وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التبسي – تبسة
Larbi Tebessi University – Tebessa
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
Faculty of Humanities and Social Sciences

قسم علم إجتماع
تخصص تنظيم وعمل

مذكرة ماستر تحت عنوان

فعالية الإتصال التنيظيمي في ظل تكنولوجيا الإعلام والإتصال في المؤسسة الجزائرية

دراسة لاتجاهات موظفي مؤسسة إتصالات الجزائر – تبسة-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إعداد الطلبة:
- بلعيساوي خولة
- ساكر ليلا

إشراف الاستاذة:
- د. دراوات وحيد

أعضاء لجنة المناقشة:

الاســـم واللقـــب	الرتبـــة العلميـــة	الصفـــــة
حامد خالد	أستاذ التعليم العالي	رئيســـــــــــا
داوات وحيد	أستاذ محاضر –أ-	مشرفـــــا ومقـررا
براي محمد	أستاذ محاضر –أ-	مناقشـــــا

السنة الجامعية 2021 / 2022

أولا – فهرس المحتويات:

الفهرس العام	الصفحة
شكر وعرفان	//
إهداء	//
الفهرس العام	//
مقدمة	أ
الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها	
أولا: تحديد الإشكالية الدراسية	**05**
ثانيا: فرضيات الدراسة	**07**
ثالثا: أسباب إختيار الموضوع	**08**
رابعا: أهمية الدراسة وأهدافها.	**09**
خامسا: أهداف الدراسة	**09**
سادسا: تحديد المفاهيم.	**10**
سابعا: الدراسات السابقة.	**19**
ثامنا: النظرية المفسرة لموضوع الدراسة.	**32**
الفصل الثاني: الإتصال التنظيمي وفعاليته	
أولا: الإتصال التنظيمي.	**42**
1. المداخل النظرية المفسرة للإتصال التنظيمي.	**44**
2. الهيكل الإتصال التنظيمي.	**53**
3. أنواع الإتصال التنظيمي.	**54**
4. أهمية الإتصال التنظيمي وأهدافه.	**58**
5. وظائف الإتصال التنظيمي.	**59**
ثانيا: فعالية الإتصال التنظيمي.	**61**
1. مهارات الإتصال الفعال داخل المؤسسة.	**67**

2. طرق الوصول إلى الإتصال الفعال داخل المؤسسة.	**69**
3. دور المدير الفعال في تحسين إتصالات داخل المؤسسة.	**70**
4. عوامل فعالية الإتصال.	**71**
الفصل الثالث: تكنولوجيا الإعلام داخل المؤسسة	
أولا: نشأت وتطور تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديث.	**74**
ثانيا: خصائص ومميزات تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديث.	**76**
ثالثا: وسائل تكنولوجيا الإعلام في المؤسسة.	**77**
1. تكنولوجيا الإتصالات اللاسلكية.	**77**
2. تكنولوجيا الإتصالات السلكية.	**79**
رابعا: وظائف وسائل تكنولوجيا الإعلام.	**81**
خامسا: دور تكنولوجيا الإعلام والإتصال في تحسين الأداء داخل المؤسسة.	**83**
1. دورها في إعادة هندسة الإدارة.	**83**
2. دورها في إدارة الجودة الشاملة.	**83**
3. دورها في دعم نظم القرارات الإدارة.	**84**
سابعا: إنعكاسات تكنولوجيا الإعلام على المؤسسات.	**84**
1. الإنعكاسات الإيجابية.	**84**
2. الإنعكاسات السلبية.	**85**
الفصل الرابع: مجالات الدراسة والإجراءات المنهجية المتبعة	
تمهيد.	**87**
أولا: مجالات الدراسة	**88**
1. المجال المكاني	**88**
2. المجال الزماني	**94**
3. المجال البشري	**95**
ثانيا: عينة الدراسة وكيفية إختيارها	**95**
ثالثا: منهج الدراسة	**96**

رابعا: طرق وأساليب جمع البيانات	**96**
خامسا: أدوات جمع البيانات	**97**
سادسا: الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة	**98**
سابعا: أساليب تحليل البيانات	**102**
ثامنا: خصائص العينة	**102**
الفصل الخامس: عرض النتائج ومناقشتها	
1. مناقشة وتحليل محور مساهمة الإتصال الرقمي في قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها.	**111**
2. مناقشة وتحليل محور مساهمة الإعلام التفاعلي في قدرة المنظمة على التكيف والإستمرارية في البقاء.	**122**
3. مناقشة وتحليل محور مساعدة تكنولوجيا الإتصال في تحسين مستوى جودة خدمات المؤسسة.	**131**
ثانيا: نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات والدراسات السابقة والمقاربة النظرية.	**141**
1. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.	**141**
2. نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة.	**141**
3. نتائج الدراسة في ضوء المقاربة النظرية.	**144**
عرض النتائج ومناقشتها	**147**
الخاتمة	**150**
قائمة المصادر والمراجع	/
الملاحق	/
ملخص الدراسة	/

فهرس الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يبين أسماء المحكمين وتخصصاتهم	99
02	يمثل تعديل العبارات استنادا لملاحظات المحكمين	101
03	يبين مجالات إتجاهات العينة	103
04	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	104
05	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	105
06	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	106
07	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	107
08	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية	108
09	يبين المقاييس الإحصائية والوصفية لمحور مساهمة الاتصال الرقمي في قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها	111
10	يمثل اتجاهات المبحوثين نحو عبارات المحور المتعلق بـ: مساهمة الإتصال الرقمي في قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها	112
11	يبين المقاييس الإحصائية والوصفية لمحور مساهمة الإعلام التفاعلي في قدرة المنظمة على التكيف والاستمرارية في البقاء	121
12	يمثل اتجاهات المبحوثين نحو عبارات المحور المتعلق بـ: مساهمة الإعلام التفاعلي في قدرة المنظمة على التكيف والاستمرارية في البقاء	122
13	يمثل اتجاهات المبحوثين نحو عبارات المحور المتعلق بـ: مساعدة تكنولوجيا الاتصال في تحسين مستوى جودة خدمات المؤسسة	130

فهرس الأشكال:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل الهرم الحاجات الإنسانية لماسلو	51
02	الدائرة النسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	104
03	المدرج التكراري يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	105
04	الاعمدة البيانية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	106
05	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	107
06	المنحنى البياني يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية	108

المقدمـــــــــة

يعد الاتصال وسيلة وأحد الركائز الرئيسية والضرورية التي يرتكز عليها البناء التنظيمي في المؤسسات، كما أنه يشكل بناء هام يتم بواسطته توحيد وشمل النشاط التعاوني بين جميع الوحدات داخل المؤسسة، حيث هو الآخر يهدف من خلاله التكامل والانسجام والتكيف القائم على العلاقات الاجتماعية والإنسانية، فالدور الذي يلعبه وتقوم به الاتصالات، لا يقتصر على نقل المعلومات والبيانات للموظفين داخل المؤسسة، بحيث تكون واضحة ويعملون عليها بطريقة صحيحة، بل يمتد أيضا إلى إعطاء الفرص للموظفين للتعبير عن كل ما يجول في فكرهم، حتى تكون الإدارة على دراية بالآراء واتجاهات الموظفين وردود الأفعال.

إن قيام المؤسسة على الاتصال الجيد سواء كانت خدماتية أو اقتصادية أو.. فالتساند والتكامل الوظيفي يؤدي إلى وجود علاقات جيدة داخل المؤسسة، مما ينتج درجة من الانتماء إلى مجموعات العمل، فتظهر لنا الإيجابية والإلتزام بأهداف المؤسسة وتحقيقها، مما يؤثر على فعالية الاتصال بين الإدارة والعمال، فالاتصال التنظيمي الفعال يدعم العملية الإدارية في المؤسسة.

فمن أهم وظائفه العمل على إيصال المعلومات بين الإدارات والمؤسسة الواحدة، وبين المؤسسات بعضها ببعض، فالعملية التنظيمية لا تقوم إلا في ظل وجود اتصال تنظيمي ناجح ومخطط له وفق أساليب علمية مبتكرة، وبذلك أصبح من إحدى القضايا الإدارية التنظيمية، فلا بد من أن يكون مخطط له، ويستعمل أرقى الوسائل الحديثة للإتصال بهدف تحقيق غايات المؤسسة، ومن أهم هاته الوسائل نجد الاتصال الرقمي والإعلام التفاعلي وتكنولوجيا الاتصال، التي تسهل عملية الاتصال داخل وخارج المؤسسة، والقدرة على تحقيق الأهداف المرسومة بالإضافة إلى رفع قدرتها على التكيف والاستمرارية في البقاء وتحسين مستوى جودة خدماتها، ومن هذا المنبر يتشكل لدينا الاتصال الفعال داخل المؤسسة والقدرة على تحقيق الأهداف المرسومة، بالإضافة إلى رفع وزيادة فعاليتها، بالإضافة إلى أن هناك الكثير من الباحثين والنظريات التي اهتمت بموضوع الاتصال التنظيمي وفعاليته، مركزة على الهيكل الوظيفي والتخطيط والقنوات الرسمية للاتصال، بالإضافة إلى عنصر التنظيم كمصدر مهم في بناء المؤسسة وفعاليتها.

تعتبر العملية الاتصالية عنصر مهم داخل المؤسسة وبالأخص العملية الاتصالية الفعالة، تتشكل في ظل وجود وسائل التكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، فهي تساهم في فعالية الاتصال من خلال اتجاه الموظفين نحو استخدام وسائلها الرقمية والتفاعلية وأجهزتها التكنولوجية في كل من الاتصال الصاعد والنازل والأفقي، مما جعل من هاته الوسائل ذات أهمية، ومن متطلبات كل مؤسسة، فلقد أثرت على كافة الأنظمة الإقتصادية والخدماتية والإعلامية وفي أداء الموظفين داخل المؤسسة، فأحدثت تغيرات جذرية في الاتصال، وذلك في نقل المعلومات مشاركة تلك المعلومات بين الموظفين في المؤسسة مما يقوي العملية الاتصالية، وهي بدورها تحقق أهداف المؤسسة، وترفع من مستوى الجودة، فتوفر تكنولوجيا الإعلام ووسائلها الحديثة، دعم وزيادة فعالية الاتصال التنظيمي داخل المؤسسة وتحسين أداء الموظفين نحو إستخدامها وأداء المهام وتحقيق ما تسعى له المؤسسة، مما يجعلها أكثر فعالية وتحكما في العملية الاتصالية وتشجع الموظفين على تقوية وزيادة عملية الاتصال مما يؤدي إلى اتخاذ القرارات المشتركة في ظل تكنولوجيا الإعلام والاستخدام الأمثل لها داخل المؤسسة يزيد من عملية التنسيق والكفاءة والمنافسة والرضا الوظيفي والانضباط لدى الموظفين مما يتشكل لديهم من اتجاه نحو استخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام مما بدوره يساهم في تحقيق درجة من الفعالية التنظيمية.

وهذا ما سنبينه من خلال دراستنا الميدانية في مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة، بهدف تبيان اتجاهات موظفي المؤسسة نحو استخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وذلك للوصول إلى درجة معينة من فعالية الاتصال التنظيمي وقد احتوت دراستنا على خمسة فصول موزعة على النحو التالي:

- **الفصل الأول:** خاص بموضوع الدراسة وإطارها المنهجي، يتضمن الإشكالية، فرضيات الدراسة، أسباب إختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها، تحديد مفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة، النظرية المفسرة لموضوع الدراسة.
- **الفصل الثاني:** خصص لموضوع الاتصال التنظيمي وفعاليته ويتضمن: أولا الاتصال التنظيمي ويندرج ضمنه عدة عناصر. النظريات المفسرة للاتصال التنظيمي، الهيكل التنظيمي، أنواع الاتصال التنظيمي، أهمية وأهداف ووظائف ومعوقات الاتصال

التنظيمي. ثانيا: فعالية الاتصال التنظيمي ويندرج ضمنه عدة عناصر وهي وسائل الاتصال التنظيمي الفعال، مهاراته وطرق الوصول إلى الاتصال الفعال، ودور المدير الفعال في تحسين الاتصالات داخل المؤسسة، عوامل فعالية الاتصال، أهمية فعالية الاتصال التنظيمي وجودة المناخ التنظيمي.

- **الفصل الثالث:** خصص لموضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل المؤسسة: أولا: نشأة وتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، خصائص ومميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديث ووسائل ووظائف ودور وانعكاسات تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسات.
- **الفصل الرابع:** خصص لمجالات الدراسة والعينة وكيفية اختيارها ومنهج الدراسة، وأدوات جمع البيانات، الخصائص السيكيومترية لأداة الدراسة، أساليب تحليل جمع البيانات، خصائص العينة.
- **الفصل الخامس:** تضمن تحليل وتفسير البيانات ونتائج الدراسة على ضوء الفرضيات وعلى ضوء الدراسات السابقة وعلى ضوء المقاربة النظرية لدراسة.

الفصل الأول:

خلفية الدراسة وأهميتها

أولا: الإشكالية:

يعد الاتصال التنظيمي من أهم المواضيع التي شغلت العديد من الرواد والباحثين في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، وذلك لماله من أهمية بالغه في تحقيق الأهداف التي تصبوا إليها عديد من المؤسسات باعتبارها أحد الركائز الأساسية التي يقوم عليها البناء التنظيمي للمؤسسة، فهو يعمل على خلق جو تعاوني يؤدي إلى تسهيل تبادل ونقل المعلومات وإيجاد نوع من الفهم المشترك والثقة المتبادلة كما ساهم في انشاء وتعزيز العلاقات الاجتماعية بين الأفراد إن الحاجة إليه جعلته يمر بعدت مراحل وتطور باستمرار، اذ تمكن الافراد من تنظيم وتنسيق الاعمال في ما بينهم وذلك من خلال تبادل الافكار والمعلومات المختلفه سواء كان ذلك خارج الإطار المؤسساتي او داخله لانه من العوامل التي تسعى المؤسسات المختلف نشاطاتها وانواعها من خلال تحقيق اهدافها الوصول الى حل لمختلف مشاكلها داخل المؤسسه ويسري داخل الهرم الاداري وفق مستوياته وياخذ عده انماط نذكر أبرزها: الاتصال الرسمي والغير الرسمي لديهم وكلا النمطين لديه مكانة علميه وعمليه داخل المؤسسة وخاصة اتجاه الموظفين وبما ان هدف كل مؤسسة هو تحسين العملية الاتصالية وتحقيق التفاهم المتبادل في ما بين الفاعلين، اذ تسعى الى ترويج صورة جيدة عنها، فانها تعمل كل مؤسسة على تسيير وتنظيم العلاقات وتحقيق التسويق وتسهيل عمليه نقل المعلومات بها، ولا يتحقق ذلك الا بوجود اتصال تنظيمي فعالو ناجح بين موظفي المؤسسة.

لقد تحدثت المداخل لدراسة موضوع الاتصال التنظيمي مع تعدد مدارس التنظيمية الإدارية، حيث ساهمت هذه الاخيره في تطوير مختلف الدراسات المتعلقة بالاتصال التنظيمي فمن اتصال نازل توجيهي ومحدود في اطار نظام مغلق الى اتصال شامل لا يقتصر على المحيط الداخلي للمؤسسه فحسب بل يمتد الى الاطراف الفاعلة في بيئتها وعلى اساس النظر للمؤسسة على انها نظام مفتوح، فظهر من هنا تيارات تدرس وضعيه الاتصال التنظيمي داخل المؤسسة من خلال الدراسات التي قام بها الباحثين، فكل باحث من الباحثين درس جانب من جوانب الاتصال التنظيمي بغية التطوير وتحقيق النتائج المسطرة، فهنا موضوع الاتصال أثار جدال الباحثين السوسيولوجيين، ومن ابرز التيارات نذكر التيار الكلاسيكي الذي اعتمد في دراسة المنظمات على مجموعة من الافتراضات من أهمها أنها نظرت إلى الإنسان نظرة

ساذجة محدودة اعتبرته كائن اقتصادي، كما نظره للمنظمة على انها نظام مغلق ومن ابرز روادها نجد فريدريك تايلور، هنري فايول، ماكس فيبر، والتيار النيوكلاسيكي، كان رد فعل على التيار الكلاسيكي وكان من ابرز روادها التون مايو (العلاقات الإنسانية)،(لكورت ليفين، النظرية السلوكية)، فريديريك هيرزبرج **(نظرية العاملين)**، الطيار الحديث الذي قام بنقد كل التيارين، اعتبر التيار الاول، يدرس المنظمة بدون انسانية بينما الثاني الإنسانية دون المنظمة من هنا جاءت النظريات الحديثة لتفسر العمليات الادارية والتنظيمية وقد قدمت تفسيراتها الخاصة لتنظيم والاتصال التنظيمي ومن ابرز هاته التيارات نجد اتجاه الاستخدامات والاشباعات، واتجاه الاجتماعي التقني، وهذا نظرا لتوسع استخدام التكنولوجيا في المنظمات التي كانت سببا في تطوير الاتصال التنظيم لزياده فعاليتها عبر استخدام الوسائل التكنولوجيه التي ساعدتها على تغييره فنجد ان اتجاه الاستخدامات والاشباعات ركزت على وسائل التكنولوجيه الاعلامية واستخدامها موجه لاشباح احتياجات الجمهور في الدوافع المراد شبعها بالتعرض الوسائل الاعلامية، في حين نجد انا سوق الاجتماعي التقني الذي ركز على حتمية التكنولوجيا والحتمية الاجتماعيه وهو مدخل وسطي يؤكد على اهميه وتاثير كلا العاملين على سير العمل وتطويره ويؤكد على مراعاه العلاقات بين الانساق الاجتماعيه والتكنولوجيه من اجل انشاء نموذج التنظيم الاكثر كفاءه وفعالية.

وعلى كل المؤسسات تتميز الخدماتية (اتصالات الجزائر) بحاجه الى كل من الوسائل الاتصال الرقمي كونها ساهم في تحقيق اهدافها والاعلام التفاعل لانه يساهم في تقويه الاتصال والتكيف، والاعتماد على تكنولوجيا الاتصال في تحسين مستوى جوده الخدمات للزبائن، بالاضافه المعلومات الصحيحه والمراقبه الدقيقه لبيئتها حتى تستطيع التخطيط لانشطتها بسبب الطبيعه الغير ملموسة لمنتوجاتها وطبيعه العمل الذي تمارسه هذه المؤسسات فهي هيكل منظم لقدرات خاصة لتقديم خدمات مختلفه الاشكال والانواع فهي فعلا تقدم انواع مختلفة من الخدمات الى المستهلكين سواء كانوا افراد او مؤسسات والاتصال ضروري لكونه عامل جد مساعده في تحقيق الاهداف المنشوده التي تسعلها من جهة وخدمه الجمهور العام جهة، ولكي يتحدث هذا يلتزم توفير كل الوسيله رقميه الحديثه لدى موظفي المؤسسه وكيفيه استخدامها يكون بطريقه علميه وعمليه ترجع بالفعاليه داخل المؤسسه من ناحيه الاتصال فهذف كل

المؤسسه وتفعيل الاتصال بين موظفين وبين الموظف والزبون بواسطه تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتطبيقاتها الحديثة بغية تحقيق فعاليات الاتصال التنظيمي وترويج خدماتها وتحقيق متطلباتها للزبون.

دراسه فعاليه الاتصال التنظيمي في ظل تكنولوجيا الاتصال داخل المؤسسه الخدماتيه ارتات الباحثتان اجراء دراسه ميدانيه في مؤسسه اتصالات الجزائر بتبسه حيث درسنا اتجاهات الموظفين نحو فعاليات الاتصال التنظيمي في ظل تكنولوجيا الاعلام والاتصال داخل المؤسسة، حيث يقوم سؤال دراسه على:

- ✓ **ما طبيعه اتجاهات الموظفين نحو فعالية الاتصال التنظيمي في ظل تكنولوجيا الاعلام والاتصال؟**

<u>وتفرعت الى اسئلة فرعية:</u>

-ما اتجاهات الموظفين نحو مساهمة الاتصال الرقمي في قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها؟

-ما اتجاهات الموظفين نحو مساعده الاعلام التفاعلي على قدره المنظمة على تحقيق التكيف والاستمرارية في البقاء؟

-ما اتجاهات الموظفين نحو مساهمة التكنولوجيا الاتصال في قدرة المنظمة على تحسين مستوى جودة الخدمات؟

ثانيا: فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية:

- ✓ **هنالك إتجاه إيجابي لموظفي إتصالات الجزائر نحو فعالية الإتصال التنظيمي في ظل تكنولوجيا الإعلام في مؤسستهم.**

وتتفرع إلى فرضيات فرعية:

- هنالك إتجاه إيجابي لدى الموظفين نحو مساهمة الإتصال الرقمي في زيادة قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها.
- هنالك إتجاه إيجابي الموظفين نحو مساهمة الإعلام التفاعلي في رفع قدرة المنظمة على التكيف والإستمرارية في البقاء.

– هنالك إتجاه إيجابي الموظفين نحو مساهمة تكنولوجيا الإتصال في تحسين مستوى جودة خدمات المؤسسة.

ثالثا: أسباب إختيار الموضوع:

يرجع أسباب إختيار لموضوع الدراسة "فعالية الإتصال التنظيمي في ظل تكنولوجيا الإعلام في المؤسسة إلى:

❖ **أسباب ذاتية:**

– الرغبة في دراسة موضوع الفعالية الإتصال التنظيمي في ظل تكنولوجيا الإعلام داخل المؤسسة.

– الميل إلى دراسة مثل هذه المواضيع التي ترتبط بين الإدارة والشق العملي داخل المؤسسة.

– قابلية الموضوع للدراسة سواءا من الناحية النظرية أو التطبيقية.

– الرغبة في التأكيد على أهمية الفعالية الإتصال التنظيمي وأهمية العملية الإتصالية داخل المؤسسة في ظل وجود تطور في وسائل الإعلام والتكنولوجيان ودراسة إتجاه الموظفين نحو ذلك.

بالإضافة إلى ميلي ورغبتي إلى إختيار المعارف المنهجية السابقة من خلال المعلومات التي تم إكتسابها في إطار التخصص.

❖ **أسباب موضوعية:**

– أهمية الموضوع لما له قابلية وعلاقة بالواقع في القطاع الإداري بكل مستوياته وخاصة القطاع الخدماتي.

– قابلية الموضوع للدراسة والبحث العلمي، وذلك لإمكانية النزول إلى الميدان لتحقيق الأهداف الدراسة والتأكد من صحة فرضياتها.

– أيضا القمة التي تحتلها المؤسسة الإتصالية **(الخدماتية)** في الوسط الإجتماعي لكثرة شعبيتها مما جعلها ميدانا خصبا للدراسة الأكاديمية والبحوث العلمية وتوفرها على التكنولوجيا والإعلام.

– معرفة أسباب ومعيقات العملية الإتصالية والتي هي بدورها تعيق نحو تشكيل هاته العملية الإتصالية.

رابعا: أهمية الدراسة:

تكمن في

- **على المستوى العلمي:** تكمن الأهمية العلمية لدراسة بالدرجة الأولى إلى:
  - تنمية مهاراتنا كطالب وباحث مبتدأ في عملية البحث العلمي
  - معرفة كيفية التطبيق الأدوات المنهجية وكيفية بناء البحوث العلمية وتطبيق المبحث العلمي بطريقة صحيحة وفق أساليب وطرق إثراء الرصيد اللغوي
- **على المستوى العملي:** لهذه الدراسة أهمية عملية تكمل في كونها تسلط الضوء على الجانب التنظيمي والتقني للعمل داخل المؤسسة الخدماتية، حيث تبرز إتجاه الموظف نحو إستخدام الوسائل التكنولوجيا الإعلامية وكيف يأثر هذا الإتجاه الوظيفي في زيادة فعالية وكفاءة الإتصال التنظيمي من خلال تأدية المهام يظهر الإستخدام
- **على المستوى الإجتماعي:** تعتبر هذه الدراسة من الدراسات التي تحاول التعرف على درجة مساهمة تكنولوجيا الإعلام في زيادة من فعالية الإتصال التنظيمي، حيث يفرض حقل التخصص التركيز على الجانب الإجتماعي من خلال التعرف على كيفية عمل العامل الإجتماعي والتكنولوجي في تحسين العلاقات العملية بين الموظفين داخل المؤسسة الخدماتية وبين الموظف والزبون.

خامسا: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- معرفة إتجاهات الموظفين نحو فعالية الإتصال التنظيمي في ظل تكنولوجيا الإعلام والإتصال في المؤسسة الخدماتية لإتصالات الجزائر.
- معرفة إتجاهات الموظفين نحو مساهمة الإتصال الرقمي في قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها.
- معرفة إتجاهات الموظفين نحو مساهمة الإعلام التفاعلي في رفع قدرة المنظمة على التكيف والإستمرارية في البقاء.
- معرفة إتجاه الموظفين نحو مساهمة تكنولوجيا الإتصال في تحسين مستوى جودة الخدمات.

– قياس ما مدى طبيعة إتجاه الموظفين نحو إستخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصال ومدى تأثيرها في بناء فعالية الإتصال التنظيمي

من هنا يتشكل لدينا فعالية الإتصال التنظيمي داخل المؤسسة من خلال دراسة إتجاهات الموظفين نحو فعالية الإتصال التنظيمي في ظل وجود تكنولوجيا الإعلام والاتصال؟

سادسا: تحديد المفاهيم:

- **تعريف الفعالية:**

إن دراسة فعالية المؤسسات عموما يعد إتجاها حديثا نسبيا، حيث لا يزال مفهوم الفعالية مفهوما غامضا لا يستند إلى نظرية ثابتة وهذا ناتج عن تعدد المجالات وإختلاف المعاني التي يتضمنها هذا المفهوم.

فالفاعلية الإدارية حسب عالية خلق أخوا رشيدة، في كتابها المرسوم بالمساءلة والفاعلية في الإدارة التربوية، في نظر الإدارة العلمية تعني تحقيق أهداف المؤسسة في زيادة الإنتاج، وفي نظر حركة العلاقات الإنسانية تعني العمل على تحقيق حاجات الفرد الإجتماعية والنفسية أما في نظر الإدارة الحديثة فالفعالية الإدارية لها بعدان، الأول قدرتها على تحقيق أهداف المؤسسة والثاني قدرتها على تحقيق أهداف الأفراد الإجتماعية والنفسية والمالية.

إذن حسب عالية وتبعا للنظريات التنظيمية فإن المقصود بالفعالية تحقيق الأهداف المرجوة من خلال الإستغلال الأمثل والمتوازن للموارد المتاحة لها في بيئتها الخارجية، وبحيث لا تتفق فعالية مطلب من مطالبها على حساب فعالية المطالب الأخرين وينطلق برايس أيضا من المدخل القائم على الأهداف

ويعرف الفعالية التنظيمية بأنها درجة تحقيق الأهداف المتعددة.

ويعرف زيد منير عبدي، الفعالية على أنها عبارة عن درجة قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها حيث يتم الأخذ بعين الإعتبار مجال المتغيرات على المستويين مما مستوى الأقسام ومستوى المنظمة.[1]

[1] العربي بن داود: **فعالية الإتصال التنظيمي في المؤسسة العمومية الجزائرية**، مذكرة لنيل الماجيستار تنمية الموارد البشرية، جامعة منتوري قسنطينة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية قسم علم إجتماع وديموغرافي، 2008، ص 36.

نجد أن هذه التعاريف لا يوجد أي قصور فيها فهذا راجع أن التعاريف التي تناولت الفعالية بينت كل الجوانب التي من خلالها يتم تشكيل الفعالية داخل المؤسسة.

- **تعريفها الإجرائي:**

يعني هي القدرة المنظمة على تحسين الأهداف المخطط لها من خلال بعض المؤشرات الإقتصادية كالإنتاج كمًا ونوعًا ومؤشرات إجتماعية سلوكية الرضا الأفراد والمشاركة في إتخاذ القرار، مما يكفل للمؤسسة القدرة على الإستقرار والتكيف وثم النمو والتطور والبقاء بالإضافة هي عملية الإستغلال الأمثل للموارد المتاحة داخل المؤسسة وذلك بهدف تحقيق الأهداف التي تسعى لها المؤسسة.

➢ **تعريف الإتصال:**

- **لغة:**

هـ

ي كلمة مشتقة من مصدر "وصل" الذي يحمل معنيين رئيسين: الرابط بين كائنين أو شخصين وذلك على عكس الإنفصال والقطع والربط.[1]

- **إصطلاحا:**

للإتصال تعريفات عدة يمكن إجمالها في تعريف يقول أنه عملية إرسال المعلومات أو الأفكار أو الآراء وإستقبالها (رسالة) بين طرفين (مرسل ومستقبل) في سياق أو محيط معين بإستخدام وسيلة مناسبة، ورمز واضح ومفهوم.[2]

ويعرفه حسين الطوبجي بأنه العملية أو الطريقة التي يتم عن طريقها إنتقال المعرفة من شخص لآخر حتى تصبح مشاعا بينهما وتؤدي إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو أكثر وبذلك يصبح لهذه العملية عناصر ومكونات ولها إتجاه تسير فيه وهدف تسعى لتحقيقه ومجال تعمل فيه ويؤثر فيها.[3]

---

[1] د. مصطفى حجازي، **الإتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارية**، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة 3، 2000 م-1420 هـ، ص 19.

[2] أ.د. إياد عبد المجيد، **المهارات الأساسية في اللغة العربية**، مركز الكتاب الأكاديمي، 2015، ص 4.

[3] د. إبراهيم خليل خضر، **مهارات الإتصال**، دار الجندي للنشر والتوزيع القدس، الطبعة الأولى، 2013، ص 13.14.

ويعرفه كارل هوفلاند (1948): الإتصال هو العملية التي يقدم خلالها القائم الإتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الآخرين (مستقبلي الرسالة).[1]

نجد أن هذه المفاهيم لم تركز على تحديد الوسائل التي من خلالها يحدث الإتصال المتبادل فهو يحدث بإستعمال أجهزة الإتصال العديدة

- **تعريف إجرائي:**

هو عملية تبادل الأفكار والمشاعر والمعلومات بين شخصين أو أكثر من خلال رموز معينة بهدف تحقيق أهداف.

➢ **تعريف الإتصال التنظيمي:**

- **إصطلاحا:**

ذهب الكثير من العلماء الباحثين في مجال الإتصال إلى إستخدام مصطلح الإتصال التنظيمي بخلاف الإتصال المؤسسي أو الإداري بإعتباره مرتبطا إرتباطا أوثق وأعمق بالسلوك والهيكل والمناخ والثقافة التنظيمية السائدة في المؤسسة، ويعتبر آخرون في نفس المجال الإتصال أن تفضيلهم لمصطلح الإتصال التنظيمي لأنه يعبر بشكل دقيق عن العمليات الإتصالية التي تقوم بها منظمات الأعمال إذ يصعب تصور المنظمة وتنفيذ أنشطتها بدون إتصال.

يأخذ علماء الإدارة بالبعد الإجتماعي في الإتصال بإعتباره العملية الأولى للتفاعل الإجتماعي، لذلك يعرف الإتصال التنظيمي بأنه العملية التي تهدف إلى تدفق البيانات والمعلومات في صورة حقائق بين وحدات المشروع المختلفة.

من مختلف الإتجاهات من هابطة وصاعدة وأفقية عبر مراكز العمل المتعددة من أعلى المستويات الإدارية إلى أدناها والعكس داخل الهيكل التنظيمي للمشروع وكذا بينه وبين جمهوره الداخلي والخارجي وذلك من أجل تنسيق الجهود وتحقيق الترابط والتعاون وتبادل الآراء ووجهات النظر الخاصة بالعمل ومشاكله بما يحقق الفهم والتجاوب بين العاملين مما يقود لتحقيق الأهداف بطريقة جيدة.

[1] د. أحمد العبد أبو السعيد ود. زهير عابد، **مهارات الإتصال وفن التعاون مع الآخرين**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2014، ص 21.

الإتصال التنظيمي هو عملية إدارية إجتماعية نفسية تتم داخل المنظمة وتهتم بنقل وتحويل الآراء والأفكار عبر القنوات الرسمية والغير الرسمية مستهدفة خلق التماسك بين وحدات المشروع ومكونات البناء التنظيمي للمنظمة من أجل تحقيق أهدافها.[1]

نجد أن المفاهيم كانت متصلة بمفهوم الإتصال التنظيمي وتناولت جميع جوانبه ومدى أهميته.

- **التعريف الإجرائي:**

يعبر عن نقل المعلومات وتدفقها وفق التدرج هيكل التنظيمي المتعلق بناء التنظيمي للمؤسسة إذ أنه لديه مكانة علمية وعملية وذلك يتبين لنا في صعوبة تحقيق وإتمام العملية الإتصالية بين الأفراد والجماعات في مختلف الإتجاهات إلا إذا كان يتناسب مع البناء التنظيمي ونوع الأنشطة المؤسسة وبالتالي تسهل عملية الإتصال وزيادة فعالية الإتصال التنظيمي وفق جودة ومستوى تطبيق البناء التنظيمي.

➢ **تعريف فعالية الإتصال التنظيمي:**

- **إصطلاحا:**

فذلك يتم بتحقيق كمية أكبر من الأهداف، أو يتم إختصار الوقت المشغول للإنجاز بالإعتماد على وسائل الإتصال التنظيمية الأكثر تقنية أو تخفيض التكلفة المبذولة أو الجهد المبذول، مما يتطلب تحقيق الإبداع والتطور المستمر، بما ينسجم مع شروط الحفاظ على الإستمرارية المؤسسة وأهداف الجمهور، وذلك إنسجاما مع وظيفة المؤسسة المعاصرة التي يفترض أن تأخذ هذه الأهداف جميعها بالإعتبار وذلك كضمانة لنجاحها الذي ينبع في ويعتمد على حماس الأفراد العاملين فيها، وحرصهم على استمرارها وضمان مساهمتها في تطوير المجتمع الذي هي جزء لا يتجزأ منه ولا يمكن أن يتحقق إلا إذا اعتمدت على إستراتيجية إتصالية فعالة، هذه الأخيرة تعالج بطريقة لضمن جذب انتباه الجمهور المستهدف وذات معنى بين المرسل والمستقبل وإتباع الحاجات الإنسانية.[2]

---

[1] مرتضى الأمين، **الإتصال التنظيمي**، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ص 89-90.

[2] صبرينة زماشي، الفعالية الإتصالية في المؤسسة الإقتصادية الجزائرية، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم في علم الإجتماع فرع تنمية وتسيير الموارد البشرية، سنة 2008-2009، ص 21، 22.

هذه المفاهيم ركزت على جانب وأغفلت جانب من جوانب فعالية الإتصال التنظيمي وهي كيفية قياسها وأبرز الجوانب التي يتم من خلالها قياس الفعالية وكيفية سعى المؤسسات في تشكيل الفعالية.

- **تعرفها إجرائيا:**

هي درجة نجاح التي يفصل عليها المبحوث في مقياس يقيس الإتصال التنظيمي السائد في مؤسسة ومدى فعاليته ونجاحه داخل المؤسسة وهل فعلا تشكلت الفعالية؟

➢ **تعريف التكنولوجيا:**

- **لغة:**

ويعرف قاموس أكسفورد التكنولوجيا على أنها (دراسة علمية) للفنون أو الصياغة وكذلك بإعتبارها تطبيقا للعلم فهي العلم الذي تهتم بتحسين الآراء والممارسات والصيانة أثناء التطبيق العلمي.[1]

- **إصطلاحا:**

هي المعرفة العلمية المنظمة التي سخرها الإنسان لخدمته وتطويع الطبيعة بإكتشاف مصادر الحياة حفاظا على استمراره ووجوده وتتمثل تلك المصادر في مستلزمات الحياة اليومية التي أنتجها الإنسان عن طريق العمليات الصناعية والموارد الطبيعية.

✓ **عرفها السيد عبد العاطي:**

فإنه يستلهم مفهوم التكنولوجيا من تعريف أو غيره لها قائلا أنها "دراسة للوسائل الفنية التي يشمل كل موضوعات الثقافة المادية وهي لذلك تتضمن كل ما يقدمه العالم الطبيعي من أمور مادية ومعنى هذا أن التكنولوجيا لا تقتصر في نظره على الآلة أو النظام المصنع كما هو شائع عند البعض بل إن كلا من الآلة والمصنع في نظر أوغير" هما مجرد مظهران من مظاهر التكنولوجيا الحديثة.

[1] مجد الهاشمي، **تكنولوجيا وسائل الإتصال الجماهيري**، مدخل إلى الإتصال وتقنياته الحديثة، ط.1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012، ص 44.

✓ **عرفها محمود علم الدين "2005. 103":**

على أنها: تطبيق المعرفة العلمية لتصميم إنتاج وإستخدام منتجات وخدمات توسع مقدرة الإنسان على تطوير البيئة الطبيعية الإنسانية والتحكم فيها.[1]

يتبين من خلال المفاهيم أن هنالك جانب لم يتطرقو إليه وهي الجوانب العلمية والعملية التي تساهم من خلالها تكنولوجيا وأبرز وسائلها في تفعيل العملية الإتصالية داخل المؤسسة.

- **التعريف الإجرائي:**

هي جميع الوسائل والأجهزة التي يستعملها الفرد في أداء مهام العمل والتكنولوجيا تعتبر ذلك الاستخدام المفيد لمختلف مجالات المعرفة ودورها تسهيل وتوفير الوقت لدى الموظف بهدف تحقيق الاتصال الجيد داخل المؤسسة بالإضافة إلى الإنتاجية.

➢ **تعريف الإعلام:**

- **لغة:**

هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال: بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيئ المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحديث: "بلغو عني ولو آية"، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين وأيضا فليبلغ الشاهد الغائب، أي فليعلم الشاهد الغائب، يقال أمر الله بلغ أي بالغ، وذلك من قوله تعالى: "إن الله بالغ أمره" أي نافذ يبلغ أين أريده.[2]

- **اصطلاحا:**

لقد إجتهد الباحثون الإعلاميون في وضع تعريف جامع للإعلام لا يعدونه إلى غيره، وجميع تعريفاتهم متقاربة وليست متطابقة أذكر بعضها.

✓ **يعرف ريمون رويه:**

الإعلام بأنه نقل دلالة أو مفهوم إلى كائن واع بواسطة حامل مكاني، زماني، مطبوعة، رسالة هاتفية، موجة صوتية، والمقصود بالحامل: الوسيلة الإعلامية.[3]

✓ **يعرفه إبراهيم عبد الله:**

---

[1] محمد الهاشمي، المرجع السابق، ص44.

[2] د.حسين عبد الجبار، **إتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر**، دار أسامة للنشر والتوزيع، طبعة 2011م، صفحة 9 و10.

[3] د.مرشد عبد صافي، **الحرية في الصحافة والإعلام**، الجنادرية للنشر والتوزيع،الطبعة الأولى، 2017،صفحة 9.

"بأنه المجال الواسع لتبادل الوقائع والآراء بين البشر أو أنه يشمل كافة طرق التعبير التي تصلح للتفاهم المتبادل.

ويرى عبد اللطيف حمزة أن أوضح تعريف للإعلام هو التعريف الذي وضعه العالم الألماني أوتوجورت حيث قال: الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها وإتجاهاتها في نفس الوقت، أي أن الإعلام لابد أن يكون صادقا مجردا من الميول والأهواء، غير متحيز قائما على أساس من التجربة الصادقة متماشيا مع الجمهور الذي يتوجه إليه".[1]

- هنالك ضعف وقصور حيث ركزعلى الجانب المرئي للإعلام وأغفل الجانب المسموع والمقروء والصحافة المكتوبة وكيفية تأثيرها على فعالية الإتصال التنظيمي.

- **تعريف إجرائي لمصطلح الإعلام:**

هو نشر وإذاعة الأخبار والحوادث والأحداث والمعلومات بوسائل مختلفة قصد إعلام الجمهور بها وإفادة المطلعين عليها وترويج بعض خدماتها بهدف تحقيق الربح للمؤسسة والأهداف المرجوة.

- **تعريف الإتجاهات:**

تعتبر الإتجاهات من المواضيع الهامة التي تحدد الإستعدادات النفسية والميول التي تؤكد في سلوك الإنسان ومدى إستجابة الفرد نحو موضوع معين أو قضية معينة أو موقف معين والفرد يتحرك نحو عمل شيء ما بناء على مجموعة من الإتجاهات والقيم التي يدين بها والتي تدفعه إلى السلوك بطريقة خاصة، كما يتخذها الوقت نفسه مرجعا له في الحكم على سلوكه بأنه مرغوب فيه أو غير مرغوب فيه وأن أثر ذلك السلوك سوف يعود عليه وعلى المجتمع خيرا أو شرا طبقا لنمط السلوك وكيفيته والمرجع الإتجاهي والقيمي لهذا السلوك.

ونظرا لأن الإتجاهات تؤثر على حياتنا وعلى ممارساتنا اليومية فقد إهتم علماء علم النفس الإجتماعيين بتعريف الإتجاهات ودراستها وتعددت التعريفات عند العلماء بإختلاف ألوانهم لذا سوف نقوم بإستعراض أهم التعريفات لغة واصطلاحا ومنها ما يأتي:

[1] عبد الله قاسم محمود باشا كريشان، **أثر الثورة المعلوماتية الإعلامية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الأردني**، 2010، 2012، دار الجنان للنشر والتوزيع، طبعة 2014، صفحة 31.

- **لغة:**

يعرف المعجم الوسيط بالإتجاه بأنه مشتق من إتجه وهو بمعنى حذا حذوه وسار على طريقه، ويعرف المعجم العربي الحديث بأنه الإقبال على الشيء.

- **الإتجاهات اصطلاحا:**

عرف أنستازي (Anastasi) إن الإتجاه كثيرا ما يعرف بأنه ميل للإستجابة بشكل إيجابي أو سلبي تجاه مجموعة خاصة من المثيرات. [1]

- نجد أن هذه المفاهيم مست الجانب النفسي فقط وأغفلت الجانب الوظيفي والإجتماعي الخدماتي.

التعريف الإجرائي:

هو مدى إستجابة أو ميل الفرد نحو موضوع معين أو قضية معينة أو موقف، فيكشل لديه إتجاه نحو الموضوع بغية تحقيق أهداف معينة مثال ذلك إتجاه الموظفين نحو فعالية الإتصال التنظيمي في ظل وجود تكنولوجيا الإعلام في المؤسسة الخدماتية.

تعريف الموظف:

هو كل شخص يشغل منصبا تشريعيا أو تنفيذينا أو إداريا أو قضائيا أو في أحد المجالس الشعبية المحلية المنتخبة سواءا كان معينا أو منتخبا دائما أو مؤقتا مدفوع الأجر بصرف النظر عن رتبته أو أقدميته.

- من الناحية الإدارية:

هو الشخص الذي يساهم في عمل دائم في مرفق عام تديره الدولة أو غيرها من الوحدات الإدارية، بأسلوب الإستغلال المباشر وتكون مساهمته في ذلك العمل عن طريق إسناد مشروع لوظيفة ينطوي على قرار بالتعيين من جانب الإدارة وقبول هذا التعيين من صاحب الشأن.[2]

[1] علا عامر موسى الجعب، **إتجاهات اللاجئين الفلسطينيين نحو قضايا الحل الدائم**، دار الجندي للنشر والتوزيع، ص 33.

[2] **الموسوعة الجزائرية للدراسات السياسية والإستراتيجية**، 2014-2021، تاريخ الدخول 10-ماي-2022، الساعة 11:23.

نجد أن هذه المفاهيم ركزت على مستويات أنشطة الموظف داخل المؤسسة واغفلت مستويات من بينها المستوى الإجتماعي والمستوى الخدماتي والقانوني.

- **التعريف الإجرائي للموظف:**

هو كل شخص يشغل وظيفة عامة وفقا لإجراءات نظامية صحيح وبعمل دائم وفي خدمة مرفق عام تديره الدول أو أحد أشخاص القانون العام بالطريق المباشر بغية تأدية نشاطاته المكلفة به وتهدف تفعيل المؤسسة وإنتاجها.

➢ **المؤسسة الخدماتية:**

- **اصطلاحا:**

تعرف المؤسسة الخدماتية على أنها منظمة تقوم على أشخاص قادرين ومتمكنين من العملية الإقتصادية بوسائل خاصة تهدف إلى تحقيق أرباح عن طريق إتباع حاجات ورغبات الزبون، كما تسهم هذه المؤسسة على تقديم الخدمات ذات المستوى المرغوب من الجودة.[1]

- هي كل وحدة قانونية سواء كانت مادية أو معنوية تتمتع بإستقلال مالي في صنع القرار وتنتج سلع وخدمات تجارية، وهي عبارة عن مجموعة من العوامل المنتظمة بكيفية تسمح بإنتاج وتبادل السلع.
- نجد أن هذه المفاهيم التي ركزت على مفهوم المؤسسة الخماتية قد مستها من كل الجوانب.

- **التعريف الإجرائي:**

هي مؤسسة عمومية ذات أسهم بطابع تجاري في المجال الخدمي بالأخص في مجالات الإتصالات السلكية واللاسلكية وهي تنشط على مستوى الوطني ويقدر رأسمالها الإقتصادي ب 100 مليون جزائري إلى غاية 2005.

➢ **مفهوم جودة الخدمات:**

- **اصطلاحا:**

- هي معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة.

[1] عمر صخري: **إقتصاد المؤسسة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 05، 2007، ص 30.

- تعتبر مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة لتقابل توقعات العملاء، وأن الجودة التي يدركها العميل للخدمة هي الفرق بين توقعات العميل لأبعاد الجودة وبين الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر هذه الأبعاد بالفعل.[1]
- نجد أن هذه المفاهيم قد أغفلت جانب مهم وهو كيفية تحقيق جودة الخدمات من خلال الإتصال التنظيمي الفعال والمقاييس التي من خلالها تقيس الجودة ونسبتها.

- **التعريف الإجرائي:**

هي تلك المعايير التي ترغب المنظمة في المحافظة عليها وتصاغ على مستوى المنظمة ككل وذلك بإستخدام متطلبات ذات مستوى أدنى تتعلق بصفات مميزة مثل الأمان ورضا العملاء وفي الأغلب هي عملية تطوير منتجات جديدة ترضي العملاء بفعالية أكبر.

سابعا: الدراسات السابقة:

تشكل الدراسات السابقة أهمية كبرى لأي باحث علمي، بل إنها توفرها أساس استمرار الباحث العلمي فيها إختار من مشكلة، وعلى ذلك فهي تزود الباحث بنتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة، ومن ثم يبنى عليها الباحث دراسة والهدف الأساسي من الدراسات السابقة، وبالنسبة لموضوع دراستنا فعالية الإتصال التنظيمي في ظل تكنولوجيا الإعلام في المؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية لإتجاهات الموظفين في المؤسسة الخدماتية (إتصالات الجزائر تبسة) فقد اعتمدنا على الدراسات المشابهة ذات صلة بموضوع دراستنا وذلك بترتيبها من الدراسات القديمة وصولا إلى الدراسات الحديثة.

الدراسة الأولى: دراسات العربية:

معلومات عامة عن الدراسة:

- **نوع الدراسة:** بحث مقدم لنيل درجة ماجستير.
- **العنوان:** دور إستخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركة الاتصالات (MTN & Syriatel).
- **المكان:** شركة الإتصالات (MTN وسيرياتيل في محافظة دمشق).

[1] عمار محمد زهير تيناوي، **دور إستخدام المعلومات في تحسين الجودة الخدمات المقدمة في الإتصالات**، بحث مقدم لنيل درجة ماجستار، الجامعة الإفتراضية السورية، ماجستر للتأهيل والتخصص في إدارة الأعمال، 2018، 2019، ص 55-56.

- **الزمن:** من شهر تشرين الأول لعام 2018 وحتى نهاية شهر كانون الثاني من عام 2019.
- **صاحب الدراسة:** عمار محمد زهير يتناوي.
- **الإشراف:** الدكتور صلاح محمد شيخ ديب.

مشكلة الدراسة:

لاحظ الباحث من خلال الدراسة الإستكشافية التي قام بها على شركة الاتصالات وجود إستخدام بعض أساليب تكنولوجيا المعلومات في ممارسة بعض الأنشطة في شركات الإتصالات محل الدراسة في محافظة دمشق، ولكنها لم تنعكس بالشكل الأمثل على تحسين الأداء، وتحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء، وتحقيق الفعالية وأهداف شركات الإتصالات بالشكل الصحيح.[1]

لذلك بناء عليه، ولأهمية هذه العلاقة المهمة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وتحسين جودة الخدمات في شركة الإتصالات، قام الباحث بطرح الأسئلة البحثية الآتية:

السؤال الرئيسي:

- هل توجد علاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبين تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركة الاتصالات؟
- ويتفرع من السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية الآتية:

السؤال الفرعي الأول:

- هل توجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بعد الجوانب المادية الملموسة كأحد أبعاد جودة خدمات المقدمة في شركة الإتصالات؟

السؤال الفرعي الثاني:

- هل توجد علاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بعد الإعتمادية أو المصداقية كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الإتصالات؟

[1] عمار محمد زمير تيناوي، **دور استخدام تكنولوجيا المعلوامت في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركة الإتصالات**، مذكرة لنيل ماجستير، إدارة الأعمال، الجامعة الإفتراضية السورية، 2018-2019.

السؤال الفرعي الثالث:

- هل توجد علاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بعد سرعة الإستجابة ومساعدة العميل كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة لشركة الإتصالات؟

السؤال الفرعي الرابع:

- هل توجد علاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بعد الثقة والأمان (الضمان) كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة بشركة الإتصالات؟

السؤال الفرعي الخامس:

- هل توجد علاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بعد التعاطف مع العميل كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة لشركة الإتصالات؟

المنهج: تعتمد هذه الدراسة على أسلوبين:

الأسلوب النظري: اعتمد فيه الباحث على المنهج الوصفي.

الأسلوب الميداني: إستخدم أسلوب المسح الإحصائي لجمع البيانات الأولية اللازمة من واقع عينة البحث.

العينة: وقد تم إختيار 77 عامل من عدد إجمالي 1900 عامل بالمؤسسة.

أدوات الدراسة: استمارة استبيان.[1]

الأهداف:

- دراسة العلاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبين تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الإتصالات وتتفرع من الهدف الرئيسي إلى أهداف فرعية.
- دراسة العلاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بعد الجوانب المادية الملموسة كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركة الإتصالات.
- دراسة العلاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بعد الإعتمادية والمصداقية كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركة الإتصالات.
- دراسة العلاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبين الثقة والأمان كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الإتصال.

[1] عمار محمد زمير تيناوي، **المرجع السابق**.

الهدف الرئيسي الثاني:

محاولة التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات من خلال الدراسة الميدانية التي سيقوم بها الباحث على شركات الإتصالات محل الدراسة بغية تحقيق الإستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات من أجل تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الإتصالات.

النتائج: توصلت هذه الدراسة إلى النتائج الآتية:

- من خلال نتائج إختبار الفرضية الفرعية الأولى تبين وجود علاقة معنوية بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبعد الجوانب المادية الملموسة كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الإتصالات.
- من خلال نتائج إختبار الفرضية الثانية: تبين وجود علاقة معنوية بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبعد الإعتمادية أو المصداقية كأحد أبعاد جودة الخدمات.
- من خلال نتائج إختبار الفرضية الفرعية الثالثة تبين وجود علاقة معنوية بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بعد سرعة الإستجابة ومساعدة العميل كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الإتصال.
- من خلال إختبار الفرضية الفرعية الرابعة تبين وجود علاقة معنوية بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بعد الثقة (الأمان) كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركة الإتصالات.
- من خلال نتائج إختبار الفرضية الفرعية الخامسة تبين وجود علاقة معنوية بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بعد التعاطف مع العميل كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركة الإتصالات.
- من خلال نتائج إختبار الفرضية الرئيسية تبين وجود علاقة معنوية بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات وبين تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركة الإتصالات.[1]

الدراسة الثانية:

معلومات عامة حول الدراسة:

نوع الدراسة: مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والإجتماع (دراسة وصفية).

[1] عمار محمد زمير تيناوي، **المرجع السابق**.

العنوان: تأثير الإعلام التفاعلي في الإعلام الحديث.

المكان: جامعة صلاح الدين –كردستان– العراق.

العدد: 22.

سنة النشر: نيسان، أبريل، 2018.

صاحب الدراسة: هوشيار مظفر علي أمين.

مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة البحث في ضبابية فهم تأثير الإعلام التفاعلي الحديث بكل أنماطه وسماته وصوره وأركانه على الإعلام الحديث الذي تحول إلى إعلام متأثر بالإعلام التفاعلي من حيث أدركنا ذلك أو لم ندركه بإعتبار أن الإعلام التفاعلي أخذ القيادة من الإعلام الحديث وتحول إلى نمط جديد مبتكر وهذه المشكلة عالجناها في البحث من خلال تحليل وتقييم الآثار والمؤثرات بين الإعلام التفاعلي والإعلام الحديث.

الأشكال الرئيسية: ما مدى تأثير الإعلام التفاعلي في الإعلام الحديث (دراسة وصفية).

- إن الإعلام التفاعلي أسهم في تغيرات كثيرة وكبيرة في مجال الإعلام الحديث مما يحمله مؤثرات وتأثيرات مباشرة وغير مباشرة على الإعلام الحديث مشكلة الرئيسية هي دراسة تلك التأثيرات ومعرفة الأطر التي تحدد هذه التأثيرات جاء هذا البحث في فصلين الفصل الأول الإطار النظري، الفصل الثاني "مقومات الإعلام التفاعلي وأثره في الإعلام الحديث".

المنهج: المنهج الوصفي.

شملت منهجية البحث دراسة وتعريف الإعلام التفاعلي وسماته وآلياته في تأثيره على الإعلام الحديث من خلال إستعراض وتحليل الرؤى والآراء الإعلامية للمختصين في الإعلام التفاعلي وفق المنهجية العلمية الأكاديمية الجامعية المعتمدة في هكذا نوع من البحوث والدراسات.

أهداف الدراسة:

- تحديد العلاقات المتوازية والمترابطة بين الإعلام التفاعلي وبين الإعلام الحديث.

- إقامة دليل على وجود التأثير بين الإعلام التفاعلي والإعلام الحديث في عصر ثورة الإعلام غير مواقع التواصل الإجتماعي.[1]

النتائج:

- إن الإعلام التفاعلي له تقنياته التي تستطيع تحريك أنظمة الإعلام الحديث.
- إن ما بعد التفاعلية هي ظاهرة تجمع الإعلام التفاعلي والإعلام الحديث في وقت واحد.
- إن لشبكة الإنترنت دور في تأثير الإعلام التفاعلي في الإعلام الحديث.
- إن أثر الإعلام التفاعلي في الإعلام الحديث يندرج في التحول الذي مس به الإعلام التفاعلي كل بنى الإعلام الحديث في مجمع أنماط الإعلام الحديث.[2]

الدراسة الثالثة:

معلومات عامة حول الدراسة:

نوع الدراسة: مجلة البحوث التربوية والتعليمية.

العنوان: تأثير توظيف الوسائل التكنولوجية الحديثة على التحصيل الدراسي للطلبة.

المكان: في مدرسة هاي تك التقنية العالية في صنعاء اليمن هاي تك للتعليم النموذجي في أنواكشوط موريتانيا.

تاريخ النشر: 2019/12/27.

صاحب الدراسة: عبد الوهاب عبد الله أحمد المعمري.

مشكلة الدراسة:

تطورت وسائل التكنولوجيا الحديثة نتيجة الثورة التقنية الحديثة وقد دخلت في مختلف مجالات الحياة، وساهمت في تغيير طريقة تناول وتقديم الخدمات ومنها التعليم ويتناول الباحث في هذا البحث مدى تأثير إستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في التعليم في تحسين مستوى التحميل الدراسي.

السؤال الرئيسي: ما مدى تأثير إستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في العملية التعليمية على مستوى التحصيل العلمي؟ أم لا؟

---

[1] هوشيار مظفر علي أمين، **تأثير الإعلام التفاعلي في الإعلام الحديث**، مجلة الفنون والأدب، وعلوم الإنسانيات والإجتماع، ع 22، كردستان، العراق، 2018.

[2] هوشيار مظفر علي أمين، المرجع السابق.

التساؤلات الفرعية:

- ما هي الوسائل التكنولوجية الحديثة التي يمكن إستخدامها في التدريس؟
- ما أهمية إستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في التدريس؟
- ما أسباب عدم إستخدام بعض المعلمين وسائل التكنولوجية الحديثة في التعليم؟
- هل تعتقد أن الطلبة يفضلون إستخدام الوسائل التكنولوجية في التعليم؟
- هل يؤثر إستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في رفع مستوى التحصيل الدراسي للطلبة؟[1]

المنهج المستخدم: منهج التحليلي.

العينة: 14 معلم ومعلمة في مدرسة هاي تك (التقنية العالية) والعينة الأخرى 06 في مدرسة هاي تك للتعليم النموذجي في أنواكشوط موريتانيا.

أدوات الدراسة: المقابلة.

أهداف الدراسة:

- التعرف على وسائل التكنولوجيا الحديثة التي يمكن إستخدامها في التدريس في مدارس هاي تك.
- توضح أهمية توظيف وسائل التكنولوجيا الحديثة في تحقيق الأهداف التعليمية للمعلمة.
- معرفة مدى تأثير توظيف وسائل التكنولوجية الحديثة على التحصيل العلمي لدى الطلبة.

نتائج الدراسة: يتضح أن:

- أهم الوسائل التكنولوجية الحديثة التي يمكن الإستفادة منها في التعليم هي الكمبيوتر، الداتا شو، التليفون التعليمي، الإنترنت، وسائل التواصل الإجتماعي.
- يتضح أن ضعف قدرات بعض المعلمين في إستخدام الوسائل الحديثة في التعليم يؤثر سلبا على إستخدامها والإستفادة من تطبيقات الحاسوب وشبكة الإنترنت.

[1] عبد الوهاب عبد الله أحمد المعمري، **تأثير توظيف الوسائل التكنولوجية الحديثة على التحصيل الدراسي للطلبة**، مجلة البحوث التربوية والتعليمية، ع 2، جامعة العلوم التكنولوجية، اليمن 2019.

- إمكانية زيادة الرغبة والدافعية لإستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في الدرس لو توفرت الإمكانيات المادية لتوفير الأجهزة الخاصة بها داخل المدرسة، والأساليب الإدارية المحفزة على إستخدامها وتوظيفها في العملية الإتصالية.[1]

الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى:

اسم ومعلومات عن الدراسة:

نوع الدراسة: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ل.م.د.

العنوان: تكنولوجيا الإعلام والإتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري.

المكان: جامعة أبي بكر بالقايد بن لمان بجميع كلياتها الحدود المكانية لهذه الدراسة.

الزمن: بداية من السنة الجامعية 2012-2013 إلى اليوم تمثل الموسم الجامعي 2016-2017 هو الحد الزمني الذي يجري فيها البحث الميداني.[2]

صاحب الدراسة: عابد كمال.

مشكلة الدراسة:

تتخذ الإشكالية الدراسية في الربط بين متغير التكنولوجيا الحديثة للإعلام والإتصال ومتغير تشكيل القيم ومدى تأثير الأول في الثاني من خلال تحديد القيم الثابتة والمتحولة عند الشباب في المجتمع الجزائري في ضوء ما سبق نطرح إشكال الدراسة.

ما هو مدى إنعكاس وتأثير التكنولوجيا الإعلام والإتصال وما تحمله من قيم على الشباب في المجتمع الجزائري؟

فرضيات البحث:

الفرضية الأولى:

- إن إستخدام الأفراد لتكنولوجيا الإعلام والإتصال يؤدي إلى تحويل وتغيير القيم الأصلية للمجتمع الجزائري.

---

[1] عبد الوهاب عبد الله أحمد المعمري، **المرجع السابق**.

[2] عادل كمال، تكنولوجيا الإعلام والإتصال وتأثيرها على قيم المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه علم إجتماع الإتصال، جامعة أبي بكر بلقايد، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، تلمسان، 2017-2018.

- ضعف عملية التواصل بين الأجيال تولد تفاعل ضعيف المستوى من حيث نقل القيم من جيل إلى آخر.
- إن إستخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصال تؤدي إلى إشباع حاجات ورغبات الأفراد النفسية والإجتماعية مقارنة مع مؤسسات التنشئة الإجتماعية التقليدية.

المنهج: المنهج الوظيفي.

أدوات المعتمدة في الدراسة: أداة الإستمارة،المقابلة،الملاحظة.

العينة: العشوائية البسيطة.

أهداف الدراسة: معرفة مدى تأثيرات تكنولوجيا الإعلام والإتصال على قيم المجتمع الجزائري، وذلك من خلال رصد عادات الإستخدام وأنماط الإستعمال لهذه التكنولوجيا لدى الشباب الجامعي.

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- تكنولوجيا الإعلام والإتصال صارت جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للفرد الجزائري.
- تأتي تكنولوجيا الأنترنت على أرأس التكنولوجيات الأكثر إستخداما من قبل الشباب الجامعي، وقد أزاحت بعض الشيء التلفزيون عن مكانته.
- تلعب تكنولوجيا الإعلام والإتصال دورا هاما في تشكيل القيم الجمالية والإستهلاكية للشباب الجامعي من خلال محتوياتها الإعلامية، ويتجلى ذلك في عدة مظاهر كطريقة إختيار الملابس وتسريحة الشعر والذوق الموسيقي.
- لقد أثرت تكنولوجيا الإتصال على التواصل الأسري حيث أن معظم الشباب يستخدمون أحد الوسائل التقنية.[1]

الدراسة الثانية:

إسم ومعلومات الدراسة:

نوع الدراسة: مذكرة ماجستار في علم إجتماع.

عنوان الدراسة: القيادة الإدارية ودورها في فعالية الإتصال التنظيمي.

المكان الدراسة: بلدية سطيف –عاصمة الهضاب العلي.ا

[1] عادل كمال، **المرجع السابق**.

زمن الدراسة: الإنطلاقة في شهر نوفمبر 2013 أي بداية السنة الدراسية والموافق على الموضوع إلى غاية 2015.

صاحب الدراسة: وليد عطية.

مشكلة الدراسة:

تتمحور إشكالية الدراسة حول معرفة أهم المهارات القيادية التي تساهم في فعالية الإتصال وعليه إنطلق البحث للتحليل من خلال ثلاث أبعاد القائد كبعد فردي سلوكي يخص السمات النفسية الإجتماعية البعد الثاني يتناول القائد الإداري لبعد إجتماعي أما البعد الأخير فيتمثل في المهارات التنظيمية للقائد الإداري في تسيير الموارد البشرية تتمحور مشكلة الدراسة حول ما دور القيادة الإدارية في فعالية الإتصال التنظيمي لدى الإدارة المحلية؟

وتتدرج تحت هذا السؤال تساؤلات فرعية.

- إلى أي مدى تؤثر مهارات القيادة الإدارية في تسيير الموارد البشرية على فعالية الإتصال التنظيمي؟
- كيف تؤثر العلاقة الإجتماعية بين القائد الإداري وجماعته في فعالية الإتصال التنظيمي؟
- هل للسمات الفردية والجوانب الشخصية للقائد الإداري دور في فعالية الإتصال التنظيمي؟

المنهج: الوصفي التحليلي.

العينة: الطبقية العشوائية.

أدوات جمع البيانات: الملاحظة، المقابلة، الإستمارة، السجلات، الوثائق.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- معرفة واقع القيادة الإدارية ودورها في فعالية الإتصال التنظيمي.
- معرفة أهم أساليب والأنماط وتقنيات القيادة الإدارية المعتمدة عليها في عملية الإتصال التنظيمي.

- الكشف عن العلاقات الإجتماعية الموجودة في هذا النظام الإداري وأثرها على العملية الإتصالية بكافة أنماطها.[1]

نتائج الدراسة: تتمثل في:

إن ما يحصل في الإدارة المحلية في كثير من الجوانب يختلف عن ما يجب توفره، وهو ما عكسته نتائج الدراسة إلا أنه في ضوء ما سبق عرضه من نتائج وفي ضوء الأهداف التي سعت إليها الدراسة يبرز تحقيق الفرضية العامة للبحث ولو جزئيا والتي ترى أن للقيادة الإدارية دور في فعالية الإتصال التنظيمي، وذلك من خلال تأثير الجانب الإجتماعي والشخصي وحياتنا المهارات والكفاءة المهنية.[2]

الدراسة الثالثة:

اسم ومعلومات الدراسة:

نوع الدراسة: مجلة روافد.

العدد: العدد الأول.

سنة النشر: جوان 2017.

العنوان: الإتصال التنظيمي ودوره في تحسين الأداء الوظيفي.

مكان دراسة: مؤسسة الحزف – بتانة – مغنية.

صاحب الدراسة: أفاضل فايزة – أ – سعدون سمية.

مشكلة الدراسة: يتمحور حول:

الإتصالات ودورها في تحقيق الكفاءة والفاعلية، بإعتبارها عنصر نجاح المؤسسات وتحقيق أهدافها مرتبط كل الإرتباط بأداء العاملين بها وكفاءتهم، كون أن المورد البشري يعتبر القوى المحركة لتنفيذ تلك السياسات والبرامج والذي يعتمد على سهولة الإتصالات في – المؤسسة– ومن هنا يطرح الإشكال الرئيسي للدراسة:

- هل توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائية بين الإتصال التنظيمي والآداء الوظيفي؟

ويتفرع منه الأسئلة الفرعية التالية:

---

[1] وليد عطية، **القيادة الإدارية ودورها في فعالية الإتصال التنظيمي**، مذكرة‌ى ماجستير تنظيم وعمل، جامعة محمد خيضر، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، بسكرة، 2014-2015.

[2] وليد عطية، المرجع السابق.

- هل توجد علاقة إرتباطية داليا إحصائيا بين الإتصال التنظيمي الصاعد والآداء الوظيفي؟
- هل توجد علاقة إرتباطية داليا إحصائيا بين الإتصال التنظيمي النازل والأداء الوظيفي؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث الأداء الوظيفي تبعا لمتغير الجنس؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث الأداء الوظيفي تبعا لمتغير سنوات الأقدمية؟[1]

المنهج: هو المنهج الوصفي التحليلي.

أدوات جمع البيانات: تطبيق الإستبيان.

أهداف الدراسة: الكشف عن دور الإتصال التنظيمي في تحسين الأداء الوظيفي.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة إرتباطية بين الإتصال التنظيمي ببعديه (الإتصال الصاعد والنازل / والأداء الوظيفي، كما أنه تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العمال من حيث الأداء الوظيفي للمتغيرات التالية: السن،الجنس، المستوى التعليمي، سنوات الأقدمية.

التعليق عن الدراسة:

في ضوء الدراسات السابقة التي اطلعنا عليها اتضح لنا أن أغلب الدراسات على أهمية التكنولوجيا الإعلام والإتصال في المؤسسات سواء الخدماتية أو الإقتصادية أو التربوية بالإضافة إلى الإتصال التنظيمي وفاعليته، وما ميزت هذه الدراسات أنها أكدت على دور وأهمية وسائل تكنولوجيا الإعلام والإتصال في تشكيل الفعالية الإتصال التنظيمي داخل المؤسسة وكيفية تأثيرها على التنظيم المؤسساتي، وعموما فإن هذه الدراسات تتفق مع دراستنا الحالية كونها تعتبر دراسات متشابها في أحد متغيرات الدراسة وكما تتشابه إحدى الدراسات السابقة مع دراستها في إستخدامها المنهج الوصفي في وصف الظاهرة المدروسة وأدوات جمع البيانات، والعينة المستخدمة في بعض الدراسات.

[1] أفاضل فايزة وسعدون سمية، **الإتصال التنظيمي ودوره في تحسين الأداء الوظيفي**، ع 1، مؤسسة الخزرف مغنية 2017.

في حين تختلف الدراسات السابقة في مجملها عن دراستها في صياغة الإشكالية وتساؤلات الدراسة وأيضا إعتمادها على عينة دراستنا كما أنها تختلف أيضا عن دراستها في مجال الزماني والمكاني والنتائج المتوصل إليها.

جوانب الإستفادة من الدراسات السابقة:

يمكن القول أننا إستفدنا كمبحوثين من هذه الدراسات بصفة عامة في الجانب النظري في ضبط وتدعيمه من ناحية ترتيب العناصر والفصول النظرية لدراستنا الحالية بالإضافة إلى الجانب المنهجي بإتباع طريقة منهجية صحيحة في صياغة الإشكالية وإختيار الأدوات والعينة المناسبة لجمع البيانات في دراستنا الحالية.

جانب الإستفادة من الدراسة عمار محمد تيناوي والتي أفادتني في معرفة دور إستخدام تكنولوجيا الإعلام في تحين جودة الخدمات المقدمة في شركة الإتصلات، وكيفية تأثيرها على العملية الإتصالية، لا ننسى طريقة التحليل الإحصائي وكيفية بناء إستمارة الإستبيان

- أفادتني دراسة هوشيار موضفر علي الأمين في معرفة مدى تأثير الإعلام التفاعلي كبعد من أبعاد الدراسة في الإعلام الحديث والذي أحدث تغيرات كثيرة وكبيرة في الإعلام الحديث من خلال تقنياته التي تسطيع تحريك الإعلام والإتصال داخل المؤسسة ومعرفة دور الأنترنت في الإعلام التفاعلي، بالإضافة إلى المنهج المستخدم في الدراسة.
- أفادتني دراسة أفاضل فايزة سعدون سمية في معرفة دور إتصالات في تحقيق الكفاءة والفعالية بإعتبارها عنصر نجاح المؤسسات في تحقيق أهدافها، فهو مرتبط كل الإرتباط بأداء العاملين ومعرفة البرامج التي تعتمد عليها في تسهيل الإتصالات بالمؤسسة، أيضا أفادتني في أدوات الدراسة، حيث إعتمدت على الملاحظة والمقابلة والإستمارة.
- أفادتني دراسة عابد كامل في معرفة أجهزة تكنولوجيا الإعلام والإتصال ومدى تأثيراتها ونوع العينة كانت نفس العينة المستخدمة في دراساتنا الحالية.
- أفادتني دراسة عبد الوهاب عبد الله في تبيان كيفية تأثير توظيف الوسائل التكنولوجيا الحديثة من خلال النتائج تبين في هذه الدراسة أنه هناك أهمية بالغة في إستخدام وسائل التكنولوجية الحديثة في المؤسسة فهي تفعل العملية الإتصالية بالإضافة إلى المنهج المستخدم في الدراسة ساعدني في تحليل الإحصائي في البيانات.

- أفادتني دراسة وليد عطية في معرفة أهم المهارات القيادية التي تساهم في فعالية الاتصال،فهي تتناول متغير من متغيرات الدراسة الحالية.

ثامنا: النظرية المفسرة لموضوع الدراسة (لنظرية الاستخدامات والإشباعات):

تعريف مدخل الاستخدامات والإشباعات:

نشأ مفهوم الاستخدامات والإشباعات في مجال الدراسات الإعلامية كبديل لتلك الأبحاث التي تتعامل مع مفهوم التأثير المباشر لوسائل الإتصال مع جمهور المتلقين ويعرف بأنه دراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة.

ويعرفه كلا من إياهو كاتز وبلوملر Hkatz & J.GBlumler مدخل الإستخدامات والإشباعات بأنه الإستراتيجية بحثية يمكنها أن تمدنا ببناء أو هيكل لفروض متنوعة حول ظاهرة إتصالية معينة، ويعد المدخل أرضية خصبة لإقتراحات الفروض المتعلقة بتوجيهات الجمهور التي تنشأ عن أكثر من نظرية سيكولوجية.

أصول ونشأة نظرية الإستخدامات والإشباعات:

يعد هيرتا هيرزوج Herta Herzog أول من قام بدراسة إستخدام ربات البيوت للراديو في دراسة عام 1944 بعنوان: دوافع وإشباعات الإستماع للمسلسلات الصباحية في الإذاعة المسموعة، حيث حاولت التعرف على إشباعات ربات البيوت من الإستماع للراديو، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن هذه الإشباعات تتمثل في ثلاث فئات رئيسية هي:

- التحرر العاطفي.
- إثارة الخيال.
- والحصول على المعلومات

مراحل تطور بحوث نظرية الإستخدامات والإشباعات:

بدأت محاولات تطوير بحوث الإستخدامات والإشباعات من دراسة (Macquail & Blume 1969) للإنتخابات العامة البريطانية، وكان الهدف الرئيسي لها هو التعرف على أسباب مشاهدة أو تجنب مشاهدة أفراد معينة من الإرسال، وتطور المفهوم من خلال دراسة (Macquail & Blume) حول البرامج السياسية لمصدر للمعلومات حول الأمور

السياسية وما نوع القنوات السياسية التي يريدها المشاهد، وإقترح بتقييم المشاهدين تبعا لدوافع المشاهدة.

ويعد مدخل الإستخدامات والإشباعات بمثابة نقلة فكرية أو تحولا للرؤية Shift of focus في مجالات الدراسات الإعلامية حيث تحول الإنتباه من الإهتمام بدوافع المرسل أو الرسالة الإعلامية إلى الإهتمام بدوافع الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة كما إلى الضوء على ماهية الوظائف التي يمكن أن تؤديها وسائل الإعلام لخدمة الجمهور المستقبل وبذلك إنتفى مفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية والذي كانت تنادي به النظريات المبكرة مثل نظرية الرصاصة السحرية (the Bullet theory) والتي تقوم على فكره أن سلوك الأفراد يتحدد وفقا لآلية البيولوجية الموروثة ونتيجة لأن الطبيعة الأساسية للكائن الحي متشابهة تقريبا بين كائن وآخر حيث تكون إستجاباتهم للمثيرات المختلفة متشابهة، خاصة مع الإعتقاد بأن متابعة أفراد الجمهور لوسائل الإعلام تتم وفقا للتعود وليس للأسباب منطقية لكن مدخل الإستخدامات[1] والإشباعات لو رؤية مختلفة تكمن في إدراك أهمية الفروق الفردية والتباين الإجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام.

ويعد الياهو كاتز Katz Elihu أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الإستخدامات والإشباعات عندما كتب مقالا عن هذا المدخل عام 1959 ردا على إدعاء قام به الباحث برنارد بيرلسونBernard Berison ذكر فيه بأن مجال البحث في ما يتعلق بدراسة وسائل الإعلام كوسيلة إقناعية ودعائية قد إنتهى بالفعل، مشيرا إلى أن معظم الأبحاث في ذلك الوقت كانت تهدف إلى معرفة تأثير الحملات الدعائية على الجمهور أو ماذا تفعل وسائل الإعلام للجمهور، وبأنه ينبغي على الباحثين إنقاذ مجال الدراسات الإعلامية وذلك عن طريق تحويل السؤال إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام وما هي الحاجات التي يسعى إلى تحقيقها من هذه الوسائل.

ومن هنا قد ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي حول دراسة علاقة الجمهور بوسائل الإعلام من الإجابة على سؤال "ماذا" إلى الإجابة على السؤال "لماذا"، وذلك للتعرف على

[1] عبد الرزاق الدليمي، **نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرون**، الطبعة العربية 2016، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع عمان، ص 254،255.

أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإعلام وهو ما يعرف بدوافع المشاهدة، كما أنها تحاول التعرف على الإشباعات التي يحققها التعرض لوسائل الإعلام بالنسبة للجمهور وبذلك تم تحويل إهتمام الباحثين الإعلاميين بما تفعله الرسالة بالجمهور إلى ما يفعله الجمهور في الرسالة.

ولهذا فقد أصبح على الإعلاميين جهدا مضاعفا وهو التعرف على إتجاهات وأذواق المشاهدين، بالإضافة إلى صنع الرسالة الإعلامية التي تتواءم مع رغبات وإحتياجات الجمهور، ولذلك تحاول النظرية الربط بين حاجات ورغبات الجمهور ورغبات وحاجات الإعلامي.

وقد تطور المدخل العام 1974 عندما قدم بشكل متكامل بواسطة كاتر وبلومر وجورفيتش وبذلك تطور المدخل بجهودهم البحثية وإنتشر إلى أنحاء العالم.

ولقد مر مدخل الإستخدامات والإشباعات بثلاث مراحل متميزة في تطوره يمكن تقسيمها زمانيا كالآتي:

مرحلة الطفولية (المرحلة الوصفية):

إهتمت هذه المرحلة بتقديم وصف لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإتصال وذلك فيما يتعلق بإختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الإتصال وقد إمتدت هذه المرحلة خلال عصري الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي. [1]

مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية):

وهي مرحلة ذات توجه ميداني حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والتي تؤدي إلى نمط من الإستخدامات وسائل الإعلام وكان من أهم نتائجها أن الجمهور يستخدم الوسيلة لإشباع حاجات معينة لديه، وقد إمتدت هذه المرحلة خلال عقد الستينيات من القرن الماضي.

مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية):

وكان التركيز فيها على الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الإتصال، وتم إعادة قوائم الإستخدامات والإشباعات وقد إمتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي حتى الآن وخلال هذه المرحلة قام بعض العلماء الإتصال بالعمل على توسيع

[1] عبد الرزاق الدليمي، **المرجع السابق**، ص 250.

المسارات النظرية theretica trajectories المأخوذ من الدراسات الأولى لوسائل الإعلام وإعادة غربلتها، حيث برز تطوران أساسيان أهمهما في مولد ما أصبح يعرف بعد ذلك ب: الإستخدامات والإشباع.

التطور الأول:

يشير إلى تقسيم علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام إلى مجموعة من المفاهيم التي أدت إلى خلق مجموعة من النماذج typologies الإشباعات التي يمكن لهذه الوسائل المساعدة في تحقيقها.[1]

التطور الثاني:

ويشير إلى المحاولات الرامية التي تهدف إلى شرح كيف يستخدم الجمهور "وسائل الإعلام" لإشباع إحتياجاتهم الإنسانية، كذلك اهتمت الدراسات في هذه المرحلة بالأصول النفسية والإجتماعية للحاجات التي تولد توقعات معينة من وسائل الإعلام.

كما يمكن أيضا تقسيم بحوث مدخل الإستخدامات والإشباعات إلى قسمين:

- البحوث التقليدية.
- البحوث الحديثة.

عناصر مدخل الإستخدامات والإشباعات:

هنالك مجموعة عناصر تمثل المفاهيم الأساسية وتشكل الهيكل النظري لمدخل الإستخدامات والإشباعات والتي تتمثل في الآتي:

- الجمهور النشط.
- الأصول النفسية والإجتماعية لإستخدام وسائل الإعلام.
- التعرض لوسائل الإعلام.
- دوافع التعرض لجمهور وسائل الإعلام.
- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام.
- إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام.[2]

[1] عبد الرزاق الدليمي، **المرجع السابق**، ص253.

[2] سعاد سراي، **محاضرات في نظريات الإتصال**، جامعة محمد خيضر –بسكرة–، 2014–2015، ص 30–31.

فرضيات نظرية الإستخدامات والإشباعات:

- إن جمهور وسائل الإعلام يتسم بالإيجابية والفاعلية ويستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف معينة خاصة به.
- إن جمهور وسائل الإعلام هو الذي يقوم بالدور الرئيسي في إشباع إحتياجاته من وسائل الإعلام حيث يربط بين إشباع إحتياجاته من وسائل الإعلام، حيث يربط بين إشباع إحتياجاته وإختياره للوسائل التي تشبع هذه الحاجات.
- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الجمهور المتنوعة.
- إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه وإهتماماته وحاجاته وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام ومن ثم فهو قادر على تحديد وإختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.
- إن المعيار في الحكم على القيم الثقافية السائدة يجب أن تكون من خلال إستخدامات الجمهور لوسائل الإعلام وليس الإعتماد فقط على المضمون المقدم في وسائل الإعلام.[1]

الأهداف الرئيسية التي حققتها نظرية الإستخدامات والإشباعات:

- تفسير إستخدام الجمهور لوسائل الإتصال المختلفة لإشباع إحتياجاتهم، وذلك بإفتراض أنه جمهور نشط يختار الوسيلة المناسبة التي تشجع حاجات ودوافعه.
- تفسير دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج إستخدام وسائل الإتصال بهدف الفهم الأعمق لعملية الإتصال الجماهيري.

الإنتقادات التي وجهت لهذه النظرية:

- يرى بعض النقاد أن مدخل الإستخدامات والإشباعات أقل من يكون نظرية مستقلة بذاتها وإنما هو صياغة معادلة لجوانب معينة من نظريات التأثير الإنتقائي وبالتالي

[1] عبد الرزاق الدليمي، **مرجع سابق**، ص 255.

فإنه ليس منهج متكامل[1] ولكن في الواقع عبارة عن مجموعة من المناهج والقضايا البحثية.

- يفترض أن إستخدام وسائل الإعلام يتم بشكل متعمد وهادف وأن عملية تعرض الجمهور لوسائل الإعلام عملية منظمة ومحسوبة ولم يأخذ المدخل في الإعتبار أن الجمهور في أحيانا كثيرة يتعرض لوسائل الإعلام آلي.
- صعوبة قياس إستخدام الجمهور لوسائل الإعلام كما أن هناك تساؤلات حول كيفية قياس الإستخدام فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض لمحتوى وسائل الإعلام في قياس كثافة التعرض أو الإستخدام إلى قوة الدافع وزيادة الحاجات لدى الفرد المتلقي.

نظرية النسق الاجتماعي التقني(الفني):

الانظمة الجتماعية التقنية:

وقد تم تطويره عن طريق معهد تاسموك للعلاقات الإنسانية وهو مدخل يستخدم نظرية الأنساق، ويؤكد الحاجة إلى الأخذ في الاعتبار للعلاقات بين الأنساق الاجتماعية والتكنولوجيا2.

أهم رواد هاته النظرية واسهاماتهم في النظرية:

لقد ركز رواد هذا الاتجاه أمثال "سابلز ووليت" و"ويلونر وتريست" و"جون وود ورد" وغيرهم على الإهتمام بوجه خاص، "دراسة العلاقات المتبادلة بين التكنولوجيا والأنساقالاجتماعية داخل تنظيمات العمل"؛ على اعتبار أن نوع الآلات وعددها وحجمها ومواضعهاتؤثر بطريقة مباشرة في حجم جماعات العمل الرسمية ومعاييرها وقيمها، والمكانة الاجتماعية، الاتصالات، فوجود الجانب التكنولوجي يؤثر بشكل واضح على بنية الشكل التنظيمي، نمط التصميم، عدد المستويات التنظيمية، وحتى أنماط القيادة، درجة الرسمية، ونمط الإدارة المتبعة وحتى على مستوى أداء العامل وطرق قياسه

حاول وايت Whyte بحث العلاقة الموجودة بين الأبعاد التكنولوجية في التنظيم وأشكال التفاعلات والعلاقات الإنسانية، وتوصل إلى وجود أنماط تكنولوجية تخلق عواطف سلبية

[1] عبد الرزاق الداليمي، **مرجع سابق**، ص 254-269.

[2]- رباح أحمد مهدي، **المحاضرة الثانية والعشرون، مدخل النسق الاجتماعي الفني**، مقياس علم اجتماع التنظيم، جامعة قالمة، ص 30.

اتجاه الإدارة والتنظيم ككل، وتسبب صور من عدم الرضا مثل تكنولوجيا نظام خط التجميع، كما توجد أنواع تكنولوجية تشجع العواطف الإيجابية، وبالتالي فهي تخلق شعور بالرضا مثل نظام الانتاج المستند إلى جماعات العمل التي تشترك في الكثير من الأمور، وتشترك في مواقف موحدة اتجاه الإدارة، وقد منح وايت للعامل التكنولوجي تأثير فعال في توجيه السلوك الإنساني وخلق داعية الفرد نحو العمل، فقد آمن بالحتمية التكنولوجية في إدارة وتوجيه السلوك الإنساني، وهذا أمر غير دقيق من الناحية العلمية، لأن السلوك التنظيمي تتداخل وتتفاعل عديد العوامل الطبيعية، الشخصية، النفسة، التنظيمية، الموقفية في تحديد صوره.[1]

وتعد دراسة تريست وبامفورث، عن التغيرات التي طرأت على التنظيم الاجتماعي للعمل في مناجم الفحم البريطانية محاولة لقياس نتائج التغير التكنولوجي وأثره على العلاقات الإنسانية. فنتيجة التوسع في استخدام الآلات التكنولوجية الجديدة حدث تفتيت للعمل، وأصبح أداء العامل روتيني ومحدد ولا يتطلب مستوى عالي من المهارة، كما حدثت تغيرات مصاحبة في التنظيم الاجتماعي للعمل حيث تفككت الجماعات غير الرسمية وتراجعت قيم المعاني الإجتماعية التي تزامن وجودها مع أنظمة العمل الجماعية التقليدية، ولم يبق سوى أشكال معلنة من الجماعات الرسمية التي تلتزم بخضوعها للسلطة الرسمية، وقواعدها البيروقراطية، الأمر الذي سبب لها نوع من النفور من أجواء العمل، والاضطراب والقلق والتوتر، فتراجع الأداء في العمل، وانخفاض معدلات الإنتاج وارتفاع معدلات الغياب، مما يحدث حالة اللا استقرار في العمل وعدم الرضا عن ظروفه

وقد أوضح بلوفر Blouver في كتابه "الاقتراب والحرية"، أن طبيعة التكنولوجيا تؤثر على طبيعة الإشباع المهني للعامل وعلى نوعية العلاقات المهنية والاجتماعية، فالعمل في الصناعات الحرفية يساعد على تقوية الروابط الإجتماعية بين العمال ويجعلهم في موضع قرب، مما يشعر العامل بمستويات عالية من الإشباع النفسي، وعلى العكس من ذلك في نظام إنتاج خط التجميع يتطلب من العامل نوع من الابتعاد عن زملائه والتركيز مع الآلة التي تقابله، مما يضعف أشكال التفاعل الاجتماعي بينهم، فقد ناقش بلوفر التكنولوجيا كمتغير

[1]– ليليان بن صويلح، **مدخل لعلم اجتماع التنظيم والعمل، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية**، قسم علم الاجتماع، 2016، ص 85.

مستقل يمكن أن يؤثر في نشوء حالات من الاغتراب، وهو بذلك قد خالف ماركس الذي أرجع سبب الاغتراب في النظام الرأسمالي إلى الدور الذي تلعبه علاقات الإنتاج الرأسمالية وعدم ملكية العامل لوسائل الإنتاج وعدم قدرته على اقتناء ما ينتجه بيده.

أما دراسة جوان وود وارد Woodward فقد أوضحت التأثير القوي الذي تمارسه التكنولوجيا على بناء التنظيم وعملياته المختلفة، من سلطة، اتصال، نظم إشراف، تقسيم الوظائف، وتوصلت إلى النتائج التالية:

- الأنظمة الفنية المتشابهة يكون لها أبنية تنظيمية متشابهة.
- تزداد مستويات السلطة في الإدارة بزيادة التعقيد الفني.
- يرتبط النمط التكنولوجي بطبيعة الهيكل التنظيمي السائد.
- يؤدي التوافق بين التكنولوجيا والهيكل التنظيمي إلى زيادة الفاعلية.

نقد:

إن توظيف مدخل النسق الاجتماعي الفني في مقاربته للتنظيم أداة تصورية تتعلق بتأثير التكنولوجيا ومتطلباتها السوق على بنية الشكل التنظيمي، حيث تزداد درجة الرسمية والتعقيد بالتنظيم مع تزايد المستوى التكنولوجي وتعدد العلاقات مع المصادر الخارجية، جعلته يتعامل مع التنظيم كنسق مفتوح على بيئته الخارجية، متأثرا بالاتجاه الامبريقي، لذلك هناك من يعتبره قد أهمل صياغة أطر النظرية مهمته حول هذه العلاقة التبادلية تفسر العلاقة بين التكنولوجيا ومختلف الأبعاد الاجتماعية والثقافية للتنظيم[1].

توظيف النظرية الاستخدامات والاشباعات ونظرية النسق الاجتماعي الفني (التقني):

- فعالية الاتصال التنظيمي في ظل تكنولوجيا الإعلام والإتصال في المؤسسة الجزائرية [دراسة ميدانية لاتجاهات موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر]:
- نظرية الاستخدامات والاشباعات ونظرية النسق الاجتماعي الفني:
- يعتبر منظوري النظريتين من أهم المنظورات وأكثرها واقعية وعلمية لأنها تدرس كل جوانب الاتصال التنظيمي داخل المؤسسة، حيث نجد أن نظرية الاستخدامات والاشباعات مقاربة لدراستنا، حيث تناولت جانب من جوانب الدراسة، ويكمن في دراسة

[1] ليليان صويلج، **المرجع السابق**، ص87.

حجم التعرض لوسائل الاتصال وما يحصل عليه الأفراد من إستخدامها، وكيف تؤثر هاته الوسائل في تغير المعرفة والاتجاه والسلوك لدى الفرد حيال استخدامها، وكيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور الإنسانية، فهي تهتم بالدراسات الإعلامية وكيف تؤدي وسائل الإعلام من وجهة نظر الأفراد المستخدمين لها والمستهلكين لمحتواها.

أي أن الفرد يستخدم وسيلة الاتصال بعينها لتحقيق اشباعات لحاجات معينة لديه، فهذا المنظور ساعد في توفير معلومات قيمة عن الجمهور ونتائج عملية الاتصال حيث ألقى الضوء على عنصر مهم ألا وهو دراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منتظمة مركزة على الوظائف الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام التكنولوجية في زيادة الإتصال.

فهذه النظرية أو المدخل تغطي جانب من جوانب الدراسة والمتمثل في كيفية عمل وسائل تكنولوجيا الإعلام في زيادة الفعالية، فهذه النظرية تربط بين حاجات ورغبات الجمهور والإحتياجات الإعلامي (الموظف)، ومن هنا تتم المنافسة والتجديد والتطوير والرفع من مستوى الخدمات المقدمة لزبون تارة وللموظف تارة اخرى، لهذا نجد ان هنالك إتجاه قوي للموظفين لإستخدام تكنولوجيا الإعلام لترويج هاته الخدمات وتفعيل عملية الإتصال التنظيمي داخل المؤسسة

بالإضافة إلى نظرية النسق الاجتماعي التقني، التي درست الجانب التكنولوجي والاجتماعي حيث تقر ب حتمية التكنولوجيا والحتمية الإجتماعية، ويرجع ذلك إلى أن كلا من التكنولوجيا والقوى الثقافية والاجتماعية تؤثر بدرجات متفاوتة على عملية العمل داخل المؤسسة.

على اعتبار أن نسق الإنتاج يتطلب تنظيما تكنولوجيا مثل المعدات والأجهزة وتخطيط العملية من جهة، وتنظيم العمل يرتبط بين القائمين بتنفيذ الأعمال الضرورية من جهة أخرى، وعلى الرغم من أن الحاجات التكنولوجية قد تحدد أحيانا نموذج تنظيم العمل، إلا أن لهذا التنظيم خصائص اجتماعية وفنية، فيجب اعتبار كل من التكنولوجيا والنسق الاجتماعي والعلاقات المتبادلة بينهما تهدف إلى إنشاء نموذج التنظيم الأكثر كفاءة وفعالية وهذا ما سوف ندرسه في دراستنا وهي: "فعالية الاتصال التنظيمي في ظل وجود التكنولوجيا"؛ حيث نجد من

الباحثين صاحب النظرية "جوان وود ورد"، توصل إلى نتائج حول التأثير القوي الذي تمارسه التكنولوجيا على بناء التنظيم وعملياته، فقد توصل إلى أن عندما يكون توافق بين التكنولوجيا والهيكل التنظيمي يزيد من الفعالية داخل المؤسسة.

الفصل الثاني:

فعالية الإتصال التنظيمي

تمهيد:

يعد البحث العلمي متكاملا ومترابطا، وذلك لكونه حديث بغية الاعتماد على على منهج وله طرق وادوات يجمع بها المعلومات من الميدان حيث تصمم هذه الادوات على اعتبار العديد من المعايير والتي ترتبط عضويا فيما بينها لتنتج نسق من الأفكار المترابطة والمتلاحمة وأي خلل في هذه المعايير من شأنه أن يؤثر على موضوع البحث، حيث يعد الجمع النظري لأدبيات موضوع الدراسة من النقاط المهمة التي يرتكز عليه فهو بمثابة النقطة المرجعية التي يمكن للباحث أن يستبدل بها في ابتعاده عن مغترى بحثه.

أولا: الإتصال التنظيمي:

المداخل النظرية الكلاسيكية ودراسة الاتصال التنظيمي:

جاء التصور التقليدي للمنظمة متسما بطابعه الفلسفي الباحث عن الطريقة العقلانية في التعامل مع الإنسان في إطار العمليات الإنتاجية الواسعة التي عرفتها أوربا مطلع القرن العشرين، وقد جاء بعض هذه النظريات مستندا إلى التجارب الميدانية في طرحه، فيما انطلق البعض الآخر من تسليمات نظرية وثورية في معالجة القضايا التنظيمية، ونخص بالقول هنا كل من الاتجاه النظري الإداري، واتجاه العلاقات الإنسانية، والاتجاه النظري البيروقراطي.[1]

1- نظرية الإدارة العلمية:

تعود هذه النظرية إلى مؤسسها ويليام فريدريك ويسلو تايلور (Frederick Winslow Taylor)(1865 -1915) الذي ترك جامعة هارفارد لقصور في بصره ولميوله الشخصية للميكانيكا، وبعدما أمضى أربع سنوات في مصنع صغير للمضخات، أصبح تايلور عامل خراطة عام 1878، وفي سنة 1883 تحصل على شهادة مهندس في الميكانيكا، وبعد سنوات من العمل نشر كتاب مبادئ الإدارة العلمية سنة تضمن تطبيقا الإدارة العلمية للعمل كانت انطلاقة تايلور من سؤال مؤداه: كيف يقوم بعمل في شروط مناسبة، وبطريقة أكثر فعالية ما أمكن في محيط العمل الصناعي،

ومنه يمكن مبادئ مدرسة الإدارة العلمية في النقاط الأربع التالية:

أ. **التقسيم العمودي للعمل:** يقضي هذا المبدأ بوضع الشخص المناسب في المكان المناسب، بحيث يسن في العمل طريقة صحيحة وسريع لتأدية العمال للعمل وفق الطريقة والزمن المحدد من قبل المهندسين، وينبغي على العمال والمهندسين التحلي كل بعمله، تبعا للتقسيم الهرمي. وقد فرضت هذه التفرقة بين العمال تقسيما اجتماعيا بين المهندسين أصحاب الياقات البيض والعمال التنفيذيين بالياقات الزرق.

ب. **.التقسيم الأفقي للعمل:** يقوم هذا المبدأ على إلغاء الحركات الخاطئة التي يقوم بها العمال وإحلالها بحركات صحيحة تؤدى في وقت قياسي بتحليل جميع الحركات التي

[1] تريكي حسان: **مطبوعة بيداغوجية في مقياس نظريات المؤسسة"سنة ثالثة علم إجتماع تسيير موارد بشرية"**، جامعة الشادلي بن جديد، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، قسم علم إجتماع، 2014-2015، ص 13-14.

يتضمنها أي عمل من الأعمال، وقياسها حتى يتم استبعاد الجهد الممكن تجنبه تبعا لما تصل إليه هذه الدراسة من نتائج، وهذا ما يعرف بنظام الحركة والزمن الذي يقرض اختيار الطريقة الأنسب في العمل. وقد تأثر هنري فورد (1863-1947) بهذا المبدأ، إذ تبناه في نظريته الفوردوية التي تقوم على(مبدأ العمل وفق سلسلة متصلة، ومبدأ التنميط، توحيد القياس، والعمل مقابل خمس [1]دولارات في اليوم) فهذا التقسيم في العمل أو التخصص بين العاملين يتيح لهم التعرف أكثر على طبيعة العمل، ومنه أداءه بطريقة سريعة نتيجة تكرار العملية لساعات وأيام.[2]

ت. **الأجر بالحصة:** عالج تايلور مشكلة إضاعة الوقت في العمل ؛ إذ يقود هذا الأمر بأفضل العمال إلى التقليل من سرعتهم التنفيذية إلى أدنى مستوى بحجة أن المقابل اليومي منخفض وللتغطية على العمال الأقل نشاطا، كما أن هؤلاء العمال يلجئون إلى إضاعة الوقت كوسيلة نضال للرفع من أجرهم، ومن هذا خلص تايلور إلى أن غاية العامل الأساسية من العمل هي الأجر، وتبعا لذلك أوصى بضرورة تقديم الأجر تبعا للقطع المنتجة وتقديم الحوافز المادية.

إن إضاعة العمال للوقت من خلال الحركات الزائدة وغير المنتجة التي يؤدونها أثناء العمل تأخذ القسط الوافر من وقت العمل بين التنقل من مكان العمل إلى ورشة التزويد بالمواد. فإذا افترضنا فيما يقول تايلور أن عاملا أمريكيا يلعب البيسبول (كرة المضرب)، وعامل إنجليزي يلعب الكريكت، فلن نخطئ إذا قلنا أن كليهما يقدم كل ما يملك من مجهود ليسجل أكبر عدد من الأهداف ليحقق الانتصار لفريقه، وإلا فإن الفريق سيعمد إلى استبداله. أما إذا توجه هذا العامل في اليوم الموالي إلى مكان العمل فإنه لن يدخر جهدا في تقديم أقل مجهود في العمل، أين يقوم بالعمل بطريقة بطيئة مقصودة طوال اليوم.

1- **الرقابة على العمل وهرمية الوظائف:** أقام تايلور تقسيما هرميا للوظائف للحد من التبذير وإضاعة الوقت في العمل، وقام بتعيين مشرفين ورؤساء على العملية الصناعية

[1] تريكي حسان، **المرجع السابق**، ص 15-17.

ومراقبين بوجهون العمال للعمل وفق الطريقة التي تقل فيها الحركة، وتكون أكثر فعالية في أقل زمن ممكن. وهذا ما يعمل مجلس الخبراء بالمؤسسة على توفيره للمشرفين الذين يتم توجيههم فنيا وتحديد نطاق الإشراف برئاسة رئيس واحد لعدد قليل من العمال، بغية تحقيق الفعالية والكفاءة في الرقابة والأداء.

نستنتج من المبادئ الأربعة أن تايلور قد نظر إلى المؤسسة الصناعية باعتبارها تنظيم مغلق ومعزول عن المجتمع الخارجي، كما أنه ألغي الجانب الإنساني للعامل لاعتباره أداة يمكن برمجتها وفق نموذج ثابت في تأدية العمل.

لاحظت نظرية الإدارة العلمية أن المشاكل التي كان يواجهها المديرون كانت ترجع في الغالب إلى الارتجال في العملية الاتصالية والعاطفية بدلا من العقلانية والموضوعية في التسيير، الذي حرصت على نشر ثقافة التسيير الرسمي؛ أي التحول من العلاقات القرابية إلى العلاقات الصناعية ومن الاتصال غير الرسمي إلى الاتصال الرسمي

فكان تايلور ينادي بضرورة أن يطيع العامل أوامر السلطة التنظيمية، وأن يتكيف مع متطلبات التنظيم، واتجاه الاتصال يكون نازلا من أعلى إلى أسفل دون أن ترجع عكسيا. وتعتبر التقارير الخاصة بإنجاز العمل الشكل الأوحد للاتصال الصاعد، ويجب أن يتم اختيار القيادات التنظيمية من خلال المنافسة القائمة على الجدارة والاستحقاق.

أهملت نظرية الإدارة العلمية الاتصال المبني على العلاقات الإنسانية والخاص بحل المشكلات المتعلقة بالتسيير، ولهذا الخلل في العملية الاتصالية أثر على عملية التسيير. وقد كشفت مدرسة العلاقات الإنسانية هذا الضعف في نظرية الإدارة العلمية خلال دراساتها الميدانية.[1]

1. نظرية العلاقات الإنسانية:

جاءت مدرسة العلاقات الإنسانية باعادة النظر في طرق العمل التي اتبعتها النظريات الكلاسيكية على نحو يجعلها أكثر فاعلية وإنسانية.

[1] تريكي حسان، **المرجع السابق**، ص18-20.

ولقد برزت نتيجة تجارب ونتائج هاوتون التي توصل إليها التون مايو وزملائه والذي يعتبر من أهم روادها، حيث قدمت تلك النتائج مؤشرات جديدة للأسلوب الذي يجب أن تمارسه الإدارة مع العاملين، وأكدت هذه النتائج أن إنتاجية الأفراد تتأثر بالتدخل الإنساني الحاصل خلال العمل أي الانتباه عليهم وعلى طريقة تنظيمهم الإجتماعي إستخلص مايو أن المحيط الإجتماعي والتفاعل للأفراد له تأثير ايجابي على زيادة انتاجهم، ومن هذا المنطق تغيرت إستراتيجية النظرية الإدارية لهذه المدرسة نحو تغيير سلوك الفرد في المنظمة فأصبح اهتمام دعاتها.

يركز على دراسة الحاجات الإنسانية والاجتماعية للفرد فهي ترى أن الإنسان مخلوق اجتماعي، يسعى إلى علاقات أفضل مع الآخرين، فالفرد في تفاعله مع الجماعة التي ينتمي إليها يتأثر في سلوكه بارائها ومعتقداتها وهذا ما يدفعه لبذل الجهد والعطاء، وتقوم هذه النظرية على المرتكزات التالية:

- إن كمية العمل التي يقوم بها العامل لا يمكن تحديدها فقط من خلال قدرته الفيزيقية بل أيضا من الأوضاع الاجتماعيه الهامة التي تحيط بمجال العمل.
- إن المكأفاة الاقتصادية تلعب دورا هاما ورئيسيا في تحديد الدافعية وتحقيق مزيدا من الإشباع للعامل.
- إن التخصص العالي لا يتحقق فقط من خلال الكفاءة الموجودة في تقسيم العمل. [1]

رغم أهمية مدرسة العلاقات الإنسانية واهتمامها بالعنصر البشري إلا أن هناك عددا من الانتقادات التي وجهت إليها ومنها:

- إن حركة العلاقات الإنسانية لم تقدم نظرية كاملة لتفسير ظاهرة التنظيم والسلوك التنظيمي بل إنها ركزت اهتمامها على جانب واحد وهو العنصر البشري إلا أن التنظيم هو عبارة عن وحدة اجتماعية تتفاعل فيه العديد من الجوانب.

[1] عبد الحميد عبد الفتاح المغربي: **المهارات السلوكية والتنظيمية لتنمية الموارد البشرية**، المكتبة المصرية، 2008،ص233.

- إن تركيز العلاقات الإنسانية على إنشاء جماعات العمل التي يتفاعل فيما بينها يجعل جو العمل أكثر ملائمة للعامل هذا لا يقال من جهد العامل أو يغير من طبيعة العمل الذي يقوم به فذلك أمور موضوعية له تتأثر بالجوانب في العمل.
- ركزت حركة العلاقات الإنسانية على دراسة التنظيم غير الرسمي وأغفلت أهمية التنظيم الرسمي، ولم تبين أثر التنظيم في تشكيل سلوك أعضاء التنظيم.[1]
- ركزت حركة العلاقات الإنسانية على الحوافز والمكافآت غير المادية، وتجاهلت أثر العوامل والحوفز المادية وغيرها.

رغم هذه الانتقادات إلا أنها لا تقلل من أهمية حركة العلاقات الإنسانية في الإدارة حيث قدمت إسهامات متعددة.

وبناءا عليه فمدرسة العلاقات الإنسانية، أخذت على عاتقها التغيير في أساليب التسيير والإدارة، من حيث الاهتمام بالجوانب التفسية والاجتماعية للعامل، وهذا ما أكد عليه إلتون مايو من خلال تجارب هاوثون في جامعة هارفارد، حيث إعتبر أن العامل ليس مجرد رجل اقتصادي مادي بالمعنى الشائع، بل هو إجتماعي بطبعه فعله لا يرتبط بالضرورة بالعوامل الفيزيقية، وإنما تتدخل في ذلك أفضل العوامل الاجتماعية التي تؤثر.

على سلوكه وباعتبار التوافق المهني يتضمن كلا من الجانبين فالفرد وظروف في بيئة العمل يسعى للانسجام والتأقلم مع كافة المتغيرات وذلك من حيث طبيعة العمل وظروف العمل وكذا تكوين وإقامة علاقات عمل يتفاعل معها وينصهر داخلها وهذا قد يشبع بعض رغباته النفسية والاجتماعية التي بدورها قد تساعد في خلق توازنه وتوافقه مع عمله ويدفعه إلى استخدام كافة قدراته ومهاراته بهدف زيادة كفاءته في الأداء وبهذا يصل إلى الانجاز المطلوب من خلاله يزيد من فعالية المنظمة ويوفق بين أهدافه وأهداف المنظمة.[2]

[1] لوكيل الهاشمي: **نظرية المنظمة**، دار الهدى للطباعة والنشر، قسنطينة، الجزائر، ص84.

[2] كامل بربر: **الاتجاهات الحديثة في الإدارة وتحديات المديرين**.، دار المنهل، اللبناني، بيروت، 2006، ص 30.

2. النظريات السلوكية:

إهتمت هذه المدرسة بدراسة سلوك الفرد والجماعة أثناء العمل ذلك من أجل زيادة الإنتاجية معتمدة على كل من علم النفس الإجتماعي إضافة إلى علم النفس الصناعي، وركزت على هدف دراسة سلوك العامل بالمؤسسة باستخدام الطرق العلمية، وكانت تهدف إلى تمكين المؤسسات من فهم السلوك الإنساني لكي تتمكن من التعامل مع العنصر الإنساني بشكل يؤدي إلى زيادة كفاءته في الأداء وفهم السلوك الإنساني يرتبط بالعوامل النفسية والاجتماعية والثقافية، وهذا يعني أن الإنسان كنظام متكامل يتكون من جانب نفسي يعكس تفكيره ودوافعه واتجاهاته وجانب إجتماعي يعكس أثر عملية التطويع الاجتماعي والجماعات التي يرتبط بها الفرد وأخيرا جانب ثقافي يتعلق باستخدام اللغة والعادات والتقاليد أي أن مدخل العلوم السلوكية ومحور اهتمام السلوك الإنساني الذي يقوم على مبدأ أن يعملون مع بعضهم البعض كجماعات بغرض تحقيق أهداف الجماعة، فمن الضروري أن يفهم الناس بعضهم البعض.

- **نظرية سلم الحاجات:**

تعرف هذه النظرية باسم نظرية سلم الحاجات أي الحاجات الإنسانية عند عالم النفس ماسلو والذي طورها في الاربعينيات من القرن الماضي معتبرا أن الإنسان في كل سلوكاته إنما يسعى لإشباع حاجاته وتظل الحاجة غير المشبعة هي المتحكمة في السلوك في حين تؤثر الحاجات المشبعة في السلوك وبالتالي ينتهي دورها في التحفيز كما أن حاجات الفرد تكون مرتبطة ترتيبا تصاعديا على شكل سلم أو هرم.

وقد حدد ماسلو الحاجات الإنسانية على نحو التالي:

أ. **الحاجات الفسيولوجية:** الحاجات الأساسية للانسان وتأتي في المرتبة الأولى وتعتبر أساسية وحيوية لبقاء الإنسان حيا وهذه الحاجات تستحوذ على اهتمام الانسان وتفكيرهه وتغطي على الحاجات الأخرى إذا لم تكن مشبعة ولكن بمجرد إشباعها بدرجة كافية يبدأ الإنسان في التركيز على حاجة جديدة أخرى وتتمثل الحاجات الفسيولوجية في الهواء والماء والغذاء والمأوى... وغيرها.

ب. **حاجات الأمان والسلامة والاستقرار**: وتتضمن هذه الحاجات حماية الفرد من الأخطار الجسيمة والصحية والبدنية كالتعرض للاصابات وحوادث العمل وكذا حمايتهم من الأخطار الإقتصادية والمالية، ويمكن للتنظيم أن يلعب دورا في ضمان وتوفير ظروف عمل آمنة واستقرار العمل وبرامج المزايا والمنافع الإضافية.[1]

ج. **حاجات الإنتماء (الإجتماعية)**: وتنعكس هذه الحاجات من خلال قبول الآخرين للفرد سواء من خلال العائلة أو الأصدقاء أو المجتمع ككل، ويكون الفرد جزءا من جماعة العمل من خلال بناء علاقات تعاون واحترام ومتبادل سواء على مستوى الأقسام أو الإدارات وغيرها.

د. **الحاجة للإحترام والتقدير**: وتظن هذه الحاجات الشعور بالكفاءة والجدارة والاستقلالية والقوة والثقة بالنفس والتقدير والاعتراف بهذه الخصائص من قبل الآخرين، ومن بين العوامل التنظيمية التي تحقق الاحترام والتقدير توفر الفرصة للفرد للقيام بأعمال أو مهام هامة، وكذا ترقيته وهذا يجعله يشعر بالانجاز وتحمل المسؤولية والتقدير.

هـ. **الحاجة لتحقيق الذات**: كالحاجة إلى إثبات وجود الذات ومكانته بين الناس وتشمل الحاجة إلى أن يكون الفرد منتجا وممتعا وأن يحقق امكانياته في سلوك فعلي.[2]

[1] كامل بربر، **المرجع السابق**، ص31.

[2] ثابت عبد الرحمان إدريس: **الهدخل الحديث في الإدارة العامة**، الدار الجامعية،2003، ص 275.

الشكل رقم (1): يمثل الهرم الحاجات الإنسانية لماسلو.

المصدر: علي عباس: **إدارة الموارد البشرية الدولية**، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 171.

رغم أهمية نظرية ماسلو واعتبارها من أقدم النظريات التي حاول تفسير الدافعية من خلال مفهوم الحاجات الإنسانية بلغة بسيطة ومفهومة إلا أنها تعرضت لكثير من الانتقادات وهي كالتالي:

- افتراض ماسلو أن الحاجات الإنسانية يتم إشباعها بطريقة متدرجة ومتتالية حيث يتم إشباع الحاجات الفيزيولوجية أولا ثم الحاجة إلى الأمن، وهذا الافتراض غير صحيح، وغير واقعي، بالرغم من عمومية نموذج هرم الحاجات لماسلو على جميع الأفراد في جميع الاماكن والظروف والأوقات، إلا أن هذا الهرم المتدرج قد يختلف من فرد لآخر ومن وقت لآخر.[1]
- إفتراض ماسلو أن الحاجات التي في قاعدة الهرم هي الحاجات الاعلى من حيث المستوى وهذا غير واقعي، أحيانا تشعر أن الحاجة إلى الاحترام لديك غير مشبعة تسعى إلى إشباعها، ولو بالتضحية ببعض الحاجات الفسيولوجية.
- تتسم أعمال ماسلو بالطابع النظري أكثر من الطابع العملي والواقعي.

[1] محمود أمين زويل: **الإدارة المكتبية الحديثة**، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2013، ص 139.

إستنادا على ما قدمه ماسلو في نظريته يرى أن كل سلوك يصدر من الفرد لما يهدف إلى إشباع حاجة معينة والتي صنفها حسب رأيه إلى خمس درجات، وأن الحاجة غير المشبعة تبقى تؤثر في السلوك إلى غاية إشباعها.

والفرد في محاولة لتحقيق توافقه المهني إنما يسعى لإشباع حاجاته ورغباته داخل بيئة العمل من خلال البحث عن الطريق والوسائل التي تسهل له السبيل الوصول إليها، وذلك أن بيئة العمل تلبي له حاجته الأساسية من مأكل ومشرب ومأوى بفضل الأجر الذي يتقاضاه وهذا بالإضافة إلى توفير الأمن والسلامة المهنية والصحية له عن طريق حمايته من الأخطار وحوادث العمل وكذا اعطائه الفرصة والسماح له بانشاء علاقات عمل يتفاعل معها ويتأثر بها ويندمج معها.

كما أن الفرد لابد أن يحفى بالاهتمام من قبل الآخرين وأن يشعر بالتقدير والاحترام وبأهميته داخل التنظيم كما أنه يسعى إلى التميز وابراز نفسه من خلال تفجير طاقاته الابداعية بغرض تحقيق ذاته، وبهذا يكون قد وصل إلى أعلى درجات الإشباع.[1]

نظرية (X) (Y)

يعد ماك غرير دوغلاس Douglas Me Gregor واحدا من رواد مدرسة العلاقات الإنسانية في توجه يعرف بمدرسة الأنساق الاجتماعية، تدرس مدرسة الأنساق الاجتماعية العوامل النفسية وتلك المتعلقة باتخاذ القرارات التي يسهل تكاملها تعديل سلوك العمال وتحقيق تطابق بين نشاطهم وأهداف التنظيم، اقترح ماك غريغر نمطا جديدا لتسيير العمال انطلاقا من مناظرة بين تصورين مناقضين

للإنسان في العمل سمي أحدهما نظرية (x) والثاني نظرية (y) تعكس النظرية (X) إيديولوجية وممارسات وتصور الإنسان العادي في مطلع القرن التاسع عشر وتقوم على الافتراضات التالية :

- الإنسان العادي لا يحب العمل بطبعه
- غير طموح

[1] علي عباس: **إدارة الموارد البشرية الدولية**، إثر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 172.

- يرفض المسؤولية

.تعكس هذه الافتراضات تصورات أصحاب الأعمال والمسيرين والتي يقصدون من ورائها ضرورة التحكم في العامل ومراقبته ووضع سلطة قهرية باعتبار أن العامل يرفض المسؤولية ويبحث عن الأمن، بالمقابل فإن النظرية (Y) تعطى أهمية للبعد الإنساني وتضع موازنة بين حاجات العامل وحاجات التنظيم، تقوم هذه النظرية على الافتراضات التالية:

1. يمثل العمل مصدرا الإشباع الحاجات فهو حافز في حد ذاته
2. يبحث العامل عن تحقيق الذات من خلال تحمل المسؤوليات
3. يتمتع العامل بمقدار من المعارف لا تستغل كلية من طرف التنظيم، وهو قادر على الإبداع.

يعتبر ماك غريغر أن هذا النمط أو الأسلوب الثاني هو الأسلوب الأمثل لتسيير العمال لكونه يقوم على إشباع حاجات أساسية، ويسمح بدمج أهداف الأفراد وأهداف التنظيم[1].

1. **هيكل الإتصال التنظيمي:**

مما لا شك فيه أن الهياكل التنظيمية الأكثر ملاءمة للإدارة هي:

أن 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 بمناسب العمل.

حيث وجد صلة عضوية بين التنظيم الإداري وعملية الإتصال، إذ نجد التنظيم الرسمي هو الذي يعمل على تقسيم العمل ويحدد السلطات والمسؤوليات والواجبات، وكذلك العلاقات الوظيفية، وبجواره التنظيم الغير رسمي والذي يتحدد بين العاملين أو الفاعلين على أسس شخصية تفاعلية ولكلا النوعين من التنظيم صلة وثيقة ومباشرة بعمليات الإتصال فنتيجة للتفاعل الحاصل بين الفاعلين في إطار الهيكل التنظيمي الذي يقتضي تبليغ المعلومات والأوامر والتعليمات والمطالب إلى مختلف المستويات والأقسام فقد أصبح من الضروري وجود منافذ ومسالك لهذه العملية والتي نعبر عنها بالهيكل الرسمي الذي يتميز بأنماط، وأشكال

[1] عبد الكريم بوحفص، **تطور الفكر التنظيمي الرواد والنظريات**، ديوان المطبوعات الجامعية، دط، 2017.

رسمية لحركة المعلومات، بهذا تمكن الحديث من إتصال رسمي مرتبط بالتنظيم الرسمي للنسق، كما يمكن ربط الإتصال التنظيمي اللارسمي بجماعات معينة داخل التنظيم الرسمي نفسه.[1]

2. أنواع الاتصال التنظيمي:

النوع الأول: الاتصال التنظيمي الغير الرسمي:

تعريفه:

هو الإتصال الذي يتم بين الأفراد والجماعات ويكون هذا الإتصال بدون قواعد تنظيمية محددة وواضحة، وتتميز هذه الإتصالات بسرعة إنجازها قياسا بالإتصالات الرسمية التي تحددها ضوابط وإجراءات رسمية محددة.

لذا فالإتصالات التنظيمية الغير رسمية تحدث بطريقة غير مضبوطة وغير متقنة وتكون شفوية غير مؤكدة أو ملزمة، ويظهر لنا جليا أن الإتصالات غير رسمية قد برزت أهميتها على أثر تجارب هاوثورن والأفكار التي قدمها أنصار مدرسة العلاقات الإنسانية، إذ يؤكدون على الدور الهام الذي تلعبه الإتصالات التنظيمية غير رسمية في إنجاز أهداف المنظمة.

دوافع الاتصال الغير الرسمي:

توجد عوامل ودوافع تجعل الأفراد في المنظمة يتصلون معا بطريقة غير رسمية مما يؤدي إلى ظهور ما يسمى بالتنظيم الغير رسمي وهذه الدوافع هي:

- وجود حاجات ورغبات وإتجاهات للأفراد يرغبون بإشباعها.
- إن التنظيم الرسمي لا يتمتع بالمرونة ولا يتطور بشكل مللائم لظروف المنظمة.
- رغبة الأفراد القيادين في المنظمة أو بعضهم في السيطرة على جميع الأمور في المنظمة.
- عدم توفى مبدأ العدالة في المنظمة وظهور ما يسمى بالأفراد الموالين والمقربين.
- عدم التقيد والإلتزام بقنوات التنظيم الرسمية، ويعود السبب في ذلك إلى غموضها وعدم وضوحها للأفراد العاملين.[2]

[1] بشار حزي، **الإتصال التنظيمي**، من منشورات الجامعة الإفتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 15-16.

[2] بشار حزي، **المرجع السابق**، ص 26.

- ويترجم الإتصال التنظيمي غير الرسمي في شكل علاقات تتمثل في:
  - اللقائات العفوية بين زملاء العمل.
  - الحوار المتبادل داخل المكاتب.
  - الإتصال المباشر من شخص لآخر (من الفم إلى الأذن) والذي ينقل بسرعة وبصفة سرية المعلومات والتي تكون أقل أمانة من الرسالة الأصلية (الإشاعة).

حيث نجد أن تواجد الإتصال الغير الرسمي أصبح ملازما للإتصال الرسمي داخل التنظيمات في وقتنا الحالي، فتواجد الإتصال الرسمي وحده يشكل نوعا من الفوضى والعشوائية وعدم التنظيم والتسيير، وتواجد الثاني أي الرسمي دون الأول هو تجربة وفقدان لمضي عملية الإتصالية، لأنه ينقص من الإبداع والمبادرة والتجديد من قبل الفاعلين.

الإتصال التنظيمي الرسمي:

أساليب الإتصال الرسمي في التنظيم:

1. الإتصال الكتابي:

إن الإتصالات التي تتم بخصوص أمور دائما تحتاج إلى دقة في التنفيذ إذا تعلقت بموضوعات معقدة كثيرة التفصيلات، فإنها تفرغ في صورة كتابية، والواقع أن الكلمة المكتوبة ما يزيد لها سحرها لدى الموظفين، ولهذا فإن الإدارة تلجأ إلى الوثائق المكتوبة بكثرة وتأخذ الإتصالات المكتوبة صورا عديدة مثل: المذكرات، الخطابات المتبادلة، المنشورات، الأوامر المكتبية، اللوائح، التعليمات والأوامر الفردية... إلخ.

طرق الإتصال الكتابي:

- التقارير.
- النشرات الدولية والخاصة.
- الكتيبات والدليل.
- الشكاوي.
- ملصقات الحائط.

مزايا الإتصال الكتابي:

بعض من مزاياه:

- يتصف بدقة أكثر في التعبير مقارنة بالإتصال الشفهي.
- حماية المعلومات المراد قولها من الإضافة او الحذف والتحريف بدرجة أكبر من الإتصال الشفوي.
- توثيق عمليات الإتصال.

معوقات الإتصال الكتابي:

بعض معوقات الإتصال الكتابي:

- تأخذ جهد كبير في سياغتها وإعداد الرسالة.
- تحتاج إلى نفقات كبيرة في التخزين والحماية.
- إحتمالات التحريف الكبيرة فقد يكون للكلمة الواحدة أكثر من معنى فلا يدخل في ذهن المرسل إليه. [1]

2. الإتصال الشفوي:

يتم عن طريق نقل المعلومات وتبادلها بين المرسل والمرسل إليه ويعتمد على الوسائل المباشرة للإتصال وجها لوجه بين المرسل والمتلقي عن طريق الكلمة المنطوقة، مما يتيح الفرصة لوجود إتصال ذي إتجاهين يسمح لمصدر الرسالة بالوقوف على وجهات نظر مستقبل الرسالة وموقعه واستجاباته وإتجاهاته كما يوفر ضمان فهم مضمون الرسالة.

طرقه:

- الإجتماعات.
- الحديث الشفوي أو الإتصال الشخصي المباشر.

مزايا الاتصال الشفوي: بعضا منها:

- يقوي الروابط ويهيء المرؤوسين لتقبل تعليمات رؤسائهم بدقة وأمانة.

[1] بشار حزي، **المرجع السابق**، ص 27-28.

- يحافظ على قدر كبير من السرية، ويتم العمل به في الحالات التي يخشى أن تتسرب المعلومات للطرف الآخر. [1]

عيوب الإتصال الشفوي: بعض منها:

- يعاب على هذه المناقشات الشفهية أنها لا تسجل غالبا مما يهيء الفرصة للخلاف، كما أنها لا تكفل فهما موحدا لجميع المسائل.
- صعوبة إستخدامه مع الاعداد الكبيرة.
- قد يعرف مضمون الرسالة خاصة في المنظمات الكبرى ذات الأقسام المتعددة والمستويات الإدارية المختلفة.

3. الإتصالات المصورة:

في هذا النوع من الإتصالات يتم إستعمال بعض الرموز أو الألوان في التعبير. فالمهم أن يكون كلا من المستقبل والمرسل متفاهمين على ما ترمي إليه هذه الأساليب المستعملة وغالبا ما يتم إستعمال الغتصالات المرمزة في الإتصالات المصورة والملونة، فيمكن أن تمثل أسلوبا في الإتصالات التعليمية كوسائل الايضاح الطلبة المبتدئين.

الإتصال من الناحية التنظيمية:

1) الإتصال الداخلي:

وهي الإتصالات الرسمية التي تحدث داخل الجهاز الإداري إتصال إدارة بإدارة أو يتم قسم بقسم أو مركز الرئيسي بالفروع.

2) الإتصال الخارجي:

وهو الإتصال الذي يحدث بين جهاز وجهاز آخر سواء في نفس المنطقة أو في منطقة أخرى.

3) الإتصال النازل:

وهي الإتصالات التي تجريها الإدارة مع مختلف العاملين في المنظمة، وتأخذ طابعا رسميا وتدفق المعلومات من أعلى إلى أسفل على شكل توجيهات وتعليمات.... إلخ.

4) الإتصال الصاعد:

[1] بشار حزي، **المرجع السابق**، ص29-32.

وهي الإتصالات التي تجريها المستويات الإشرافية أو العاملون مع المستويات الإدارية الأعلى منها إداريا، ويعتبر هذا النوع من الإتصالات عن رغبات وأفكار وآراء وشكاوي العاملين.

5) **الإتصال الأفقي:**

وهي الإتصالات التي تحدث بين الإدارات والأقسام والوحدات، والتي في مستوى إداري واحد بهدف تبادل المعلومات والتنسيق فيما بينهم.

6) **الإتصال المائل:**

وهي الإتصالات التي تحدث بين رؤساء الإدارات ومرؤوسين لا يتبعونهم بهدف التنسيق ومتابعة المشاريع لإختصار قنوات الإتصال.

أهمية الإتصال التنظيمي وأهدافه:

إن نجاح أي منظمة في تحقيق أهدافها يتوقف على نظام الإتصالات بها وهذا يعني أن الإتصالات التنظيمية لا ينبغي النظر إليها على أنها عملية مستقلة قائمة بذاتها، وإنما عملية تعتمد على كافة العمليات الإدارية في المنظمة.

تعتبر الإتصالات وسيلة المديرين في إدارة أنشطتهم الإدارية وفي إدارة وتحقيق أهداف المنظمة وذلك على أن الإتصالات تساعد على تحديد الأهداف الواجب تنفيذها وتعريف المشاكل وسبل علاجها وتقييم الأداء وإنتاجية العامل. [1]

وبفضل الإتصالات التنظيمية يتمكن كل أفراد المنظمة الحصول على مختلف معلومات والبيانات الخاصة بالمنظمة، كما يساعد على توضيح التغيرات والتجديدات والإنجازات وتطوير الأفكار وتعديل الإتجاهات واستقصاء ردود الأفعال.

وتتمكن المنظمة من قيام بعملية التخطيط العمل بفضل شبكة الإتصالات المتوفرة لديها فحينها يسعى المديرون والأفراد إلى وضع برامج عملهم وخططهم وقرراتهم.

كما أنه الإتصال يساهم في توفير الفرصة لإعلام الرؤساء بما تم إنجازه أو بما لم يتم إنجازه وبالمشكلات التي ظهرت في التنفيذ والإختراقات التي لم تكن في الحساب وكيفية التغلب

[1] السعيد مبروك إبراهيم، **الإتصال الإداري وإدارة المعرفة**، ط أولى، 2013، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ص 117-116.

عليها وبذلك تتحدد أهمية الإتصال في تضييق الفجوة بين التخطيط والتنفيذ وتحقيق التفاعل الإنساني بين العاملين وزيادة التفاهم والتعاون بينهم.

وفي هذا الصدد يورد صالح بن نوار جملة من الأهداف التي يسعى الإتصال إلى تحقيقها:

- تحقيق التنسيق بين الأفعال والتصرفات.
- المشاركة في المعلومات.
- إتخاذ القرارات.
- التعبير عن المشاعر الوجدانية.

ويمكن أن نضيف أهداف الإتصال التنظيمي في مايلي:

- يهدف إلى تماسك أفراد التنظيم وحل النزاعات بين الأفراد وإعطائهم قيمة والعمل على بناء روح الجماعة.
- تحسين إنتاجية وفعالية العمل فالحصول على المعلومات بخلق الدافعية والرضا عند العاملين الشيء الذي يدفعهم إلى تقييم مردودية جيدة تساعد على فعالية المنظمة.

وظائف الإتصال التنظيمي:

التنسيق:

إن تنسيق بين مختلف الأقسام والمصالح والورشات الإنتاجية ضرورة لابد منها، ونجاح أي مؤسسة يتطلب توفير الجهود من أجل تحقيق الهدف، فالإتصال يساعد على التنسيق الفعال خاصة في الإتصال الأفقي. [1]

التنظيم:

للإتصال دور أساسي في التنظيم، إذ أن عملية إتخاذ القرارات لا تكون مبنية على طريقة سليمة إلا إذا كانت هناك معلومات كافية حول المحيط الداخلي للمؤسسة ففعالية القرار تكون مرتبطة بالإتصال السريع والسهل، فالإتصال يتجه نحو تحسين العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التفاهم بين عمال المؤسسة.[2]

---

[1] بوعطيط جلال الدين، **الإتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي**، رسالة ماجيستر، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية– جامعة منتوري محمود قسنطينة، 2009–2008، ص56–58.

[2] سامية عواج، **الإتصال في المؤسسة**، مركز الكتاب الأكاديمي، 2020، ص 85.

القيادة:

إن التفاهم بين القائد والمرؤوسين أهمية كبيرة في تحقيق أهداف الإتصال التنظيمي، فالإتصال يسهل عملية القائد في أداء مهامه كما أنها العملية التي يقوم من خلالها شخص ما بالتوجيه أو الإرشاد أو التأثير في أفكار ومشاعر وسلوك الآخرين بهدف السيطرة عليها من أجل تحقيق هدف أو غاية.

الإنتاج:

إن عملية الإتصال هي التي تحدد سير الإنتاج كما ونوعا كما تحدد توجيهات المرتبطة بالتقيد، ولا يمكن فصل الإتصال التنظيمي الرسمي عن عملية الإنتاج (التوجيهات، الإنذارات، الإعلانات) من أجل رفع الإنتاج وتحسين العمل.[1]

معيقات الإتصال التنظيمي:

مستويات الإدارة:

إن كثرة المستويات الإدارية في الهيكل التنظيمي تسبب الكثير من المشاكل بسبب نزول وصعود المعلومات.

عدد الأفراد:

إن زيادة عدد الأفراد مع قلة الوقت في الإتصال يؤدي إلى عدم الفهم.

تغيير المديرين:

إن كثرة تغيير المديرين يسبب العديد من المشاكل بسبب إختلاف أسلوب كل منهم في طريقة الإتصال.

تفسيرات المدير:

إن مستويات فهم الأمور وسعة الإدراك يختلف من مدير إلى آخر وهذا يعقد الأسلوب الإداري.

المركز الإداري:

إعتماد وسائل الإتصال على مركز وربط المرسل في المنظمة.[1]

ثانيا- فعالية الإتصال التنظيمي:

- **وسائل الاتصال التنظيمي الفعال:**

أولا: الاتصال الرقمي:

تعريفه:

أن الإتصال الرقمي والعملية الإتصالية التي تتم عن بعد بين أطراف يتبادلون الادوار في بث الرسائل الإتصالية المتنوعة وإستقبالها من خلال النظم الرقمية بالإعتماد على ربط جهاز الحاسب الآلي بشبكة الإنترنت بخدماتها المتنوعة ويشار إليه بالإتصال الرقمي الإفتراضي، والذي أدى إلى التواصل عن طريق الشبكات الإجتماعية على النحو. Facebook, YouTube , Twitter والمدونات والمؤتمرات المجموعات الإخبارية... إلخ.

مكوناتها عملية الإتصال الرقمي:

االمرسل (الشبكات):

إن المرسل في عصر الإتصال الرقمي لم يعد صحيفة أو محطة تلفزيون ولكنه أصبح شبكات للتواصل الإجتماعي لهذا نلاحظ كل يوم حركة نشطة لإندماج الأعمال والتكامل فيما بين الشركات البرمجيات وخدمات الإنترنت وشركات إمداد المحتوى كدور النشر والإنتاج والموسيقى بالإضافة إلى شركات التوزيع وخدمات المعلومات وشركات الإتصالات.

الرسالة (النص الفائق) HyperText:

ويعرفه جاي بأنه التفاعل وصلات من العناصر النموذجية في موقع ما وكل عقدة تحتوي على العديد من الروابط التي تربط بغيرها من العقد كما أنها تستطيع الوصول من طرق مختلفة إلى عقد أخرى عن طريق الوصلات المتداخلة بين الروابط بمجرد أن النقر على الفأرة

[1] محمد بن دليم، القحطاني، **بيئة عمل الشركات**، ط الأولى، لندن، حزيران – يونيو 2019،شركة بريطانية مسجلة في إنجلترا، ص 47.

أو كلمة من كلمات النص وهو ما يؤثر على قراءة النص الفائق، الذي يختلف من وقت لآخر ومن قارئ لآخر بواسطة التفاعلية وحيوية الروابط، أو بإيداع روابط أخرى.

الوسيلة (أنترنت):

هي وسيلة اتصالية عالمية تتيح ربط نظم الحاسوب ببعضها البعض سواء منفردة أو نظما مرتبطة ضمن[1] شبكات أصغر محلية اقليمية أو دولية، وما يعتبر إبتكارا في الإنترنت هو فكرة أي مستخدم لحاسوب مرتبط بها يمكنه الوصول إلى المعلومات المخزنة ضمن الحواسب ونظم التقنية الأخرى.

الوسائط المتعددة:

لقد خلقت الثورة الرقمية ممارسات ثقافية جديدة على المستوى الإفتراضي غير واقعي، تلعب تقنيات الوسائط المتعددة فيه دور محوريا من خلال إستفادة مستخدم الحاسوب أو الإنترنت كليا أو جزئيا من النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو الحية، إن هذه الوسائط المتعددة ذات القدرات الهائلة وغير المحدودة تعتبر أحد أقوى الأشكال في نقل الأفكار والبحث عن المعلومات وتجربة الأفكار الجديدة.

التفاعلية:

إتصال تبادلي ذو إتجاهين من المرسل إلى المستقبل ومن المستقبل إلى المرسل فهو إتصال يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل.

البيئة:

تتشكل بيئة الإتصال في عصر المعلومات مجموعة من المحاولات لتجاوز حواجز المكان عن طريق العولمة وحواجز الزمان عن طريق الواقع الإفتراضي والحواجز الثقافية واللغوية عن طريق الترجمة الآلية وهذا ما يعبر عنه بمصطلح التواجد في كل مكان.

ثانيا: خصائص الإتصال الرقمي:

- تجاوز وحدة المكان والزمن.
- التفاعلية.

[1] النبيح آمينة، **إتجاهات المستخدمين الإتصال الرقمي**، دراسة ميدانية لمستخدمي الفايسبوك في الجزائر، أطروحة دكتوراة في العلوم الإعلام والإتصال جامعة الجزائر 3، 2012-2013، ص 40.

- اقتحام الخصوصية.
- التنوع والتكامل.
- الفردية والتجزأ.
- التكامل.
- الإندماج الثقافي.
- الإنتماء.... والتوحد.
- تشكل الهوية الإفتراضية.
- العزلة والإغتراب.
- الإدمان. [1]

ثالثا: وظائف الاتصال الرقمي:

الإعلام:

بجانب المواقع الإعلامية المعروفه التي أخرجتها الإتصال الرقمي تقوم الألاف من المواقع الأخرى بتقديم معلومات حول الوقائع، والأحداث العالمية، في إطار الخدمة العالمية المتكاملة التي تراها هذه المواقع، وهذا ما نلتمسه حاليا في المواقع التواصل الإجتماعي.

التعيينة الفكرية:

تعطي سهولة وسرعة الإتصال الرقمي وفرض المعلومات القدرة على القيام بتعيينة أفكار الكثير من فئات المستخدمين.

تدعيم التأثيرات الوجدانية السلوكية:

تدعم هذه الرسائل مشاعر القلق والخوف والمقاومة.

التسلية والترفيه:

إن مفهوم نظم المعلومات في الإتصال الرقمي لا يقف على تدعيم الاتصالات بالغير ومعرفة الأخبار وتفسيرها فقط ولكن تمتد ليشمل التسلية والترفيه أيضا.

[1] النبيح آمنة، المرجع السابق، ص 42-42.

التفاعل والتعويض الإجتماعي:

بظهور الإتصال الرقمي زادت فرص الحوار والتواصل الإنساني بين البشر عبر الفضاء الإفتراضي بصفته بيئة متعددة الجوانب ومعقدة بقوة، نشئت من أشكال لا يمكن تخيلها من الحياة الرقمية.

التعبير الحر:

يوفر الإتصال الرقمي خدمات متعددة وفضاءاة واسعة لحرية الرأي والتعبير في ظل إنعدام مثيلاتها في وسائل الإعلام والإتصال التقليدية، وهذا رغم عمليات الحجب والرقابة على كثير منها خاصة في الدول العربية بفعل ديكتاتورية السلطة فيها لكن في الفترة الأخيرة كانت خدمات الإتصال الرقمي خاصة منها الفيسبوك وتويتر والمدونات سببا في زوال هته الأنظمة ولم تفلح سياسة القمع والحجب معها.

العيش في عالم رمزي:

إن الأنترنت تمثل عالما رمزيا يقترب أو يبتعد عن الواقع المعاشي ومن ثم فإن تأثيرها قد يظل في هذا المستوى ولا ينتقل إلى الواقع تلقائيا وبنفس الشكل والمضمون فالإنترنت ظاهرة رمزية والفرد يتعامل مع محتوياتها من خلال رمزية النص والصورة والفيديو.[1]

الإعلام التفاعلي:

تعريفه:

ويأتي مسمى الإعلام التفاعلي واحد من أسماء الإعلام الجديدة الذي يحمل مرادفات أخرى كالإعلام الإفتراضي والإعلام البديل والإعلام الرقمي فلكل عصر وسيلته وإعلامه وتواصله ومن هنا يمكن تعريف الإعلام التفاعلي بأنه مشاركة أتاحتها برامج سهلة الوصول على صفحات الويب تتم عملية التفاعل بين الأفراد عبر إستخدامها في الدردشة أو الكتابية أو المكالمات الصوتية أو الفيديو وتبادل الملفات.

[1] النبيح آمنة، المرجع السابق، ص 51- 52.

أدوات الإعلام الجديد:

ظهرت أدوات للإعلام التفاعلي او ما يسمى بالإعلام الجديد من أهمها مواقع التواصل الإجتماعي (تويتر، فايسبوك،.....) وغيرها من شبكات التواصل الإجتماعي عبر الأنترنات، إذا أصبحت هذه الشبكات بمقدورها أن تخلق إعلاما مختلف عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل وسرعة نقل الخبر وتدعيمه بصورة الحية والمعبرة كما أن هذه الشبكات إستطاعت في الظروف الطارئة والأحداث العالمية أن تتفاعل مع هذه الأحداث على مدار الساعة وتنقل للحدث أولا بأول ومن مكان حدوثه ويواكب هذا النقل سرعة إنتشار مذهلة لا يستطيع الإعلام التقليدي مجاراتها بأي حال من الأحوال وهناك أيضا المدونات المتخصصة على الأنترنت التي تمثل معها ومصدرا رئيسيا للمعلومات وتزويد الإعلام الجديد بالخبر والصورة.[1]

وظائف الإعلام أو وسائل الإعلام الإتصال الجديد (التفاعلي):

مدد الدكتور راكان حبيب في كتابة وسائل الإتصال والإعلام الجديد وظائف وسائل الإعلام الحديث بأنه يفترض أن تكون الوظائف واحدة فجميعها وسائل الإعلام، لكن من الواضح أن طبيعة هذه الوسائل الجديدة مختلفة وبالتالي لابد أن تظهر تنوع في الوظائف، لذلك عندما يدرس وظائف الإعلام الجديد لابد أن تدرك 3 عوامل خاصة به وتضيف إلى وظائفه هذا التنوع:

- الملكية الفردية.
- دخول مؤسسات مالية وصناعية وإجتماعية في عالم هذه الوسائل لتحقيق أهداف تسويقية وعلاقات عامة.
- إستخدام مؤسسات الإعلام القديم هذه الوسائل لتقليل وظيفتنا الإعلامية.

لذا يمكن القول أن الإعلام التقليدي والتفاعلي يشتركان في الوظائف نفسها إلا أن الفارق يظهر في نوعية وهوية ملاك الوسائل الجديدة وفي مدى تطبيقهم للوظائف الطبيعية في مؤسسة المال والأعمال التي تمتلك وسائل الإعلام إجتماعية Socila mebia تبدو

[1] عبد الله موسى على الشمراني، **عاصفة الحزم دراسة العلاقة بين الإعلام التفاعلي والوعي السياسي**، الطبعة الأولى 2017، مكتب العربي للمعارف، ص 18-21.

وظيفة التسويق والعلاقات العامة أكثر وضوحا، وأما على مستوى الأفراد قد لا يدرك فرد ما الغاية الإعلامية من إنشاء مواقع إلكتروني له.[1]

تكنولوجيا الإتصال:

تعريفها:

تشير مصطلح تكنولوجيا الإتصال إلى التجهيزات والوسائل التي.... أو إخترعتها البشرية لجمع وإنتاج وبث ونقل وإستقبال وعرض المعلومات الإتصالية بين المجتمعات والأفراد.

تتكون تكنولوجيا الإتصال من قسمين رئسيسيين:

- تكنولوجيا التجهيزات الإتصالية.
- تكنولوجيا الوسائل الإتصالية.

وتضم هاته التجهيزات الإتصالية التكنولوجية الآتية:

- تكنولوجيا تجهيزات جمع المعلومات الإتصالية.
- تكنولوجيا تجهيزات إنتاج وبث المعلومات الإتصالية.
- تكنولوجيا تجهيزات نقل المعلومات الإتصالية.

بينما تضم تكنولوجيا الوسائل الإتصالية التكنولوجيا التالية:

- تكنولوجيا الوسائل الإتصالية المطبوعة.
- تكنولوجيا الوسائل الإستقبال الإذاعي والتلفزيوني.
- تكنولوجيا وسائل العرض الصوتي المرئي.
- تكنولوجيا وسائل الإتصالات.
- تكنولوجيا شبكات المعلومات.[2]

دور تكنولوجيا الإتصال في دعم عملية الإدارية:

- مفتاح أساسي للكفاءة والفعالية لعمليات الأعمال وإن حصول المنظمات على هذه التكنولوجيا ليس هو الضمان الوحيد لبقائها دون السعي إلى تكاملها بنجاح مع الخطة الإستراتيجية للمنظمة.

[1] عبد الله موسى على الشمراني، المرجع السابق، ص 22.

[2] محمود محفوظ، **تكنولوجيا الإتصال**، ط 2005، دار المعرفة الجامعية، ص 16-17

- إسترتيجية من إستراتيجيات أداة المعرفة.
- جمع وتدوين المعلومات والمعرفة وتحديث قيمتها ونشرها ضمن المنظمة وتمكينها لتصبح معرفة لعمليات الأعمال ولتكون أكثر مبدعة ومجهزة ومفخرة لمنتجات وخدمات عالية الجودة ومنافس مرعب في الأسواق. [1]

مهارات الإتصال الفعال داخل المؤسسة:

المهارة الأولى: مهارة الحديث:

تعد هذه المهارة إحدى أوجه الإتصال اللفظي وهي عبارة عن رموز لغوية منطوقة تقوم بنقل أفكارنا ومشاعرنا للآخرين وذلك عن طريق الإتصال المباشر والحديث أربعة عناصر أساسية:

- المعرفة.
- الإخلاص.
- الحماس.
- الممارسة.[2]

المهارة الثانية: مهارة الإستماع:

تعد مهارة الإستماع مهارة من مهارات الإستقبال اللغوي التي تتطلب تفاعلا مع المتكلم وقد يتم هذا التفاعل وجه لوجه من خلال الحوارات أو.. أو المحدثات وقد يتم التفاعل عن بعد من خلال الأحاديث الهاتفية حيث تستهدف مهارة الإستماع إلى ما يلي:

- التعرف على الأصوات اللغوية والتمييز بينهما.
- إدراك المعنى العام للكلام.
- إدراك بعض التغيرات في المعنى الناتجة عن تغيير في بنية الكلمة (كتغيير الصوت أو إضافة حرف... إلخ).

ومن مهارات الإستماع نذكر:

[1] لسعيد مبروك إبراهيم، **الإتصال الإداري**، ط الأولى 2013، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ص 204-205.

[2] فاطمة عبد الرحيم النواسبة، **الإتصال الإنساني بين المعلم والطالب**، ط 01، 1433-2012، مال حامد للنشر والتوزيع، عمان، ص 32.

- التمييز بين الأصوات.
- الكشف عن الكلمات الرئيسية أو المفتاحية في الموضوع المسموع.
- التعرف على أنماط الإيقاع في الكلام والتمييز بين اللهجات المختلفة.[1]

المهارة الثالثة: مهارة الكتابة:

تعد مهارة الكتابة هي الأخرى أحد أوجه الإتصال حيث أن الكتابة تصف ضمن الأساليب التي يستخدمها الإنسان في التواصل مع الآخرين وكذا تعزيز وتأكيد الإتصالات الشفوية ومن مهارات التي يجب أن يقف عليها الكاتب:

- السلامة في الفكر وترابط الأفكار وتسلسلها.
- البعد عن العامية وعدم تكرار الكلمات أو الجملة وتماسك العبارات وعدم تفككها.
- الإبتعاد عن أخطاء النحوية والصرفية والإملائية مع وضوح الخط وتوظيف العلامات الترجمة التي تخدم المعنى.[2]

المهارة الرابعة: مهارة الإقناع:

الإقناع هو إحدى المهارات اللازمة لأي فرد، ويعتمد بالأساس على مهارات الإتصال، حيث تتطلب عملية الإقناع أن يكون تعرض للرسالة إختياريا دون ممارسة ظغوط عليه لأن ممارسة الظغوط بهدف الإقناع تؤدي إلى إستثارة عوامل الرفض الداخلي لمضمون الرسالة مما يصعب مهمة القائم بالإقناع ولهذا يجب على القائم بالإقناع أن يركز عملية الإقناع.

المهارة الخامسة: مهارة الحوار:

إن الأصل في الحوار أن يكون بين شخصين أو أكثر ومعنى ذلك أن يراجع أحد المتحاورين الآخر في كلمة ويقصد تحقيق التجاوب والتكامل الثقافي والنفسي والمعرفي فيبلغ بذلك هدفه وتحقيق مراده سواء حين يتعلق الأمر بحل مشكلة أو إيداع طريقة أو موضوع وإثرائه مما يجعله يكتسب فاعلية الإنسانية نظرا لما يتيح من إمكانات ضرورية لتقريب المسافة النفسية والمعرفية والثقافية بين المتحاورين.

---

[1] ماهر شعبان عبد الباري، **مهارات الإستماع النشط**، ط 01، 2011-1423، دار السيرة للنشر والتوزيع، عمان، ص 70.

[2] نبيل عبد الهادي، عبد العزيز أبو حشيش، خالد عبد الكريم، يستهي، **مهارات في اللغة والتفكير**، ط 01، 2013، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ص 168.

البحث عن أقصر السبل للوصول إلى صواب الرأي.[1]

طرق الوصول إلى الإتصال الفعال داخل المؤسسة:

حتى تصل إلى درجة عالية من الفعالية للإتصال يجب مراعاة الآتي:

- تكييف المعلومات على أساس الشخص المرسل إليه المعلومات وليس كما يراها الراسل.
- إرسال المعلومات في وحدات صغيرة حتى يمكن فهمها.
- يجب على المرسل معرفة رد الفعل حتى يتمكن من معرفة الأثر.
- إذا كان هدف الإتصال بتغيير الإتجاهات يجب أن يتذكر المرسل أن الإتجاهات يصعب تغييرها بقوة المناقشة.
- يجب أن تحتوي الرسالة معلومات شديدة وإلا كانت مجرد ضوضاء لا فائدة منها.
- يجب أن لا يتعارض الإتصال مع التسلسل الرئاسي فلا يجوز مثلا أن تعطي التعليمات إلى موظف وإنما توجه التعليمات إلى المدير الذي يقوم بتوجيهها بدوره إلى موظفيه.
- يجب أن تكون الرسالة واضحة ولا تقبل التأويل أو التفسير.
- يجب للفرد الذي يتولى عملية الإتصال أن يتحلى بمجموعة من المهارات الأساسية التي يمكن أن تؤدي إلى فعالية الإتصال.[2]

خصائص وفعالية الإتصال الجيد داخل المؤسسة (الشفوي والكتابي):

حتى يكون نظام الإتصال جيدا وأكثر فائدة للمؤسسة عليها أن توفر له عدد من الشروط والخصائص والضرورية نذكر منها:

- يجب أن التعرف الإدارة على الوجه التحديد ما يهدف إليه الإتصال، وإعطاء القيادات الإدارية الأهمية اللازمة للإتصالات وضرورتها لتحقيق الأهداف داخل المؤسسة.
- فعالية الإتصال تنطلق أول شيء من المستوى القيادي، حيث تستلزم تعلم ومزاولة العملية الإتصالية.[3]
- توفر ميزانية مدعمة لخطط الإتصال.

---

[1] مدحة أبو الناصر، **الإتصال الفعال** مع الآخرين، ط 2012، 01 مجموعة الغربية للنشر، القاهرة، ص 168.

[2] د. مرتضى البشير الأمين، **الإتصال التنظيمي**، أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، ص 120-121.

[3] العربي بن داود، **فعالية الإتصال التنظيمي في المؤسسة العمومية الجزائرية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية جامعة منتوري قسنطينة، 2007-2008، ص 206.

- وجود شبكة إتصالية رسمية واضحة ومعروفة لدى العمال وعدم تجاهل شبكات الإتصالات الغير الرسمية.
- حرص النظام على إحترام العلاقات التنظيمية الرسمية في مزاولة الإتصال.

دور المدير الفاعل في تحسين الإتصالات داخل المؤسسة:

حتى تتحقق فعالية الإدارة والتنظيم للعمل على تحسين الإتصالات في المؤسسة يجب توفر العديد من العناصر منها:

- نظرة المدير الشاملة إلى المؤسسة لنظام مفتوح من خلال ربط أهدافها بأهداف الأنظمة الفرعية فيها:
  - عدم النظر إلى السلطة من منطق كونها مصدر قوة وعقاب.
  - العمل على أداء الإتصال.
  - النظرة إلى النزاع داخل المؤسسة على أنه ظاهرة طبيعية.
  - ضرورة حسن تفهم الإدارة لجو العمل والجو التنظيمي والاتصالات.
  - التمسك بمفهوم الكفاءة والفاعلية.
  - العمل على رفع قدرة الاصغاء والمتابعة من أجل زيادة فعالية الإتصال.
  - العمل على التكوين الذاتي.
  - القدرة على تنسيق وتبادل المعلومات افقيا لدى المديرين.

إذا فعلية التنظيم هي بلا شك ناتج عن فعالية المدير الذي يستطيع تحديد الأهداف المرغوبة ذات القيمة ويتمكن من تحقيقها بإستخدام المتاح من الموارد والامكانيات إستخداما أمثل وبإتباع أساليب الإتصال الفعالة، فمن خلال الإتصال الفعال تستطيع المؤسسة ويستطيع المديرين تحقيق الأهداف المسيطرة في ضوء الإمكانيات الأساسية والمتوفرة.[1]

ويجب على المدير زيادة التفاعل وتبادل الرأي بين الإدارة والعمال بحيث تكون الإتصالات ذات اتجاهين من الأعلى إلى الأسفل ومن الأسفل إلى الأعلى واشعارهم بمسؤولياتهم وواجباتهم فيما يجري في التنظيم.

- المدير أو المرسل للرسالة يجب أن يحدد هدفها وكذا الغاية من الإتصال.

[1] العربي بن داود، المرجع سابق، ص 207-208

- مستقبل للرسالة يجب أن يحسن الإصغاء والفهم الجيد والذيي يتوجب عليه اكتساب طريقة جيدة للكلام عن طريق إتقان أساليب ومهارات الإتصال.
- يجب أن تنجز الرسالة المراد نقلها بصفة واضحة ومحددة للمعاني سواء شفوية أو مكتوبة أو رمزية بتفادي الإلتباس والإستعانة بالمعلومات ومطابقتها بالواقع.
- معرفة الوقت المناسب لإرسال الرسالة.
- اختيار وسيلة الإتصال الملائمة لطبيعة وهدف الرسالة مما يتضمن دقة المعلومات.
- تشجيع تدفق المعلومات في كل الإتجاهات وإبراز اهمية المعلومات المرتدة في إتخاذ القرارات والإلتزام بالثقافة وحفظ الأسرار.
- احترام المدير لشخصية المرسل إليه مهما كان مركزه في المؤسسة.
- تدريب الأفراد على حسن إستخدام وسائل الإتصال بالإتقان والإعتماد على التقنيات الحديثة.
- المرسل قد يكون المدير، المسير، المسؤول، الفرد، ويجب على كل واحد منهم أن يتسم بالإخلاص.
- ضرورة قيام نظام الإتصال على أساس استراتيجي ومتابعته لإكتشاف الأخطاء في الوقت المناسب.
- ضرورة الإعتماد على الإتصال وجها لوجه لمردوديته الفائقة بالنظر للإتصال السمعي والمكتوب.
- تعود الإدارة على تلقي واستقبال الأخبار سواء كانت سيئة أم جيدة.

عوامل فعالية الإتصال:

عملية الإتصال لا تحدث في فراغ وإنما يحكمها البيئة الإجتماعية والثقافية والسياسية والإقتصادية حيث أن الإتصال الناجح هو الذي يؤثر في الأفكار والإتجاهات والسلوك.

1. عوامل فعالية المصدر:

المصداقية:

ويقصد بها المدى الذي يتم فيه رؤية المصدر كخبير يعرف الإجابات وينقل الرسائل بدون تحيز، المصدر لا بد أن يتسم بالمصداقية والسمعة الطيبة.

الجاذبية:

وتعني جاذبية المصدر وتقييم معلومات وعرضها على المتلقين، أي أن يكون المصدر قريب من الجمهور في النواحي النفسية والإجتماعية والإديولوجية ويساعد على التخلص من مشاعر القلق والضغط وعدم الأمان ويتميز بالجاذبية الشكل والألفة مع الناس.

السلطة والنفوذ:

عوامل فعالية الإتصال:

- المصدر.
- الرسالة.
- الوسيلة.
- الجمهور المستهدف.[1]

أهمية فعالية الإتصال التنظيمي وجودة المناخ التنظيمي:

ترجع أهمية المناخ التنظيمي كمؤشر للبيئة الداخلية وخصائصه إلى كونه يحدد حقيقة الإمكانيات الذاتية للمؤسسة ومدى قدرته على التعامل الفعال مع مخرجات التحليل للبيئة الخارجية، بمعنى أن خصائص المناخ التنظيمي وتحليل البيئة الداخلية للمؤسسة وتوضح مدى قدرة المؤسسة على إكتشاف وتوليد الفرص في البيئة الخارجية من ناحية وعلى استثمارها من ناحية أخرى، وكذلك من خلال تحديد حقيقة المناخ التنظيمي والبيئة الداخلية للمؤسسة يمكن التعرف على قدراتها في التعامل الفعال مع القيود والتهديدات التي تواجهها في بيئتها الخارجية ومن ثم فإن إستفادة المؤسسة من الفرص الموجودة في البيئة الخارجية تتحدد بالقدرة الذاتية

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي، **نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين**، ص 164

للمؤسسة والتي يتم التعرف عليها وتقويمها من خلال دراسة وتشخيص وتحليل المناخ التنظيمي كمؤشر لخصائص عناصر البيئة الداخلية للمؤسسة.[1]

[1] مصطفى محمود ابو بكر، عبد الله بن عبد الرحمان البريدي، **الإتصال الفعال** 2007-2008، الدار الجامعية الإسكندرية، ص 195-196.

الفصل الثالث:

تكنولوجيا الإعلام في المؤسسة الخدماتية

1. نشأة وتطور تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديث:

وجدت وسائل الإعلام والإتصال بوجود كائنات هذا العالم ولكنها مرت بمراحل تطور عديدة أفرزت عدة أنواع متفاوتة في الكم والمدى ولكنها تهدف دائما إلى فورية الإتصال وتوسيع دائرة المستقبلين وتحسين نوعية الرسالة، وبرزت أولى بوادر تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديث بإكتشاف العالم البريطاني وليم ستورغون والموجات الكهرومغناطيسية وذلك في عام 1914 وإستطاع من بعده ساموال مورس إختراع تلغراف عام 1837 حيث ابتكر طريقة للكتابة تعتمد على إستخدام "النقط والشرط" وقد تم مد خطوط التلغراف السلكية عبر كل أوروبا وأمريكا والهند خلال القرن التاسع عشر وأصبح التلغراف بعد ذلك من بين العناصر الهامة في تكنولوجيا الإتصال التي أدت في نهاية إلى وسائل إلكترونية عديدة.

وفي عام 1876 استطاع الإسكتلندي غراهام Bell alexander graham أن يخترع التلفون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة مستخدما تكنولوجيا التلغراف أي سريان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستبدلا بمطرقة التلغراف شريحة رقيقة من معدن تهتز حين تصطدم بها الموجات الصوتية، وتحول الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك وتقوم سماعة التلفون بتحويل هذه الذبذبات الكهربائية إلى إشارات صوتية تحاتي الصوت الأصلي.

وفي عام 1877 إخترع توماس ايديسون (t edison) جهاز الفوتوغراف ثم يمكن العالم الألماني اميل برلنغر E.Berlinger في عام 1887 من إبتكار القرص المسطح FLash disk الذي استخدم في تسجيل الصوت.[1]

وساعد توماس إيديسون على نشأة السنما الأمريكية ففي عام 1891 سجل إختراع جهاز لمشاهدة الأفلام السينمائية يعمل بوضع قطعة من العملة في ثقب خاص وكان إسم هذا الجهاز كينيتوسكوبي ولكن الإنتاج الصناعي بدأ بعد ذلك بثلاث سنوات وعندما هبطت شعبية جهازه قبل إيديسون صنع جهاز القرص الذي إخترعه جنكز وارمات تحت إسم ايديسون فيتا سكوب وتم أول عرض عام على الشاشة في 23 مارس في أحد مسارح نيويورك ويعتبر هذا اليوم بداية السنيما الأمريكية 1896 أي بعد عرض لومير بثلاثة أشهر والذي كان في أواخر

[1] خالد منصر، **علاقة إستخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديث باعتراف الشباب الجامعي**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012، ص 50-51.

عام 1895 أين شاهد الجمهور الفرنسي أول العروض السينمائية والتي كانت صامتة ثم أصبحت ناطقة منذ عام 1928.

وفي عام 1896 إستطاع العالم الإيطالي غوغليمو ماركوتي (G. marcone) من إختراع الراديو أو اللاسلكي وكانت تلك هي المرة الأولى التي ينطلق فيها الصوت إلى مسافات بعيدة دون إستخدام أسلاك وتم إفتتاح أو محطة للبث الإيذاعي في أمريكا سنة 1918 وبعدها بدأت محطات البث الإيذاعي في الإنتشار وكان الألمان والكناديون أول من بدأ في توجيه خدمات الإيذاعة الصوتية المنظمة منذ عام 1919 وقام الأمريكي جورج كيري (George carey) في عام 1975 بأول محاولة لنقل الصور بإستخدام الكهرباء من خلال تسليط الضوء المنعكس عن الصورة على لوح مرصع بالخلايا الضوئية التي تقوم بتوليد تيارات كهربائية تتناسب مع شدة الضوء المنعكس ومن ثم يتم نقل هذه الطيارات بالأسلاك إلى عدد مماثل من المصابيح الكهربائية المتراصة.

فتضيء راسمة بذلك ظلال الصورة الأصلية، وعدل الألماني بول نيكو Paul nipko في عام 1984 من هذا النظام وذلك يتخلى عن نظام المصابيح الكثيرة باستبداله بنظام ميكانيكي يمسح الصورة وقد بدأت أول تجارب التلفزيون في ألمانيا في عام 1935 ببث غير ملون تبعتها فرنسا في عام نفسه وبريطانيا في 1936 ثم ال و.م.أ 1939 مستفيدة مما سبقها من دراسات وتجارب في مجال الكهرباء والتصوير الفوتوغرافي والإتصالات السلكية واللاسكية.

وتميز القرن الماضي بإكتساب وسائل الإتصال لصفحة الجماهرية وذلك من خلال طبيعة البرامج وسعة البث وإنتشاره أصبحت لها أهمية كبيرة وخاصة الوسائل الإلكترونية(تلفزيون والراديو) بإعتبارها قنوات أساسية لنقل الأخبار والمعلومات، وأصبحت برامج التلفزيون تعكز قيام المجتمع وثقافته وأنماط معيشته وعكست برامج الراديوا إهتمامت الناس وقضاياهم الحالية ومع ظهور ونجاح الصحافة الجماهرية التي إكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين، فلقد شهد القرن التاسع عشر ظهور عدد كبير من وسائل الإتصال (التلغراف، التلفون، الفتوغراف) ثم التصوير الفتوغرافي في الفيلم السينيمائي ثم الإذاعة المرئية(التلفزيون) ولقد شهد النصف الثاني من القرن العشرين أشكالا لتكنولوجيا الإعلام

والإتصال والمعلومات مما قزم أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة، ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا هو إمتزاج ثلاث ثورات مع بعضها البعض شكلت ما يسمى بالثورة التكنولوجية أو الرقمية وهي ثورة المعلومات المتمثلة في إنفجار ضخم في المعرفة وكمية هائلة من المعارف المتعددة والأشكال والتخصصات واللغات- وثورة الإتصال وتتجسد في تطور[1] تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة بدء الإتصالات السلكية مرورا بالتلفزيون وإنتهاء بالأقمار الصناعية والألياف الضوئية وثورة الحاسبات الإلكترونية التي إمتدت إلى كافت جوانب الحياة، وإمتزجت بكافة وسائل الإتصال وقد اطلق على هذه المرحلة عدة تسميات أبرزها مرحلت الإتصال المتعددة الوسائط ومرحلة التكنولوجيا الإتصالية التفاعلية ومرحلة الوسائط المهجنة ومرتكزها الأساسية هي الحاسبات الإلكترونية في جيلها الخامس الذي يتضمن أنظمة الذكاء الإصطناعي والألياف الضوئية وأشعة الليزر والأقمار الصناعية، وتميزت تكنولوجيا الجديدة للإتصال والإعلام والمعلومات (الحاسبات الإلكترونية، الإتصالات الفضائية وإمكانية الإتصال المباشر بقواعد البيانات، إنتشار التلفزيون الكابلي التفاعلي والرقمي وخدمات والفيديو تكس، التليتكست، الفيديو ديسك الرقمي، نظم الليزر الليكروويف، الألياف الضوئية، الإتصالات الرقمية، خدمات الهاتف المحمول، البريد الإلكتروني، عقد مؤتمرات عن بعد) بجملة من الخصائص والسمات نذكرها في العناصر المقبلة.

ثانيا: خصائص ومميزات تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة:

تتميز تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة بنشأتها في عديد من السمات مع الوسائل التقليدية إلا أن هنالك سمات مميزة للتكنولوجيا الإتصالية الراهنة بأشكالها المختلفة مما يلقي بظلاله ويفرض تأثيراته على الوسائل الجديدة، هذه المميزات والخصائص تساعد في تقديم أفضل الخدمات من معالجة المعلومات الرقمية والمكتوبة والصوتية وأقراص الفيديوا بأنواعها والبريد الإلكتروني وشبكة الإنترنيت والهواتف المحمولة بمختلف أجيالها K أبرز سمات تكنولوجيا الإتصالية الراهنة هي:

1. التفاعلية.

[1] خالد منصر، المرجع السابق، ص51- 52.

2.التنوع.

3.الانتشار والتدويل.

4.اللاجمهورية.

5.الفورية.

6.القابلية الحركية Mobility.

7.قابلية التحويل Convertibility.

8.قابلية التوصيل والتركيب.

9.التوجه نحو التصغب.Miniaturization

10. الإحتكارية. Monopoliatic

11. أسعار منخفضة.Low prices

12. الاقتصادي ECONIMICAL[1]

ثالثا: وسائل تكنولوجيا الإعلام والإتصال في المؤسسة:

1. تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية:

إن فكرة من الإتصالات اللاسلكية تقوم على فكرة سطحية هي الإستغناء التام عن الأسلاك وتوفير خدمات الإتصالات المختلفة لمستخدمين في كل مكان وزمان في المنزل في السيارة وفي الجامعات وغيرها.....إلخ، ومن حقه توفر الخدمات والميزات نفسها التي توفرها الإتصالات السلكيه فعلى سبيل المثال استخدمت شبكات كمبيوتر السلكية ثم جاءت الشبكات اللاسلكية ans mans , wars مثل Net works، Wimax، ثم جاءت شبكة تعرف تجاريا ب.Wifi وهي في تطور يصعب معرفة ماله عقباه.

[1] خالد منصر، المرجع السابق، ص 52.

الطيف الكهرومغناطيسي:

هي ظاهره تأخذ شكل انتشار الذاتي لموجات في الفراغ أو المادة وتتكون من عنصرين أو مجالين هما مجال كهربائي وآخر مغناطيسي ويتذبذبان بشكل عمودي على بعضهما البعض ويتعامدان على إتجاه القوة.

يرجع الفضل غوليلمو ماركوني باكتشافه أنظمة تسمح باستخدام موجات الراديو في الإتصالات.

تعتمد الإتصالات اللاسلكية على الطيف الكهرومغناطيسي، والذي يعني الترددات الكهرومغناطيسية الموجودة في الهواء، والتي تمتلك خاصية نقل الصوت والضوء وإشعاع ذو موجات طويلة، مثل موجات الراديو القادرة على تغطية مساحات هائلة تقدر بآلاف الكيلومترات.

وتتمثل أهم أنواع اشعاعات الطيف الكهرومغناطيسي من اطولها إلى أقصرها موجة على التوالي في:

الترددات الإذاعية (RF)، الموجات القصيره جدا (Microwaves)، إشعاعات تراهرتز (Terahertz)، الإشعاعات تحت الحمراء، الأشعة المرئية (الضوء)، الأشعة فوق البنفسجية، الأشعة السينية، أشعة غاما والأشعة الكونية.

وأهمها بالنسبة للاتصالات ونقل البيانات: ترددات الإذاعية والموجات القصيرة جدا والأشعة المرئية، حيث تستخدم موجات الراديو عموما من قبل هوائيات ذات حجم مناسب وفقا لمبدأ الرنين وهي تستخدم لنقل البيانات عن طريق التعديل.[1]

التطبيقات الحديثه لتكنولوجيا الاتصال اللاسلكي:

نستعرض فيما يلي أهم الأجهزة والأنظمة التكنولوجية استخداما في الشبكات اللاسلكية:

- نقل الطاقه اللاسلكية: وتتم هذه العملية بالإعتماد على مصدر الطاقة مدمج من دون استخدام روابط سلكيه.

[1] خالد منصر، **المرجع السابق**، 53.

- أجهزه مودام والهاتف المحمول: حيث تعتمد على موجات الراديو من أجل التمكن من إجراء المكالمات الهاتفية من مختلف المناطق الجغرافية التي تمتلك التغطية اللازمة.[1]

من معدات لإرسال وإستقبال الإشارة التي تنقل معها المعلومات الضرورية والمحادثات الصوتية

اجهزه التحكم عن بعد في التلفزيون: وتستخدم في التلفزيونات الحديثة والذكية، أجهزة تحكم عن بعد تعتمد على الأشعة تحت الحمراء.

شبكه الواي فاي WI-FI: وهي شبكة محلية لاسلكية L.A.N تمكن أجهزة الكمبيوتر المحمولة من الاتصال بسهولة بشبكة الانترنيت ولقد أصبحت سرعتها مأخرا تضاهي بعض أنواع الشبكات السلكية.

أجهزة الحاسوب الوسيطة Interface: وقد جاءت ضرورتها من أجل التخلص من الفوضى التي يحدثها الإعتماد على الأسلاك والخطوط، حيث تم تضييع بعض طرفيات الكمبيوتر كالفأرة ولوحة المفاتيح التي تعتمد على تقنية البلوتوث الذي ألقي الاعتماد على الأجهزة الطرفية السلكية.

تكنولوجيا الاتصال السلكي:

الاتصال الكابلي:

يعتبر كابل الإتصالات من اهم وسائل النقل البيانات المسموعة والمرئية و(بالاضافه إلى الكهرباء، إشارات الضوء،....) في شكل إشارات وبكميات ضخمة وهو عبارة عن مجموعة من الأسلاك المعزولة عن بعضها البعض والمغلفة بمواد عازلة أو واقية مثل البلاستيك، ويعتمد على النحاس أو الألمنيوم في صناعته وهذا لتقليص التكلفة حيث تكون الكوابل مغلفة بمجموعة من العوازل البلاستيكية، يختلف سمكها بإختلاف مجال الإستخدام.

[1] خالد منصر، **المرجع السابق**، ص 54-56.

أنواع كابلات الإتصالات داخل المؤسسة:

- **الكابلات المزدوجة والمجدولة:**

عرف استخدامها بداية من عام 1892 لنقل الإتصال التلغرافي البصري وهي تتكون من مجموعة من ثنائيات من الأسلاك الملتوية والمكونة من المواد النحاسية الناقلة وهي ذات سمك يتراوح بين 0,3 و3 ملم، ومغطاة بطبقة من البلاستيك الواقي، وهناك كابلات متعددة الأزواج، أي تتألف من عدد كبير من الأسلاك النحاسية المزدوجة وعادة ما يكون سمكها من مضاعفات 25 ملم.

تستخدم في إجراء الإتصالات الهاتفية وفي شبكات البيانات، مثل الشبكات المحلية ذات الفضاء المحدودة مكانيا مثل الميكروفون، شبكات الحواسيب والتي تستعمل فيها أيضا أزواج النحاس الملتوية غير المحصنة معدنيا كما تستعمل ثنائيات النحاس الملتوية المحصنة معدنيا لتأمين العزل الكهرومغناطيسي وتفادي الضجيج العالي وغيره من أشكال التدخل، سواء من البيئة إلى الكابل أو من الكابل إلى البيئة.

- **الكابلات المحورية (Coscial):**

تم استخدامها منذ ثلاثينيات القرن الماضي، من أجل نقل الإشارات الكهربائية ذات الترددات العالية، وخاصة في اتصالات الهاتف والتلفزيون الكابلي تتراوح سرعة نقلها للبيانات ما بين 65 ألف كيلو بت و200 مليون ميغا بت في الثانية، وتتكون من ناقل نحاسي مركزي يدعى النواة وآخر معدني تحصيني يعمل كعازل كهربائي، وتكون المجموعة الكاملة عادة محمية بواسطة غطاء عازل من المطاط، وأحيانا من كلوزيد البوليغينيل PVC أو من التفلون Teflone.

تكنولوجيا الألياف الضوئية (البصرية):

تم اللجوء إلى استخدام الإشارة الضوئية من أجل تأمين سرعة عالية لنقل البيانات على مسافة كبيرة، وهذا بعدما تأكد عدم فعالية الكابلات النحاسية، حيث أن سرعة الضوء العالية لا تتأثر بالحقول المغناطيسية مما تسمح للألياف الضوئية بسرعه وكفاءة عاليتين.[1]

وتعتبر الألياف الضوئية أوالبصرية (optique fibre / fibre optique) من أحدث التقنيات لنقل البيانات والصوت والصورة عبر خط متواصل وذي سعة كبيرة، بدلا من نقل الإشارات الإتصالات السلكية واللاسلكية بالشكل الكهربائي التقليدي، تستخدم هذه التكنولوجيا سلسلة من نبضات ضوئية تسري بسرعة عالية لنقل معلومات مرمزة داخل شعيرات رفيعة ومرنة من الزجاج لا يفوق حجمها شعرة رأس الإنسان، وتدعى الألياف البصرية، وفي نهاية يتم تحويل النبضات المستقبلة بواسطة الالكترونيات من حالتها الصلبة إلى إشارات كهربائية لكي يتم معالجتها معلوماتيا بغية تحويلها إلى شكلها الأصلي، وتستعمل الألياف الضوئية في الإتصالات السلكية واللاسلكية كذلك في الربط الشكلي للمعلومات لأنها تتيح إرسال كمية هائلة من البيانات وبسرعة عالية.

لقد أحدثت الألياف الضوئية ثورة في عالم الإتصالات، وذلك لتوفرها بسبب كونها أحق وأسرع، وأكثر حصانة ضد الضجيج، حيث لا يتأثر بأي نوع من الحقول الكهربائية والمغناطيسية المحيطة بها، مقارنة مع الأسلاك العادية، وتتعدد مجالات استخدام الألياف الضوئية كالإتصالات الهاتفية، ونقل الإشارات التلفزيونية، وصناعه الكاميرات الرقمية الخاصة بالتصوير الطبي إلى جانب استخدامها في صناعة الطائرات. [2]

رابعا: وظائف وسائل تكنولوجيا الإعلام والإتصال:

من بين هذه الوظائف التي جاءت بها تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة نذكر:

- وظيفة التوثيق.

[1] خالد منصر، المرجع السابق، ص57.

[2] خالد منصر، المرجع السابق، ص 58 -59.

- لعبت تكنولوجيا الإعلام والإتصال المتمثلة في الحاسوب والأقراص المضغوطة وآلات التصوير الرقمية دورا كبيرا في توثيق الانتاج الفكري في مجال الاتصال وذلك يتناول البحوث والدراسات الأكاديمية والتطبيقية والعلمية والمعلومات المتخصصة في فروع الإعلام بتناولها لعمليات الدراسة التجمع ووضع النظم والأساليب الفنية الكفيلة باسترجاع مضمون هذا الإنتاج وتحليله من خلال فهرسته وتصنيفه تم الإعلان عنه.
- تعمل تكنولوجيا الإعلام والإتصال على الزيادة في السرعة إعداد الرسائل الاعلامية وفي القنوات العالمية من حيث تحولها إلى أشكال مختلفة وفي القدرة على نشرها وتوزيعها وتخطي عاجزي الزمان والمكان.
- ظهور الحاسب الشخصي والتوسع في استخداماته وتتبع هذا الحساب قائمة ضخمة من الخدمات والمعلومات التي تقدمها شبكات المعلومات.
- تجاوز قيود العزلة التي فرضها الإتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد ساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الإتصال بالآخرون في الواقع الحقيقي.
- منحت أنظمة (Télé Tax) للأجيال من أجهزة الإستقبال الجمهور فرصة متابعة للأخبار والأحداث وملخصات الكتب وبرامج قنوات وأهم عناوين الصحف والمجلات المطبوعة على شاشة التلفزيون في إطار سمة من سمات تكنولوجيا الإعلام الحديثة وهي قابلة للتحويل.
- ظهور العديد من خدمات الإتصال الجديدة مثل الفيديو تكس والتلتكس والبريد الالكتروني والأقراص المدمجة الصغيرة (CD) التي يمكن من خلالها تخزين مكتبة عملاقة على قمة مكتب صغير.
- ظهور التكنولوجيا الجديدة في مجال الخدمة التلفزيونية مثل خدمات التلفزيون التفاعلي عن طريق الكابل، ويقدم خدمات متعددة وتتبع التلفزيون الكابلي العديد من القنوات.[1]

[1] بن خولة صديقة، مغراري نعيمة، **تكنولوجيا الإعلام والإتصال في المؤسسة الإستشفائية**، شهادة نيل ماستر، كلية العلوم الإجتماعية شعبة علوم الإعلام والإتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع 2016-2017، ص 28-29.

خامسا: دور تكنولوجيا الإعلام والإتصال في تحسين الأداء داخل المؤسسة:

1. دور تكنولوجيا الإعلام والإتصال في إعادة هندسة الإدارة:

لا شك أن التكنولوجيا تمثل حجر الزاوية أو الأساس في تحقيق نتائج إعادة الهندسة في الإدارة حيث تستخدم في تحسين الإنتاجية والجودة وتخفيض التكاليف عن طريق أنظمة عمليات المنظمة، سنقوم نشرح بفصيلي لدور تكنولوجيا في إعادة هندسة الإدارة:

- تستطيع تكنولوجيا الإعلام والإتصال تحويل العمليات والمعاملات غير المبرمجة إلى عمليات ومعاملات روتينية مبرمجة.
- القدرة على نقل المعلومات بسرعة وسهولة عبر مسافات بعيدة والقيام بعمليات مستقلة جغرافيا والجمع بين مزايا المركزية واللامركزية.
- القدرة على إحلال أو تخفيض قوة العمل في عمليات المنظمة.
- تستطيع تكنولوجيا الإعلام والإتصال تغيير تتابع المهام التي تتضمنها عملية إعادة الهندسة للإدارة، حيث أنها غالبا ما تسمح بأداء المهام المتعددة في وقت متزامن.
- تسمح تكنولوجيا الإتصال بحصر وتوزيع المعرفة والخبرة لتحسين عملية إعادة هندسة الإدارة.

2. دورها في إدارة جودة الشاملة:

- تستهدف مجهودات الجودة الشاملة لإتباع حاجات ورغبات المستهلك وتحسين أنشطة وطرق العمل، وتقوم تكنولوجيا الإعلام والإتصال بمجهودات إدارة الجودة لتحقيق ميزة تنافسية للمنظمات وتعزيز مكانتها في الاسواق.
- تساعد تكنولوجيا الإعلام والإتصال أفراد المنظمة في القيام بعمليات الإتصال في الوقت المناسب بالكفاءة والفعالية المطلوبين لإدارة الجودة.
- دعم إدارة الجودة الشاملة من خلال تحسين عملية متابعة ومراقبة البيانات وتلخيص هذه البيانات وإعداد التقارير.
- تساهم في زيادة سرعة الفحص وإختبار الجودة وتخفيض تكاليف أداء أنشطة رقابة الجودة المختلفة.

- تكشف المعلومات التي توفرها تكنولوجيا الإعلام عن تفاصيل عمليات العمل الحالية وإجراءاته، وتجعل هذه العمليات أكثر وضوحا للعاملين بالمنظمة.
- تساعد في زيادة كفاءة عملية جمع قياسات الأداء الفعلي ووضعها في جداول ورسومات يستطيع العمال معرفتها لعمل التعديلات المستمرة وتصحيح الأخطاء ورقابة نتائج أعمالهم.
- دورها في عملية إتخاذ القرارات الإدارية.
- تساعد في بناء نظم المعلومات.
- توفر الوسائل لازمة لإستخراج المعلومات من قواعد البيانات لدعم إتخاذ القرارات.

3. دورها في دعم نظم القرارات في الإدارة:

تتمثل أهمية الحاسبات، البرمجيات الإتصالات والانترنت في زيادة فاعلية وكفاءة المنظمات الحديثة، من حيث تبسيط الإجراءات وتوفير الوقت والجهد وتقليل التكاليف وزيادة سرعة والدقة في عمليات الإنجاز، إضافة إلى ذلك فإن بناء نظم دعم القرارات (نظم دعم القرار، نظم المعلومات التنفيذية، نظم دعم الأعمال أو القرارات الجماعية) تتسم بالثقة والإستفادة منها في إتخاذ القرارات الإستراتيجية المهمة يحتم أن تختلف تقنياتها عن النظم التقليدية وخاصة إذا ما اعتبرنا أن الذكاء الإصطناعي عنصرا أساسيا فيها لدمج النظم الخبيرة وتكاملها مع هذه النظم في القرن الجديد ولهذا السبب يشار لبعض الأحيان أن النظم الخبيرة على أنها نظم دعم الخبرة التي تتكامل مع نظم دعم القرارات ونظم المعلومات التنفيذية ونظم دعم القرارات الجماعية التي تساعد في إتخاذ قرار دقيق وصائب. [1]

سادسا: إنعكاسات تكنولوجيا الإعلام والإتصال على المؤسسات:

- **الإنعكاسات الإيجابية:**

- تكاليف التعامل منخفضة ترى العديد من المنظمات أن التعاملات الإلكترونية ليست فقط أسرع وأكثر كفاءة من التعاملات على الورق إنما أقل تكلفة.

[1] صليحه خربوش، فضيلة حمودة، **دور تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة في تحسين أداء المؤسسة الإقتصادية**، مذكرة لنيل شهادة ماستر كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، قسم علوم الإعلام والإتصال السنة الدراسية 2016 -2017، ص 135- 137.

- توزيع متسارع المعرفة أي أنها تساهم في الوصول الفوري المباشر لمصادر المعلومات في مجالات حيوية كأعمال القانون الحكومة.
- قدرتها على ربط عدد كبير من الناس في مختلف بقاع العالم وتسهيل العملية الإتصالية بين المؤسسات وداخلها.
- التفاعل والمرونة حيث تتفاعل مع الأفراد بتوفير لهم المعلومات كما أنها ديناميكية.

الإنعكاسات السلبية:

إن معظم الدول النامية تفقد القدرة على أن تحدد التكنولوجيا الرقمية المناسبة والأسوأ من ذلك أن ليس هناك تناسق في السيايات الرقمية فيما بين الدول النامية نفسها مع العالم أن التخطيط لتبني ونشر التقنيات الرقمية لم تعد مسألة محلية وكما أكد التقرير السنوي لليونيسكو عام 2001 على لسان "مانسيل" و"وين" اللذان لخصا التجربة الحالية بقولهما (هنالك دلائل قوية على أنه لم تعكس التطبيقات التكنولوجية إحتياجات المستخدم التي تتضمنها عملية التنمية)[1]

[1] بن خولة صديقة، مغراري نعيمة، **المرجع السابق**، ص 30.

الفصل الثالث:

الطريقة والإجراءات

تمهيد:

تطرقنا في هذا الفصل إلى الطريقة والإجراءات التي سار وفقها بحثنا انطلاقا من مجالات الدراسة وعينة الدراسة وكيفية إختيارها ومنهج الدراسة وطرق وأساليب جمع البيانات وأدوات جمع البيانات وتحليل جمع البيانات وخصائص العينة خلال مختلف مراحل سير البحث بالإضافة إلى عملية بناء استمارة الإستبيان والتي مرت بمرحلتين هما مرحلة حساب صدق البنود وقابلية القياس وذلك من خلال تحكيمها من قبل أساتذة متخصصين ومرحلة قياس مستوى ارتباط محاور الإستمارة وعبارته وذلك من خلال تطبيقها على عينة تجريبية من مجتمع الدراسة.

1. المجال المكاني:

المبحث الأول: تعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر

التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر:

تعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر من المؤسسات الرائدة على المستوى الوطني في مجال الإتصالات وهي مؤسسة حديثة النشأة تهدف أساسا للوصول إلى تكنولوجيا أحدث في ميدان الإتصال.

المطلب الأول: نشأة المؤسسة وتطور المؤسسة

1. نشأة المؤسسة:

لقد نشأت المؤسسة اتصالات الجزائر Algérie Télécom بموجب المرسوم رقم 2000/03 المؤرخ في 05 أوت 2000 في إطار الإصلاحات التي مست قطاع البريد والمواصلات والتي أدت إلى تقسيم البريد والمواصلات إلى قسمين هما: بريد الجزائر واتصالات الجزائر وتعتبر مؤسسة إقتصادية بدأت مزاولة نشاطها في 01 جانفي 2003 وهي من الناحية القانونية عبارة عن شركة ذات أسهم برأسمال قدره: 61.275.180.000 دج المقيدة في السجل التجاري برقم 18083B02 وتشمل 48 وحدة موزعة على التراب الوطني تقوم بتقديم مجموعة من المنتجات الخدمية بشكل طبيعي أو معنوي.

2. تطور المؤسسة:

يتمثل تطور مؤسسة اتصالات الجزائر في أنها شركة أسهم ملكيتها 100% للدولة وانشاءة عبر تقسيم وزارة البريد والمواصلات سابقا وبدأت ببيع الهاتف الثابت وثم توفير شبكة الإنترنت للزبائن وتوفير شبكات الإنترنت الداخلية لمؤسسات الدولة.

مطلب الثاني: التعرف على منتوج اتصالات الجزائر وحدة تبسة

1. منتجات المؤسسة:

الهاتف الثابت:

- اتصالات الجزائر تعرض عليكم وتمنحكم شبكة اتصالات مثالية، وتضمن لكم جودة عالية في نوعية مكالمتكم، وهذا بفضل شبكة الهاتف الثابت السلكي.

- شبكة الهاتف الثابت السلكي تتألف من المعايير الدولية العمومية، وتغطيتها الجغرافية تسع كامل التراب الوطني عرض ترويجي "أحكي".
- رصيد 800 دينار جزائري بدون رسوم لكل شهرين.
- مكالمات غير محدودة نحو الشبكة الوطنية بتكلفة 4000 دينار جزائري، بدون رسوم لكل شهرين (عندما تتجاوز التكلفة 4000 دينار جزائري تكلفة المكالمات تحسب حسب الفوترة الأصلية).
- الإشتراك مجاني.
- تسعيرة المكالمات نحو باقي الشبكات هي التسعيرة الأصلية.
- تكلفة الإشتراك في الخدمة: 400 دينار جزائري مع حساب كل الرسوم + دليل هاتفي مجاني.

ملاحظة:

تاريخ العرض الترويجي للمكالمات الغير محدودة نحو الشبكة المحلية إبتداء من 01 نوفمبر 2009 إلى غاية 31 ديسمبر 2009.

خدمات الهاتف الثابت: اتصالات الجزائر تعرض خدمات متعددة من خلال الهاتف الثابت.

إعلام بنداء في الإنتظار: هذه الخدمة تسمح للمشترك في حالة المكالمة (النداء) بإخباره بأن هناك مشترك آخر يحاول الإتصال به وذلك بإشارة سمعية.

المشترك يستطيع أن:

- لا يبالي (أو يترك) النداء الجديد.
- يحرر النداء الأول ويأخذ الجديد.
- يحتفظ بالنداء الأول مع أخذ النداء الثاني.

النداء بدون ترقيم: هذه الخدمة تسمح بالحصول على رقم أوتوماتيكيا دون تشكيله والذي تم برمجته وذلك عند رفع السماعة وبعد مرور 05 ثوان يتم تشكيل هذا الرقم أوتوماتيكيا، هذه الخدمة موجهة إلى:

- الأطفال الصغار.
- الأشخاص المعاقين وحادي البصر.

- الأشخاص المسنين.

خدمة المنبه:

هذه الخدمة تسمح للمشترك أن يبرمج بنفسه، نداء أو نداءات (التنبيه) ويمكنه أن يلغي أحدا أو كل النداءات المبرمجة.

بالإضافة إلى تذكيركم وتنبيهكم لمواعدكم المهمة.

المحاضرة الثلاثية:

هذه الخدمة تسمح بالنداء لثلاثة مشتركين في نفس الوقت، المستعمل يمكنه أن يحتفظ بأحد مكالميه أو الربط بينهما.

- يجب توفر الزر (R) على الهاتف المستعمل.

بفضل هذه الخدمة يمكنكم إجراء اجتماعات بعيدة المدى.

تحويل النداء:

هذه الخدمة تسمح للمشترك أن يحول كل النداءات التي تأتيه إلى رقم آخر يختاره هو الموجود داخل نفس المقاطعة. حولوا مكالماتكم حتى في تنقلاتكم لأداء مهامكم.

ترقيم مختصر:

هذه الخدمة تسمح بإستبدال الأرقام الهاتفية التي عادة ما تستعمل بكثرة (تصل إلى 10 أرقام) برقم واحد. تجنبوا الأخطاء في تشكيل رقم مراسلكم.

تعريف برقم طالب المكالمة:

هذه الخدمة تسمح بكشف رقم الطالب للمكالمة الواردة إلى جهاز هاتفكم.

إقفال الإستعمال الدولي: هذه الخدمة تسمح للمشترك بأن يتحكم أو يحرر إستعمال الدولي 00 وذلك من جهازه، والتحرير يتم عن طريق إدخال الرقم السري والذي يتحصل عليه من الوكالات التجارية للإتصالات الجزائر. فضل هذه الخدمة يمكنكم التحكم أكثر في إستعمال خطكم الهاتفي.

الفاتورة المفصلة:

هذه الخدمة تسمح للمشترك بالحصول في نهاية كل فترة على قائمة الإتصالات المنجزة من جهازه في نفس الفترة.

بفضل هذه الخدمة يمكنكم الإطلاع على كل الكلمات التي قمتم بها وهذا من أجل تسيير عقلاني الهاتف النقال.

اتصالات الجزائر "موبليس" فرع اتصالات الجزائر مختصة في مجال الهاتف النقال والرائدة في هذا المجال تقترح: هياكل قاعدية وخدماتية الأنجع في الجزائر أزيد من 4200 محطة بث لا سلكي (BTS).

- شبكة تجارية متطورة تتعدى ال 85 وكالة تجارية موبليس.
- أزيد من 10 ملايين مشترك.
- أزيد من 35000 نقطة بيع معتمدة.

موبليس تفرض نفسها دائما كمؤسسة رائدة ومتطورة في مجال تكنولوجيات الإعلام والإتصال المتطورة والجديدة.

موبليس كذلك تطور منتجاتها وخدماتها:

" عرض 061، موبي كونترول، قوسطو، موبليس كارث، موبي + موبي كوناكت، سلكني جي بي ياز اس، الجيل الثالث وكذا خدمات التعبئة الكترونية" أرسلي" و"رسيمو".

الإتصال المباشر الوافد: (DID)

وهي خدمة (Direct INWARD Dialling) DID خدمة الأرقام الإفتراضية أو ما يعرف بالإتصال المباشر الوافد تعرف رواج تجاري كبير خارج الجزائر وبشكل أخص في كل من (أمريكا، كندا، والبلدان الأوروبية)، التي قامت بتفعيلها اتصالات الجزائر بالشراكة مع متعامل أجنبي وذلك من خلال DID خدمة الأرقام الافتراضية إرسالها لهذا المتعامل حزمة أرقام هواتف عادية مع التعريف البسيط لها. على أن يتم تشغيل هذه الأرقام خارج الجزائر إذا أراد شخص الإتصال من داخل الجزائر. بصفة عامة، مثلا هناك جزائري مقيم في مورال بكندا، يملك رقم هاتفي جزائري.

توصيف مهام الهيكل التنظيمي للمؤسسة:

إن مديرية اتصالات الجزائر مؤسسة إقتصادية ذات طابع تجاري خدمي تعمل على توفير وتسهيل المبادلات والإتصالات بين أفراد المجتمع وتنقسم مديرية إتصالات الجزائر إلى أربعة خلايا وأربعة دوائر وكل دائرة تنقسم بدورها إلى مصالح.

وأوكلت لكل مصلح مهام ووظائف خاصة في مجموعة مكاتب تعمل فيما بينها وتنسق المهام لإكمال العملية الإدارية في أحسن الظروف ويشرف على كل مصلحة رئيس يعمل على إتمام مهامه والتنسيق بين المكاتب لتحسين خدمات المصلحة وهو مكلف بتنفيذ الأوامر الصادرة من رئيس الدائرة وذلك بغية تحقيق أهدافها المنشودة من خلال الوسائل المتاحة لديها.

1. الخلايا:

توجد في مؤسسة اتصالات الجزائر أربعة خلايا مختلفة المهام وهي تقوم بتنفيذ الأوامر الصادرة من مدير مديرية العملية وذلك بغية تحقيق أهداف المنشودة من خلال الوسائل المتاحة لديها وتتمثل في ما يلي:

1.1. الخلية التفتيشية: وتقوم بالوظائف التالية:

- ✓ فتح التحقيقات مثل فتح التحقيق حول سرقة الكوابل.
- ✓ تطبيق القانون.

1.2. خلية العلاقات الخارجية: وتقوم بالوظائف التالية:

- ✓ تحسين صورة المؤسسة أمام الزبائن أو المستثمرين.
- ✓ تمثيل المؤسسة.

1.3. خلية أمن الداخلي للمؤسسة: وتقوم بالوظائف التالية:

- ✓ توفير الوسائل اللازمة لحماية المكاتب.
- ✓ تحديد فرقة حراسة تسهر على أمن الإدارة وجميع هياكلها.

1.4. الخلية النوعية: وتقوم بالوظائف التالية:

- ✓ مراقبة مخطط عمل للمؤسسة المبرمج.
- ✓ السعي وراء الأهداف المسطرة.

2. الدوائر:

توجد في مؤسسة اتصالات الجزائر أربعة دوائر مختلفة المهام وهي تقوم بتنفيذ الأوامر التي تتلقاها من مدير مديرية العملية وذلك بغية تحقيق أهداف المنشودة من خلال الوسائل المتاحة لديها وتتمثل في ما يلي:

1.2. الدائرة المالية والمحاسبة الشؤون القانونية والتأمينات:

1.1.2. مصلحة المالية:

تقوم هذه المصلحة بتسديد الفاتورات الخاصة بالمشاريع والضرائب المختلفة.

2.1.2. مصلحة المحاسبة:

تقوم هذه المصلحة بتسجيل مختلف العمليات المحاسبية بالتسلسل في دفتر المحاسبة (دفاتر يومية، جدول حسابات، نتائج) كما تعمل على تسوية وضعية الزبائن من خلال إستلام المستحقات ودفع الإلتزامات على مستوى الولاية والإدارة المركزية بالعاصمة.

3.1.2.مصلحة الشؤون القانونية والتأمينات:

❖ **مصلحة التأمين:**

تقوم هذه المصلحة بتأمين ممتلكات والعقارات والإعلان أي نوع من أضرار التي تمس اتصالات الجزائر تقيمها هذه المؤسسة لتعطي الأضرار.

❖ **مصلحة الشؤون القانونية:**

تقوم هذه المصلحة بتقديم الشكوات لمصالح الأمن أو الدرك الوطني وإعطاء أوامر لمصالح الأمن من أجل الدفاع عن ممتلكات المؤسسة.

4.1.2. مصلحة الميزانية: من وظائفها ما يلي:

- ✓ إستلام ملفات الإستلام بالنفقات من مختلف المصالح والأقسام.
- ✓ فحص ومراقبة جميع الوثائق المكونة لملف النفقة والتأكد من صحة العمليات المحاسبية.
- ✓ إعداد وضعية إقفال جميع الحسابات وإرسالها إلى كل من المديرية المركزية العاصمة.

2.2. دائرة الموارد البشرية:

وتتكون هذه الدائرة من ثلاثة مصالح وأوكلت لكل مصلح مهام ووظائف خاصة في مجموعة مكاتب تعمل فيما بينها وتنسق المهام لإكمال العملية الإدارية في أحسن الظروف ويشرف على كل مصلحة رئيس يعمل على إتمام مهامه والتنسيق بين المكاتب لتحسين خدمات المصلحة وهو مكلف بتنفيذ الأوامر الصادرة من رئيس الدائرة أو من مدير المؤسسة وذلك بغية تحقيق أهدافها المنشودة من خلال الوسائل المتاحة لديها.

1.2.2.مصلحة الموارد البشرية:

وهذه المصلحة تنقسم إلى ثلاثة مكاتب وهي على النحو التالي:

1.1.2.2. مكتب تسيير المستخدمين:

تقوم هذه المصلحة بتسيير الموارد البشرية وذلك بتطبيق اللوائح أو القوانين الخاصة بالعمل كما تقوم بقضاء شؤون العمل الإجتماعية كالتأمين من حوادث العمل كما تقوم بتقسيم أصناف الأجور حسب العمال وتدرس إمكانية التوظيف والتسريع وتعمل بالتنسيق مع مصالح أخرى وتضم مصلحة المستخدمين، مكتب التسيير ومكتب الأجور.

2.1.2.2. مكتب الأجور: بالوظائف التالية:

- ✓ القيام بعمليات دفع المنح الجزافية ذات المنفعة العامة.
- ✓ معالجة المنازعات والشكاوي.
- ✓ تسوية الأجور والعلاوات ذات الطابع الإجتماعي.
- ✓ مطالبة مكتب المحاسبة بإرسال كل وثائق المحاسبة شهريا.
- ✓ العمل على حل المشاكل الخاصة بالعمال والمتعلقة بالأجور العمومية كالمنح.

3.1.2.2. مكتب تسيير: ويقوم بالوظائف التالية:

- ✓ تسيير ملفات التوظيف بجميع فروعها.
- ✓ تسيير كل ما يتعلق بالحياة المهنية للموظفين.
- ✓ متابعة العقود الإدارية الخاصة بالعمال.
- ✓ تسيير ملفات الترقية المختلفة.

3. المجال الزمني:

استغرقت هذه الدراسة طيلة الموسم الجامعي 2020. 2021.

وقسمت إلى قسمين:

1. **القسم النظري:** من شهر سبتمبر إلى غاية أفريل، حيث تم فيه بناء الإشكالية وصياغة الفروض وتحديد المفاهيم والدراسات السابقة.
2. **أما القسم الثاني؛** فقد توزع على المراحل التالية:

- مرحلة الأولى: مقابلة رئيسة مصلحة المستخدمين للوصول إلى المعلومات والإحصائيات المتعلقة بمجتمع الدراسة وذلك يوم 03 افريل 2022
- مرحلة الثانية: مرحلة بناء الاستبيان 05 افريل 2022
- مرحلة الثالثة: فترة تحكيم الاستبيان 08 افريل 2022
- المرحلة الرابعة: تم فيها توزيع الاستمارات التجريبية وذلك من يوم 15 افريل 2022.
- المرحلة الخامسة: تم فيها توزيع الاستمارات النهائية وذلك يوم 28أفريل 2022، واسترجعت جميع الاستمارات آنيا.

المجال البشري:

يقصد بالمجال البشري، مجتمع الدراسة حيث تتمثل هذه الدراسة مجموع الموظفين في شركة اتصالات الجزائر تبسة والتي تضم 268 موظف.

مجتمع الدراسة:

هو الذي تجمع منه البيانات باستخدام العينة، إذ تعتبر الجزء الذي يمثل المجتمع ككل، بمعنى أن يأخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون متكافئة في فرص الظهور لتجري عليهم الدراسة.

كما أن طبيعة الدراسة وخصوصيتها هي التي تفرض على الباحث اختيار العينة، وقد تمثل مجتمع دراستنا في اتجاهات موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة نحو فعالية الاتصال التنظيمي في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ثانيا: عينة الدراسة وكيفية اختيارها

إن استخراج عينة الدراسة هو اختيار جزء من المجموعة بحيث يمثل هذا الجزء تعبير عن المجموعة كلها، فهذا يعني أنه يجب علينا أن نختار الطريقة الصالحة والمواتية لكل مجتمع لكي تكون ممثلة له أدق تمثيل، حيث أن العينة الدعامة الأساسية في البحث ويعتمد عليها كمصدر لجمع الوقائع من منطلق أن العينات تسمح بالحصول في حالات كثيرة على المعلومات المطلوبة وتعرف على أنها: "صورة مصغرة عن المجتمع الكلي للدراسة، ينبغي أن تمثله تمثيلا صحيحا، حيث ينعكس إيجابا على صحة النتائج"[1].

[1]– غريب محمد، تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، 1995، ص 137.

لقد اعتمدت الباحثتان على العينة العشوائية البسيطة.

كما هو معلوم أن مجتمع البحث الذي نحن بصدد دراسته يتكون من 268 موظف من مختلف المستويات المهنية، ومن خلال الدراسة الميدانية للمؤسسة التي أجريت بها الدراسة فقد تم دراسة 75 موظف بنسبة 37%

$$268/100 = 0.3731 \times 100 = \%37$$

ثالثا: منهج الدراسة

عند القيام بأي دراسة علمية لا بد من اتباع خطوات منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما؛ بإتباع منهج يتناسب مع طبيعة الدراسة التي سيتطرق إليها، يعرفه الأستاذ خالد حامد بأنه: "النهج أو الطريق الذي يسلكه الباحث للوصول إلى الحقيقة العلمية"[1].

لقد اعتمدت الباحثتان في ضوء طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها على المنهج (الوصفي التحليلي)، حيث يرتكز هذا المنهج على وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد، وبالتالي فهو الأنسب لتقصي الظاهرة التنظيمية موضوع الدراسة، وكان هذا في مرحلتين أساسيتين؛

الأولى هي المرحلة الاستطلاعية، تم فيها تكوين الأطر النظرية وتحديد مشكلة الدراسة وصياغة الفرضيات الأساسية.

المرحلة الثانية وهي مرتبطة بالتشخيص والوصف الموضوعي للظاهرة موضوع الدراسة، وهي ظاهرة فعالية الاتصال التنظيمي في ظل تكنولوجيا الإعلام، حيث تم تشخيصها في الواقع الفعلي لها وتفسير كل ما يحيط بها من عوامل تتسبب في تشكيل فعالية الاتصال التنظيمي في ظل وجود تكنولوجيا الإعلام.

رابعا: طرق وأساليب تحليل المعلومات:

اعتمدت الباحثتان على الطريقة الوصفية في تحليل المعلومات الكيفية التي تم جمعها من المراجع العادية والإلكترونية والتي تم تحصيلها من المقابلات والملاحظات.

[1]– خالد حامد، البحث الاجتماعي في البحوث الاجتماعية والإنسانية، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 21.

تم الاعتماد على الأساليب الإحصائية الوصفية مثل التكرارات والنسب المئوية والتمثيلات البيانية (الدائرة، المدرج التكراري، والمنحنى البياني)، كما استخدمتا معامل الارتباط بيرسون، وسبيرمان إلى جانب الأساليب الاستدلالية اعتمدتا فيها على حسابات كاي مربع.

خامسا: أدوات جمع البيانات

لا يمكن ضمان نجاح أي دراسة علمية دون الإعتماد على تقنيات بحث علمي دقيقة تسهل على الباحث عملية جمع البيانات الخاصة بالموضوع.

أ. الملاحظة:

تعتبر إحدى أدوات جمع البيانات وتستخدم في البحوث الميدانية لجمع البيانات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الدراسة النظرية أو المكتبية، كما تستخدم في البيانات التي لا يمكن جمعها عن طريق الاستمارة أو المقابلة أو الوثائق والسجلات الإدارية أو الإحصاءات الرسمية والتقارير أو التجريب، ويمكن للباحث تبويب الملاحظة وتسجيل ما يلاحظ من البحوث سواء كان كلاما أو سلوكا.

والملاحظة ليست حكرا على مرحلة بذاتها، فهي تصاحب الباحثتان في مختلف مراحل البحث، فهي تعتمد أساسا على حواس الباحثتين وقدرتهما الفائقة على ترجمة ما لاحظتاه، في خضم هذه المعطيات عمدت الباحثتان إلى إعداد دليل الملاحظة كآلية منهجية تكشف النقاب عن واقع متغيرات الدراسة ومؤشراتها وهذا عن طريق مقاربتها بالواقع الإمبريقي بحيث صمم دليل الملاحظة المدرج في الملاحق.

ب. المقابلة:

كما تعد المقابلة إحدى أدوات جمع البيانات وتستخدم في البحوث الميدانية لجمع البيانات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الدراسة النظرية أو المكتبية، كما تستخدم في البيانات التي لا يمكن جمعها عن طريق الاستمارة أو والملاحظة، أو الوثائق والسجلات الإدارية أو الإحصاءات الرسمية والتقارير أو التجريب، وتجرى المقابلة في شكل حوار "حديث" مع المبحوث في موضوع البحث، ويشترط أن يكون الحوار مبوبا ومنظما وميسرا من طرف

الباحث، كما يفضل أن يقوم الباحث بتسجيل ملاحظات المبحوث وآرائه حول موضوع البحث[1].

وقد اعتمدت الباحثتان على المقابلة، حيث تم التركيز على توجيه سؤال حول الموضوع وغير محدد مسبقا من المقابل ومن خلال الإجابة يتسلسل في طرح الأسئلة الأخرى، حيث تتيح للباحثتان الحصول على معلومات أكثر عمقا عن الاتجاهات.

وقد أجرينا مقابلتين خلال بحثنا الميداني للحصول على معلومات أعمق وأكثر تفصيل عن أبعاد موضوعنا وتم توظيفها في ثنايا التحليل.

ج. الاستبانة:

تعتبر الاستبانة من بين أهم الوسائل التي اعتمدنا عليها في جمع البيانات خلال الدراسة وهي الأكثر ملائمة لعينة البحث.

إذن؛ فالاستمارة هي: "عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي تعد محددا وترسل بواسطة البريد أو تسلم شخصيا إلى المبحوثين لتسجيل اجابتهم ثم إعادتها ثانية"[2].

أما نوع الاستمارة فكان من الاستمارات المغلقة، والتي تم فيها تحديد إجابات المستجوبين بخمسة خيارات (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة)؛ اعتمادا على سلم ليكرت الخماسي.

أما طريقة توزيع الاستمارة فتمت مباشرة بين الباحثين وموظفي المؤسسة، كما منح الوقت الكافي للموظفين للإجابة على الأسئلة واسترجاع الإستمارة.

وقد تم تقسيم استمارة فعالية الاتصال التنظيمي في ظل تكنولوجيا الإعلام في المؤسسة الجزائرية للاتصالات تبسة؛ إلى 4 محاور:

المحور الأول: البيانات الأولية التي من خلالها تعرف الباحثان على الخصائص للعينة على 6 أسئلة.

المحور الثاني: بيانات تتعلق بمساهمة الإتصال الرقمي في قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها وضم 9 عبارات.

---

[1]– رشيد زرواني، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، زاعياش للطباعة والنشر، بوزريعة، الجزائر، ط 4، 2012، ص 205.

[2]– إحسان محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث، دار الطيعة، ط 2، لبنان، 1996، ص 65.

المحور الثالث: بيانات تتعلق بمساهمة وسائل الإعلام التفاعلي في قدرة المنظمة على التكيف والاستمرارية والبقاء وضم 8 عبارات.

المحور الرابع: بيانات تتعلق بمساهمة تكنولوجيا الإعلام في تحسين مستوى جودة خدمات المؤسسة وضم 11 عبارة.

سادسا: الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة

- مستوى الصدق: ويقصد به مدى قدرة الأداة على قياس ما وضع لقيامه، وقد تم الاعتماد على طريقة صدق المحكمين التي تعتبر من أكثر الطرق شيوعا واستخداما وبذلك قمنا بعرض الإستبانة في صورتها الأولية على الأستاذ المشرف لأخذ الموافقة ثم تسليمها بطريقة مباشرة لمجموعة من الأساتذة المحكمين من ذوي الخبرة والإختصاص كما طلبنا منهم الإدلاء برأيهم في الاستبانة من حيث:

1-مدى ملائمة كل عبارة من العبارات الاستبانية من حيث أنها تقيس أو لا تقيس

2-مدى وضوح الصياغة اللغوية وتأديتها للمعنى

3-مدى مطابقة الأسئلة للمحاور

وهنا الجدول يبين أسماء المحكمين وتخصصاتهم

1-جدول رقم 01: يبين أسماء المحكمين وتخصصاتهم

المحكم	التخصص	الجامعة
منصر عز الدين	قسم الإعلام والإتصال	جامعة الشيخ العربي التبسي
نور الدين ميهوبي	قسم علم النفس	جامعة الشيخ العربي التبسي
شارف عماد	قسم علم الإجتماع	جامعة الشيخ العربي التبسي
بن عزوز حاتم	قسم علم الاجتماع	جامعة الشيخ العربي التبسي
محمد مالك	قسم علم الاجتماع	جامعة الشيخ العربي التبسي
لطرش فيروز	قسم علم الاجتماع	جامعة الشيخ العربي التبسي
توايحية رابح	قسم علم الاجتماع	جامعة الشيخ العربي التبسي
بورزق نوار	قسم علم الإجتماع	جامعة الشيخ العربي التبسي

المصدر: إعداد الباحثتان.

مجتمع الصدق: 24.10×100=%89.25

ويعد تجميع القيم المتحصلة عليها في البنود وتقسيمها على عدد البنود والقيمة المتحصلة عليها في البنود تم تقسيمها على عدد البنود، فالقيمة المتحصل عليها هي التي تعبر عن الصدق.

إذن مستوى الصدق الظاهري للاستبيان بعد تحكيمه من قبل الأساتذة والخبراء توصلنا باستخدام معادلة لاوشي إلى مستوى صدق 89.25% وهو مستوى مرتفع جدا مما يشير إلى أن الاستبيان حسب خبرة المحكمين يقيس ما أعدّ لقياسه وجاهز لمرحلة التطبيق على اعتبار أن الصدق يستلزم الثبات.

وتم حساب الثبات نصف الاستبيان باستخدام قانون معامل الارتباط لبرسون الآتي:

فكان معامل ثبات نصف الاستبيان 0.88 درجته عالية، وباستخدام معامل تصحيح سبيرمان براون

وبذلك معدل ثبات الاستبيان ككل درجته عالية جدا مما يعني أن مستوى الإتساق الداخلي بين بنود الاستبيان قوي مما يجعله جاهز للتطبيق النهائي.

وفي الأخير تم ملأ جميع الإستبيانات التي استلمناها شخصيا من المحكمين، وفيما يلي جدول يبين نتائج تحكيم الإستبانة

-نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب الأساتذة أقروا بملائمة بنود المحاور واعتبارها تقيس بما وضعت لقياسه، والإشارة لبعض التعديلات من حيث الصياغة وإضافة عبارة.

وفيما يلي؛

جدول رقم 02: يمثل تعديل العبارات استنادا لملاحظات المحكمين:

قبل التعديل	بعد التعديل
أنضبط في دخول الاجتماعات	دخولي للاجتماعات عن طريق إرسال رسالة في البريد المركزي
أشارك في تخطيط منصب عملي بالاعتماد على الحاسوب	أشارك في إعداد مهام عملي بالاعتماد على الحاسوب
يشاركني رئيس عملي في المهام المكونة لمنصبي عبر مختلف الوسائط الإلكترونية	يشاركني رئيس عملي في المهام المسندة إليّ عبر مختلف الوسائط الإلكترونية
عززت لي منصة الفايسبوك التعاون بين زملائي في العمل داخل المؤسسة	عززت لي منصة الصفحة الرسمية للمؤسسة **(فايسبوك)** مجالات التعاون بين زملائي في العمل داخل وخارج المؤسسة

المصدر: إعداد الباحثتان.

وأضفنا عبارة في المحور الثاني في بند رقم 09

- أتلقى تكوين في التقنيات الحديثة التي تعتمدها المؤسسة.

وتم حساب الصدق بالمعادلة التالية:

حيث N = عدد المحكمين الذين اعتبروا البند يقيس.

N'= عدد المحكمين الذين اعتبروا البند لا يقيس.

G = العدد الإجمالي للمحكمين 09.

مجتمع الصدق = $\frac{N-N'}{Y}$

معادلة لاوشي

$$\frac{24.10}{27} X\ 100 = 89.25\%$$

ويعد تجميع القيم المتحصل عليها في البنود وتقسيمها على عدد البنود على القيمه المتحصل عليها ثم تقسيمها على عدد البنود ؛ فالقيمة المتحصل عليها هي التي تعبر عن الصدق

اذا مستوى الصدق الظاهر للاستبيان بعد تحكيمه من قبل الاساتذه والخبراء توصلنا بإستخدام معادلة لاوشي الى مستوى صدق 89.25%

وهو مستوى مرتفع جدا مما يشير إلى ان الاستبيان حسب خبره المحكمين يقيس ما اعد بقياسه وجاهز لمرحله تطبيق على اعتبار ان الصدق يستلزم الثبات

اذ اعتمدت الباحثان على 25 استمارة تجريبية لحساب الثبات على طريقه التجزئه النصفيه .

وتم حساب الثبات نصف الاستبيان باستخدام قانون الارتباط لبيرسون الأتي

$$R = \frac{\in X.Y - x.y}{Sx.Sy}$$

فكان معامل ثبات نصف الاستبيان 0، 88 درجاته عاليه وباستخدام معامل تصحيح سبابير مان براون

$$R' = \frac{2\,X\,R}{1+R} = 0.93$$

وبذلك معامل الثبات الاستبيان ككل درجه عاليه جدا مما يعني انا مستوى الاتساق الداخلي بين بنود الاستبيان قوي مما يجعله جاهز للتطبيق النهائي

سابعا: أساليب تحليل البيانات:

بعد عملية جمع البيانات والمعطيات بالأدوات المذكورة سابقا، من أجل تحويلها إلى قضايا لها مدلولاتها المعرفية والعلمية والسوسيولوجية، عمدت الدراسة الراهنة في عملية عرض وتحليل البيانات والنتائج المتحصل عليها إلى استعمال أسلوب كمي وكيفي.

اعتمدنا على معادلة لاوشي لحساب صدق الاستبيان، كما تم الاعتماد على مقياس ليكارت الخماسي (حيث نجد في طريقة ليكارت أمام كل عبارة درجة من الموافقة والمعارضة ويطلب من المبحوث أن يضع العلامة التي تعبر عن اتجاهه أحسن تعبير)1.

وبما أن الخيار يعبر عنه بالمقياس الترتيبي قمت الباحثتان بوضع أوزان ترمز لها وهي: (موافق بشدة 5؛ موافق 4؛ محايد 3؛ غير موافق 2؛ غير موافق بشدة 1).

ولقد اعتمدت الباحثتان على برنامج SPSS في معالجة البيانات إحصائيا وفي بناء الجدول، ثم حساب طول الفئة

ET (المدى) = X max− X min (المدى = اعلى قيمة – اقل قيمة)

$$L\ (\text{طول الفئة}) = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

الجدول رقم 03: يبين مجالات إتجاهات العينة

[1←1.8[	غير موافق بشدة
[1.8←2.6[	غير موافق
[2.6←3.4[	محايد
[3.4←4.2[	موافق
[4.2←5]	موافق بشدة

المصدر: إعداد الباحثتان.

واعتمدت الباحثتان من أجل استخلاص النتائج المتحصلة عليها على الأساليب الوصفية والاستدلالية الوصفية المتمثلة في التكرارات والنسب المئوية والجداول والتمثيلات البيانية لوصف خصائص العينة واستخدام المتوسطات والإنحراف المعياري، وذلك من أجل تحديد فئات الدرجات في كل عبارة وفي كل محور، في حين الأسلوب الإستدلالي استخدمنا كاي تربيع لحساب الظروف وفي درجات مساهمة الفعالية، في حين تمت المقارنة مع قيمة كاي تربيع الجدولية 9.49 عند درجة حرية (1−5) (درجة الحرية = عدد البدائل − 1) (a= 0.05).

كما اعتمدنا في الأسلوب الكمي على التكرارات والنسب المئوية مع 3 مقاييس إحصائية تتمثل في:

- المتوسط الحسابي:
- الانحراف المعياري:
- كاي تربيع:

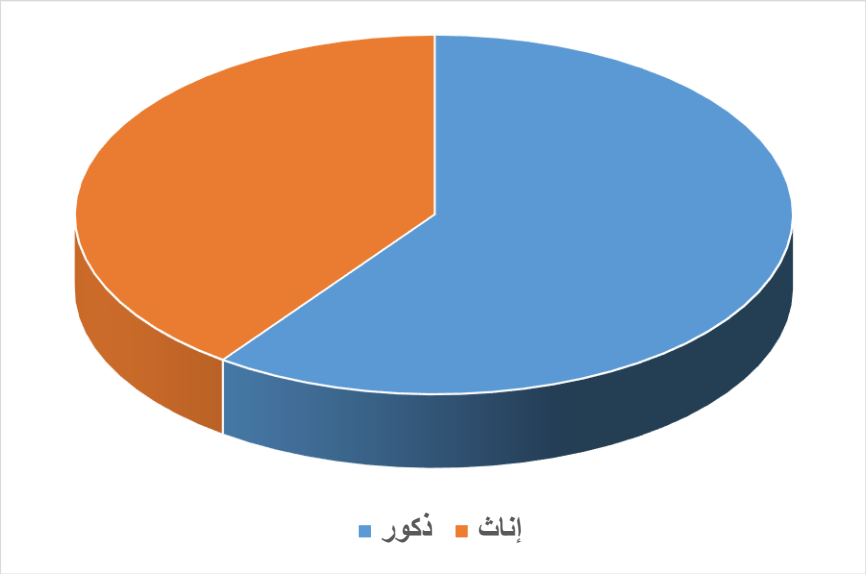
أما الأسلوب الكيفي، فقد تمثل في تحويل النسب من معلومات جافة إلى مدلولات كيفية علمية وتحليل النتائج وتفسيرها اعتمادا على النظريات المفسرة لموضوع الدراسة.

ثامنا – خصائص العينة:

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

		التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	45	%60.0
	أنثى	30	%40.0
	المجموع	75	%100.0



تمثيل رقم 02: الدائرة النسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

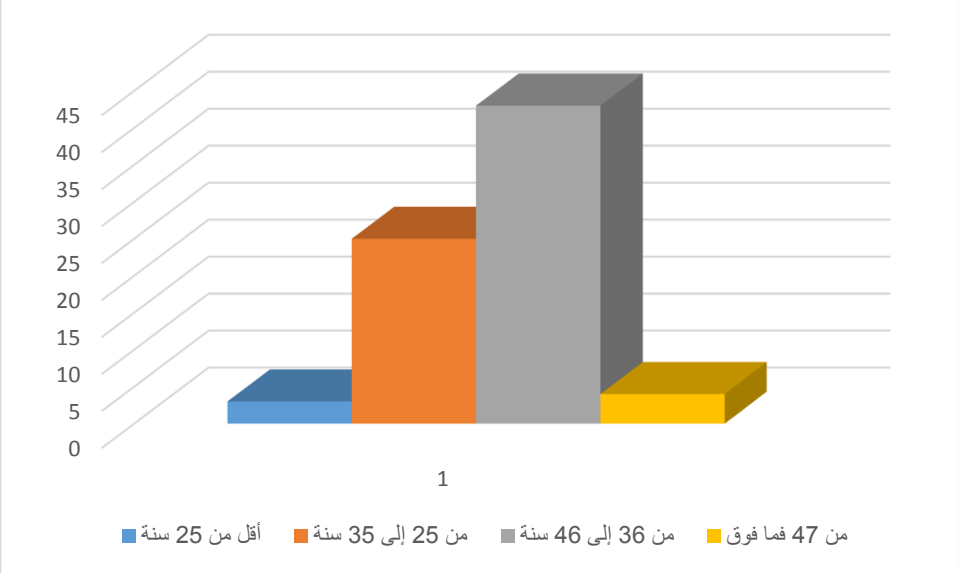
تفسير البيانات:

تبين النتائج في التمثيل أعلاه ان وجود نسبة الذكور أكثر من نسبة الإناث حيث نجد أن نسبة الذكور 60% مقابل من نسبة الإناث 40 %

من خلال هذه المعطيات يتبين لنا ان هناك توازن من ناحية الوزن البشري داخل المؤسسة ويرجع ذلك لطبيعة الاعمال المكتبية ، التي تميز المؤسسة حيث انها لا تتطلب قدرات بدنية بقدر ما تتطلب قدرات ذهنية تتوفر لدي الجنسين .

الجدول رقم 05: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

		التكرار	النسبة
السن	أقل من 25 سنة	3	%4.0
	من 25 إلى 35 سنة	25	%33.3
	من 36 إلى 46 سنة	43	%57.3
	من 47 فما فوق	4	%5.3
	المجموع	75	%100



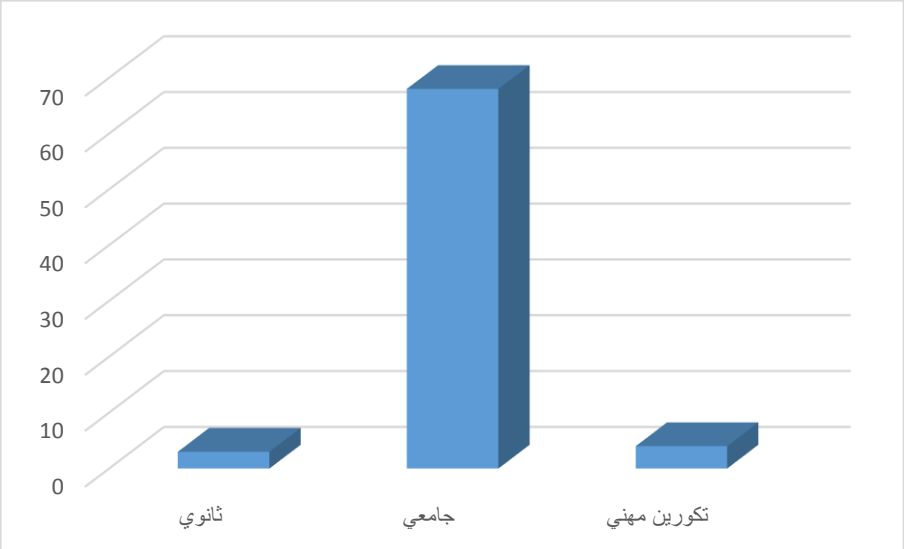
تمثيل رقم 03: المدرج التكراري يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

- تشير البيانات اعلاه عن وجود 4 فئات عمرية ، بحيث نج اكبر نسبة للفئة العمرية من 36 الى 46 سنة، والتي قدرت بـ 57.03 % ، تليها الفئة العمرية من 25 سنة الى 35 سنة قدرت بـ 33.3 % وتليها من 47 فما فوق التي قدرت بـ 5.3 % وفي الاخير تأتي الفئة العمرية اقل من 25 سنة قدرت بـ 4 %

- من خلال هذه المعطيات نستنتج ان الفئة الأكثر تواجدا من 36 الى 46 سنة، ويرجع ذلك الى ان فئة الشباب هم الاكثر ويوضح الى انها الفئة النشطة ذو الكفاءة ، بالإضافة إلى المسار الوظيفي الطويل الذي يمر به المورد البشري داخل المؤسسة ، لا ننسى ايضا عنصر سياسة التوظيف حسب الحاجة التي تتبعها المؤسسة حيث انها توظف حسب مكامل النقص ، بالاضافة الى انها هي الدعامة التي تستند عليها لتعزيز الربح لاقصى درجة .

الجدول رقم 06: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

		التكرار	النسبة
المستوى التعليمي	ثانوي	3	%4.0
	جامعي	68	%90.7
	تكورين مهني	4	%5.3
	المجموع	75	%100.0



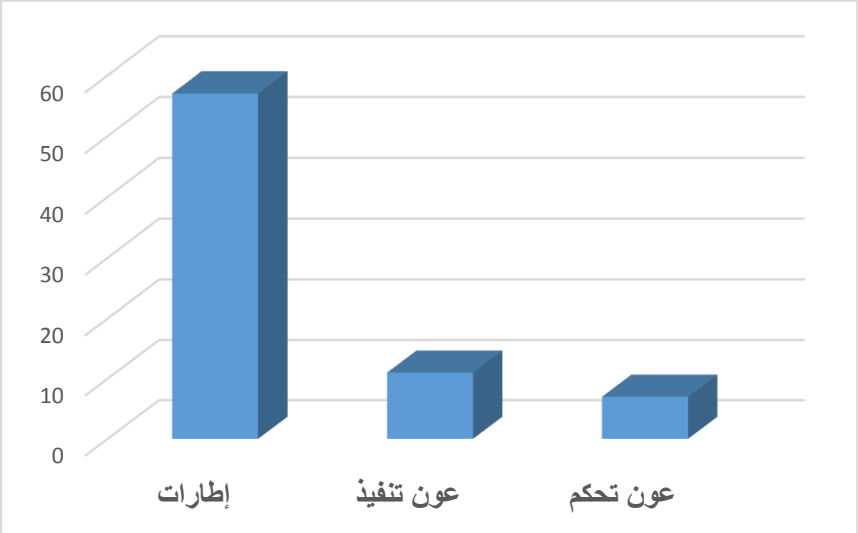
تمثيل رقم 04: الاعمدة البيانية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

يتضح من خلال الجدول أن التحصيل العلمي للمبحوثين أنهم يتوزعون على مختلف المستويات التعليمية في المستوى الجامعي هناك بنسبة 90.7 % يليها مستوى التكوين المهني هناك بنسبة 5.3% ثم نجد المستوى الثانوي بنسبة 4%، نلاحظ أن نظام المؤسسة يطلب من

موظفيها مستوى عالي (جامعي) حتى لا تجد صعوبة معهم في أداء مهامهم فهي تتطلب مستوى علمي عالي ويتطلب مجهود فكري قدر ما يتطلب من مجهود عظلي

الجدول رقم 07: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

		التكرار	النسبة
الوظيفة	إطارات	57	%76.0
	عون تنفيذ	11	%14.7
	عون تحكم	7	%9.3
	المجموع	75	%100.0

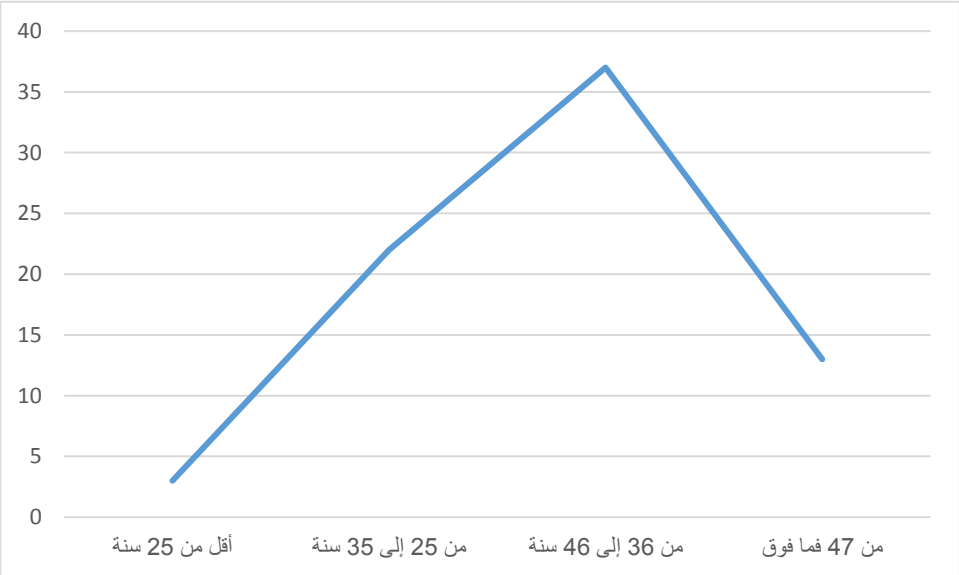


تمثيل رقم 05: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

نلاحظ أن نسبة الإطارات 76% تليها أعوان التنفيذ قدرت بـ 14.7% ثم أنواع التحكم 9.3% وهذا راجع لنوع الخدمات داخل المؤسسة ونلاحظ من خلال المستطيلات أن أكبر نسبة كانت الإطارات وذلك لطبيعة الاعمال المكتبية عموما التي تحتاج إلى موظفين يتمتعون بمستوى علمي ولأهمية عنصر الإطارات داخل المؤسسة فمن خلالها يتم إتخاذ القرارات وتوزيع المهام على الموظفين لإنجازها وفق الهيكل التنظيمي وبذلك يتشكل لنا الإتصال التنظيمي الفعال.

الجدول رقم 08: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية

		التكرار	النسبة
الأقدمية	أقل من 5 سنوات	3	%4.0
	من 5 إلى 10 سنوات	22	%29.3
	من 11 إلى 16 سنة	37	%49.3
	من 16 سنة فما فوق	13	%17.3
	المجموع	75	%100.0



تمثيل رقم 06: المنحنى البياني يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية

- يتضح من خلال المنحنى أعلاه عن وتوزيع افراد العينة حسب الأقدمية : من 11 الى 16 سنة بنسبة 49.3% ، تليها من 5 سنة الى 10 سنوات بنسبة 29.3 % وتليها من 16 سنة فما فوق التي قدرت بـ 17.3 % وفي الاخير اقل من 5 سنوات قدرت بـ 4 %

- نلاحظ ان النسبة الاكبر لفئة الاقدمية داخل المؤسسة من 11 الى 16 سنة ، وذلك راجع الى الخبرة والكفاءة في استخدام الوسائل التكنولوجيا ويتميزون بقدرات علمية لذلك نجد هذه الفئة هم الكيزة الاساسية للمؤسسة والتي هي تساعد على فعالية الاتصال التنظيمي .

الفصل الخامس:

عرض النتائج ومناقشتها

المحور الثاني: مساهمة الاتصال الرقمي في قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها

الفصل الأول: اتجاهات الموظفين نحو مساهمة الإتصال الرقمي في قدرة المنظمة على تحسين أهدافها

الجدول رقم (09): يبين المقاييس الإحصائية والوصفية لمحور مساهمة الاتصال الرقمي في قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها

الرقم	العبارة	المقياس	التكرارات والنسب المئوية					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كاي تربيع المحسوبة	الدلالة
			موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما				
1	أسجل دخولي وخروجي من المؤسسة بطريقة إلكترونية أو رقمية	ت	2	5	8	40	19	2.093	0.961	20.074	دال إحصائيا
		ن	%2.7	%8.0	%10.7	%53.3	%25.3				
2	دخولي للاجتماعات عن طريق إرسال رسالة في البريد الإلكتروني	ت	21	47	1	4	2	4.080	0.866	13.744	دال إحصائيا
		ن	%28.0	%62.7	%1.3	%5.3	%2.7				
3	أنضبط في أداء مهامي داخل المؤسسة	ت	34	40	0	1	0	4.426	0.573	1.964	غير دال إحصائيا
		ن	%45.3	%53.3	%0.0	1.3%	%0.0				
4	أشارك في إعداد مهام عملي بالاعتماد على الحاسوب	ت	41	32	2	0	0	4.520	0.554	2.963	غير دال إحصائيا
		ن	%54.7	%42.7	%2.7	%0.0	%0.0				
5	أستفيد من البرامج الرقمية المتوفرة بالمؤسسة لإصدار التقارير الدورية الخاصة بمهامي	ت	36	36	2	1	0	4.426	0.618	4.254	غير دال إحصائيا
		ن	%48.0	%48.0	%2.7	%1.3	%0.0				
6	يشاركني رئيس عملي في المهام المسندة إلي عبر مختلف الوسائط الإلكترونية	ت	27	45	3	0	0	4.320	0.549	2.909	غير دال إحصائيا
		ن	%36.0	%60.0	%4.0	%0.0	%0.0				
7	أحاول المساهمة في تطوير المؤسسة في مختلف المجالات بالاعتماد على المستجدات التقنية	ت	24	48	3	0	0	4.280	0.534	9.389	غير دال إحصائيا
		ن	32.0	64.0	4.0	%0.0	%0.0				
8	تساعدني الوسائل التكنولوجية في تحمل المسؤولية الكاملة اتجاه مهامي التي أؤديها	ت	27	47	1	0	0	4.346	0.506	0.989	غير دال إحصائيا
		ن	36.0	62.7	1.3	%0.0	%0.0				
9	أتلقى تكوين في التقات الحديثة التي تعتمدها المؤسسة	ت	30	39	5	1	0	4.306	0.657	16.509	دال إحصائيا
		ن	40.0	52.0	6.7	1.3	%0.0				

المتويط الحسابي العام	4.088
الانحراف المعياري العام	3.378
كاي تربيع للمحور	30.557

تمهيد:

تطرقنا في هذا الفصل إلى مساهمة الإتصال الرقمي في قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها، قمنا بتحليل البيانات المتعلقة بهذا الفصل من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكاي التربيع.

جدول رقم (10): يمثل اتجاهات المبحوثين نحو عبارات المحور المتعلق بـ: مساهمة الإتصال الرقمي في قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها

ترتيب	رقم البند	اتجاه العينة	العبارة
1	4	موافق بشدة	أشارك في أداء مهام عملي بالاعتماد على الحاسوب
2	3	موافق بشدة	أنضبط في أداء مهامي داخل المؤسسة
3	5	موافق بشدة	أستفيد من البرامج الرقمية المتوفرة بالمؤسسةلإصدار التقارير الدورية الخاصة بمهامي
4	8	موافق بشدة	تساعدني الوسائل التكنولوجية في تحمل المسؤولية الكاملة اتجاه مهامي التي أؤديها
5	6	موافق بشدة	يشاركني رئيس عملي في المهام المسندة إليّ عبر مختلف الوسائط الإلكترونية
6	9	موافق بشدة	أتلقى تكوين في التقنيات الحديثة التي تعتمدها المؤسسة
7	7	موافق بشدة	أحاول المساهمة في تطوير المؤسسة في مختلف المجالات بالاعتماد على المستجدات التقنية
8	2	موافق	دخولي للاجتماعات عن طريق ارسال رسالة في البريد الالكتروني
9	1	غير موافق	أسجل دخولي وخروجي من المؤسسة بطريقة الكترونية او رقمية

المصدر: إعداد الباحثتان

- جاء في البند رقم 04 "أشارك في إعداد مهام عملي بالاعتماد على الحاسوب في المرتبة الأولى 1 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.520) ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه الموظفين كانت [4.20- 5] التي تشير إلى إجابتهم ب موافق بشدة.

- وبانحراف معياري (0.550)، وهي قيمة توضح هناك تجانسا كبيرا في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم وهو ما توضحه أيضا قيمة كاي تربيع المحسوبة لهذا البند، كانت قيمته المحسوبة أكبر (2.963) أصغر من نظيرتها الجدولية (9.49) وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 وبدرجة حرية 9.4 وبالتالي لا توجد فروق في اتجاهات أفراد العينة على العبارة. حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 97.4% مما يؤكد أن أغلب الموظفين يتجهون في إعداد مهام عملهم بالاعتماد على الحاسوب بدرجة عالية جدا، ويقابلها 2.7% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد غير الموافقين على هذه العبارة بنسبة منعدمة 0% أي أن اتجاه الموظفين نحو استخدام الحاسوب كان بنسبة قوية جدا وذلك من خلال ملاحظتنا الدقيقة داخل المؤسسة تبين لنا أن معظم الموظفين يستخدمون جهاز الحاسوب لتأدية مهامهم (الملحق رقم 03)، كما أكد أن المقال العلمي المعنون: "مجالات استخدام الحاسوب" (لإيهاب عاصي) الذي يعتبر جهاز الحاسوب مهم مما يوفره من خدمات متعددة ومهمة بالنسبة لأصحاب العمل أو العاملين حيث يمكن من خلال الحاسوب إجراء العديد من المهام المختلفة، كما يسهل من عملية إدارة سجلات الموظفين الموجودين لدى الشركة من خلال برامج مختصة داخلهم.[1]
- جاء في البند رقم 03 "أنضبط في أداء مهام عملي داخل المؤسسة" في المرتبة الثانية 2 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.426) تبين أن مجالات اتجاه العام للموظفين كانت [4.20 – 5] التي تشير إلى الموافقة تماما أي بدرجة قوية لهذا البند.
- ، وبانحراف معياري (0.573) وهي قيمة توضح أن هناك تقاربا في اتجاهاتهم. وهو ما توضحه أيضا قيمة كاي تربيع المحسوبة لهذا البند، كانت قيمته المحسوبة أكبر (1.964) أصغر من نظيرتها الجدولية (9.49)، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) وبدرجة حرية 4، وبالتالي لا توجد فروق في استجابات أفراد العينة على العبارة، حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 98.6% مما يؤكد أنه يوجد انضباط جيد للموظفين أثناء تأدية مهامهم داخل المؤسسة، يقابلها 0% من الموظفين المحايدين لهاته

[1]– إيهاب عاصي، **مجالات استخدام الحاسوب**، شوهد بتاريخ 2022/04/13، على الساعى 15:40 رابط المقال: Mawdoo3.com

العبارة، بينما نجد نسبة غير الموافقين على هذه العبارة 1.3% أي أن اتجاه الموظفين لانضباطهم في أداء مهامهم داخل المؤسسة كان بنسبة قوية جدا وذلك من خلال مقابلتنا للموظفين تبين لنا من خلال أجوبتهم في المقابلة أن الانضباط عنصر أساسي ومهم في تحقيق أهداف المؤسسة (الملحق رقم 04) كما أكد (هنري فايول) في مبادئه 14 والتي تتضمن كل المهام الإدارية وهي قابلة للتطبيق على مستويات الإدارة الدنيا والوسطى والعليا على حد سواء، ومن بين هاته المبادئ نجد مبدأ الانضباط حيث مثله (على أنه عنصر مهم جدا في أي عمل، فمن دونه لا يمكن لأي مشروع أن ينجح وهذه القاعدة تشمل الانضباط الطاعة والتطبيق والهيئة والنشاط والعلاقات الخارجية ذات الصلة بين صاحب العمل والموظفين)؛ من هنا يتبين لنا أهمية الانضباط في أداء المهام داخل المؤسسة مما يزيد من فعالية الأداء لدى الموظفين.

- جاء في البند رقم 05 العبارة "أستفيد من البرامج الرقمية المتوفرة بالمؤسسة لإصدار التقارير الدورية الخاصة بمهامي"؛ في المرتبة الثالثة 03 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.426) ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت نحو الموافقة تماما.
- ، وبانحراف معياري (0.618) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس كبير في اتجاهات المبحوثين، وهو ما توضحه أيضا قيمة كاي تربيع المحسوبة لهذا البند كانت قيمته المحسوبة (4.254) أصغر من نظيرتها الجدولية (9.49) وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) وبدرجة حرية 4 وبالتالي لا توجد فروق في استجابات أفراد العينة على العبارة؛ حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 96% مما يؤكد أن الموظفين يستفيدون من البرامج الرقمية المتوفرة بالمؤسسة لإصدار التقارير الدورية الخاصة بمهامهم بدرجة عالية جدا، يقابلها 2.7% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد غير الموافقين على هذه العبارة بنسبة 1.3%، أي أن اتجاه الموظفين نحو استفادتهم من البرامج الرقمية المتوفرة بالمؤسسة لإصدار التقارير الدورية الخاصة بهامهم كان بنسبة قوية جدا وذلك من خلال مقابلتنا للموظفين من بينها حالتين:

- نذكر الحالة الأولى؛ طرحنا عليه سؤال: ما دور البرامج الرقمية في المؤسسة؟ وكانت الإجابة: البرامج الرقمية لديها دور فعال في المؤسسة ويتمثل في إصدار التقارير الدورية الخاصة لمهام كل موظف.
- الحالة الثانية؛ طرحنا عليه سؤال: هل توفر البرامج الرقمية المتوفرة بالمؤسسة خدمات للموظف؟ وكانت الإجابة: نعم، توفر البرامج الرقمية المتوفرة بالمؤسسة خدمات للموظف لإصدار التقارير الدورية الخاصة بمهامه، أيضا تزيد من قوة العمل الفعال ذو المردود الأعلى(الملحق رقم04). كما أكد المقال العلمي في دراسة "التحول الرقمي كيف؟ ولماذا؟" لـ "عدنان مصطفى البار" يبين فيه أهمية البرامج الرقمية وفوائدها المتمثلة في تطوير وتحسين الخدمات وتسهيل وصولها للمستفيدين باعتباره التطبيق تكنولوجي وبرنامج شامل كامل يمس طريقة وأسلوب عمل المؤسسة داخليا وخارجيا من خلال تقديم خدمات للجمهور المستهدف حيث أكد أيضا في مقاله أن البرمجيات الرقمية تعمل على ضمان مستوى خدمة مناسبة لأفراد المؤسسة مما يعمل على تحقيق وتحسين مسارها الخدماتية واستخدام برامجها بكفاءة أعلى وأمثال.[1]

- جاء في البند رقم 08 العبارة "تساعدني الوسائل التكنولوجية في تحمل المسؤولية الكاملة اتجاه مهامي التي أؤديها"؛ في المرتبة الرابعة 04 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.346) ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت نحو الموافقة تماما، وبانحراف معياري (0.506) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس كبير في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم وهو ما توضحه أيضا قيمة كاي تربيع المحسوبة لهذا البند، كانت قيمته المحسوبة (0.989) أصغر من نظيرتها الجدولية (9.49) وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 وبدرجة حرية 4؛ وبالتالي لا توجد فروق في استجابات أفراد العينة على العبارة؛.

[1] عدنان مصطفى البار، **تقنيات التحول الرقمي**، شوهد بتاريخ 2022/04/22 على الساعة 22:45، رابط المقال: https://ambar.kau.edu.sa/Default-0003434-AR

حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 98.7% مما يؤكد أن استخدام الوسائل التكنولوجية تساعدهم في تحمل المسؤولية الكاملة اتجاه مهامهم التي يؤدونها بدرجة عالية جدا، يقابلها 1.3% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد غير الموافقين على هذه العبارة بنسبة منعدمة 0%.

أي أن اتجاه الموظفين نحو استخدام وسائل تكنولوجية تساعدهم في تحمل المسؤولية الكاملة اتجاه مهامهم التي يؤدونها، وهذا ما أكدته الدراسة المعنونة بـ"دور تكنولوجيا الإتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي لدى الموظفين"؛ من خلال نتائج التي توصلت لها هذه الدراسة من بينها؛ أهمية وسائل التكنولوجيا ودورها في زيادة وتحسين أداء الموظفين لأنها عنصر مساعدة في تحمل مسؤولية المهام التي يؤديها الموظف داخل المؤسسة، بالإضافة إلى تحسين فعالية أنظمة المعلومات في المؤسسة فلذلك أكد الطالبين في دراستهم (بدة عقبة ومزيوة علي) حتمية وجود وسائل التكنولوجيا في المؤسسة لكي تواكب التقدم الهائل الذي أحرزته المؤسسات العالمية الأخرى من خلال مساعدتها في تسهيل مهام الموظفين.[1]

- جاء في البند رقم 6 العبارة "يشاركني رئيس عملي في المهام المسندة إلي عبر مختلف الوسائط الإلكترونية"؛ في المرتبة الخامسة 5 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.320 ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت نحو الموافقة تماما، وبانحراف معياري (0.549) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس كبير في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم وهو ما توضحه أيضا قيمة كاي تربيع المحسوبة لهذا البند كانت قيمته المحسوبة (2.909) أصغرمن نظيرتها الجدولية (9.49) وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وبالتالي لا توجد فروق في استجابات أفراد العينة على العبارة؛ حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 96% أي أن هناك مشاركة بين المدير والموظفين، يقابلها 4% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد غير الموافقين على هذه العبارة بنسبة منعدمة 0%.

[1] بدة عقبة ومزيوى علي، **دور تكنولوجيا الإتصال الحديث في تحسين الأداء الوظيفي لدى الموظفين**، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص علم الإجتماعي، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، ص 88-89.

وهذا ما يؤكده (إلتون مايو وديكون وآخرون) في دراساتهم حول ظروف الفيزيقية للعمل ومستويات الإنتاجية ثم تطورت إلى دراسة جماعات العمل من حيث بنية تلك الجماعات والروح المعنوية بين العمال وبينهم وبين الإدارة، تبين للباحثين هذا التوجه أن العمال لا يسعون دائما وراء مصالحهم المادية، حيث تبين أن العلاقات الإنسانية أهم وأن الحفاظ على وحدة جماعات العمل ومشاركة رؤساء العمل مع العمال في العمل وتماسكهم ورفع الروح المعنوية وغيرها من العوامل تساهم إسهاما إيجابيا في رفع مستوى الأداء والإنتاجية في التنظيمات، وذلك لتوفر جو مشحون بالمحبة والتعاون والمشاركة بين العمال وأرباب العمل تحقق أكبر درجة من الفعالية.

كما أكدت دراسة أفاضل فايزة وسعدون سمية حول الإتصال التنظيفي ودوره في تحسين الأداء الوظيفي على الإتصالات في تحقيق الكفاءة والفعالية باعتبارها عنصر لنجاح المؤسسات وتحقيق أهدافها مرتبط كل الإرتباط بأداء العاملين وكفاءاتهم كون أن المورد البشري يعتمد على البرامج والبيانات في سهولة الاتصلات داخل المؤسسة.

- جاء في البند رقم 9 العبارة "أتلقى تكوين في التقنيات الحديثة التي تعتمدها المؤسسة"؛ في المرتبة السادسة 6 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.306)، وبانحراف معياري (0.657) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس كبير في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند وهو ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم.

رغم ذلك توجد فروق ذات دلالة إحصائية حسب قيمة كاي تربيع المحسوبة (16.509) والأكبر من نظيرتها الجدولية (9.49). أي بدرجة قوية لهذا البند، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت نحو الموافقة بشدة،حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 92% مما يؤكد أن معظم الموظفين يتلقون تكوين حول التقنيات الحديثة التي تعتمدها المؤسسة، يقابلها 6.7% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد غير الموافقين على هذه العبارة بنسبة 1.3%.

أي أن اتجاه الموظفين من خلال تكوينهم على التقنيات الحديثة التي تعتمدها المؤسسة كان بنسبة قوية جدا. مما يؤكده مبدأ من مبادئ (فريديريك تايلور) تأكد على تدريب العمال على أفضل الطرق لإنجاز المهام بكفاءة عالية مما يساعد في محافظة على الموظفين وتطويرهم

وزيادة في المبيعات وأرباح مضاعفة مقارنة بمجموع شركات أخرى التي لم تقم بإدراج موظفيها في دورات تكوينية؛ ولقد لاحظنا داخل المؤسسة دورات تكوينية تدرب الموظفين الجدد على استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة وكيفية إدراجها ضمن المهام.

- جاء في البند رقم 7 العبارة "أحاول المساهمة في تطوير المؤسسة في مختلف المجالات بالاعتماد على المستجدات التقنية"؛ في المرتبة السابعة 7 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.280) ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت نحو الموافقة بشدة، وبانحراف معياري (0.534)، وهي قيمة توضح أن هناك تجانس كبير في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم، وهو ما توضحه أيضا قيمة كاي تربيع المحسوبة لهذا البند كانت قيمته المحسوبة (9.389) وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) وبدرجة حرية 4 وبالتالي لا توجد فروق في استجابات أفراد العينة على العبارة.

حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 96% وهذا ما تؤكده مقابلتنا للمبحوثين حيث طرحنا أسئلة على حالتين؛ ويتمحورالسؤال الأول حول هل تعتمدون على المستجدات التقنية في مختلف المجالات داخل المؤسسة؟ كانت الإجابة ب نعم، حيث أن معظم الموظفين يعتمدون على المستجدات التقنية مثال ذلك الحاسب الآلي.

أما بالنسبة للسؤال الثاني؛ كان يتمحور حول هل تساهم المستجدات التقنية في تطوير المؤسسة؟ وكانت الإجابة نعم، أي أن هناك اتجاه لموظفي المؤسسة نحو استخدام المستجدات التقنية، الحالة ***a*** من المبحوثين أ، يتبين لنا أن هناك دور المستجدات التقنية في تطوير المؤسسة (الملحق رقم 04).

- جاء في البند رقم 2 العبارة "دخولي للاجتماعات عن طريق إرسال رسالة في البريد الإلكتروني"؛في المرتبة الثامنة 8 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.080) تبين أن الإتجاه العام للموظفين كانت نحو الموافقة بدرجة قوية لهذا البند.
- وبانحراف معياري (0.886)، وهي قيمة توضح أن هناك تجانس في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، رغم ذلك توجد فروق ذات دلالة إحصائية حسب قيمة كاي

تربيع المحسوبة لهذا البند (13.744) والأكبر من نظيرتها الجدولية (9.49)، حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 90%، حيث تأكد لنا أن تطبيق البريد الإلكتروني الأكثر استخداما داخل المؤسسة والدليل على ذلك اتصال الموظفين ببعضهم البعض داخل وخارج المؤسسة عبر هذا التطبيق، فهو يساعد على الانضباط في دخول الاجتماعات عن طريق الرسائل التي يرسلها للموظفين؛ يقابلها 1.3% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد نسبة الموظفين غير الموافقين 8%، أي أن عند مقابلتنا للمبحوثين أخذنا حالة وطرحنا عليها سؤال حول ما هي التطبيقات الأكثر استخداما داخل المؤسسة؟ كانت الإجابة كالتالي: وهي تطبيق البريد الإلكتروني، حيث يسهل لهم العملية الاتصالية بين المدير وموظفيه وتسهيل العمل واستغلال الوقت بشكل جيد، تبين لنا أن هناك اتجاه لموظفي المؤسسة نحو استخدام البريد الإلكتروني في أداء مهامهم(الملحق رقم 04)؛ وهذا ما أكده المقال العلمي المعنون بـ"دور البريد الإلكتروني في المؤسسات التعليمية" لـ (أسماء عبد المجيد)، حيث يعبر عن فئة أنه يعد خدمة تساعد على إرسال واستقبال الرسائل بواسطة الأجهزة الرقمية من خلال شبكة الإنترنت، من هنا يظهر لنا أن استخدام مثل هذا التطبيق على فعالية الأداء لدى الموظف وانضباطه في تأدية مهامه المكلف بها داخل المؤسسة ويسهل لديه سرعة الاتصال بغيره من العمال.[1]

- جاء في البند رقم 1 العبارة "أسجل دخولي وخروجي من المؤسسة بطريقة إلكترونية أو رقمية"؛ في المرتبة التاسعة 9 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (2.093) تبين لنا أن الإتجاه العام للموظفين كانت نحو عدم الموافقة (غير موافقة) أي بدرجة ضعيفة لهذا البند وبانحراف معياري وهي قيمة توضح ان هناك تجانس كبير في اتجاهات المبحوثين قدر ب (0.961)، ورغم ذلك توجد فروق ذات دلالة إحصائية حسب قيمة كاي تربيع المحسوبة لهذا البند كانت قيمته المحسوبة (13.744) والأكبر من قيمة كاي التربيع الجدولية (9.49).

[1] أسماء عبد المجيد، دور الريد الإلكتروني في المؤسسات التعليمية، شوهد بتاريخ 2022/03/18، على الساعة 10:13، رابط المقال: www.edfikra.com

حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 10.7%، يقابلها 10.7% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد غير الموافقين على هذه العبارة بنسبة 98.6%؛ ومن خلال ملاحظتنا الدقيقة داخل المؤسسة تبين لنا أنه لا يوجد تسجيل الدخول موظفي المؤسسة بطريقة إلكترونية أو رقمية، بل بطريقة تقليدية بالبصمة والإمضاء، أي عدم وجود طريقة إلكترونية ورقمية تتحكم في دخول أو خروج الموظف(الملحق رقم 03).

خلاصة المحور الثاني:

من خلال المعطيات الرقمية المتحصلةعليها بخصوص استجابات أفراد العينة حول عبارات المحور الثاني؛

• مساهمة الإتصال الرقمي في قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها نستطيع أن نؤكد ما يلي:

إن مساهمة الإتصال الرقمي في قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها كانا مساهمة عالية، وذلك من خلال تمكينها للموظف من التخطيط الجيد لأداء مهامه والانضباط والولاء الوظيفي، حيث أن وسائل الاتصال الرقمي ساعدت في تطوير المؤسسة وخدماتها للزبون، حيث تتناسب هذه الوسائل مع قدرات الموظفين داخل المؤسسة، الأمر الذي يسهل من تعاملهم مع الزبون، ويجعلهم قادرين على تلبية خدمات الزبون ومتطلباته، ما ينعكس على تنظيم المؤسسة للأعمال، فيتوفر... الوسائل الرقمية القدرة على تحقيق الأهداف المؤسسة والمتمثلة في تحقيق التوازن بين ما تحدده الإدارة وما يطلبه الزبون.

وترى الباحثتان (خولة بلعيساوي وساكر ليلي) أن إدخال وسائل الاتصال الرقمي في عمل المؤسسة أحدث

تغييرا جذريا عميق في محيط الأعمال، حيث ساهم في خلق الفعالية الاتصال التنظيمي من خلال طبيعة اتجاهات الموظفين نحو استخدام وسائل الاتصال الرقمي بين الموظفين وبين الموظف والزبون، هذا أدى إلى تحقيق أهداف المؤسسة وهي ترويج الخدمات بفعالية وكفاءة.

المحور الثالث: مساهمة الإعلام التفاعلي في قدرة المنظمة على التكيف والاستمرارية في البقاء

الجدول رقم (11): يبين المقاييس الإحصائية والوصفية لمحور مساهمة الإعلام التفاعلي

الرقم	العبارة	المقياس	التكرارات والنسب المئوية						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كاي تربيع المحسوبة	الدلالة
			موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما					
1	لدي القابلية للتجديد والتطور في مهامي بالاعتماد على أجهزة الإعلام الرقمية	ت	34	37	2	2	0		4.373	0.673	1.936	غير دال إحصائيا
		ن	%45.3	%49.3	%2.7	%2.7	%0.0					
2	أحصل على خدمات إعلامية مرضية من قبل مؤسستي	ت	17	39	15	4	0		3.920	0.801	2.861	غير دال إحصائيا
		ن	%22.7	%52.0	%20.0	%5.3	%0.0					
3	استخدم وسائل الإعلام التفاعلية مع زملائي في إنجاز مهام عملي	ت	18	34	14	7	2		3.786	1.003	11.980	دال إحصائيا
		ن	%24.0	%45.3	%18.7	%9.3	%2.7					
4	أعتمد على التطبيقات الإعلامية الحديثة في إدارة علاقاتي العامة مع الزبائن	ت	17	42	13	3	0		3.973	0.752	16.283	دال إحصائيا
		ن	%22.7	%56.0	%17.3	%4.0	%0.0					
5	أتلقى المعلومات من قبل الرؤساء في العمل عبر البريد الالكتروني	ت	27	44	3	1	0		4.293	0.610	12.335	دال إحصائيا
		ن	%36.0	%58.7	%4.0	%1.3	%0.0					
6	عززت لي منصة الصفحة الرسمية للمؤسسة (الفيسبوك) مجالات التعاون بين زملائي في العمل داخل المؤسسة	ت	9	42	19	5	0		3.733	0.759	9.241	غير دال إحصائيا
		ن	%12.0	%56.0	%25.3	%6.7	%0.0					
7	ساعدتني مضامين الرسالة الإعلامية للمؤسسة في التفاعل مع البيئة الخارجية (إعلانات في اللوائح الإلكترونية)	ت	17	42	15	0	0		4.013	0.667	4.028	غير دال إحصائيا
		ن	%22.7	%56.0	%21.3	%0.0	%0.0					
8	وفرت لي مؤسستي الوسائل اللازمة لأداء عملي حاسوب آلي تدفق عالي المستوي.	ت	20	33	12	10	0		3.840	0.973	6.974	غير دال إحصائيا
		ن	%26.7	%44.0	%16.0	%13.3	%0.0					

المتويط الحسابي العام	3.991
الانحراف المعياري العام	0.395
كاي تربيع للمحور	39.750

في قدرة المنظمة على التكيف والاستمرارية في البقاء

الفصل الثاني: إتجاهات الموظفين نحو مساهمة الإعلام التفاعلي في قدرة المنظمة على التكيف والاستمرارية في البقاء.

تمهيد:

تطرقنا في هذا الفصل إلى مساهمة الإعلام التفاعلي في قدرة المنظمة على التكيف والاستمرارية في البقاء، قمنا بتحليل البيانات المتعلقة بهذا الفصل من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكاي التربيع.

جدول رقم (12): يمثل اتجاهات المبحوثين نحو عبارات المحور المتعلق بـ: مساهمة الإعلام التفاعلي في قدرة المنظمة على التكيف والاستمرارية في البقاء.

ترتيب	رقم البند	اتجاه العينة	العبارة
1	1	موافق بشدة	لدي القابلية للتجديد والتطور في مهامي بالاعتماد على أجهزة الإعلام الرقمية
2	5	موافق بشدة	أتلقى المعلومات من قبل الرؤساء في العمل عبر البريد الإلكتروني
3	7	موافق	ساعدتني مضامين الرسالة الإعلامية للمؤسسة في التفاعل مع البيئة الخارجية (إعلانات في اللوائح الإلكترونية)
4	4	موافق	أعتمد على التطبيقات الإعلامية الحديثة في إدارة علاقاتي العامة مع الزبائن
5	2	موافق	أحصل على خدمات إعلامية مرضية من قبل مؤسستي
6	8	موافق	وفرت لي مؤسستي الوسائل اللازمة لأداء عملي بحاسوب آلي وتدفق عالي المستوى
7	3	موافق	أستخدم وسائل الإعلام التفاعلية مع زملائي في إنجاز مهام عملي
8	6	موافق	عززت لي منصة الصفحة الرسمة للمؤسسة (الفايسبوك) مجالات التعاون مع زملائي في العمل داخل المؤسسة

المصدر: إعداد الباحثتان

جاء في البند رقم 01 " **لدي القابلية للتجديد والتطور في مهامي بالاعتماد على أجهزة الإعلام الرقمية**"؛في المرتبة الأولى 1 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.373) ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه الموظفين كانت [4.20 –5] التي تشير إلى إجابتهم ب موافق بشدة.

- وبانحراف معياري (0.0673)، وهي قيمة توضح هناك تجانسا كبيرا في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم وهو ما توضحه أيضا قيمة كاي تربيع المحسوبة لهذا البند، كانت قيمته المحسوبة أكبر (1.936) أصغر من نظيرتها الجدولية (9.49) وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) وبدرجة حرية 4.

وبالتالي لا توجد فروق في اتجاهات أفراد العينة على العبارة؛ حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 94.6%،وهذا ما يؤكده الباحث ماك غريغر في تصوراته المتناقضين؛ وهي نظرية *Y* التي تعطي أهمية للبعد الإنساني وتضع موازنة بين حاجات العامل وحاجات التنظيم، ومن بين الافتراضات نجد أنها أقرت بأن العامل يتمتع بمقدار من المعارف التي يستطيع من خلالها الإبداع والتجديد والتطور في مهامه؛ حيث يتبين لنا أن وسائل الإعلام الرقمية أيضا بواسطتها يستطيع العامل أو الموظف أن يجدد ويطور في مهامه من خلال تلك الأجهزة الرقمية.

- جاء في البند رقم 05"**أتلقى المعلومات من قبل الرؤساء في العمل عبر البريد الإلكتروني**"؛ في المرتبة الثانية 2 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.239)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت]4.20 –5]؛ التي تشير إلى الموافقة بشدة، وبانحراف معياري (0.610) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم. رغم ذلك توجد فروق دالة إحصائية حسب قيمة كاي التربيع المحسوبة (12.335) والأكبر من قيمة كاي الجدولية (9.49)، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) وبدرجة حرية 4، وبالتالي لا توجد فروق في استجابات أفراد العينة على العبارة، حيث قدرت نسبة المبحوثين الموافقين لهذه العبارة ب 94.7% أي بدرجة

قوية لهذا البند. وتقابلها 4% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد نسبة الموظفين غير الموافقين على هذه العبارة 1.3% أي أن اتجاه الموظفين من خلال تلقي المعلومات من قبل الرؤساء عبر البريد الإلكتروني قوي جدا، كما يؤكد (هنري فايول) في مبادئه 14 (وحدة مصدر الأوامر)؛ يجب أن يتلقى الموظفون أوامرهم من مشرف واحد فقط وبشكل عام؛ وهذا عكس ما ذهب إليه تايلور "فيجب على العامل أن يتلقى من مشرف واحد وذلك لتفادي الوقت والخسائر المادية، وذلك عبر تطبيق تكنولوجي البريد الإلكتروني يسهل الاتصال بالمشرف أو الرئيس فهذا لا يعيق الاتصال الموظفين بالرؤساء من خلال تقصير المسافات وجعلها قريبة، كما أكدت دراسة وليد عطية حول القيادة الإدارية ودورها في فعالية الإتصال التنظيمي مبين كيف تؤثر العلاقة الإجتماعية بين القائد الإداري وجماعته في فعالية الإتصال التنظيمي وإلى أي مدى تؤثر المهارات القيادة الإدارية في تسيير المورد البشري نحو فعالي الإتصال التنظيمي.

- جاء في البند رقم 07 العبارة " **ساعدتني مضامين الرسالة الإعلامية للمؤسسة في التفاعل مع البيئة الخارجية (إعلانات في اللوائح الإلكترونية)**"؛ في المرتبة الثالثة 03 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.013)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت نحو الموافقة؛وبانحراف معياري (0.667) توضح أن هناك توع من تشتت في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند؛ وهو ما توضحه أيضا قيمة كاي تربيع المحسوبة لهذا البند كانت قيمته المحسوبة (4.028) أصغر من نظيرتها الجدولية (9.49) وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) وبدرجة حرية 4 وبالتالي لا توجد فروق في استجابات أفراد العينة على العبارة؛ حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 78.7%، تليها 21.3% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد الموظفين غير الموافقين على هذه العبارة بنسبة 0%، وهذا راجع لنوع الإعلانات المستخدمة داخل المؤسسة وخارجها، فالرسالة الإعلامية تعتبر طريقة من طرق الإعلانات.

فلاحظنا في المؤسسة استخدامها بنسبة كبيرة حيث تسهل عليهم الاتصال وترويج الخدمات (الملحق رقم03)، وهذا ما ذهبت إليه المقاربة النظرية لدراستنا نظرية الاستخدامات

والإشاعات حيث أقرت "بأن الجمهور بإمكانه اختيار الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها إضافة إلى المحتويات التي يتضمنها الوسيلة الإعلامية وفي نفس السياق ينطلق المدخل من دوافع استخدام الأفراد لوسائل الاتصال بناء على الدور الذي يلعبونه في عملية الاتصال وهذا ما يؤكده النظرية حول أهمية وسائل الإعلام في التفاعل والاتصال بالبيئة الخارجية أو الداخلية للمؤسسة الخدماتية.

- جاء في البند رقم 04 "**أعتمد على التطبيقات الإعلامية الحديثة في إدارة علاقاتي العامة مع الزبائن**"؛ في المرتبة الرابعة4 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (3.973)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت]3.4– 4.20]؛ التي تشير إجابتهم بموافق، وبانحراف معياري (0.752) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم. رغم ذلك توجد فروق دالة إحصائية حسب قيمة كاي التربيع المحسوبة (16.283) والأكبر من قيمة كاي الجدولية (9.49)، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) وبدرجة حرية 4، وبالتالي لا توجد فروق في استجابات أفراد العينة على العبارة، حيث قدرت نسبة المبحوثين الموافقين لهذه العبارة ب 78.7%،تليها 17% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد نسبة الموظفين غير الموافقين على هذه العبارة 4%؛فقد لاحظنا داخل المؤسسة اتجاه الموظفين نحو استخدام التطبيقات الإعلامية بنسبة كبيرة، وذلك لتنمية العلاقات العامة مع البائن وترويج خدماتهم.

حيث أكدت المقاربة النظرية لمدخل الاستخدامات والإشاعات أن الوسائل الإعلامية الحديثة لديها دور في تنمية العلاقات بين الموظف والزبون وذلك يتمثل في النظر في العلاقة بين مضمون أجهزة الإعلام والجمهور بنظرة جديدة تفترض أن قيم الناس واهتماماتهم ومصالحهم وميولهم وأدوارهم الاجتماعية هي الأكثر تأثيرا وفاعلية في سلوكهم الاتصالي، فهو تفتح على دراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية مركزة على الوظائف الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام من وجهة نظر الأفراد المستخدمين لها والمستهلكين لمحتواها، أي أن دور الوسائل الإعلامية هي إدارة علاقات الموظف بالجمهور المستهلك

للخدمات وتطويرها، كما أكدت دراسة هوشيار مظفر علي أمين من خلال نتائج دراستهم توصل ؟إلى ان الإعلام التفاعلي له تقنياته التي يستطيع تحريك أنظمة الإعلام التفاعلي.

- جاء في البند رقم 02العبارة "**أحصل على خدمات إعلامية مرضية من قبل مؤسستي**"؛ في المرتبة الخامسة5 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (3.920)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت] 3.40–4.20]؛ التي تشير إجابتهم بموافق، وبانحراف معياري (0.801) وهي قيمة تضح أن هناك تجانس في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم. رغم ذلك توجد فروق دالة إحصائية حسب قيمة كاي تربيع المحسوبة (2.861) أصغر من نظيرتها الجدولية (9.49)، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) وبدرجة حرية 4، وبالتالي لا توجد فروق في اتجاهات الموظفين على العبارة، حيث قدرت نسبة المبحوثين الموافقين لهذه العبارة ب 74.7%،تليها 20% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد نسبة الموظفين غير الموافقين على هذه العبارة 5.3%.

من خلال مقابلتنا لأحد الموظفين طرحنا عليه سؤال مفاده: هل هناك خدمات إعلامية مرضية تحصل عليها من قبل المؤسسة؟ فكانت الإجابة بـ نعم؛ وتتمثل في تدفق عالي للإنترنت، كالمكالمات مجانية للموظفين، شرائح مجانية، (الملحق رقم 04)

وهذا ما ذهب إليه وأكده (هنري فايول) في مبادئه 14 (وحدة مصدر الأوامر)؛ من بين هاته المبادئ؛ "مبدأ مكافآت الموظفين: "يجب أن يكون الأجر وقيمة المكافأة المدفوعة مرضية لكل الموظفين وصاحب العمل، ويعتمد مستوى الدفع على قيمة الموظفين بالنسبة للمنظمة، وتحدد هذه القيمة على أساس عوامل مثل: تكاليف الحياة وتوفر الموظفين، والظروف العامة للعمل؛ أي أن الموظفين داخل المؤسسة يحصلون على خدمات إعلامية خاصة بهم وتكون مرضية.

- جاء في البند رقم 08"**وفرت لي مؤسستي الوسائل اللازمة لأداء عملي بحاسوب آلي وتدفق عالي المستوى**"؛ في المرتبة السادسة 06 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (3.840)،ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت]3.40–4.20]؛ وبانحراف معياري (0.973) وهي قيمة توضح أن هناك

تجانس كبير في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم وهو ما توضحه أيضا قيمة كاي تربيع المحسوبة لهذا البند، كانت قيمته المحسوبة (6.974) أصغر من نظيرتها الجدولية (9.49) وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 وبدرجة حرية 4؛ وبالتالي لا توجد فروق في استجابات أفراد العينة على العبارة.

حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 70.7% تليها16% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد الموظفين غير الموافقين على هذه العبارة بنسبة 13%. فلدى ملاحظتنا داخل المؤسسة لاحظنا أن هناك وسائل لازمة لأداء عمل الموظفين وهو الحاسوب الآلي، فهو يساعد على تحسين في مستوى الخدمات المقدمة للزبون (الملحق رقم 03)،[1] كما أكدت دراسة عبد الوهاب عبد الله احمد المعمري أنه هناك تأثير التوظيف بوسائل التكنولوجية الحديثة حيث توصل من خلال النتائج إلا أنه هناك أهمية باستخدام وسائل تكنولوجية وأن إمكانية زيادة الرغبة والدافعية لاستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في التدريس يزيد من العملية الإتصالية، جاء في البند رقم 3 العبارة "**أستخدم وسائل الإعلام التفاعلية مع زملائي في إنجاز مهام عملي**"؛ في المرتبة السابعة7 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (3.786)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت]3.40 – 4.20[التي تشير إجابتهم نحو الموافقة؛ وبانحراف معياري (1.003) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس كبير في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، رغم ذلك توجد فروق دالة إحصائية حسب قيمة كاي تربيع المحسوبة (11.980) والأكبر من قيمة كاي تربيع الجدولية (9.49)، حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 96%.

وهذا ما لاحظناه أثناء دراستنا، أن هناك استخدام لوسائل الإعلام التفاعلي مع الموظفين فيما بينهم لإنجاز مهام العمل المكلفة لكل موظف، حيث أنها تلعب دور مهم في المؤسسة؛ وهذا ما أكدته المحاضرة في مقياس الإعلام التفاعلي للدكتور حسين أبو شنب حول "الإعلام التفاعلي"، حيث يبين أن وسائل الإعلام التفاعلي وسعت معارف ومعلومات وتخزينها وترتيبها وإنتاجها وبثها والتعامل معها والاتصال بالموظفين من خلالها بهدف

[1] حسن أبو شنب، **مقدمة في تطور الإعلام والمعلومات**، شوهد بتاريخ 2022/04/24، على الساعة 14:00، رابط المدونة: Pression.blogspot.com

بث التعاون في تأدية المهام، فمن خلال الإعلام التفاعلي يتم تبادل الأدوار الاتصالية، بالإضافة إلى الاتصال والاتفاق الجماعي من خلال التبادل الحر للآراء دون تدخل أو تأثير.

- جاء في البند رقم 6 العبارة "**عززت لي منصة الصفحة الرسمة للمؤسسة (الفايسبوك) مجالات التعاون مع زملائي في العمل داخل المؤسسة**"؛ في المرتبة السادسة 8 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (3.733)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت]3.40–4.20] التي تشير إجابتهم نحو الموافقة؛وبانحراف معياري (0.759) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس كبير في
- تجاهات المبحوثين نحو هذا البند وهو ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم.

وهو ما توضحه قيمة كاي تربيع المحسوبة لهذا البند، كانت قيمة المحسوبة (9.241) أصغر من نظيرتها الجدولية (9.49). وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 وبدرجة حرية 4؛ وبالتالي لا توجد فروق في اتجاهاتهم على العبارة، حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 68%.

لاحظنا استخدام تطبيق الفايسبوك بنسبة متوسطة لهذا التطبيق، حيث يتيح مجالات التعاون بين الموظفين في العمل وداخل المؤسسة وخارجها ويعمل على تسهيل المهام وتقريب المسافات بين الموظفين وتسهيل عملية الاتصال والتفاعل فيما بينهم، وهذا ما أكده تايلور في نظرية "الإدارة العلمية" ويظهر ذلك في مبادئه حيث أكد على "تأكيد التعاون من خلال الحوافز وتوفير بيئة العمل تساعد على الوصول إلى نتائج القصوى في العمل في ظل الطريقة العلمية"؛ بالإضافة إلى مبادئ فايول التي تأكد على "توحد الموظفين يجب تحقيق نوع من التناغم في تسيير الموظفين ومن الأفضل تجنب مبدأ (فرّق تسد) وتعزيز روح الألفة والترابط بين الموظفين ومنع أي أمر يعيق ذلك.

خلاصة المحور الثالث:

من خلال المعطيات الرقمية المتحصلةعليها بخصوص استجابات أفراد العينة حول عبارات المحور الثالث؛

إن مساهمة الإعلام الفاعلي في قدرة المنظمة على التكيف والاستمرارية في البقاء مساهمة عالية، وذلك من خلال اتجاه الموظفين نحو استخدام أجهزتها وتطبيقاتها لزيادة التفاعل والتكيف مع المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة، بتقوية العلاقات بين الموظف والزبون والموظفين فيما بينهم، ما يجعل هاته تطبيقات الإعلام التفاعلي على رفع من مستوى خدمات المؤسسة، ويجعلها تستمر في البقاء.

وترى الباحثتان خولة بلعيساوي وليلا ساكر أن اتجاهات الموظفين نحو استخدام وسائل الإعلام التفاعلي له مساهمة عالية في تفاعل الموظفين فيما بينهم في تأدية مهامهم وفي ترويج الخدمات مؤسسة للزبون في المرتبة الثانية، لا ننسى أيضا أنها دعمت العملية التنظيمية وذلك يرجع بالفعالية للاتصال داخل المؤسسة.

المحور الرابع: تكنولوجيا الإتصال في تحسين مستوى جودة خدمات المؤسسة

الفصل الثالث: إتجاهات الموظفين نحو مساعدة تكنولوجيا الاتصال في تحسين مستوى جودة خدمات المؤسسة.

الرقم	العبارة	المقياس	التكرارات والنسب المئوية					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كاي تربيع المحسوبة	الدلالة
			موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما				
1	أعتمد على التنسيق العمودي والأفقي عبر اللوحات الرقمية لتسريع خدمة الزبائن	ت	16	42	13	4	0	3.933	0.776	2.950	غير دال إحصائيا
		ن	%21.3	%56.0	%17.3	%5.3	%0.0				
2	أشارك في الاجتماعات عن بعد عبر آلية اتصال زوم لمناقشة مشكلات الزبائن وطلباتهم	ت	7	40	21	6	1	3.613	0.820	10.919	دال إحصائيا
		ن	%9.3	%53.3	%28.0	%8.0	%1.3				
3	استخدم الصفحة الرقمية للشركة في منصة الفيسبوك للإعلان عن العروض الجديدة للزبائن	ت	14	42	17	0	2	3.880	0.804	8.904	غير دال إحصائيا
		ن	%18.7	%56.0	%22.7	%0.0	%2.7				
4	أستعين بالبرمجيات الحديثة لتحسين مستوى الخدمة المقدمة للزبائن (دفع الفواتير)	ت	17	49	9	0	0	4.106	0.582	11.821	دال إحصائيا
		ن	%22.7	%65.3	%12.0	%0.0	%0.0				
5	أساهم في الخدمات الترويجية الرقمية لاستقطاب وجلب زبائن جدد للمؤسسة	ت	16	52	6	0	1	4.093	0.640	10.696	دال إحصائيا
		ن	%21.3	%69.3	%8.0	%0.0	%1.3				
6	استخدم الانترنت لمعالجة الآثار التقنية التي تعيق تدفق الانترنت لدى الزبائن	ت	12	45	14	3	1	3.853	0.783	29.471	دال إحصائيا
		ن	%16.0	%60.0	%18.7	%4.0	%1.3				
7	أشارك في ترويج الخدمات في مؤسستنا بأسعار مقبولة ما يميزنا عن المنافسين	ت	12	50	8	2	3	3.880	0.853	25.961	دال إحصائيا
		ن	%16.0	%66.7	%10.7	%2.7	%4.0				
8	أتعامل بالمرونة المطلوبة في تقديم خدماتنا لتلبية مطالب الزبائن التقنية	ت	15	53	7	0	0	4.106	0.534	17.366	دال إحصائيا
		ن	%20.0	%70.7	%9.3	%0.0	%0.0				
9	أتابع التطورات الحاصلة في سوق الاتصالات من أجل تحسين الخدمات الرقمية التي تقدمها مؤسستنا.	ت	20	48	7	0	0	4.173	0.578	24.438	دال إحصائيا
		ن	%26.7	%64.0	%9.3	%0.0	%0.0				
10	أقترح تقديم عروض جديدة لإدارة مؤسستنا من أجل جذب زبائن جدد وكسب ثقتهم	ت	17	45	11	0	2	4.000	0.788	25.597	دال إحصائيا
		ن	%22.7	%60.0	%14.7	%0.0	%2.7				
11	أبادر بأفكار تقنية جديدة لإدارة المؤسسة من أجل تطوير وتنويع الخدمات التي تلبي رغبات الزبائن الحاليين والمحتملين.	ت	11	54	7	0	3	3.933	0.776	13.765	دال إحصائيا
		ن	%14.7	%72.0	%9.3	%0.0	%4.0				

المتوسط الحسابي العام	3.961
الانحراف المعياري العام	0.476
كاي تربيع للمحور	83.741

تمهيد:

تطرقنا في هذا الفصل إلى دراسة كيفية مساعدة تكنولوجيا الاتصال في تحسين مستوى جودة خدمات المؤسسة، فقد قمنا بتحليل البيانات المتعلقة بهذا الفصل من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكاي التربيع.

جدول رقم (14): يمثل اتجاهات المبحوثين نحو عبارات المحور المتعلق بـ: مساعدة تكنولوجيا الاتصال في تحسين مستوى جودة خدمات المؤسسة.

ترتيب	رقم البند	اتجاه العينة	العبارة
1	9	موافق	أتابع التطورات الحاصلة في سوق الاتصالات من أجل تحسين الخدمات الرقمية التي تقدمها مؤسستنا
2	8	موافق	أتعامل بالمرونة المطلوبة في تقديم خدماتنا لتلبية مطالب الزبائن التقنية
3	4	موافق	أستعين بالبرمجيات الحديثة لتحسين مستوى الخدمة المقدمة للزبائن (دفع الفواتير)
4	5	موافق	أساهم في الخدمات الترويجية الرقمية لاستقطاب وجلب زبائن جدد للمؤسسة
5	10	موافق	أقترح تقديم عروض جديدة لإدارة مؤسستنا من أجل جذب زبائن جدد وكسب ثقتهم
6	11	موافق	أبادر بأفكار تقنية جديدة لإدارة المؤسسة من أجل تطوير وتنويع الخدمات التي تلبي رغبات الزبائن الحاليين
7	1	موافق	أعتمد على النسيق العمودي والأفقي عبر اللوحات الرقمية لتسريع خدمة الزبائن
8	7	موافق	أشارك في ترويج خدمات مؤسستنا بأسعار مقبولة ما يميزنا عن المنافسين
9	3	موافق	أستخدم الصفحة الرقمية للشركة في منصة (الفايسبوك) للإعلان عن العروض الجديدة للزبائن
10	6	موافق	أستخدم الإنترنت لمعالجة الآثار التقنية التي تعيق تدفق الإنترنت لدى الزبائن
11	2	موافق	أشارك في الاجتماعات عن بعد عبر آلية اتصال "زووم" لمناقشة مشكلات الزبائن وطلباتهم

المصدر: إعداد الباحثتان

- جاء في البند رقم 09 "**أتابع التطورات الحاصلة في سوق الاتصالات من أجل تحسين الخدمات الرقمية التي تقدمها مؤسستنا**"؛ في المرتبة الأولى 1 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.173)،ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه

الموظفين كانت]4.20 –3.40] يشير إلى الموافقة؛ وبانحراف معياري (0.578)، وهي قيمة توضح هناك تجانسا كبيرا في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم؛رغم ذلك توجد فروق دالة إحصائية حسب قيمة كاي تربيع المحسوبة (24.438) والأكبر من قيمة كاي تربيع الجدولية (9.49)؛حيث قدرت نسبة المبحوثين الموافقين لهذه العبارة ب 90.7%، وتليها 9% من المبحوثين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد المبحوثينغير الموافقين على هذه العبارة بنسبة 0%،

وهذا ما ذهبت إليه مدخل الاستخدامات والاشباعات التي اعتمدت عليها بحوث الإعلام وساعدت على توفير معلومات قيمة عن الجمهور ونتائج عملية الاتصال، يعتبر مدخل خاص بالجمهور وقد حدثت عليه تطورات كثيرة منذ البداية وحتى الآن، فالتطوير فيه مستمر ولا يتوقف عند حد معين، حيث أقرت بتحسين وتطوير الخدمات الرقمية التي تقدمها المؤسسة بغية إشباع حاجات الزبون، وذلك من خلال التعرف على اتجاهات وأذواق المشاهدين، بالإضافة إلى صنع الرسالة الإعلامية التي تتواءم مع رغبات واحتياجات الجمهور، فتعمل هنا المؤسسة وموظفيها إلى تحسين الخدمات الرقمية التي تقدمها والأخذ بعين الاعتبار حاجات الزبون التي تلبي رغباتهم بشكل متطور.

- جاء في البند رقم 08 "**أتعامل بالمرونة المطلوبة في تقديم خدماتنا لتلبية مطالب الزبائن التقنية**"؛ في المرتبة الثانية 2 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.106)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت]4.20 –3.40]؛ التي تشير إلى الموافقة، وبانحراف معياري (0.534) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم. رغم ذلك توجد فروق دالة إحصائية حسب قيمة كاي التربيع المحسوبة (17.336) والأكبر من قيمة كاي الجدولية (9.49)، حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 90.7%،بينما 9.3% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، تليها الموظفين غير الموافقين على هذه العبارة بنسبة0%؛ وهذا مما يؤكد أن أغلب الموظفين يتعاملون بالمرونة المطلوبة في تقديم خدمتهم لتلبية مطالب الزبائن التقنية، وهذا ما يؤكده المقال العلمي المعنون بـ "لهذه الأسباب تعد المرونة أمرا مهما" لبرنت جليسون بتاريخ 2020/11/12؛

والذي أقرّ في مقاله العلمي مهارات المرونة مفيدة للرفاهية النفسية للموظف بشكل مباشر، حيث تساعد على إعادة تشكيل تصوراته بشأن التوتر والضغط، فالموظفون الأكثر صحة وسعادة أكثر مشاركة في العمل ويقودون نحو الجودة ورضا العميل والربحية، فمعاملة الزبون بمرونة في تقديم الخدمات المطلوبة له يؤدي إلى زيادة الربحية واستقطاب الزبائن بطريقة لينة.[1]

- جاء في البند رقم 04 العبارة "**أستعين بالبرمجيات الحديثة لتحسين مستوى الخدمة المقدمة للزبائن (دفع الفواتير)**"؛ في المرتبة الثالثة 03 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.106)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت]4.20 –3.40] التي تشير إجاباتهم بموافق؛ وبانحراف معياري (0.582) توضح أن هناك تجانسا في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند؛ رغم ذلك توجد فروق دالة إحصائيةحسب قيمة كاي تربيع المحسوبة (11.821) والأكبر من قيمة كاي تربيع الجدولية (9.49)، حيث قدرت نسبة المبحوثين الموافقين لهذه العبارة ب 88%، تليها 21.3% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد الموظفين غير الموافقين على هذه العبارة بنسبة 0%، وهذا ما يؤكد أن أغلب الموظفين يستعينون بالبرمجيات الحديثة لتحسين مستوى الخدمة المقدمة للزبائن، وهذا ما أكدته مدونة ديوان سوفت حيث تقوم البرامج الحديثة للمؤسسة لتحسين مستوى خدمة المقدمة للزبائن وذلك عبر (دفع الفواتير) حيث تقوم ببرامج تخطيط بإرسال البيانات التي تحددها مصلحة الضرائب إلى منظومة الفاتورة الإلكترونية وتقوم واجهة برمجة التطبيقات *APJ* بنقل بينات الفاتورة بصيغة *JSON* أو *XML* دون نقل شكل الفاتورة، كل هاته البرامج الحديثة تضمن تأمينا كاملا لبيانات الفواتير وإثبات الحجية القانونية على مستخدميالمنظومة، وترسل إخطارات أو رسائل لحظية لكل من البائع والمشتري، فهنا البرامج الحديثة تلعب دورا مهما في تأدية

[1] برنت جليسون، لهذه الأسباب تعد المرونة في العمل أمرا مهما، زيادة الاعمال، شوهد بتاريخ2022/05/16 على الساعة: 19:15، رابط المقال:

www.noonpost.com › content

مهام الموظف على مستوى الخدمة المقدمة للزبون وتضمن حق دفع الفواتير من قبل الزبون بطريقة تكنولوجية.

- جاء في البند رقم 05 "**أساهم في الخدمات الترويجية الرقمية لاستقطاب وجلب زبائن جدد للمؤسسة** "؛ في المرتبة الرابعة4 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.093)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت]4.20 –3.40]؛ التي تشير إجابتهم نحو الموافقة، وبانحراف معياري (0.640) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم. رغم ذلك توجد فروق دالة إحصائية حسب قيمة كاي التربيع المحسوبة (10.696) والأكبر من قيمة كاي الجدولية (9.49)، حيث قدرت نسبة المبحوثين الموافقين لهذه العبارة ب 90.6%،مما يؤكد أن أغلب المبحوثين يساهمون في الخدمات الترويجية الرقمية لاستقطاب وجلب زبائن جدد للمؤسسة، تليها 8% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد الموظفين غير الموافقين على هذه العبارة بنسبة1.3%؛ وفي مقابلتنا لأحد موظفي المؤسسة وطرحنا عليه سؤالين حول كيفية مساهمة الخدمات الترويجية عبر المواقع الإلكترونية في جلب الزبائن واستقطابهم؟ كانت الإجابة أنها تساهم في جلب الزبائن واستقطابهم من خلال تقديم الخدمات الرقمية عالية المستوى حيث تحقق إشباعات لمطالب، فهنا دور الخدمات الترويجية هي ترويج تلك الخدمات العالية المستوى عبر الإنترنت وتطبيقاتها لجذب الزبائن وهذا ما تؤكده الدراسة.

وهذا ما أكدته الدراسة "دور الإستثمار في ترويج الخدمات في المؤسسات الخدماتية" لحسيب سميرة، لشهب سهام حيث بينت الدور الكبير الذي يلعبه الإشهارداخل المؤسسة موبيليس، وذلك من خلال استخدام مختلف وسائل وأساليب الترويجية والقيام بالحملات الإشهارية فهو يهدف إلى ترويج الخدمة ويساعد على جذب انتباه الزبائن للخدمة والتأثير على مواقفهم وتعاملهم مه المؤسسة، فمؤسسة موبيليس تستخدم أسلوب الإشهار المباشر في الترويج والذي يهدف إلى استقطاب عدد كبير من الزبائن من خلال توضيح الفكرة وترسيخها في ذهن الزبون، فهنا نستطيع القول أن الخدمات الترويجية لديها دور في جلب

الزبائن واستقطابهم من خلال الاشهارات والملصقات والمواقع الإلكترونية وذلك بهدف زيادة ربح المبيعات.[1]

- جاء في البند رقم 10العبارة "**أقترح تقديم عروض جديدة لإدارة مؤسستنا من أجل جذب زبائن جدد وكسب ثقتهم** "؛ في المرتبة الخامسة5 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (4.000)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت]3.40–4.20[؛ التي تشير إجاباتهمنحو الموافقة، وبانحراف معياري (0.788) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم. رغم ذلك توجد فروق دالة إحصائية حسب قيمة كاي تربيع المحسوبة (25.597) والأكبر من قيمة كاي تربيع الجدولية (9.49)، حيث قدرت نسبة المبحوثين الموافقين لهذه العبارة ب 82.7%،مما يؤكد أن أغلب المبحوثين يقترحون تقديم عروض جديدة لإدارة مؤسستهم من اجل استقطاب زبائن جدد وكسب ثقتهم، تليها 14.7% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما المبحوثين غير الموافقين بنسبة2.7%.

من خلال مقابلتنا للموظفين طرحنا سؤال يتمحور حول: إن كانيساهم في التجديد في عروض الخدمات المقدمة أو لا؟ فكانت الإجابة هناك مساهمة قوية من طرف الموظفين في اقتراح عروض جديدة لإدارة المؤسسة من خلال دراسة متطلبات الزبون واحتياجاته وتقديم تلك الخدمات بصورة جديدة، هذا يؤدي إلى جذب الزبائن، وكسب ثقتهم وهذا ما تقره مدرسة العلاقات الإنسانية بوجه خاص (الملحق رقم04)، وهذا ما ذهب إليه ليكرت في تقسيمه للعوامل الدافعة للعمل؛ حيث تبين أن هناك عوامل تتعلق بالدوافع الذاتية كالرغبة في الاتجار والتقدم، وعوامل تتعلق بالرغبة في التجديد والابتكار في أداء العمل.

- جاء في البند رقم 11"**أبادر بأفكار تقنية جديدة لإدارة المؤسسة من أجل تطوير وتنويع الخدمات التي تلبي رغبات الزبائن الحاليين** "؛ في المرتبة السادسة 06 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (3.933)،ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت]3.40 – 4.20[؛التي تشير إجاباتهمنحو الموافقة،

[1] سميرة حسيب وسهام لشهب، **دور الإشهار في ترويج الخدمات في المؤسسات الخدماتية**، جامعة محمد الصديق بن يحي، كلية العلقم الإنسانية والإجتماعية، مذكرة ماستر، 2016–2017، جيجل، ص160.

وبانحراف معياري (0.776) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس كبير في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم، رغم ذلك توجد فروق دالة إحصائية حسب قيمة كاي تربيع المحسوبة (13.765) والأكبرمن قيمة كاي تربيعالجدولية (9.49)، حيث قدرت نسبة المبحوثين الموافقين لهذه العبارة ب 86.7% مما يؤكد أن أغلب الموظفين لديهم الرغبة في المبادرة بأفكار تقنية جديدة لإدارة المؤسسة من أجل تطوير وتنويع الخدمات التي تلبي رغبات الزبون، وتليها9.3% من المبحوثين المحايدين لهاته العبارة، بينما نجد المبحوثين غير الموافقين على هذه العبارة بنسبة 4%.

نلاحظ وجود روح المبادرة لدى الموظفين والمتمثلة في تطوير وتنويع الخدمات التي تلبي رغبات الزبائن(الملحق رقم03)، مما تؤكد نظرية *Y* لماك غريغر أنه يعطي أهمية للبعد الإنساني ويضع موازنة بين حاجات العامل وحاجات التنظيم؛ تقوم هذه النظرية على الافتراضات من بينها:

يتمتع العامل بمقدار من المعارف لا تستغل كليا من طرف التنظيم، وهو قادر على الإبداع والتطور والتجديد في المهام التي يقدمها.

- جاء في البند رقم 01 العبارة "**أعتمد على النسيق العمودي والأفقي عبر اللوحات الرقمية لتسريع خدمة الزبائن** "؛ في المرتبة السابعة7 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (3.933)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت]4.20 – 3.40] التي تشير إجابتهم نحو الموافقة؛ وبانحراف معياري (0.776) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس كبير في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، وهو ما توضحه قيمة كاي تربيع المحسوبة لهذا البند، كانت قيمة المحسوبة (2.925) أصغر من نظيرتها الجدولية (9.49)،وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 وبدرجة حرية 4؛ وبالتالي لا توجد فروق في اتجاهات الموظفين على العبارة،حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة ب 77.3%، تليها17.3% من الموظفين المحايدين لهاته العبارة، بينما 5.3% منالموظفين غير موافقين على هذه العبارة.

حيث نلاحظ أن عامل التنسيق هو العنصر الأساسي في إدارة الاتصال التنظيمي بين الموظفين وبين الإدارة والموظف وذلك عبر اللوحات الرقمية التي تسرع في خدمة الزبائن،

وتؤكد المدرسة الكلاسيكية الحديثة على أهمية التنسيق، من بين روادها الذين درسوا عامل التنسيق كمبدأ من مبادئه نجد ألفريد سلون "التنسيق ضروري كونه مصدر للاقتصاد والفعالية وتتجلى أهميته في وضع هياكل بدون مسؤولية، فهو يقترح إعطاء الوحدات استقلالية في تحديد الأسعار وتسيير المبيعات ومردودية الاستثمارات لتبقى الإدارة العليا مهتمة بالقرارات الاستراتيجية كتوحيد طرق التنسيق واتخاذ القرارات المالية، كتحليل النتائج وتوصيل المعلومات بواسطة الرقمنة وأجهزتها".

- جاء في البند رقم 7 العبارة "**أشارك في ترويج خدمات مؤسستنا بأسعار مقبولة ما يميزنا عن المنافسين**"؛ في المرتبة الثامنة8 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (3.880)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت]3.40–4.20] التي تشير إجابتهم نحو الموافقة؛وبانحراف معياري (0.853) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس كبير في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، وهو ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم.

رغم ذلك توجد فروق دالة إحصائية حسب قيمة كاي تربيع المحسوبة(25.961) والأكبر من قيمة كاي تربيع الجدولية (9.49)، حيث قدرت نسبة المبحوثين الموافقين لهذه العبارة بنسبة82.7%، تليها10.7% من المبحوثين المحايدين لهاته العبارة، بينما 6.7% من المبحوثين غير الموافقين على هذه العبارة.

نلاحظ أن نسبة الموظفين الذين يشاركون في ترويج الخدمات في المؤسسة كان بنسبة عالية، مما جعلنا في مقابلتنا نطرح سؤال الآتي على أحد موظفي المؤسسة؛ هل فعلا يشارك الموظف في ترويج الخدمات في المؤسسة وبأسعار مقبولة مما يميزهم عن المنافسين؟ فكانت الإجابة هناك برامج حديثة نروج من خلالها الخدمات بأسعار مقبولة بهدف جلب الزبائن وكسب ثقتهم، مما يميزنا عن المنافسين. وتتمثل مصادر القدرة التنافسية للمؤسسة حسب أوكتاف جيلينيه فيما يلي:

الإبداع، الدافعية والتفكير الناتجة عن التنافس؛ المحيط التنافسي الضاغط، السعي لتحقيق أهداف ذاتفائدة اجتماعية داخل وخارج التنظيم (الأهداف الاجتماعية؛ رضا الزبائن، وأيضا رضا وتحفيز العمال).

- جاء في البند رقم 03 العبارة "**أستخدم الصفحة الرقمية للشركة في منصة (الفايسبوك) للإعلان عن العروض الجديدة للزبائن** "؛ في المرتبة التاسعة9 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (3.880)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت]3.40–4.20] التي تشير إجابتهم نحو الموافقة؛وبانحراف معياري (0.804) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس كبير في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، وهو ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم؛ وهو ما توضحه قيمة كاي تربيع المحسوبة لهذا البند، كانت قيمة المحسوبة (9.49) أصغر من نظيرتها الجدولية (9.49). وهي غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 وبدرجة حرية 4؛ وبالتالي لا توجد فروق في اتجاهاتهم على العبارة.

حيث قدرت نسبة الموظفين الموافقين لهذه العبارة بنسبة74.7%، تليها22.7% من الموظفين المحايدين، بينما 2.7% منالموظفين غير الموافقين.

حيث لاحظنا من خلال دراستنا الاستطلاعية أن معظم الموظفين يستخدمون الصفحة الرقمية للشركة (البريد الإلكتروني) وصفحات التواصل الاجتماعي للإعلان عن العروض الجديدة للزبائن والتفاعل معهم، وهذا ما أكدته دراسة بشرى لعياشة بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق الخدمات"، حيث من نتائج التي توصلت إليها الدراسة أن ظهور التواصل الاجتماعي ومواقعه عرفت إقبالا واسعا من طرف الأفراد حيث يقضون معظم وقتهم في استخدامها، مما دعا المؤسسات المتماشية إلى استغلالها في تسويق منتجاتها وخدماتها وأفضل وسيلة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الزبائن، من أن مؤسسة اتصالات الجزائر تعتمد على صفحتها في الفايسبوك لتقدم المعلومات اللازمة لزبائنها عن العروض والخدمات المقدمة.

- جاء في البند رقم 06 العبارة "**أستخدم الإنترنت لمعالجة الآثار التقنية التي تعيق تدفق الإنترنت لدى الزبائن**"؛ في المرتبة العاشرة10 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (3.853)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت]3.40–4.20] التي تشير إلى الموافقة؛وبانحراف معياري (0.783) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس كبير في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، وهو ما يعني تقاربا

في اتجاهاتهم؛ رغم ذلك توجد فروق دالة إحصائية حسبقيمة كاي تربيع المحسوبة (29.471) والأكبر من قيمة كاي تربيع الجدولية (9.49).

حيث قدرت نسبة المبحوثين الموافقين لهذه العبارة بنسبة76%، تليها18% من المبحوثين المحايدين، بينما 5.3% من المبحوثين غير الموافقين.

حيث لاحظنا أن معظم الموظفين يستخدمون الإنترنت في معالجة الآثار التقنية التي تعيق تدفق الإنترنت لدى الزبائن، وذلك عند مقابلتنا لبعض الموظفين وجهنا سؤال حول إن كانت الإنترنت تعالج الآثار التقنية التي تعيق الإنترنت لدى الزبائن؟ فكانت الإجابة من المبحوثين بنعم؛ فالإنترنت دورها هو البحث عن الحلول التقنية التي تساعد في زيادة تدفق الإنترنت لدى الزبائن، وذلك من خلال دراسة هاته المعيقات وأسبابها واقتراح حلول عملية لها بغية تحسين الخدمات ومتطلبات الزبون.

- جاء في البند رقم 02 العبارة "**أشارك في الاجتماعات عن بعد عبر تقنية زووم لمناقشة مشكلات الزبائن وطلباتهم**"؛ في المرتبة العاشرة11 من ناحية الأهمية النسبية بمتوسط حسابي بلغ (3.613)، ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن فئة مجالات اتجاه العام للموظفين كانت[3.40–4.20] التي تشير إلى الموافقة؛وبانحراف معياري (0.820) وهي قيمة توضح أن هناك تجانس كبير في اتجاهات المبحوثين نحو هذا البند، وهو ما يعني تقاربا في اتجاهاتهم؛ رغم ذلك توجد فروق دالة إحصائية حسبقيمة كاي تربيع المحسوبة (10.919) والأكبر من قيمة كاي تربيع الجدولية (9.49).

حيث قدرت نسبة المبحوثين الموافقين لهذه العبارة بنسبة62.3%، تليها28% من المبحوثين المحايدين، بينما 9.3% منالمبحوثين غير الموافقين على هذه العبارة.

نلاحظ أن بعض الموظفين يشاركون في الاجتماعات عن بعد عبر آلية الإتصال "زووم *zoom*"؛ بهدف مناقشة مشكلات الزبائن وطلباتهم، مما تؤكد على ذلك مقاربة النظرية لدراستنا الاستخدامات والاشباعات (فقد أصبح على الإعلامي جهدا مضاعفا وهو التعرف على اتجاهات وأذواق المشاهدين، بالإضافة إلى صنع الرسالة الإعلامية التي تتواءم مع رغبات واحتياجات الجمهور)؛ ولذلك تحاول النظرية الربط بين حاجات ورغبات الجمهور

واحتياجات الإعلامي، من هنا تتم مناقشة مشكلات الزبائن ومتطلباتهم من خلال رفع من مستوى الخدمات المقدمة لهم.

خلاصة الفصل الرابع:

من خلال المعطيات الرقمية المتحصلة عليها بخصوص استجابات أفراد العينة حول عبارات المحور الرابع؛ مساهمة تكنولوجيا الاتصال في تحسين مستوى جودة خدمات المؤسسة؛ نستطيع أن نؤكد ما يلي:

إن مساهمة تكنولوجيا الاتصال في تحسين مستوى خدمات المؤسسة كانت مساهمة عالية وذلك من خلال التنسيق الجيد والكفاءة العالية والمنافسة في تقديم أحسن وأجود الخدمات للزبون، هذا ما يؤكد أن وسائل الاتصال لديها دور هام في تحسين مستوى جودة الخدمات وذلك من خلال استخدام التطبيقات التكنولوجية الحديثة من بينها؛ آلية الاتصال (زووم)، منصة الفايسبوك، التطبيقات الحديثة (لدفع الفواتير)، البرمجيات الحديثة كلها تعمل على ترويج الخدمات المطلوبة للزبائن بهدف استقطابهم وجلبهم، وهذا يرجع إلى فعالية الوسائل التكنولوجية المستخدمة من طرف الموظفين واتجاهاتهم نحوها بدرجة عالية، ولا ننسى أيضا أنها تساعد وتقوي الاتصالات داخل المؤسسة وخارجها، مما يساعد على زيادة الفعالية التنظيمية.

خلاصة الفصل:

لقد قمنا في هذا الفصل بتوضيح الطريقة والإجراءات المتبعة من قبل الباحث في إنجازه للبحث؛ من خلال الإنطلاق من الدراسة الاستطلاعية التي تعد بمثابة القاعدة لضبط وتحديد خط طريق سير البحث، حيث سمحت لنا بالتعرف على البيئة الداخلية لمؤسسة اتصالات الجزائر وأعطتنا صورة حول الوسائل التكنولوجية الإعلام والاتصال المعتمدة من قبل الموظفين، وأهم الخدمات المقدمة للزبون، وكيفية استخدامها لتأدية المهام وتفعيل نظام الداخلي للمؤسسة؛ الأمر الذي ساعدنا على ضبط تصوراتنا المتعلقة بالموضوع، ومكننا من اختيار المنهج والأدوات المناسبة لجمع البيانات في الميدان لنقوم بسرد مراحل بناء الاستمارة وذكر المراحل التي مرت بها بدءا من عملية التحكيم، وصولا إلى معالجة الإحصائية للبيانات المجموعة من خلال الدراسة التجريبية لتصبح الوسيلة جاهزة للاختبار ميدانيا.

نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات والدراسات السابقة والمقاربة النظرية

1- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

الفرضية الأولى:

من خلال المتوسط الحسابي العام الذي قيمته 4,088 والانحراف المعياري العام ينتابه التشتت قدر ب 3,378 يشير الى الاتجاه العام الموظفين نحو فئه موافق وهذا ما يؤكد صحه الفرضيه التي انطلق منها الباحثين هنالك اتجاه ايجابي نحو مساهمه الاتصال الرقمي في قدره المنظمه على تحقيق اهدافها لان الفرضيه قد تحققت وهذا راجع الى ان الموظفين لديهم تجاه ايجابي في استخدام وسائل وتطبيقات الاتصال الرقمي بنسبه قويه وعاليه مما يجعل من.... الوسائل تؤدي دور مهم في تحقيق أهداف المؤسسة بطريقة مواكبه للعصرنا وتطبيقاتها التكنولوجيه الاتصاليه مما ينتج عنها زياده في درجه فاعليه الاتصال التنظيمي في ظل وجود الاتصال الرقمي.

رغم ذلك توجد ظروف داله احصائيه حسب كاي تربيع المحسوبة 30,977 أكبر من كاي الجدولية *9,49*، ويعزي الباحثان ذلك الى اختلاف في استخدام وسائل الاتصال الرقمي لدي الموظفين.

الفرضية الثانية:

من خلال المتوسط الحسابي الذي قيمته 3,991 يتضح من خلال اجابات المبحوثين ان فئه مجالات اتجاه العام للمفاسين تشير الى الموافقه وانحراف معياري 0,399 وهي قيمه توضح ان هناك تجانس كبير بين اتجاهات المبحوثين وهذا ما يؤكد من صحه الفرضيه التي انطلق منها الباحثان والتي مفادها هناك اتجاه ايجابي نحو مساهمه وسائل الاعلام التفاعلي في قدره المنظمه على التكيف الاستمراريه والبقاء لان الفرضيه قد تحققت وهذا رجع الى ان الموظفين لديهم اتجاه ايجابي نحو استخدام وسائل الاعلام التفاعلي بنسبه قويه وعاليه مما جعل من استخدام هذه الوسائل زياده في الاتصال والتفاعل بين الموظفين داخل المؤسسه بين الزبون والموظف في تلبيه المتطلبات الزبون وقت تقديم افضل الخدمات مما يسهل على عمليه التكيف والاستمرارية في البقاء.

من خلال التحديد والتطور في مهام الموظفين بالاعتماد على اجهزه الاعلام الرقميه بالاضافه الى زياده مكافات الموظفين من خلال الخدمات المرضيه المقدمه لهم وزياده عمليه التفاعل والاتصال بواسطه التطبيقات الاعلام التفاعلي مثل الفايسبوك وذلك بهدف ترويج الخدمات وتنويع وتنميه جوده الخدمات المؤسسه وذلك يرجع الى التنظيم الجيد وذلك يقوي تفاعليه الاتصال التنظيمي ورغم ذلك توجد فروق داله احصائيه التربيه المحسوبة 39,570 أكبر من كاي على الجدولية *9,49* ويعزي الباحثتان ذلك الى اختلاف في استخدام وسائل الاعلام التفاعلي لدى الموظفين.

الفرضية الثالثة:

من خلال متوسط الحسابي العام الذي قيمته 3,961 يتضح الاعجابات المبحوثين في فئه مجالات اتجاه العام للمبحوثين تشير الى الموافقه وبانحراف المعياري العام 0,476 وهي قيمة توضح ان هنالك تجانس كبير بين اتجاهات المبحوثين وهذا ما يؤكد من صحه الفرضيه التي انطلق منها الباحثون والتي مفادها هناك اتجاه ايجابي نحو مساعده التكنولوجيا الاتصال في تحسين مستوى جوده خدمات المؤسسه لان الفرضيه قد تحققت وهذا رجع الى ان الموظفين لديهم اتجاه ايجابي نحو استخدام تكنولوجيا الاتصال بنسبة قوية مما ادعي لتحسين مستوى جوده الخدمات المؤسسه ويرجع ذلك لمساعده وسائل التكنولوجيه الاتصال في زياده من التنسيق الجيد داخل المؤسسه واستخدام تطبيقات الحديثه بدرجه عالية بهدف مناقشة مشكلات الزبائن المطروحة وتلبيه متطلبات الزبون واسقطاب زبائن جدد بالاضافه الى الكفاءه والجوده في الاتجاه الموظفين نحو استخدام وسائل التكنولوجيا بطريقه علميه صحيحه تعود بالنفع على تنظيم المؤسسه مما يستدعي الى عامل المنافسه الذي يؤدي الى تمييز خدمات مؤسسه عن الاخرى وذلك بقياس درجه الخدمات المقدمه للزبائن ونسبه الرضاعه عندها من قبل الجمهور المتلقي لها مما يعطي صوره ومكانه خدماتيه عاليه الجوده المؤسسه وطباعها الاتصالي، ورغم ذلك توجد ظروف داله احصائيه حسب كاي التربيع المحسوبة 83,741 اكبر من كاين جدولية 9,49، الباحثتان ذلك الى اختلاف في استخدام وسائل التكنولوجيا الاتصال لدى الموظفين.

النتائج على ضوء الدراسات السابقة:

من خلال مقارنه دراستنا مع الدراسات السابقه حول فعالية الاتصال التنظيمي في التكنولوجيا الاعلام والاتصال وبالرغم من ان الدراسات السابقه أفادتنا كثيرا في عده جوانب الا ان هنالك اوجه تشابه واوجه اختلاف تشابه الدراسه أفاضل فايزه سعدون سمية في الاتصال التنظيمي دوره في تحسين الاداء الوظيفي بالاضافه للاتصالات ودورها في تحقيق الكفاءة والفاعلية باعتبارها عنصر نجاح المؤسسات وتحقيق اهدافها فهو مرتبط كل الارتباط باداء العاملين، وهذا ما يتفق مع دراستنا في الوصول الى ان هناك اتجاه ايجابي للموظفين نحو استخدامهم للاتصال الرقمي الذي ساهم في تحقيق اهداف المؤسسه اما الاختلافات تكمل في ان الدراسه درست الدور، اما دراستنا قد درست اتجاه الموظفين نحو فعاليه الاتصال التنظيمي في ظل وجود التكنولوجيا الاعلام والاتصال واختلفت في نوع العينه المستخدمه والمنهج ومكان دراسة.

تشابهت دراسة هو شيبار مظفر علي امين في تاثير الاعلام التفاعلي في الاعلام الحديث حيث تبين من نتائج الدراسه ان الاعلام التفاعلي له تقنيته والانترنت لديها دور في تاثير الاعلام التفاعلي في الاعلام الحديث، يتجلى في التحول الذي مس تقنيات الاعلام التفاعلي وتتفق مع دراستنا في ان هناك إتجاه إيجابي موظفين نحو استخدام الاعلام التفاعلي في المساهمه في التكيف الاستمراريه في البقاء حيث اختلفت هذه الدراسه في اساليب دراسه والمنهج والادوات والاهداف.

إتفقت دراسة محمد زوهير التيناوي في دور إستخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركة الإتصالات، وعندما يتتطابق مع دراستنا في الوصول ان هناكلك إتجاه إيجابي نحو إستخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصال في تحسين جودةالخدمات داخل مؤسسة الاتصالات، وتختلف مع دراستنا في نوع المنهج والعينة والادوات

اما فيما يخص دراسة عبد الوهاب الله المعمري فقط اتفقت مع دراستنا في "متغير تكنولوجيا الاعلام والاتصال" يحث تناولت كيفية تأثير توظيف الوسائل التكنولوجيا في المؤسسة، فهي تساهم في العملية الإتصالية، الى ان هنالك اختلافات في نوع المؤسسة التي

طبقت فيها الدراسة الميدانية، وهذا ما يتوفق مع دراستنا في اتجاه الايجابي للموظفين في استخدامهم لوسائل الاعلام والاتصال ودورها تفعيل الاتصال التنظيمي داخل المؤسسة

واتفقت دراسة عابد كمال في احد متغيرات دراستنا وهو" تكنولوجيا الاعلام والاتصال"، بحيث تناولت تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتاثيراتها على قيم المجتمع الجزائري وكانت نوع العينة نفس العينة التي استخدمناها في دراستنا، توصل في دراسته الى ان استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال تؤدي الى اشباع الحاجات ورغبات الافراد النفسية والاجتماعية، وهذا ما توصلنا الية في دراستنا الحالية وهو اتجاه الايجابي للموظفين نحو استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال يؤدي الى زيادة درجة الفعالية الاتصال التنظيمي

النتائج على ضوء المقاربة النظرية لدراسة:

بناء على البحث الامبريقي لميدان الدراسة وعلى ضوء المقاربه النظريه التي استندنا اليها في معرفة اتجاهات الايجابيه للموظفين نحو فعاليه الاتصال التنظيمي في ظل وجود تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسه ووفقا للنتائج المتحصل عليها استخلصنا ما ياتيان استخدام الموظفين لتكنولجيا الاعلام والاتصال واجهزتها تزيد من فعاليه الاتصال التنظيمي داخل المؤسسه الخدماتيه وهذا ما يتفق مع مدخل الاستخدامات والاشباعات حول فكره اساسيه ان الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض اليها من جنب اخر ;حيث فسرت لنا النظريه هدف استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفه لاشباع احتياجاتهم ودوافع التعرض حيث فسرت لنا نتائج استخدام وسائل الاعلام والاتصال من بينها فهم العمليه الاتصاليه الجماهيريه وهذا ما ذهب اليه كاتز وبلومر ان استخدام الافراد لوسائل الاعلام ينتج عنها اشباعات الاحتياجات ونتائج اخرى من بينها تفعيل العمليه الاتصاليه بين الزبون والموظفين في ما بينهم وهذا يفعل من الاتصال التنظيمي داخل المؤسسه بالاضافه الى ان اعضاء الجمهور الفاعلون في عمليه الاتصال واستخدامهم لوسائل الاعلام تحقق لهم اهداف مقصوده تلبي توقعاتهمكما يرى الباحثون امثال سيلز وويلت وبلومر وتريست وجون وود وورد في اتجاه السوسيوتقني في دراسه العلاقات المتبادله بين التكنولوجيا والانساق الاجتماعيه داخل تنظيمات العمل فقد وضح بلونر ان طبيعه التكنولوجيا تؤثر على طبيعه الاشباع المهني للعامل وعلى نوعيه العلاقات المهنيه والاجتماعيه فهي تساعد على تقويه

الروابط الاجتماعيه بين العمال في جين ان جون وود وورد اوضح لنا التاثير القوي الذي تمارسه التكنولوجيا على بناء التنظيم وعمليته المختلفه وتوصل الى نتائج من بينها يؤدي التوافق بين التكنولوجيا والهيكل التنظيمي الى زياده فعاليه الاتصال التنظيمي وهذا ما توصلت اليه نتائج دراستنا الحاليه في ان هنالك اتجاه ايجابي للموظفين نحو فعاليه الاتصال التنظيميه يكون بواسطه استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسه الخدماتيه بالضبط اتصالات الجزائر_ بتبسه_

عرض النتائج ومناقشتها

➢ النتائج العامة

نستنتج من خلال التحليل السابق لنتائج:

- ان التصال الرقمي يساهم لتحقيق اهداف المؤسسات عموما سةاءا كانت اقتصادية اجتماعية ثقافية تعليمية...الخ، وهذا راجع للوظائف التي يوفرها الاتصال الرقمي من بينها:

- الحصول على الاخبار من مصادر مختلفة
- مساعدة الافراد للحصول على المعلومات
- اتاحة للفرص التعليم والتعلم للافراد
- يقوي عملية الاتصال داخل المؤسسة وخارجها عبر تطبيقات التواصل، وتحسين الاداء الوظيفي للعمال، التعرف على وسائل التكنولوجية ودورها وأشكال استخدامها، نجد ان الاتصال الرقمي يساعد بشكل كبير في زيادة الكفاءة العملية الاتصالية فمن خلالها يتم تحقيق الاهداف المسطرة للمؤسسة وذلك راجع لدور الفعال الذي تلعبه في عملية الاتصال التنظيمي داخل المؤسسة فلقد توصلت الدراسة الى ان هناك اتجاه ايجابي في زيادة قدرة منظمة على تحقيق الاهداف المسطرة في استراتجيتها

اما فيما يخص الاعلام التفاعلي فهو يساعد في تحقيق التكيف والاستمرارية في البقاء للمؤسسات عموما، وهذا راجع لانهم يتيح ويسمح في تحقيق مصداقيه التواصل والتفاعل بين المرسل والمتلقي اي الموظف الزبون فوسائل الاعلام التفاعلي عنصر فعال في احداث التفاعليه والتكييف مع المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسه فهنا يتدخل الفضاء الاتصال يفعل بين الموظفين وبين الزبائن، فيحدث عندما يتفاعل بين مختلف العناصر الفاعله في العمليه الاتصاليه الاعلاميه اي بين الوسيله والمستقبل الرساله الاعلاميه فهو يسهل في الدرويش الخدمات التي تقدمها المؤسسه عموما سواء اقتصادي كانت او اجتماعيه خدماتيه او غيرها وهذا ما يميز وسائل الاعلام التفاعلي هو انها تتميز بالتفاعليه الاجتماعيه والتنوع التكامل قابليه التحريك او الحركه تجاوز الحدود الثقافيه تجاوز وحدتي المكان والزمان ومن مميزات المبرزه انخفاض تكلفه الاتصال وتطور المعلومات في النظم الاتصالات بتكلفه سعيده مما

يشجع المستخدمين لاجهزه الحاسب وبرامجه بالنسبه قويه فتوفر الاعلام التفاعلي يساعد الموظفين على التواصل في ما بينهم وتقويه العلاقات والاستمراريه في البقاء بذلك توصلت دراستنا الى نتيجه ان هنالك اتجاه ايجاد الموظفين وساهمت الاعلام التفاعلي في التكييف والاستمراريه في البقاء للمنظمات.

ان تكنولوجيا الاتصال تساعد على تحسين مستوى جوده الخدمات المؤسسات عموما في مختلف مستوياتها فهي تغير شكل طريقه ومكان تقديم الخدمات من حيث شكلها والذي يتطلب اتصال مباشر بين الزبون والموظف لذلك فان استخدم تكنولوجيا الاتصال على المستوى الخدمات يجعل الخدمات التي تقدمها المؤسسه تكنولوجيا تفرض نفسها على مستقبل المؤسسة وتطورها فهي تعمل على تحسين الخدمات من خلال المنافسه والكفاءه التنسيق الجيد للخدمات فبذلك تعمل على ترويج وتسويق الخدمات عبر التسويق الالكتروني ومواقع وتطبيقات التكنولوجيا فهي تقدم خدمات متطلبات الزبون وتعمل على تحسينها وفق متطابتهم واحتياجتهم، سنه ايضا انها تدعم عمليه الاتصالية وتفعلها، وهذا ما توصل اليه نتائج دراستنا في ان هناك اتجاه ايجابي نحو مساعدة تكنولوجيا الاتصال في تحسين مستوى الخدمات

الخاتمة

انطلقت هذه الدراسه من هدف يتمحر حول فعاليت الاتصال التنظيمي فضل تكنولوجيا الاتصال وحاولين اتجاهات الموظفين نحو استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في خلق الفعالية الاتصال التنظيمي من خلال هذا القياس.

في الاتصال يلعب دورا مهما في المؤسسه وذلك من اجل الوصول الى الانسجام وتحقيق الكفاءه والفاعليه اقصى تتضمن لهم البقاء والاستمرار اولا وتحقيق اهدافها المسطره وتحسين من جوده خدماتها المقدمه للجمهور وذلك عن طريق ميلا ايجابيا للموظفين استخدام هذه الوسائل التكنولوجيه الرقميه ومعرفه كيفيه تاثيرها على الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسه دائما على الاتصال الفعال مع موظفيها والزباينها بهدف تخطيط والتنظيم والتوجيه والتنسيق الانضباط من اجل معالجه كل المعوقات التي تعيق الفعليه الاتصالية.

فهذه الدراسه هي بحث عن اتجاهات الموظفين نحو فعاليه الاتصال التنظيمي في ظل وجود تكنولوجيا الاعلام والاتصال، فكلما كان هناك اتجاه اجابه نحو استخدام هذه الوسائل بخبره وكفاءه كل ما زادت الفعاليه الاتصال التنظيمي للمؤسسه وكان الاتصال فعال.

وباختصار لقد حقق هذا البحث هدف الدراسه من خلال معرفه الاتجاهات الموظفين نحو فعاليات الاتصال التنظيمي في ظل تكنولوجيا الاعلام والاتصال وبذلك تبين ان هناك اتجاه ايجابي لموظفي المؤسسه نحو الاتصال الرقم الذي يساهم في تحسين الاهداف المسطره بالاضافه الى اتجاه الايجابي موظفي المؤسسه نحو الاعلام التفاعل الذي يزيد من التكيف والاتصال وهو بدوره يجعل المؤسسه في استمراريه في البقاء كما ان هناك اتجاه ايجابي للموظفين نحو استعمل تكنولوجيا الاتصال التي تعمل على تحسين مستوى الخدمات المؤسسه وكل هذه الاتجاهات تساعد على تفعيل الاتصال التنظيمي وزياده كفائته داخل المؤسسة

قائمة المصادر والمراجع

أولا/ الكتب

1) إبراهيم خليل خضـــر، **مهارات الإتصـــال**، دار الجندي للنشـــر والتوزيع القدس، الطبعة الأولى، 2013

2) إحســـان محمد الحســـن، الأســـس العلمية لمناهج البحث، دار الطيعة، ط 2، لبنان، 1996.

3) أحمد العبد أبو السعيد ود. زهير عابد، **مهارات الإتصال وفن التعاون مع الآخرين**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2014.

4) أفاضل فايزة وسعدون سمية، **الإتصال التنظيمي ودوره في تحسين الأداء الوظيفي**، ع 1، مؤسسة الخزرف مغنية 2017.

5) إياد عبد المجيد، **المهارات الأســـاســـية في اللغة العربية**، مركز الكتاب الأكاديمي، 2015.

6) بشار حزي، **الإتصال التنظيمي**، من منشورات الجامعة الإفتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020.

7) حسين عبد الجبار، **إتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر**، دار أسامة للنشر والتوزيع، طبعة 2011م.

8) خالد حامد، البحث الاجتماعي في البحوث الاجتماعية والإنســـانية، جســـور للنشـــر والتوزيع، الجزائر، 2008.

9) رشـــيد زرواني، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنســـانية، زاعياش للطباعة والنشر، بوزريعة، الجزائر، ط 4، 2012.

10) سامية عواج، **الإتصال في المؤسسة**، مركز الكتاب الأكاديمي، 2020.

11) سعاد سراي، **محاضرات في نظريات الإتصال**، جامعة محمد خيضر –بسكرة–، 2014-2015.

12) السعيد مبروك إبراهيم، **الإتصال الإداري وإدارة المعرفة**، ط أولى، 2013، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.

13) عبد الرزاق الداليمي، **نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرون**، الطبعة العربية 2016، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع عمان.

14) عبد الله قاسم محمود باشا كريشان، **أثر الثورة المعلوماتية الإعلامية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الأردني**، 2010، 2012، دار الجنان للنشر والتوزيع، طبعة 2014.

15) عبد الله موسى على الشمراني، **عاصفة الحزم دراسة العلاقة بين الإعلام التفاعلي والوعي السياسي**، الطبعة الأولى 2017، مكتب العربي للمعارف.

16) العربي بن داود: **فعالية الإتصال التنظيمي في المؤسسة العمومية الجزائرية**، مذكرة لنيل الماجيستار تنمية الموارد البشرية، جامعة منتوري قسنطينة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية قسم علم إجتماع وديموغرافي، 2008.

17) علا عامر موسى الجعب، **إتجاهات اللاجئين الفلسطينيين نحو قضايا الحل الدائم**، دار الجندي للنشر والتوزيع.

18) عمر صخري: **إقتصاد المؤسسة**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 05، 2007.

19) غريب محمد، تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية1995.

20) فاطمة عبد الرحيم النواسبة، **الإتصال الإنساني بين المعلم والطالب**، ط 01، 1433-2012، مال حامد للنشر والتوزيع، عمان.

21) لسعيد مبروك إبراهيم، **الإتصال الإداري**، ط الأولى 2013، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.

22) ماهر شعبان عبد الباري، **مهارات الإستماع النشط**، ط 01، 2011-1423، دار السيرة للنشر والتوزيع، عمان.

23) مجد الهاشمي، **تكنولوجيا وسائل الإتصال الجماهيري**، مدخل إلى الإتصال وتقنياته الحديثة، ط.1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012.

24) محمود محفوظ، **تكنولوجيا الإتصال**، ط 2005، دار المعرفة الجامعية.

25) مدحة أبو الناصـــر، **الإتصـــال الفعال** مع الآخرين، ط 2012، 01 مجموعة الغربية للنشر، القاهرة.
26) مرتضى الأمين، الإتصال التنظيمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
27) مرتضى البشير الأمين، **الإتصال التنظيمي**، أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن.
28) مرشد عبد صـافي، **الحرية في الصـحافة والإعلام**، الجنادرية للنشـر والتوزيع،الطبعة الأولى، 2017.
29) مصـــطفى حجازي، **الإتصـــال الفعال في العلاقات الإنســـانية والإدارية**، المؤســـســـة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة 3، 2000 م-1420 هـ.
30) نبيل عبد الهادي، عبد العزيز أبو حشـــيش، خالد عبد الكريم، يســـتهي، **مهارات في اللغة والتفكير**، ط 01، 2013، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.

ثانيا/ المجلات

1) هوشيار مظفر علي أمين، تأثير الإعلام التفاعلي في الإعلام الحديث، مجلة الفنون والأدب، وعلوم الإنسانيات والإجتماع، ع 22، كردستان، العراق، 2018.

ثالثا/ المذكرات العلمية

1) صـبرينة زماشـي، الفعالية الإتصـالية في المؤسـسـة الإقتصـادية الجزائرية، رسـالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم في علم الإجتماع فرع تنمية وتسيير الموارد البشرية، سنة 2008-2009.
2) عمار محمد زهير تيناوي، دور إستخدام المعلومات في تحسين الجودة الخدمات المقدمة في الإتصالات، بحث مقدم لنيل درجة ماجستار، الجامعة الإفتراضية السورية، ماجستر للتأهيل والتخصص في إدارة الأعمال، 2018-2019.
3) عمار محمد زمير تيناوي، دور استخدام تكنولوجيا المعلوامت في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركة الإتصالات، مذكرة لنيل ماجستير، إدارة الأعمال، الجامعة الإفتراضية السورية، 2018-2019.

4) عبد الوهاب عبد الله أحمد المعمري، تأثير توظيف الوســـائل التكنولوجية الحديثة على التحصـــيل الدراســـي للطلبة، مجلة البحوث التربوية والتعليمية، ع 2، جامعة العلوم التكنولوجية، اليمن 2019.

5) عادل كمال، تكنولوجيا الإعلام والإتصـــال وتأثيرها على قيم المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه علم إجتماع الإتصال، جامعة أبي بكر بلقايد، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، تلمسان، 2017-2018.

6) وليد عطية، القيادة الإدارية ودورها في فعالية الإتصـــال التنظيمي، مذكرةى ماجســـتير تنظيم وعمل، جامعة محمد خيضر، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، بسكرة، 2014-2015.

7) بوعطيط جلال الدين، الإتصـــال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي، رســـالة ماجيســـتر، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية- جامعة منتوري محمود قسنطينة، 2009-2008.

8) محمد بن دليم، القحطاني، بيئة عمل الشـــركات، ط الأولى، لندن، حزيران – يونيو 2019،شركة بريطانية مسجلة في إنجلترا.

9) سميرة حسيب وسهام لشهب، دور الإشهار في ترويج الخدمات في المؤسسات الخدماتية، جامعة محمد الصـــديق بن يحي، كلية العلقم الإنســـانية والإجتماعية، مذكرة ماســـتر، 2016-2017، جيجل.

10) النبيح آمينة، إتجاهات المســـتخدمين الإتصـــال الرقمي، دراســـة ميدانية لمســـتخدمي الفايسبوك في الجزائر، أطروحة دكتوراة في العلوم الإعلام والإتصـال جامعة الجزائر 3، 2012-2013.

11) بدة عقبة ومزيوى علي، دور تكنولوجيا الإتصـال الحديث في تحسـين الأداء الوظيفي لدى الموظفين، مذكرة لنيل شـــهادة ماســـتر، تخصـــص علم الإجتماعي، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي.

12) العربي بن داود، فعالية الإتصـال التنظيمي في المؤسـسـة العمومية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية جامعة منتوري قسنطينة، 2007-2008.
13) عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين.
14) مصـــطفى محمود ابو بكر، عبد الله بن عبد الرحمان البريدي، الإتصـــال الفعال 2007-2008، الدار الجامعية الإسكندرية.
15) خالد منصـر، علاقة إسـتخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصـال الحديث باعتراف الشـباب الجامعي، مذكرة لنيل شـــهادة الماجســـتير في علوم الإعلام والإتصـــال جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012.
16) بن خولة صـــديقة، مغراري نعيمة، تكنولوجيا الإعلام والإتصـــال في المؤســـســـة الإستشفائية، شـهادة نيل ماستر، كلية العلوم الإجتماعية شعبة علوم الإعلام والإتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع 2016-2017.
17) صليحه خربوش، فضيلة حمودة، دور تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة في تحسين أداء المؤسسـة الإقتصـادية، مذكرة لنيل شـهادة ماستر كلية العلوم الإنسـانية والإجتماعية، قسم علوم الإعلام والإتصال السنة الدراسية 2016 -2017.

رابعا/ روابط الأنترنت:

إيهاب عاصي، مجالات استخدام الحاسوب، شوهد بتاريخ 2022/04/13، على الساعى 15:40 رابط المقال:

Mawdoo3.com

عدنان مصطفى البار، تقنيات التحول الرقمي، شوهد بتاريخ 2022/04/22 على الساعة 22:45، رابط المقال:

https://ambar.kau.edu.sa/Default-0003434-AR

أسماء عبد المجيد، دور الريد الإلكتروني في المؤسسات التعليمية، شوهد بتاريخ 2022/03/18، على الساعة 10:13، رابط المقال:

www.edfikra.com

حسن أبو شنب، مقدمة في تطور الإعلام والمعلومات شوهد بتاريخ 2022/04/24، على الساعة 14:00، رابط المدونة:

Pression.blogspot.com

برنت جليسون، لهذه الأسباب تعد المرونة في العمل أمرا مهما، زيادة الاعمال، شوهد بتاريخ2022/05/16 على الساعة: 19:15، رابط المقال:

www.noonpost.com › content

الملاحق

الملحق 01: إستمارة استبيان

جامعة العربي التبســي - تبسة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

تخصص : تنظيم وعمل

استمارة بحث :

فعالية الاتصال التنظيمي في ظل تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في المؤسسة الجزائرية

دراسة ميادنية لإتجاهات الموظفين في مؤسسة إتصالات الجزائر

-تبسة-

من اعداد الطالبتان :

- ساكر ليلا
- بلعيساوي خولة

تحت اشراف الدكتور :

وحيد دراوات

إن معلومات هذه الاستمارة سرية ولا تستعمل إلا لأغراض علمية نرجوا منكم أن تتكرموا بالإجابة على أسئلة هذه الاستمارة بكل عناية ودقة وذلك عن طريق وضع علامة x فالخانة المناسبة.

السنة الجامعـــية : 2022/2021

المحور الأول: البيانات الشخصية.

1_ الجنس: ذكر ( ) أنثى ( )

2_السن: _أقل من 25سنة ( ) من 25إلى35 سنة ( )

_من 36 إلى 46سنة ( ) من 47 فما فوق ( )

3_المستوى التعليمي: متوسط ( ) ثانوي ( )

جامعي ( ) تكوين مهني ( )

4_الوظيفة: إطارات ( ) عون تنفيذ ( )

عون تحكم ( )

5_الأقدمية: أقل من 5سنوات ( ) من5 إلى10 سنوات ( )

من11إلى16سنة ( ) من 16سنة فما فوق ( )

6_ التخصص المدروس:

إعلام آلي ( ) إعلام واتصال ( )

تسيير موارد ( ) مالية ( )

تخصصات أخرى ( ) أذكرها .....

المحور الثاني: مساهمة الاتصال الرقمي في قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها.

العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1. أسجل دخولي وخروجي من المؤسسة بطريقة إلكترونية أو رقمية. 2. دخولي للاجتماعات عن طريق إرسال رسالة في البريد الإلكتروني. 3. أنضبط في أداء مهامي داخل المؤسسة. 4. أشارك في إعداد مهام عملي بالاعتماد على الحاسوب. 5. أستفيد من البرامج الرقمية المتوفرة بالمؤسسة لإصدار التقارير الدورية الخاصة بمهامي 6. يشاركني رئيس عملي في المهام المسندة إلي عبر مختلف الوسائط الإلكترونية. 7. أحاول المساهمة في تطوير المؤسسة في مختلف المجالات بالاعتماد على المستجدات التقنية. 8. تساعدني الوسائل التكنولوجية في تحمل المسؤولية الكاملة اتجاه مهامي التي أؤديها.					
9. أتلقى تكوين في التقنيات الحديثة التي تعتمدها المؤسسة.					

المحور الثالث: مساهمة وسائل الإعلام التفاعلي في قدرة المنظمة على التكيف والاستمرارية والبقاء:

العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
10. لدي القابلية للتجديد والتطور في مهامي بالاعتماد على أجهزة الإعلام الرقمية.					
11.أحصل على خدمات إعلامية مرضية من قبل مؤسستي.					
12.استخدم وسائل الإعلام التفاعلية مع زملائي في إنجاز مهام عملي.(واتس اب					
13.أعتمد على التطبيقات الإعلامية الحديثة في إدارة علاقاتي العامة مع الزبائن.					
14.أتلقى المعلومات من قبل الرؤساء في العمل عبر البريد الالكتروني.					
15.عززت لي منصة الصفحة الرسمية للمؤسسة (الفيسبوك) مجالات التعاون بين زملائي في العمل داخل المؤسسة.					
17.ساعدتني مضامين الرسالة الإعلامية للمؤسسة في التفاعل مع البيئة الخارجية (إعلانات في اللوائح الإلكترونية).					

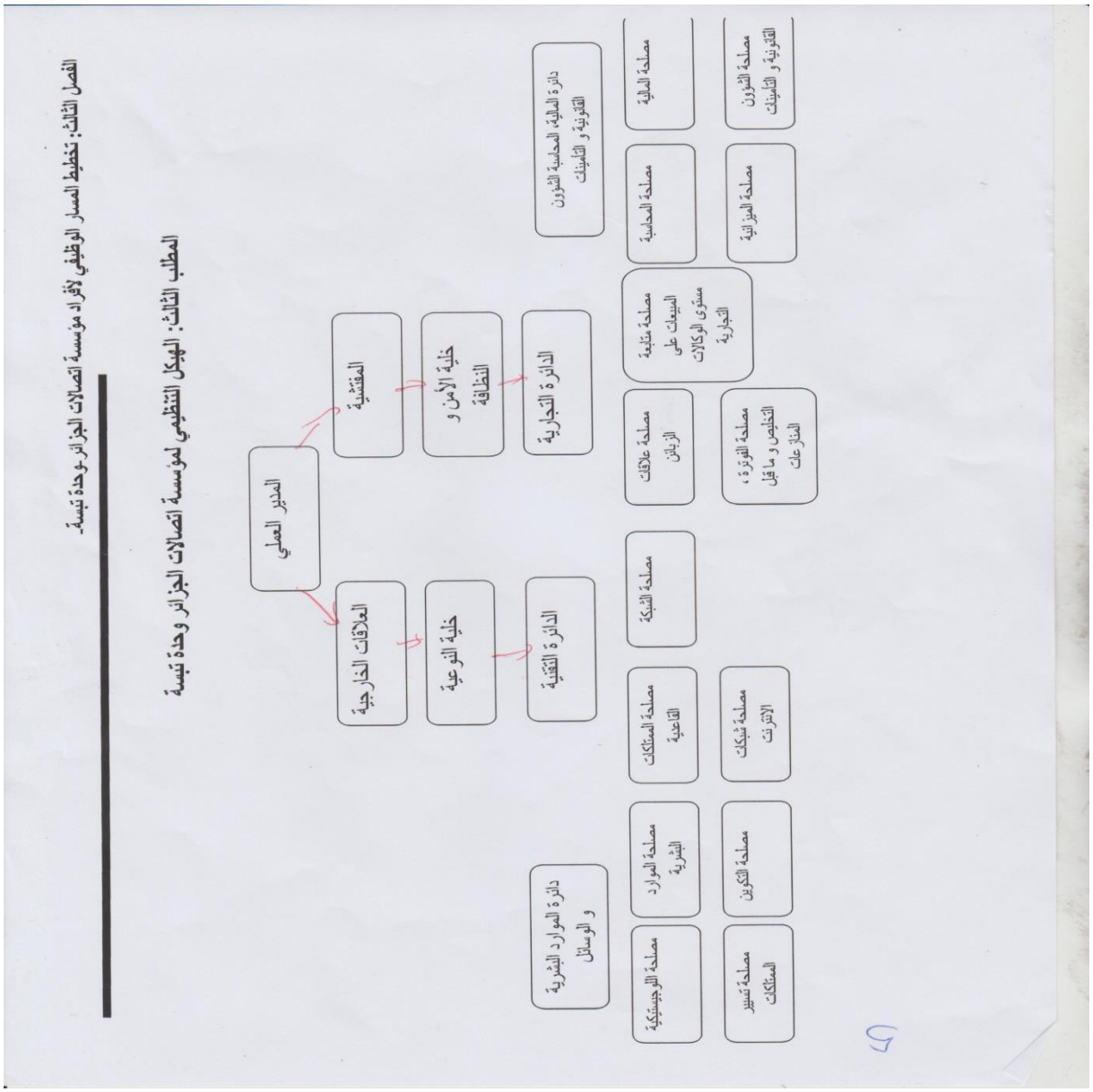
16.وفرت لي مؤسستي الوسائل اللازمة لأداء عملي حاسوب آلي تدفق عالي المستوي.					

مساهمة تكنولوجيا الاتصال في تحسين مستوى جودة خدمات المؤسسة:

العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق
17.أعتمد على التنسيق العمودي والأفقي عبر اللوحات الرقمية لتسريع خدمة الزبائن.					
18.أشارك في الاجتماعات عن بعد عبر آلية اتصال زوم لمناقشة مشكلات الزبائن وطلباتهم.					
19.استخدم الصفحة الرقمية للشركة في منصة الفيسبوك للإعلان عن العروض الجديدة للزبائن.					
20.أستعين بالبرمجيات الحديثة لتحسين مستوى الخدمة المقدمة للزبائن (دفع الفواتير).					
21.أساهم في الخدمات الترويجية الرقمية لاستقطاب وجلب زبائن جدد للمؤسسة.					
22.أستخدم الانترنت لمعالجة الآثار التقنية التي تعيق تدفق الانترنت لدى الزبائن.					
23. أشارك في ترويج الخدمات في مؤسستنا بأسعار مقبولة ما يميزنا عن المنافسين.					
24.أتعامل بالمرونة المطلوبة في تقديم خدماتنا لتلبية مطالب الزبائن التقنية.					
25.أتابع التطورات الحاصلة في سوق الاتصالات من أجل تحسين الخدمات الرقمية التي تقدمها مؤسستنا.					
26.أقترح تقديم عروض جديدة لإدارة مؤسستنا من أجل جذب زبائن جدد وكسب ثقتهم.					
27. أبادر بأفكار تقنية جديدة لإدارة المؤسسة من أجل تطوير وتنويع الخدمات التي تلبي رغبات الزبائن الحاليين والمحتملين.					

شكرا لتعاونكم.

الملحق رقم (02): الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر وحدة تبسة



الملحق رقم:03 شبكة الملاحظة:

لامجال الزماني	المجال المكاني	المجال البشري	الملاحظة
2022/3/22	داخل المؤسسة	موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر	- حسب الهيئة واللباس - لغة سليمة ودقيقة مع الزبائن. - الحماس والحيوية في انجاز المهام الموكلة لهم - انضباط في توقيت العمل - روح المبادرة لديهم والمتمثلة في تطوير الخدمات.

2022/03/29	داخل المؤسسة	موظفي مؤسسة إتصالات الجزائر	- عامل التنسيق هو العنصر الأساسي في إدار ةالإتصال التنظيمي (بين الموظفين والإدارة) - أغلبية الموظفين يستخدمن جهاز الحاسوب - دورات تكوينة تدرب الموظفين الجدد على استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة وكيفية ادراجها ضمن المهام

الملحق رقم 04 : دليل المقابلة

أسئلة المقابلة	أوجه الاستفادة من المقابلة
ماهية التطبيقات الأكثر استخداما في المؤسسة ؟	افادتنا في ان البريد الالكتروني هو الأكثر استخداما
هل تعتمدون على المستجدات التقنية في مختلف المجالات داخل المؤسسة ؟	افادتنا في ان اغلب الموظفين يعتمدون على المستجدات التقنية
هل تساهم المستجدات التقنية في تطوير المؤسسة ؟	افادتنا ان هناك اتجاه إيجابي لموظفي المؤسسة نحو استخدام المستجدات التقنية
ما دور البرامج الرقمية في المؤسسة ؟	افادتنا ان لديها دور فعال في المؤسسة ويتمثل في اصدار التقاريرالدورية الخاصة لمهام كل موظف
هل هناك خدمات إعلامية مرضية من قبل المؤسسة ؟	افادتنا انها توجد خدمات إعلامية مرضية للموظفين من قبل المؤسسة
هل فعلا يشارك الموظف في ترويج خدمات المؤسسة بأسعار مقبولة مما يميزهم عن المنافسين ؟	افادتنا ان هناك برامج حديثة تزوج من خلالها الخدمات بأسعار مقبولة
هل تساهم في تجديد عروض الخدمات المقدمة؟	افادتنا ان هناك مساهمة قوية من طرف الموظفين في اقتراح عروض جديدة لإدارة المؤسسة
كيفيه مساهمة الخدمات الترويجية عبر المواقع الالكترونية في جلب الزبائن واستقطابها ؟	افادتنا انها من خلال تقديم خدمات رقمية عالية المستوى

الملحق رقم 05: التعريف بمجالات المقابلة

الحالة الأولى:

- الجنس: ذكر
- السن: 35
- المستوى الدراسي: جامعي

إجابة الموظف:

1- هناك مساهمة قوية من طرف الموظفين في إقتراح عروض جديدة لإدارة المؤسسة من خلال دراسة متطلبات الزبون.
2- هناك مراجع حديثة تروج من خلالها الخدمات بأسعار مقبولة بهدف جلب الزبائن وكسب ثقتهم مما يميزنا عن المنافسين.
3- هناك خدمات إعلامية مرضية تحصل عليها من قبل المؤسسة وتتمثل تدفق على الأنترنت (مكالمات مجانية، شرائح مجانية.. إلخ)
4- الخدمات الترويجية عبر المواقع الإلكترونية تساهم في استقطاب وجلب الزبائن.

الحالة الثانية:

- الجنس: أنثى
- السن: 32
- المستوى الدراسي: جامعي

إجابة الموظف:

1- تطبيق البريد الإلكتروني هو الأكثر إستخداما بين الموظفين وبين الإدارة والموظفين.
2- البرامج الرقمية لديها دور فعال في المؤسسة ويتمثل في اصدار التقارير الدورية الخاصة لمهام كل موظف.
3- الإعتماد على المستجدات التقنية في مختلف المجالات داخل المؤسسة.

الملحق رقم 06: إذن بالدخول

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامـــــعة العربي التبسي تبســـة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

المرجع رقم :٨٩/ق ع ا ج /2021

إلى السيد (ة) : مدير اتصالات الجزائر
مؤسسة

إذن بالدخـــــول

بعد التحية والاحترام،

لغرض استكمال البحوث الميدانية لطلبة قسم علم الاجتماع يرجى منكم السماح للطلبة الآتية أسماؤهم

بإجراء زيارات ميدانية بمؤسستكم : اتصالات الجزائر مؤسسة

الطالب : بلعسلة مروة

الطالب : ساكر ايلاف

التخصص : ماستر تنظيم وعمل

موضوع البحث : تحديات استعمال التطبيقات في الإعلام والاتصال في المؤسسة الجزائرية

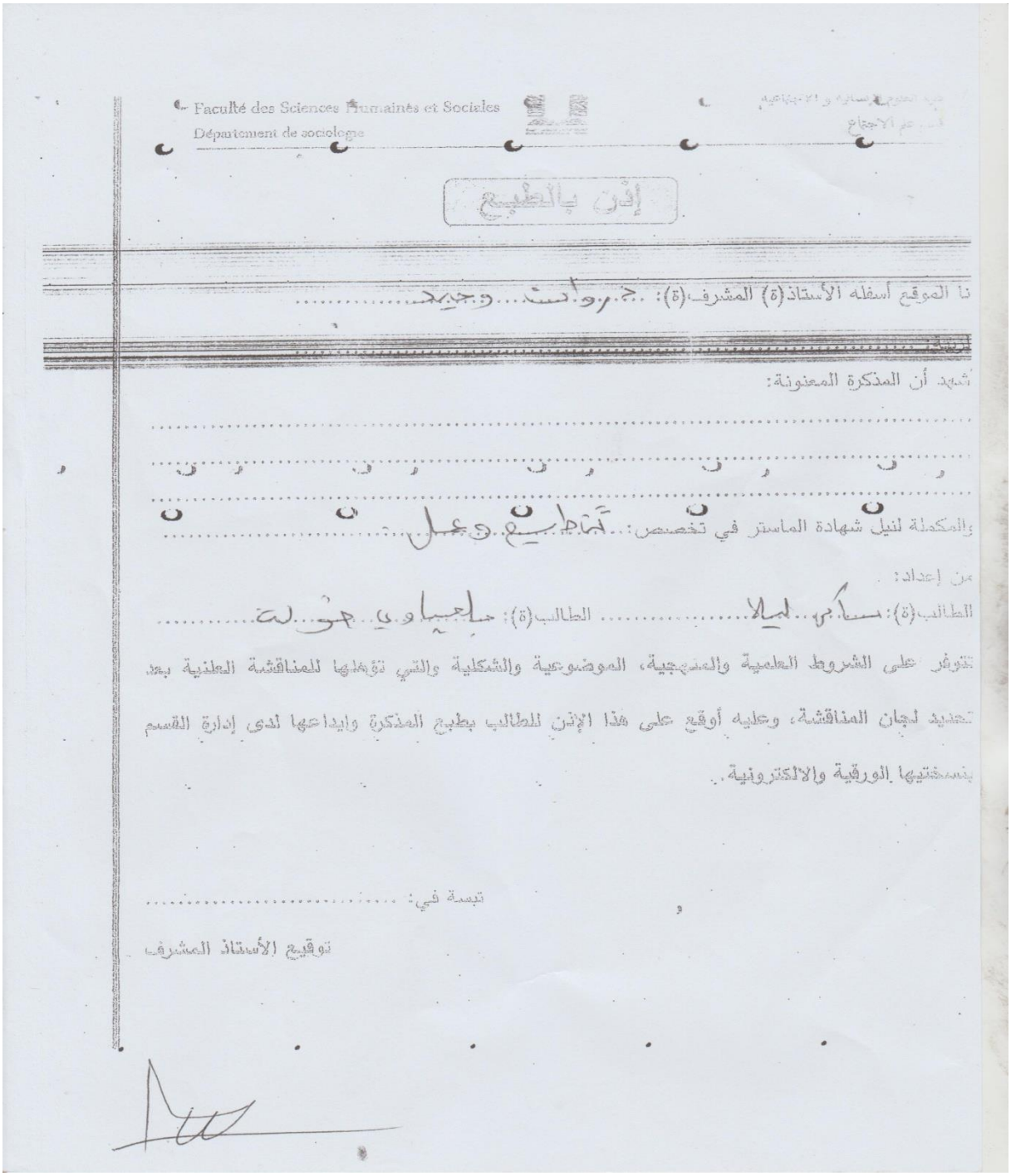
وفي الأخير تقبلوا منا فائق التحية والاحترام

في : 15 2021

الأستاذ المشرف | رئيس القسم | المؤسسة المستقبلة

Chef de Département Ressources Humaines
HANNACHI Salima

الملحق رقم 07: إذن بالطبع



Faculté des Sciences Humaines et Sociales
Département de sociologie

إذن بالطبع

نا الموقع أسفله الأستاذ(ة) المشرف(ة): ..جروادسنه...وحيد.....

أشهد أن المذكرة المعنونة:

.....

.....

.....

والمكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص: ..تنظيم وعمل.....

من إعداد:

الطالب(ة): ..ساكري..ليلا..... الطالب(ة): ..ماجيباوي..هدى.....

تتوفر على الشروط العلمية والمنهجية، الموضوعية والشكلية والتي تؤهلها للمناقشة العلنية بعد تحديد لجان المناقشة، وعليه أوقع على هذا الإذن للطالب بطبع المذكرة وايداعها لدى إدارة القسم بنسختيها الورقية والالكترونية..

تبسة في: .....

توقيع الأستاذ المشرف

الملحق رقم 08: تعهد ساكر ليلا

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة العربي التبسي – تبسة–
كلية العلوم الإنسانيةو الإجتماعية
قسم علم الاجتماع

تعـــهـــد

أنا الموقع أسفله الطالب(ة): ساكر ليلا .....

معدة (ة) للمذكرة المعنونة بـــ

فعالية الاتصال التنظيمي داخل تكتول جيا الاعلام و الاتصال في المؤسسة الجزائرية

.....

.....

.....

والمكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص: تنظيم وعمل .....

وبعد اطلاعي على القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016 والذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها لاسيما المادة 03، المادة 07، المادة19، المادة 35 منه:

أتعهد بتحمل المسؤولية العلمية والقانونية حول هذا العمل كما أشهد بخلوه من كل انتحال لأعمال الغير ، اقتباس غير منسوب لصاحبه، ترجمة دون ذكر المصدر ، وضع أشكال بيانية أو خرائط أو صور دون الإشارة إلى المصدر ، أو ذكر أسماء محكمين دون علمهم أو موافقتهم أو مشاركتهم ، وعليه أمضي هذا التعهد.

جامعة تبسة في :...../...../.....

اقر وأتعهد بما ورد أعلاه

التوقيع والبصمة

الملحق رقم 09: تعهد بلعيساوي خولة

وزارة التعليم العالـي و البحث العلمـي
جامعـة العربي التبسي – تبسـة–
كلية العلوم الإنسانيةو الإجتماعية
قسم علم الاجتماع

تعـــهـــد

أنا الموقع أسفله الطالب(ة): ..بلعيساوي...خولة.....

المعدة (ة) للمذكرة المعنونة بـــ

..دعاية الاحتلال...الاستعماري...خلال تكوين وسائل الاعلام...والاتصال في المؤسسة الجزائرية..

.....

.....

والمكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص:.....

وبعد اطلاعي على القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016 والذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها لاسيما المادة 03، المادة 07، المادة19، المادة 35 منه:

أتعهد بتحمل المسؤولية العلمية والقانونية حول هذا العمل كما أشهد بخلوه من كل انتحال لأعمال الغير ، اقتباس غير منسوب لصاحبه، ترجمة دون ذكر المصدر ، وضع أشكال بيانية أو خرائط أو صور دون الإشارة إلى المصدر ، أو ذكر أسماء محكمين دون علمهم أو موافقتهم أو مشاركتهم ، وعليه أمضي هذا التعهد.

جامعة تبسة في :...../...../.....

اقر وأتعهد بما ورد أعلاه

التوقيع والبصمة

ملخص الدراسة

عنوان المذكرة فعالية الاتصال التنظيمي في ظل تكنولوجية الاعلام والاتصال في المؤسسة الجزائرية

الملخص : هدفت دراستنا الحالية الى معرفة اتجاهات الموظفين نحو فعالية الاتصال التنظيمي في ظل تكنولوجية الاعلام والاتصال في المؤسسة الخدماتية وبناءا على ذلك اعتمدنا على التحديق الدقيق لمتغيري الدراسة (فعالية الاتصال التنظيمي ، تكنولوجية الاعلام والاتصال ، اتجاهات الموظفين) وقمنا بالدراسة الميدانية في مؤسسة الاتصالات الجزائرية تبسة بالاعتماد على استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات حول اتجاهات الموظفين نحو فعالية الاتصال التنظيمي في ظل تكنولوجية الاعلام والاتصال ، كما تم الاعتماد في تحليلنا على اسلوب الاحصائي SPSS وعلى التحليل الكمي والكيفي لقياس نسبة اتجاهات الموظفين نحو استخدام الوسائل التكنولوجية الرقمية في زيادة فعالية الاتصال التنظيمي .

الكلمات المفتاحية : اتجاهات الموظفين ، فعالية الاتصال التنظيمي ، تكنولوجية الاعلام والاتصال ، مؤسسة .

Abstract:

The title of the note is the effectiveness of organizational communication in light of information and communication technology in the Algerian institution

Abstract: Our current study aimed to know the employees' attitudes towards the effectiveness of organizational communication in light of information and communication technology in the service institution.

We conducted a field study in the Tebessa Telecom Corporation, relying on a questionnaire as a tool for collecting data about employees' attitudes towards the effectiveness of organizational communication in light of information and communication technology. In increasing the effectiveness of organizational communication.

Keywords: employee attitudes, effectiveness of organizational communication, information and communication technology, institution.

Résumé :

Le titre de la note est l'efficacité de la communication organisationnelle à la lumière des technologies de l'information et de la communication dans l'institution algérienne

Résumé : Notre présente étude visait à connaître les attitudes des employés envers l'efficacité de la communication organisationnelle à la lumière des technologies de l'information et de la communication dans l'institution de service

Mots-clés : attitudes des employés, efficacité de la communication organisationnelle, technologies de l'information et de la communication