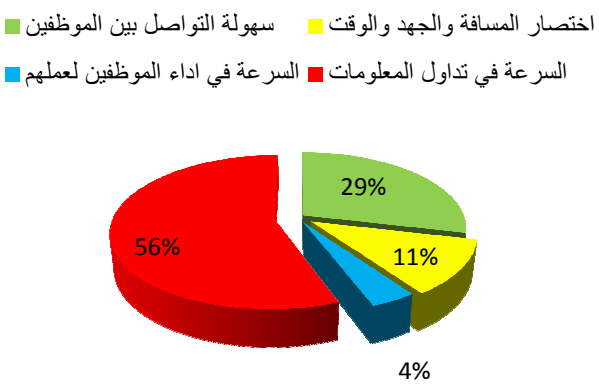


من خلال الجدول رقم (33) والشكل رقم 40 يتبين لنا أن الشريحة المجانية التي وفرتها مؤسسة اتصالات الجزائر للموظفين كوسيلة لتواصل فيما بينهم ساهمت كثيرا في زيادة فعالية الاتصال الداخلي، هذا ماكده 47 من المبحوثين ما يقارب نسبة78.33% أما الذين أجابوا بنوعا ما كانت نسبتهم 18.33%، تليها نسبة الذين أجابواقليلا 3.33% فهذه الشريحة المجانية أثرت بشكل إيجابي على الاتصال الداخلي بالوكالات التجارية وساهمت في تفعيله وتقوية الروابط بين الموظفين وسهولة نقل المعلومة وإنجاز المهام كما يوضحه الجدول الموالي.

الجدول رقم (34): يوضح إسهامات الشريحة المجانية داخل مؤسسة اتصالات الجزائر :

الإسهامات	التكرار	النسبة%
سهولة التواصل بين الموظفين	37	61.66
اختصار المسافة و الجهد والوقت	15	25
السرعة في أداء الموظفين لعملهم	5	8.33
السرعة في تداول المعلومات	3	5
المجموع	**60**	**100**

الشكل رقم (14) يمثل توزيع المبحوثين حسب إسهامات الشريحة المجانية داخل مؤسسة اتصالات الجزائر



يتبين لنا من خلال الجدول رقم (33) والشكل رقم (41)أن الشريحة المجانية التي وفرتها مؤسسة اتصالات الجزائر لموظفيها ساهمت بدرجة كبيرة في تحسين الاتصال بين الموظفين بنسبة 61.66% وهذا كون المكالمات الهاتفية من أسهل الطرق في التواصل فيما بينهم، لتأتي نسبة الذين صرحوا أن الشريحة المجانية ساهمت في اختصار المسافة والجهد والوقت بنسبة 25% وهذا كونها سهلت القيام بمختلف الأعمال وضمان سيرها الحسن، أما السرعة في الأداء الموظفين لعملهم كانت نسبتها 8.33% كون هذه الشريحة تزيل الحواجز التي تمنع الموظفين من أداء أعمالهم أو تعيقهم، تليها أدنى نسبة 5% من المبحوثين يرون أنها ساهمت في السرعة تداول المعلومات.

ويمكن القول بناء على هذه المعطيات أن الشريحة المجانية التي وفرتها مؤسسة اتصالات الجزائر لموظفيها تعتبر خطوة إيجابية من شأنها تعزيز قنوات الاتصال بين أعضاء المنظمة ما ينعكس على أدائهم وبالتالي يزيد من جودة خدمتها.

خـاتـمـة

لقد حاولنا في دراستنا هذه الوقوف على دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر، والتي اجرينا دراستنا الميدانية بالوكالات التجارية، الموزعة في مناطق مختلفة من ولاية جيجل، من خلال الإجابة على الأسئلة انبثقت من الإشكالية التي تمحورت حول معرفة دور وسائل الاتصال الحديثة في تفعيل الاتصال الداخلي بهذه الوكالات، من خلال معرفة استخدامات هذه الوسائل والاشباعات المحققة لدى الموظفين باعتبار أن هذه التكنولوجيا أصبحت قاسما مشتركا في أغلب المؤسسات لما لها من مميزات عديدة تساهم من خلالها في تحسين صورة وأداء المؤسسة وتسريع عمليات تبادل المعلومات والبيانات والملفات عبر الشبكات.

فمؤسسة اتصالات الجزائر تستمد قوتها من كفاءة العنصر البشري، الذي أضحى أداءه يقاس بمدى تحكمه في تكنولوجيا التي توفر له جميع التسهيلات في العمل لضمان تحقيق أهداف المؤسسة والمتمثلة في زيادة أرباح وتطوير الكفاءات المهنية والمهارات لهذا يجب على المؤسسات أن تحرص على استخدام التكنولوجيات وضمان سلاسة استخدامها منطرف موظفيها عن طريق تكوينهم وتدريبهم بما يحقق أقصى درجات الاستفادة من مميزاتها في تلافي سلبياتها التي عبر عنها المبحوثين في دراستنا هذه والمتمثلة في تهديد حماية المعلومات، تقليص الوظائف، فرض العزلة الفردية، التي تساهم في عرقلة سير المؤسسة والتأثير على العملية الاتصالية داخلها.

قائمة المصادر والمراجع

الكتب باللغة العربية:

1- أبو أصبع صالح خليل ، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، د ط، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع،2009.

2- أبو النصر مدحت ، مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين، ط2، مصر، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2009.

3- أبو سمرة محمد ، الاتصال الإداري والإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.

4- أبو عيشة فيصل ، الإعلام الإلكتروني، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.

5- أبو قحف عبد السلام ، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، دط، مصر، مكتبة ومطبعة الإشباع الفنية، 2001.

6- أبو قحف عبد السلام ، طه أحمد طارق ، محاضرات في هندسة الإعلان والإعلان الإلكتروني، د.ط، د. م. ن، الدار الجامعية، 2005.

7- بدر أحمد ، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، د ط، مصر، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998.

8- بدر أحمد طرطار، تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسات، دط، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2002.

9- البكري ثامر ، الاتصالات التسويقية، ط2، الاردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2008.

10- بلخيري رضوان ، جابري سارة ، مدخل للاتصالات والعلاقات العامة، ط1، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، 2013.

11- بلخيري رضوان ، مدخل إلى الاتصال المؤسساتي، ط1، الجزائر، دار قرطبة للنشر والتوزيع، 2015.

12- بلخيري رضوان ، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها، ط1، الجزائر، جسور للنشر والتوزيع، 2014.

13- بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في بوث الإعلام والاتصال، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.

14- بن نور صالح ، فاعلية التنظيم في المؤسسات الاقتصادية، دط، قسنطينة، مخبر علم اجتماعالاتصال للبحث والتجزئة، 2006.

15- بوحوش عمار والذنيبات محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط6، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2011.

16- البياتي ياسين خضير ، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، الأردن، دار البداية ناشرون وموزعون، 2014.

17- التل وائل عبد الرحمان ،قحل عيسى محمد ، البحث العلمي العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط2، الأردن، الحامد للنشر والتوزيع، 2007.

18-الجرايدة بسام عبد الرحمان ، إدارة العلاقات العامة، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013.

19-جليل صويص راتب ، جليل صويص غالب ، تقنيات ومهارات الاتصال، ط1، الأردن، إثراء للنشر والتوزيع، 2008.

20- الجميلي خيري خليل ، الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، د.ط، الإسكرنية، المكتب الجامعي الحديث، 1998.

21-جندل عبد الناصر، تقنيات ومناهج البحث في العلوم السياسيةالاجتماعية، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2007.

22-جودت أحمد سعاد ، السرطاوي عادل فايز، استخدام الحاسوب والأنترنت في ميادين التربيةوالتعليم، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2003.

23-حامد خالد ، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط2، جسور للنشر والتوزيع، 2002.

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

25- الحديثي مؤيد عبد الجبار ، العولمة الإعلامية، ط1، عمان، الأهلية للنشر والتوزيع، 2012.

26-حريم حسن ، السلوك التنظيمي سلوك الأفراد والجماعات ومنظمات الأعمال، دط، الأردن، دار حامد للنشر والتوزيع، 2015.

27-حماد طارق عبد العال ، التجارة الإلكترونية (المفاهيم -التجارب – التحديات- الأبعاد التكنولوجيةوالمالية والتسويقية)، د ط، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2003.

28-حمدي محمد الفاتح وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، ط1، د.م.ن، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، د.س.ن.

29-حمود خضير كاظم ، الاتصال في إدارة الأعمال، ط1، الأردن، دار الصفاء، 2010.

30-حمود محمد سلطان ، الاتصالات الادارية، ط1، الأردن، دار الراية للنشر والتوزيع، 2015.

31-حنفي عبد الغفار ، السلوك التنظيمي وإدارة الفاعلين، دط، الإسكندرية، الدار الجامعية، 1990.

32-حنفي عبد الغفار ،قريافض رسيمة ، أساسيات الإدارية وبيئة الأعمال، دط، مصر، مؤسسة شباب الجامعة، 2004.

33-دادي عدون ناصر ، الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية- دراسة نظرية وتطبيقية، دط، الجزائر، دار المحمدية العامة، 2004.

34-الدليمي عبد الرزاق محمد ، المدخل إلى العلاقات العامة، ط1، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011.

35-دليو فضيل ، اتصال المؤسسة، ط1، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.

36- دليو فضيل ، الاتصال (مفاهيمه – نظرياته- وسائل)، ط1، القارة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008.

37-دليو فضيل ، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، ط4، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2013.

38-دليو فضيل ، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة بعض تقنياتها التقنية، ط1، الجزائر، دار هومة لطباعة والنشر والتوزيع، 2014.

39-دليو فضيل، التكنولوجيات الجديدة للإعلام و الاتصال-المفهوم-الاستعمالات-الآفاق،ط1،دار الثقافة للنشر و التوزيع ،عمان،2010.

40-رزاقة فيروز وآخرون، منهجية البحث الاجتماعي، د.ط، الجزائر، منشورات مكتبة إقرأ، 2007.

41-رضا عبد الواجد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.

42-زرواتي رشيد ، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية (أسس علمية وتدريبات)، د.ط، الجزائر، دار الكتاب الحديث، 2004.

43- سعد يس عامر، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، ط2، القاهرة، مركز وايد سير قيس الاستشارات والتطوير الإداري، 2008.

44-سلاطنة بلقاسم ،الجيلالي حسان ، مدخل لمناهج البحوث الاجتماعية، د ط، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2014.

45-سلمان العميان محمود ، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، ط3، دار وائل، عمان، 2005.

46-سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام، ط 3، القاهرة، عالم الكتاب، 1999.

47-السنابل محمد إبراهيم، الأنترنت، ط3، بيروت، مكتبة لبنان، 2000.

48-سيد حسن فاروق ،تكنولوجيا شبكة الحاسب الآلي، د ط، القاهرة، هلا للنشر والتوزيع، 1990.

49-السيد حسين فاروق ، الأنترنت شبكة المعلوماتية العالمية، هلا للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.

50-سيد سالم عرفة، الاتصالات التسويقية، ط1، الأردن، دار الراية للنشر والتوزيع، 2012.

51-الشربيني أحمد ، الأنترنت شبكة شبكات المعلومات، الهيئة المصرية العامة للكاتب، 2009.

شلاش عنبر إبراهيم ، ط1، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011.

52-شوقي ناجي جواد، المرجع المتكامل في الإدارة الأعمال متطور كلي، ط1، الأردن، دار الحامد، 2010.

53- الصيرفي محمد ، الشراء الإلكتروني، ط1، الإسكندرية، دار الكر الجامعي، 2007.

54-الصيرفي محمد ،حامد عبد الفني ، الاتصالات الدولية ونظم المعلومات، دط، البحرين، مؤسسة لورد العالمية للشؤون الجامعية، 2006.

55-طلعت محمود منال ، أساسيات في علم الإدارة، دط، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2003.

56-العادلي مرزوق عبد الحكيم ، الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخداماتالإشباعات، د.ط، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.

57-عاطف زاهر عبد الرحيم ، الهيكل التنظيمي للمنظمة "الهندرة"، ط1، الأردن، دار الراية للنشر والتوزيع، 2001.

58-عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.

59- عبد الباسط عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الانتاج الإذاعي والتلفزيوني- دراسة تطبيقية وميدانية-، د ط، المكتب الجامعي الحديث، 2005.

60- عبد المعطي محمد عساف، السلوك الإداري التنظيمي في المنظمات المعاصرة، دط، دار زهران للنشر و التوزيع، 1999.

61-عبد النبي عبد الفتاح ، تكنلوجيا الاتصال والثقافة (بين النظرية والتطبيق)، دط، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1990.

62- عزت عطوي جودت، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية (أسس علمية وتدريبات)، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2004.

63-عصام صلاح مروى ، الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الأعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015.

64-العلاق بشير ، الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والتطبيق والسماسة، دط، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009.

65- العلاق بشير ، حميد الطائي، أساسيات الإتصال (نماذج ومهارات)، دط، الأردن، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2009.

66-العلاق بشير ، نظريات الاتصال مدخل متكامل، د.ط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2010.

67-علي بن عبد الله عسيري، الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للأنترنت، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ط1، 2004.

68- عماد فاروق محمد الصالح، الاتصال الإنساني في الخدمة الاجتماعية، ط1، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامي، 2010.

69-عواجي صلوي عبد الحافظ ، نظريات التأثير الإعلامية، د ط ن، د د ن، 1433 هـ.

70-عياصرة علي ، العودة الفاضل محمد ، الاتصال الإداري وأساليب القيادة الإدارية في المؤسساتالتربوية، ط1، الأردن، دار الحامد، 2006.

71- العيفة جمال ، مؤسسات الإعلام والإتصال الوظائف الهياكل والأدوار، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.

72- فادية عمر الجولاني، تصميم البحوث الاجتماعية وتنفيذها، د.ط، مصر، المكتبة المصرية، 2006.

73- فاطمة مروة، الاتصالات المهنية، ط1، بيروت، دار النهضة للنشر والتوزيع، 2004.

74-فرج شعبان ،الاتصالات، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009.

75-فندوشي ربيعة، الإعلان الإلكتروني، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، 2011.

76-فؤاد شعبان، صبيطي عبيدة ، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجيا الحديثة، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2012.

77- فوزي غرايبة وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، عمان، دار وائل، 2002.

78-قاسمي ناصر ،الاتصال في المؤسسة- دراسة نظرية وتطبيقية، د ط، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2012.

79-قنديلجي عامر إبراهيم ، الإعلام الإلكتروني، ط1، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2015.

80-لعقاب محمد ، المواطن الرقمي كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية، ط1، الجزائر، دار هومة للنشر والتوزيع، د. س. ن.

81-ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، الأردن، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015.

82-محمد إبراهيم البطل منى ، تكنولوجيا الإتصالات المعاصرة الشخصية والإدارية ونظم المعلومات، ط1، د.م.ن، د.د.ن، د.س.ن.

83-محمد الصاوي محمد مبارك ، منهجية البحث العلمي، أسسه طريقه وكتابته، د ط، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1992.

84-محمد الهادي محمد ،تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، د ط، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 2001.

85-محمد الهادي محمد ،تكنولوجيا المعلومات وتطبيقها، ط1، القاهرة، دار الشروق، 1989.

86- محمد طاهر، التسويق الإلكتروني، الأردن، ديوان الحامد للنشر والتوزيع، 2005.

87- محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، دط، مصر، عالم الكتاب، 1993.

88- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، دط، القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، 1977.

89- محمد علي شمس الدين، الفقي إسماعيل محمد ،السلوك الإداري مدخل نفسي اجتماعي للإدارةالتربوية، ط1، الأردن، دار الفكر، 2007.

90- محمد علي محمد، علم الاجتماع والتنظيم، د ط، الإسكندرية، دار المعرفة، 1982.

91-المشاقبة بسام عبد الرحمان ، نظرية الإعلام، د ط، الأردن، دار أسامة، 2011.

92-معتوق جمال ،منهجية العلوم الاجتماعية و البحث الاجتماعي، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2012.

93-المغربي كمال ،أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط4، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2011.

94-مكاوي حسن عماد ، علم الدين محمد ، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، د ط، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009.

95-مكاوي حسن عماد ،نظريات الإعلام، د.ط، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009.

96-مكاوي حسن عماد ،ليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، د.ط، مصر، الدار المصرية اللبنانية، 2001.

97-الملحم حسام ،خير بك عمار ، شبكات الأنترنت بنيتها الأساسية وانعكاساتها على المؤسسات، ط1، د. د. ن، د.س. ن.

98-منصر هارون ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة المسائل النظرية والتطبيقية، ط1، الجزائر، الألمعية للنشر والتوزيع، 2012.

99- نصير طاهر ، التسويق الإلكتروني، د ط، الأردن، دار حامد للنشر والتوزيع، 2004.

100-نصيرات فريد توفيق ،إدارة المنظمات الرعاية الصحية، ط1، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2008.

101-الهاشمي مجد ،تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ط1، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012.

102-الهاشمي محمد ،تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري " مدخل إلى الاتصال وتقنيات الحديثة"، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012.

103- هلال المزاهرة منال ، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ط1، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2014.

104-هلال مزاهرة منال ، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، ط1، الأردن، كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2010.

105-ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.

كتب باللغة الأجنبية:

106-encyclopedque pour tous, petit la russe en cou leur, paris, 1975.

107-.hall, organation : structere and process new jersey preutce hall, 1972

المجلات:

108-اختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الحضرية الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 17، 2014.

109-سهيل فهد سلامة، نظم الاتصالات في المنظمات، مجلة الإدارة العامة، العدد 46، معهد الإدارة العامة، الرياض، 1985.

الموسوعات:

110-محمد منير جاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثاني، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.

111-ميشل مان، ترجمة الواري عادل ، موسوعة العلوم الاجتماعية ،د ط ،الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1990.

الرسائل الجامعية:

112-بحري عثمان، إسهام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل الإشهاري—دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للنشر والإشهار الجزائرية« aneo» رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2010، 2011.

113-بن داود العربي ، فعالية الاتصال التنظيمي في المؤسسة العمومية الجزائرية— دراسة ميدانية بمركب الرافعات والمجادف c-p-g عين السمارة، علم الاجتماع تخصص تنمية الموارد البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008.

114-بوعلي فريدة، فضيل حكيمة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخليبالمؤسسة- دراسة حالة اتصالات الجزائر المديرية العملياتية للاتصالات البويرة- مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، اقتصاديات مالية والبنوك، جامعة البويرة، 2014.

115-حورية بوالعويدات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية— دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسير شبكة الغاز بالشرق-grtg - قسنطينة، رسالة ماجستير، اتصال وعلاقا عامة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008.

116-خنيفر وفاء، دور الاتصال الداخلي في تسيير المؤسسة الخدماتية —حالة البنك الوطني الجزائري bnaبورقلة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تسويق الخدمات، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014.

117-زلماط مريم، دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الدارة العرفة داخل المؤسسة الجزائرية، دراسة حالة بسوناطراك فرع sth-، رسال ماستر، تسيير الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2010.

118-عبد الله العلاوين لبنى ، تكنولوجيا الإتصال وعلاقاتها بأداء المؤسسات الإعلامية، - مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية "إنمودجا"-، ماستر، إعلام، جامعة الشروق، الأوسط الدراسات العليا، الأردن، 2009.

119-كاوجة بشير ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسساتالإستشفائية العمومية-دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف-، نظم المعلومات ومراقبة التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013.

120-هواين سماح، مطبوعات العلاقات العامة والاتصال الداخلي ففي المؤسسة الاقتصادية- دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز، علم اجتماع العلاقات العامة، جامعة جيجل، 2003.

121-هادف نور الدين ، التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصالالإستخداماتوالإشباعات (دراسة تطبيقية حول استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية في وسائل الإعلام الجزائرية، رسالة ماجستير، إعلام واتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008.

القواميس:

122-المعجم الوسيط، ط4، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية، 2005.

123- أبو الفضل جمال الدين ممد بن مكرم (ابن منظور)، لسان العرب، دار صادرة، عدد الأجزاء 15، دس.

124- جبور عبد النور ، سهيل إدريس، قاموس المنهل، د ط، لبنان، دار الأدب والعلم للملايين، 1980.ح

125- حجاب محمد منير ، المعجم الإعلامي، القاهرة، دار الفجر، 2004.

126- عبد العزيز أمل ،القاموس العربي الشامل، ط1، بيروت، دار الراتب الجامعية، 1997.

127- عجان عزت ، الفضل قاموس عربي، ط1، الجزائر، دار هومة، 2001.

128- الفرابي إبراهيم ، ديوان الأدب معجم لغوي تراثي، ط1، لبنان، مكتبة لبنان ناشرون، 2003.

129- فريد محمد عزت، القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية، ط1، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2002.

130- القاموس العربي، ط1، بيروت، دار راتب الجامعية، 1990.

131- منير البعلبكي، قاموس المورد، د ط، لبنان، دار ال2علم للملايين، 2001.

132- يوسف شكري فرحات، معجم الطلاب عربي-عربي، ط1، لبنان، دار الكتب العالمية، 2000.

المواقع الإلكترونية:

133-http// nfo-net.dz.bloaspot.com/2012/11/bloq-post-html.

المقابلات:

134-مقابلة أجريت مع رئيس مصلحة المبيعات، السيد سمير مقيدس، بوكالة باب الصور، يوم 22 فيفري 2017.

مقابلة أجريت مع مديرة الوكالة التجارية بجيجل، السيدة شبة إبتسام، يوم 28 فيفري 2017.

135-مقابلة أجريت مع رئيس مصلحة المبيعات، السيد جمال بن عمر، الوكالة التجارية بالطاهير، يوم 01 مارس 2017.

136-مقابلة أجريت مع رئيس مصلحة المبيعات، السيد عبد الوحيدبوقلمون، الوكالة تجارية بالميلية، يوم 02 مارس 2017.

جامعة جيجل محمد الصديق بن يحيى –تاسوست–

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم: علوم الإتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استمارة بحث بعنوان

دور تكنولوجيا الإتصال الحديثة في زيادة فعالية الإتصال الداخلي بمؤسسة إتصالات الجزائر

–دراسة ميدانية بالوكالات التجارية لولاية جيجل–

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

إعداد الطالبتان: **تحت إشراف الأستاذة:**

بوتيوتة منية **قرابلي سامية**

بن بلي حنان

ملاحظة:إن معلومات هذه الاستمارة سرية و لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي لذا نرجو منكم الإجابة بكل موضوعية و مصداقية.

- ضع العلامة (×) في الخانة المناسبة.
- يمكن اختيار أكثر من بديل للإجابة

السنة الجامعية: 2017/2016م

المحور الأول: البيابات الشخصية:

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن: أقل من 20 سنة ☐ من 20 إلى35 سنة ☐

من 36 إلى 50 سنة ☐ أكثر من 50 سنة ☐

3- المستوى التعليمي:

ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

4- كيف تم قبولك في المؤسسة ؟ على أساس:

عقد إدماج ☐ بابقة على أساس الشهادة ☐

المحور الثاني: استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمؤسسة اتصالات الجزائر والاشباعات المحققة:

5-ما هي الوسائل الاتصالية الحديثة المتوفرة داخل مؤسستكم؟ (أجب على أكثر من اقتراح)

الحاسوب (computer) ☐ البريد الإلكتروني (e-mail) ☐

الأنترنت (internet) الهاتف ☐ (smart phone) ☐

الأنترانت (intranet) الإكستر ☐ (extranet) ☐

6- هل تستخدم هذه الوسائل في إنجاز مسؤوليات منصبك بالمؤسسة؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

7- رتب الوسائل الاتصالية الآتية حسب أهميتها بالنسبة لك من 1 إلى 6:

- الحاسوب ☐
- الأنترنت ☐
- البريد الإلكتروني ☐
- الهاتف الذكي ☐
- الأكسترانت ☐
- الأنترانت ☐

8- ما هي المدة الزمنية التي تقضيها في استخدام هذه الوسائل؟

أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى 3 ساعات ☐

من 4 ساعات إلى 6 ساعات ☐ غير محددة ☐

9- ما هي اللغة التي تفضل استخدامها في هذه الوسائل الاتصالية؟

اللغة العربية ☐

اللغة الفرنسية ☐

اللغة الإنجليزية ☐

غير محددة ☐

10- هل حاسوبك مزود بشبكة الأنترنت؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة بنعم هل تستخدمها؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

11- فيما تستخدم هذه الشبكة؟

الحصول على المعلومات ☐

تبادل المعلومات و الملفات ☐

التواصل مع الزملاء في العمل ☐

أخرىتذكر:.....

12- هل تستخدم شبكة الأنترانت (intranet)؟

دائما ☐ أحيانا أبدا ☐ ☐

- إذا كنت من مستخدميها فهل يكون ذلك عن طريق: (اختراحتمال واحد فقط)

الاتصال بالموظفين داخل الوكالة التجارية ☐

الإتصال بالموظفين في الوكالات التجارية الأخرى ☐

الحصول على المعلومات ☐

عملية التسيير ☐

- إذا لم يسبق لك أن استخدمت شبكة الأنترانت فما سبب ذلك؟

لعدم معرفتك بكيفية إستخدامها ☐

المعلومات التي تحتويها غير دقيقة ☐

لأنها غير آمنة ☐

13- هل يحقق لك استخدام هذه الوسائل إشباعات معينة؟

كثيرا ☐ قليلا ☐ نوعا ما ☐

- ما هي الاشباعات التي تحققها هذه الوسائل؟ (اختر أكثر من اقتراح)

الشعور بالراحة النفسية والرضى الوظيفي ☐

توطيد العلاقة مع زملاء العمل ☐

رفع كفاءة الأداء ☐

ربح الوقت والجهد ☐

التخلص من الإحساس بالعزلة ☐

أخرىتذكر:.....

14- هل استخدام التكنولوجيا الحديثة للاتصال أدى إلى تغيير في نمط الاتصال داخل المؤسسة؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كان الجواب بنعم فيما يتمثل هذا التغيير؟ (اختراقتراح واحد فقط)

سهولة ومرونة الاتصال داخل المؤسسة ☐

زيادة فعالية الاتصال غير الرسمي ☐

تسهيل القيام بمختلف المهام ☐

خلق فضاءات للنقاش والحوار ☐

المساعدة في التنسيق والتكامل بين الموظفين ☐

15- ما هو شكل التغيير الذي حدث نتيجة إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمؤسستكم؟

التجهيزات والآلات ☐

طرق وأساليب العمل داخل المؤسسة ☐

معارف الأفراد ☐

طرق الاتصال بين الموظفين ☐

المحور الثالث: تقييم تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر{ الوكالات التجارية}:

16-هل لديك معرفة سابقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة؟

نعم ☐ لا ☐

17- كيف تعلمت استخدام هذه الوسائل الاتصالية الحديثة؟

دورات تدريبية من تنظيم المؤسسة ☐

جهد شخصي ☐

18- هل توظف الإدارة التكنولوجيات الحديثة للاتصالفي علاقاتها مع موظفيها؟

نعم ☐ لا ☐

-إذا كانت الإجابة بـ نعم ما مضمون هذا الاتصال؟

التكليف بمهمة ☐

تعليمات لأجل النظام ☐

للإطلاع على آخر المستجدات ☐

لتداول المعلومات ☐

للتواصل مع رؤساء الأقسام ☐

أخرتتذكر:.....

19- عند تكليفك بمهمة كيف تتلقى هذا التكليف عادة عن طريق:

اتصال هاتفي ☐

اتصال شخصي مباشر ☐

تكليف مكتوب ☐

رسالة الكترونية ☐

أخرى تذكر:.....

20- بالمقابل ما هي الطريقة التي تفضلها في التواصل إداريا:

مكالمات هاتفية ☐

البريد الإلكتروني ☐

الاتصال الشخصي المباشر أو رسالة مكتوبة ☐

21- هل ترى أن الإتصال الداخلي بواسطة هذه الوسائل الاتصالية ساهم في:

(اختراقترح واحد فقط)

التنسيق والتنظيم بين مختلف المصالح ☐

ربح الوقت ☐

انجاز الأعمال بكفاءة ☐

تخفيف الأعباء على الموظفين ☐

22- هل ساهم الموقع الإلكتروني للمؤسسة في تعزيز الإتصال بين الموظفين داخل الوكالات التجارية؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة "بنعم" فيما ساهم؟

سهولة الاطلاع على المعلومات الخاصة بالمؤسسة ☐

إمكانية التعرف على أهم المشاريع والخطط ☐

طرح الاهتمامات و المشاكل لإيجاد حلول لها ☐

فتح المجال لإبداء الرأي ☐

23-هل ترى أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسسة اتصالات الجزائر يؤثر:

سلبا ☐ إيجابا ☐ الإثنين معا ☐

- فيما تتمثل هذه الايجابيات حسب رأيك: (اختر أكثر من احتمال)

السرية ☐ سهولة الوصول ملفات الزبون ☐

الكفاءة والفعالية ☐ زيادة الدقة في أداء الموظفين ☐

الشفافية ☐ سهولة الإتصال بين الموظفين ☐

العمل الجماعي ☐

- فيما تتمثل سلبيات استخدامها حسب رأيك؟ (اختر أكثر من احتمال)

تقليص الوظائف ☐

تهديد حماية المعلومات والبيانات الخاصة بالمؤسسة والموظفين ☐

المخاطر الصحية على الموظفين ☐

فرض العزلة الفردية على الموظفين ☐

24- هل ساهمت الشريحة المجانية التي توفرها لكم المؤسسة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي:

كثيرا ☐ نوعا ما ☐ قليلا ☐

- فيما تتمثل هذه الإسهامات داخل المؤسسة: (اختراقتراح واحد فقط)

سهولة التواصل بين الموظفين ☐

اختصار المسافة والجهد والوقت ☐

السرعة في أداء الموظفين لعملهم ☐

المرونة في تداول المعلومات ☐

شـــكرا عــلى تعاونكـم معنـــا.

الأساتذة المحكمينللاستمارةالاستبيان:

الأســـــاتذة	الـــــــــــرتـــبةالعلمـــــية
حمدي محمد الفاتح	دكتور
بولمهار ناجي	مساعد أ
بحري عثمان	مساعد أ ب
بوبعة عبد الوهاب	مساعد ب

أصبحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة تلعب دورا مهما في حياة الأفراد والمجتمعات، خصوصا في السنوات الأخيرة لما شهدته من تطورات كبيرة وسريعة على مستوى التقنية والرسالة، الأمر الذي سمح لها بالدخول ضمن البنى التحتية للعديد من المؤسسات لاسيمامنها المؤسسات ذات الطابع الخدماتي، التي باتت التكنولوجيا الحديثة فيها محركا رئيسيا في تسيير كافة شؤونها الداخلية، خصوصا طريق التواصل بين الموظفين، فتطبيق هذه التكنولوجيا في مجال االاتصال الداخلي بالمؤسسات يؤثر على العملية الإتصالية ويمكنه من رفع كفاءتها وفعلياتها وتجاوز حاجزي الزمان والمكان.

الواقع الذي فرض على المؤسسات البحث عن الوسائل والتقنيات لتحقيق أهداف العملية الإتصالية وهذا عن طريق توفير وسائل اتصالية متطورة من حاسب آلي وهواتف ذكية إضافة إلى شبكات (الأنترنت والأنترانت والإكسترانت) وتطبيقها كأدوات لدعم الاتصال وتشغيله على نطاق واسع للمؤسسات.

ومن هذا المنطلق توجهت دراستنا هذه إلى معرفة دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر، على خلفية نظرية الإستخدمات والاشباعات لمعرفة الاشباعات التي يحققها موظفي إتصالات الجزائر من إستخدامهم لوسائل الاتصال الحديثة قد تم ذلك من خلال دراسة ميدانية بالوكالات التجارية والتي كانت موزعة كالتالي: وكالة بالميلية، وكالة بالطاهير، وكالتين بولاية جيجل (وكالة باب السور، وكالة بحي الإخوة بوالشعير).

ولمعالجة الإشكال المطروح والمتمثل في معرفة دور التكنولوجيا الإتصال الحديثة في زيادة فعالية الإتصال الداخلي بالوكالات التجارية بمؤسسة إتصالات الجزائر، طرحنا جملة من الأسئلة تمثلت في:

ماهي الوسائل الاتصالية الحديثة المتوفرة في الوكالات التجارية وما واقع استخدمها؟

ماهي الاشباعات التي يحققها مزظفي اتصالات الجزائر من إستخدام لتكنولوجيا الاتصال الحديثة؟

وفي الأخير أردنا معرفة تقييم المبحوثين لتأثيرات استخدام هذه التكنولوجيا على الاتصال الداخلي بالوكالات التجارية.

لنقوم في المقابل بوضع فروض لهذه التساؤلات، حيث إفترضنا أن التكنولوجيات الحديثة المتوفرة داخل الوكالات التجترية لمؤسسة اتصالات الجزائر تتمثل في (الأنترنت والأنترانت والإكسترانت، الهواتف الذكية، الحاسب الآلي) والتي تسخدم بدرجة عالية وبشكل دائم كما إفترضنا أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تساعد موظفي الوكالات التجارية على تحقيق نتائج عالية ودقيقة ي العمل.

وإفترضنا في الأخير أن إستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة يؤتر على الموظفين بطريقة إيجابية من خلال تسهيل الاتصال فيها بينهم.

وهدفنا من خلال هذا الموضوع إلى:

- إلقاء الضوء على أهم الوسائل الاتصالية الحديثة المستخدمة داخل الوكالات التجارية بمؤسسة اتصالات الجزائر.

- الوقوف على الآثار التي تنجم عن استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة على مستوى الاتصال الداخلي في الوكالات التجارية بمؤسسة اتصالات الجزائر.

- إظهار أهمية تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تنافسية مؤسسة اتصالات الجزائر.

- إقتراح حلول وتوصيات لمؤسسة إتصالات الجزائر، تساعد في تحسين الاتصال الداخلي لديها، ما يسمح لموظفيها بأداء مهامهم على أحسن وجه.

ولتحقيق هذه الأهداف إعتمدنا على المنهج الوصفي، الذي يقوم على تفسير الوضع القائم بالمشكلة ألا وهي دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل الاتصال الداخلي، من خلال تحديد ظروفها وأبعادها والعلاقة بين المتغيرات لنصل في الأخير إلى وصف علمي ودقيق ومتكامل للظاهرة، ونظرا لمحدودية عدد مفردات مجتمع البحث، فقد فضلنا أن يكون المسح شاملا لجميع الموظفين الإداريين

المستخدمين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل الوكالات التجارية، متسعنين في جميع المعلومات بأداة رئيسية وهي: إستمارة الإستبيان، والتي قسمنها إلى ثلاث محاور أساسية:

-المحور الأول: يضم بعض البيانات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي).

- المحور الثاني: يتضمن استخدامات تكنولوجيات الاتصال الحديثة والاشباعات المحققة منها بالوكالات التجارية بمؤسسسة اتصالات الجزائر.

-المحور الثالث: يشتمل على تقييم المبحوثين لتأثيرات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي بالوكالات التجارية.

كما إستعنا بأداة ثانوية وهي المقابلة وقد كانت نصف موجهة بهدف جمع معلومات عن تاريخ هذه الوكالات التجارية، نشاطاتها، وكذلك التكنولوجيات المستخدمة فيها، إضافة إلى عدد الموظفين في كل وكالة، وكذا الهيكل التنظيمي، وبعد جمع المعلومات ميدانيا، من خلال توزيع الإستمارات وتحليلها توصلنا إلى جملة من النتائج نوجزها فيما يلي:

- تتوفر الوكالات التجارية بمؤسسة اتصالات الجزائر على معظم وسائل الاتصال الحديثة والمتمثلة في: الحاسوب، الأنترنت، الأنترانت، الهاتف الذكي، إضافة إلى البريد الإلكتروني كخدمة من خدمات الأنترنت.
- أغلبية الحواسيب الموجودة في الوكالات التجارية مزودة بشبكة الأنترنت والتي تستخدم في التواصل مع الزملاء بنسبة 51%.
- تستخدم شبكة الأنترانت بشكل دائم وهذا ما عبر عنه 48.33% ، حيث تستخدم بدرجة عالية في الاتصال بالموظفين داخل المؤسسة.
- يحقق إستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة إشباعات للمبحوثين والتي تتمثل في رفع الكفاءة الإنتاجية بنسبة 33.76% ، تليها توطيد العلاقات بين الوظفين27.27% ، وأخيرا ربح الوقت والجهد 22.07% .

- إستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل الوكالات التجارية، أدى إلى إحداث تغيير في نمط الاتصال داخل المؤسسة بنسبة 95.65% من خلال سهولة ومرونة الاتصال داخلر المؤسسة بنسبة 68.33%
- توظف مؤسسة اتصالات الجزائر تكنولوجيالا الاتصال الحديثة في علاقتها مع الموظفين في الإطلاع على آخر المستجدات بنسبة 25% ، والتكليف بمهمة بنسبة 28.33%
- يتلقي الموظفون التكاليف للقيام بالمهام عن طريق الرسائل الإلكترونية هذا ما عبر عنه 48.33% ، كما أن البريد الإلكتروني يعتبر كذلك الوسيلة المتبعة في التواصل إداريا.
- ساهم الموقع الإلكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر في تعزيز الاتصال بين الموظفين بنسبة 96.66% وذلك من خلال:

-سهولة الإطلاع المعلومات الخاصة بالمؤسسة بنسبة 70%

- يؤثر إستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل الوكالات التجارية بمؤسسة اتصالات الجزائر سلبا،وإيجابا وقد تمثلت الإجابيات فيما يلي: سهولة الاتصال بين الموظفين بنسبة 32.72% سهولة الوصول إلى ملفات الزبون بنسبة 22.72% ، الكفاءة والفعالية 12.72% ،زيادة في أداء الموظفين 11.81%، فيما تتمثل السلبيات في: تقليص الوظائف بنسبة 64.22% تهديد حماية المعلومات والبيانات الخاصة بالمؤسسة والموظفين بنسبة 14.28% ، فرض العزلة الفردية بنسبة 14.28%.
- ساهمت الشريحة المجانية التي وفرتها مؤسسة اتصالات الجزائر لموظفيها في كافة الوكالات التجارية، في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بنسبة 78.33%، وذلك من خلال تسهيل التواصل بين الموظفين بنسبة 61.60% ، وكذا إختصار المسافة والجهد والوقت بنسبة 25 %.