

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التبسي - تبسة-



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص الاتصال التنظيمي

مذكرة تخرج بعنوان:

تأثير الاتصال التنظيمي عبر الانترنت على سمعة المؤسسة

دراسة ميدانية بالمؤسسة المينائية لسكيكدة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر "ل.م.د"

تحت إشراف الدكتورة:

- نسرين سيفي

من إعداد الطالبتين:

- خيدوس نور الهدي

- يحي شيماء

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
الدكتورة نسرين سيفي	أستاذة محاضرة -ب-	مشرفا
الدكتور منير طبي	أستاذ محاضر -أ-	رئيسا
الدكتور بلغيث محمد الطيب	أستاذ محاضر -أ-	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2020-2021

شكر

ننحني بكل خضوع ونشوع للواحد الأحد ونحمده حمدا كثيرا ونشكره شكرا جزيلا. وحده له الحمد والفضل لما وصلنا إليه، فالحمد لله الذي أماننا ووفقنا في إعداد وتقديم هذا البحث.

وبعدہ نتقدم بشكرنا وامتناننا للأستاذة المشرفة "سيفي نسرين" على تأطيرها وشكرها على كل ما قدمته من مساعدات وإرشادات من أجل إعداد مذكرة تخرج ناجحة، وكل الأساتذة الذين لم يبخلوا علينا بمعارفهم القيمة طوال فترة الدراسة.

كما لا ننسى أن نقدم شكرنا لجميع موظفي الوحدة العملية للمؤسسة المينائية بولاية سكيكدة على كل المعلومات والتسهيلات المقدمة من طرفهم، وإلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد لإتمام هذه المذكرة.

مقدمة:

شهد العالم تطورات بارزة خلال السنوات الأخيرة جعلت الدول تحاول جاهدة التكيف مع اقتصاديات العالم الجديد، خاصة في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، إذ أصبح الاتصال والمعلومة ضرورة حتمية لأي مؤسسة في الوقت الحالي، وما يحمله الاتصال من أبعاد وظيفية في طياته يجسدها أعضاء المنظمة لبلوغ الأهداف المشتركة.

وباعتبار أن الاتصال التنظيمي عملية يتم من خلالها تبادل الرسائل بين الأفراد الذين تربطهم علاقات معينة من مختلف المستويات وهذه الوسائل لا بد لها أن تتكيف مع متغيرات المحيط، حتى تؤدي الغرض المطلوب منها على أكمل وجه، فالالاتصال التنظيمي يكتسي أهمية بالغة، ذلك أن أي مؤسسة مهما كان نوع نشاطها تحتاج دوماً إلى وجود عملية اتصالية فعالة يتم من خلالها نقل المعلومات اللازمة وتوفيرها وتبادلها بين مختلف الأفراد الفاعلين في المؤسسة.

وتزداد أهمية الاتصالات التنظيمية في المؤسسة نظراً للتطورات المتلاحقة في مجال تكنولوجيا الاتصال إلى توجه المنظمات والشركات على اختلاف أنواعها إلى دعم استخدام هذه التكنولوجيا في تفاعلها مع فئات جماهيرها المختلفة. وتعد الانترنت إحدى وسائل الاتصال الحديثة المدعمة للتواصل بين مستخدميها بصورة سريعة وأنية عبر العديد من الأدوات والخصائص مثل النصوص الفائقة والوسائط المتعددة، وهو ما دفع المنظمات الحكومية والخاصة إلى إنشاء مواقع لها على الشبكة، وإلى استخدام كافة أدوات وتطبيقات الانترنت الحديثة لتقديم خدماتها أو ترويج منتجاتها. وبالتالي أصبحت الانترنت من وسائل الاتصال المهمة المستخدمة في العلاقات العامة والاتصالات المؤسسية تحقيقاً للأهداف الاتصالية للمنظمات وتطبيقاً للاستراتيجيات والتكتيكات الاتصالية لها. وأصبح الموقع الإلكتروني للمنظمة وسيلة تتواصل من خلالها العلاقات العامة مع الجمهور وتحمل العديد من الرسائل الاتصالية ذات الطبيعة المعلوماتية أو الإعلامية أو التوعوية، كما أصبح أحد وسائل جمع المعلومات عن الجمهور ورصد احتياجاته وتوجهاته نحو المنظمة وخدماتها.

وعلى هذا الأساس جاءت هذه الدراسة للبحث في موضوع تأثير الاتصال التنظيمي عبر الانترنت على سمعة المؤسسة وقد قسمنا دراستنا إلى فصول جاءت على النحو التالي:

- الفصل الأول: الدراسة المنهجية والذي جاء فيه تمهيد، تحديد الإشكالية، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهدافها، إضافة إلى تحديد المفاهيم، نوع الدراسة ومنهجها، مجتمع وعينة الدراسة، وصولاً إلى الدراسات السابقة.

- الفصل الثاني: والمعنون بالاتصال التنظيمي، والذي جاء فيه تمهيد، المبحث الأول بعنوان ماهية الاتصال التنظيمي، قد قسمناه إلى أربع مطالب جاءت بالترتيب كالتالي: هيكل الاتصال التنظيمي، وظائف الاتصال التنظيمي، شبكات الاتصال التنظيمي، أهمية وأهداف الاتصال التنظيمي، أما المبحث الثاني بعنوان أساليب الاتصال التنظيمي ومعوقاته وقد قسم إلى ثلاث مطالب جاءت على النحو التالي: طرق الاتصال الرسمي في التنظيم، معوقات الاتصال التنظيمي وأخيرا مدارس ونظريات الاتصال التنظيمي.

- الفصل الثالث: كان بعنوان تقنيات الاتصال الحديثة (الانترنت) حيث جاءت عناصره على النحو التالي: تمهيد، المبحث الأول بعنوان الانترنت كوسيلة اتصال الكترونية يشمل أربع مطالب: ماهية الانترنت، خصائص الانترنت، الانترنت كوسيلة إعلامية واتصالية، خدمات الانترنت. أما المبحث الثاني بعنوان المواقع الالكترونية كنموذج من نماذج الاتصال الالكتروني جاءت مطالبه بالترتيب على النحو التالي: طبيعة الموقع الالكتروني، خصائص المواقع الالكترونية كوسيلة اتصال، عملية بناء موقع الكتروني وأخيرا سمات المعلومات والمضمون في الموقع.

- الفصل الرابع بعنوان الدراسة الميدانية أو الجانب التطبيقي والذي تضمن مبحثين: المبحث الأول بعنوان ماهية المؤسسة المينائية جاء في ثلاث مطالب، الأول لمحة تاريخية عن المؤسسة المينائية، ثانيا التعريف بالمؤسسة المينائية، ثالثا نشاطاتها، أما المبحث الثاني بعنوان خدمات واستراتيجية المؤسسة المينائية ويضم أيضا ثلاث مطالب، أولا الهيكل التنظيمي للمؤسسة المينائية، ثانيا المديرية العامة والمركزية للمؤسسة المينائية وأخيرا استراتيجية المؤسسة المدروسة.

- الفصل الخامس: بعنوان الإجراءات المنهجية والدراسة الميدانية وتضم مجالات الدراسة، عرض البيانات، تحليلها وتفسير النتائج وأخيرا عرض النتائج العامة للدراسة.

وفي الأخير انتهت هذه الدراسة إلى خاتمة تضمنت أهم الاستنتاجات.

الفصل الأول:

تمهيد

- 1- تحديد الإشكالية
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- نوع الدراسة ومنهجها
- 6- مجتمع وعينة الدراسة
- 7- تحديد المفاهيم
- 8- الدراسات السابقة

تمهيد:

سيتم التطرق في هذا الفصل للإطار العام للدراسة، من خلال توضيح موضوع البحث بحيث سنتناول إشكالية الدراسة بالإضافة إلى عرض أسباب، أهمية وأهداف الدراسة ليتم بعدها ضبط المفاهيم والمصطلحات والتي تمثل متغيرات الموضوع، أيضا نوع الدراسة ومنهجها ومجتمع وعينة الدراسة لتنتظر في الأخير إلى الدراسات السابقة.

1- تحديد الإشكالية:

تتزايد أهمية الاتصال في عصرنا الحالي يوما بعد يوم، إذ يعد الشريان الرئيسي للاتصالات الإنسانية والكونية، ولأن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه فهو لا يعيش بمعزل عن غيره، لهذا فإن الاتصال ضرورة اجتماعية وحضارية. أصبح الاتصال اليوم أكثر تعقيدا من ذي قبل، مع تطور المجتمعات والرقى الحضاري والتكنولوجي، ومع الانفجار المعرفي الذي يشهده عالمنا، كما أن العصر التصنيعي الذي نعيشه ما هو في الواقع إلا عصر المعلومات، فالكومبيوتر والهاتف وأجهزة الأقمار الصناعية ليست ثورة صناعية فحسب بقدر ما هي ثورة معلوماتية، جعلت من العالم قرية كونية صغيرة، على حد تعبير مارشال فتنطى الاتصال من كونه حتمية اجتماعية للتعاون ليصبح يمس جميع مؤسسات المجتمع وتنظيماته المختلفة، ويتنوع بتنوع هذه المؤسسات، لهذا نجده قيما بين الاتصال الذاتي والشخصي، كذلك التنظيمي هذا الأخير يمارس في المؤسسة من خلال اتصال داخلي متمثل في تعاملات المؤسسة مع جمهورها الداخلي من عمال وموظفين وإداريين وخارجي يستهدف تعاملاتها مع الجمهور الخارجي والذي يتمثل في المستهلكين، حيث يعتبر الاتصال التنظيمي هنا، بمثابة الوسيط بين مختلف الجماهير التي تتعامل معها المؤسسة كما يعمل على تحسين علاقاتها الخارجية والداخلية على وجه الخصوص، مما يساعد على استمرارية المؤسسة في الإنتاج والتطور الذي يتوقف على تحسين أدائها، حيث أن استخدام تكنولوجيا الاتصال خلق فرصة كبيرة أمام الجمهور للحديث عن المؤسسة وخدماتها فقد أدى ظهور الانترنت وما نتج عنها من تغير في طرق وأساليب انتقال وتخزين المعلومات بين شعوب العالم إلى ولادة وسائل اتصالية حديثة والتي تتمتع بمميزات عدة كشبكات التواصل الاجتماعي التي لاقت رواجاً عالمياً منقطع النظير، كذلك المواقع الالكترونية التي تعتبر من أهم الخدمات التي وفرتها شبكة الانترنت، حيث أصبحت مواقع المؤسسات والهيئات من أهم منابر الاتصال الالكتروني، مما شجع متصفح الانترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها بالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام.

فالانترنت كوسيلة اتصالية تمثل نشاطا متداخلا بين جماهير المؤسسة التي تستخدم موقعها الالكتروني، وبالتالي يستطيع أي فرد أن يعبر عن رأيه دون أي قيود على خلاف وسائل الإعلام الأخرى.

حيث امتد هذا الاهتمام ليشمل مختلف المؤسسات الاقتصادية الجزائرية فقد كانت السبابة للاهتمام بموضوع السمعة الالكترونية كونها ترتبط ارتباطا مباشرا مع الجمهور خاصة الجمهور الداخلي، فضلا عن حاجتها لدعمه وتأييده بشكل مستمر دعم يتوقف على طبيعة الصورة التي يحملها هذا الأخير عنها وهذا ما جعلنا نقف عن هذه المؤسسة لدراسة الأشكال التالية:

- كيف يؤثر الاتصال التنظيمي عبر الانترنت على السمعة الالكترونية للمؤسسة المينائية من وجهة نظر جمهورها الداخلي؟

وقد تفرع عن التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية جاءت كالتالي:

- ما هو نوع الاتصال السائد في مؤسسة البحث؟

- ما هو مدى إقبال العينة على استخدام الموقع الالكتروني للمؤسسة المينائية؟

- ما هو أثر استخدام تكنولوجيا الانترنت على مستوى أداء المؤسسة؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

تتطلب الدراسة التي يتناولها الباحث خطوات علمية منظمة، مستقصيا جميع جوانبها، إلى أن يتوصل إلى حلها حيث أن هذا الاختيار للموضوع أو الظاهرة أو الإشكالية لا ينشأ من فراغ وإنما هناك دوافع واعتبارات تسبق موضوع الدراسة، ولعل من أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار موضوع الدراسة:

- حداثة الموضوع وقلة تناوله بالدراسة في مكاتبنا الجامعية.
- كثرة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في إدارة سمعة الشركات.
- علاقة موضوع الدراسة بطبيعة تخصصنا (الاتصال التنظيمي)
- الدور الذي يلعبه الاتصال التنظيمي عبر الانترنت في إيصال المعلومة داخل وخارج المؤسسة، ودور المواقع الالكترونية في تعزيز سمعة المؤسسات.
- الدور الذي تلعبه سمعة المؤسسة كونها من أهم الدعائم الرئيسية لنجاح وديمومة الاستقرار لأي مؤسسة.

- التعرف على مدى استخدام جمهور المؤسسة المينائية لمواقع الشبكات الاجتماعية، إضافة إلى سبب نجاح هذه الأخيرة في استمالة عدد كبير من المستخدمين.

3- أهمية الدراسة:

اهتمت الأبحاث والدراسات اهتماما متزايدا بموضوع الاتصال بصفة عامة ولكن أهملت الاتصال التنظيمي عبر الانترنت وأثره على سمعة المؤسسة الاقتصادية بصفة خاصة، وقد جاءت دراستنا لتقيد تلك الدراسات في الوصول إلى نتائج تدعم مجال البحث الذي لم يلق اهتماما كبيرا من قبل الباحثين حيث يعد الاتصال التنظيمي بمثابة المحور التي تدور حول المؤسسة والذي يرفع الوطن بتراكمه وتطوره بالعنصر المكون الأساس لجوهرة التقدم، كما تعتبر شكلا من أشكال الاستثمار في تحسين صورة وسمعة المؤسسة حيث تدخل هذه الدراسة في إطار تدعيم الدراسات العلمية المهمة بجانب توظيف التقنيات الالكترونية فإن أهمية أي دراسة تتوقف على أهمية الظاهرة التي يتم دراستها وعلى قيمتها العلمية وما يمكن أن تحققه من نتائج يمكن الاستفادة منها.

4- أهداف الدراسة:

يعتبر مجال البحث العلمي مجالا واسعا تختلف أهدافه وتتعد معطياته ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفضول المعرفي الذي يلزمه وإزالة بعض الضبابية التي تحيط بالموضوع الذي يريد معالجته وعليه فإن الهدف من خلال هذا الطرح لموضوع تأثير الاتصال التنظيمي عبر الانترنت على سمعة المؤسسة الاقتصادية قصد التعرف على مجموعة من الأهداف يسعى الباحث إلى تحقيقها وقد تم تحديدها في النقاط التالية:

- معرفة التأثير الذي يحدثه الاتصال التنظيمي عبر الانترنت على السمعة الالكترونية للمؤسسة.
- السعي إلى توضيح دور الاتصال التنظيمي عبر الانترنت في تعزيز سمعة المؤسسة في إحدى مؤسساتنا الاقتصادية (المؤسسة المينائية بسكيكدة).
- محاولة تشخيص طبيعة العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وإدارة سمعة المؤسسات.
- الوقوف على مختلف طرق وأساليب الاتصال الرقمي المستخدمة في إدارة سمعة المؤسسة.
- التعرف على طبيعة المعلومات التي يحرص الجمهور على الاطلاع عليها عبر الموقع الالكتروني للمؤسسة.
- الكشف عن أهمية عناصر بناء السمعة لدى جمهور المؤسسة واتجاهاته نحو مكوناتها على موقع المؤسسة.

- محاولة لفت انتباه القارئ على إدارة هذه المؤسسة إلى الأهمية التي يؤديها الاتصال التنظيمي والتقنيات الالكترونية في تحقيق أهداف المؤسسة الاقتصادية.

5- نوع الدراسة ومنهجها:

إن الطريقة التي يستعملها الإنسان في بلوغ أهدافه ما هي في حقيقة الأمر إلا طريقة تفكير منهجية في اختيار الطرق والوسائل المناسبة، إذ يستعمل فيها الفرد نكاهه من أجل اختيار الطرق والأساليب المتوفرة التي تساعده على أداء الوظيفة المنوطة له من أجل بلوغ هدف محدد، لذلك فقد اختلفت الآراء في تحديد تعريف واحد للطريقة والمنهج الذي يسلكه الباحثون لتحقيق أهدافهم.

حيث يراه أحد الباحثين بأنه "الأسلوب العلمي الذي يبنى عليه البحث العلمي، وبالتالي فهو الطريقة المتبعة في دراسة وتحليل موضوع معين أو مجموعة من الخطوات المتبعة في تفسير وتحليل ظاهرة ما".¹

وبما أن دراستنا تتمحور حول "تأثير الاتصال التنظيمي عبر الانترنت على سمعة المؤسسة"، فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية الشائعة في بحوث الاتصال، والتي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها والعلاقة بين متغيراتها، بهدف الانتهاء إلى وصف عملي ودقيق ومتكامل للظاهرة أو المشكلة التي تقوم على الحقائق المرتبطة، فقد حدد لهذه الدراسة منهج وفق ما تتطلبه دراسة واقع الاتصال عبر الانترنت وتأثيره على سمعة المؤسسة، فلقيام بجمع وجرد كل المعلومات المتعلقة بالموضوع، وكذا تشخيص مؤشرات الدراسة استلزم استخدام المنهج المسحي وهو أحد أنواع المناهج الموجودة في الدراسات الوصفية، الذي يعرف بأنه "الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من خلال العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك".²

ولتطبيق المنهج المسحي في دراستنا فقد اتبعنا الخطوات التالية:

- ضبط الإشكالية ابتداء من تحديد المشكلة إلى غاية التساؤلات.

- جمع معلومات أولية تفيد في اختيار أداة جمع البيانات وضبط العينة.

¹ عامر مصباح، منهجية إعداد البحوث العلمية، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، د/ط، الجزائر، 2006، ص 35.

² أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005، ص 286.

- تحديد حجم ونوع العينة وخصائصها.

- جمع البيانات من مفردات العينة، ثم تفسير وتحليل البيانات على ضوء الإشكالية المطروحة للوصول إلى النتائج العامة.

6- مجتمع وعينة الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجري عليها دراسته وتحديدتها¹.

أو هو المجموع الكلي من مفردات المجتمع التي بإمكان الباحث أن يقوم بتحديد حجمها الحقيقي، للتعرف بصورة أفضل على مجتمع البحث وضبط حجمه².

ومجتمع البحث: في دراستنا تمثل في الموظفين (الجمهور الداخلي للمؤسسة المينائية) المستخدم لموقعها الإلكتروني.

عينة الدراسة:

نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات البحث، قمنا باختيار أسلوب العينة، ونظرا لاقتصار عينتنا على الجمهور الداخلي للمؤسسة المينائية دون غيرهم، فقد تم اختيار العينة القصدية (العمدية) وهي "التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة"³

وقد ارتأينا من خلال مجتمع الدراسة أخذ عينة تتكون من 150 مفردة وقد تمت عملية توزيع الاستمارة في الفترة ما بين 16 ماي إلى 13 جوان على عينة من الجمهور الداخلي (الموظفين) للمؤسسة المينائية، لإبداء آرائهم حول موقعها الإلكتروني ومدى معرفتهم له.

¹ محمد : الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الجامعية، المكتب الجامعي الحديث، د.ط، الإسكندرية، 1999، ص 112.

² جودت عطوي: أساليب البحث العلمي، الدار العلمية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، ط10، عمان، 2009، ص 268.

³ أحمد بن مرسل: مرجع سبق ذكره، ص ص 197-198.

7- تحديد المفاهيم:

7-1- مفهوم التأثير:

لغة: من الفعل استأثر استثناراً فهو مستأثر، استأثر الله بفلان توفاه واستأثر بالشيء أعطاه إياه دون غيره من الناس.¹

اصطلاحاً: عرفه منير حجاب على أنه بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد، فقد نلفت الرسالة انتباهه ويدركها وتضيف له معلومات جديدة، وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل سلوكه السابق، وهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام إلى حدوث تغيير إلى تلك الاتجاهات، ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علني.²

7-2- مفهوم الاتصال:

لغة: كلمة الاتصال Communication مشتقة من الكلمة اللاتينية Comines وبالانجليزية Comines وبالفرنسية Commun، أي عام ومشترك، أي اشتراك مع الغير سواء كان شخص أو مجموعة من الأشخاص في المعلومات أو الاتجاهات.³

- كلمة "اتصال" في اللغة العربية مشتقة من الجذر "وصل" والذي يحمل معنيين اثنين، الأول هو "الربط" بين شيئين أو شخصين، أي إيجاد علاقة من نوع معين تربط بين الطرفين، أما المعنى الثاني فهو "البلوغ" والانتهاء إلى غاية معينة.

- يعرف قاموس "أوكسفورد" الاتصال بأنه: "نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات"⁴.

اصطلاحاً: يشيع استعمال "الاتصال" كفعل أو كمفهوم لدى عدد كبير من الناس، وهم في هذا قد يتفقون أو يختلفون حول ما يعتبرونه اتصالاً، فالاتصال اليوم يعد من بين المفاهيم البسيطة، والمعقدة في نفس الوقت، بسيط لأنه فعل

¹ قاموس المعاني، عربي عربي: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2008، ص 62.

² محمد منير حجاب: أساسيات البحوث العلمية والاجتماعية، دار النصر للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2002، ص 105.

³ بوفلجة غياث: مقدمة في علم النفس التنظيمي، ديوان المطبوعات الجامعية، 1992، ص 35.

⁴ محمد فريد محمود عزت: قاموس المصطلحات الإعلامية، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1984، ص 86.

وعملية بيولوجية واجتماعية أولية، الكل يقوم بها بشكل إرادي أو عفوي، ومعقد لأنه باستعمالاته وتطبيقاته الواسعة صار مجالاً كبيراً للتداخل بين الاختصاصات العملية¹.

- الاتصال هو ظاهرة إنسانية يحتاج إليها الإنسان في حياته بغية تحقيق ذاته، داخل الجماعة التي ينتمي إليها².
- جاء تعريف الاتصال في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية "لأحمد زكي بدوي" على أنه الإجراء الذي يتم من خلاله تبادل الفهم بين الكائنات البشرية أو هو العمل الذي عن طريقه تنتقل المعاني من إنسان لآخر³.
- وفي قاموس الإدارة العامة، أورد "زكي غوشة" تعريفاً للاتصال بأنه: "نقل المعلومات بين الموظفين ورؤسائهم على مختلف الاتجاهات والمستويات الإدارية في المنظمة"⁴.
- الاتصال هو ظاهرة إنسانية يحتاج إليها الإنسان في حياته بغية تحقيق ذاته داخل الجماعة التي ينتمي إليها⁵.
- وعرفه Pierre -g- Bergeron، هو صيرورة نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل بهدف إفهامه الرسالة والتأثير على سلوكه⁶.

التعريف الإجرائي للاتصال:

بناء على التعاريف السابقة يمكن استخلاص تعريف للاتصال هو:

هو عملية نقل المعلومات بين طرفين، الأول مرسل والثاني مستقبل، من خلال قناة معينة مع وجود التغذية الراجعة ذلك من أجل الوصول إلى التفاهم والتعاون.

7-3- مفهوم التنظيم:

تعددت الآراء حول مفهوم التنظيم، فالبعض يطلق مفهوم التنظيم على المنظمات أو المؤسسات التي تقام بطريقة مقصودة قصد تحقيق أهداف معينة، والبعض الآخر اعتبر أن التنظيم هو العملية الاجتماعية التي تهدف إلى تنظيم سلوك الأفراد والتحكم فيه بقصد توجيهه وجعله ملائماً لمخططات التنمية.

¹ هالة منصور: الاتصال الفعال، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 11.

² أحمد محمد عليق وآخرون: رسائل الاتصال ومفاهيمه، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2004، ص 16.

³ بشير العلاق: الاتصال في المنظمات العامة، دار اليازوري العامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 17.

⁴ بوحنية قوي: الاتصالات الإدارية داخل المنظمات المعاصرة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 30.

⁵ صالح بن نوار: فعالية التنظيم في المؤسسة الاقتصادية، مخبر علم الاجتماع الاتصال، قسنطينة، 2006، ص 64.

⁶ Pierre -G- Bergeron: La gestion modern teriorie et casgestio marin-editeur, Quebec. 1989, p369.

فكلمة التنظيم ترجمة للمصطلح الإنجليزي "Organization"، أما المصطلح العربي فهو من الفعل نظم، ينظم، تنظيماً، ومنها كلمة تنظيم، ويقصد بها ترتيب الأمور¹ ووضعها في صورة منطقية تخدم الهدف المنشود.

أما اصطلاحاً فيعني حسب "محمد عبد الوهاب": «التنظيم عبارة عن شيئين، وظيفة وشكل الوظيفة عبارة عن عملية جمع الناس في منظمة، وتقسيم العمل فيما بينهم وتوزيع الأدوار عليهم حسب قدراتهم ورغباتهم، والتنسيق بين جهودهم وإنشاء شبكة متناسقة من الاتصالات بينهم تمكنهم من تحقيق الأهداف المحددة والمعروفة لدى الجميع.

أما الشكل فهو التنظيم ويقصد به الجماعات والأدوار والأقسام التي يعمل بها الناس، والعلاقة التي تنظم أعمالهم بطريقة متعاونة ومنسقة ليصلوا بها إلى هدف محدد»².

يتضح من هذا التعريف أن التنظيم هو جملة من العمليات المختلفة التي تحدث داخل المؤسسة من اتصال وتوزيع للمهام هذا ما من ناحية، ومن ناحية أخرى التنظيم هو المكان الذي يتم فيه إجراء العمل بشكل متعاون بين الموارد البشرية لتحقيق أهداف المؤسسة، أما الجانب الذي أغفله الباحث هو كون التنظيم نسق مفتوح يتفاعل مع البيئة الخارجية.

أما "براون" فيرى بأن التنظيم هو: «العملية التي تحدد الدور الذي يرتجى أن يحققه كل عضو في المنظمة لتصبح أكثر كفاءة في تحقيق الأهداف»³.

من خلال هذا التعريف يمكن القول أن التنظيم هو تقسيم نواحي النشاط في المنظمة، وتحديد الأعمال المراد أدائها من طرف العمال والنتائج المرجوة منهم، وما يعاب على التعريف تركيزه على اعتبار العامل أداة المنظمة في تحقيق أهدافها.

ويعرفه "نيومان" بأنه: «عملية تشمل تقسيم وتجميع العمل الواجب تنفيذه في وظائف مفردة، ثم تحديد العلاقات المقررة بين الأفراد الذين يشغلون هذه الوظائف»⁴.

¹ بوفلجة غياث: فعالية التنظيمات "تشخيص وتطوير"، دار الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2003، ص 05.

² لوكيا الهاشمي: نظريات المنظمة، دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، (د.س)، ص 1 0.

³ محمد رسلان الجبوسي، جميلة جاد الله: الإدارة علم وتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008، ص 87.

⁴ حسان الجيلاني: التنظيم والجماعات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2008، ص 62.

نقرأ من هذا التعريف أن التنظيم عبارة عن الشكل الذي توضع فيه الجهود الجماعية لتحقيق وظيفة أو غرض معين وتحقيق العلاقات بين العمال حسب الوظائف التي يشغلونها، مما يعني التركيز على التنظيم الرسمي وإهمال التنظيم غير الرسمي.

7-4- مفهوم الاتصال التنظيمي:

- يعرفه "فضيل دليو": بأنه تلك العملية التي تهدف إلى تدفق البيانات والمعلومات اللازمة لاستمرار العملية الإدارية عن طريق تجميعها ونقلها في مختلف الاتجاهات (هابطة، صاعدة، أفقية) داخل الهيكل التنظيمي وخارجه، بحيث تتيسر عملية التواصل المطلوب بين مختلف المتعاملين¹.

- أما محمد علي محمد فيرى أن الاتصال التنظيمي "عبارة عن شبكة مصممة من أجل نقل المعلومات داخل البناء التنظيمي على مختلف مستوياته، وبدونه يتعذر وجود تنظيم سليم، لأن الاتصال هو العملية الوحيدة التي تربط الأفراد ببعضهم داخل جماعة العمل، وهو الممر الذي تعبر عليه كل أنواع المعلومات الفنية والعلاقات الإنسانية².

- أما محمد منير حجاب، يرى أن الاتصال التنظيمي هو العملية التي تهدف إلى تدفق البيانات والمعلومات في صورة حقائق بين وحدات المشروع المختلفة، في مختلف الاتجاهات بين هابطة وصاعدة وأفقية وعبر مراكز العمل المتعددة داخل الهيكل التنظيمي³.

- ويعرفه "إبراهيم عرقوب" الاتصال المؤسسي، بأنه عبارة عن: "الاتصال الإنساني المنطوق والمكتوب الذي يتم داخل المؤسسة على المستوى الفردي والجماعي ويساهم في تطوير أساليب العمل، وتقوية العلاقات الاجتماعية بين الموظفين، وهو يتضمن الاتصال الرسمي وغير الرسمي"⁴.

- ويعرفه كل من "Sanborn" و "Redding" الاتصال التنظيمي بأنه: "إرسال المعلومات واستقبالها في نطاق منظمة أعمال كبيرة ومعقدة، ويقدر Zelko و Dance أن الاتصال التنظيمي هو نظام متداخل يشمل الاتصال

¹ فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2003، ص 16.

² محمد علي محمد: واقع الاتصال الرسمي في تنظيم المؤسسة، رسالة ماجستير في علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة، 1995، ص 51.

³ محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 35.

⁴ فضيل دليو: مرجع سابق، ص 28.

الداخلي والخارجي ويهتم بالمهارات الاتصالية منظمة الأعمال أما Lesikar فقد أضاف بعدا ثالثا للاتصال التنظيمي وهو البعد الشخصي إلى البعدين الذين طرحهما Zelko و Dance¹.

- يعرفه محمد فتحي بأنه: "تبادل البيانات والمعلومات والحقائق داخل المؤسسة وخارجها، من خلال شبكة من الاتصال يتم فيها ربط الإدارة والأقسام والعاملين فيها بعضهم ببعض، وتتخذ هذه الاتصالات عدة أنماط وأشكال، وربما تكون بين مجموعة من الناس ومجموعة أخرى أو ربما تكون هذه الاتصالات مقصورة على الأعضاء والعاملين بالمؤسسة، أو تكون موجهة إلى خارجها أو خليط من كل هذا"².

- يلاحظ على جميع التعاريف أن بعضها ما هو شامل وعام، وفيها ما هو أكثر تحديدا وتخصصا، وكل واحد تناوله أو ينظر إليه صاحبه من زاويته الخاصة وميدان اهتمامه، إلا أنها تتفق أو تشترك في أغلب الأحيان، إن لم نقل أن الصفة الرئيسية المشتركة هي نظرتها للاتصال على أنه عملية يتم من خلالها التبادل ونقل المعلومات، ويستهدف التفاهم بين طرفي عملية الاتصال، كما يحدث التغيير في سلوك، ويؤدي إلى التعاون والتكامل بين أعضاء التنظيم ومن هنا نتوصل إلى تعريف إجرائي يتماشى مع موضوع دراستنا:

الاتصال التنظيمي هو عملية يتم فيها تبادل ونقل المعاني والمعلومات والأفكار والمشاعر عن طريق التفاعل بين أعضاء المؤسسة من مستوى إلى مستوى آخر بطرق رسمية وغير رسمية، من أجل تكوين علاقات اجتماعية بغية تحقيق أداء فعال والوصول إلى الأهداف المخطط لها.

7-5- تعريف الانترنت:

التعريف اللغوي:

إن التسمية العلمية للانترنت مكونة من مقطعين (inter) وتعني الدخول والثاني (net) وتعني الشبكة ليكون المعنى بشكل مبسط الدخول إلى الشبكة³.

كلمة internet كلمة منحوتة coined من كلمتين interconnection وهي بمعنى ربط أكثر من شيئين ببعضهما البعض وكلمة شبكة network فاستعير من الكلمة الأولى الجزء الأول منها هو inter ومن الثانية الجزء الأول

¹ محمد ناجي جوهر: الاتصال التنظيمي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية، 2000، ص 18.

² محمد فتحي: 766 مصطلح إداري، دار التوزيع والنشر الإسلامية، مصر، 2003، ص 10.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل، عمان الأردن، 2011، ص 50.

أيضا وهو nat فصارت الكلمة الجديدة المنحوتة هي internet وكثير من الناس يعتقد أن الجزء الأول مأخوذ من كلمة international ويصف الانترنت بأنها الشبكة الدولية للمعلومات وهذا خطأ.

فانترنت هي شبكة دولية حقا بحكم انتشارت وعمت أرجاء العالم ولكن عندما أطلق عليها الاسم internet لم تكن دولية بل كانت شبكة محلية أمريكية¹.

التعريف الاصطلاحي:

شبكة تربط بين عديد من الشبكات المنتشرة في العالم كل من شبكات حكومية وشبكات جامعات ومراكز بحوث شبكات تجارية وخدمات فورية ونشرات إلكترونية وغيرها يصل إليها أي شخص يتوفر لديه جهاز كمبيوتر ومودم وخط تليفوني ليحصل على عدد لا متناه من المعلومات².

يقول العالمان الأمريكيان قلي هارا كادي وبات ماكروجر GLEE HARA CADY and MCREGOLR في الإجابة على هذا السؤال حول ماهية الانترنت ليست هناك إجابة موحدة متفق عليها على هذا السؤال لأن الانترنت شيء مختلف بالنسبة لأي منا³.

1- إنها مجموعة من الحاسبات الآلية تتصل عبر الألياف الضوئية وخطوط التليفون ووصلات الأقمار الصناعية وغيرها من الوسائل.

2- هي محيط من الثروات في انتظار من ينقب عنها.

3- هي مكان تقديم فيه الأبحاث.

4- هي فرص تجارية غير محدودة.

5- هي مجموعة عالمية لأي مشكلة أو حاجة.

6- هي منجم من الذهب يضم أصحاب الكفاءات في جميع الميادين وهم يتقاسمون المعلومات عن مجالات عملهم.

¹ علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا، مطبعة ومكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2004، ص 240.

² رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، دار الفجر، القاهرة، 2011، ص 67.

³ علي محمد شمو، مرجع سابق ص 227-228.

ورغم الاستخدام الواسع للانترنت إلا أنه لم نجد تعريفاً محدداً للانترنت حيث أن كل عالم أو باحث يعرفها على حسب تخصصه أو مجال عمله ويختلف مفهوم الانترنت باختلاف مجال استخدامها.

7-6- تعريف السمعة:

لغة: أصلها من السمع أي الأذن والسمع ما وقر فيها من شيء يسمعه، يقال أساء سمعا أي لم يسمع حسنا والسماع ما سمعت ما سمعت به فشاع أي انتشر، ويقال تسمعت إليه، وسمعت إليه وسمعت له، وتسامع به الناس أي تداوله.¹

اصطلاحاً: وهي نتيجة لجهود وظيفية أو نشاط سواء كان إيجابياً أم سلبياً وهو تقييم عام لما يتمتع به الشخص أو المؤسسة من سمعة طيبة أو سيئة، ولا يوجد تعريف محدد أو تفق عليه، لاختلاف فلسفتها من عصر إلى عصر آخر أو من مكان إلى مكان آخر، ولشكل بناء وإدارة السمعة من أولويات نشاط العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة.²

7-7- مفهوم المؤسسة:

أ- لغة: هي جمعية أو معهد أو شركة، ويقال: مؤسسة علمية، مؤسسة صناعية، استناداً إلى القاموس العربي (المورد) فلكمة مؤسسة مشتقة من الفعل: أسس، يؤسس، مؤسس، مؤسسة.³

ب- اصطلاحاً: المؤسسة هي مجموعة من الطاقات البشرية والموارد المادية (طبيعية كانت أو مالية أو غيرها) والتي تشتغل فيما بينها وفق تركيب معين وتوليف محدد قصد إنجاز أو أداء المهام الموصلة من طرف المجتمع.⁴

- هي نمط من النظام الذي يوفر لأفراد المجتمع خدمات ومنافع مقابل أسعار معينة لتلبية أغراضهم الاستهلاكية الفردية أو الاجتماعية.⁵

¹ الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، الفارابي، ط4، بيروت، 1987، ص 1232.

² فهمي محمد العدي: مفاهيم حديثة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، (د/ط)، عمان، 2011، ص 15-16.

³ أحمد طرطار: تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسات، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د ط، 2002، ص 15.

⁴ سمير أحمد عسكري: مدخل إدارة الأعمال، دار النهضة، مصر، ط1، 1984، ص 19.

⁵ جمال مجاهد: العلاقات العامة، رؤية نظرية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 13.

- يرى "دروكر" أن المؤسسة عبارة عن: "مجموعة بشرية متكونة من أخصائيين يعملون معا لأداء مهمة مشتركة وهي تتميز بغلاف التجمعات الاجتماعية التقليدية للمجتمع أو الجماعة أو العائلة، بتصميم قصدي ولا يعتمد على الطبيعة النفسية للإنسان وعلى حاجاته البيولوجية ومع ذلك فقد صممت بصفاتها إنتاجا بشريا لتدوم لمدة معتبرة¹.

7-8- سمعة المؤسسة:

هي الصورة الذهنية أو الانطباع الذهني لدى المتعاملين معها عن خدماتها وسياساتها وأنظمتها سواء كانوا من الداعمين، أو المعارضين، أو العاملين، أو العملاء، أو الموردين، أو الحكومة، أو المنافسين أو غير ذلك من المنظمات أو الأشخاص الذين تتضمنهم البيئة الداخلية والخارجية التي تتعامل فيها المنظمة، وكلما كان رأي هؤلاء الأطراف إيجابيا في تعاملها معهم كلما حرص أطراف التعامل على استمرار العلاقة وتحسينها والقضاء على السلبيات التي تعوق استمرارها ونموها، أما إذا حدث العكس فإن هذه الأطراف تحاول أن تحقق أكبر استفادة في علاقتها مع المؤسسة، باعتبار أن كل معاملة معها قد تكون المعاملة الأخيرة، ويمثل هذا الوضع الأخير نقطة خطيرة بالنسبة للمؤسسة.

وقد يؤثر ذلك سلبيا حيث تنعدم الثقة المتبادلة بين المؤسسة والمجتمع، فلا تستطيع الحصول على تمويل لاحتياجاتها، ولا تستطيع ضمان الاستقرار والاستمرار في أوقات الأزمات، ويصبح من السهل تحول الداعمين والمستفيدين إلى جهات أخرى إذا كانت الفرصة متاحة.

حيث تسعى المؤسسات الصناعية والتجارية والخدمية كذلك إلى رسم صورة ذهنية إيجابية عنها لدى عقول الأفراد، إذ أن الصورة الذهنية لأي مؤسسة هي بمثابة الشخصية للإنسان².

7-9- مؤسسة ميناء سكيكدة:

التسمية: المؤسسة المينائية لسكيكدة "Entreprise Portuaire de Skikda" بالاختصار E.P.S.

الشكل القانوني: مؤسسة عمومية اقتصادية، مؤسسة ذات أسهم مسيرة عن طريق قوانين نظم متعلقة بالاستقلالية للمؤسسات. تأسست المؤسسة المينائية لسكيكدة بمقتضى المرسوم رقم 82/284 الذي صدر بتاريخ 14 أوت

¹ روجيه البلنكي: قاموس عربي إنجليزي، دار المعلم، بيروت، 1994، ص 6.

² موقع كنانة: إدارة السمعة الإلكترونية 302.062 <https://kenanaonline.com/users/elmedkordiposte.302.062>

1982م أي في خضم برنامج إعادة الهيكلة للمؤسسات، حيث أسندت إلى هذه المؤسسة المهام التي كانت على عاتق الوحدة المنحلة والتي عن طريق إعادة هيكلتها أنشئت المؤسسة المينائية لسكيدة وهذه الوحدات:

الديوان الوطني للموانئ "ONP"

الشركة الوطنية للشحن والتفريغ SONAMA

الشركة الوطنية لشحن البواخر CNAN / REMORQUAGE

وبعد إعادة الهيكلة أنشئت المؤسسة المينائية لسكيدة برأس مال قدره 100.000.000 دج بتاريخ 1989/03/23م

تحصلت المؤسسة على استقلاليتها وأصبحت مؤسسة عمومية اقتصادية حسب القانون رقم: 88/01 المؤرخ في 1988/01/12م ولقد تحولت إلى شركة مساهمة برأس مال قدره 135.000.000 دج، وتوجد تحت سلطة المؤسسة 5 موانئ تتربع على مساحة قدرها 30 كلم وهذه الموانئ هي:

1/ الميناء المزدوج الذي يعتبر من أقدم الموانئ وهو الميناء التاريخي للمدينة وتضمن كل النشاطات التجارية لمختلف السلع إلى جانب المحروقات.

2/ ميناء المحروقات وهو من أحدث الموانئ أسس عام 1971.

3/ ميناء القل والمرسى وسطورة المختصة في نشاطات الصيد البحري.

وبتطبيق المرسوم 88-01 بتاريخ 1988/01/12م الذي يتضمن توجيه المؤسسات العمومية، المؤسسة المينائية لسكيدة تحولت بتاريخ 1989/03/21م إلى مؤسسة عمومية اقتصادية مستقلة ذات أسهم برأس مال اجتماعي قدره 10.000.000 دج ثم رفع رأس مال الشركة إلى 800.000.000 دج سنة 2004 ثم إلى 3.500.000.000 دج سنة 2010.

تم تحويل عام 2003 أسهم المؤسسة المينائية لسكيدة من المجمع العمومي للكيمياء الصيدلة-الخدمات إلى مؤسسة تسيير مساهمات الدولة للموانئ.

تم فصل موانئ الصيد عن قطاع الموانئ والتي أصبحت تسيير من طرف مؤسسة تسيير موانئ الصيد ومخابئ البحر كما تم في أواخر 2005 فصل تسيير ميناء المحروقات الذي أصبح تابع لوزارة الطاقة والمناجم عن طريق مؤسسة STH.

الشركات المساهمة: لضمان تطوير نشاطاتها طورت المؤسسة مساهمتها في عدة شركات ذات نشاطات مختلفة وخاصة النقل البري للسلع وهذه المؤسسات هي:

- مؤسسة تسيير موانئ الصيد ومخابئ البحر (EGPP) ... %100
- شركة التنسيق اللوجستيكي (SIL) ... %66.
- المال وبالانس غوين
- سكيكدة حاويات خدمات (SCS) ... %52.11
- شركة النقل وعمليات الرفع والملحقات (STORA) ... %20
- شركة تسيير نهائي نقل المحروقات (SGTH) ... %15
- مجمع (CNAC) ... %8.69
- شركة الاستثمار الفندقية (S...H) ... %6.23

المقر الاجتماعي للمؤسسة: طريق جزيرة الماعز صندوق بريد رقم 65 سكيكدة 21000 الجزائر.

رقم الأعمال 2012: 6.032.094.000 د.ج.

عدد المستخدمين: 1858 عاملا سنة 2013م.

رأس مال المؤسسة: 3.500.000.000 د.ج.

الهاتف: () 54-22-75/50-68-75-38 (0) 213 + 213 (0) 75/38-23-75/70-24-75/05-89-23

والفاكس: 55-22-75/15-20-75/38-20-75/15-22-55 (0) 213 +

الموقع الإلكتروني: www.skikda.port.com

البريد الإلكتروني: epskikda@skikda-port.co

8- الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة بمثابة الإطار النظري أو المنطلق الرئيسي الذي يعود إليه الباحث لإنجاز بحثه ليستطيع الإحاطة بكل جوانب موضوعه، والاستفادة مما وصلت إليه البحوث العلمية من خلال عدد من الخطوات خاصة

المنهجية منها، حيث تساعده على طرح المشكلة بدقة وتحديد المفاهيم والمصطلحات وصياغة الفروض بشكل واضح من جهة، كما تساعده من جهة أخرى في معرفة الجانب الميداني إذ يتعرف على المناهج المستخدمة وأدوات البحث وكيفية توظيفها ومعرفة الصعوبات التي ستواجهه، وفي هذا الصدد اعتمدنا في دراستنا على عدد من الدراسات السابقة صنفت على الشكل التالي:

الدراسة الأولى: بعنوان "الاتصال التنظيمي وعلاقته بأداء عمال المؤسسة الاقتصادية"

- دراسة ميدانية بمؤسسة توزيع مواد البناء - أم البواقي - من إعداد الطالبة "أميرة جرمان"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، علم النفس العمل وتسيير الموارد البشرية، سنة 2012، بجامعة أم البواقي

مشكلة الدراسة في التعرف على لعلاقة التي تربط بين الاتصال التنظيمي وأداء عمال المؤسسة الاقتصادية العمومية من خلال توضيح طبيعة نمط الاتصال التنظيمي السائد في المؤسسة والمعوقات التي تعاني منها عملية الاتصالات في المؤسسة والتي تؤثر بدورها على أداء العاملين، والتي يمكن الاستفادة من نتائجها في رفع مستوى أداء العاملين، وذلك بطرح تساؤل رئيسي جاء على النحو التالي: هل نمط الاتصال يساهم في تحسين أداء عمال المؤسسة الاقتصادية العمومية مؤسسة توزيع مواد البناء؟

وقد قسمت الباحثة التساؤل الرئيسي إلى تساؤلات جزئية كان أهمها:

- هل الاتصال النازل والصاعد يساهم في تحسين أداء عمال المؤسسة الاقتصادية العمومية مؤسسة توزيع مواد البناء؟

- هل الاتصال الأفقي يساهم في تحسين أداء عمال المؤسسة الاقتصادية العمومية مؤسسة توزيع مواد البناء؟

وانطلقت الدراسة من فرضية عامة مفادها:

- يختلف مستوى أداء عمال المؤسسة الاقتصادية العمومية مؤسسة توزيع مواد البناء باختلاف نمط الاتصال السائد.

ونتاجا لهذه الفرضية تولدت منها فرضيتين جزئيتين، للإجابة على تساؤلات الدراسة والتحق من صدق فرضياتها، اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي لملائمته لموضوع الدراسة، وتكونت العينة من تسع (9) عمال.

ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمدت الباحثة على المقابلة كأداة للدراسة تم تقسيمها إلى محورين هما: الاتصال التنظيمي والأداء وقد قامت الباحثة بمعالجة البيانات باستخدام التكرارات والنسب المئوية وتحليل المحتوى.

ومن خلال إجابات أفراد العينة، توصلت الباحثة إلى عدة نتائج أهمها:

- لا يختلف مستوى أداء عمال المؤسسة الاقتصادية العمومية، مؤسسة توزيع مواد البناء باختلاف نمط الاتصال السائد.

- لا يساهم الاتصال النازل والصاعد في تحسين أداء عمال المؤسسة الاقتصادية العمومية، مؤسسة توزيع مواد البناء.

- لا يساهم الاتصال الأفقي في تحسين أداء عمال المؤسسة الاقتصادية العمومية، مؤسسة توزيع مواد البناء.

وقد توصلت الباحثة (الطالبة) من خلال هذه الدراسة الميدانية إلى أن الاتصال كمتغير لا يؤثر في الأداء، لأن الاتصال هنا هدفه ومهمته نقل المعلومات المهنية فقط، أما الأداء فلا يمكن تحسينه لعدم وجود معايير تقويم أداء، وبالتالي لا يمكن من خلاله تحفيز العمال.

ومن خلال اطلاعنا على هذه الدراسة التمسنا جملة من النقاط التي أوضحت لنا مجموعة من المؤشرات التي تخدم دراستنا نظريا، حيث تناولت هذه الأخيرة الاتصال التنظيمي والمؤسسة الاقتصادية وهما الجانبين المهمين في دراستنا كما اتضح لنا من خلال نتائج الدراسة عدم وجود علاقة سليمة بين الاتصال التنظيمي وتحسين الأداء، مما ساعدنا كثيرا في تحديد وطرح أسئلة الاستبيان، وكذا استفدنا من نتائج الدراسة التي تشبه إلى حد كبير أهداف دراستنا.

الدراسة الثانية: بعنوان "مجالات استخدام شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" في الأنشطة الاتصالية"¹، لنيل درجة الماجستير في الإعلام، جامعة القاهرة سنة 2003، هدفت هذه الدراسة إلى توصيف وتحليل مواقع منظمات الأعمال على الويب بحيث يتم الدمج بين اختبار مضمون الموقع وتنظيمه أو تركيبه للتعرف على كيفية استخدام منظمات الأعمال لمواقعها بصورة كاملة، واندرجت إشكالياتها باعتبار أن الانترنت وسيلة اتصال جماهيرية حيث أقبلت العديد من المنظمات على استخدامها وأيضا كانت الامكانيات التي تقدمها الانترنت لاتصال المنظمات بجماهيرها، حيث يمكن للعلاقات بين المنظمة وجماهيرها أن تأخذ مكانها، وجاء التساؤل الرئيسي في شكل السؤال

¹ أمل محمد فوزي منتصر، مجالات استخدام شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" في الأنشطة الاتصالية، مذكرة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، القاهرة، 2003.

التالي هو أنه كيف للويب أن تحقق هذه الغاية؟ وإذا كان بناء العلاقة أساس العلاقات العامة، فكيف يمكن للتكنولوجيا الويب أن تؤثر على العلاقات الاتصالية بين المنظمة وجمهورها.

استخدمت الباحثة منهج التحليل المضمون، والعينة قصدية مكونة من 50 مفردة لخمسين منظمة.

ومن النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة ما يلي:

- أن المواقع الرسمية لكبرى منظمات الأعمال في العالم هي مواقع إعلامية بالدرجة الأولى وليست مواقع تسويقية أو تجارية.
- أن مواقع منظمات الأعمال موضوع دراستها هي كذلك مواقع للعلاقات العامة بالدرجة الأولى، حيث أن معدات أهداف العلاقات العامة ظهرت بنسبة كبيرة في مضمون الموقع.

خلاصة:

إن الإطار العام للدراسة يساهم بشكل كبير في توجيه الباحث للمسار الصحيح للدراسة، كما أن هذه المرحلة تزيل الغموض واللبس الذي يسود موضوع الدراسة، وعليه تم التطرق في هذا الفصل إلى كل ما يتعلق بهذا الإطار، إذ تم تناول أهم جوانبه من إشكالية، أسباب اختيار موضوع الدراسة، وكذا أهميته ثم الأهداف المرجوة بلوغها، كما تم التطرق في هذا الفصل إلى أهم المفاهيم الواردة في الدراسة، بالإضافة إلى نوع الدراسة منهجها، مجتمع وعينة الدراسة، والدراسات السابقة المتعلقة بكل من الاتصال التنظيمي، وفي الفصل الموالي سيتم التعرف على الاتصال التنظيمي باعتباره محورا أساسيا في دراستنا.

الفصل الثاني:

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الاتصال التنظيمي

المطلب الأول: هيكل الاتصال التنظيمي

المطلب الثاني: وظائف الاتصال التنظيمي

المطلب الثالث: شبكات الاتصال التنظيمي

المطلب الرابع: أهمية وأهداف الاتصال التنظيمي

المبحث الثاني: أساليب الاتصال التنظيمي ومعوقاته

المطلب الأول: طرق الاتصال الرسمي في التنظيم

المطلب الثاني: معوقات الاتصال التنظيمي

المطلب الثالث: مدارس (نظريات) الاتصال التنظيمي

تمهيد:

يعتبر الاتصال التنظيمي أحد المواضيع التي لا تزال تستقطب اهتمام الدارسين والباحثين في مجال العلوم الاجتماعية خاصة في المجال المؤسساتي نظرا لما له من دور فعال في تنظيم وضبط العلاقات بين الإدارة والعمال وتحسين أدائهم في المؤسسة الاقتصادية فهو هنا بمثابة محرك لعملية الصناعة لحركة السوق الاقتصادي ولاستمرارية وديمومة المنافسة.

ومن خلال هذا الفصل سنتطرق إلى ماهية الاتصال التنظيمي الذي يتم فيه توضيح هيكله ووظائفه وشبكاتاه وأهميته ضمن المبحث الأول، أما المبحث الثاني فسيتم التعرض فيه إلى أساليب الاتصال الرسمي في التنظيم إلى معوقات الاتصال التنظيمي مع إعطاء بعض خصائصه وفي الأخير نسلط الضوء على أهم نظرياته.

المبحث الأول: ماهية الاتصال التنظيمي

المطلب الأول: هيكل الاتصال التنظيمي

يتكون كل نسق من عدة وحدات ومستويات مختلفة، وهذه الوحدات والمستويات تشكل هيكل المنظمة أو النظام الإداري لها الذي يحدد بصفة رسمية مكانة ودور كل فاعل داخله ولا يمكن أبدا فصل الهيكل التنظيمي عن هيكل السلطة، إذ أن هذا الأخير هو الذي يحدد حدود المهام التنظيمية التي ترتبط بدرجة أساسية بمناصب العمل.

حيث توجد صلة بين التنظيم الإداري وعملية الاتصال، إذ نجد التنظيم الرسمي هو الذي يعمل على تقسيم العمل ويحدد السلطات والمسؤوليات والواجبات، وكذلك العلاقات الوظيفية، ويقابله التنظيم غير الرسمي والذي يتحدد بين العاملين على أسس شخصية تفاعلية، ولكلا النوعين من التنظيم صلة وثيقة ومباشرة بعمليات الاتصال فنتيجة للتفاعل الحاصل بين الفاعلين في إطار الهيكل التنظيمي الذي يقتضي تبليغ المعلومات والأوامر والتعليمات إلى مختلف المستويات والأقسام فقد أصبح من الضروري وجود منافذ ومسالك لهذه العملية والتي نعبر عنها بالهيكل الرسمي الذي يتميز بالتنظيم الرسمي المنسق، كما يمكن ربط الاتصال التنظيمي اللارسمي بجماعات معينة داخل التنظيم الرسمي نفسه.

أولاً: الاتصال التنظيمي الرسمي

1- مفهومه:

"هو ذلك الاتصال الذي يتم في المنظمات الإدارية المختلفة، ويكون خاضعا في مساراته وقنواته للاعتبارات التي تحددها القوانين والأنظمة واللوائح والقواعد العامة المتبعة في هذه المنظمة"¹

"هو الذي يتم من خلال شبكة الاتصالات الرسمية عبر خطوط السلطة التي تربط كافة أجزاء المنظمة ببعضها البعض، وبالتالي فهو يمكن أن يتم من الأعلى إلى الأسفل وفي هذه الحالة ينقل الأوامر والتعليمات والتوجيهات من المستويات الإدارية الأعلى إلى المستويات الأدنى"²

ويمكن أن نعرفه أيضا بأنه تلك القنوات الرسمية التي تحددها الإدارة لانسباب المعلومات، وتوجد في الهيكل التنظيمي ويتم من خلال خطوط وقنوات خاضعة لقوانين وقواعد تفرضها المنظمة.

¹ عمر وصفي عقيلي: الإدارة أصول ومفاهيم، دار زهوان النشر والتوزيع، عمان، 1997، ص 104.

² هالة منصور: الاتصال الفعال مفاهيمه وأساليبه ومهاراته، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 54.

ويعتمد هذا النوع من الاتصال على المذكرات أو التقارير أو الاجتماعات الرسمية، وقد يكون صاعد أو نازل أو أفقي، أو محوري، وتبعد العلاقات في هذا النوع من الاتصال عن الطابع الشخصي وتتقيد بلوائح معينة.

2- مهامه:

يمكن توضيح بعض مهام الاتصال التنظيمي الرسمي في النقاط التالية:

نشر أهداف المنظمة وقيمتها.

إعلام أعضاء المنظمة بخطط المنظمة وإمكانياتها وتطلعاتها.

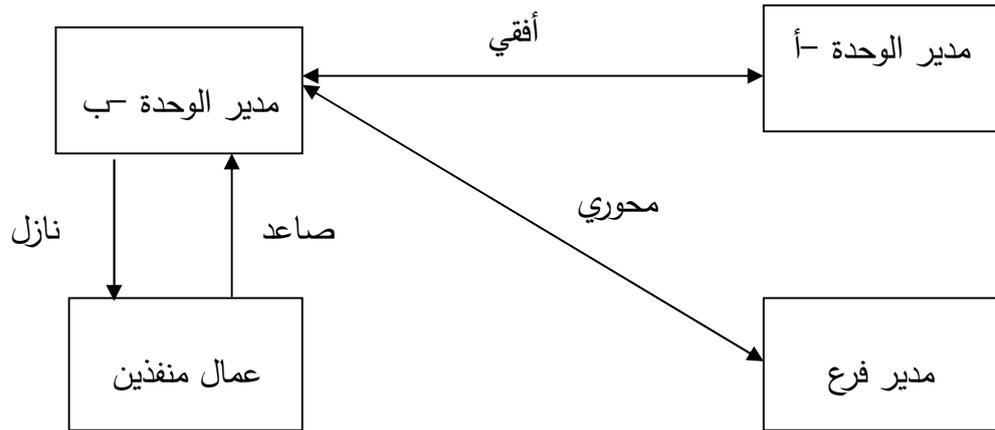
إبلاغ التعليمات والتوجيهات والبيانات والاستفسارات والتوقعات والمقترحات والمشكلات والشكاوى.

توضيح التغييرات والإنجازات.

تطوير الأفكار وتعديل الاتجاهات واستقصاء ردود الأفعال الأمر الذي يصب في النهاية في اتجاه تحقيق الأهداف.

الأمر الذي يصب في النهاية في اتجاه تحقيق الأهداف، وخدمة مصالح العمل من التأثيرات في الأفراد ودفعهم في اتجاه تحقيق الهدف¹.

3- أشكاله: يتخذ هذا النوع من الاتصال التنظيمي الرسمي أربع اتجاهات أو أشكال يمكن إبرازها في الشكل التالي:



شكل رقم (1): يوضح الاتصال الرسمي واتجاهاته².

¹ هالة منصور: نفس المرجع، ص ص 54، 55.

² عبد الغفار حنفي: السلوك التنظيمي وإدارة الفاعلين، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1990، ص 547.

3-1- الاتصال النازل:

أ- مفهومه:

يطلق عليه البعض الاتصال المتجه إلى الأسفل، وبناء عليه تتدفق الرسائل من قمة التنظيم إلى أدناه، وقد يكون هذا الاتصال من الإدارة العليا إلى الإدارة الوسطى أو من الإدارة الوسطى إلى الدنيا¹.

أو من الإدارة العليا مباشرة إلى الدنيا، لذلك فإن هذا النوع من الاتصال يستخدم الأمر والتوجيه والاتصال النازل له هدفان أساسيان هما:

إيصال المعلومات إلى المرؤوسين بطريقة صحيحة وواضحة حتى يمكن إدراكها وفهمها.

قبول المتلقين للمعلومات عن طريق الإقناع الشخصي من الرئيس إلى المرؤوس.

ومن أكثر الطرق المستخدمة في هذا النوع من الاتصال التنظيمي الاجتماعات الرسمية، النشرات الخاصة بالموظفين، كتيبات التنظيم، مجلات التنظيم، مجلات الحائط، التقارير... الخ.

وتجدر الإشارة إلى ضرورة متابعة المعلومات المناسبة من الأعلى إلى الأسفل حتى تضمن وصولها وفهمها بالطريقة الصحيحة وهذا يكون عن طريق التغذية العكسية².

ويمكننا التطرق إلى مزايا ومعوقات هذا النوع من الاتصال التنظيمي فيما يلي:

ب- مزايا الاتصال النازل: للاتصال النازل مزايا عديدة يمكن أن نذكر منها:

إعلام الموظفين وتوجيههم، وتوضيح المواقف المختلفة لهم، وهذا يعمل على إزالة مخاوفهم وشكوكهم وبالتالي يساعد على القضاء على جو عدم الثقة الذي قد يسود المنظمة.

يخلق شعور لدى الموظفين بأنهم موضع اهتمام وتقدير في الإدارة في المستويات العليا، مما يخلق لدى الأفراد الاعتزاز بالنفس والعمل.

¹ محمد يسرى إبراهيم دعيبس: الاتصال والسلوك الإنساني، السلسلة 18، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1999، ص 183.

² محمد يسرى إبراهيم دعيبس: نفس المرجع، ص ص 183، 184.

تمكين الأفراد من متابعة التغييرات والتجديدات المختلفة التي تحدث في المؤسسة وموقف الإدارة منها، مما يساعد على المحافظة على التوازن العام للمؤسسة¹.

ج- معوقات الاتصال النازل:

من بين أسباب فشل هذا النوع من الاتصال عدة معوقات نلخصها فيما يلي:

إن العديد من التنظيمات غالباً ما تعتمد على وسائل اتصال حديثة وتتحاشى الرسائل الشفاهية والمواجهة مما يفقد الاتصال قيمته وهدفه.

أسلوب الفترة من قبل المسؤولين من خلال حجبهم لبعض المعلومات عن المستويات الدنيا، ومعظم هذه المعلومات تؤثر حتماً وبشكل فعال في إحداث الأثر المرغوب للرسائل النازلة من الإدارة للعاملين.

نقص الفهم والمعرفة من جانب المرؤوسين، ويتمثل في عدم إدراكهم بأن هذه المعلومات تقتصر عليهم أم يجب نقلها للآخرين في مستويات أخرى، وهذا من شأنه أن يحد من الاتصال الفعال.

مصادقية المرسل ومدى سلطته ومدى الثقة فيه، والخبرات السابقة له، كل هذا من شأنه أن يؤثر سلباً على الاتصال والعكس.

التوقيت ويقصد به الوقت المناسب لاستقبال المتلقي للرسالة وكذا المكان المناسب والحالة النفسية كل هذه العوامل من شأنها أن تؤثر على عملية الاتصال.



شكل رقم (2) يوضح الاتصال الرسمي النازل².

¹ عبد المعطي محمد عساف: الاتصال الفعال، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص 185.

² عبد الله الويرقي: علم الاتصال المعاصر "دراسة في الأنماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الإعلامية، مكتبة العبيكان، الرياض، ط2، 1997، ص 43.

3-2-الاتصال الصاعد:

أ- مفهومه:

- ويقصد به الرسائل القادمة من مستويات التنظيم الدنيا إلى المستويات العليا ويعد هذا الاتصال حاسما ومهما لنمو وتطوير التنظيم¹.

ويمكن تلخيص محتوى هذا النوع من الاتصال حسب ما جاء به كل من ليسلي وليود في أربع نقاط والمتمثلة في: معلومات حول أداء المرؤوسين ومدى تقدمهم وخططهم المستقبلية.

مشكلات العمل التي تحتاج وقفة من المدير التي تتضمن جملة الشكاوى والمشاكل التي يعاني منها العامل.

أفكار حول تحسين سبل العمل لطلب توضيحات واستفسارات عن بعض النقاط الغامضة في سياسة التنظيم أو أداء عملها.

معلومات حول مشاعر العاملين نحو جوانب العمل المختلفة.

ب- مزايا الاتصال الصاعد:

تمكين الأفراد من التعبير عن أحاسيسهم ومشاعرهم، وهذا بالطبع إرضاء لحاجات اجتماعية وذاتية لهم.

يمكن من اكتشاف الأخطاء قبل وقوعها أو وصولها لمرحلة الخطر ومعالجتها.

المساعدة في زيادة الالتزام من جانب المرؤوسين وتحقيق فرص الاتصال المنتظمة والمتقاربة مع الرئيس، وعليه المرؤوس جزء مهم في المنظمة مما يجعله يدلي بكافة البيانات والمعلومات التي يلمسها في بيئة العمل حتى يمكن للإدارة تحسين وتطوير ظروف العمل ورفع مستوى الأداء وزيادة الإنتاجية².

ج- معوقات الاتصال الصاعد:

هناك عدة معوقات تحول دون تحقيق الأهداف المرجوة من الاتصال الصاعد نذكرها فيما يأتي:

¹ عبد المعطي محمد عساف: المرجع السابق، ص 226.

² طريف شوقي فرج وآخرون: علم النفس ومشكلات الصناعة، دار غريب، القاهرة، دون سنة، ص 289.

محاولة المرؤوسين الهيمنة على العوامل المؤثرة في رأي الرئيس ويحاول أن يترك أثراً إيجابياً لديه، وقد يتطلب ذلك إدخال تعديلات في محتوى الرسالة وفي بعض الحالات الاستثنائية يصل إلى تزيف بعض المعلومات¹.

البعد المكاني والإداري بين الرؤساء والمرؤوسين.

التقاليد الإدارية في المنظمة، مثال اعتبار أنه من الطبيعي أن يبدأ الاتصال بالمرؤوسين وليس العكس ويعتبرون الاتصال الصاعد استثنائي بينما الاتصال النازل هو الأساس.

تفضيل العزلة لدى الرؤساء واتباع سياسة الباب المغلق والبعد عن الاتصال المباشر بالمرؤوسين ويترتب عن ذلك وجود حاجز بين الرئيس والمرؤوسين، مما يجعل معلومات كثيرة خاصة بالعمل تكون بعيدة عن مسمع ومرأى المدير ويؤخذ عليه أن ينقل الأنباء السارة وغير السارة بصورة دائمة².

والاتصال الصاعد يأخذ عدة أشكال، فقد يكون عن طريق الاجتماعات وتقارير الأداء، وصناديق الاقتراحات، واتباع سياسة الباب المفتوح من قبل الرؤساء.



شكل رقم (3): يوضح الاتصال الرسمي الصاعد.

3-3 - الاتصال الأفقي:

أ- مفهومه:

هو ذلك الاتصال الذي يتم بين الأفراد على نفس المستوى الإداري، كأن يتصل مدير الإنتاج بمدير التسويق بغية التنسيق والتكامل، وهذا النوع من الاتصال، ضروري لزيادة درجة التنسيق بين مختلف الوحدات الإدارية في المنظمة³.

¹ خليل محمد الشماع: مبادئ التركيز على إدارة الأعمال، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 1999، ص 283.

² محمد يسرى إبراهيم دعبس: مرجع سابق، ص ص 187، 188.

³ لوكيا الهاشمي: مرجع سابق، ص 225.

كما أن هذا النوع من الاتصال يسمح بوصول المعلومات والآراء والمقترحات من كل جانب الأمر الذي يسمح ويعطي للمديرين فرصة للحصول على ما يلزم لاتخاذ قراراتهم بالاستناد إلى معلومات كافية.

يمكن إجمال أهم وظائف الاتصال الأفقي فيما يلي:

التنسيق عند القيام بالمهام الإدارية

حل المشاكل بواسطة الاجتماع

تبادل المعلومات (المشاركة)

حل الصراع ويتمثل ذلك في اجتماع أعضاء إدارة أو إدارتين ليناقشوا صراعا حصل بين أعضاء إدارة أو إدارتين، حيث أن الاتصال الأفقي هنا يسهل عملية التنسيق بين الإدارات المختلفة، ويقلل من الجهد والوقت اللازمين لتبادل المعلومات بينهما.

ب- مزايا الاتصال الأفقي:

يسمح بوصول المعلومات والآراء والاقتراحات من كل جانب وفي كل وقت تقريبا، الأمر الذي يعطي للمدراء فرصة للحصول على ما يلزم لاتخاذ قراراتهم بالاستناد إلى المعلومات الكافية.

يساعد على رفع الروح المعنوية للموظفين ويبرزهم كشركاء في الإدارة أكثر منهم مرؤوسين¹.

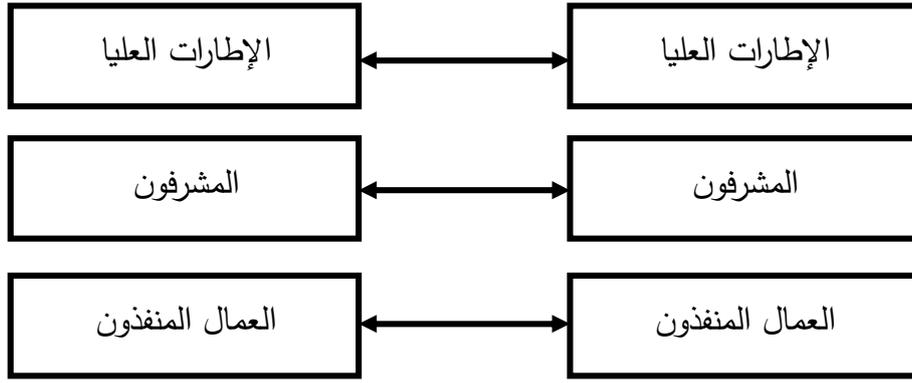
ج- معوقات الاتصال الأفقي:

إن تطبيق مبدأ التخصص وتقسيم العمل داخل المنظمة خلق أنواع متعددة من الولاء داخلها إلى الحد الذي يحول دون تحقيقها.

إن هذا الاتصال إذا تحقق لا يتم بالسرعة المطلوبة ومرد ذلك شدة التمسك بالشكليات والمبالغة في إطالة الإجراءات والتعقيدات².

¹ عبد المعطي محمد عساف: مرجع سابق، ص 283.

² محمد يسرى إبراهيم دعيس: مرجع سابق، ص 225.



شكل رقم (4): يمثل الاتصال التنظيمي الرسمي الأفقي

3-4- الاتصال المحوري:

يطلق عليه تسمية الاتصال القطري أو المائل، وكلها تصب في معنى واحد والذي يتمثل في أنها تتساب بين الأفراد في مستويات إدارية مختلفة ليس بينهم علاقات رسمية في المنظمة، كأن يتصل مدير الإنتاج بأحد أقسام إدارة التسويق¹.

ثانياً: الاتصال التنظيمي غير الرسمي

الاتصال التنظيمي غير الرسمي هو "الاتصال الذي يتم بين الأفراد والجماعات ويكون هذا الاتصال دون قواعد تنظيمية محددة، وواضحة وتتميز هذه الاتصالات بسرعة إنجازها قياساً بالاتصالات الرسمية التي تحدها ضوابط وإجراءات رسمية محددة².

هو اتصال دائم الحركة والتجدد والتغير ويتم عبر خطوط تتشر في اتجاهات متعددة ومختلفة دون أن تحدد الإدارة موضوعه أو طريقته أو تملك القدرة على السيطرة عليه سيطرة تامة، فإن حاولت منعه في مكان ظهر في مكان آخر نظراً لارتباطه بالطبيعة البشرية والبيئة الإنسانية حيث يتعذر كبحه تماماً³.

إذن فالاتصالات التنظيمية غير الرسمية تحدث بطرق غير مضبوطة وغير مقننة، وتكون شفوية غير مؤكدة أو ملزمة، ويظهر لنا جلياً أن الاتصالات غير الرسمية قد برزت أهميتها إثر تجارب "هاوثورن" والأفكار التي قدمها أنصار مدرسة العلاقات الإنسانية، إذ يؤكدون على الدور العام الذي تلعبه الاتصالات التنظيمية غير الرسمية في إنجاز أهداف المنظمة.

¹ محمود سليمان العميان: مرجع سابق، ص 244.

² خضير كاظم محمود: مرجع سابق، ص 124.

³ لوكيا الهاشمي: مرجع سابق، ص 237.

1- دوافع وجوده:

توجد دوافع وعوامل تجعل الأفراد في المنظمة يتصلون معا بطريقة غير رسمية، مما يؤدي إلى ظهور ما يسمى بالتنظيم غير الرسمي، وهذه الدوافع هي:

وجود حاجات ورغبات واتجاهات للأفراد يرغبون في إشباعها.

إن التنظيم الرسمي لا يتمتع بالمرونة ولا يتطور بشكل ملائم لظروف المنظمة.

رغبة الأفراد القياديين في المنظمة أو بعضهم في السيطرة على جميع الأمور.

عدم توفر مبدأ العدالة في المنظمة وظهور ما يسمى بالأفراد الموالين والمقربين.

اتباع المنظمة لنمط القيادة الديكتاتورية والمركزية الزائدة ومنع حرية التعبير والمشاركة للأفراد العاملين.

عدم التقيد والالتزام بقنوات التنظيم الرسمي ويعود السبب في ذلك إلى غموضها وعدم وضوحها للأفراد العاملين¹.

والاتصال التنظيمي غير الرسمي يترجم في شكل علاقات تتمثل في:

اللغة العفوية بين العاملين

الحوار المتبادل بين المكاتب

الاتصال المباشر بين شخص وآخر بسرعة وبصفة سرية للمعلومات والتي تكون أقل أمانة من الرسالة الأصلية (الإشاعة) فالاتصالات داخل التنظيم في معظم الأحيان تتجاوز القنوات الرسمية لتوصيل المعلومات وتسلك بدلا من ذلك واحدا أو أكثر من الطرق غير الرسمية، فالاتصال غير الرسمي أصبح ملازما للاتصال الرسمي داخل التنظيمات في وقتنا الراهن.

2- سلبياته:

- ✓ يمكن أن يكون للاتصال التنظيمي غير الرسمي أثر سلبي على التنظيم بحيث يؤدي إلى:
- ✓ انتشار الشائعات والمعلومات المشوهة مما يترك أثرا سلبيا على الأداء وعلى العلاقات الإنسانية داخل التنظيم.

¹ سلمان محمود العميان: مرجع سابق، ص 250.

✓ يؤدي أحيانا إلى انخفاض الروح المعنوية واضطراب العلاقات الإنسانية الناجمة عن ردود الأفعال الانتقامية بالدرجة الأولى ذلك بسبب الإشاعات مثلا.

ومن خلال هذا ينبغي على المنظمة أو مديرها الاستعانة بالمختصين في علم النفس لدراسة قنوات الاتصال غير الرسمي المرتبط بالتنظيم الإداري الموازي للتنظيم الرسمي من أجل الاستفادة من الاتصال غير الرسمي وتقادي الصراعات والنزاعات القائمة داخل التنظيم وبالتالي الوصول إلى استعمال الاتصال التنظيمي للمساهمة في بلوغ وإنجاز أهداف التنظيم¹.

المطلب الثاني: وظائف الاتصال التنظيمي

يؤدي الاتصال التنظيمي داخل المنظمة دورا أساسيا حيث يشهد أحد الباحثين بآراء المؤلفين "كاتز وكاهن" وهما من رواد مدرسة الأنساق المفتوحة اللذان يؤكدان أنه يجب عدم اعتبار الاتصال مجرد عملية تحدث بين المرسل والمستقبل فقط، ولا يخفى أن وظائف الاتصال ترتبط أساسا بمحتوى الاتصال ويمكن ملاحظة ذلك في عدة جوانب تنظيمية وسلوكية في مختلف المستويات التنظيمية مما يؤدي إلى القول بأن للاتصال عدة وظائف يمكن أن نلخصها فيما يلي:

1- الإنتاج: إن عملية الاتصال تحدد سير الإنتاج من حيث الكمية والنوعية، كما تحدد التوجيهات المرتبطة بالتنفيذ والأداء كتوجيه الإنذارات، إبداء الرأي، والإعلان عن مكافآت الأداء الجيد أو عقد اجتماعات لمناقشة المشاكل ورفع الإنتاج واتخاذ القرارات وتحسين النوعية مثلا².

2- الإبداع: المقصود بالإبداع إنشاء ووضع أفكار وأنماط سلوكية جديدة لتحسين السلوك التنظيمي وتطوير المؤسسة وتعتبر وظيفة الإبداع أقل وظائف الاتصال ممارسة وذلك ناتج عن المقاومة الشديدة التي تبديها مختلف الأطراف لتغيير أقوى وذلك لشعور الفرد أو الجماعة بصعوبة التكيف مع الوضع الجديد، ولإبداع بعدان يجسدان وظيفته الأساسية:

✓ يتمثل البعد الأول في عملية تقديم الأفكار والمقترحات والمشاريع والمخططات الجديدة.

✓ يتمثل البعد الثاني في عملية تطبيق البعد الأول³.

¹ سليمان محمود العميان: مرجع سابق، ص ص 251، 252.

² أبو النجا محمد العمري: اتصالات في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، مصر 1986، ص ص 144، 145.

³ بوبكر مستور وآخرون، مرجع سابق، ص 26.

3- التنظيم: يلعب الاتصال دورا أساسيا في عملية التنظيم، إذ أن اتخاذ القرارات لا يكون سليما إلا إذا كانت هناك معلومات كافية حول المحيط الداخلي للمؤسسة، ففعالية القرار تكون مرتبطة بالاتصال السريع والسهل، إذ يتجه الاتصال نحو تحسين العمل وتوزيع المسؤوليات، ودعم التفاهم بين العمال في المؤسسة¹.

4- التنسيق: يقوم نجاح أي مؤسسة على تضافر الجهود من أجل الوصول إلى تحقيق هدف مشترك، ولهذا فالتنسيق بين مختلف الأقسام والمصالح والورشات الإنتاجية ضرورة لا بد منها، إذا أن الاتصال الجيد يساعد على التنسيق الفعال خاصة الاتصال الأفقي، ذلك من أجل مناقشة المشاكل المختلفة والصعوبات المطروحة ويتم ذلك من خلال مسؤولي كل قسم مما يجعلهم على علم بما يحدث في الأقسام الأخرى، وبالتالي الإسهام في الوصول إلى الحلول والأفكار الهامة بصورة مشتركة².

5- الصيانة: يتمثل دور الاتصال المتعلق بالصيانة في أداء ثلاث مهام رئيسية:

✓ حفظ الذات وما يرتبط بها من العواطف والمشاعر.

✓ تغيير موقف الأفراد من القيمة التي يولونها للتفاعل الذي يحدث فيما بينهم على مستوى عمودي وأفقي.

✓ ضمان استمرارية العملية الإنشائية والإبداعية للمنظمة.

وعليه فالالاتصال يهتم بالوظائف البشرية والتنظيمية من جهة وبالوظائف الوقائية من جهة أخرى لفروع وأقسام المؤسسة، تمكنه من الاطلاع على ما يجري داخل المؤسسة.

6- الرقابة: الاتصال يعتبر أداة أساسية في عملية الرقابة والإشراف لمعرفة ما إذا كانت هذه الأعمال المتغيرة تتوافق مع المعلومات النازلة³.

المطلب الثالث: شبكات الاتصال التنظيمي

تأخذ الاتصالات الإدارية في المؤسسة أشكالا مختلفة يعرفها المختصون في مجال الإدارة باسم شبكات الاتصال والتي ظهرت بعد أن أصبح الاتصال نظاما اجتماعيا معقدا وتنقسم شبكات الاتصال إلى شبكتين هما:

1- شبكات عمودية: تأخذ الشبكات العمودية شكلين أساسيين: شكل هرمي وشكل السلسلة.

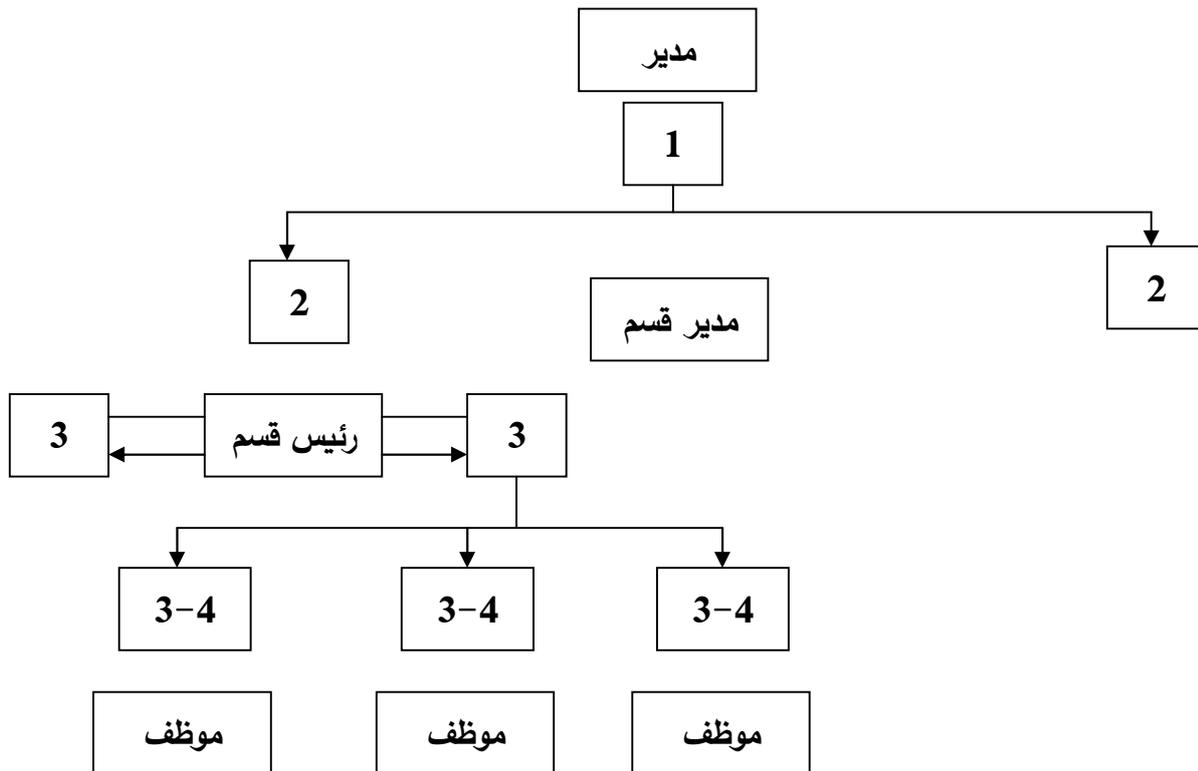
¹ محمد سيد فهمي: تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2000، ص 309.

² أبو النجا محمد العمري: الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، مصر 1986، ص ص 145، 146.

³ عبد الغني بسيوني عبد الله: أصول علم الإدارة العامة، الدار الجامعية للطباعة، القاهرة، 1993، ص 97.

2- شبكة الهرم: وهي الشبكة التنظيمية التقليدية التي تميز التنظيم البيروقراطي المستقر وفيه تكون المعلومات تبعا لخطوط السلطة (وحدة الأمر ونطاق الإشراف)، تتميز هذه الشبكة بالبطء في سريان الاتصالات بين مراكز المعلومات والقرارات والتنفيذ، وقد تتحول الاتصالات إلى عمليات شكلية يتخذ فيها التقييد في التسلسل الإداري على حساب الفعالية الوظيفية.

ومن مميزات هذه الشبكة فعاليتها، واحترام المستويات الوظيفية ومنع التضارب والفوضى في الاتصال وضمان الرقابة، فكل طرف يعرف بدقة اتجاهات الاتصال الصاعد والهابط الممكنة بالنسبة لموقعه ويعرف إلى أين يتجه¹.



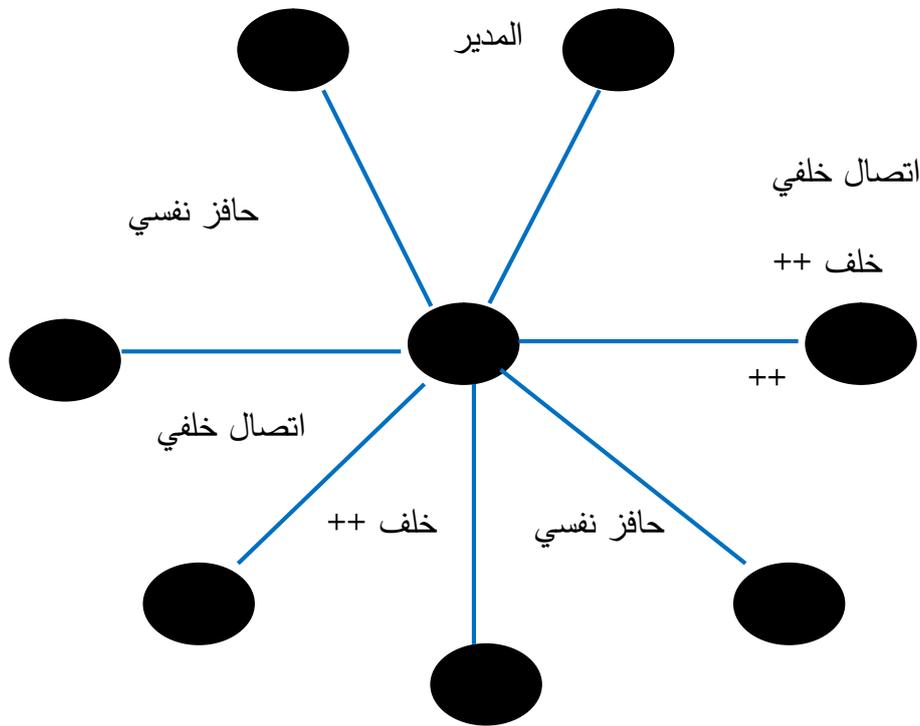
شكل رقم (5): يوضح شبكة الهرم

3- شبكة الدولاب:

تتميز هذه الشبكة نمط الإدارة الإثنوقراطية، حيث المركزية تكاد كاملة فالرئيس هو المركز الوحيد للقرار وبالتالي فإن جميع مراكز المعلومات ترتبط به مباشرة وكل الاتصالات تمر عبره وتصدر عنه إلى مراكز التنفيذ وليس هناك صلات أو تبادل للمعلومات بين هذه المراكز مباشرة، تؤدي هذه الشبكة إلى بروز حالة من العزلة بين العاملين،

¹ مصطفى حجازي: الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية، دار الطليعة، بيروت، ط1، 1982، ص 134.

ولهذا السبب ستبرز إحدى الظاهرتين التاليتين أو كلاهما معا فقد تنشأ ظاهريا علاقات عداء وصراع، وشك وحذر واهتمام متبادل بين العاملين، مع محاولة التقرب بشكل فردي من الرئيس والتصارع على العضوية لديه، على حساب الأطراف الأخرى، وقد يصاحب ذلك نشأة شبكة علاقات سرية تكسر الحواجز التي وضعها الرئيس بيت العاملين من خلال ربطهم به مباشرة، هذه الاتصالات السرية تأخذ شكلا أفقيا أو شكل تحالفات في معسكرات متصارعة¹.



شكل رقم (6): شبكة الدولاب.

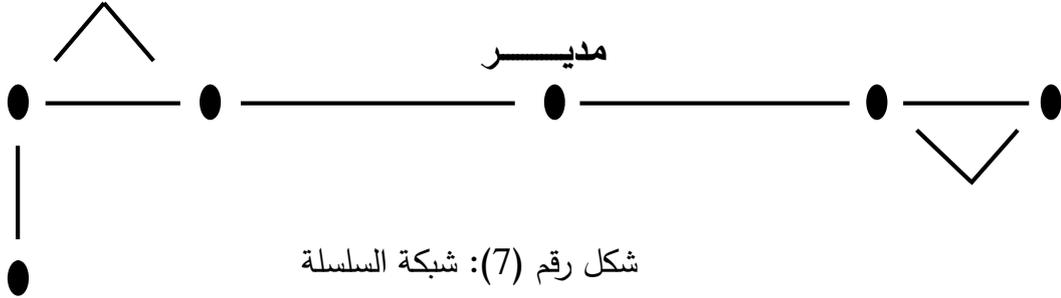
1-1-1 الشبكات الأفقية: أشهرها شيوعا في الإدارة شبكتان: السلسلة والنجمة

1-1-1- الشبكة السلسلة: ليس هناك نظام واضح ومحدد للاتصالات وسير المعلومات في هذه الشبكة، فهي تميز حالات الفوضوية التامة.

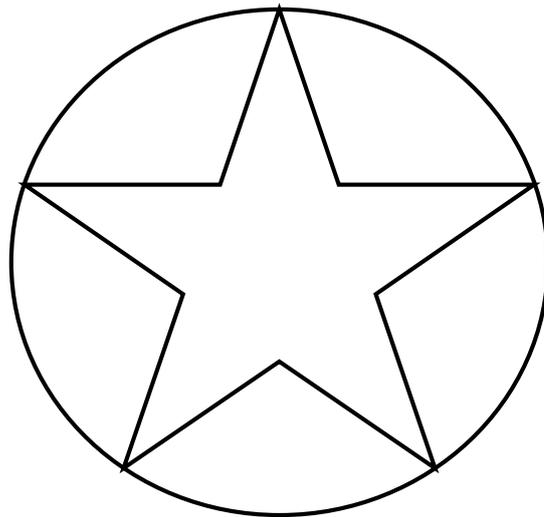
الاتصالات تتم تبعا لأهواء مختلف الأطراف، بعض العناصر تكتمل فيما بينها في وحدات مغلقة على الخارج وقد تقوم علاقات صراع أو تعاون بين أكثر من تكتل، بينما تضل بعض العناصر الهامشية معزولة، في هذه الحالة

¹ مصطفى حجازي: مرجع سابق، ص ص 135-136.

يصيب الجماعة درجة عالية من التفكك وتتهار الإنتاجية، أما المدير في هذه الوضعية فيجد نفسه في حالة ضياع تماما كبقية المرؤوسين، وحيث أن الاتصالات اعتباطية فإن قدرا كبيرا من الغموض والتضارب ينشأ عنها، كما أن القرارات في موضوع محدد قد تصدر من أكثر من مركز للمعلومات كذلك¹.



1-1-2- شبكة النجمة: تلك هي التي تميز العلاقات الديمقراطية، قنوات الإرسال هنا مفتوحة بين مختلف المستويات الرأسية والأفقية، كل المراكز عندها إمكانية الاطلاع على البيانات والمعلومات اللازمة لعملها وكذلك فهي ترسل ما عندها من بيانات إلى المراكز الأخرى، وفي هذه الحالة يشعر الجميع بالانتماء إلى المؤسسة، وتقوم علاقات وثيقة بين مختلف الأفراد كما أن الروح المعنوية ترتفع وكذلك تتماسك الجماعة، والمؤسسة، وقد ينتج عن هذه العضوية بعد الهدر في الوقت نتيجة لحرية سريان المعلومات، كما ينتج عنها بعض الضوضاء لكن النتيجة تكون دوما على شكل إنتاجية جديدة مع ضمان استمرارية العمل بشكل طبيعي إذا غاب الرئيس، والمدير في هذه الحالة يكون ديمقراطيا بالضرورة، كما أن هذه الشبكة بدورها يصعب تطبيقها إلا في حالات الأعداد المحدودة، أما إذا كبرت الأعداد فيصبح من العسير إذا لم يكن من المستحيل التمسك فيهم إذا أردنا الحفاظ على الإنتاجية.



الاتصال مفتوح

بين جميع

الأطراف

شكل رقم (8): شبكة النجمة

¹ هالة منصور: الاتصال الفعال، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 137.

على المستوى العلمي نعتقد أن أفضل صيغة اتصال في مؤسسة كبيرة هي تلك التي تمزج بين شبكة الهرم وشبكة النجمة، فشبكة الهرم تصبح حتمية لضمان استقرار التنظيم والإشراف والرقابة، حين تكون المؤسسة كبيرة، ما يمكن إقامة شبكة من نوع النجمة بين المستويات الرئاسية أفقياً.

المطلب الرابع: أهمية وأهداف الاتصال التنظيمي

إن نجاح أي منظمة في تحقيق أهدافها يتوقف على نظام الاتصال بها، وهذا يعني أن الاتصال التنظيمي لا ينبغي النظر إليه على أنه عملية مستقلة قائمة بذاتها وإنما عملية تعتمد عليها كافة العمليات الإدارية في المنظمة.

ويعتبر الاتصال وسيلة المدراء في إدارة أنشطتهم الإدارية وفي تحقيق أهداف المنظمة، وذلك على أن الاتصال يساعد على تحديد الأهداف الواجب تنفيذها ومعرفة المشاكل وسبل علاجها، وتقييم الأداء وإنتاجية العامل¹.

وبفضل الاتصال التنظيمي يتمكن كل أفراد المنظمة الحصول على مختلف المعلومات والبيانات الخاصة بالمنظمة كما يساعد على توضيح التغييرات والتجديدات والإنجازات وتطوير الأفكار وتعديل الاتجاهات واستقصاء ردود الأفعال².

وتتمكن المنظمة من القيام بعملية تخطيط العمل بفضل شبكة الاتصال المتوفرة لديها فحينها يسعى المدراء والأفراد إلى وضع برامج عملهم وخططهم وقراراتهم لا يمكن وضعها حيز الواقع حتى يتم تحديدها من خلال اجتماعات ومذكرات وقرارات مكتوبة³.

وحسب فضيل دليو يمكن استنتاج جدوى الاتصال كالتالي:

- ✓ بواسطة المشاركة في القرارات يمكن لمختلف أطراف المؤسسة أن تحقق ذاتيتها بشكل متوازي مع تحقيق أهداف المؤسسة.
- ✓ الاتصال بالمحيط الاجتماعي الأوسع يجعل المؤسسة تتموقع في المكان المناسب لها مما يساعد على تحقيق أهدافها⁴.

¹ أحمد ماهر: كيف ترفع مهارتك الإدارية في الاتصال، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2004، ص 31.

² هالة منصور، مرجع سابق، ص 54.

³ أحمد ماهر: مرجع سابق، ص 69.

⁴ فضيل دليو: اتصال المؤسسة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 32.

كما يساهم الاتصال في توفير الفرصة لإعلام الرؤساء بما يتم إنجازه أو بما لم يتم، وبالمشكلات التي ظهرت في التنفيذ أو الانحرافات التي لم تكن في الحسبان وكيفية التغلب عليها وبذلك تتحدد أهمية الاتصال في تضيق الفجوة بين التخطيط والتنفيذ وتحقيق التفاعل الإنساني بين العاملين وزيادة التفاهم والتعاون بينهم¹.

وف هذا الصدد يورد صالح بن نوار جملة من الأهداف التي يسعى الاتصال إلى تحقيقها.

أولاً: تحقيق التنسيق بين الأفعال والتصرفات

يتم الاتصال بين تصرفات وأفعال أقسام المؤسسة المختلفة، فبدون الاتصال تصبح المؤسسة عبارة عن مجموعة من الموظفين يعملون منفصلين عن بعضهم لأداء مهام مستقلة عن بعضها البعض، وبالتالي ميل المؤسسة إلى تحقيق الأهداف الشخصية على حساب أهدافها العامة².

ثانياً: المشاركة في المعلومة

يساعد الاتصال على تبادل المعلومات الهامة لتحقيق أهداف التنظيم وتساعد هذه المعلومات بدورها على:

توجيه سلوك الأفراد ناحية تحقيق الأهداف.

توجيه الأفراد في أداء مهامهم وتعريفهم بالواجبات المطلوبة منهم.

تعريف الأفراد بنتائج أداؤهم.

ثالثاً: اتخاذ القرار

حيث يلعب الاتصال دوراً كبيراً في اتخاذ القرارات حيث يحتاج الموظفون إلى معلومات معينة لتحديد المشاكل وتقييم البدائل وتنفيذ القرارات وتقييم نتائجها³.

¹ محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي: المداخل الأساسية للعلاقات العامة، المدخل الاتصالي، الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 1993، ص ص 27، 28.

² صالح بن نوار: الاتصال الفعال والعلاقات الإنسانية، مجلة دراسات (العلوم الإنسانية)، العدد الثاني والعشرون، 2004، ص ص 120، 121.

³ محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 29.

المبحث الثاني: أساليب الاتصال التنظيمي ومعوقاته

المطلب الأول: طرق الاتصال الرسمي في التنظيم

هناك أساليب عديدة ومختلفة للاتصال، لكن استعمال أي منها يعود إلى الظروف المتاحة للمنظمة، وإلى التعامل السائد بها، بالإضافة إلى نوعية المادة المنقولة ويتم تصنيف هذه الأساليب حسب الوسائل المستعملة في الاتصال وهي: الاتصال الكتابي، الاتصال الشفوي، الاتصال المصور.

أولاً: الاتصال الكتابي

إن الاتصال الذي يتم بخصوص أمور دائمة يحتاج إلى دقة في التنفيذ إذا تعلق بموضوعات معقدة كثيرة التقصيلات، فإنها تفرغ في صورة كتابية والواقع أن الكلمة المكتوبة ما يزال لها بعدها لدى الموظفين، لهذا فإن الإدارات تلجأ إلى الوثائق المكتوبة بكثرة، ويأخذ الاتصال الكتابي صوراً عديدة: المذكرات، الخطابات، المنشورات، الأوامر المصلحية، اللوائح، التعليمات والأوامر الفردية... الخ¹.

1- طرق الاتصال الكتابي:

أ- التقارير:

تستخدم كسجل مكتوب لجميع ما يحدث داخل المنظمة وبذلك تعتبر مرجعاً له قيمته في المستقبل².

وللتقارير أهمية خاصة بالنسبة للإدارة فقد تكون موجهة بمعنى أنها وضعت بناء على توجيه أو طلب معين من الرئيس أو غير موجهة فهي التي توضع لمجرد الرغبة في توصيل معلومات معينة إلى مختلف الإدارات والأفراد وكذلك الإدارات بما تتضمنه هذه التقارير غير الموجهة من المعلومات والبيانات³.

¹ سليمان محمد الطماوي: مبادئ علم الإدارة العامة، جامعة عين شمس، الإسكندرية، ط7، 1987، ص 271.

² عبد الغفور يونس: تنظيم وإدارة الأعمال، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1971، ص 143.

³ خيرى خليل الجميلي: الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1997، ص 143،

ب- النشرات الدورية والخاصة:

وتعتبر هذه الوسيلة هامة في تنمية العلاقات العامة للمنشأة وتستخدم لنقل المعلومات والبيانات عن المؤسسة ونشاطها وتاريخ الإنشاء وسياستها وتخصيص جزء منها للمعلومات الخاصة بالعاملين من حيث التعداد والكفاءات والتخصصات.

وتنقسم إلى نشرات داخلية تخص العاملين داخل المؤسسة من حيث التجهيزات والمعدات، ونشرات خارجية تعبر عن نشاط المنظمة وأهدافها للمتعاملين معها أو الجمهور أو المحيط الخارجي.

ج- الكتيبات والدليل:

تعد الكتيبات إحدى وسائل الاتصال الجمعي وهي صورة مصغرة للكتاب وتعد بطريقة سهلة ومبسطة تجذب المتلقين ولا بد أن يتناول الكتيب موضوعا واحدا بكامل تفاصيله.

د- الشكاوى:

وتعتبر من الوسائل الاتصالية الهامة بالنسبة للمؤسسات وتساعد العاملين أن يتقدموا بالشكاوى وهذا عن طريق الرسائل والمنشورات أو داخل الصناديق المخصصة للشكاوى¹.

وتعد هذه الوسيلة ذات أهمية خاصة للإدارة حيث أنها تجعلها على علم بظروف وبيئة العمل الواقعية ومقترحات أصحاب الخبرة في ضوء الخبرة الميدانية، مما يجعلها تتبنى بعض الاقتراحات الجادة في تحسين الجودة ورفع الكفاءة الإنتاجية وإنجاز الأعمال².

هـ- ملصقات الحائط: تنظم هذه الملصقات داخل المدخل الرئيسي للمؤسسة أو داخل الورشات وتحتوي على قسمين:

- القسم الأول للتعليمات الدائمة والآخر للملاحظات الجديدة أو التعليمات المؤقتة والتي تبقى معلقة مدة 8 أيام تقريبا، هذه التعليمات هي عبارة عن أخبار وإرشادات توضح إجراءات تتعلق بالعمل³.

¹ Alex muchiel (b) et communication dans l'organisation, connaissance du problème, les éditions dans l'entreprise moderne, d'édition et les libraires, paris, France, 1983, p56.

² محمد يسرى إبراهيم دعبس: مرجع سابق، ص 266.

³ Alex Mucueillil (b) on-cip, p9.

2- مزايا الاتصال الكتابي:

- إمكانية الاحتفاظ بالكلمات المكتوبة حتى يمكن الرجوع إليها كلما اقتضى الأمر.
- تتصف بدقة في التعبير مقارنة بالاتصال الشفهي.
- حماية المعلومات المراد نقلها من الإضافة أو الحذف والتحريف بدرجة أكبر من الاتصال الشفوي.
- يعتبر وسيلة اقتصادية من حيث الوقت والجهد والمال.
- إمكانية الاتصال بعدد كبير من الأفراد
- يوثق عمليات الاتصال
- إمكانية متابعة عمليات الاتصال
- الملائمة للأحداث والمناسبات التي تنطوي على تفاصيل هامة مثل التعاقدات.

3- معوقات الاتصال الكتابي:

- ان عملية إعدادها وصياغتها تأخذ جهدا كبيرا مما يفشل المرسل في دقة التعبير فيؤدي إلى عدم فهم المتلقي مغزى الرسالة.
- تحتاج إلى نفقات كبيرة في التخزين والحماية.
- عدم السرعة في الظروف الاستثنائية والتي تقتضي سرعة إيصال المعلومات إلى العاملين أو الرئيس الإداري¹.
- احتمالات التحريف الكبيرة وهذا حين يكون للكلمة الواحدة أكثر من معنى، فلا يدخل في ذهن المتلقي إلا المعنى الذي يتفق وطبيعة ثقافته ودراساته وخبرته في العمل.

ثانيا: الاتصال الشفوي

يتم الاتصال الشفوي عن طريق نقل وتبادل المعلومات بين المرسل والمتلقي ويعتمد على الوسائل المباشرة للاتصال وجها لوجه بين المرسل والمتلقي عن طريق الكلمة المنطوقة بما يتيح الفرصة لوجود اتصال ذو اتجاهين، يسمح المصدر الرسالة الوقوف على وجهات نظر المتلقي وموقعه واستجاباته واتجاهاته، كما يوفر ضامن فهم مضمون الرسالة.

¹ محمود سليمان العميان: مرجع سابق، ص 245.

1- طرق الاتصال الشفوي:

أ- الاجتماعات:

وتعد هذه الوسيلة من الوسائل الهامة في الاتصالات الشفاهية بين الإدارة والعاملين في المنظمة، وتلجأ إليها الإدارة عند الرغبة في مناقشة أمور ذات أهمية أو تأثير مباشر على العاملين أو مناقشتها بصورة جماعية أو إعلانها على الملأ وفي وقت واحد يتم ذلك في حالة الإعلان أو إجراء تعديلات على العمل في أقسامها المختلفة، ومناقشة الخطة العامة للمنظمة أو الرغبة في تقديم وتعميق العلاقات الإنسانية بين الإدارة والعاملين في المنظمة¹.

ب- الاتصال الشخصي المباشر:

وهو الاتصال المباشر وجها لوجه ما بين المرسل والمتلقي كاللقاء المباشر بين الرئيس والمرؤوس وهذا يفسح المجال للمناقشة وفهم الرسالة بصورة أوضح بسبب كل ما يديه كل منهما من انفعالات نفسية وحركات جسمية والوقوف على ردة فعل المتلقي بالإضافة إلى رفع الروح المعنوية لدى المرؤوس عندما يتم الاتصال الشفهي المباشر بين الرؤساء والمرؤوس.

2- مزايا الاتصال الشفوي:

- يتميز بأنه أكثر سهولة وأكثر يسرا وإقناعا، ويفيد الحصول على الاستجابة الشفوية وملاحظة تعبيرات الوجه وانفعالات المستمع.
- يقوي الروابط ويهيئ المرؤوسين لتقبل تعليمات رؤسائهم بدقة وأمانة.
- يحافظ على قدر كبير من السرية، ويتم العمل به في الحالات التي يخشى أن تتسرب المعلومات للأطراف الأخرى لو تم الأخذ بأسلوب الكتابة².

3- عيوب الاتصال الشفوي:

- يعاب على هذه المناقشات الشفاهية، أنها لا تسجل غالبا مما يهيئ الفرصة للخلاف، كما أنها لا تكفل فهما موحدًا لجميع المسائل، قد يفهم من أعضاء لجنة المساءلة على وجه معين ثم يقوم بتنفيذها حسب فهمه

¹ محمد يسرى إبراهيم دعيس: مرجع سابق، ص 252.

² طارق المجذوب، الإدارة العامة "العلمية الإدارية والوظيفية العامة والإصلاح الإداري" الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، 2000، ص 521، 522.

لها، مما يؤدي إلى التضارب في التنفيذ، ولهذا فإن كثيرا من اللجان تحرص على أن تسجل اجتماعاتها في محاضرة تنظيمية يسهل الرجوع إليها عند الحاجة منعا للخطأ أو النسيان واختلاف التأويل¹.

- صعوبة استخدامه مع الأعداد الكبيرة
- قد يحرق مضمون الرسالة خصوصا في المنظمات الكبرى ذات الأقسام المتعددة والمستويات الإدارية المختلفة.

ثالثا: الاتصال المصور

في هذا النوع من الاتصال يتم استعمال بعض الرموز أو الألوان في التعبير المهم أن يكون كلا من المستقبل والمرسل متقاهمين على ما ترمي إليه هذه الأساليب المستعملة وغالبا ما يتم استعمال الاتصال الرمزي في الاتصال المصور والملون، فيمكن أن تمثل أسلوب في الاتصالات التعليمية كوسائل الإيضاح للطلبة المبتدئين².

المطلب الثاني: معوقات الاتصال التنظيمي

أولا: المعوقات النفسية

وهذه المعوقات لا تتعلق بالعناصر الإنسانية في العملية الاتصالية المتمثلة بالمرسل والمتلقي وتحدث أثرا عكسيا بسبب الفروق الفردية مما يجعل الأفراد يختلفون في أماكنهم على الأشياء، وبالتالي فهمهم لعملية الاتصال وأهم هذه العوائق هي:

1- تباين الإدراك:

إدراك المرسل الخاطئ للمعلومات التي يرسلها وبالتالي اختلاف وفهم الآخرين لها وعدم إدراك مستقبل الرسالة لمحتوياتها، وبالتالي يؤثر تباين المدراء نتيجة اختلاف الفروق الفردية والبيئية إلى اختلاف المعاني التي يعطونها للأشياء، كما أن الكلمات المتضمنة في الرسالة قد تكون لها دلالات ومعاني مختلفة لكل شخص.

وتكمن أسباب الإدراك المشوش للمرسل إليه في الأسباب التالية:

تأثير التوقعات والحاجات والخبرات السابقة إليه على إدراكه لمقومات الرسالة.

¹ سليمان محمد الطماوي: مرجع سابق، ص 270.

² عبد المعطي محمد عساف: مرجع سابق، ص 228.

مدى تناسب المثيرات التي تحتوي عليها الرسالة مع درجة ومستوى وعي المتلقي.

مدى بساطة محتويات الرسالة وانتظامها.

درجة الخبرة في محتويات الرسالة حيث يصعب تفهم الرسائل ذات المحتويات غير المألوفة من جانب المتلقي¹.

2- الإدراك الانتقائي:

يميل الفرد إلى الاستماع إلى ما يتناسب مع معتقداته وأفكاره وآرائه والعمل على إعاقة المعلومات التي تتعارض مع ما يؤمن به من قيم واتجاهات وآراء وأفكار.

3- الانطواء:

عدم مخالطة الآخرين أو تبادل المعلومات

تشويه المعلومات مما يؤدي إلى انحراف عن تحقيق أهدافه².

4- اللغة:

هي وسيلة اتصال يتم نقل المعلومة أو الفكرة من خلالها، إما شفاهة أو كتابة إلا أن اللغة قد تتحول إلى عقبة أمام الاتصال في حالة اختلاف مستوى التعليم والثقافة مما يؤدي إلى عدم فهم الكلمات والألفاظ المتبادلة بين الطرفين فيفسرها كل طرف حسب فهمه الخاص، كما أن عامل التخصص قد يشكل صعوبة في الاتصال إذ أن اتصال الأطباء فيما بينهم بسهولة ويسر، لكن الصورة تختلف عند اتصالهم بالمهندسين ورجال القانون، كل مهنة تستعمل لغة ومصطلحات علمية وفنية وقانونية خاصة بها.

5- الانفعالات:

إن الحالة الانفعالية لكل من مرسل المعلومات ومتلقيها ستحدد ما إذا كانت المعاني الصحيحة هي التي يتم تبادلها أو هناك حاجزا انفعاليا بينهما يمنع من تحقيق هذه النتيجة³.

¹ صالح بن نوار: مرجع سابق، ص 122.

² محمد سليمان العميان: مرجع سابق، ص 252.

³ طارق المجذوب: مرجع سابق، ص 522.

6- تنقية وغرلة المعلومات:

تحدث عادة بالنسبة للاتصال الصاعد وتشير إلى استبعاد أو تعديل بعض المعلومات موضع الرسالة لتحقيق إيجابياتها أو زيادة قيمتها من منظور المتلقي، فالمرؤوس قد يخفي أو يعدل معلومات غير منفصلة في الرسالة الموجهة إلى رؤسائهم، ويكمن السبب في اللجوء إلى تنقية المعلومات المرسله للإدارة العليا كونها الأساس في ممارسة الرقابة.

فالإدارة تحدد مستويات جدارتهم، تمنح الزيادات في الرواتب والحوافز وتقوم بترقية الأفراد في ضوء ما تتلقاه من قنوات الاتصال الصاعد، حيث أن الميل للتقنية، يتم تقريبا في كافة المستويات الإدارية¹.

7- التجريد:

يعني إهمال التفاصيل بحيث يقتصر الاتصال على الحقائق كما تدرك وليس كما هي موجودة².

ثانيا: معوقات اجتماعية ثقافية

ويرجع هذا النوع من المعوقات إلى التنشئة الاجتماعية للأفراد والبيئة التي يعيش فيها الشخص سواء كانت داخل التنظيم أو خارجه، ويتضمن القيم والمعايير والمعتقدات التي تشكل حاجزا أمام تحقيق الأهداف المرجوة والمنتظرة من طرف التنظيم.

ويمكن توضيح هذه العوائق فيما يلي:

1- التباعد الاجتماعي:

ويقصد به الاختلاف في البيئة الاجتماعية للفاعلين أي أن أطراف الاتصال ينتمون إلى مناطق مختلفة، وتشمل هذه النقطة الفوارق اللغوية والعرقية والدينية والفكرية، حيث يعتبر هذا العمال من أكثر الحوافز شيوعا أمام الاتصال التنظيمي ذو الحجم الكبير، إذ تتعدد الاتصالات فيه.

¹ ثابت عبد الرحمان إدريس وآخرون: مرجع سابق، ص 235.

² عبد الغفور حنفي: مرجع سابق، ص 348.

2- الاختلافات الثقافية:

إن التمايز والتباين بين الثقافات وبين الفاعلين ينتج عنه اختلاف في اللغة المستعملة ومنه يكون الترميز فيما بينهم مختلف، وهذا ما يجعل العملية الاتصالية تتسم بالصعوبة، فاللغة ليست الكلمات نفسها، وإنما مدلولات لتلك الكلمات فالمعاني هي من الممتلكات الخاصة بالفاعل فهو يستخرجها في ضوء خبراته وعاداته وتقاليد المتواجدة في المجتمع والبيئة الثقافية التي يعيش فيها.

ومنه فالفاعل الثقافي له دور كبير وهام في تحقيق فعالية الاتصال داخل التنظيم فمحاولة التقريب بين الفاعلين وفهم خلفياتهم وثقافتهم في عملية تشكيل جماعات وفرق العمل وذلك لتقادي الانفعالات العدائية بين العناصر المختلفة من الجانب الثقافي¹.

ثالثا: المعوقات التنظيمية

يوضح الهيكل التنظيمي للتنظيم العلاقات القائمة بين الوظائف المختلفة وانسياب السلطة والمسؤولية، وخطوط الاتصال بين العاملين فيها تبين مراكز اتخاذ القرارات والتخصصات المتوفرة وطبيعة العمل وطرق تقسيمه لذا فوجود هيكل ضعيف يسبب عائقا كبيرا في عملية الاتصال الفعال.

ويمكن تقسيم هذا النوع من العوائق فيما يلي:

1- صعوبات خاصة بالتدرج المدرسي:

حيث أن عدم كفاءة الهياكل التنظيمية من حيث المستويات الإدارية التي تمت بها عملية الاتصال يؤدي إلى الكثير من التشويه للمعلومات ومنه عدم كفاءة الاتصال وذلك بسبب:

التأثير على كمية المعلومات الهامة للاتصال، فتكون أقل بكثير من القاعدة مقارنة بالمستويات الوسطى والعليا.

تقوت مراكز السلطة عند فاعلي التنظيم يؤدي إلى صعوبة العملية الاتصالية داخل التنظيم.

تعدد المستويات الإدارية يعني طول المسافة بين القاعدة وقمة خرم الهيكل التنظيمي ومرور المعلومات بسلسلة من المستويات الإدارية مما يعرضها للتحريف.

¹ كامل محمد المغربي: السلوك التنظيمي - مفاهيم وأسس سلوك الفرد والجماعة في التنظيم، دار الفكر، الأردن، ط3، 2004، ص

وقد وجد "راد" أن الفاعلين في المستويات الدنيا للتنظيم وخاصة أولئك الذين لديهم طموح الترقية والصعود يميلون إلى تشويه المعلومات التي يرفعونها إلى المستويات العليا، بحيث تتضمن مشكلات أو قصور في التنفيذ ويزداد الميل إلى تشويه المعلومات عندما تكون ثقة هؤلاء الفاعلين في المستويات العليا ضعيفة¹.

2- صعوبات التخصص في العمل:

بالرغم من أن تقسيم العمل يقصد به التخصص بهدف رفع أو زيادة إنتاجية العاملين وبالتالي الرفع من نجاعة التنظيم، إلا أن هذا الأخير يصبح عائقاً في عملية الاتصال داخل المنظمة إذا كان المختصون في المشروع جماعات متباينة، حيث تلجأ كل فئة من تلك الجماعات إلى استخدام لغتها الفنية الخاصة بها مما يؤدي إلى صعوبات جمة في الاتصال ويجعلها غير مفهومة مما يؤثر على سيرورة العمل داخل المنظمة وانعكاس ذلك على تحقيق أهدافها المسطرة².

3- مشاكل مترتبة عن درجة الرسمية:

حيث أن كبر التنظيم وتعقيده يحتم عليها الميل إلى استخدام الاتصال الكتابي والذي له العديد من السلبيات. غالباً ما يكون غير محفز.

الطابع الرسمي يركز على المعلومات التقنية في الكمية.

عدم السرعة في الظروف الاستثنائية، والتي تقتضي سرعة إبلاغ المعلومات إلى العاملين

عدم توفر التغذية العكسية، وعدم إتاحة الفرصة لطرح الأسئلة أو إجراء مناقشات فيما يخص القرارات المتخذة عبر الاتصال المكتوب.

4- صعوبات تتعلق بالتنظيم وربطه بالبيئة الخارجية:

– قصور سياسة نظام الاتصال وذلك لعدم وجود سياسة واضحة تعبر عن مزايا الإدارة.

– التداخل بين التنفيذ والاستشارة وهو سبب رئيسي في الاختلاف بينهما³.

¹ أحمد صقر عاشور: السلوك الإنساني في المنظمات، الدار الجامعية، القاهرة، 1989، ص 275.

² أحمد صقر عاشور: مرجع سبق ذكره، ص ص 276، 277.

³ كامل محمد المغربي: مرجع سابق، ص 250.

- الاعتماد الزائد على اللجان، حيث تعتبر هاته الأخيرة كأحدى أنواع الاستشارة وأن الاعتماد عليهما يؤدي إلى تدهور العلاقة بينهما وبين المسؤولين في خط السلطة.
- عدم الاستقرار التنظيمي والتغيرات المتتالية في فترات متقاربة لا يوفر المناخ الملائم للاتصال الجيد.
- كما أن عدم الاستقرار التنظيمي يؤدي إلى زعزعة العلاقات الاجتماعية بين الفاعلين.
- العجز والقصور من ربط التنظيم وبيئته الخارجية، حيث يعتبر أقوى عوائق الاتصال حيث أن البيئة تزود المنظمة بمعلومات عن العملاء والمستهلكين والقوى البشرية المتوفرة.

وانطلاقا مما تم عرضه يتبين لنا أن معوقات العملية الاتصالية كثيرة ومتعددة ويصعب التحكم في كل العوامل من أجل تحقيق فعالية التنظيم إلا أنه يمكن أن تستفيد من خلال معرفة قادتها بخصائص الاتصال الجيد ومحاولة بناء نظام للاتصال وفقا لهاته الخصائص وذلك من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة.

المطلب الثالث: مدارس (نظريات) الاتصال التنظيمي

1- المدرسة النسقية (مدرسة الأنظمة 1965):

تعتبر مدرسة الأنظمة من أهم وأحدث المدارس التي تعرضت إلى دراسة التنظيم، ويعتبر lif bertalanffy من أوائل من وضع تصورا للأنساق في ميدان التنظيمات سنة 1937 ثم توالى بعد ذلك الدراسات بواسطة عدد كبير من المفكرين أمثال (PARSON و BLAN) لتشمل بعد ذلك الدراسات المنشآت الاقتصادية سواء من الناحية السوسولوجية أو من الناحية التصورية النظرية أو الوظيفة التقنية، وقد عرفت هذه النظرية تطورا سريعا مقارنة مع تاريخ ظهورها فانتشرت مفاهيمها بسرعة خاصة وأن البيئة الخاصة بالمنشأة كانت تعرف تطورا سريعا في ذلك الوقت مما جعلها تهتم بالجوانب التنظيمية للمنشأة¹.

وتنظر هذه النظرية للمنظمات على أساس أنها نظام اجتماعي يضم أفرادا وأهداف واتجاهات نفسية ودوافع مشتركة وترى بأن النظام الاجتماعي لا يستقيم دون وجود اتصالات، وتؤكد النظرية على:

الاتصالات هي وسيلة لربط النظام الاجتماعي بالبيئة.

الاتصالات جزء من النظام الاجتماعي للعمل.

¹ Liumichel –approche socio: technique du l'organisation –edition l'onganisation, paris, 1983, p70

يختلف نظام ووسائل الاتصال باختلاف الظروف¹.

2- مدرسة فرانك فورت:

يعتبر التيار الماركسي أو اليساري الذي تمثله أعمال مدرسة فرانك فورت، والذي يرى باحثوها أن الاتصال مجرد عملية تلاعب (Manipulation) قائمة على علاقة سيطرة يقوم فيها الطرف القوي بتسويق أفكاره ووجهة نظره على حساب أفكار ووجهة نظر الآخرين.

امتدت هذه المقاربة النقدية في دراسة الاتصال عموماً إلى الاتصال التنظيمي ف المؤسسات الاقتصادية، كون موجه التغييرات الاقتصادية في العالمية تهدف إلى الربح المادي قبل اهتمامات وأهداف المؤسسة الأخرى، مما أدى إلى توجيه اتصاله التنظيمي نحو خدمة هذا الهدف ما يجعل من وظيفة الاتصال التنظيمي داخل المؤسسة الاقتصادية يخضع في المقام الأول لاعتبارات الربح والخسارة في مقابل الاعتبارات الاجتماعية والإنسانية للاتصال داخل المؤسسة².

كل هذا يؤكد ما ذهب إليه الكثير من المختصين في الإدارة والتسيير على أن التنظيمات خاصة منها الاقتصادية، صارت أمام حتمية التمتع بالمرونة، في هيكلها وتنظيمها وخطط عملها، لأجل مواكبة التغييرات الحاصلة في بيئتها الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية والتكنولوجية، وأن مطلب المرونة هذا يتعدى البعد الهيكلي والتنظيمي للمؤسسات، بل يتجاوزها بتحقيق ضمن جزئيات وتفصيل التنظيم نفسه.

من المنطلقات الواقعية للمقاربات النقدية الجديرة بدراسة الاتصال، يوجد أيضاً التغيير الحاصل في وظيفة المؤسسات الاقتصادية وعلاقتها مع الذي تعمل فيه، خاصة ببعده الاجتماعي والتنموي، وهذا جاء نتيجة لرفع الدول يدها على عدد كبير من المؤسسات الاقتصادية في قلب العديد من الأحداث ملزمة بتحمل مسؤولية أخلاقية واجتماعية اتجاه العمال والمجتمع³.

¹ أحمد ماهر: كيف ترفع مهاراتك الإدارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، ص 33.

² زين الدين خرشي: دور الاتصال الداخلي في تحقيق أهداف التغيير التنظيمي في المؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم الاجتماع - جامعة سطيف، الجزائر، 2010.

³ أحمد ماهر: مرجع سبق ذكره، ص 37.

3- المدرسة الكلاسيكية الحديثة:

استفادت هذه المدرسة من أفكار مجال النظم، حيث جمعت بين الجانب الكمي والإنساني، ونجحت في تطوير الإدارة بالأهداف، من خلال إشراك العاملين والإداريين بربط أهداف مل منهما ببعض، والتقاءها بأهداف المؤسسة ككل، وفي نفس الوقت هي عملية لربط العمال بمؤسستهم، وقد لاقت أفكار هذه النظرية رواجاً سريعاً لتمييزها بالجدية وكذلك لأن من أبرز روادها كانوا من العاملين الإداريين والإطارات والمهندسين، أمثال: "سيمون" وهي أكثر اتجاهها نحو عقلنة التسيير وبالتالي فهي تقترب من المدرسة الكلاسيكية في ذلك، وقد استعملت الإدارة بالأهداف كطريقة جد مفيدة في مؤسسات العديد من البلدان، نظراً لنتائجها وهي آخر المدارس حسب هذا التقسيم قبل المدرسة التنظيمية¹.

4- المدرسة العلمية الكلاسيكية 1900:

أ- أعمال فريدريك تايلور:

يعتبر "تايلور" من الرواد الأوائل الذين نادوا بعملية الإدارة وبالرغم من أنه استفاد من الأفكار التنظيمية التي قدمها بعض المفكرين ممن سبقوه، إلا أنه يعتبر الأب الفعلي لحركة الإدارة العلمية وقد قام "تايلور" بمجموعة من التجارب والأبحاث العلمية في عدد من المصانع التي اشتغل بها حيث اعتمد على البحث التجريبي لدراسة الوسائل التي تساعد على تحقيق الكفاءة في العمل وزيادة الإنتاجية وقد ركز في دراساته على التنظيم في مستوى الورشة حيث اهتم بتطوير كفاءة المدراء ومشرفي العمليات الإنتاجية والعمال الذين ينفذون الأعمال.

وقد لخص "تايلور" المبادئ الأساسية العلمية التي يجب أن تميز عملية تسيير الإدارة فيما يلي:

تقسيم العمل على أساس التخصص.

اختيار وتدريب العمال لأداء مهامهم في المصانع على أسس علمية وذلك بدلا من الطريقة السابقة المتمثلة في ترك العامل يدرب نفسه لوحده².

وضع نظام صارم للمراقبة وإجراءات توزيع المهام.

المكافأة اليومية كحافز مادي لتحقيق امتثالهم للأوامر والتوجيهات والإجراءات المفصلة المتعلقة بالعمل ما.

¹ ناصر دادي عدون: اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، ط2، 1998، ص 208.

² قيس محمد السعدي: التنظيم، المفهوم، والنظريات والمبادئ مطابع روايال، الإسكندرية، مصر، 1997، ص 86.

وقد توصل إلى أن هناك "أحسن طريقة لأداء العمل" تعتمد على استخدام قوانين الحركة من أجل الوصول إلى معدلات أداء مناسبة للعمال¹.

ب- أعمال هنري فايول:

في الوقت الذي انتشر فيه استخدام أسلوب "تاييلور" خارج الولايات المتحدة الأمريكية مع مطلع القرن 20، كان رجل الأعمال الفرنسي "فايول" منشغلا في وضع الأسس العامة للإدارة والتنظيم، معتمدا في ذلك على خبراته وملاحظاته المباشرة، فقد حاول فايول بناء نظرية متكاملة في الإدارة العامة تصلح لكل أنواع المؤسسة، وبدأت أفكاره تظهر وتنتشر منذ أن نشر كتاب "الإدارة الصناعية والعامة" سنة 1916م.

لقد لاحظ هنري فايول أن جميع المؤسسات الصناعية المعقدة تشمل ستة أنواع من النشاطات أو الوظائف الرئيسية التالية:

- 1- النشاط الإداري: التخطيط، التنظيم، التنسيق، الرقابة.
- 2- النشاط المادي: يتضمن الاستثمارات، الموارد، المصارف.
- 3- نشاط المحاسبة: العمليات المحاسبية والإحصائية.
- 4- النشاط التجاري: عمليات بيع وشراء المواد المتعلقة بنشاط المؤسسة.
- 5- النشاط الفني: يتضمن تحضير عمل الإنتاج وكيفية تنفيذه.
- 6- نشاط الأمن: يتضمن حماية الأفراد والممتلكات الخاصة بالمؤسسة².

وقد حدد "فايول" في كتابه عددا من المبادئ الإدارية تمثلت في:

- 1- مبدأ تقسيم العمل
- 2- مبدأ السلطة والمسؤولية
- 3- مبدأ النظام والانضباط
- 4- مبدأ وحدة القيادة
- 5- مبدأ وحدة التوجيه
- 6- مبدأ خضوع المصلحة الشخصية للمصلحة العامة

¹ قيس محمد السعيد: مرجع سبق ذكره، ص ص 68، 69.

² محمد جمال يحيوي: دراسات في علوم النفس، دار الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص 368.

- 7- مبدأ المكافأة
- 8- مبدأ المركزية
- 9- مبدأ تدرج السلطة
- 10- مبدأ الترتيب
- 11- مبدأ المساواة
- 12- مبدأ استقرار العاملين
- 13- مبدأ المبادرة
- 14- مبدأ التعاون أو روح الفريق.

خلاصة الفصل:

من خلال كل ما تقدم وكل ما أحيط بدراسة عملية الاتصال التنظيمي داخل المنظمة تبرز أهمية وقيمة هذه العملية التي تعتبر العمود الفقري لأي تنظيم مهما كانت أهدافه، وبالتالي يجب على القائمين على تسيير المؤسسات والمنظمات من أجل إلحاقها بركب المؤسسات والمنظمات الناجحة أن يعطوا للاتصال التنظيمي أهمية كبيرة ضمن أساليب تسييرها من خلال ضمان السير الحسن لكل عمليات التفاعل بين الأفراد في المنظمة بما يساعد على النشاط والحركية الجيدة لأعمال المنظمة ويحقق أهداف الأفراد فيها وأهداف المنظمة ككل.

الفصل الثالث: تقنيات الاتصال الحديثة (الانترنت)

المبحث الأول: الانترنت كوسيلة اتصال الكترونية

تمهيد:

المطلب الأول: ماهية الانترنت

المطلب الثاني : خصائص الانترنت

المطلب الثالث : الانترنت كوسيلة إعلامية اتصالية

المطلب الرابع : خدمات الانترنت

المبحث الثاني: المواقع الالكترونية كنموذج من نماذج الاتصال الالكتروني

تمهيد

المطلب الأول: طبيعة المواقع الالكترونية

المطلب الثاني: خصائص الموقع الالكتروني كوسيلة اتصالية

المطلب الثالث : عملية بناء موقع الكتروني للمؤسسة

المطلب الرابع : سمات المعلومات والمضمون في الموقع

المبحث الأول: الانترنت كوسيلة اتصال الكترونية

تمهيد:

لقد أفرز التطور التكنولوجي الحاصل وسيلة من أكثر الوسائل تطور وتقدم في الحياة البشرية، فلقد أدت الانترنت إلى قلب الموازين وتغيرت معظم المفاهيم وظهرت مفاهيم جديدة وعرفت هذه الوسيلة انتشار واسع في كل أرجاء العالم وأصبح هذا الأخير قرية صغيرة يمكن التجول فيه في مدة زمنية لا يمكن تخيلها واقعيًا، إن الانترنت تعتبر من أبرز التقنية المذهلة في هذا العالم وذلك لما تحتويه من خصائص ومميزات جعلتها تتفرد عن الوسائل الأخرى حيث عرفت هذه الوسيلة مجموعة من التطورات والتحسينات في مجال الخدمات التي تقدمها.

المطلب الأول: ماهية الانترنت

مر العالم عبر تاريخه بمجموعة من العصور هي التي حددت تطوره وتحددت هذه العصور التاريخية بناء على أدوات تخزين واسترجاع المعلومات بشكل أساسي إضافة إلى بقية الأدوات الحضارية التي نقلت المجتمعات من حضارة إلى أخرى وعلى هذا الأساس ينظر إلى العالم عبر العشرة آلاف السنة الماضية من عمر البشرية على أنه عبر الجسر الموصل إلى عصر المعلومات من خلال ثلاثة عصور سابقة، هي عصر الصيد ثم العصر الزراعي ثم العصر الصناعي وصولاً إلى العصر الذي يطلق عليه الآن عصر المعلومات¹ "informatinage".

فلقد أحدث ظهور شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) internet ثورة معرفية في مجال الاتصالات والإعلام، غيرت مفاهيم كثيرة تتصل بالعمليات الإعلامية التي تحدث في المجتمع، وصارت علامة بارزة للعصر الذي نعيشه، حيث اقترنت به كأهم سمات التطور التكنولوجي في تاريخ الإنسان².

¹ محمود حامد خضر، الإعلام والانترنت، دار البداية، عمان الأردن، 2012 ص43.

² رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، دار الفجر، القاهرة، 2011 ص 63

1 - تعريف الانترنت:

التعريف اللغوي:

إن التسمية العلمية للانترنت مكونة من مقطعين (inter) وتعني الدخول والثاني (net) وتعني الشبكة ليكون المعنى بشكل مبسط الدخول إلى الشبكة¹.

كلمة internet كلمة منحوتة coined من كلمتين interconnection وهي بمعنى ربط أكثر من شيئين ببعضهما البعض وكلمة شبكة network فاستعير من الكلمة الأولى الجزء الأول منها هو inter ومن الثانية الجزء الأول أيضا وهو nat فصارت الكلمة الجديدة المنحوتة هي internet وكثير من الناس يعتقد أن الجزء الأول مأخوذ من كلمة international ويصف الانترنت بأنها الشبكة الدولية للمعلومات وهذا خطأ.

فانترنت هي شبكة دولية حقا بحكم انتشارت وعمت أرجاء العالم ولكن عندما أطلق عليها الاسم internet لم تكن دولية بل كانت شبكة محلية أمريكية².

التعريف الاصطلاحي:

شبكة تربط بين عديد من الشبكات المنتشرة في العالم كل من شبكات حكومية وشبكات جامعات ومراكز بحوث شبكات تجارية وخدمات فورية ونشرات إلكترونية وغيرها يصل إليها أي شخص يتوفر لديه جهاز كمبيوتر ومودم وخط تليفوني ليحصل على عدد لا متناه من المعلومات³.

يقول العالمان الأمريكيان قلي هارا كادي وبات ماكروجر GLEE HARA CADY and MCREGOLR في الإجابة على هذا السؤال حول ماهية الانترنت ليست هناك إجابة موحدة متفق عليها على هذا السؤال لأن الانترنت شيء مختلف بالنسبة لأي منا⁴.

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل، عمان الأردن، 2011، ص 50.

² علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا، مطبعة ومكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2004، ص 240.

³ رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق ص 67.

⁴ علي محمد شمو، مرجع سابق ص 227-228.

- 1- إنها مجموعة من الحاسبات الآلية تتصل عبر الألياف الضوئية وخطوط التلفون ووصلات الأقمار الصناعية وغيرها من الوسائل.
- 2- هي محيط من الثروات في انتظار من ينقب عنها.
- 3- هي مكان تقديم فيه الأبحاث.
- 4- هي فرص تجارية غير محدودة.
- 5- هي مجموعة عالمية لأي مشكلة أو حاجة.
- 6- هي منجم من الذهب يضم أصحاب الكفاءات في جميع الميادين وهم يتقاسمون المعلومات عن مجالات عملهم.

ورغم الاستخدام الواسع للانترنت إلا أنه لم نجد تعريفاً محدداً للانترنت حيث أن كل عالم أو باحث يعرفها على حسب تخصصه أو مجال عمله ويختلف مفهوم الانترنت باختلاف مجال استخدامها.

2- التطور التاريخي للانترنت:

الانترنت ليست وليدة العصر القديم بل ظهرت في العصر الحديث فلقد كان لظهور شبكة الانترنت تأثير واضح وثورة كبيرة في العالم في مجال الاتصالات وتبادل المعلومات الهائلة وكان لهذا الظهور تطور متراكم لهذه المعلومات والحقائق منذ تسجيلها أو رصدها وحتى الآن بكل ما تحويه من خدمات عظيمة في مجال الاتصال والتواصل مع العالم بأسره.

في عام 1950 وفي أوج الحرب الباردة ساور القلق وزارة الدفاع الأمريكية حول ما سيحدث لأنظمة الاتصالات القومية عند حدوث حرب نووية، لقد كان واضحاً أن نظام الاتصالات سوف يكون حيويًا في حالة حدوث حرب عالمية ولكن كان المؤكد أن الصراع النووي سيقضي عملياً على نظام الاتصالات الموجودة¹.

في سنة 1969 قامت وكالة المشروعات البحثية المتقدمة بوزارة الدفاع الأمريكية بوضع الأساس لقيام أول شبكة إلكترونية تربط بين عدد من أجهزة الكمبيوتر وأول من فكر بهذه الفكرة هو ليكليدر J.Licklider رئيس برنامج

¹ ماهر سليمان، حسام عابد، إياد خدام، أساسيات الانترنت، دار الرضا للنشر والتوزيع، د ب، 2000، ص 11.

بحوث الكومبيوتر في الوكالة وحدد أربع مواقع التقاء للشبكة التي أطلق عليها أريانت ARPANET وتم أول اتصال مباشر بينها في 25 أكتوبر 1969 وتدرجيا ربطت الشبكة بين عدد كبير من الأجهزة والبرامج المختلفة وزاد عدد مواقعها في عام 1970 إلى 13 موقعا ثم إلى 23 موقعا في عام 1971 لتضم عددا من الشركات والجامعات المرتبطة ببرنامج البحوث المتقدمة بوزارة الدفاع¹.

وظهر البريد الالكتروني سنة 1972 والذي طوره راي توملينسون Ray Tomlinson وظهر كذلك أول عرض عام لشبكة أريانت في مؤتمر العاصمة واشنطن بعنوان العالم يريد أن يتصل². وفي سنة 1987 ولد ما يسمى بالانترنت التجارية وأصبح عدد شبكات الكمبيوتر نحو 127 ألف شبكة³.

إن التحول للهام في عصر الانترنت هي انتهاء فترة الحرب الباردة بداية التسعينات من القرن الماضي وبالتالي برزت الحاجة إلى الاستفادة من الانترنت في الاستخدامات المدنية التي شهدت ذلك اكتساح متسارعا للحياة في العالم. ففي نهاية 1990 كان هناك حوالي 300000 كمبيوتر متصلا بالانترنت من مختلف الجامعات والشركات ورغم هذا العدد الكبير إلا أن الانترنت لم تكن تجذب المستخدم المبتدئ كثيرا لاعتمادها على النصوص فقط كان الناس ينظرون إلى الانترنت في ذلك الوقت على أنها مجرد مصدر آخر للمعلومات.

ومع هذا الوضع وقع حدث كبير سيعطي دفعا لا مثيل له للمعلومات وخاصة الانترنت هذا الحدث الذي لم تكن هذه المرة الولايات المتحدة الأمريكية مصدره، هو إنشاء الويب الشبكة العنكبوتية العالمية world wide web الذي يرمز له بـ (www) والذي تم إنجازه في المخابر الأوربية المركز الأوربي للأبحاث النووية من قبل المبرمج السويسري " تيم برنرزلي " حيث قام 1991 بتطوير الويب كطريقة مريحة وذات كفاءة للوصول إلى المستندات المحفوظة على عدد كبير من أجهزة الكمبيوتر الموجودة على مستوى المركز⁴.

¹ رضا عبد الواحد الأمين، مرجع سابق ص 64.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، مرجع سابق ص 54.

³ رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق ص 66.

⁴ باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، مذكرة ماجستير، غير منشورة جامعة منتوري قسنطينة 2008/2007 ص 55-

3- ظهور وتطور الانترنت في الجزائر:

دخلت الانترنت الجزائر سنة 1993 عن طريق مركز البحث العلمي والتقني cerist وبعد خمسة سنوات من هذه البداية المحدودة صدر المرسوم الوزاري رقم 256 في جويلية 1998 الذي يتضمن إنشاء مزودين خواص بخدمات الانترنت isp وقد سمح هذا الإجراء للمستعملين بالحصول على استفادة أحسن من الانترنت والتخفيف على مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني¹.

ولكن منذ سنة 1994 عرفت الجزائر تقدما ملحوظا في مجال الاهتمام والاشتراك والتعامل مع الانترنت، ففي نفس السنة كانت الجزائر مرتبطة بالانترنت عن طريق ايطاليا تقدر سرعة الارتباط ب 9600 حرف ثنائي في الثانية (ko9.6) وهي سرعة جد ضعيفة وقد تم ذلك ب (RINAF) وتكون الجزائر هي النقطة المحورية للشبكة في شمال إفريقيا. وقبل صدور القرار الوزاري 1998 وبتحديد سنة 1996 وصلت سرعة الخط إلى 64 ألف حرف ثنائي في الثانية يمر عن طريق العاصمة الفرنسية باريس، وتم في نهاية 1998 ربط الجزائر بواشنطن عن طريق القمر الصناعي بقدر 1 ميغابايت في الثانية، وتم إنشاء 30 خطا هاتفيا جديدا من خلال نقاط الوصول التابعة للمركز والمتواجدة عبر مختلف ولايات الوطن والمربوطة بنقطة الخروج وحيدة هي الجزائر العاصمة.

وقد قدر عدد الهيئات المشتركة في الانترنت سنة 1996 أي بعد سنتين من دخول الانترنت إلى الجزائر 130 هيئة وفي سنة 1999 قدر في الشبكة ب 800 هيئة منها 100 في القطاع الجامعي 50 في القطاع الطبي 500 في القطاع الاقتصادي و 150 في القطاعات الأخرى وفي نفس السنة كان لمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني حوالي 3500 مشترك².

وفي مرحلة لتدارك تأخرها وفرت الجهة الوصية وزارة البريد والمواصلات وفرت خط اتصال أساسي للانترنت (backbone) من الألياف الضوئية قدرته 34 ميغابايت/ثا قابل للتوسعة الغاية 144 ميغابايت/ثا، لتكمن موزعي خدمات الانترنت (providers) وبعض مؤسسات الاتصال من الارتباط بالشبكة الدولية على وجه أحسن.

شرعت إدارة البريد والمواصلات بالتعاون مع الموزع الأمريكي lucent technologies في إقامة شبكة لتقديم خدمات الانترنت كموزع للمؤسسات والأفراد بحيث تستهدف شبكتها كل ولايات الوطن، قدرتها تفوق 10.000 خط

¹ نور الدين هادف، التكنولوجيا الحديثة للاتصال استخدامات وإشباعات، مذكرة ماجستير، غير منشورة جامعة الجزائر 2008/2007 ص 144.

² عالية بوياح، دور الانترنت في مجال التسويق، مذكرة ماجستير، غير منشورة جامعة منتوري قسنطينة 2011/2010 ص 158.

ويتوقع أن يكون لها 100.000 مشترك هذه الشبكة تتميز بضمها لمختلف الخدمات التي يوفرها الويب بالإضافة للخدمات التي تتطلبها التجارة الالكترونية وقد تشيد شبكة البريد والمواصلات.

وبعد تعديل المرسوم التنفيذي رقم 98-257 الصادر ب 25 أوت 1998 بالمرسوم التنفيذي الذي يحمل رقم 307-2000 بتاريخ 14 أكتوبر 2000 والذي يحدد شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الانترنت ظهر مزودون جدد خواص وعموميين إلى جانب مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني، مما زاد في عدد مستخدمي الشبكة، ظهرت أولى شركات التزويد الخاصة وارتفع عدد مقدمي خدمة الانترنت إلى 18 شركة بحلول مارس عام 2000 وقد وصل عدد الرخص الممنوحة إلى الخواص عبر القطر الجزائري إلى 65 رخصة حتى نهاية 2001¹.

المطلب الثاني : خصائص الانترنت

إن الحديث عن هذه الوسيلة بهذه الدرجة يعني تميزها بمجموعة من الخصائص التي تجعلها تنفرد عن وسائل الاتصال الأخرى، وتتميز هذه الخصائص بخاصية التطور والاستمرار ذلك أن الانترنت دائما في تطور وتقدم مما يعني أن خصائصها تتميز بنفس الصفة فمن بين خصائص الانترنت ما يلي:

1- إن التركيبة التكنولوجية للانترنت تختلف عن غيرها من تكوينات وسائل الاتصال الأخرى، فالراديو مثلا وحدة متكاملة تنتج صوتا يتلقاه المستمع في المكان المقصود والتلفزيون وحدة متكاملة أيضا تنتج صورة وصوتا يتلقاهما الشخص المستهدف في الجهة المعينة بالبث وكل من هذين النظامين له تقسيماته الداخلية كالاستوديوهات وأجهزة الإرسال ووحدات التغطية الخارجية الخ.. ولكن المهم أن الراديو يطلق على محطة متكاملة وكذلك التلفزيون أما الانترنت فهي ليست وحدة متكاملة قائمة بذاتها اسمها الانترنت وليست توليفة combination المجموعة وسائل اتصال، فكر عباقرة تكنولوجيا الاتصال في جمعها وتكوين نظام متكامل منها أسموه الانترنت².

2- يقول الدكتور محمد الأمين موسى أحمد أن الانترنت أحدثت ثورة في التواصل الجماهيري من حيث الانتشار والصفة الدورية واحتكار النشر والمضامين والشكل والوسائط التعبيرية فبالإضافة إلى كون التواصل عبر شبكة الويب يتم من خلال وسيلة جماهيرية جديدة ألا وهي الموقع Site جذبت هذه الشبكة العديد من وسائل الإعلام

¹ عالية بوباح، مرجع سابق ص 158.

² علي محمد شو، مرجع سابق ص 233-234.

التقليدية media conventional إليها وأجبرتها على التكيف مع طبيعة تكنولوجيا المعلومات وقلصت الفروق بين أشكالها المختلفة، وشجعت على التواجد عبر الشبكة فقط دون المرور من تجربة التواجد التقليدي¹.

3- لقد بدأ العصر يوصف بأنه عصر الانترنت للأثر الكبير الذي تركته هذه الشبكة على واقع الإنسان اليوم وقد اعتبرها البعض أعظم ثورة بعد الثورة الصناعية وذلك لأن العالم يشهد منذ ما يزيد على ربع قرن ثورة علمية وتكنولوجية فاقت في أهميتها وتأثيراتها ونتائجها ثورة القرن الثامن عشر الصناعية في أوربا هذه الثورة كان الإعلام الالكتروني والاتصال والمعلوماتية من أبرز مظاهرها، فقد أكدت العديد من الدراسات أن شبكة المعلومات العالمية

injernetion net wark هي أهم وأعظم ما أفرزته التطورات الهائلة في مجال التكنولوجيا المعلومات والاتصال tic والتي أسهمت في إحداث تأثير بالغ الأهمية في ظرف زمني قصير جدا لا في بيئة وسائل الإعلام والاتصال فحسب بل أيضا وبشكل جذري في جميع أنماط التعامل وأساليب التفكير والحياة² وتظهر الخاصية هنا في قدرة الانترنت على أخذ المكانة التي وصلت إليها اليوم فأصبحت تعتبر شريان الحياة في مدة زمنية قصيرة جدا.

4- تعتبر الانترنت طريق المعلومات السريع فهي تشبه إلى حد كبير الطريق السريع من حيث أسلوب المرور داخلها وأسلوب التغذية والتفرع وكما هو الحال في الطريق السريع الذي يتم ربطه بشكل مستمر بشبكات طرق أخرى ويتم زيادة طوله ليصل إلى أماكن جديدة ومستخدمين و أجهزة كمبيوتر جديدة.

5- الديمومة فهي الإمبراطورية التي لا تغيب عليها الشمس لكونها تغطي الكرة الأرضية من قطبها الشمالي إلى قطبها الجنوبي وترتبط بعشرات الأقمار الصناعية الموجودة في فلكها على أساس لا مركزية وبناء إلى ذلك فهي تحتاج إلى مئات البحوث المختلفة في مجال (الأدب، والتاريخ ..) لتغطية أبعادها³.

6- التزامنية واللاتزامنية: والتزامنية تعني أن الاتصال على الشبكة يتميز بالتجديد والحدثة بدرجة تفوق حداثة الوسائل الاتصالية الأخرى وتكون اللاتزامنية في بعض الخدمات ففي البريد الإلكتروني على سبيل المثال يمكن المستخدم إرسال واستقبال رسائل فورية message instant كما يمكنه استقبال رسائل في غير أوقات إرسالها يتم

¹ صلاح عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 109.

² محمود حامد خضر، مرجع سابق، 2012، ص 73-74.

³ عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، مرجع سابق، ص 52.

الاحتفاظ بها في صندوق البريد الخاص به inbox لحين دخوله إليه ويستطيع المرسل تأجيل إرسال رسالة لتصل إلى المرسل إليه في موعد محدد¹.

7- التكامل وتمثل شبكة الانترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظام الاتصال وأشكالها والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله ووظائفه في منظومة واحدة توفر للمتلقي الخيارات المتعددة في إطار متكامل integrated.

8- الفردية والتجزئة حيث أن الاتصال الرقمي يرفع من قيمة الفرد وتميزه، عندما توفر برامجه المتعددة وبروتوكولاته قدرا من الخيارات التي منحت أطراف الاتصال حرية أوسع في التجول والاختبار والاستخدام وتقييم الاستفادة من عملية الاتصال وهو ما يعلي من شأن الفردية individuality ويرفع من قيمتها.

9- تجاوز الحدود الثقافية، يطلق على الشبكة العالمية للمعلومات الانترنت أنها شبكة الشبكات تلتقي فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية التي تتزايد كل عام بنسبة كبيرة .. مما أدى بالتالي إلى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز الاتصال بالعالمية أو الكونية globalisation وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال.

10- الاستغراق في عملية الاتصال، انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظرا لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها، وكذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال².

كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة والوسائل الفائقة على طول فترة التجول navigation بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية ولذلك فإن فترة استخدام الحاسب وبرامجه تفوق في كثير من الأحيان الفترات التي يستقطعها الفرد من وقته للقراءة أو المشاهدة أو الاستماع، خصوصا بعد أن أصبحت شبكة الانترنت مصدرا مضافا لعرض المواد الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام على موقعها في هذه الشبكة.

ولذلك أضيفت إلى خاصية الفردية في التعامل مع الحواسيب خاصية الاستغراق في الاستخدام التي تعني مواجهة التحديات لتنفيذ المهام التي يسعى الفرد إلى تحقيقها من خلال الاستخدام³.

¹ رضاء عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 73

² محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 33-43.

³ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، نفس المرجع السابق، ص 33-38.

المطلب الثالث : الانترنت كوسيلة إعلامية اتصالية

دخلت الانترنت في كافة مجالات الحياة، واستفادت من التطورات في كل شيء وأصبحت جزءاً أصيلاً في المجالات الإعلامية والاتصالية بكافة جوانبها وأشكالها، حيث يزداد اندفاع الوسائل الإعلامية إليها يوماً بعد يوم لتفعيل رسائلهم وتفعيل التواصل مع جماهيرها فشبكة الانترنت كان لها أثر عميق على جوانب الحياة المختلفة فوجب التعرف على سماتها الاتصالية والإعلامية إذ أنها تعددت واختلفت تطبيقاتها.

تؤثر الرؤى المختلفة للعلوم في بناء نماذج للاتصال والإعلام تضع في اعتبارها اتجاهات العلم ومدى وجود فرضياته أو غيابها في عمليات الاتصال والإعلام ومن هنا كانت النماذج اللغوية والنفسية والاجتماعية التي اهتمت بالدرجة الأولى بالمتلقي وتوجيه الجهود نحو تنمية إدراكه للرسالة وتفسيرها لرموزها.

أما الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت - وهو ما يعرف بالاتصال الرقمي digital communication فإن البنية الأساسية وعناصرها تحتل موقعا كبيرا في بناء بيئة الاتصال بحيث تضمن من خلال النظام الرقمي ومعايير العمل والأداء الدقة والوضوح باعتبارها المدخل الأساسي لاستقبال الرسالة الاتصالية وتفسير رموزها¹.

فلقد ظهر بعض الخلاف حول الإطار الاتصالي للانترنت باعتبار الشبكة وسيطا اتصالياً جديداً، ويعود ذلك الخلاف التباين الطريقة التي يحدث فيها الاتصال عبر الشبكة مقارنة بما يتم في وسائل الإعلام الأخرى، حيث تمتلك الانترنت القدرة العالية على نقل الرسائل من شخص، أو مؤسسة إعلامية أو غير إعلامية إلى المستقبلين، ويعود ذلك لكون الانترنت تقنية اتصالات مهجنة تضم أكثر من نمط اتصالي شخصي وجماعي وجماهيري دون وضوح الحدود الفاصلة بين هذه الأشكال ولذلك يرى "Tankard & serverin" "أن الحدود بين الأشكال المختلفة من الاتصال لم تعد واضحة تماماً وأن نظريات الاتصال يجب أن تتطور، أو تتم مراجعتها حتى تواكب هذا التغيير"².

إن ظهور الانترنت دفع بقية الوسائل إلى تطوير قدرتها وأساليب عملها لتبقى في الميدان الإعلامي بكفاءة عالية، على هذا كان لظهور شبكة الانترنت الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث المضمون الإعلامي والشكل الفني حيث ساعدت الشبكة في تدعيم الأثر الاتصالي الكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية

¹ نفس المرجع، ص 18.

² صالح بن زيد بن صالح العنزي، إخراج الصحف السعودية الالكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الانترنت، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 2006، ص 43.

وذلك من خلال الخدمات المباشرة وكذلك من خلال الاختصار والدقة والتي تقدمها بها المواد الإعلامية وأسهمت منتديات الانترنت في تلمس حاجات جماهير وسائل الإعلام¹.

كما يبرز دور شبكة الانترنت الاتصالي في مجال الاتصال الشخصي من خلال المواقع الشخصية التي يديرها ويشرف عليها أفراد يقومون بنشر أخبارهم ومعلوماتهم الشخصية إضافة إلى ما يضعونه من روابط لمواقع أخرى كما تقدم شبكة الانترنت خدمة البريد الإلكتروني الذي يعد تطويراً لفكرة البريد الجوي أو السطحي الذي عرفته الإنسانية في عصور طويلة مضت وتتميز هذه الخدمة إلى جانب السرعة في كونها تقدم بشكل مجاني لمستخدمي الانترنت إضافة إلى أن خدمات البريد الإلكتروني تشمل الأخبار المتنوعة التي تصل إلى صندوق البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم بشكل يومي².

ومن بين مستويات عناصر الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت في المجال التقني والتي اهتم خبراء الحاسب والشبكات بتدعيم الاتصال من خلالها بواسطة مجموعة من المعايير التي تهدف إلى ضبط وجود عناصر الاتصال وبناء العلاقات بينها، في إطار نموذج مرجعي لما يسمى نظم الربط المفتوحة open systems interconnected model وتدعيم عملية الاتصال الرقمي من خلال الشبكات والتوافق بين الأجهزة والبرامج والتطبيقات بما يسر الاتصال بين المستخدمين حتى مع اختلاف موردي هذه الأجهزة والبرامج .

ويقسم النموذج عناصر الاتصال إلى سبع مستويات (طبقات layers) يقوم كل منها بأداء وظائف محددة في إطار الضوابط والمعايير التي تحكم جودة المنتج في كل مستوى أو طبقة من طبقات منها الطبقة الطبيعية، وطبقة روابط البيانات، طبقة الشبكة، طبقة النقل، طبقة الحوار والجلسات، طبقة العرض، طبقة التطبيق.

حيث تمثل هذه الطبقات عناصر البيئة الأساسية للاتصال والإعلام على شبكة الانترنت التي يحكم بنائها وعلاقتها مجموعة من المعايير والبروتوكولات التي تصل إلى العشرات موزعة على كل عنصر من هذه العناصر بمستويات ضبط معينة³.

¹ نعيمة برنيس، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت في عصر ثورة المعلومات، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2009، ص 122.

² صالح بن زيد بن صالح العنزي، مرجع سابق، ص 44.

³ السيد بخيت، الانترنت كوسيلة اتصال جديدة، الطبعة الثانية، دار الكتاب الجامعية، القاهرة، 2012، ص 275-280.

ومن بين السمات الاتصالية ذات الطابع القانوني للانترنت إذ أن هذه الأخيرة تتأثر بالقانون في حين يؤثر فيها حيث تظهر علاقة التأثير والتأثر هذه بصفة خاصة، في مجالات ضوابط الحصول على البيانات والمعلومات وتأثير الانترنت على انسياب المعلومات وتدقيقها وتأثيرها على الخصوصية والحق في السرية وحماية المعلومات وخاصة المتعلقة بحقوق التأليف والتجارة الدولية في السلع والخدمات المعلوماتية، حيث أنه من بين السمات الاتصالية والقانونية التي تتصف بها الانترنت عما سواها من وسائل وأدوات اتصالية تقليدية والتي تمثل تحدياً لنظام القانوني من عدة وجوه منها¹:

1- إن الانترنت ليست مجرد وسيلة للاتصالات، وإنما بنية تحتية تساعد في خلق نظام اجتماعي واقتصادي يتسم بالاتصال اللامركزي ولا مركزية السلطة .

2- تتسم شبكة الانترنت بأنها ذات طابع عالمي وكوني يضع ما يقرب من مائتي دولة في حالة اتصال دائم ويجعل البيانات والمعلومات التي يتم إدخالها وتحميلها على الشبكة تنتشر في ثوان معدودة في كل الدول المرتبطة بها، مما يؤدي عدم القدرة في التحكم في هذه المعلومات وهنا تظهر سمة عدم السيطرة فيمكن أن تكون هذه المعلومات تتعدى على القانون .

3- رغم عالمية نشاط شبكة الانترنت، غير أنها لا تخضع لهيمنة منظمة أو مؤسسة حكومية أو غير حكومية ولا توجد إدارة مركزية لها ولا توجد لها نقطة انطلاق مركزية.

4- إن الانترنت وسيلة اتصال ذات طابع دولي عابر للحدود السياسية والجغرافية التقليدية وتمكن مئات الملايين في العديد من الدول من التواصل الدائم وتناقل البيانات والمعلومات في ذات اللحظة، مما يعني أن سمة الاتصال تظهر هنا في الانتشار غير متحكم فيه. 5- تتمتع الانترنت كوسيلة اتصال بسيادة على مساحات افتراضية ذات طابع خاص كما أن لها مجالها غير الوطني الذي ليس له أدنى مرتكزات جغرافية، وتسبح في فضاء افتراضي ليس له روابط أو وصلات مكانية أرضية، ويعد المكان الأرضي عدواً لتلك الشبكة والمهام المنوطة بها.

6- إن ظاهرة الحدود السياسية ليس لها وجود في التعامل عبر شبكة المعلومات الدولية للانترنت فنظام تلك الشبكة يتناسى عن عمد الحدود السياسية أو الجغرافية بين الدول.

¹ السيد بخيت، نفس المرجع السابق، ص 275-280.

- 7- تتسم الانترنت بأنها وسيلة اتصال كونية، لها تأثيرات كبيرة على العالم الاقتصاد والتجارة وهذا ما يجعل هذه التأثير يؤثر عليهم من حيث الأخطار التي تحملها الانترنت.
- 8- تتسم المعاملات التي تتم عبر شبكة الانترنت بأنها ذات طابع دولي حيث يتدخل فيها أشخاص متواجدون ومنتمون إلى دول مختلفة، هذا ما يطرح عنصر المصداقية والثقة فيما بين المتعاملين بها.
- 9- إن الانترنت تعد بمثابة مجتمع افتراضي يعلو فوق الحدود ويخترق حدود الزمان ويتجاوز قدرات كل سلطة سياسية أو تشريعية أو تنفيذية، وهذا المجتمع بأجهزته وبرامجه ومستخدميه يشكل كيان فضائيا افتراضيا يشمل على بيانات ومعلومات ومواد ترفيهية ووسائل اتصال صوتية ومرئية.
- 10- إن الانترنت قلبت وغيرت المفاهيم القانونية التقليدية، وهي تجسد مجتمعا فوضويا غير متماسك تتعارض مصالح أطرافه والإبحار في أجوائه يتم بلا قواعد ملزمة ولا أعراف تتضمن جزاءات ومعظم الحالات القانونية التي تم الحكم فيها حتى الآن خضعت لتقديرات وانطباعات شخصية أكثر منها لقوانين صريحة وصارمة .
- 11- لا توجد رقابة مركزية على الانترنت، فكل جهاز متصل بالانترنت يتصرف بشكل منفصل، من الناحية الفنية ومن الناحية الإدارية ولا يستجيب كل نود node (نقطة التقاء) إلا المدير نظامه، فلا يوجد سلطة مركزية تحكم استخدام الانترنت ولا يوجد احد يمكن سؤاله للحصول على تصريح للانضمام للشبكة.
- 12- من سمات الانترنت الحضور عن بعد telepresence فبروتوكول الإنترنت يوفر مشاركة متسعة جغرافيا لمصادر متفرقة ومن أماكن متعددة وبمقدار كل مستخدم توظيف اتصاله بالانترنت بطريقة مختلفة عن الآخرين في ذات اللحظة.
- 13- من بين وسائل العقاب التي يطبقها الإبعاد والطرده وليس استخدام القوة الجسدية المادية وان كان الاعتماد على طرق التنظيم الاجتماعي القائمة على استبعاد المستخدم من مجتمع الانترنت ليس أمرا ملائما بحكم أن الانترنت تسمح للمستخدم الذي ينتهك القواعد الاجتماعية في منطقة ما على الانترنت بالانتقال إلى منطقة أخرى لا تعرف فيها سوابقه الإلكترونية.
- 14- إن الانترنت تخضع ليس فقط لقوانين السلطة التشريعية الموجودة فيها ولكن أيضا القوانين السلطة التشريعية التي يجري استقبالها فيها كما تخضع المعلومات المتاحة على الانترنت إلى ما يزيد عن 176 نظاما قانونيا

منفصلا بالإضافة إلى قوانين الولايات والأقاليم وهو أمر يصعب حل النزاعات التي تنشأ عليها وبسببها . ومنها فأن الانترنت تسهم بعدة أدوار اتصالية من خلال ما توفره من خدمات متنوعة وهو ما سنراه في المطلب التالي.

المطلب الرابع : خدمات الانترنت

تعتبر الانترنت أكبر الشبكات المتاحة حاليا عبر العالم، فهي تتميز بتقديم عدة خدمات تسهل على المستخدم الوصول إلى أي جزء في الشبكة وتوفر له راحة أكبر في إبحار أكثر ليونة مما يجعل منها الشبكة ذات الإقبال الواسع من طرف كل شرائح المجتمع فالخدمات التي تقدمها الانترنت لا يمكن لتكنولوجيات الأخرى تقديمها ومن بين هذه الخدمات ما يلي:

1* البريد الإلكتروني (e-mail):

يعد البريد الإلكتروني الخدمة الأكثر استخداما وشيوعا على شبكة الانترنت، إذ يوفر إمكانيات تبادل، إرسال استقبال الرسائل.

فهو يعتبر من بين أبرز ما يميز الاتصال عبر شبكة الانترنت ويستمد البريد الإلكتروني تعريفه من تعريف الوسائل الإلكترونية وهي " تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال أجهزة الكمبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي سواء للمعلومات النصية أو الصوتية أو الصور المرئية"¹.

ويرى محمد عبد الحميد بأن البريد الإلكتروني يتصدر أدوات الاتصال والتفاعل في الوسائل الجديدة نظرا لما يتمتع به من مزايا تتمثل في سهولة استخدامه وتوفير إمكانيات تبادل المعلومات والآراء وطلب المساعدات وتقديم النصح والإرشاد إلى المتلقي بالإضافة إلى تبادل الرسائل مع المحرر والمجموعات، سواء كانت الرسائل في رموز نصية أو مصورة.

ومن بين استخدامات البريد الإلكتروني وهو استخدامه كوسيلة اتصالية بين المتلقي والمحرر كذلك يمكن استخدامه في تبادل المعارف والخبرات مع مجموعات المتخصصين في مجال أو مجالات أخرى، بالإضافة إلى أنه وسيلة للاتصال مع المجتمعات الافتراضية نهيك عن إرسال الأخبار والموضوعات بصفة شخصية وتحديث المعلومات².

¹ صلاح محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 95.

² محمد عبد الحميد، الاتصال على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 78-79.

ولكل وسيلة أو خدمة مميزات تجعله تتميز عن غيرها وخاصة مع اشتداد التنافس في مجال تطوير الخدمات والوسائل فمن بين المميزات التي يتميز بها البريد الالكتروني عن غيره من الخدمات ما يلي¹:

- ❖ سهولة وسرعة عملية التعاون العلمي بين العلماء والباحثين على نحو شبه أني بغض النظر عن المسافة.
- ❖ يمكن قراءة رسائل البريد الالكتروني في الوقت المناسب لأن الصندوق يحتفظ بها.
- ❖ لا يمكن لغير صاحب الصندوق فتحه ومعرفة محتوياته.
- ❖ اقتصادي يمكن استخدامه فترة أطول بدلا من الاتصالات الهاتفية.
- ❖ يمكن إرسال رسالة إلى عدد كبير في وقت واحد وبكلفة أقل.
- ❖ إمكانية إرسال الرسائل وإن كان المستقبل غير موجود أثناء إرسالها.

*2 نقل الملفات : (FTP)

يعتبر بروتوكول نقل الملفات (file transfer protocol) حجر زاوية للانترنت فأهميته في نقل الملفات لا تضاهي وفائدته كبيرة في مشاركة المعلومات عبر شبكة بين الأنظمة المختلفة مهما كان نوعها، وهو من أكثر التطبيقات الشبكية استخداما منذ ظهور الانترنت استخدمه في البداية الاختصاصيون والباحثون لنشر معارفهم على الشبكة العالمية.

الهدف من هذه الخدمة :

تحتوي الآلاف من الأنظمة المتصلة مع شبكة الانترنت مكتبات وأرشيفات من الملفات المتاحة لعامة الناس، تتكون هذه المكتبات من كمية هائلة من البرمجيات المجانية أو التشاركية ذات السعر الرمزي، حيث يمكن أن نجد فيها الكثير من الأشياء المفيدة والمتعة من برامج الشبكات والأنظمة الضخمة المتكاملة يضاف إلى ذلك مكتبات وأرشيفات من الوثائق والكتب الهامة في مختلف المجالات .. كل ذلك يمكن نقله عن طريق الشبكة بواسطة خدمة نقل الملفات².

¹ عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، مرجع سابق، ص 71-72.

² ماهر سليمان، حسام عابد، إيراد خدام، مرجع سابق، ص 110.

3 * خدمة المحادثة والتفاعل المباشر (chat)

تتيح هذه الأدوات الحوار المباشر أو النقاش المتزامن مع الغير، حيث يتبادل الأطراف النصوص أو الرموز على المواقع في نفس الوقت الحقيقي وتتيح هذه الأداة من خلال البرامج الجاهزة للمحادثة ن التفاعل بين المتحدثين كتابة أو صوتا وقد تضاف إليها الصورة في برامج معدة خصيصا لهذا الغرض¹.

وقد تم تطوير هذه الخدمة في فنلندا عام 1988 بواسطة العالم كارينين، ويتوفر نظام الدردشة على مجموعة من الخدمات أهمها معرفة الشخص دعوة أحد المشاركين في جلسة راهنة إلى غرفة الشخص، تجاهل أو وقف عرض مستخدم معين، إمكانية الحصول على معلومات مشترك معين².

وعلى رغم من أن هذه الخدمة أكثر شيوعا واستخداما في نظم أخرى مثل التعليم عبر الشبكات بعد البريد الإلكتروني، وتتجاوز في خصائصها الاختلاف بين وقت إرسال الرسائل واستقبالها كما في البريد الإلكتروني إلا أنها تستخدم بشكل محدود³.

4 * خدمة غوفر (gopher):

تعني كلمة غوفر ذلك البرنامج الذي يتبع أحد البروتوكولات البسيطة المستخدمة في التنقيب داخل الانترنت وهذا الاستخدام من الاستخدامات الحديثة لهذه الكلمة التي تطلق في الأصل من الحيوانات الثديية القصيرة التي تنقب في الأرض بحثا عن طعامها، وموطنها الأصلي أمريكا الشمالية وقد أصبح يستخدم في مجال الانترنت للدلالة على ذلك النظام الذي يعتمد على القوائم النصية التي تقوم بتصنيف المعلومات حسب الموضوع بدلا من تصنيفها تبعا لاسم الملف الموجود داخله أو تبعا لنوعه أو موقعه على الانترنت فهو بمثابة فهرس موضوعي لمحتويات الانترنت⁴.

ويعتبر غوفر الخطوة الأولى لظهور شبكة الوب العالمية من خلال مفهومه ووظائفه بالرغم من عدم استخدامه للارتباطات التشعبية والعناصر الرسومية ومن أشهر أدوات البحث في غوفر أداة فيرونكا حيث ظهرت هذه الأداة

¹ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 81.

² نعيمة برنيس، مرجع سابق، ص 137.

³ محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 68.

⁴ باديس لونيس، مرجع سابق، ص 68.

لأن التصفح بغوفر ليس فعلا فالوصول إلى المعلومات ما يتطلب إجراءات عملية تصفح طويلة وبهذا أنشئت هذه الأداة للوصول إلى المعلومات خلال ثوان¹.

5* الشبكة العالمية الوب: web

إن خدمة الوب أو ما يشار إليه باسم world wide web أو اختصار Wwww وهي نظام معلومات للوسائط الممنهله hyperrmedia على شبكة انترنت وهو نظام مبني على تقنية النصوص hypertext مع توسيعها بحيث تعمل على شبكتي انترنت وانترنت²، قبل أن تتطور وتصيح الشبكة العنكبوتية تستخدم الوسائل المتعددة في صياغة الرسائل بأنواعها وتقديمها وعرضها على الشبكة، ولذلك فإن صفحاتها تستخدم بتوسع في عرض الموضوعات التي تعتمد على الوسائل المتعددة والفائقة multi hypermedia ولم تعد تعتمد على النصوص فقط³.

وكان لهذه الخدمة الدور الكبير في انتشار الانترنت على الرغم من بعض عيوبها ومنها الضياع إذ يفقد المستخدم طريقة ولا يعرف كيف يعود إلى نقطة البداية وهذا بسبب كثرة الارتباطات فضلا عن عدم دقة نتائج البحث ولكن هذا لا يقلل من أهمية الوب علما أن الوب يعمل وفق أسلوب العميل والخادم (client / server)⁴.

ويرى الدكتور محمد عبد الحميد أنه طبقا لوجود التفاعل على هذه الصفحات أو غيابه فإنه يتم تقسيم الوب إلى نوعين وهما⁵:

صفحات الويب الساكنة static web page: وتشير إلى غياب التفاعل مع المحتوى على هذه الصفحات ويكتفي المتلقي بقراءتها فقط لغياب أدوات التفاعل مع محتواها.

صفحات الوب التفاعلية interactive web page: وتختلف عن سابقتها في أن التصميم يضم أدوات خاصة بالتفاعل مع محتواها وبنائها مثل إتاحة الوصول إلى ارتباطاتها، والبحث في قواعد البيانات والمعلومات ذات العلاقة بموضوعاتها.

¹ عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 68.

² ماهر سليمان، حسام عابد، إياد خدام، مرجع سابق، ص 43.

³ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 85.

⁴ عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، مرجع سابق، ص 69.

⁵ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 86.

المبحث الثاني: المواقع الالكترونية كنموذج من نماذج الاتصال الالكتروني

تمهيد:

لقد أضحى اليوم الانترنت هي شريان حياة المؤسسات والتي بدورها يلجا إليه المستخدمون لتلبية حاجته المختلفة، فبفضل ما تتيحه من تطبيقات وخدمات اختصرت العالم بمجرد الدخول إليها، فيعتبر الموقع الالكتروني أحد أهم الخدمات التي تقدمها الانترنت، حيث تتنوع وتتعدد المواقع الالكترونية على حسب الهدف منها أو طبيعة تصميمها، إذ أنه هناك مجموعة من الخطوات والمراحل التي تمر بها عملية بناء هذه المواقع بالإضافة إلى أن هذه المواقع تأخذ خصائص وسمات مختلفة من حيث مضمونها أو شكلها وهذا ما سنراه في هذا القسم.

المطلب الأول: طبيعة المواقع الالكترونية

تتيح تكنولوجيا شبكة الانترنت وبروتوكولاتها العديد من أدوات الاتصال والتفاعل بين العناصر المتعددة في عملية الاتصال والإعلام، فتعتبر المواقع الالكترونية من بين الأدوات أو الخدمات التي تقدمها شبكة الانترنت، فلقد ساعدت هذه الأخيرة على ظهور نوع جديد من المعلومات الجاهزة والمفيدة فأصبح ذلك مهما للفائدة وكذلك ساعدت على الإسراع بالحصول على المعلومات والاستفادة الدائمة منها بصورة شرعية، وتنفق الشركات في هذه الخدمة أموال طائلة للتعريف بمنتجاتها أو خدماتها ففي اليوم الواحد يمكن أن يصل لذلك مليون زائر لهذه المعلومات من خلال محركات البحث.

ويتكون الموقع الالكتروني من مجموعة من ملفات متعددة الأنواع، فبعضها وثائق نصوص فائقة (html) والبعض الآخر ملفات وصور والبعض ملفات الوسائط المتعددة مثل أفلام الفلاش وذلك من أجل تحرير تلك الملفات وتنظيمها في شكل متماسك ومستمر يكون فيما بعد موقعا إلكترونيا¹.

إن الوب* (المواقع الالكترونية) والانترنت -تقنيا- غير مترادفتين فالانترنت هو شبكة اتصالات عالمية تربط الآلاف من شبكات الكمبيوتر بعضها ببعض إما عن طريق خطوط الشبكة الرقمية أو الألياف البصرية أو عن طريق الأقمار الصناعية وتتيح شبكة الانترنت عددا كبيرا من الخدمات دائمة النمو على البعدين الأفقي والرأسي

¹ منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الالكترونية، دار العالم العربي، القاهرة، 2011، ص 69.

* توجد مجموعة كثيرة من المصطلحات تطلق على المواقع الالكترونية منها الوب، الشبكة العنكبوتية، الشبكة الدولية أو العالمية، WWW وذلك لاختلاف المراجع فسيتم تناول كل من هذه المصطلحات وهو نفس الشيء.

فعلى البعد الأفقي نجد تزايد ملحوظا في عدد الخدمات وعلى البعد الرأسي تزداد هذه الخدمات كفاءة وفاعلية فجهود التطوير لا تتوقف حيث يوجد نطاق عريض من الخدمات المتوفرة على شبكة الانترنت والتي تعرض فرصا وإمكانيات كبيرة جدا تتاح دون حدود للمستخدمين للوصول إلى مصادر المعلومات والتعليم والتجارة والترويج المتاحة على الانترنت مثل البريد الإلكتروني والنسيج العنكبوتي ومجموعات الأخبار والدرشة والقوائم البريدية ولوحات النشرات الإلكترونية وخدمة نقل الملفات.

وتعد الشبكة العنكبوتية الوب أو المواقع الإلكترونية التطبيق الرئيسي للانترنت إذ إن أبرز ملمح سهولتها هو تعامل ملايين الناس على اختلاف أعمارهم معها وكثير ما يعتقد الناس أن المواقع الإلكترونية (الوب) هو نفسه الانترنت وهذا الشيء غير صحيح فالوب هو مجرد برنامج تطبيقي يستخدم الانترنت¹.

بالإضافة إلى ذلك فإن الوب هو ذلك الجزء من الانترنت الذي يعتمد بصورة أساسية على تكنولوجيا الوسائط المتعددة multimedia كما أنه ذلك الجزء من الانترنت الذي يمكن الاتصال به عن طريق برامج التصفح browsers، وتعتبر الانترنت البنية الاتصالية التي تعتمد عليها الوب communications infrastructure، ويحتوي نظام الوب على نصوص رقمية وبيانات صوتية وبصرية².

ويقول الدكتور عباس مصطفى "لقد نشأت الويب على الانترنت وهي تستفيد من آليات الانترنت وأجهزتها وبنيتها التحتية التي هي مجموعة من الشبكات الملقمات والأجهزة في أنحاء العالم والعناصر الأساسية للانترنت هي الحواسيب والشبكات وهي تسمح للمستخدم بالاتصال بالحواسيب حول العلم بينما الويب هي مجموعة أدوات غير مادية تسمح بتبادل المعلومات بين المستخدمين أينما كانوا³.

ويعرف بعض الكتاب الوب بأنها نظام دولي لاسترجاع المعلومات يعتمد على الميديا الفائقة ويهدف إلى امداد المستخدم بعالم من الوثائق، وتمزج تكنولوجيا الوب بين نظام استرجاع المعلومات والنص الفائق في مشروع واحد يتصف بالسهولة والقوة، وقد قامت الوب على فلسفة إتاحة المعلومات الأكاديمية لأي شخص في العالم وعلى الرغم

¹ منار فتحي محمد، نفس المرجع السابق، ص 70.

² أمل محمد فوزي منتصر، مرجع سبق ذكره، ص 86.

³ صلاح محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 104.

من أن الوب كانت مصممة أصلاً لخدمة علماء الطبيعة إلا أنها أصبحت ذات فائدة كبيرة لمجتمع الانترنت في العالم كله¹.

1* تطور المواقع الالكترونية :

ارتبط تطور المواقع الالكترونية بمختلف التطبيقات والبرامج و الخدمات التي وفرتها الانترنت بالموازاة مع تطور هذه الخدمات وسرعة تطور البرامج المتعلقة بتصميمها حيث يمكن تقسيم هذه المراحل إلى أربعة أجيال وهي²:

الجيل الأول: هي مواقع خطية تتكون صفحاتها من نصوص وصور ثابتة.

الجيل الثاني: وظهرت سنة 1995 من طرف شركة (netscape) واستخدمت لغة النص الفائق (html) وهي شبيهة بمواقع الجيل الأول إلا أنها استخدمت الأزرار بدلا من النصوص بالإضافة إلى استخدام أشرطة العناوين.

الجيل الثالث: يركز على التصميم ولا يهتم بالمهارات التقنية واستخدامات الصور بشكل مكثف لهدف جذب الزبائن كما تطورت بعض البرامج الخاصة بالتصميم ومعالجة الصور.

الجيل الرابع: ظهرت المواقع ذات المحتوى الدينامي والمرتبطة بقواعد البيانات وأصبح يتعدى كونه وسيلة إخبارية إلى قناة توزيع حديثة وتقنية التبادل المعلومات بين مختلف الأطراف.

وتتميز صفحات الوب بالتفاعلية فهي نظام متكامل يميز صفحات الوب يشمل النصوص الصور الأصوات والإطارات والأشكال المتحركة animations وهي حالة المشاركة والأخذ والعطاء ويستفاد من ميزات الوصلات التشعبية التي تنقل المستخدم من صفحة إلى صفحة أخرى ومن موقع إلى آخر³.

وتتزايد المعلومات على شبكة الوب بشكل سريع ومستمر و لمساعدة المستخدم في العثور على هدفه وسط الكم الهائل من المعلومات فإن أجهزة الكمبيوتر القوية تسمى بمحركات البحث search engines تزود الصفحات بطريقة أوتوماتيكية من أجل فهرسة مضمونها . وفضاء الوب أو web space هو جزء من فضاء الانترنت

¹ أمل محمد فوزي منتصر، مرجع سابق، ص 87.

² موسى سهام، تفعيل المواقع الالكترونية لتحقيق تنافسية المؤسسات الصغيرة، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة بسكرة، 2007/2008، ص 50-51.

³ صلاح محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 105.

cyberspace وهو الفضاء الذي خلقته مجموعة من أجهزة الكمبيوتر المتصلة ببعضها والتي يطلق عليها شبكة الانترنت¹.

*2 مكونات الموقع الالكتروني:

لكل موقع الكتروني عنوان يتكون من²:

*1 بروتوكول نقل النص التشعبي (hyper text transfer protocol http) وهي عبارة عن مجموعة المقاييس المتفق عليها المستخدمة بين الحاسبات التي تتم بها عملية الاتصال والمشاركة بالملفات.

*2 اسم فريد لكل موقع أو عنوان فريد يسمى URL وهي اختصار unifom resource locator، ويعطى هذا الاسم من قبل مركز معلومات الشبكة.

وكل العناوين عادة تنتهي بثلاثة حروف توضح نوع نشاط الموقع مثلا:

1- المنظمات مثل اليونيسيف هي منظمة دولية أعطى لها org

2- الشركات والمؤسسات الأسواق التجارية تنتهي com.

3- الكليات والجامعات والمعاهد مثلا أعطيت لها edu gov

4- الجهات العسكرية أعطيت لها mil أما الخدمات الأخرى فأعطيت لها بروتوكولات أخرى وهي على النحو التالي:

- لتبادل الملفات ftp://file transfer protocol

- المجموعات الإخبارية news: newsgroup

- الاتصال عن بعد telnet:// telnet

- البريد الالكتروني: mailto: e-mail adres

¹ أمل محمد فوزي منتصر، مرجع سابق، ص 88.

² زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتوي، القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية، منشورة، كلية الآداب قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية بغزة، 2006، ص 23-24.

3* الوصلات والروابط التشعبية: الربط التشعبية link or hyperlink عبارة عن كلمة أو صورة أو رسم أو جرافيكس يتم تظليها أو تعيينها بطريقة ما من قبل صاحب الموقع بوضع تحتها خط أو بنط كبير أو إظهارها بحروف سوداء عريضة أو مرقمة، وهي تمثل اتصالا محتوي ملفين مختلفين وقد تصل الروابط التشعبية المستخدم بصفحة أخرى أو بجزء من نفس الموقع ، حيث تعد هذه الروابط عنصر أساسيا من عناصر المواقع الانترنت¹.

3* وتنقسم صفحات الويب إلى:

1* **صفحة البدء:** وتسمى أيضا الصفحة الأم أو الصفحة الرئيسية home page وهي مزيج من صفحة العنوان وقائمة محتويات وفهرس ومقدمة وعادة ما تحتوي على مواد استهلاكية وقائمة بالوصلات التشعبية إلى جميع محتويات الموقع.

2* **صفحة المحتوى:** تحمل صفحة المحتوى content page المعلومات نفسها ولكل محتوى وصلة عودة إلى صفحة البدء أو إلى الصفحة السابقة².

وهذا الجدول يوضح العناصر الواجب أن تتوفر عليها الصفحة الرئيسية³:

الجدول رقم (1): عناصر الصفحة الرئيسية

Desirable characteristics الخصائص المطلوبة	Presentation element عنصر التقديم
إعلامي - مشوق - له معنى بالنسبة للجمهور	المضمون Content
عوامل الجذب البصري عن طريق التصميم - تقديم الرسالة - بناء وتدعيم صورة ذهنية إيجابية عن المنظمة ومنتجاتها - تقديم مضمون مسلي.	التسلية والترفيه entertainment
الإشراك مع المستخدم في حوار عن طريق البريد الإلكتروني وغيره. وضع آليات لجمع استجابات المستخدمين.	التفاعلية interactivity

¹ زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتوي، نفس المرجع السابق، ص 23-24.

² نهلة حفيظي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة والحملات السياسية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة باتنة، 2011-2012، ص 47.

³ أمل محمد فوزي منتصر، مرجع سابق، ص 113.

جمع بيانات ديموغرافية عن جمهور الموقع.	
تحديث المضمون تشجيع المستخدم على تكرار زيارة الموقع.	الواقعية virtuality

(جدول يوضح العناصر الأساسية في الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني)

المطلب الثاني: خصائص الموقع الإلكترونية كوسيلة اتصالية

تعتبر المواقع الإلكترونية من بين الوسائل ذات الاستخدام الواسع في الحياة اليوم فهي تتميز بقدرتها على الاتصال بكافة شرائح المجتمع أينما كانوا، هذا ما جعلها تتصدر كل وسائل الاتصال الجماهيرية . وعلى الرغم من أن الوب لا تزال وسيلة متاحة لمستخدمي الكمبيوتر فقط إلا أنها حققت خط الأساس أو الحد الأدنى من الجمهور لاعتبارها وسيلة اتصال جماهيرية وهي ما أطلق عليه روجرز critical mass ROGERS وتضمن هذه الدرجة التي اقترحها روجرز أن معدل تبني الجمهور للوسيلة سوف يضل يحافظ على مستواه بالإضافة إلى أن الدخول لمواقع الوب يمكن أن يتم من خلال أجهزة التلفزيون التقليدية المزودة بمعدات خاصة وذلك خلال خدمات الانترنت التي تعتمد على التلفزيون مثل WEB TV أو NET CHANNEL وتقدم كبرى شركات الأجهزة الكهربائية الجهاز الذي يمكن منه الدخول لمواقع الوب عبر جهاز التلفزيون والذي يشبه الريموت كنترول مثل شركة سوني SONY.

وهذا ما يدل أن للمواقع الإلكترونية أهمية كبيرة بنسبة للجمهور والمنظمة التي سارعت وتبنت هذه الوسيلة من أجل تحقيق أهدافها الاتصالية . ولتوضيح مميزات سرعة انتشار الوب واستخدمه من طرف المنظمات من خلال خصائص المستحدثات الناجحة التي اقترحها روجرز عام 1983 على الوب فتمثل الميزات فيما يلي¹:

1* الميزة النسبية:

يمكن للمنظمات أن تتمتع بالأرباح والسمعة الطيبة التي تحققها من خلال تواجدها الفعال على الوب، كما أن الوب قدمت لمنظمات الأعمال واجهة متاحة على الانترنت 24 ساعة يوميا وتضم العديد من الأساليب للتفاعل مع جماهير المنظمة وتقديم الكتالوجات والمعلومات عن المنتجات والصور والإعلانات مع إمكانية إجراء المقابلات مع العاملين بالمنظمة.

¹ أمل محمد فوزي منتصر، مرجع سابق، ص 93-94.

ويقبل الجمهور على استخدام الوب لأنها وسيلة اتصالية متاحة تتمتع بسهولة استخدامها وبمزايها اقتصادية عالية.

2 * جاذبية الاستخدام:

إن إمكانيات تكنولوجيا الوسائل المتعددة التي تعتمد عليها مواقع الوب والتي تمزج عناصر الصوت والفيديو والصور والرسوم ، تجعل مواقع الوب وسيلة جذابة لاستخدامها.

3 * معيار ملائمة الوسيلة للقيم الاجتماعية والأفكار المسبقة لدى الجمهور:

تعتبر الوب كوسيلة اتصالية حديثة مزيجا من الوسائل المطبوعة والالكترونية التقليدية ومن ثم فهي تجمع ضمن خصائصها قدرا من الخصائص تلك الوسائل.

4 * اسم التكنولوجيا المستحدث:

يعتبر لفظ world wid web أو web الوب سهلة الحفظ والتذكر كما أنه يوضح طبيعة ووظيفة نظام الوب.

5 * قابلية التجريب:

تتمتع الوب كوسيلة اتصالية حديثة بدرجة عالية من القابلية للتجريب، وهي الدرجة التي يمكن عندها للوسيلة التكنولوجية المستحدثة أن توضع في عينات بكمية بسيطة أو بتكلفة منخفضة فلقد قلل الدخول لمواقع الوب من خلال أجهزة الكمبيوتر في المدارس والجامعات والمكتبات العامة من المخاطر المحتملة لدى الجمهور لتجربة تكنولوجيا الوب الحديثة.

بالإضافة إلى هذه المميزات هناك مميزات أخرى تتصف بها المواقع الالكترونية منها¹:

- جعلت الخدمات المعلوماتية متاحة لملايين المستخدمين.
- مكنت الحاسبات الآلية من استخدام أنواع مختلفة من نظم التشغيل، ومن عرض خدمات الملتيميديا وفتحت باب الاتصال البشري على مصراعيه وفي جميع المجالات.
- قدرة مواقع الويب على الجمع بين وظائف العديد من مصادر المعلومات كا لإذاعة والتلفزيون والهاتف والأقراص المدمجة.

¹ نور الدين هادف، مرجع سابق ص 78-79.

• تقدم الويب خدمة معلومات واسعة النطاق من خلال خاصية الخطوط المحورية المتعددة والتي تسمح للمستخدمين بالارتباط عبر أنظمتها بالنصوص والملفات التي يتعلق عليها النص المحوري text hyper، ويتضح أن الوب يمتاز عن سواها من الوسائل في عملية الاتصال فلقد فاقت نظراتها من حيث السهولة في إدخال المعلومات أو الحصول على هذه المعلومات وسهولة الدخول إليها أو الخروج المؤقت منها والتجوال من خلالها إلى مواقع أخرى عديدة ومختلفة ولانهائية .

وتتمثل مميزات الوب في مجال تقديم الخدمات فيما يلي¹:

1 * إدراج المعلومات والخدمات والمنتجات بطريقة سهلة وجذابة.

2 * تفاعل المشتركين بالانترنت مع تلك الخدمات .

3 * إمكانية الطلب والمراسلة المباشرة لأي من تلك الخدمات .

4 * إمكانية إجراء التغييرات والتعديلات المناسبة على أي من الخدمات والمعلومات.

5 * إدراج معلومات متكاملة عن خدمات المنظمة

6 * إمكانية الحصول على نوعية المتعاملين ومعدل الحركة اليومية على الخدمة .

7 * عالمية الخدمات المقدمة لجميع المشتركين بشبكة الانترنت على اختلاف توزيعهم الجغرافي الداخلي أو الدولي لديهم الإمكانية لتنفيذ لتلك الخدمات مع ثبات تكاليف الاتصال وانخفاضها.

المطلب الثالث: عملية بناء موقع الكتروني للمؤسسة

تتنوع وتختلف آلية تصميم وانشاء مواقع الانترنت حسب الغرض منها وعدد صفحاتها وكثرة تحديثها، فهناك المدونات والمواقع التي تعتمد على برامج المنتديات ومواقع الخدمات ومواقع التعريف عن الشركات أو المؤسسات وغيرها، في الماضي كان إنشاء موقع على الانترنت يعتبر عملية تتطلب مهنة واختصاص عاليين يجعل من الصعب على مستخدمي الانترنت غير المختصين القيام بإنشاء موقع، ولكن مع الوقت تطورت الخدمات المتوفرة

¹ منصور بن فهد صالح العبيد، الانترنت استثمار المستقبل، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 1996، ص 119.

على الانترنت لتسهيل عملية نشر المحتوى والمواد وتحرير الصفحات التمكن أي مستخدم عادي من نشر مواد على الانترنت.

فيعد البناء Architecture من منظور البرمجيات إطار العمل الذي يبني التطبيق من خلاله ليلاءم ويتناسب مع هذا الإطار.

يمكن أن يحتوي تطبيق الويب على مكونات برمجية مختلفة كثير يتم تطويرها بواسطة تقنيات مختلفة متعددة ويمكن تشغيلها على أنظمة الحاسب المختلفة.

1 * ولتنفيذ عملية البناء يجب إتباع مجموعة من الخطوات منها¹:

1 * التخطيط لبناء موقع إلكتروني والتعريف به:

إن إمكانيات الوب غير المسبوقة لا تنفي كونها وسيلة تحتاج لتخطيط عملية الاتصال مثل أي وسيلة تقليدية، كما أن رغبة المنظمات لمواكبة التكنولوجيا الاتصال الحديثة لا يجب أن يطغى على عملية اتخاذ القرار العقلاني والتي تطبقها غالبية المنظمات على عملية الاتصال عبر وسائل الاتصال التقليدية.

ويعتبر بناء موقع للمنظمة على الوب عملية معقدة تحتاج لتخطيط محكم وتقييم دقيق كما يلزم على المنظمات أن تخطط لموقعها بالأسلوب الذي يحقق أهدافها ويتناسب مع طبيعة نشاطها².

التخطيط عملية ضخمة تشمل الكثير من الأمور وتختلف باختلاف الموقع والتخطيط بصفة عامة ينطلق دائم بتحديد الهدف المراد من وراء إجراء هذا التخطيط كذلك الموقع الإلكتروني تنطلق عملية التخطيط بتحديد الهدف من وراء هذا الموقع، والسؤال المطروح هنا هو ما هو الهدف من إنشاء هذا الموقع الإلكتروني؟ فالإجابة على هذا السؤال تدفعنا إلى إدراك نوع الموقع وطبيعة الخدمات التي يقدمها.

فيعد التفكير الموضوعي الأساس لتخطيط موقع المنظمة على الوب، حيث تظهر يوميا مواقع إلكترونية جديدة ولكنها لا تقدم قيمة حقيقية للمنظمة أو للجمهور، ويطلق المصممون على هذا النوع من المواقع موقع الاستعراض وهي المواقع التي تملكها عادة إحدى الشركات والتي تهدر مواردها لمجرد الوجود على الوب وهذا الحضور المجرد

¹ منار فتحي محمد، مرجع سابق، ص 88.

² أمل محمد فوزي منتصر، مرجع سابق، ص 122.

هو كل ما يعود على هذه الشركات من الاستثمار في التكنولوجيا الوب، وينتج عن التخطيط السيئ والجهود غير المنظمة لإنشاء الموقع ، موقع ضعيف ومحروم من الموارد ومن الاهتمام.

وقد وضع ويليام كيلمر مجموعة من المحددات التي يمكن للمنظمة أن تقيم على أساسها مدى ملائمة مواقع الوب لحجتها ومصالحها¹:

أ * طبيعة نشاط المنظمة وطبيعة منتجاتها: يرى كيلمر أن عدم تميز منتجات المنظمة عن المنتجات المنافسة بمميزات خاصة وفريدة يعني أن الموقع الالكترونية لا يكون الخيار المثالي بالنسبة للمنظمة، ذلك أن على المنظمة أن تميز منتجاتها وخدماتها عن الخدمات الأخرى لأن عالمية الانترنت تفرض هذه الإستراتيجية وذلك من أجل يستطيع الزبون أن يميز الخدمات عن بعضها البعض وتساعد على عدم التيه داخل الكم الهائل من الموقع .

ب * جمهور المنظمة: هل تتناسب خصائص جمهور المنظمة المستهدفة مع خصائص جمهور الانترنت ؟ وا إذا كان جمهور المنظمة بالفعل من جمهور الانترنت فهل توجد فائدة خاصة للجمهور من موقع للمنظمة على الانترنت ؟ ويعني هذا أن الفائدة من وراء إنشاء هذا الموقع هل هي فائدة عامة لكل الجمهور أما أن الفائدة كانت خاصة بشريحة معينة من شرائح الجمهور باعتبار أن الانترنت ذات الاستعمال الواسع من طرف كل الشرائح والأجناس.

ج * نطاق نشاط المؤسسة: إن الأعمال التي تحتاج إلى الاتصال المواجهي لا تتناسب مع طبيعة نشاط الاتصال عبر المواقع الالكترونية والمثال على ذلك الخدمات الطبية وبالتالي لا يكون موقع الوب خيارا مثاليا لهذا النوع من الأعمال، وهنا نقف عند محدودية الاتصال عبر الوب في بعض المجالات والتخصصات .

د * لقد ساعدت الانترنت على تسهيل توزيع المعلومات ، فإذا كان الموقع الالكتروني سوف يقلل من تكاليف توزيع المنظمة للمعلومات فهو مناسب لها وتشمل هذه التكاليف تكاليف المكالمات الدولية والكتابات عن المنتج والبريد والفاكس، وهذا يعني أن المواقع الالكترونية يمكن أن تختصر المسافات والوقت للاتصال بال جماهير في شتى الأماكن.

¹ أمل محمد فوزي منتصر، المرجع نفسه، ص 127.

2* تحديد الأهداف:

يتعين على فريق العمل في هذه المرحلة أن يحدد بدقة الهدف من إنشاء موقع للمنظمة على الوب، ويشير خبراء الاتصال عبر الوب إلى أنه إذا كان الهدف الرئيسي لإنشاء الموقع هو مجارة المنافسين فقط . فمعنى ذلك أن المشروع لا يزال في حاجة إلى مزيد من التفكير والبحث الجاد، ولقد كشفت نتائج دراسات أمريكية أن عددا كبيرا من المنظمات تنشئ مواقع لها على الوب بهدف مجارة المنافسين أو رغبة مجردة منها في إنشاء وجود لها على الانترنت.

إن عبارة مركزة ومختصرة تحدد هدفين أو ثلاثة أهداف للموقع سوف تكون أساس تصميم الموقع الالكتروني، ولا بد أن تحدد هذه العبارة الاستراتيجيات المتعلقة بكيفية تصميم الموقع والمدة الزمنية التي يستغرقها التصميم وبناء الموقع وكيفية تقييم الموقع زمنيا بالإضافة للمقاييس الكمية والكيفية التقييم فبناء الوب عملية مستمرة وليست مشروعاً مؤقتاً.

وهذا يعني أن الهدف الأساسي من الموقع الالكتروني هو الذي يحدد صيغة التصميم الذي ستكون عليه صفحات الوب والهدف من المواقع الالكترونية يختلف باختلاف نوع الخدمة المقدمة فنجد على شبكة الانترنت مواقع ذات الهدف التجارية وهذا خاص أكثر بالتجارة الالكترونية كذلك هناك مواقع خدماتية ولكن كل هذه المواقع تتفق في شيء واحد وهو تعريف بالمنظمة أو يمكن أن نقول بطاقة التعريف الافتراضية للمنظمة.

3* تحديد جمهور المنظمة:

بعد التحديد والضبط الدقيق للخطوات السابقة تأتي هذه المرحلة مكتملة للمراحل السابقة ففي هذه المرحلة يتم تحديد الجمهور المحتمل للموقع أو الجمهور المستهدف من خلال هذه المواقع الالكترونية.

حيث تساعد هذه مرحلة دراسة ومعرفة الجمهور على تصميم الموقع بما يشبع احتياجات الجمهور المحتمل وتوقعاته، كما أن الموقع الجيد لابد أن يلاءم مهارات واهتمامات جمهوره ويرى خبراء الوب أن معرفة جمهور الموقع ودراسة احتياجاته ورغباته ثم السعي لإشباعه هذه الاحتياجات بفعالية سوف تبنى ولاء الجمهور بما يحافظ على تكرار زيارته للموقع¹.

¹ أمل محمد فوزي منتصر، المرجع نفسه ص 125.

2*تصميم المواقع الالكترونية:

إن التصميم بوجه عام وسيلة لتحقيق غاية ما فيبنى الموقع لأسباب عديدة ولكن أهم سبب لبنائه أن يستطيع المستخدم استخدامه لتحقيق أهداف معينة حيث تتمثل مسؤولية المصمم في إنشاء موقع يستطيع المستخدم من خلاله التجول للحصول على معلومات معينة يبحث عنها ويصاب المستخدم بالإحباط عندما يتجول في الموقع، دون أن يجد غايته مما يجعله يترك الموقع كله.

ويعد تصميم المواقع الالكترونية متابعة صارمة لكل ما يتعلق بتخطيط وإنتاج مواقع الانترنت متضمنا كلا من النواحي التقنية technical development وبناء المعلومات والتصميم المرئي والتوصيل الشبكي.

ويختلف تصميم المواقع الالكترونية عن التصميم الأخرى من أنواع التصميم ومن بين هذه الاختلافات ما يلي:

1* إن أهم تحد يواجه تصميم الوب هو تصميم واجهة فعالة بين المستخدمين (الانسان) والتكنولوجيا الحاسب) ويركز حاليا على إعطاء المستخدم فرصة الوصول إلى المهام وتقديم المعلومات اللازمة لتحقيق أهدافهم التي ذات معنى بالنسبة لهم وذات قيمة بالنسبة للعميل.

2* مواقع الوب ليست كيانا ثابتا بل يتغير وفقا للجهاز الذي يتم الوصول إليه من خلاله.

3* يمكن أن يختلف وفقا لطبيعة تفاعل المستخدم مع الموقع ، ومع مرور الوقت.

4* يتميز بأبعاد ينفرد بها عن سائر مجالات التصميم الأخرى مما يصعب وصفه وتحليله.

5* يفتقر عادة تصميم الوب إلى النواحي الجمالية ويكمن جماله الحقيقي في ديناميكية وتفاعليته واللتين تؤثران على جودة خبرة المستخدم على الموقع.

ومن أكثر الأفكار الرئيسية ارتباط بالويب ما يلي¹:

¹ منار فتحي محمد، نفس المرجع السابق، ص 136.

1* التركيز على المستخدم في التصميم user focused design:

والتي تتناول احتياجات المصممين في مقابل احتياجات المستخدمين والأخذ في الاعتبار أن المستخدمين ليست لديه نفس مقدار المعرفة العلمية التي تمكنهم من التعامل مع الموقع التي يملكها المصمم. ويعني هذا اختلاف مستويات الإدراك لدى المستخدمين.

2* التوازن بين الشكل والوظيفة:

فالوظيفة دون شكل مناسب تجعل الموقع مملا فبالرغم من أن الموقع يؤدي وظيفته إلا أنه لن يثير المستخدم وعلى العكس إذا كان الشكل مؤثرا والوظيفة مهملة، فيجب وجود علاقة واضحة ومستمرة بين الشكل والوظيفة.

3* جودة التنفيذ:

فعلى المصمم معرفة واحترام طبيعة الوسيلة التي يستخدمها والتي تتضمن كل من المتصفحات والبرامج والبروتوكولات والمتغيرات المتعلقة بالشاشة وغيرها من جوانب تقنية.

4* التكامل بين الأفكار الأساسية المتبعة في التصميم المطابقة (والتحديث:

حددت البرامج المستخدمة في تصميم الواجهة المرئية للمستخدم graphical user interface ما هو معياري tandard لواجهات الموقع وبالرغم من ذلك تظهر أفكار جديدة وعلى المصمم احترام الأساسيات المتبعة في اختيار التجول وأماكن التجول والألوان المستخدمة وغيرها وهذه الأفكار لا تجد المصمم إنما ببساطة تثبت شكل الموقع مما يجعل المستخدمين يرون الموقع المختلفة التي يزورونها غير مختلفة كليا

وبصفة عامة هناك مجموعة من الاعتبارات يمكن الأخذ بها في الاعتبار من أجل الحصول على تصميم موقع الكتروني جيد ألا وهي¹:

أ- لا تطبق التكنولوجيا لمجرد المعرفة بها: تقدم تقنيات الوب عدة خيارات وأدوات لبناء المواقع ، ولا يعد توفر التكنولوجيا والقدرة على تطبيقها مبررا لاستخدامها، فيعوق أحيانا استخدام التكنولوجيا أداء المستخدم على الموقع وقد يصل الأمر إلى دفعه إلى ترك الموقع ويعد النص الومض blinking text أبرز مثال لهذه النقطة، فيجعل أمر

¹ منار فتحي محمد، مرجع سابق، ص 136.

(blink) بلغة html النص يومض، وقد أفرط المصممون في منتصف التسعينات في استخدام هذه التقنية، وسرعان ما تضايق المستخدمون من هذا الأسلوب حيث كان يومض النص بشكل مستمر دون توفير آلية الإيقافه.

ب- **عدم الاعتقاد بأن هناك مسلمات في التصميم:** فما يصلح لموقع ما قد لا يصلح لموقع آخر وما لا يصلح لموقع ما قد يفيد في موقع آخر غيره.

ت- **المستخدم هو الحكم النهائي لقرارات التصميم:** فقد يكون هناك جدال بين المصمم ورئيسه حول مدى جدوى بعض ملامح أو عناصر التصميم، معتقدا كل طرف أنه هو المحق ليس أي من المصمم أو رئيسه أو صاحب الموقع هو صاحب القرار في تنفيذ أمر ما بالموقع أو لا وإنما القرار النهائي من جانب المستخدم الذي قد يعجبه أو يصعب عليه فهم جانب ما من الموقع، فالمستخدم هو المستفيد الذي يسعى الموقع إلى إرضائه.

ث- **من المستحيل إرضاء جميع المستخدمين:** بغض النظر عما إذا كان عددهم قليلا أو كبير فلكل فرد رأيه الخاص، ولكن على المصمم إرضاء الغالبية العظمى من المستخدمين والوقوف عند حد معين لتطوير الجوانب الوظيفية والجمالية للموقع.

وبصفة خاصة فإن عناصر التصميم الجيد للموقع الالكترونية للمنظمات تتمثل في توفر العناصر التالية¹:

أ- أدوات التفاعل ذات التصميم المبتكر creative interface design.

ب- الرسوم الجذابة وعناصر الملتيميديا المناسبة visually compelling graphics.

ت- وسائل الحركة المريحة داخل الموقع convenient navigation.

ث- التنظيم الوظيفي للموقع functional site organization.

3 مستويات التصميم:

***1 المضمون:** والذي يضم شكل وتنظيم مضمون (المحتوى) الموقع، والذي يشمل طريقة كتابة النصوص و تنظيمه وتقديمه وبنائه مستخدما لغة مثل html.

¹ أمل محمد فوزي منتصر، المرجع نفسه، ص 138.

2* العناصر المرئية: وتشير إلى إخراج العناصر المقدمة بالموقع على شاشة الحاسب وذلك باستخدام لغات وبرامج، وقد يحتوي هذا التصميم على عناصر الجرافيك إما لمجرد التزيين أو لأن لها وظيفة بالتجول.

3* التقنيات: يشير هذا المجال إلى العناصر المتفاعلة المتنوعة للموقع خاصة تلك التي استخدمت في بنائها برامج تقنية.

4* التوصيل: ويقصد به سرعة وصول الموقع عبر الانترنت وله علاقة بمكونات وتجهيزات وبرامج الخادم.

5* الغرض: أي الغرض من إنشاء الموقع وغالبا ما يكون له علاقة بالشؤون الاقتصادية ويعد هذا العنصر من بين أهم عناصر تصميم المواقع حيث يعد المرجع الأساسي في اتخاذ القرار.

المطلب الرابع : سمات المعلومات والمضمون في الموقع

يختلف محتوى الموقع باختلاف المعلومات الذي يحتويه وهذه الأخيرة تختلف كذلك باختلاف الهدف وصيغة التصميم ذلك أن المعلومات داخل الموقع يتم بتصميمها بالطريقة التي تؤدي إلى ترجمة هدف ونوع التصميم في الموقع.

حيث تكمن أهمية الموقع في الأساس - من وجهة نظر مستخدم الشبكة - في أهمية مضمون الموقع الإلكتروني بالنسبة لهم ، كما أن المضمون هو السبب الذي يأتي المستخدم من أجله للموقع ونظرا لكون المضمون هو القوى الدافعة وراء قبول المستخدمين للموقع.

1*تصميم المعلومات في الموقع:

تعريف بناء المعلومات:

لم يعد تنظيم المضمون والوظيفة في بناء يمكن أن يتجول فيه الناس بسهولة أمرا يتم بالمصادفة، فيجب أن تدرك المؤسسات أهمية بناء المعلومات وإلا ستعرض لمخاطر إنتاج مضامين ووظائف متميزة لا يستطيع أحد أن يجدها أبدا، فالتحدي الأكبر الذي يواجه المؤسسات هو كيفية توجيه المستخدم وسط كم ضخم من المعلومات لينجحوا في إيجاد المعلومات التي يريدونها والتالي يستشعرون قيمة النظام.

استخدم Richard Saul Wurman هذا المصطلح لأول مرة عام 1975 اهتم ورمان بسبل جمع المعلومات، تنظيمها وعرضها لنقل المعاني ويعرف ورمان ببناء المعلومات بأنه تنظيم البيانات بصورة تجعل المعقد واضحا وظل هذا المصطلح معلقا وغير مستخدم إلى أن ألقى عليه الضوء مجددا كل من Louis Rosenfeld and Peter Monille الباحثين في مجال علوم المكتبات¹.

بناء المعلومات هو مصطلح يطلق على بناء وتنظيم المعلومات، وبذلك فهو الجزء الرئيسي لإدارة المعلومات، ويستعين ببناء المعلومات بأساليب عديدة تتحدر من تخصصات متعددة مثل علم المعلومات، والذكاء الاصطناعي واللغويات وإدارة المكتبات، ونظرية الإدارة والبرمجة وهندسة المعلومات.

وبصفة عامة بناء المعلومات هو تخصص يصف نظرية ومبادئ وإرشادات ومعايير وأعراف وعوامل إدارة المعلومات كمصدر وينتج منه رسوم وخرائط وخطط ووثائق وتصميمات وقوالب مما يساعد أي شخص على استخدام كافة أنواع المعلومات بشكل كفاء وفعال وإنتاجي وابتكاري².

ويتصل بناء المعلومات بالعديد من مجالات التصميم منها:

1* التصميم الجرافيكي: كان المصمم الجرافيكي قديما مسئولا عن كل جوانب الاتصال المرئي من أول تصميم الشعار المقترح إلى إخراج الصفحات المنفردة، وفي الويب يوجد العديد من التخصصات المتزايدة التي تفرضها طبيعة البيئة المعقدة للويب وبالرغم من ذلك يبرع العديد من المصممين الجرافيكيين في مجال بناء المعلومات كجزء من عملهم.

2* تصميم التفاعل: وفيه يهتم المصمم بسلوك المهام والعمليات التي يتبعها المستخدم في أنظمة المعلومات والبرامج على مستوى الواجهة، وعادة ما يكون لدى هذا المصمم خلفية عن تفاعل الإنسان مع الحاسب، وينصب عملهم على كيفية مساعدة المستخدم على تنفيذ مهامه بنجاح وتحقيق أهداف المرجوة من الموقع .

3* هندسة يسر الاستخدام: يدرك مهندسو يسر الاستخدام كيفية تطبيق المنهج العلمي في بحوث المستخدمين واختبارهم وتحليل النتائج، كما تمدهم معرفتهم بتفاعل الإنسان مع الحاسب وخبرتهم في ملاحظة المستخدم بمؤشرات مفيدة للتصميم وعادة يتم اختيار كل جوانب خبرة المستخدم بما في ذلك بناء المعلومات والتصميم الجرافيكي.

¹ منار فتحي محمد، مرجع سابق، ص 145-146.

² منار فتحي محمد، مرجع سابق، ص 145.

4* **تصميم الخبرة:** يضم تحته بناء المعلومات وهندسة يسر الاستخدام، والتصميم الجرافيكي وتصميم التفاعل كمكونات الخبرة المستخدم.

5* **تطوير البرامج:** نادرا ما يختلط الأمر على الناس بين بناء المعلومات وتطوير البرامج وعادة ما يعتمد المسئولون عن بناء المعلومات على المطورين لتحويل أفكارهم إلى حقيقة إذا يساعد المطورون على تحديد ما يمكن تحديده تنفيذه.

وتوجد عدة وسائل لمعرفة وتحديد بناء المعلومات بالموقع منها¹:

أ- **خرائط الموقع site maps:** هي أكثر الطرق انتشارا وهي مخطط للمستوى الأعلى توضح البناء الهرمي للموقع، وتعكس تكوين المعلومات.

ب- **حواشي إخراج الصفحات annotated page layouts:** توضح التجول على مستوى الصفحة، وأنواع المضمون والعناصر الوظيفية، ويوفر هذا الإخراج إرشادا للمصممين البصريين والمطورين الذي سيستخدمون تصميمات الصفحات لبناء الموقع.

ت- **مصفوفات المضمون content matrices:** تقدم قوائم بكل صفحة بالنظام وتحدد المضمون الذي سيظهر بتلك الصفحة.

ث- **قوالب الصفحات page templates:** تستخدم عند تصميم مواقع كبيرة الحجم وتحدد قوالب إخراج العناصر المشتركة بين الصفحات المختلفة مثل التجول الشامل التجول المحلي والقائم على المضمون ويستخدم القالب عادة مع أنظمة إدارة المحتوى.

2* أساليب بناء المعلومات:

يوجد أسلوبان لبناء المعلومات بالمواقع المختلفة هما:

بناء المعلومات من أعلى إلى أسفل: ويشمل فهم واسع الاستراتيجيات العمل وحاجات المستخدمين قبل تعريف المستوى الأعلى لبناء الموقع والعلاقات التفصيلية النهائية بين المضمون.

¹ منار فتحي محمد، نفس المرجع السابق ص 146.

ما هو المستوى الأعلى: يشمل هذا المستوى عادة عدة صفحات تضم الصفحة الرئيسية ثم الاهتمام بالقائمة الرئيسية أو نظام التجول أو الفهرس الأساسي للموقع أو أيا كانت تسميته ويطبق هذا النظام في شريط التجول والذي يوضع غالبا أعلى الصفحة أو أسفل اليسار.

بناء المعلومات من أسفل إلى أعلى: وفيه فهم العلاقات بين المضمون وإنشاء تخطيط يوضح كيف يمكن للنظام أن يدعم متطلبات معينة للمستخدم ثم الأخذ بالاعتبار المستوى الأعلى لبناء الموقع المطلوب لتدعيم هذه المتطلبات¹.

3* أنواع بناء المعلومات:

توجد ثلاثة أنواع رئيسية لبناء المعلومات في الموقع وهي²:

أولاً: البناء المتتابع (الخطي) **(sequens (linear)**: هو أبسط طريقة لتنظيم المعلومات بوضعها متتابعة وقد يكون التتابع حسب التخصص (من العام إلى الخاص)، أو هجائي أو حسب قائمة (فهرس) ويعد هذا البناء مفيداً في المواقع التي تعلم مهارات معينة.

ثانياً: البناء الهرمي **hierarchies**: يعد أفضل أنواع بناء مواقع ذات معلومات معقدة حيث غالبا ما يضم الموقع حول صفحة رئيسية مفردة ويجد المستخدمون هذا البناء سهل الإدراك والفهم.

ويجب الأخذ في الاعتبار عند استخدام هذا النوع بساطة البناء، فالمستخدم لن يضغط على أكثر من ثلاثة أو أربعة مستويات المعلومات، كذلك توفير أداة تمكن المستخدم من معرفة الفئات الرئيسية والفرعية المعلومات الموقع ومن أشهر تلك الأدوات خريطة الموقع والفهارس.

ثالثاً: البناء الشبكي **(web) organic**: إن الهدف من هذا البناء هو محاكاة التفكير الترابطي، والتدفق الحر للأفكار، الذي يسمح للمستخدمين بإتباع اهتماماتهم بأسلوب فريد وخاص، يشجع على الاكتشافات، ويستخدم هذا عندما تكون هناك روابط مكثفة سواء لمعلومات أخرى بمكان آخر بالموقع أو المعلومات بموقع أخرى .

4* تصميم المضمون:

¹ منار فنحي محمد، نفس المرجع السابق، ص 149.

² نفس المرجع السابق، ص 153.

النص الفائق HTML وهي Hypertext Markup Language وهي لغة برمجة تستخدم لإنشاء وثائق ونصوص مترابطة، يمكن استخدامها في أجهزة الكمبيوتر وأصبحت صورة قياسية لهيكله المعلومات ووضعها في وثائق¹.

وقد اخترعها Tim Berners -Lee بالتعاون مع Robert Caillau عام 1989 حيث كان الهدف من إنشاء هذه اللغة الحصول على لغة مستقلة عن بيئات التشغيل المختلفة لإنشاء وثائق للنصوص الفائقة لتصل معلومات الوسائط المتعددة عبر الانترنت بسهولة مستخدمة بروتوكول انترنت يسمى (HTTP) والذي يمكن من خلاله الوصول إلى أي مستخدم على شبكة الانترنت وعرض الصفحات باستخدام المتصفح².

حيث يؤثر HTML في تصميم صفحة الوب بدرجة كبيرة، لابد من إضافة العناصر الأساسية التالية لكل صفحات موقع الوب³:

1- عنوان البريد الالكتروني:

ويعتبر بمثابة إمضاء على موقع المنظمة حيث يسمح لجمهور المنظمة على الانترنت بالاتصال بفريق تصميم الموقع، فعادة ما يرسل مستخدمو الوب البريد الالكتروني إلى مسؤولي الموقع لتصحيح خطأ ما أو تقديم مقترحاتهم ومن ثم فإن وضع البريد الالكتروني على الصفحة من صفحات الموقع ضروري.

2-رابطة للصفحة الافتتاحية للموقع:

ويرى عدد من الباحثين أن هذه الرابطة طريقة أخرى للإمضاء على موقع المنظمة على الوب فأى مستخدم للوب من أي موقع آخر يمكن أن يتصل بأية صفحة لموقع المنظمة فلا يمكن افتراض أن المستخدم سوف يتصل بإحدى صفحات الموقع عن طريق رابطة من صفحة أخرى للموقع نفسه بينما إذا عثر مستخدم الوب على الصفحة الرئيسية للموقع فمن الممكن له أن يتعرف على المزيد من الموقع.

¹ نعيمة برانيس، مرجع سبق ذكره، ص 11.

² منار فتحي محمد، مرجع سابق، ص 81.

³ أمل محمد فوزي، مرجع سابق، ص 136.

5* معايير ضبط جودة المحتوى الإلكتروني:

تناولت بحوث عديدة موضوع معايير ضبط جودة المحتوى الإلكتروني وقد دارت تلك البحوث حول عدد من معايير رئيسية يجب توافرها في مختلف أنواع المحتوى لكن يتم تطبيقها بطرق مختلفة على الأنواع المختلفة من المحتوى، وهي كما يلي¹:

• **1 * السلطة الفكرية authority:** يقصد بالسلطة الفكرية المسؤول مسئولية مباشرة عن المحتوى الفكري سواء كان شخصا أو مؤسسة أو جهة معينة، ويتم تقويم السلطة الفكرية لمحتوى صفحة الوب من خلال المستوى العلمي والخبرات السابقة لمن يقدم الإطار والمحتوى الفكري في موضوع العمل، كأن يكون خبيرا في المجال أم مجرد فرد يبدى رأيه وتحديد من قام بنشر المحتوى ومدى خبرته في المجال الموضوعي. ومن الأمور التي تزيد من السلطة الفكرية لأي محتوى على الشبكة اعتماد المحتوى من قبل جهات عملية وحكومية متخصصة في هذا المجال، أو تم مراجعته من قبل خبراء متخصصين ويعد المحتوى الذي اشترك في إعداده عددا من الخبراء ذا قيمة مرتفعة من المحتوى الصادر عن فرد واحد حتى لو كان خبير في المجال .

• **2 * الدقة accuracy:** ويقصد بدقة المحتوى لاشتمال على عدة عوامل تختص بالجودة منها الخلو من الأخطاء error free وقد تبنت جهات عديدة استخدام معايير رقمية للحكم على خلو العمل من الأخطاء الكتابية، إلا أن هذه المعايير تختلف وفقا لنوع الخطأ فخطأ واحد في نسبة المسئولية الفكرية للعمل قد يستبعد العمل كله، بنما خطأ لغوي في صدر الموضوع قد يدل على ضعف مستوى المراجعة.

3. * **الموضوعية objectivity:** ترتبط الموضوعية بعدة اشتراطات منها أن يعبر المحتوى عن الموضوع الذي يشير إليه العنوان بدقة، وترتبط الموضوعية كذلك بعدم التحيز وبوضوح الهدف العام من المحتوى، وأن يتم التمييز بوضوح بين المعلومة والمحتوى الدعائي.

• **4 * الحداثة أو المعاصرة currency:** يقصد بالحداثة مقدار مجارات المحتوى للتطور في المجال الموضوعي، ويتوقف معيار الحداثة على الهدف من المحتوى، إن معيار الحداثة يتخذ فيها بعدا آخر حيث يتم تحديث البيانات التي تتحدد أو تتغير وقد يتم ذلك على فترات زمنية متباعدة، أما محتوى صفحة الويب تتضمن كلمة أو خطاب

¹ محمد محمد الهادي ومصطفى جودت صالح، معايير جودة المحتوى الإلكتروني لصفحة الوب، www.mostafa-gawdat.net

الشخصية علمية أو سياسية فإن معيار الحداثة يعتبر غير ملزما حيث يجب أن يشار إلى التاريخ الذي أُلقيت فيه فقط .

• 5 * **التغطية coverage**: تعني التغطية المعرفية مقدار ما يشملها المحتوى من معلومات ترتبط بالمجال الموضوعي، ويجب مراعاة ما إذا كان المحتوى منتهيا أم يزال تحت الإعداد ولم تكتمل معلوماته بعد، فقد توجد بعض المواقع على الشبكة تشير إلى أن محتواها ما يزال تحت الإعداد إشارة إلى أن تغطيتها لم تكتمل بعد، ويتم تقييم معيار تغطية المحتوى من قبل الخبراء في المجال الموضوعي في ظل الهدف من محتوى صفحة الويب و الجمهور المستهدف الذي يحدد مستوى التغطية الموضوعية للمحتوى.

• 6 * **الملائمة appropriateness**: يقصد بالملائمة مقدار مناسبة المحتوى للفئة المستهدفة التي تستخدمه. فقد تتفاوت مستويات معالجة المحتوى الموضوع واحد وفقا للمستوى التعليمي والثقافي لجمهور المستخدمين وبذلك تصبح الحاجة ماسة جدا لتطبيق هذا المعيار بالنسبة للمحتوى الذي يخاطب شريحة معينة من المستخدمين -مثل الصفحات الموجهة لفئات عمرية معينة- وخاصة المحتوى الذي يقدم المعلومات العلمية والتعليمية التي يجب أن تراعي الخصائص العمرية والثقافية والمعرفية واللغوية لهم.

خلاصة:

نستنتج من خلال هذا الفصل بأن الاتصال الإلكتروني يسعى إلى بناء وتدعيم الصورة الإيجابية للمؤسسة، في ظل بيئة تنافسية شديدة تسعى الشركات من خلالها إلى كسب الرأي العام والفوز بثقتهم في مضامين الرسائل الاتصالية التي تطلقها الشركة بشأن الخدمات التي تقدمها إلى الجمهور.

الفصل الرابع: أساسيات المؤسسة المينائية

المبحث الأول: ماهية المؤسسة المينائية

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن المؤسسة المينائية

المطلب الثاني: التعريف بالمؤسسة المينائية

المطلب الثالث: نشاطات المؤسسة المينائية

المبحث الثاني: خدمات واستراتيجية المؤسسة المينائية

المطلب الأول: الهيكل التنظيمي للمؤسسة المينائية

المطلب الثاني: المديرية العامة والمركزية للمؤسسة المينائية

المطلب الثالث: استراتيجية المؤسسة المينائية

المبحث الأول: ماهية المؤسسة المينائية

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن المؤسسة المينائية

يعود بناء ميناء سكيكدة إلى العصور القديمة ما بين القرن السابع والثامن قبل الميلاد، أسس القرطاجيون إمبراطوريتهم التي تمتد إلى غاية الحدود النوميديّة بشمال إفريقيا، حيث أن خليج النوميديين ساعد على تأسيس تجارة السلع، وبتحطيم قرطاجة في 147 ق.م أسس الرومان روسيكادا المعروفة حالياً بسكيكدة.

فترة الاستعمار الفرنسي (1830-1962): كان ميناء سكيكدة حتى نهاية 1839م عبارة عن مرفأ صغير، بني من أعمدة الحديد الصلب حيث لا تستطيع السفن القيام بعملية التفريغ مباشرة على أرضيتها بل تفرغ حمولتها على رمال شاطئ خليج سطورة المتواجد على بعد 3 كلم بالمرفأ. ثم تحمل هذه السلع على عربات مسطحة والتي توصلها إلى سكيكدة المدينة، وبعد تحول مدينة فيليب فيل Filipe ville لبلدية سنة 1948، ومع التطور الجديد طرحت إشكالية التحول المحلي وكذا إمكانية بناء ميناء يلي جميع متطلبات الحركة التجارية.

وهذا المشروع الابتدائي كان يتضمن في الدراسة التقنية ما يلي:

خليج كبير يوصل الميناء من الشرق إلى الشمال.

خليج ثاني لغلق الميناء من الغرب مع ترك ممر للدخول.

أرصعة تحتوي على سطح مملوء ذات مساحة تقدر بـ15 هكتار، تتمركز في جنوب المدينة. وكان المشروع النهائي المصادق عليه إبان الاستعمار الفرنسي سنة 1860م وقد شمل هذا المشروع:

بناء الحاجز الكبير من الناحية الشرقية وإنشاء أرضية الميناء قرب الأمامية ن الناحية الغربية.

بناء الحاجز الكبير والذي يمتد على طول 1400م.

بناء حاجز أفقي لتكوين حوض مائي لإنشاء ميناء مزفت.

بناء حاجز القصر الأخضر chateau vert وبصفة نهائية المساحة الأمامية للميناء، وقد انطلقت الأشغال بهذا المشروع سنة 1861م.

ومن سنة 1891م إلى سنة 1959 اقتصرت العمليات على ما يلي:

- تمديد طول الحاجز الكبير بـ255م وذلك من 1891م إلى 1897م.

- بناء مساحات غير مغطاة وأرصفة جديدة من 1930م إلى 1957م.

المطلب الثاني: التعريف بالمؤسسة المينائية

التسمية: المؤسسة المينائية لسكيكدة "Entreprise Portuaire de Skikda" بالاختصار E.P.S.

الشكل القانوني: مؤسسة عمومية اقتصادية، مؤسسة ذات أسهم مسيرة عن طريق قوانين نظم متعلقة بالاستقلالية للمؤسسات. تأسست المؤسسة المينائية لسكيكدة بمقتضى المرسوم رقم 82/284 الذي صدر بتاريخ 14 أوت 1982م أي في خضم برنامج إعادة الهيكلة للمؤسسات، حيث أسندت إلى هذه المؤسسة المهام التي كانت على عاتق الوحدة المنحلة والتي عن طريق إعادة هيكلتها أنشئت المؤسسة المينائية لسكيكدة وهذه الوحدات:

الديوان الوطني للموانئ "ONP"

الشركة الوطنية للشحن والتفريغ SONAMA

الشركة الوطنية لشحن البواخر CNAN / REMORQUAGE

وبعد إعادة الهيكلة أنشئت المؤسسة المينائية لسكيكدة برأس مال قدره 100.000.000 دج بتاريخ 1989/03/23م

تحصلت المؤسسة على استقلاليتها وأصبحت مؤسسة عمومية اقتصادية حسب القانون رقم: 88/01 المؤرخ في 1988/01/12م ولقد تحولت إلى شركة مساهمة برأس مال قدره 135.000.000 دج، وتوجد تحت سلطة المؤسسة 5 موانئ تتربع على مساحة قدرها 30 كلم وهذه الموانئ هي:

1/ الميناء المزدوج الذي يعتبر من أقدم الموانئ وهو الميناء التاريخي للمدينة وتضمن كل النشاطات التجارية لمختلف السلع إلى جانب المحروقات.

2/ ميناء المحروقات وهو من أحدث الموانئ أسس عام 1971.

3/ ميناء القل والمرسى وسطورة المختصة في نشاطات الصيد البحري.

وبتطبيق المرسوم 88-01 بتاريخ 1988/01/12م الذي يتضمن توجيه المؤسسات العمومية، المؤسسة المينائية لسكيكدة تحولت بتاريخ 1989/03/21م إلى مؤسسة عمومية اقتصادية مستقلة ذات أسهم برأس مال اجتماعي قدره

10.000.000 دج ثم رفع رأس مال الشركة إلى 800.000.000 دج سنة 2004 ثم إلى 3.500.000.000 دج سنة 2010.

تم تحويل عام 2003 أسهم المؤسسة المينائية لسكيكدة من المجمع العمومي للكيمياء الصيدلة-الخدمات إلى مؤسسة تسيير مساهمات الدولة للموانئ.

تم فصل موانئ الصيد عن قطاع الموانئ والتي أصبحت تسيير من طرف مؤسسة تسيير موانئ الصيد ومخابئ البحر كما تم في أواخر 2005 فصل تسيير ميناء المحروقات الذي أصبح تابع لوزارة الطاقة والمناجم عن طريق مؤسسة STH.

الشركات المساهمة: لضمان تطوير نشاطاتها طورت المؤسسة مساهمتها في عدة شركات ذات نشاطات مختلفة وخاصة النقل البري للسلع وهذه المؤسسات هي:

- مؤسسة تسيير موانئ الصيد ومخابئ البحر (EGPP) ... 100%
- شركة التنسيق اللوجستيكي (SIL) ... 66%.
- المال وبالانس غوين
- سكيكدة حاويات خدمات (SCS) ... 52.11%
- شركة النقل وعمليات الرفع والملحقات (STORA) ... 20%
- شركة تسيير نهائي نقل المحروقات (SGTH) ... 15%
- مجمع (CNAC) ... 8.69%
- شركة الاستثمار الفندقية (S...H) ... 6.23%

المقر الاجتماعي للمؤسسة: طريق جزيرة الماعز صندوق بريد رقم 65 سكيكدة 21000 الجزائر.

رقم الأعمال 2012: 6.032.094.000 دج.

عدد المستخدمين: 1858 عاملا سنة 2013م.

رأس مال المؤسسة: 3.500.000.000 دج.

الهاتف: () 54-22-75/50-68-75 38 (0) 213 + 213 (0) 38-75-68-75/50-22-75/70-23-75/38 (0) 213+ -75/05-24

والفاكس: + 213 (0) 75/38-20-75/15-22-55

الموقع الإلكتروني: www.skikda.port.com

البريد الإلكتروني: epskikda@skikda-port.co

المطلب الثالث: نشاطات المؤسسة المينائية

من أهم نشاطات المؤسسة المينائية ما يلي:

قيادة البواخر (الإرشاد): عبارة عن خدمة عامة يقدمها القانون البحري الجزائري وتتمثل في:

- المساعدة التي تقدم إلى الريان من قبل مستخدمي السلطة المينائية المرخص لها من قبل الدولة لقيادة السفن عند الدخول إلى الموانئ والمياه الداخلية والخروج منها.

السحب: تشمل خدمات السحب ما يلي:

- عملية سحب أو دفع السفينة

- تقديم المساعدة في أداء المناورات

- يتم تقديم خدمة السحب بواسطة القاطرات مقابل دفع رسوم الإرشاد

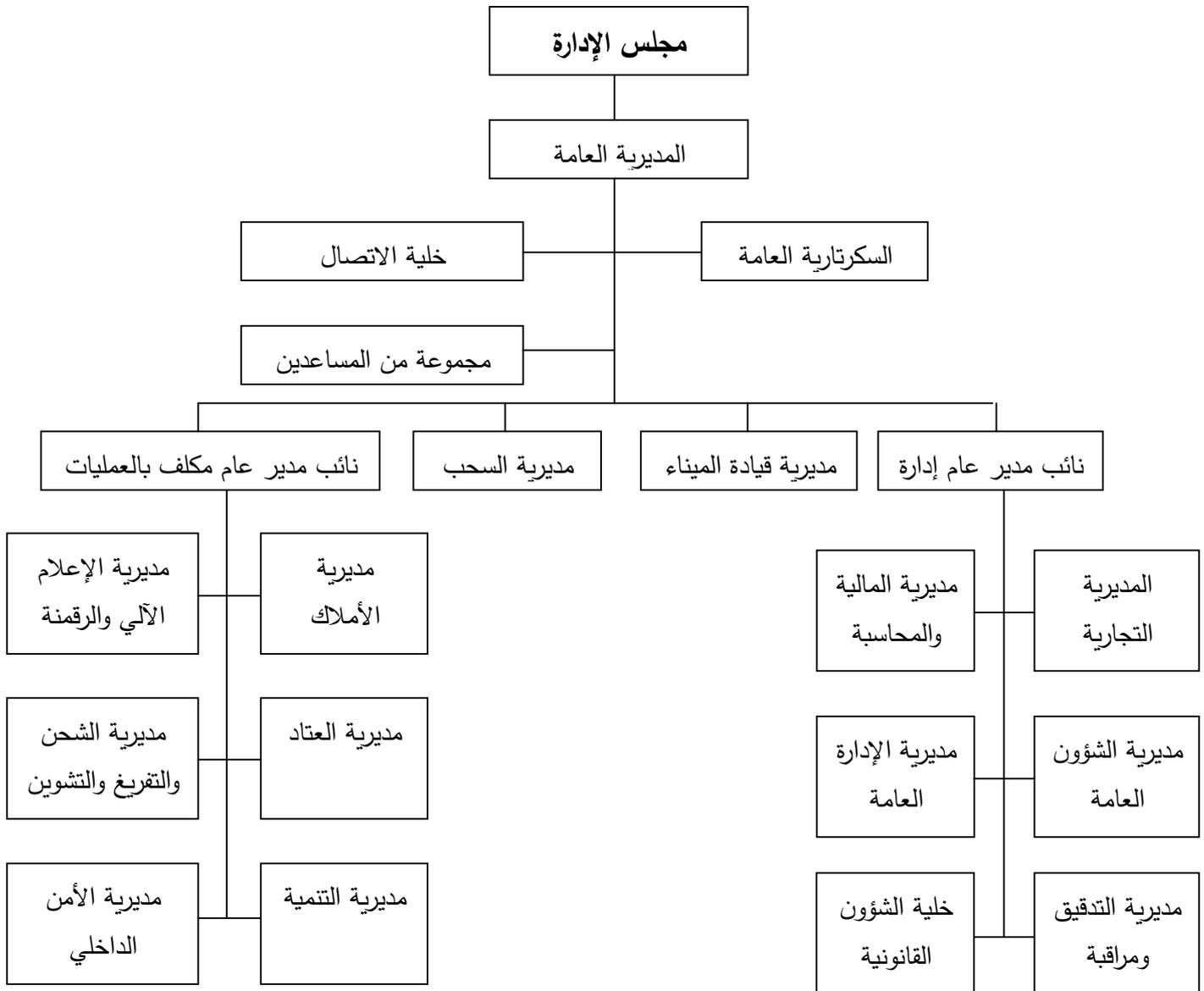
المناولة / الشحن والتفريغ: تشمل المناولة المينائية عمليات شحن البضائع ورصها وفكها وعمليات وضع البضائع على السطوح الترابية والمخازن وأخذها.

وتجرى عمليات المناولة المينائية بموجب عقد وتفضي إلى دفع المقابل. يشمل تشوين (شحن وتفريغ) البضائع العمليات الموجهة لتأمين الاستلام والتأشير والتعرف في اليابسة على البضائع المشحونة أو النزلة وحراستها إلى أن يتم شحنها أو تسليمها إلى المرسل إليه.

تجرى عملية التشوين بموجب عقد يبرم بالتفاوض الحر وتفضي إلى دفع المقابل.

المبحث الثاني: خدمات واستراتيجيات المؤسسة المينائية

المطلب الأول: الهيكل التنظيمي للمؤسسة المينائية



المطلب الثاني: المديرية العامة والمركزية للمؤسسة المينائية

فالمؤسسة الميدانية منظمة ومهيكلية في مديرية عامة و 8 مديريات مركزية وهي:

- مديرية القيادة المينائية
- مديرية الاستغلال، الشحن والتفريغ
- مديرية السحب

- مديرية الأشغال
- مديرية الصيانة
- مديرية المالية والمحاسبة
- مديرية الإدارة العامة
- مديرية الدراسات والتسويق والاتصال

المديرية العامة (D.G) "Direction général":

تقوم هذه المديرية بتسيير وتوجيه، تنسيق، ومراقبة جميع نشاطات المؤسسة المينائية بسكيدة من خلال المديرية التي تسيروها. وتتكون هذه المديرية من:

- أ- الرئيس المدير العام.
- ب- مدير عام مساعد مكلف بالتنسيق والإشراف، ومراقبة نشاطات القيادة المينائية، الإدارة العامة المالية والمحاسبة والدراسات، التسويق والاتصال.
- ج- مدير عام مساعد مكلف بالتنسيق والإشراف أو مراقبة نشاطات الاستغلال، الشحن والتفريغ، الصيانة الأشغال والسحب.
- د- مسؤول الجودة: مرتبط بالإدارة العامة ولديه السلطة والمسؤولية للتأكد من الحفاظ والعمل على تطبيق نظام إدارة الجودة.
- هـ- نائب المدير العام: وينوب عن المدير العام في حالة غيابه وله صلاحيات الرئيس المدير العام إذ ينوبه قانونيا مثل صلاحية التوقيع.
- و- الأمانة العامة ومكتب التنظيم: وهي المسؤولة عن البريد الوارد والصادر وتقوم بتنظيم المواعيد.
- ز- الأمن الداخلي للمؤسسة: المسؤولون عن الأمن الداخلي للمؤسسة يسهرون على توفير الأمن داخل مصالح الخدمات المينائية والعمل على توفير الأمن داخل ميدان العمل.
- ح- هيئة التدقيق الداخلي: وتسهر هذه الهيئة على الرقابة والتدقيق في نظام إدارة الجودة.
- ط- خلية النظافة والأمن: وتهتم بالنظافة والأمن داخل المؤسسة إذ تسهر على أمن العملاء ونظافة ميدان العمل وتعمل بالتنسيق مع مديريةية الأمن الداخلي للمؤسسة.

مديرية قيادة الميناء (DC):

تضمن مجموع النشاطات والعمليات البحرية القيادة والإرساء حيث تمارس في حدود مجالها العمومي للميناء الأرضي والبحري عدة مهام أهمها:

حماية المسطحات المائية والمساحات الأرضية والتجهيزات، ضمان أمن وسلامة الأشخاص والممتلكات تتكفل بالقيادة سحب البواخر ترتيبها وكل ما يتعلق بها، وتتكون هذه المديرية مما يلي:

❖ دائرة الأمن والحماية

❖ دائرة مساعدة المراكب

❖ هيئة القيادة البحرية.

مديرية الاستغلال والشحن والتفريغ (DEMA):

مكلفة بكل عمليات نقل وتفريغ وكذلك تخزين البضائع وتسليمها للزبائن ووضع تحت تصرفهم الإمكانيات المادية وتسيير المجال العمومي والقيام بمتابعة حركة السلع بالإضافة إلى جمع المعلومات الإحصائية وفوترة الخدمات المقدمة. وتتكون من:

- مديرية الاستغلال والشحن والتفريغ والتي تنقسم إلى:

- مصلحة الإحصائيات.

- مصلحة الأمن

- مصلحة توزيع الوسائل البشرية والمادية.

- دائرة الاستغلال: وتتكون من:

- مصلحة العمليات الخاصة بالسفن

- مصلحة الفوترة

- دائرة الحاويات: وتتكون من:

- مصلحة الخدمات والشحن والتفريغ

- مصلحة الحضور، متابعة الوسائل، البرمجة والمراقبة

مديرية المالية والمحاسبة (DFC):

لها مهمة ضمان سير العمليات المالية ووضعية المحاسبة في المؤسسة. وتتكون من دائرتين هما:

- دائرة المالية: وتتكون من:

- مصلحة العمليات المالية

- مصلحة ميزانية الاستثمار: وهي مكلفة بتحضير الميزانية ومتابعة عمليات الاستثمار

- دائرة المحاسبة (dr): وتحتوي على:

- مصلحة المحاسبة العامة

- مصلحة التحصيل

مديرية السحب (dr):

تعتبر حديثة النشأة يتمثل دورها في مساعدة السفن وإرسائها أثناء الدخول والخروج والسهر على عملية تخليص السفن في حالات الخطر باستعمال وسائل مواجهة الصعاب داخل الحوض وهي تتكون من ثلاث مصالح هي:

- مصلحة التجهيز والاستغلال.

- مصلحة التموين والبرمجة.

- مصلحة الصيانة البحرية.

مديرية الأشغال (dt):

مكلفة بالمحافظة على الأملاك ومتابعة تنفيذ الأشغال الخاصة بالبنية التحتية والفوقية المينائية مثل البرج الخاص بقيادة الميناء وتحتوي على ثلاث مصالح هي:

- مصلحة المحافظة على الأملاك.

- مصلحة الأشغال الجديدة.

- مصلحة الهياكل البحرية.

مديرية الصيانة (DM):

لها مهمة تأمين حفظ وصيانة مجموع العتاد المنتوج للمؤسسة والتموين وتسيير المخزون وتتكون من ست مصالح هي:

- مصلحة تسيير المخزون (فرع المخزون الرئيسي)
- مصلحة المشتريات الخارجية
- مصلحة المشتريات الداخلية (فرع الشراء)
- مصلحة التخطيط والمتابعة (فرع التسيير التقني)
- مصلحة صيانة العتاد (فرع الرافعات، فرع الصيانة)
- مصلحة صيانة العتاد (فرع الميكانيك، العتاد المتحرك، فرع الصيانة، فرع السيارات الخفيفة)

مديرية الإدارة العامة (DAG):

وهي مكلفة بتسيير الموارد البشرية، القضايا القانونية والمنازعات والقضايا العامة للمؤسسة، إلى جانب متابعة تنفيذ برنامج تكوين العاملين في المؤسسة وتدريبهم، وتحتوي هذه المديرية على أربع دوائر هي:

- دائرة الموارد البشرية: وتتكون من:

- مصلحة تغيير الموارد البشرية
- مصلحة الرواتب والعلاقات مع الصندوق

- دائرة القضايا العامة: وتتكون من:

- مصلحة النشاطات الاجتماعية
- مصلحة الوسائل العامة
- مصلحة العلاقات الخارجية

- دائرة التكوين.

- دائرة القضايا القانونية: وتتكون من:

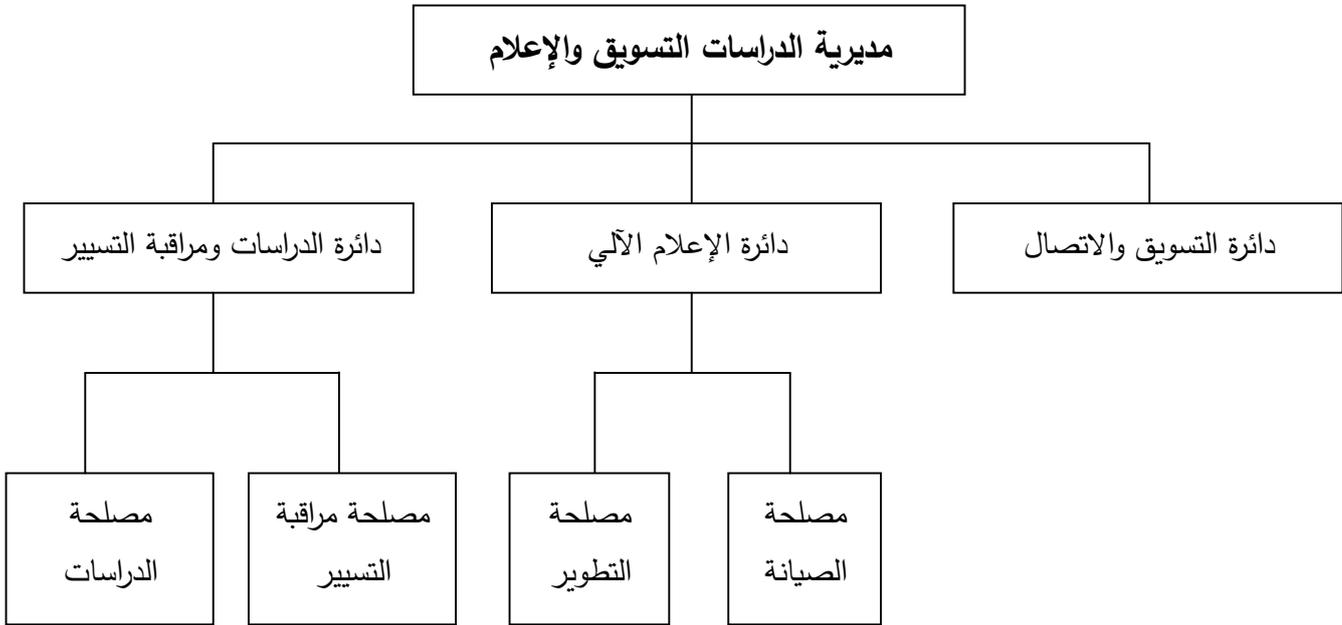
- مصلحة المنازعات.

- مصلحة التأمينات.
- مصلحة الأسواق.

مديرية الدراسات، التسويق، والاتصال والإعلام الآلي (DEMI):

وهي مكلفة بقيادة العمليات الخاصة بالدراسات، التسويق والاتصال، ومراقبة التسيير والإعلام الآلي، وبما أنها المديرية التي قمنا فيها بالترخيص فإننا سنتطرق لها بالتفصيل في تقديم مكان الترخيص مديرية الدراسات، التسويق والاتصال.

الهيكل التنظيمي لمديرية الدراسات التسويق والاتصال:



المصدر: مديرية الدراسات التسويق والاتصال

شرح الهيكل التنظيمي لمديرية الدراسات، التسويق والاتصال:

المديرية حديثة النشأة مكلفة بعدة مهام أهمها: قيادة وتوجيهه والاطلاع على سير الأعمال المتعلقة بالدراسات ومراقبة التقصير والتسويق، الاتصال والإعلام الآلي وتتكون من ثلاث دوائر هي:

1- دائرة الإعلام الآلي: وتهتم بوضع برامج التسيير ومتابعتها وترقية العمل ووضع مخططات الإعلام الآلي للمؤسسة صيانة الأجهزة والاهتمام بها.

وتتكون هذه الدائرة من مصلحتين:

1-1- مصلحة الصيانة: مهمتها صيانة الأجهزة وهي نوعان:

أ- الصيانة الأولية تهتم المصلحة بإصلاح أجهزة الإعلام الآلي بنفسها في حالة تعطلها.

ب- الصيانة الثانوية في حالة عدم قدرة المصلحة على إصلاح الأجهزة تقوم بإرسالها إلى أطراف خارج المؤسسة.

1-2- مصلحة التطوير: وهي مصلحة تطوير الإعلام الآلي وهي نوعان:

أ- فرع البرمجة: تهتم بجميع البرامج وتطبيقاتها في المؤسسة المينائية وترتب حسب الأولوية، حيث تمر على دائرة الإعلام الآلي فيما بعد.

ب- فرع التنظيم ومنهج الإعلام الآلي: ويقوم هذا الفرع بعدة مهام هي:

➤ خلق فضاء الانترنت لمصلحة العمال.

➤ الحفاظ على البرامج.

➤ المحافظة على تجهيزات الإعلام الآلي.

➤ إنجاز ملفات البرامج - متابعة شبكات الاتصال أو 99.

➤ تطبيق البرامج.

➤ اتباع المتربصين (مختصين في الإعلام الآلي)

2- دائرة الدراسات ومراقبة التسيير: وفيها مصلحتان:

1-2- مصلحة الدراسات: تتمثل مهام هذه المصلحة فيما يلي:

"Tableau de bord": جدول يعد كل شهر، فيه تقرير مقارنة نتائج العام الماضي والعالم الحالي. هذا التقرير

ملخص لنشاط الميناء في الشهر وفيه تتطرق لجميع الجوانب البضائع، المحروقات، حركة البواخر، الجانب المالي

المداخل، المصاريف.

وضعية المستخدمين: وفيها جداول تبين ما إذا حقق الميناء في نفس الشهر للعام الماضي بالتقديرات لنفس شهر

العام المقبل، وما إذا حقق الميناء في تسعة (09) أشهر للعام المقبل ويخرج التغيرات أي (زيادة، نقصان، منتظمة

بالنسب مثل باخرة البضائع = تغير سلبي ب -20 ما بين العام الماضي وهذا العام يوجد انخفاض ب-20، باخرة الحبوب = ارتفاع ب 07 مع الزبائن.

كذلك القيام بالتحليل عن سبب حدوث تغير عندما توجد المعلومات الخاصة مع الزبائن الجدد مثل ذلك: ذهاب زبون إلى ميناء آخر عوض ميناء سكيكدة فعند التحليل نجد أنه فضل ميناء "جيجل" عن ميناء "سكيكدة" لأن كمية السلعة كبيرة ومساحة ميناء "سكيكدة" صغيرة فيلجأ إلى الأمن أين يستطيع وضع حمولته وهو ميناء جيجل بعد كل هذا القيام باجتماع شهري لدراسة هذا النشاط على مستوى المديرية.

كذلك توجد إحصائيات لنشاط الميناء وترسلهم إلى الوزارة كل شهر، أو ثلاث (03) أشهر، أو ست (06) أشهر.

إرسال المدير أحيانا الملف من أجل الدراسة عن موضوع معين مثل: إرسال المعلومات إلى الزائر، يتم اللجوء إلى قسم الدراسات ومراقبة التسيير، إرسال فاكس إلى الوزارة مهمته التنسيق من أجل وضع وثائق الميناء مقارنة مع باقي الموانئ.

2-2- مصلحة مراقبة التسيير: في هذه المصلحة أول وثيقة هي الميزانية التي تعمل من أجل متابعة التقديرات (سلع، حاويات) في الموسمية لأن كل شهر هناك تقديرات مثل: بذور فلاحية ب500 طن بعد ذلك يبحثون عن الكمية التي حققتها المؤسسة في شهر جانفي ويظهر الفرق، كذلك في هذه المصلحة تتخذ الدراسات من خلال:

Tableau de bord: لمتابعة وتنفيذ ومقارنة كل ما جاء في الميزانية يمكن أن نقول أن هناك علاقة بين الميزانية السنوية (budget annuelle) و (tableau de bord).

3- دائرة الاتصال والتسويق:

تتكون من مصلحتين، مصلحة التسويق ومصلحة الاتصال:

3-1- مصلحة الاتصال: وهي بدورها حديثة النشأة، تم تأسيسها في جانفي 2003م وتنقسم إلى:

أ- اتصال داخلي: والذي يهتم بالاتصال داخل المؤسسة أي مع العاملين فيها ويشمل ما يلي:

➤ التحسيس

➤ نشر الإحصائيات الشهرية لمختلف الأنشطة التجارية

➤ إصدار مجلة شهرية بها معلومات عن كل الأحداث حتى يكون العامل على دراسة بكل مستجدات المؤسسة

- برمجة لقاءات ونقاش حول احتياجات وواجبات وحقوق العاملين
- وضع عليه اقتراحات للتعبير والمساهمة في اقتراح أفكار لتحسين جودة الخدمات المقدمة، ويتم الفرز والاختيار من خلال جمعية عامة لاختيار أحسن فكرة مقابل مبلغ محدد من قبل الجمعية.
- توعية العمال حول نظام إدارة الجودة في إطار العمل اليومي.

ب- اتصال خارجي: ويهتم هذا الاتصال بعملاء المؤسسة وتتمثل مهامه في:

- تنظيم أبواب مفتوحة
- تنظيم زيارات للمتعاملين الاقتصاديين
- القيام بلقاءات مع المتعاملين الاقتصاديين في مساحات مهيأة لذلك.
- الاتفاق مع الإذاعات المحلية لإيداع ومضات إخبارية
- نشر المعلومات على موقع المؤسسة على شبكة الانترنت.

3-2- مصلحة التسويق: وتهتم هذه المصلحة بالتعرف على العملاء ومشاكلهم والعمل على تحسين صورة المؤسسة وزيادة حصتها السوقية. تتكون من ثلاث إدارات:

أ- رئيس مصلحة

ب- مكلف بالدراسات

ج- مسير إداري

أهداف المصلحة ومهامها (مديرية التسويق والاتصال والدراسات) D.E.M: من المعروف أن مجال التسويق جديد، وهذه حتمية اقتصادية لأن الجزائر في طريقها إلى الانضمام إلى المنظمة التجارية، هذا ما يؤدي بالمؤسسة أن تسعى جاهدة من أجل تطبيق مهام التجارة الدولية حتى تكون من ضمن الدول المطبقة تطور مقاييسه ومعالمه المتمثلة في:

- تحسين العلاقات مع الزبائن.
- المشاركة الفعالة في التظاهرات الدولية لفرض وجود المؤسسة.
- ترويج الخدمات المينائية بطرق علمية صحيحة.

وفي إطار العمل تحسين صورة المؤسسة وزيادة حصتها السوقية، تقوم مصلحة التسويق بمهمتين أساسيتين هما:

* العمل على ترويج الخدمات المينائية:

تعتبر المؤسسة المينائية من بين المؤسسات التي تعطي أهمية كبيرة لتطوير حركية التجارة حتى تكون مستعدة لكل التغيرات الناتجة، هذا ما يؤدي بها إلى المشاركة في التظاهرات والصالونات الوطنية والدولية التي تجمع المتعاملين الاقتصاديين بغية إبرام علاقات تجارية والعمل على زيادة نسبة العملاء.

* الإصغاء إلى الزبائن:

من أجل التعرف على مشاكلهم ومتطلباتهم، وهي عبارة عن تقنية تطبقها المؤسسة المينائية وهذا بعد تحصلها على نظام تسيير النوعية ISO 9001. Version 2000 وهذا عبر التقرب من العملاء لخلق علاقات الثقة، كذلك تنظم يوم خاص بتقديم حصيلة السنة بحضور المتعاملين الاقتصاديين وكل الفعاليات حيث محاولة الرد على متطلبات العملاء وإيجاد حلول لمشاكلهم فيما يتعلق بالسلع الواردة أو الصادرة عبر الميناء، إلى جانب القيام ببحوث رضا العملاء.

المطلب الثالث: استراتيجية المؤسسة المينائية

لقد عرف محيط المؤسسة الاقتصادية منذ أزيد من الزمن تحولات جد عميقة وسريعة، كما أن تأثير العولمة كان واضحا على تحرير التجارة العالمية وتسهيل حركة رؤوس الأموال والسلع، الخدمات والمعلومات واستخدام التكنولوجيا الحديثة. دعت هذه التحولات إلى ظهور مفاهيم جديدة في إدارة المؤسسات التي تسعى إلى تحقيق هدف البقاء والاستمرار في عالم المنافسة، واتباع الأساليب الحديثة في الإدارة لمواجهة الظروف التي أصبحت أكثر تعقيدا وغموضا.

يعد مفهوم الجودة الشاملة من المفاهيم الإدارية الحديثة القائمة على مجموعة من المبادئ لذا تسعى كل مؤسسة إلى تحقيق أعلى مستوى للجودة الشاملة في منتجاتها وخدماتها، باعتبارها أحد عناصر النجاح أو الفشل للمؤسسة في السوق. فيفضل الجودة الشاملة حققت مؤسسات الدول المتطورة نتائج مكنتها من السيطرة على الأسواق، وسمحت ببناء استراتيجيات تنتهج أسلوب إداري حديث.

تتكون استراتيجية المؤسسة من عدد من الاستراتيجيات، فهناك استراتيجية الإنتاج، استراتيجية التسويق، استراتيجية الجودة والإستراتيجية المالية وغيرها وذلك بحسب أنشطتها أو وظائفها، فكل نشاط أو وظيفة من وظائف المؤسسة هناك استراتيجيات خاصة بها. ومن بين أهم الاستراتيجيات المتبعة في مجال الجودة الشاملة.

أ- تولى الإدارة العليا ضبط الجودة: يكون رئيس مجلس إدارة المؤسسة أو مديرها العام هو المسؤول الأول عن إدارة أنشطة الجودة والضبط والرقابة في الجودة، تستلزم هذه الاستراتيجية وجود ما يلي:

- سياسات مكتوبة للجودة بحيث يتم نشرها وتعميمها على كافة العاملين، وتعتبر سياسات الجودة مرشد عام للموظفين أثناء تأدية واجباتهم؛

- قد تتضمن هذه السياسات التأكيد على ضرورة أن تكون جهود التحسين مستمرة أو التركيز في أنشطة الجودة على التأكيد على الجودة ومنع وقوع الأخطاء بدلا من ضبط الجودة واكتشاف الأخطاء لتصحيحها أو أي سياسات أخرى تتعلق بالوصول إلى مستويات عالية من الجودة؛

- وضع أهداف للجودة الشاملة لجميع الوظائف في كافة المستويات وخاصة تلك الأهداف المتعلقة بالتحسينات المستمرة؛

- توزيع المسؤوليات عن أنشطة الجودة الشاملة؛

- تمكين العاملين من تأدية أعمالهم من خلال تفويض الصلاحيات التي يحتاجونها لأداء أعمالهم بطريقة تساعدهم على تحقيق أهداف الجودة. يقول هيكوش: "بأن استراتيجية الجودة الشاملة يجب أن تتضمن منح صلاحيات مناسبة للموظفين تمكنهم من ممارسة صلاحياتهم.

ب- تدريب الجودة المكثف: على الرغم من أن تدريب الجودة الشاملة يبدأ من الأعلى إلى الأسفل، إلا أنه في النهاية يشمل كافة العاملين في كافة المستويات الإدارية في المؤسسة حيث يقود تدريب الجودة الشاملة المكثف لكل فرد في المؤسسة إلى فهم أنشطة الجودة الشاملة. يمكن أن يتخذ التدريب المكثف على الجودة الشاملة عدة أشكال من أهمها الندوات وورشات العمل والتي تعقد الإدارة العليا والوسطى والدنيا ولباقي الموظفين المهمين في المؤسسة وتهدف إلى بلورة أهمية الجودة وتوضيح كيفية قيام الإدارة العليا برفع كفاءتها وقدرتها على تحقيق أهداف المنظمة من خلال ضبط الجودة.

ج- التركيز على العملاء: قد تسعى المؤسسات إلى التركيز من حيث دراسة احتياجاتهم ومتطلباتهم والعمل على تلبية هذه الاستراتيجية تتطلب إجراء بحوث تسويقية لدراسة خصائص العملاء وأدواتهم وحاجاتهم المعلنة وغير المعلنة منها والمستقبلية. كما تتطلب هذه الاستراتيجية كذلك إلى إجراء دراسات مستفيضة عن المؤسسات المنافسة باستمرار من أجل تحديد نقاط القوة والضعف لديها.

د- تحسين الجودة الشاملة: تسعى برامج تحسين الجودة إلى تطوير العمليات داخل المؤسسة، والتي قد تشمل تخطيط الإنتاج وتطوير المنتج والشراء والتصنيع والتوزيع وغير ذلك. هذه العمليات قد تكون غير كفؤة ومتداخلة

فيما بينها بحيث تؤدي إلى زيادة التكلفة وإلى عدم رضا العملاء عن المنتج مما يقود إلى عدم تحقيق المؤسسة لأهدافها، وينبغي أن يتضمن برنامج تحسين الجودة جميع المعلومات عن تكلفة الجودة وخاصة التكلفة المخفية.

هـ- الضبط الإحصائي للجودة الشاملة: تقوم الكثير من المؤسسات باستخدام الأساليب الإحصائية في ضبط جودة الإنتاج والعمليات، حيث تستخدم هذه المنظمات المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والتباين والارتباط والانحدار في ضبط الجودة. هنالك سبعة أدوات معروفة تستخدم في هذا المجال: شكل الانتشار، تحليل باريتو، خريطة السبب-الأثر، خريطة تدفق العمليات، قائمة المراجع، خريطة المتابعة، خرائط الرقابة، وتساعد هذه الأدوات في تصنيف البيانات وتحليل مشكلات العمل توطئة لتحديد أولويات حل المشكلات والعمل على حلها.

خلاصة الفصل:

نستنتج من خلال ما سبق تقديمه في الدراسة التطبيقية للمؤسسة المينائية لولاية سكيكدة أنها تهدف إلى التعريف بمختلف المفاهيم المقدمة حولها، نشاطاتها، الهيكل التنظيمي مع شرح المديرية العامة والمركزية إضافة إلى أهم الاستراتيجيات المعتمدة.

ومن هذا المنطلق استطعنا عمل الجانب التطبيقي للمؤسسة المدروسة.

الفصل الخامس: الدراسة الميدانية ونتائجها

I- الإجراءات المنهجية

1- مجالات الدراسة

II- الدراسة الميدانية

1- عرض البيانات، تحليلها وتفسير النتائج

2- عرض النتائج العامة

1- الإجراءات المنهجية:

1- مجالات الدراسة:

يعتبر تحديد مجالات الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي كونه يساعد على قياس مدى تحقق المعارف النظرية في الميدان.

وقد اتفق كثير من المشتغلين في مناهج البحث العلمي على أنه لكل دراسة ثلاث مجالات رئيسية وهي:

أ- **المجال المكاني:** ويقصد به المكان أو الحدود الجغرافية التي ستجرى الدراسة في نطاقها، وبما أن دراستنا تهدف إلى الكشف عن مدى تأثير الاتصال التنظيمي عبر الانترنت على سمعة المؤسسة فدراستنا ستكون في الخلية الاتصالية للمؤسسة المينائية بولاية سكيكدة.

ب- **المجال الزمني:** ويشمل الفترة الزمنية التي استغرقتها لإجراء دراستنا والوصول إلى نتائجها.

لقد تم الشروع في دراستنا الميدانية في الفترة ما بين 16 ماي إلى غاية 13 جوان 2021 وذلك بجمع المادة العلمية المتعلقة بالموضوع.

ج- **المجال البشري:** يقصد به مجتمع البحث وهم العاملين (الموظفين) بالمؤسسة المينائية بسكيكدة، فإن مجتمع بحثنا يتكون من 150 فرد من أصل 1911.

II- الدراسة الميدانية ونتائجها:

1- عرض البيانات، تحليلها وتفسير النتائج:

- البيانات الشخصية:

جدول رقم 01: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نكر	66	44%
أنثى	84	56%
المجموع	150	100%

من خلال نتائج الجدول رقم 01 اتضح لنا أن نسبة الإناث اللواتي يعملون بالمؤسسة تقدر بـ 56% وهذا راجع إلى طبيعة عملية التوظيف التي تتبعها المؤسسة وأيضا المؤهلات الشخصية التي تؤهل كلا الجنسين لشغل منصب إداري، ويعود السبب إلى كون المرأة في الجزائر اكتسحت ميدان الشغل وفرضت نفسها في العديد من المجالات، إضافة إلى كون العمل المكتبي في المؤسسات من الوظائف التي تحبها الإناث مقارنة بالأعمال الأخرى، وفي المقابل تعود نسبة 44% إلى الذكور وهي النسبة الأقل مقارنة مع الإناث وهذا راجع إلى عدم ملائمة طبيعة العمل بشكل كبير للذكور.

جدول رقم 02: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	24	15%
جامعي (تدرج)	89	59%
تكوين مهني	37	25%
المجموع	150	100%

من خلال نتائج الجدول رقم 02 اتضح لنا توزيع أفراد العينة بحسب المستوى التعليمي إلا ثلاث فئات رئيسية يحتل فيها الجامعيون النسبة الأكبر 59% وهذه النسبة يرجع لكون المؤسسة تعتمد بصورة كبيرة على الأجهزة الذكية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبالضرورة أن تعتمد على الإطارات في تسيير أعمالها، كما أن العينة ذاتها كلها تعمل في المكاتب وهناك أعمال تتطلب مجهودات فكرية وليست عضلية، بينما قدرت نسبة ذوي المستوى التكويني المهني بـ 25% وهي نسبة معتبرة نظرا لتكوينهم الجيد وأدائهم الوظيفي المتقن والشهادة التي تؤهلهم لشغل

مناصب إدارية، أما نسبة 16% فهي ترجع إلى ذوي المستوى الثانوي، وهي نسبة ضئيلة نوعا ما، نظرا لكون المديرية تستوعب موظفين لديهم خبرة طويلة في العمل منذ نشأة المؤسسة وهم بذلك يغطون نقص التعليم العالي، وهم يؤدون مهام أساسية وهامة في الوحدة.

جدول رقم 03: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الأقدمية بالعمل

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	13	9%
من 5 إلى 10 سنوات	60	40%
من 11 سنة إلى 25 سنة	77	51%
المجموع	150	100%

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول رقم 03 الذي يوضح متغير الأقدمية بالعمل الذي يعكس خبرة الأفراد المبحوثين في أداء أعمالهم، حيث عادت أعلى نسبة فيه للموظفين ذوي أقدمية تتراوح من (11 سنة إلى 25 سنة) والتي قدرت بـ 51% وهم الذين يشغلون مناصب هامة وحساسة في المؤسسة نظرا لمعرفتهم بطبيعة العمل وتأتي في المرتبة الثانية نسبة الموظفين ذوي أقدمية تتراوح ما بين (5 إلى 10 سنوات) والتي قدرت بـ 40% وهي نسبة معتبرة وتأثر خبرتها على الأداء الجيد في المؤسسة، وفي الأخير جاءت نسبة 9% بالنسبة لذوي الخبرة (أقل من 5 سنوات) وهي نسبة ضئيلة نوعا ما، وهذا راجع إلى كون المؤسسة لا تميل إلى التجديد في مواردها البشرية، بل تستفيد من الطاقات الفكرية التي لديها خبرة طويلة في العمل، والتي تكون أكثر قابلية للعمل وأكثر مساهمة للتطورات الحاصلة داخل أو خارج المؤسسة.

المحور الأول: بيانات حول نوع الاتصال

جدول رقم 04: يبين نوع الوسيلة الاتصالية السائدة في المؤسسة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
المقابلة الشخصية	56	37%
الهاتف	24	16%
الاجتماعات	08	05%
التقارير	11	07%
الانترنت	27	18%
صندوق الأفكار	06	04%
الطلب الخطي	18	12%
المجموع	150	100%

من خلال قراءتنا للبيانات المسجلة في الجدول رقم 04 يتضح لنا وجود تباين في الوسائل التي يستخدمها المبحوثين في اتصالاتهم داخل المؤسسة، حيث جاءت النسبة الأكبر 37% بالنسبة لاستخدام المقابلة الشخصية وهذا ما يعني أن العمال يعتمدون على الاتصال الشخصي فيما بينهم كوسيلة سريعة وسهلة في الاتصال بين العمال، تليها نسبة 18% بالنسبة لاستخدام الانترنت كوسيلة عملية وفعالة وملائمة أكثر لطبيعة عمل المؤسسة، في حين جاءت نسب 16%، 12%، 05%، 04% بالترتيب فيما يخص الوسائل التالية: الهاتف، الطلب الخطي، الاجتماعات، صندوق الأفكار ومن الواضح أن لكل وسيلة دورها وتأثيرها على العمل، والدليل على ذلك عدم وجود أي نسبة معدومة بمعنى أن كل الوسائل المتوفرة مستخدمة في المؤسسة حسب الموقف الاتصالي، وحسب تفضيل العمال لنوع الوسيلة التي يستخدمها.

جدول رقم 05: يبين نوع الاتصال الذي يعتمد عليه المبحوثون عند تأديتهم لمهامهم

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
الاتصال الشفهي	81	54%
الاتصال الكتابي	69	46%
المجموع	150	100%

يوضح الجدول رقم 05 أن نسبة 54% من مفردات العينة تستخدم الاتصال الشفهي عن تأدية المهام، وهذا راجع إلى سهولة الاتصال الشخصي، بين العمال بطريقة مباشرة مما يمكنهم بنقل وتبادل مجموعة من الرسائل

والمعلومات والآراء بعيدا عن تعقيدات الاتصال الكتابي، وهو ما يؤكد نتائج الجدول رقم 04 الذي يبين أن المؤسسة تعتمد على المقابلة كوسيلة اتصال أساسية، أما نسبة 46% تعود إلى فئة المبحوثين الذين يستخدمون الاتصال الكتابي، والسبب في ذلك هو طبيعة المهام التي يقومون بها والتي تتطلب التسجيل الكتابي لها، مثل التقارير، والمراسلات، والمذكرات والاجتماعات... وهذا التباين البسيط في النسب يعكس قدرة عمال المؤسسة على استخدام كلا النوعين من الاتصالات بإتقان.

جدول رقم 06: يبين نوع الاتصال الذي تستخدمه الإدارة العليا عند اتصالها بالعمال (المبحوثين)

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
الاتصال الرسمي	69	46%
الاتصال غير الرسمي	81	54%
المجموع	150	100%

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 54% من المبحوثين في المؤسسة المينائية يؤكدون بأن نوع الاتصال الأكثر استخداما داخل المؤسسة هو الاتصال غير الرسمي، في حين أن نسبة 46% تخص نوع الاتصال الأقل استخداما داخل المؤسسة وهو الاتصال الرسمي، ويرجع سبب ارتفاع نسبة استخدام الاتصال غير الرسمي كون المؤسسة تعتمد على الاتصالات التي تمر من خلال قنوات غير رسمية كالمقابلة المباشرة، الاتصال الشخصي، من أجل تسهيل وتيرة العمل وعدم ربط العاملين بالقوانين واللوائح الرسمية وبالمقابل نجد (69) فرد من العينة يستخدمون الاتصال الرسمي في تسيير أعمال المؤسسة، ما يمكن ملاحظته هو وجود تبادل إيجابي بين الاتصال الرسمي وغير الرسمي لدى العمال، وهذا ما يؤكد نتائج الجدولين رقم 4 و 5.

جدول رقم 07: يبين ما إذا كان نوع الاتصال الذي تستخدمه الإدارة العليا يلبي احتياجات العمال

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	49	33%
أحيانا	64	42%
أبدا	37	25%
المجموع	150	100%

اتضح لنا من خلال نتائج الجدول رقم 07 أن الاتصال الذي تستخدمه الإدارة العليا يلبي احتياجات 49 فرد من عمال المؤسسة بنسبة 33% وهذا راجع إلى أن الاتصالات التي تكون بين الطرفين قائمة على التفاهم المشترك والتفاعل الجيد أثناء العمل، مع مراعاة متطلبات العمال، أما 64 فردا فقد أجابوا بأن نوع الاتصال الذي تستخدمه

الإدارة أحيانا ما يلبي احتياجاتهم وجاءت النسبة بـ42% وهي النسبة الأكبر يرجع ذلك إلى طبيعة المهام التي يقومون بها والتي تعتمد فقط على تنفيذ الأوامر والقرارات التي تأتي من الإدارة العليا دون مناقشتها أو إخضاعها للاحتياجات الشخصية لكل عامل، أما النسبة الأخيرة 25% تعود على 37 فردا أجابوا بالنفي على أن الإدارة العليا تستخدم الاتصال الذي لا يلبي احتياجاتهم هذا راجع إلى الضرورة المهنية التي تفرض مصالح المؤسسة على حساب احتياجات العمال.

جدول رقم 08: يبين أكثر أنواع الاتصال الرسمي استخداما من طرف المبحوثين (العمال)

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
60%	90	الاتصال النازل
13%	20	الاتصال الصاعد
27%	40	الاتصال الأفقي
100%	150	المجموع

من خلال نتائج الجدول رقم 08 اتضح لنا أن الاتصال الرسمي النازل هو أكثر الأنواع استخداما من طرف المبحوثين بنسبة 60% وهذا أمر طبيعي لأن الأوامر تأتي من الأعلى إلى الأسفل أي من المدير إلى رؤساء المصالح والمشرفين حتى تصل إلى العمال حسب الهيكل التنظيمي للمؤسسة، وفي المقابل جاءت نسبة 27% بالنسبة لاستخدام الاتصال الأفقي، يرجع ذلك إلى دورة عملية الاتصال التي تحدث بين الإدارات الأفقية وهو المستوى التنظيمي الأكثر فعالية من حيث سيرورة المعومات الإدارية، وفي الأخير تأتي نسبة 13% وهي النسبة الضئيلة التي تعبر عن استخدام المبحوثين للاتصال الصاعد أي من الإدارة الدنيا، والتي تتمثل في الفئة التي تنفذ الأوامر وتقوم بالمهام التي توكل إليها من الإدارة العليا دون وجود اتصال صاعد بينهم.

جدول رقم 09: يبين أكثر أنواع الاتصال غير الرسمي استخداما لدى العاملين في المؤسسة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
47%	70	نقاشات حول العمل
49%	74	نقاشات عامة
04%	06	نقاشات شخصية
100%	150	المجموع

اتضح لنا من خلال نتائج الجدول رقم 09 والذي يبين أنواع الاتصال غير الرسمي استخداما لدى المبحوثين في المؤسسة فجاءت النسب كالتالي: 49% نقاشات عامة، و47% نقاشات حول العمل، و4% نقاشات شخصية، هذا

راجع إلى موانع العملية الاتصالية داخل المؤسسة تسمح بتكوين علاقات اجتماعية في إطار العمل وهي وسيلة ناجحة لتنفيذ المهام في إطار أشكال مختلفة من الاتصال قصد تبادل المعلومات التي تخص العمل في إطار تفاعل اجتماعي يفيد العامل من جهة والمؤسسة من جهة أخرى، والجانب الإيجابي الذي يثبت ذلك هو أن نسبة النقاشات الشخصية قليلة 4% وهي غالباً تحدث بين عمال الإدارة الدنيا، من سائقين، عمال الأمن، عمال النظافة.

جدول رقم 10: سبين ما إذا كان نوع الاتصال الذي يستخدمه المبحوثين (العمال) يلبي رغباتهم التي اقترحناها عليهم

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
44%	66	يسهل عملية الإدارة للقيام بمهامها
8%	12	عنصر تحكم الإدارة في العاملين
20%	30	ينمي الروابط الحسنة بين العاملين
28%	42	يزيد من تقارب وتفاهم الرئيس والمرؤوس
100%	150	المجموع

من خلال نتائج الجدول رقم 10 والذي يبين ترتيب الرغبات التي يلبها الاتصال السائد بين العمال، اتضح لنا بأن نسبة 44% من المبحوثين أجابوا بأن الاتصال داخل المؤسسة يسهل عملية قيام الإدارة بمهامها، هذا راجع إلى فعالية الاتصال الذي يخدم بالدرجة الأولى أهداف المؤسسة، أما النسبة التي تليها مباشرة هي 28% التي تبين بأن الاتصال يزيد من تقارب وتفاهم الرئيس والمرؤوس وهو ما يؤكد الانسجام الحاصل داخل المؤسسة والتفاهم المشترك بين الرؤساء والمرؤوسين في حين تعود نسبة 20% إلى أن الاتصال ينمي الروابط الحسنة بين العاملين وهذا راجع إلى الدور الإيجابي الذي يقوم به الاتصال داخل المؤسسة بالتأثير المتبادل في السلوك مما يؤدي إلى الشعور بالانسجام والانتماء بين العمال، وفي الأخير تأتي نسبة 8% من المبحوثين الذين أجابوا بأن الاتصال داخل المؤسسة عنصر تحكم به الإدارة في أداء عاملها، وهذا أمر طبيعي لأن الاتصال هنا يركز على تلبية الأوامر الإدارية التي تحقق أهداف المؤسسة.

جدول رقم 11: يبين مع ماذا تتماشى محتويات وسائل الاتصال المستخدمة داخل المؤسسة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
27%	40	أهداف المؤسسة
13%	20	اهتمامات وطموحات العمال
60%	90	استراتيجية وتوجهات المؤسسة
100%	150	المجموع

من خلال نتائج الجدول رقم 11 والذي يبين أهداف محتوى وسائل الاتصال التي تستخدم داخل المؤسسة، فقد جاءت النسبة الأكبر 60% إلى أن الاتصال يخدم استراتيجية وتوجهات المؤسسة، وهذا راجع إلى التخطيط الاستراتيجي المحكم لعملية الاتصال داخل المؤسسة بحيث جعلت الأولوية لتوجهاتها وما تطمح إليه، وفي المرتبة الثانية خدمة أهداف المؤسسة بنسبة 27% وهو العنصر الأساسي لعملية الاتصال التي يقوم بها العمال، في حين أن نسبة 13% تعود إلى اهتمامات وطموحات العمال فيما يخص محتوى وسائل الاتصال داخل المؤسسة وبالتالي هناك ترتيب منطقي حسب إجابات المبحوثين لأولوية تحقيق وسائل الاتصال استراتيجية وتوجهات المؤسسة بعدها أهدافها ثم اهتمامات وطموحات عمالها.

جدول رقم 12: يبين كيفية تقييم مستوى نوع الاتصال الذي يستخدم في المؤسسة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
26%	39	حسن
57%	89	متوسط
17%	22	ضعيف
100%	150	المجموع

من خلال نتائج الجدول رقم 12 والذي يبين تقييم المبحوثين لنوع الاتصال الذي يستخدم في المؤسسة، جاءت النسب كالتالي:

57% أجابوا بأن مستوى الاتصال متوسط هذا راجع إلى وجود بعض الصعوبات فيما يخص تنسيق الأعمال والمجهودات بين المستويات التنظيمية الثلاثة، بالإضافة إلى الطريقة والأسلوب الذي يستخدمها العمال عند اتصالهم ببعضهم يكون في كثير من الأحيان غير مفهوم لدى الكثير من العمال، أما بنسبة 26% من العمال فهم يقيمون نوع الاتصال المستخدم في المؤسسة أنه حسن، باعتبار أن المهام التي يقومون بها قائمة على الاتصال وهم

ناجحون في تأدية مهامهم وفي الأخير تأتي نسبة 17% ممن أجابوا بأن مستوى الاتصال ضعيف، وهي الفئة التي لا تهتم بعملية الاتصال عند تأدية مهامها وهم يرون بأنهم لا يستفيدون من الاتصال الداخلي في مؤسستهم.

المحور الثاني: مدى إقبال العينة على استخدام الموقع الإلكتروني للمؤسسة المينائية بسكيكدة

جدول رقم 13: يبين مدى اطلاع أفراد العينة على الموقع الإلكتروني للمؤسسة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	75	50%
أحيانا	66	44%
نادرا	09	6%
المجموع	150	100%

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه أن أغلبية عينة الدراسة دائما ما تطلع على الموقع الإلكتروني للمؤسسة موضوع الدراسة وذلك بنسبة 50% وهذا يدل على فعالية الانترنت كوسيلة اتصال أساسية للجمهور، تليها نسبة 44% من الأفراد الذين أحيانا ما يقبلون على دخول الموقع الإلكتروني وقد يعود ذلك إلى قصور الوقت المتاح للاستفادة من الموقع، وفي الأخير جاءت نسبة 6% من أفراد العينة الذين نادرا ما يقبلون على زيارة الموقع الإلكتروني.

جدول رقم 14: يبين عدد مرات الدخول للموقع يوميا

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
مرة واحدة	51	34%
عدة مرات	99	66%
المجموع	150	100%

يبين الجدول أعلاه بأن أفراد العينة يزورون الموقع الإلكتروني لعدة مرات في اليوم بنسبة 66% وقد يعود ذلك إلى تصفحهم الموقع عبر الهاتف الجوال الذي يتيح لهم سهولة وسرعة الاستخدام، في حين نجد نسبة 34% من أفراد العينة يقبلون على المواقع لمرة واحدة في اليوم وهذا قد يدل على تراكم العمل داخل المؤسسة.

جدول رقم 15: يبين الوقت الذي يقضيه أفراد العينة عند زيارة الموقع

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	105	70%
من ساعة حتى ساعتين	18	12%
أكثر من ساعتين	27	18%
المجموع	150	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة مهمة وهي 70% تزور الموقع الإلكتروني لأقل من ساعة، وذلك راجع إلى ظهور بعض الإعلانات بصورة تلقائية، في حين أن نسبة 18% تزور الموقع أكثر من ساعتين لدواعي مهنية وتلبية احتياجات مختلفة، وفي الأخير جاءت نسبة 12% من يدخلون الموقع من ساعة حتى ساعتين وذلك ربما يعود إلى وقت فراغهم.

جدول رقم 16: يبين دوافع زيارة أفراد العينة للموقع الإلكتروني للمؤسسة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
الحصول على معلومات عن المؤسسة	75	50%
الاطلاع على إعلانات التوظيف	58	39%
معرفة الخدمات المقدمة	17	11%
المجموع	150	100%

من خلال قراءتنا لبيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن آراء الباحثين فيما يخص دوافع زيارة الموقع للحصول على معلومات عن المؤسسة احتلت أعلى نسبة قدرت بـ 50%، هذا قد يسمح باتخاذ قرارات مناسبة عن طريق استغلال التدفق السريع للمعلومات، في حين أن دافع الاطلاع على إعلانات التوظيف قدرت بـ 39% وهذا راجع إلى رغبة الموظفين في معرفة المناصب الجديدة التي أتاحت على مستوى مؤسستهم، وفي الأخير احتلت معرفة الخدمات المقدمة نسبة قليلة قدرت بـ 11% لأن جل الخدمات الموجودة على مستوى الموقع تكون موجهة نحو الجمهور الخارجي أكثر منها للموظفين.

جدول رقم 17: يبين أقسام الموقع الأكثر تصفحا من قبل أفراد العينة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
القسم الإخباري	45	30%
قسم العروض الخاصة	30	20%
قسم المستجديات	47	31%
قسم تقديم الشكاوي	6	4%
قسم الإعلان	12	8%
قسم الأنشطة والمؤتمرات العلمية	10	7%
المجموع	150	100%

يبين الجدول أعلاه بأن قسم المستجديات هو الأكثر تصفحا من قبل أفراد العينة، وذلك بنسبة 31% فالموقع يراعي تحديث المعلومات، ثم يليه القسم الإخباري بنسبة 30% وهذا راجع إلى تفاعل الجمهور، ونسبة 20% كانت لقسم العروض الخاصة، بعدها قسم الإعلان بنسبة 8% وهذا يدل على عدم اهتمام أفراد العينة بمختلف الإعلانات والإشهارات، ثم يأتي قسم الأنشطة والمؤتمرات العلمية بنسبة 7% وهذا يدل على أن المؤسسة المينائية ليست منفتحة بصورة كبيرة على المحيط، وأخيرا جاء قسم تقديم الشكاوي بنسبة ضعيفة قدرت بـ 4% وهذا راجع إلى نقص الشكاوي المقدمة.

جدول رقم 18: يبين طبيعة المضامين التي تهتم بتصفحها أفراد العينة على موقع المؤسسة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
ملحوظات عن نشأة المؤسسة	05	3%
ملحوظات عن أهداف المؤسسة	30	20%
أخبار عن جديد المؤسسة	75	50%
معلومات عن نشاط المؤسسة وخدماتها	40	27%
المجموع	150	100%

تعكس نتائج الجدول أعلاه طبيعة المضامين التي تهتم عينة الدراسة بتصفحها على الموقع الإلكتروني، والتي توضح لنا أن نسبة 50% من يطلع على مضمون "أخبار عن جديد المؤسسة" وهي أعلى نسبة وهذا يدل على متابعة الجمهور وتواصله مع المؤسسة، في حين قدرت نسبة مضمون "معلومات عن نشاط المؤسسة وخدماتها"

27%، وفي الأخير جاءت نسبة 3% لمضمون "معلومات عن نشأة المؤسسة" وهذا راجع إلى معرفتهم المسبقة بتاريخ المؤسسة.

جدول رقم 19: يبين الأسلوب المفضل لأفراد العينة في عرض البيانات

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
أسلوب عرض عن طريق النص	75	50%
أسلوب عرض عن طريق الصوت	08	05%
أسلوب عرض عن طريق الفيديو	67	45%
المجموع	150	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن المبحوثين يفضلون أسلوب عرض النص بنسبة أكبر قدرت ب50% وهذا راجع إلى أن الصيغة النصية المتوفرة تمكن زواره من التحميل بطريقة سهلة وسريعة مما يمكنهم من الرجوع إلى هذا المحتوى عند الحاجة، في حين بلغت نسبة استخدام أسلوب عرض عن طريق الفيديو 45% وذلك راجع إلى طريقة تصميم الفيديوهات الموجودة على مستوى الموقع التي تجذب الانتباه، أما أسلوب العرض الصوتي كانت نسبته ضئيلة قدرت ب5%.

جدول رقم 20: يبين الانتقادات الموجهة إلى الموقع الإلكتروني للمؤسسة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
غير متوفر دائما	16	11%
المعلومات لا تتجدد	20	13%
عدم وجود فضاء للتفاعل	114	76%
المجموع	150	100%

يبين لنا الجدول أعلاه بأن الانتقادات الموجهة إلى الموقع الإلكتروني تمثلت في عدم وجود فضاء للتفاعل وهي أعلى نسبة قدرت ب76%، تليها نسبة 13% المتمثلة في عدم تجدد المعلومات، في حين انتقاد المبحوثين بأن الموقع غير متوفر دائما قدرت بنسبة 11% وقد يرجع ذلك إلى أن الموقع لا يعطي انطبعا جيدا لزواره عن ماهية المؤسسة، بالإضافة إلى وجود نقائص في تصميم هذا الموقع تحد من القدرة على التفاعل.

3/ أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على مستوى أداء المؤسسة

تشير الأدبيات إلى أن إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى المؤسسة قد ساهم في إعادة تعريف العديد من المهام والإجراءات، حيث عملت على تحسين جودة العمل عن طريق استخدام أساليب جديدة تتسم بالكفاءة والفعالية والسرعة، حيث مكنت بدورها من اختصار الوقت والجهد والتكلفة كما ألغت حدود الزمان والمكان.

وسنعرف في هذا المحور ما إذا كان إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى المؤسسة المدروسة قد ساهم بدوره فيما ذكر سابقا.

جدول رقم 21: يوضح رأي المبحوثين حول قدرة تكنولوجيا الاتصال الحديثة على إحداث تجديد في شكل العمل في المؤسسة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
كثيرا	129	86%
قليلا	21	14%
المجموع	150	100%

يشير معنى التجديد إلى إحلال طرق جديدة وحديثة بدلا من طرق قديمة في الحياة، والتكنولوجيا شكل من أشكال التجديد، وعن رأي المبحوثين حول مدى إحداث هذه التكنولوجيات للتجديد على مستوى المؤسسة يرى 86% منهم أنها أحدثت تجديدا كبيرا في شكل العمل، بينما يرى 14% أنه لم تتمكن من إحداث سوى تجديد قليل.

إن التجديد نتيجة حتمية لعملية التغيير، وسعيا منا لمعرفة أنماط التغيير التي أحدثت بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة طرحنا السؤال الآتي:

ما هو نمط التغيير الذي أحدث بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة؟ وقد جاءت الإجابة في الجدول الموالي.

جدول رقم 22: يوضح أنماط التغيير الذي أحدث بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى المؤسسة المدروسة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
التجهيزات	36	24%
المعارف	19	13%
أساليب العمل	95	63%
المجموع	150	100%

تشير البيانات الإحصائية المبينة في الجدول أعلاه أن نسبة 63% من المبحوثين يرون أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أحدثت تجديدا على مستوى أساليب العمل، وذلك لدورها في تسريع وتسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها بما يضمن عملية تسيير العمل بصفة فعالة وتوزيع نفس المعلومات إلى عدة أفراد في نفس الوقت، والتي أدت أيضا إلى خلق فضاء لتخزين أكبر قدر ممكن من هذه المعلومات وتسهيل استرجاعها، كما أنها سخرت أرضية عمل جماعي لمتابعة الأعمال.

أما النمط التالي من التغيير فيتمثل في التجهيزات بنسبة 24% التي تتمثل بالخصوص في:

الحاسبات حيث حلت الحاسبات محل الآلات الراقنة التي كان يعتمد عليها، كما أن الحاسبات المتوفرة حاليا تتناسب مع تركيبات الشبكات الاتصالية.

وقد سجلنا نسبة 13% من المبحوثين يرون أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة قد عملت على تغيير ذهنيات المستخدمين، وتنمية كفاءاتهم واكتسابهم معارف جديدة وزيادة مهاراتهم وقدراتهم في تطوير أنماط العمل بالمؤسسة.

جدول رقم 23: يبين رأي المبحوثين حول ما إذا كانت تكنولوجيا الاتصال الحديثة قد ساهمت في تحسين الاتصال

داخل المؤسسة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
كثيرا	101	67%
قليلا	22	15%
لم تحسن	27	18%
المجموع	150	100%

إن خاصية السرعة في الأداء التي تتميز بها التقنيات الاتصالية الحديثة، أدت في إحدى صورها إلى تحسين أساليب الاتصال بين الوحدات الإدارية للمؤسسة، على شكل نقل البيانات والمعلومات سواء داخل حدود المؤسسة،

وفي فروعها ومقاطعها التابعة لها، وذلك خاصة عن طريق شبكة الانترنت Intranet التي عملت على توفير نمط اتصالي يسمح بالتواصل بين المستخدمين، ويعزز العلاقات بين المقاطعات، وكذا مختلف الأقسام والمصالح.

وهذا ما تؤكد معطيات الجدول المبين أعلاه، إذ يرى 67% من المبحوثين أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ساهمت بشكل كبير في تحسين طرق وأساليب الاتصال الداخلي، كما أن 15% منهم يرون أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة قد حسنت قليلا من الاتصال الداخلي، في حين يرى 18% من المبحوثين أن هذه التكنولوجيات لم تحسن أساليب الاتصال الداخلي أبدا، وهذا ما يمكن تفسيره بعدم استخدامهم لهذه التكنولوجيات.

إذن توضح بيانات الجدول بجلاء أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة قد ساهمت في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسة المينائية.

جول رقم 24: يوضح كظاهر تحسين الاتصال الداخلي والتي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
سرعة تداول المعلومة	38	25%
سرعة وصول المعلومة	22	15%
القضاء على التشوه الذي يصيب المعلومة	15	10%
سرعة الاتصال بين الموظفين	45	30%
القضاء على عوائق الاتصال	30	20%
المجموع	150	100%

من ملاحظة بيانات الجدول الموضح أعلاه يتبين أن:

30% من الموافقين على أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسنت الاتصال الداخلي، يرون أنها استطاعت تحقيق ذلك عن طريق تسهيلها للاتصال بين الموظفين، ذلك أن التكنولوجيات الحديثة ومنها الانترنت intranet ساهمت في الوصول المباشر وذلك عن طريق تقديم المعلومات على الخط المباشر، الذي يتسم بالمشاركة في الوقت وكذا السرعة والسهولة في الاسترجاع.

25% من المبحوثين المعنيين بالاستجواب يرون أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسنت الاتصال الداخلي من خلال تحقيقها لسرعة تداول المعلومة، حيث قضت هذه الأخيرة على عنصر الزمان والمكان وهذا ما أدى بدوره إلى سرعة وصول المعلومة، وهذا ما أفادنا به 25% من المبحوثين الذين يرون أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسنت الاتصال الداخلي، خاصة وأن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تتيح المشاركة في الملفات حيث يستطيع العاملون

بالمؤسسة الحصول على جميع المعلومات المراد الحصول عليها، في أي وقت ومتابعة التغييرات التي تطرأ عليها أولاً بأول، كما أنها تتيح نقل وتحويل الملفات من قسم لآخر ومن فرع لآخر وهذا ما كان يتم في وقت طويل.

قد أدت كل هذه التحسينات إلى نتيجة تتمثل في القضاء على عوائق الاتصال وهذا ما وافق عليه 20% من المبحوثين المعنيين بهذا السؤال، ذلك أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تسهل سيرورة العمل، فهي تجعل المؤسسة أكثر مرونة وتجعل المهام متجددة، حيث تكون إدارة الأعمال مفهومة لجميع المستخدمين لأن الغموض يسبب العديد من المشاكل المضرة بمصالح المؤسسة.

أم عن دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الاتصال الداخلي عن طريق القضاء على التشوه الذي يصيب المعلومة فقد وافق عليه 10% من المبحوثين، هذا المستوى من التحسين الذي قضى على الإشاعة التي كانت متفشية بكثرة مع الوسائل التقليدية التي كانت تستخدم.

ولم يتوقف دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تحسين الاتصال الداخلي فقط بل امتد إلى تحسين الاتصال الخارجي أيضاً.

جدول رقم 25: يبين مظاهر تحسين محيط العمل التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
رفع الروح المعنوية	30	22%
توفير بيئة أفضل	68	45%
المحافظة على صحة العاملين	52	35%
المجموع	150	100%

تشير الأدبيات أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسنت من محيط العمل بحيث ساهمت في رفع الروح المعنوية للموظفين، وذلك نتيجة لكثير من الضغوط التي يتعرضون لها بسبب ما يفرضه عليهم العمل اليومي في جوانبه المتكررة والروتينية، وانعدام كثير من الحوافز لهم في أداء مثل تلك الأعمال وما يتطلبه من جهد، الأمر الذي يجعلهم يصابون لكثير من الملل، إضافة إلى توفير تكنولوجيا الاتصال الحديثة لبيئة أفضل لممارسة العمل.

وفي هذا الصدد تشير البيانات الإحصائية في الجدول أعلاه أن 45% من الموافقين أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسنت محيط العمل، كان ذلك عن طريق توفير بيئة أفضل مقارنة ببيئة العمل السابقة التي كانت تتميز بكثير من الستاتيكية والملل.

فيما يرى 35% منهم أنها حسنت من محيط العمل بحيث ساهمت في المحافظة على صحة العاملين، ذلك أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة اختصرت الكثير من الجهد الذي كان يبذل، بحيث أن حلول الكمبيوتر محل الآلة الراقنة خفف من المعاناة.

ويرى 22% من المعنيين بالاستجواب أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ساهمت في رفع الروح المعنوية، بحيث إن تكنولوجيا الاتصال الحديثة خففت من الضغوط التي كان يتعرض لها الموظفون نتيجة الأعمال المتكررة والروتينية.

ومن ذلك يتضح أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة قد حسنت من محيط العمل وذلك انطلاقاً من تحسين المؤشرات التالية على التوالي:

- توفير بيئة أفضل
- المحافظة على صحة العاملين
- رفع الروح المعنوية

جدول رقم 26: يبين آراء المبحوثين حول ما إذا كانت لتكنولوجيا الاتصال الحديثة سلبيات

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
كثيرة	24	16%
قليلة	102	68%
منعدمة	24	16%
المجموع	150	100%

رغم ما تحمله تكنولوجيا الاتصال الحديثة من إيجابيات إلا أنها كغيرها من الوسائل الأخرى لا تخلوا من السلبيات، وهذا ما تشير إليه البيانات الإحصائية المبينة في الجدول أعلاه، إذ يرى 68% أن لتكنولوجيا الاتصال الحديثة سلبيات قليلة، فيما يرى 16% أن هناك سلبيات كثيرة، في حين يرى 16% منهم أن التكنولوجيا الاتصالية لا تتوفر على سلبيات أبداً.

إن البيانات الموضحة في الجدول أعلاه تبين بوضوح وجود سلبيات، وللتعرف أكثر على طبيعة هذه السلبيات صممنا الجدول الموالي:

جدول رقم 27: يبين نوع سلبيات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
تقليص العلاقات الشخصية	15	10%
تهديد حماية المعلومات	22	15%
مخاطر التلوث بفيروسات	62	41%
المخاطر الصحية للعاملين	40	27%
تقليص الوظائف	11	7%
المجموع	150	100%

يبين الجدول الموضح أعلاه أن 41% من المعنيين بالاستجواب يرون أن لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة خطر على المعلومات من خلال التلوث بفيروسات، التي من شأنها إتلاف البرامج والملفات، وذلك رغم برامج التحصين التي يوفرها المسؤول عن الشبكات كما أفادنا به.

في حين يرى 27% من المعنيين بالاستجواب أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة يهدد حماية المعلومات، ذلك أن الحماية في الأنظمة الشبكية غير مضمون خصوصا عن طريق اختراق النظم والشبكات، وفي هذا الصدد عملت المؤسسة على ضمان الحماية عن طريق تأمين شيفرة لكل مستخدم.

أما عن تقليص العلاقات الشخصية فيرى 10% من المعنيين بالاستجواب أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة حد من معاملاتهم الشخصية، بحيث حصرت تعاملاتهم مع آلات صماء عديمة الإحساس.

وعن تقليص الوظائف يرى 7% من المعنيين بالاستجواب أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تسبب تقليصا للوظائف، وقد كانت هذه النسبة الأصغر لأنها لا تعني المستخدمين بكثرة نظرا لكونهم في مناصب عملهم.

2- عرض النتائج العامة:

بعد قيامنا بتحليل نتائج هذا الفصل استنتجنا ما يلي:

تمثل فئة الإناث أكبر نسبة من عينة المبحوثين في دراستنا بنسبة 56%

معظم موظفي المؤسسة المينائية بولاية سكيكدة هم خريجي الجامعة، وذلك راجع إلى طبيعة عمل المؤسسة كونها تعتمد على التكنولوجيات بشكل كبير، وبالتالي يجب توظيف إطارات وأشخاص ذوي كفاءة.

أثبتت نتائج الدراسة بأن نمط الاتصال التنظيمي الذي يسود مؤسسة البحث له علاقة في تحسين سمعة المؤسسة.

يلقى الموقع الالكتروني إقبالا كبيرا على زيارته من قبل المبحوثين بنسبة 50%.

نستنتج أن طبيعة الموقع الالكتروني للمؤسسة تعريفية بدرجة كبيرة.

تعتبر مؤشرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة من أهم المؤشرات المتبعة من طرف المؤسسة لرسم الصورة الذهنية عنها مع تعزيز سمعتها خاصة الالكترونية منها.

خلاصة الفصل:

في ختام الدراسة الميدانية وبعد عرضنا للجداول وتحليل البيانات التي تم جمعها، توصلنا إلى النتائج العامة التي جعلت بحثنا أكثر شمولية وإحاطة أكبر بالموضوع مما مكننا من الإجابة عن التساؤلات المطروحة.

بعد دراستنا لموضوع تأثير الاتصال التنظيمي عبر الانترنت على سمعة المؤسسة تبين لنا أنه موضوع بالغ الأهمية لما له من أهداف وكذا مدى مساهمته في تسيير أعمال المؤسسة الاقتصادية على وجه الخصوص.

ولقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية التي تم من خلالها استقصاء الموظفين بالمؤسسة المدروسة على أن الاتصال التنظيمي يكتسي أهمية بالغة بالمؤسسة، حيث أنه يهدف إلى التعريف بما يجري داخلها من خلال ربط العلاقات بين أفراد المنظمة سواء المدراء أو المسؤولين أو الموظفين. فالاتصال التنظيمي اليوم أصبح أداة لنجاح أي مؤسسة فهو يتجه إلى جميع جماهيرها كما يعتبر الاتصال غير الرسمي من أكثر أنواع الاتصال استخداما فيها، كما أن استعمال الاتصال الصاعد بمؤسسة البحث يجعل من المسؤول يأخذ المعلومات الصاعدة بعين الاعتبار، مما يعزز من فعالية الاتصال الداخلي كما يؤدي هذا النوع من الاتصال إلى التقارب والتفاهم بين المرؤوس والرئيس.

وقد أدت وسائل الاتصال الحديثة إلى إعطاء صورة ذهنية جيدة لعملائها المتعاملين معها أو حتى العاملين لديها، لذلك لجأت الكثير من المؤسسات إلى إدارة سمعتها إلكترونيا عبر وسائل مختلفة على أساس أن السمعة الالكترونية الجيدة تسمح بالسيطرة على صورتها الموجودة على شبكات الانترنت حيث ترتفع من مكانتها على عكس السمعة السلبية التي تعطي صورة سيئة لعملائها أو حتى المؤسسة نفسها.

لذا كان لا بد من القيام بعملية تسمى الاتصال التنظيمي عبر الانترنت والتي تنطوي على جانب شديد الأهمية والتي ستؤدي بدورها إلى المحافظة على مستوى ومكانة المؤسسة بين الناس بصورة عامة والعاملين بها بصورة خاصة.

المراجع

1- الكتب:

1. أبو النجا محمد العمري: اتصالات في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، مصر 1986.
2. أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005.
3. أحمد طرطار: تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسات، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 2002.
4. أحمد ماهر: كيف ترفع مهارتك الإدارية في الاتصال، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2004.
5. أحمد محمد عليق وآخرون: رسائل الاتصال ومفاهيمه، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2004.
6. بشير العلاق: الاتصال في المنظمات العامة، دار اليازوري العامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
7. بوحنية قوي: الاتصالات الإدارية داخل المنظمات المعاصرة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
8. بوفلجة غياث: فعالية التنظيمات "تشخيص وتطوير"، دار الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2003.
9. بوفلجة غياث: مقدمة في علم النفس التنظيمي، ديوان المطبوعات الجامعية، 1992.
10. جمال مجاهد: العلاقات العامة، رؤية نظرية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005.
11. جودت عطوي: أساليب البحث العلمي، الدار العلمية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، ط10، عمان، 2009.
12. حسان الجيلاني: التنظيم والجماعات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2008.
13. خليل محمد الشماخ: مبادئ التركيز على إدارة الأعمال، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 1999.
14. خيرى خليل الجميلي: الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1997.
15. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، دار الفجر، القاهرة، 2011.
16. سليمان محمد الطماوي: مبادئ علم الإدارة العامة، جامعة عين شمس، الإسكندرية، ط7، 1987.
17. سمير أحمد عسكري: مدخل إدارة الأعمال، دار النهضة، مصر، ط1، 1984.
18. السيد بخيت، الانترنت كوسيلة اتصال جديدة، الطبعة الثانية، دار الكتاب الجامعية، القاهرة، 2012.
19. صالح بن نوار: الاتصال الفعال والعلاقات الإنسانية، مجلة دراسات (العلوم الإنسانية)، العدد الثاني والعشرون، 2004.
20. صالح بن نوار: فعالية التنظيم في المؤسسة الاقتصادية، مخبر علم الاجتماع الاتصال، قسنطينة، 2006.
21. الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، الفارابي، ط4، بيروت، 1987.

22. صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
23. طارق المجذوب، الإدارة العامة "العلمية الإدارية والوظيفية العامة والإصلاح الإداري" الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، 2000.
24. طريف شوقي فرج وآخرون: علم النفس ومشكلات الصناعة، دار غريب، القاهرة، دون سنة، ص 289.
25. عاشور أحمد صقر: السلوك الإنساني في المنظمات، الدار الجامعية، القاهرة، 1989.
26. عامر مصباح، منهجية إعداد البحوث العلمية، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، د/ط، الجزائر، 2006.
27. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل، عمان الأردن، 2011.
28. عبد الغفار حنفي: السلوك التنظيمي وإدارة الفاعلين، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1990.
29. عبد الغفور يونس: تنظيم وإدارة الأعمال، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1971.
30. عبد الغني بسيوني عبد الله: أصول علم الإدارة العامة، الدار الجامعية للطباعة، القاهرة، 1993.
31. عبد الله الطويرقي: علم الاتصال المعاصر "دراسة في الأنماط والمفاهيم وعالم الوسيلة الإعلامية، مكتبة العبيكان، الرياض، ط2، 1997.
32. عبد المعطي محمد عساف: الاتصال الفعال، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
33. علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا، مطبعة ومكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2004.
34. عمر وصفي عقيلي: الإدارة أصول ومفاهيم، دار زهوان للنشر والتوزيع، عمان، 1997.
35. فضيل دليو: اتصال المؤسسة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
36. فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2003.
37. قيس محمد السعدي: التنظيم، المفهوم، والنظريات والمبادئ مطابع روايال، الإسكندرية، مصر، 1997.
38. كامل محمد المغربي: السلوك التنظيمي - مفاهيم وأسس سلوك الفرد والجماعة في التنظيم، دار الفكر، الأردن، ط3، 2004.
39. لوكيا الهاشمي: نظريات المنظمة، دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، (د.س).
40. ماهر سليمان، حسام عابد، إياد خدام، أساسيات الانترنت، دار الرضا للنشر والتوزيع، د ب، 2000.
41. محمد جمال يحيوي: دراسات في علوم النفس، دار الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
42. محمد رسلان الجيوسي، جميلة جاد الله: الإدارة علم وتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008.
43. محمد سيد فهمي: تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2000.
44. محمد شفيق: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الجامعية، المكتب الجامعي الحديث، د.ط، الإسكندرية، 1999.
45. محمد عبد الحميد

46. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
47. محمد منير حجاب: أساسيات البحوث العلمية والاجتماعية، دار النصر للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2002، ص 105.
48. محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي: المداخل الأساسية للعلاقات العامة، المدخل الاتصالي، الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 1993.
49. محمد ناجي جوهر: الاتصال التنظيمي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية، 2000.
50. محمد يسرى إبراهيم دعبس: الاتصال والسلوك الإنساني، السلسلة 18، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1999.
51. محمود حامد خضر، الإعلام والانترنت، دار البداية، عمان الأردن، 2012.
52. مصطفى حجازي: الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية، دار الطليعة، بيروت، ط1، 1982.
53. مصطفى عشوي: مرجع سابق، ص ص 144.
54. منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الالكترونية، دار العالم العربي، القاهرة، 2011.
55. منصور بن فهد صالح العبيد، الانترنت استثمار المستقبل، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 1996.
56. ناصر دادي عدون: اقتصاد المؤسسة، دار المحمية العامة، الجزائر، ط2، 1998.
57. هالة منصور: الاتصال الفعال مفاهيمه وأساليبه ومهاراته، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2000.

المنكرات:

58. أمل محمد فوزي منتصر، مجالات استخدام شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" في الأنشطة الاتصالية، مذكرة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، القاهرة، 2003.
59. باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت، مذكرة ماجستير، غير منشورة جامعة منتوري قسنطينة 2008/2007.
60. برنيس نعيمة، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت في عصر ثورة المعلومات، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2009.
61. بوباح عالية، دور الانترنت في مجال التسويق، مذكرة ماجستير، غير منشورة جامعة منتوري قسنطينة 2011/2010.
62. زهير مصطفى دولة، عماد محمد اشتوي، القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية، منشورة، كلية الآداب قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية بغزة، 2006.
63. زين الدين خرشي: دور الاتصال الداخلي في تحقيق أهداف التغيير التنظيمي في المؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم الاجتماع - جامعة سطيف، الجزائر، 2010.

64. صالح بن زيد بن صالح العنزي، إخراج الصحف السعودية الالكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الانترنت، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 2006.
65. محمد علي محمد: واقع الاتصال الرسمي في تنظيم المؤسسة، رسالة ماجستير في علم اجتماع الاتصال، جامعة قسنطينة، 1995.
66. موسى سهام، تفعيل المواقع الالكترونية لتحقيق تنافسية المؤسسات الصغيرة، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة بسكرة، 2008/2007.
67. نهلة حفيظي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة والحملات السياسية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة باتنة 2011-2012.
68. نور الدين هادف، التكنولوجيا الحديثة للاتصال استخدامات وإشباعات، مذكرة ماجستير، غير منشورة جامعة الجزائر 2008/2007.

المراجع باللغة الأجنبية

69. Alex michiell (b) et communication dans l'organisation, connaissance du problème, les éditions dans l'entreprise moderne, d'édition et les libraires, paris, France, 1983.
70. Liu Michel –approche socio: technique du l'organisation –édition l'organisation, paris, 1983.
71. Pierre –G– Bergeron: La gestion modern teriorie et casgestio marin–editeur, Quebec. 1989

القواميس:

72. روجيه البعلبكي: قاموس عربي إنجليزي، دار المعلم، بيروت، 1994.
73. فهمي محمد العدوي: مفاهيم حديثة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، (د/ط)، عمان، 2011.
74. قاموس المعاني، عربي عربي: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2008.
75. محمد فتحي: 766 مصطلح إداري، دار التوزيع والنشر الإسلامية، مصر، 2003.
76. محمد فريد محمود عزت: قاموس المصطلحات الإعلامية، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1984.
77. محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد الأول، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003

المواقع

78. محمد محمد الهادي ومصطفى جودت صالح، معايير جودة المحتوى الالكتروني لصفحة الوب، www.mostafa-gawdat.net 18/03/2014 07:10

79. موقع كنانة: إدارة السمعة الإلكترونية

[.https://kenanaonline.com/users/elmedkordiposte.302.062](https://kenanaonline.com/users/elmedkordiposte.302.062)

ملخص

تحاول الدراسة الراهنة تتبع موضوع تأثير الاتصال التنظيمي عبر الانترنت على سمعة المؤسسة، وذلك من خلال الوقوف على واقع كلي للمتغيرين بالمؤسسة محل الدراسة إذ يعتبر الاتصال العصب المحرك للعملية الإدارية وعامل مهم في الوصول إلى تحقيق الأهداف المنشودة وقد تفرع عن علم الاتصال عدة علوم أهمها الاتصال التنظيمي الذي يعتبر العنصر الأساسي الذي تبتدى به نشأة أي مؤسسة سواء كانت حكومية أو غير حكومية وقد جاءت إشكالية الدراسة وفقا للتساؤل التالي:

- كيف يؤثر الاتصال التنظيمي عبر الانترنت على السمعة الالكترونية للمؤسسة المينائية من وجهة نظر جمهورها الداخلي؟

وقد تفرع عن التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية جاءت كالتالي:

- ما هو نوع الاتصال السائد في مؤسسة البحث؟

- ما مدى إقبال العينة على استخدام الموقع الالكتروني للمؤسسة المينائية؟

- ما هو أثر استخدام تكنولوجيا الانترنت على مستوى أداء المؤسسة؟

وبغرض الإجابة عن هذه التساؤلات تم تقسيم الدراسة إلى جانبين جانب نظري وجانب تطبيقي. حيث احتوى الفصل الأول على الدراسة المنهجية للموضوع ثم الفصل الثاني والمتعلق بماهية الاتصال التنظيمي والفصل الثالث الخاص بتقنيات الاتصال الحديثة (الانترنت)

أما الجانب الميداني فقسم بدوره إلى فصلين: الفصل الرابع بعنوان أساسيات المؤسسة المينائية أما الفصل الخامس فهو يحتوي على الدراسة الميدانية ويضم الإجراءات المنهجية والدراسة الميدانية والتي تنقسم إلى مجالات الدراسة، عرض البيانات، تحليلها، وتفسير النتائج، عرض النتائج العامة.

وقد ساعدتنا هذه المعلومات على بناء أداة البحث الأساسية استمارة مذكرة نهائية الاستبيان في مراحل متقدمة من الدراسة قسمناها إلى ثلاث محاور وهي كالتالي:

المحور الأول: نوع الاتصال السائد في مؤسسة البحث

المحور الثاني: مدى إقبال العينة على استخدام الموقع الالكتروني للمؤسسة المينائية

المحور الثالث: أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على مستوى أداء المؤسسة.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التبسي - تبسة-



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال تنظيمي

استمارة بحث حول:

استبيان حول:

تأثير الاتصال التنظيمي عبر الانترنت على سمعة المؤسسة

تحت إشراف الأستاذة:

سيفي نسرين

من إعداد الطالبتين:

خيدوس نور الهدي

يحي شيماء

في إطار إجراء دراسة ميدانية لنيل شهادة الماستر تخصص الاتصال التنظيمي، نضع بين أيديكم استمارة استبيان، راجين منكم الإجابة عن الأسئلة المقدمة، ونحيطكم علما بأن المعلومات التي تدلون بها سرية تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

ملاحظة: ضع علامة (x) في مكان الإجابة المناسبة

السنة الجامعية: 2020-2021

الاستمارة

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى

المستوى التعليمي: متوسط ثانوي جامعي

الأقدمية بالعمل:

أقل من 5 سنوات من 6 إلى 10 سنوات من 11 سنة فما فوق

المحور الأول: يتعلق بنوع الاتصال السائد في المؤسسة

1- ما هي الوسائل التي تستعملها في اتصالاتك داخل المؤسسة؟

(رتبها حسب الاستخدام من 1 إلى 9)

<input type="checkbox"/>	التقارير	<input type="checkbox"/>	المقابلة
<input type="checkbox"/>	الانترنت	<input type="checkbox"/>	الهاتف
<input type="checkbox"/>	صندوق الأفكار	<input type="checkbox"/>	الاجتماعات
		<input type="checkbox"/>	الطلب الخطي

أخرى تذكر

2- عند تأديتك لمهامك هل تعتمد على الاتصال؟

الشفهي الكتابي

3- كيف تتصل بك الإدارة العليا (داخل المؤسسة) هل عن طريق:

الاتصال الرسمي الاتصال غير الرسمي

4- في كلتا الحالتين هل الاتصال الرسمي وغير الرسمي هل يلبي هذا النوع من الاتصال احتياجاتك؟

دائماً أحياناً أبداً

5- إذا كانت إجابتك هي الاتصال الرسمي فما هي أكثر أنواع الاتصال استخداماً؟

الاتصال النازل الاتصال الصاعد الاتصال الأفقي

(من المسؤول إلى العمال) (من العمال إلى المسؤول) (في نفس المستوى)

6- إذا كانت إجابتك هي الاتصال غير الرسمي فما أكثر أنواعه استخداما؟

نقاشات عامة علاقات شخصية

7- هل يلبي نوع الاتصال المستخدم رغباتك؟

- يسهل عملية الإدارة للقيام بمهامها
 - عنصر الإدارة على أداء العاملين
 - ينمي الروابط الحسنة بين العمال
 - يزيد من تقارب وتفاهم الرئيس والمسؤولين

.....
- أخرى تذكر

8- هل تتماشى محتويات وسائل الاتصال مع:

- أهداف المؤسسة
 - اهتمامك وطموحات العمال
 - استراتيجية وتوجهات المؤسسة

9- كيف تقيم نوع الاتصال الذي تستخدمه في المؤسسة؟

حسن متوسط ضعيف

المحور الثاني: مدى إقبال العينة على استخدام الموقع الإلكتروني للمؤسسة المينائية

10- هل تطلع على موقع المؤسسة المينائية؟

دائماً أحياناً نادراً

11- ما هو عدد مرات دخولك يومياً؟

مرة واحدة عدة مرات

12- كم من الوقت تقضيه في كل مرة عند زيارتك لموقع المؤسسة؟

أقل من ساعة من ساعة حتى ساعتين أكثر من ساعتين

13- ما الدافع من زيارتك لموقع المؤسسة؟

للحصول على معلومات عن المؤسسة الاطلاع على إعلانات التوظيف
معرفة الخدمات المقدمة

.....
- أخرى تذكر

14- ما هي أقسام الموقع الأكثر تصفحاً لديك؟

- القسم الإخباري قسم العروض الخاصة قسم المستجدات قسم تقديم الشكاوي
 قسم الإعلان قسم الأنشطة والمؤتمرات العلمية

أخرى تذكر

15- ما هي طبيعة المضامين التي تهتم بتصفحها على موقع المؤسسة؟

- معلومات عن نشأة المؤسسة
 - معلومات عن أهداف المؤسسة
 - أخبار عن جديد المؤسسة
 - معلومات عن نشاط المؤسسة وطبيعة منتجاتها وخدماتها

16- ما هو أسلوب عرض البيانات المفضل لديك؟

- أسلوب عرض عن طريق النص
 - أسلوب عرض عن طريق الصوت
 - أسلوب عرض عن طريق الفيديو

17- من خلال تصفحك للموقع فيم تتمثل المهام الرئيسية له؟

- التعريف بالمؤسسة
 - نشر الأخبار
 - عرض المنتجات والمشاريع
 - التواصل مع المجتمع
 - كسب العملاء والمتطوعين الجدد
 - أخرى تذكر

18- ما هي إيجابيات الموقع الإلكتروني للمؤسسة؟

- يعرف بالمؤسسة يقدم معلومات جديدة
 استغلال الفضاء الإلكتروني تقريب الخدمة من الزبون

19- ما هي الانتقادات الموجهة إلى الموقع الإلكتروني للمؤسسة؟

غير متوفر دائما المعلومات لا تتجدد عدم وجود فضاء للتفاعل

المحور الثالث: أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على مستوى أداء المؤسسة:

20- في رأيك هل أحدث إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجديدا في شكل العمل في المؤسسة؟

كثيرا قليلا لا

21- ما هو نمط التغيير الذي أحدث في المؤسسة بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة؟

- التجهيزات

- معارف الأفراد

- أساليب العمل

22- هل تعتقد أن استخدامك لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ساهم في تحسين الاتصال داخل المؤسسة؟

كثيرا قليلا لم تحسن

23- إذا كنت تعتقد أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة حسنت الاتصال داخل المؤسسة هل يرجع ذلك إلى:

سرعة تداول المعلومة سهولة الاتصال بين الموظفين

سرعة وصول المعلومة قضت على عوائق الاتصال

القضاء على التشوه الذي قد يصيب المعلومة

24- إذا كنت ترى أنها حسنت محيط العمل فهل كان ذلك من خلال:

- رفع الروح المعنوية

- توفير بيئة أفضل

- المحافظة على صحة العاملين

25- هل ترى أن هناك سلبيات لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة؟

كثيرة قليلة منعدمة

26- إذا كنت ترى أن هناك سلبيات فيم تتمثل؟

- تقليص الوظائف

- تهديد حماية المعلومات

- مخاطر التلوث بفيروسات

- المخاطر الصحية للعاملين

- تقليص العلاقات الشخصية

فهرس المحتويات:

مقدمة.....أ-ب

الفصل الأول:

4	تمهيد
4	1- تحديد الإشكالية
5	2- أسباب اختيار الموضوع
6	3- أهمية الدراسة
6	4- أهداف الدراسة
7	5- نوع الدراسة ومنهجها
8	6- مجتمع وعينة الدراسة
9	7- تحديد المفاهيم
18	8- الدراسات السابقة
22	خلاصة

الفصل الثاني: الاتصال التنظيمي

24	تمهيد
25	المبحث الأول: ماهية الاتصال التنظيمي
25	المطلب الأول: هيكل الاتصال التنظيمي
34	المطلب الثاني: وظائف الاتصال التنظيمي
35	المطلب الثالث: شبكات الاتصال التنظيمي
39	المطلب الرابع: أهمية وأهداف الاتصال التنظيمي
41	المبحث الثاني: أساليب الاتصال التنظيمي ومعوقاته
45	المطلب الأول: طرق الاتصال الرسمي في التنظيم
45	المطلب الثاني: معوقات الاتصال التنظيمي
50	المطلب الثالث: مدارس (نظريات) الاتصال التنظيمي
55	خلاصة

الفصل الثالث: تقنيات الاتصال الحديثة (الانترنت)

- المبحث الأول: الانترنت كوسيلة اتصال إلكترونية..... 57
- تمهيد:..... 57
- المطلب الأول: ماهية الانترنت 57
- المطلب الثاني : خصائص الانترنت 62
- المطلب الثالث : الانترنت كوسيلة إعلامية اتصالية..... 65
- المطلب الرابع : خدمات الانترنت..... 69
- المبحث الثاني: المواقع الإلكترونية كنموذج من نماذج الاتصال الإلكتروني..... 73
- تمهيد..... 73
- المطلب الأول: طبيعة المواقع الإلكترونية 73
- المطلب الثاني: خصائص الموقع الإلكترونية كوسيلة اتصالية 78
- المطلب الثالث : عملية بناء موقع إلكتروني للمؤسسة..... 80
- المطلب الرابع : سمات المعلومات والمضمون في الموقع 87
- خلاصة 94

الفصل الرابع: أساسيات المؤسسة المينائية

- المبحث الأول: ماهية المؤسسة المينائية..... 96
- المطلب الأول: لمحة تاريخية عن المؤسسة المينائية..... 96
- المطلب الثاني: التعريف بالمؤسسة المينائية..... 97
- المطلب الثالث: نشاطات المؤسسة المينائية 99
- المبحث الثاني: خدمات واستراتيجية المؤسسة المينائية 100
- المطلب الأول: الهيكل التنظيمي للمؤسسة المينائية..... 100
- المطلب الثاني: المديرية العامة والمركزية للمؤسسة المينائية..... 100
- المطلب الثالث: استراتيجية المؤسسة المينائية..... 109
- خلاصة 112

الفصل الخامس: الدراسة الميدانية ونتائجها

- 1- الإجراءات المنهجية..... 114

114.....	1- مجالات الدراسة
115.....	II- الدراسة الميدانية
115.....	1- عرض البيانات، تحليلها وتفسير النتائج
131.....	2- عرض النتائج العامة
133.....	خلاصة
134.....	خاتمة

قائمة المراجع

ملخص

فهرس الجداول:

الصفحة	الجدول
115	جدول رقم 01: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس
115	جدول رقم 02: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي
116	جدول رقم 03: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الأقدمية بالعمل
117	جدول رقم 04: يبين نوع الوسيلة الاتصالية السائدة في المؤسسة
117	جدول رقم 05: يبين نوع الاتصال الذي يعتمد عليه المبحوثون عند تأديتهم لمهامهم
118	جدول رقم 06: يبين نوع الاتصال الذي تستخدمه الإدارة العليا عند اتصالها بالعمال (المبحوثين)
118	جدول رقم 07: يبين ما إذا كان نوع الاتصال الذي تستخدمه الإدارة العليا يلبي احتياجات العمال
119	جدول رقم 08: يبين أكثر أنواع الاتصال الرسمي استخداما من طرف المبحوثين (العمال)
119	جدول رقم 09: يبين أكثر أنواع الاتصال غير الرسمي استخداما لدى العاملين في المؤسسة
120	جدول رقم 10: سبين ما إذا كان نوع الاتصال الذي يستخدمه المبحوثين (العمال) يلبي رغباتهم التي اقترحناها عليهم
121	جدول رقم 11: يبين مع ماذا تتماشى محتويات وسائل الاتصال المستخدمة داخل المؤسسة
121	جدول رقم 12: يبين كيفية تقييم مستوى نوع الاتصال الذي يستخدم في المؤسسة
122	جدول رقم 13: يبين مدى اطلاع أفراد العينة على الموقع الالكتروني للمؤسسة
122	جدول رقم 14: يبين عدد مرات الدخول للموقع يوميا
123	جدول رقم 15: يبين الوقت الذي يقضيه أفراد العينة عند زيارة الموقع
123	جدول رقم 16: يبين دوافع زيارة أفراد العينة للموقع الالكتروني للمؤسسة
124	جدول رقم 17: يبين أقسام الموقع الأكثر تصفحا من قبل أفراد العينة
124	جدول رقم 18: يبين طبيعة المضامين التي تهتم بتصفحها أفراد العينة على موقع المؤسسة
125	جدول رقم 19: يبين الأسلوب المفضل لأفراد العينة في عرض البيانات
125	جدول رقم 20: يبين الانتقادات الموجهة إلى الموقع الالكتروني للمؤسسة
126	جدول رقم 21: يوضح رأي المبحوثين حول قدرة تكنولوجيا الاتصال الحديثة على إحداث تجديد في شكل العمل
127	جدول رقم 22: يوضح أنماط التغيير الذي أحدث بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى المؤسسة المدروسة
127	جدول رقم 23: يبين رأي المبحوثين حول ما إذا كانت تكنولوجيا الاتصال الحديثة قد ساهمت في تحسين الاتصال داخل المؤسسة
128	جدول رقم 24: يوضح كظاهر تحسين الاتصال الداخلي والتي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة

129	جدول رقم 25: يبين مظاهر تحسين محيط العمل التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة
130	جدول رقم 26: يبين آراء المبحوثين حول ما إذا كانت لتكنولوجيا الاتصال الحديثة سلبيات
131	جدول رقم 27: يبين نوع سلبيات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة

فهرس الأشكال:

الصفحة	الشكل
26	شكل رقم (1): يوضح الاتصال الرسمي واتجاهاته.
28	شكل رقم (2) يوضح الاتصال الرسمي النازل.
30	شكل رقم (3): يوضح الاتصال الرسمي الصاعد.
32	شكل رقم (4): يمثل الاتصال التنظيمي الرسمي الأفقي
36	شكل رقم (5): يوضح شبكة الهرم.
37	شكل رقم (6): شبكة الدولاب.
38	شكل رقم (7): شبكة السلسلة
38	شكل رقم (8): شبكة النجمة