



جامعة مولود معمري تيزي وزو.

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

فرع علوم الإعلام والاتصال.



أهمية الاتصال الرقمي في زيادة الكفاءة التنظيمية بالمؤسسة الاقتصادية

الجزائرية

دراسة حالة في مركز الاتصالات للمديرية المركزية لشركة الوطنية لتسويق والتوزيع المواد البترولية

-نפטال- بولاية الجزائر العاصمة.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.

تخصص اتصال تنظيمي.

الأستاذ المشرف:

د. عبد الغني إرشن.

من إعداد الطالبين:

عزيز عبدي.

جمال أقزوح.

السنة الجامعية: 2021-2022.

## شكر وتقدير

الحمد لله والشكر لله الذي يرجع إليه الفضل كله.

الذي أنعم علينا بنعمة العلم ووفقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع.

نتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى الدكتور "عبد الغني إرشن" الذي رافقنا طوال مشوار بحثنا الذي لم ييخل علينا بتوجيهاته وبنصائحه العلمية بسبيل تأطيرنا الجيد،

كما نشكر كل أساتذتنا في قسم علوم الإعلام والاتصال، ولا ننسى جميع زملائنا

وزميلاتنا الطلبة.

وكل من مد لنا يد العون من قريب أو بعيد.

ع.عزيز.

أ.جمال.

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون﴾ سورة التوبة الآية 105

صدق الله العظيم.

إلى من قال فيها الله سبحانه وتعالى: ﴿واحض لها جناح الذل من الرحمة وقل ربني  
إرحمهما كما ربياني وأنا صغير﴾ - والدي الكريمن - عرفانا مني بفضلهم علي، وتقديرا  
لمعاناتهم من أجلي، حفظهما الله وأطال في عمرهما.

إلى أخويا العزيزين.

وإلى كل العائلة الأصدقاء وزملاء الدراسة.

إلى كل من قدم لي يد المساعدة من قريب أو بعيد لإنجاز هذا العمل.

وإلى جميع الأساتذة الكرام الذين تعاقبوا على تعليمي في مقاعد الدراسة.

ع.عزيز

## الإهداء

أهدي ثمرة نجاحي إلى أعز الناس وأقربهم إلى قلبي،

إلى أمي العزيزة وسر سعادتي التي كانت لي سنداً وعوناً طوال مشواري الدراسي  
وإلى أبي الحبيب وأخي العزيز الغالي وقرتي عيني، وكل عائلتي والأصدقاء وزملائي  
في الدراسة

كما لا أنسى أساتذتي وكل من كان لهم الفضل في تعليمي من بداية مسيرتي الدراسية  
إلى الآن،

وإلى كل من ساندني لإنجاز هذا العمل المتواضع من قريب وبعيد.

أ. جمال

## خطة الدراسة:

### مقدمة

### الإطار المنهجي:

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.
2. أسباب اختيار الموضوع.
3. أهمية الدراسة.
4. أهداف الدراسة.
5. منهج الدراسة وأدواته.
6. مجتمع البحث وعينته.
7. تحديد المفاهيم والمصطلحات.
8. الدراسات السابقة.

### الإطار النظري:

### الفصل الأول: الاتصال الرقمي.

#### تمهيد:

#### المبحث الأول: ماهية الاتصال الرقمي.

- المطلب الأول: تعريف الاتصال الرقمي.
- المطلب الثاني: نشأة الاتصال الرقمي.
- المطلب الثالث: وسائل الاتصال الرقمي.

## المبحث الثاني: مميزات الاتصال الرقمي.

- المطلب الأول: خصائص الاتصال الرقمي ومستوياته.
- المطلب الثاني: وظائف وأهداف الاتصال الرقمي.
- المطلب الثالث: تكنولوجيا الاتصال الرقمي.

### خلاصة الفصل.

## الفصل الثاني: مدخل عام للمؤسسة الاقتصادية.

### تمهيد:

## المبحث الأول: مفاهيم حول المؤسسة الاقتصادية.

- المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الاقتصادية.
- المطلب الثاني: أهداف المؤسسة الاقتصادية.
- المطلب الثالث: خصائص المؤسسة الاقتصادية.
- المطلب الرابع: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية.

## المبحث الثاني: المؤسسة الاقتصادية و الأدوات الشبكية للاتصال الرقمي.

- المطلب الأول: أهمية الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية.
- المطلب الثاني: وظائف المؤسسة الاقتصادية.
- المطلب الثالث: فوائد ومزايا الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية.
- المطلب الرابع: معوقات التي تواجهها المؤسسة الاقتصادية في ظل الاتصال الرقمي.

### خلاصة الفصل.

## الفصل الثالث: الاتصال المؤسسي.

تمهيد:

### المبحث الأول: ماهية الاتصال المؤسسي.

- المطلب الأول: تعريف الاتصال المؤسسي.
- المطلب الثاني: أهمية الاتصال المؤسسي.
- المطلب الثالث: وسائل الاتصال المؤسسي.

### المبحث الثاني: مستويات الاتصال المؤسسي ومعوقاته.

- المطلب الأول: الأهداف الاتصال المؤسسي.
- المطلب الثاني: مستويات الاتصال المؤسسي.
- المطلب الثالث: معوقات الاتصال المؤسسي.

خلاصة الفصل.

الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

تمهيد:

الفصل الرابع: الهيكلة التنظيمية لمركز الاتصالات لشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.

- المبحث الأول: لمحة تاريخية عن مؤسسة نפטال.
- المبحث الثاني: إمكانيات مؤسسة نפטال.
- المبحث الثالث: الهيكل التنظيمي للمؤسسة نפטال.

- المبحث الرابع: دور مديرية الاتصال والعلاقات العامة ومركز اتصالات في مؤسسة نفطال.

الفصل الخامس: أهمية الاتصال الرقمي في مركز الاتصالات لشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة.

- المبحث الأول: الاتصال في المديرية المركزية للشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.

- المبحث الثاني: الاتصال الرقمي في المديرية المركزية للشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.

- المبحث الثالث: تقنيات ووسائل تكنولوجيات الاتصالات الرقمية الحديثة المستخدمة في الشركة الوطنية لتسويق المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.  
- نتائج الدراسة.

خاتمة.

قائمة المصادر والمراجع.

الملاحق.

فهرس المحتويات.

### ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة أهمية الاتصال الرقمي في زيادة التنظيمية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، لنبين دوره من مختلف الجوانب التي تنعكس بالإيجاب على أداء المؤسسة ومكانتها بين المؤسسات الأخرى، باعتبار الاتصال الرقمي ضرورة لدى مختلف المؤسسات الاقتصادية حتى تتمكن مواكبة التطور الهائل الذي شهده المجتمع في مجال الاتصال.

من أجل تحقيق الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج دراسة حالة، واستخدمنا أداة المقابلة في حيث تم تطبيق الدراسة على مستوى مركز الاتصالات في المديرية العامة بشركة الوطنية لتسويق والتوزيع المواد البترولية "نפטال" بالولاية الجزائر العاصمة.

ومن هنا نطرح التساؤل الجوهري التالي:

كيف يساهم الاتصال الرقمي في زيادة التنظيمية على مستوى مركز الاتصالات في

المديرية العامة لشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة؟

ومن هذا السؤال الرئيسي تدرجت التساؤلات الفرعية وهي كالتالي:

- ماهي أهم تقنيات و تطبيقات الاتصال الرقمي المستخدمة بمركز الاتصالات في المديرية العامة لشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة؟

- ماهي تحديات ورهانات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة ؟

- هل تقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نفطال فعالة ومؤثرة لزيادة كفاءتها التنظيمية؟ كيف ذلك؟

- كيف استفادت شركة نفطال من التحول الرقمي و ماهي انعكاساته على الأداء الوظيفي لهذا المركز؟

## ملخص الدراسة

---

- هل ساهمت الوسائل التكنولوجية الرقمية الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي لمؤسستكم؟
- هل يخضع الاتصال الرقمي على مستوى شركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة للإستراتيجية مخطط لها مسبقا؟
- فيما تتمثل مخاطر الاتصال الرقمي لشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة؟

**الكلمات المفتاحية:** الاتصال الرقمي - المؤسسة الاقتصادية - التكنولوجية الرقمية.

# مقدمة

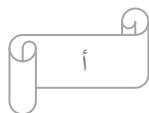
### مقدمة:

يتميز التواصل على أنه أحد أهم المفاهيم النفسية والاجتماعية التي تتغلغل في جميع مجالات الحياة العامة والخاصة، ووسيلة مهمة للأفراد للتفاعل مع الآخرين، وأداة فعالة للتطور والتطور المعرفي.

ونظرًا للتطور السريع في عالم تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية يعيدان عصب تطور البشرية والتوسع إمكاناتها وطاقها في الحقبة الأخيرة إذ كانت لمنتجات التقنية المختلفة انعكاسات إيجابية على المجتمع العالمي بأجمعه وكعامل رئيسي في الحركة البشرية خلال القرن الحادي والعشرين أصبح الإنسان على أوتار هذا التقدم، فقد أصبح من الصعب الاستغناء عن المجالات المختلفة المتاحة في جميع النظم الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية لجميع المجتمعات.

العامل الرئيسي وراء هذا التأثير لتكنولوجيا المعلومات هو تطورها المذهل، لأن هذا العصر يسمى عصر انفجار المعرفة، وهو العصر الذي تتماشى فيه التكنولوجيا مع التفكير البشري، لذلك غزت تكنولوجيا الاتصالات جميع مجالات الأنشطة البشرية المعاصرة، خاصة في مجالات الاقتصاد والخدمات والاتصالات. لقد أحدثت تغييرات جوهرية وتحولاً كبيراً في الطريقة التي نتواصل بها ونتواصل مع الآخرين، وكيف يتم نقل المعلومات ومشاركتها بين الأفراد والموظفين داخل المؤسسة، فضلاً عن التحول من الأشكال التقليدية للاتصال إلى الأشكال الرقمية الإلكترونية، حيث تستخدم المؤسسات الأشكال الرقمية الإلكترونية لتبادل كميات هائلة من المعلومات والبيانات بسرعة عالية، مما يوفر المال والطاقة والمواصلات والسفر.

أصبحت ثورة المعلومات التي نعيشها اليوم مزيجاً بين تكنولوجيا الإعلام الآلي وتكنولوجيا الاتصال الرقمية، حيث قدمت للعنصر البشري داخل المنظمة أو المؤسسة إنجازاً لا مثيل له والتي تعمل على ضمان السير الحسن للموارد المادية والبشرية للمؤسسة في إطارها الداخلي وكسب رضا الجمهور والاستحواذ على المتعاملين في



## مقدمة

إطارها الخارجي وفي تحسين التنظيم الإداري، فالتنظيم الإداري يعتبر العمود الفقري للمؤسسة وهو الذي يستطيع أن يوصلها نحو تحقيق أهدافه الموجودة مع بقية العناصر الإدارية، حيث يعتبر الوظيفة الثانية للإدارة و الذي يقصد به تحديد أنشطة المؤسسة و أقسامها و إداراتها.

وشهدت التطورات الأخيرة تعاظم الاهتمام بالتكنولوجيا الاتصالات الرقمية إذ أثبتت ضرورة إدخال هذه الأخيرة إلى نشاط المؤسسات لما تتميز به من دقة وفعالية وتفاعلية فامتلاك التطبيقات الجديدة للاتصالات الرقمية لا بد منه ويتطلب استخدام كفاءات ومهارات عالية لتعظيم المؤسسات نظرا لدورها الفعال في تحقيق أهدافها والوصول إلى حل لمختلف مشاكلها.

وبحيث أن دراستنا تصنف ضمن الدراسات الوصفية فأتبعنا في ذلك المنهج منهج دراسة حالة كما استخدمنا الأدوات المتمثلة في الملاحظة والمقابلة.

ولدراسة هذا الموضوع والإلمام بجميع الجوانب، قسمنا بحثنا هذا إلى ثلاثة أطر: ضم الإطار المنهجي الذي حددنا فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها كما احتوى على أسباب اختيار الموضوع، وأهمية الدراسة وأهداف الدراسة، منهج الدراسة وأدواته، مجتمع البحث وعينته، تحديد المفاهيم والمصطلحات، الدراسات السابقة.

بالإضافة إلى الإطار النظري كأساس لبحثنا والذي يضم ثلاثة فصول. الفصل الأول تناولنا فيه مبحثين وكل مبحث ينقسم إلى ثلاثة مطالب، المبحث الأول تحت عنوان ماهية الاتصال الرقمي الذي عالجنا فيه تعريف النشأة والوسائل، أما المبحث الثاني تحت عنوان مميزات الاتصال الرقمي الذي تطرقنا فيه إلى الخصائص والمستويات والوظائف والأهداف والتكنولوجيات. أما في الفصل الثاني تعرضنا فيه إلى مبحثين أولهما مفاهيم حول المؤسسة الاقتصادية الذي تناولنا فيه مفهوم والأهداف والخصائص والتصنيفات، وثانيهما عنوانه المؤسسة الاقتصادية والأدوات الشبكية للاتصال الرقمي الذي ضم أهمية الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية و وظائف المؤسسة

## مقدمة

الاقتصادية وفوائد ومزايا الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية والمعوقات التي تواجهها المؤسسة الاقتصادية في ظل الاتصال الرقمي. وفي الفصل الأخير خصصناه للاتصال المؤسساتي الذي ينقسم إلى مبحثين، وجاء المبحث الأول تحت عنوان ماهية الاتصال المؤسساتي حيث تعرفنا فيه إلى تعريف والأهمية والوسائل، أما بخصوص المبحث الثاني تحت عنوان مستويات الاتصال المؤسساتي ومعوقاته تطرقنا فيه إلى الأهداف والمستويات والمعوقات.

أما الإطار التطبيقي للمبحث الميداني لهذه الدراسة فقد احتوى على فصلين، الأول خصصناه لتقديم عام للشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية نفطال لولاية الجزائر العاصمة الذي تناولنا فيه لمحة تاريخية عن مؤسسة نفطال، إمكانيات مؤسسة نفطال، الهيكل التنظيمي للمؤسسة نفطال، دور مديرية الاتصال والعلاقات العامة ومركز اتصالات في مؤسسة نفطال، أما في الفصل الثاني تحت عنوان أهمية الاتصال الرقمي في مركز الاتصالات لشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة. وفيه تطرقنا إلى معالجة محاور المقابلة المتمثلة في المحور الأول تم تخصيصه للاتصال في المديرية المركزية للشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة، أما في المحور الثاني طرحنا فيه الاتصال الرقمي في المديرية المركزية للشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة، أما المحور الأخير فقد تحدثنا فيه تقنيات ووسائل تكنولوجيات الاتصالات الرقمية الحديثة المستخدمة في الشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.

أما في الأخير قمنا بالتقديم ما توصلت إليها هذه الدراسة من نتائج الجزئية والتي تحدثنا فيه عن مؤسسة والدور الذي يلعبه الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وأما النتائج العامة فقد جمعنا بين الإطارين النظري و التطبيقي.

الإطار

المنهجي

1. إشكالية الدراسة و تساؤلاتها.
2. أسباب اختيار الموضوع.
3. أهمية الدراسة.
4. أهداف الدراسة.
5. منهج الدراسة وأدواته.
6. مجتمع البحث وعينته.
7. تحديد المفاهيم والمصطلحات.
8. الدراسات السابقة.

### 1. الإشكالية:

شهد مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال تطورات جذرية هائلة أفرزت العديد من التقنيات والوسائل الرقمية التي حولت العالم إلى قرية كونية صغيرة كسرت الحواجز الزمنية والمكانية، فتاريخ تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال مرتبط بشكل كبير بتاريخ تطور الإنسان، ومن هذا المنطلق تجدر الإشارة إلى أن هذه التكنولوجيات مرت بالعديد من المراحل عبر الزمن حيث ساهمت نهاية كل مرحلة ببداية مرحلة جديدة، فكانت بدايتها عبارة عن رسوم تصويرية ورموز تعبر عن الرسالة المقصودة إيصالها للغير ليأتي بعدها عصر اللغة أين بدأ الإنسان يصدر أصواتا يتواصل بها مع الآخرين ثم تطورت لتصبح كلمات مفهومة.

ويعيش العالم المعاصر اليوم ثورة تكنولوجية تشمل مختلف ميادين الحياة، خاصة مجال الاتصال وذلك بفضل التقدمات والاختراعات المتعددة (أجهزة الراديو والتلفزيون، الأقمار الصناعية والاستخدامات المكثفة للإنترنت والخدمات الرقمية). ويمكن القول أن تاريخ تكنولوجيات الاتصال يعكس الجهود الإنسانية في بث الرسائل الاتصالية عبر المسافات البعيدة بأقصى سرعة ممكنة وأقل تكلفة اقتصادية واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة. ويعد الاتصال الرقمي من ثمار ثورة الاتصال والمعلوماتية التي إتسمت بالدقة والشمولية في خدماتها وتأثيراتها، التي أحدثت تغييرات عديدة وكبيرة في بنى المجتمعات وهيكلها التنظيمية التي تستخدمها مختلف المنظمات الحديثة ومن بين هذه المنظمات نجد المؤسسات الاقتصادية حيث تعد المؤسسة نسقا يتفاعل مع المتغيرات الداخلية والخارجية للبيئة التي تضمن لها استمرارها واستقرارها والمحافظة على حصتها السوقية على الأقل.

إذ تعمل على تلبية حاجات المجتمع ورغباته سواء كانت مثل تقديم السلع والمنتجات والخدمات من أجل نيل رضا الزبائن والعملاء وكسب ودعهم وتأييدهم وهذا من خلال التركيز على صورتها الذهنية الجيدة وترسيخها في عقول جماهيرها الداخلية والخارجية.

ومن بين هذه المؤسسات العمومية الاقتصادية نجد الشركة الوطنية لتسويق وتوزيع الموارد البترولية نפטال لولاية الجزائر العاصمة التي تعد من أهم الشركات الرائدة والناشطة في السوق الجزائرية من خلال مساهماتها الفعالة في تقديم منتجات وخدمات تنال قبول واستحسان الزبائن والعملاء. ولتحقيق هذه الغايات والأهداف فإنه يتوجب على هذه الشركة أن تعمل على صياغة إستراتيجية اتصالية واضحة مرنة مستمرة تحظى بالفهم والقبول ومستوعبة من أجل ضمان استمرارها وذلك من خلال الاستخدام الأمثل والأنسب للتكنولوجيات الإعلام والاتصال خاصة في ظل المنافسة الحادة والشرسة والشديدة بين مختلف المؤسسات النشيطة في نفس الميدان وتحسين الاتصال الذي يعد حجر الزاوية والركن الرئيس للاستمرارية وبقاء المؤسسة وعدم زوالها واختفاءها وانحيارها. ومن هنا نطرح التساؤل الجوهري التالي:

**- كيف يساهم الاتصال الرقمي في زيادة التنظيمية على مستوى مركز**

**الاتصالات في المديرية العامة لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة؟**

ومن هذا السؤال الرئيسي تدرجت التساؤلات الفرعية وهي كالتالي:

- ماهي أهم تقنيات و تطبيقات الاتصال الرقمي المستخدمة بمركز الاتصالات في المديرية العامة لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة؟

- ماهي تحديات ورهانات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة؟

- هل تقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال فعالة ومؤثرة لزيادة كفاءتها التنظيمية؟ كيف ذلك؟
- هل ساهمت الوسائل التكنولوجية الرقمية الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي لمؤسستكم؟
- هل يخضع الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة للإستراتيجية مخطط لها مسبقا؟
- فيما تتمثل مخاطر الاتصال الرقمي لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة؟

### 2. أسباب اختيار الموضوع:

تعود أسباب اختيار الموضوع لما له من أهمية الكبيرة في مجتمعنا الحالي، إذ أصبحت كل شرائح المجتمع تتأثر بوسائل التكنولوجيات الحديثة خاصة الاتصال الرقمي وذلك على مستوى الفكري والاجتماعي والاقتصادي وكذلك اهتمامنا بالموضوع والسعي للإطلاع على تفاصيله وماذا يحدث بين الاتصال الرقمي والمؤسسة الوطنية نפטال.

#### أ. الأسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع نظرا لحدثه.
- المكانة التي يلعبها الاتصال الرقمي في المؤسسة بكونه أحد الأعمدة التي تقوم عليه المؤسسة.
- إبراز الدور المهم الذي يلعبه الاتصال الرقمي وتحدياته في المؤسسة الجزائرية لشركة نפטال.
- حداثة الموضوع وتداوله واستخدامه في شتى المجالات واعتماده كآلية من آليات في المؤسسات.
- الوقوف عند أهم المعوقات التي تواجه إستخدام هذه التكنولوجيات في مؤسسة.

#### ب. الأسباب الذاتية:

- توسيع التحصيل العلمي المتعلق بهذا الموضوع في إطار التخصص الذي ندرسه.
- الرغبة في دراسة موضوع له علاقة بالتخصص الذي يربطنا بالاتصال الرقمي في المؤسسات.
- الفضول لمعرفة أثر استخدام الاتصال الرقمي وأهميته في المؤسسات.

- معرفة مستوى المهني والاحترافي من خلال استخدام تكنولوجيات الاتصال الرقمي.

### 3. أهمية الدراسة:

تظهر أهمية دراستنا في أهمية الموضوع نفسه، إذ يعتبر الاتصال الأداة الرئيسية لأي مؤسسة ما، وباعتباره أساس تبنى عليه المؤسسة هيكلها التنظيمي حيث تبرز هذه الدراسة فعالية التكنولوجيات الحديثة للاتصال الرقمي وممارساته ومكانته في تطوير الإنتاج الرقمي و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. وأيضا تساهم هذه الدراسة في فتح المجال للباحثين للمعالجة أو التوسع مستقبلاً.

### 4. أهداف الدراسة:

لكل بحث علمي هدف أو مجموعة من الأهداف يسعى الباحث من خلالها تحقيقها والوصول إليها، وبناء على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها نهدف من خلال موضوعنا إلى تحقيق جملة من الأهداف من أبرزها:

1. محاولة إبراز دور الاتصال الرقمي في مركز الاتصالات بالمديرية المركزية لشركة -نفطال- بالجزائر العاصمة

ومعرفة أهم ممارساته وتحدياته وأيضاً أهميته في الزيادة التنظيمية.

2. إبراز مكانة الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

3. التعرف على مدى إدراك العمال القائمون على المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

4. معرفة أساليب وأدوات الاتصال الرقمي وكيفية سيرها في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (معرفة الآليات

والميكانيزمات المتعددة).

5. معرفة فعالية الاتصال الرقمي للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية وأهم الصعوبات والعراقيل التي تحد من

استخدامه.

### 5. منهج الدراسة و أدواته:

#### أ. نوع و منهج الدراسة:

من بين القواعد العلمية المعتمدة في البحث العلمي تحديد المنهج الذي يعرف بأنه الوعي بالموضوع من خلال الوعي بفلسفته وبالخطوات المتبعة من أجل اكتماله وتبينه، وهو بذلك الطريق الذي يسلكه الباحث في جمع المعلومات المتعلقة بالدراسة.<sup>1</sup>

وتدرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية تحليلية باعتبارها الملائمة لمعالجة موضوع دراستنا، وذلك لأن البحوث الوصفية "هي مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً ودقيقاً، لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث."<sup>2</sup> إذن البحوث الوصفية تهدف إلى وصف الظواهر أو وقائع الأشياء معينة ومن خلال جمع الحقائق والمعلومات والملاحظات الخاصة بها.

وبهذا فقد اعتمدنا في بحثنا على المنهج دراسة حالة الذي عرفه عقيل حسين عقيل "أنها الطريقة التي يجمع بها الباحث المعلومات الخاصة بوحدة موضوع الدراسة، سواء فرداً أو أسرة أو جماعة أو مؤسسة أو نطاقاً اجتماعياً أو مجتمعاً محلياً أو مجتمعاً عالمياً. ويقوم الباحث بالتعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة أو المؤسسة أو أن يتناول دراسة كل المراحل التي مرت بها الحالة."

ويعرفه عبد الباسط محمد حسن "أنها الطريقة التي يتم فيها جمع المعلومات العلمية الخاصة بوحدة، سواء كانت فرداً أو مؤسسة أو نظاماً اجتماعياً أو مجتمعاً محلياً عالمياً، بغية التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة أو

<sup>1</sup> - حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة ديولي، القاهرة، 1999، ص120.

<sup>2</sup> - سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن-عمان، 2019، ص126.

دراسة جميع المراحل التي مرت بها، من أجل الوصول إلى تعميمات علمية تخص الوحدة المدروسة وعلاقتها بالوحدة المماثلة أو المشابهة لها.<sup>1</sup>

### ب. أدوات الدراسة:

إن نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فاعلية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات إذ تعرف على أنها الوسيلة التي يستعين بها الباحث لجمع البيانات اللازمة والمتعلقة بموضوع الدراسة، وذلك اعتمادنا في دراستنا على الأدوات التالية:

**الملاحظة (المباشرة):** تعرف بأنها عملية مباشرة للتقصي، تستعمل عادة في مشاهدة مجموعة ما بصفة مباشرة بهدف أخذ المعلومات كيفية من أجل فهم المواقف والسلوكيات.<sup>2</sup>

ويعرف أحمد بن مرسلبي الملاحظة العلمية بأنها: "مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كتب في إطارها المتميز وفق ظروفها الطبيعية حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين، وهي عملية مقصودة تسير وفق الخطة المرسومة للبحث في إطارها المنهج المتبع،"<sup>3</sup> وهدفها ينحصر في مشاهدة الجوانب الخاضعة للدراسة.

ولقد تتطرق لمثل هذه الملاحظات باعتبارنا في الميدان أو في المكان المتعلقة بالدراسة كوننا لاحظنا طبيعة عمل العمال مع الوسائل التكنولوجية الرقمية والاتصالات الرقمية.

**المقابلة:** هي إحدى أدوات البحث في جمع البيانات عن طريق اللقاءات الشخصية أو البيئية بحيث يأخذ الباحث البيانات من المبحوث المباشرة وأيضا تعرف "أنها محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين

<sup>1</sup> -نادية سعيد عيشور، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة راس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017، ص198-199.

<sup>2</sup> -موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006، ص204.

<sup>3</sup> -أحمد بن مرسلبي، محاضرات ماجستير في الدراسة النظرية، جامعة الجزائر، 2003-2004، ص203.

بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث لتحقيق أهداف الدراسة.<sup>1</sup> ومن الأهداف الأساسية للمقابلة الحصول على البيانات التي يريدها الباحث بالإضافة إلى التعرف ملامح أو مشاعر وتصرفات المبحوثين في مواقف معينة.

وجاء اختيارنا على المقابلة الحرة وذلك راجع للدراسة الميدانية لبحثنا. وتهدف هذه الدراسة من خلال أداة المقابلة للحصول على معلومات أولية وكافية لمساعدتنا في شرح موضوع الدراسة للمبحوثين للإجابة الدقيقة على الاستمارة وأيضا المساعدة في ترتيب أهداف البحث.

تم إجراء المقابلة مع مسؤول الاتصال في مركز الاتصالات بالمديرية المركزية لشركة **نفظال** في ولاية الجزائر العاصمة، وكذا مع بعض الإطارات للشركة.

اعتمدنا في دراستنا على **المقابلة المقننة (المقيدة)** التي تتم من خلال قيام الباحث بإعداد قائمة الأسئلة قبل إجراء المقابلة، ويتم طرح نفس الأسئلة في كل المقابلة وبالغالب حسب التسلسل، إلا أن ذلك لا يمنع من طرح أسئلة غير مخطط لها إذا ما رأى الباحث ضرورة لذلك، وقد تكون الأسئلة المطروحة في هذا النوع من المقابلات ذات نهايات بحيث يعطى المبحوث خيارات محددة لا بد أن يلتزم بها، وقد تكون الأسئلة ذات نهايات مفتوحة حيث يترك للمبحوث حرية الإجابة باختيار الأسلوب والعبارات التي يرتئها مناسبة، وتمتاز المقابلة المقننة بسرعة إجراءاتها وسهولة تفريغها وتحليلها، ويعتبر هذا النوع من المقابلات علمي أكثر من المقابلة الغير مقننة وذلك لسهولة تفريغها وتحليلها ولتوفيرها الضوابط اللازمة التي تسمح بصياغة تعميمات علمية، وعلى الباحث أن يكون

<sup>1</sup> - عمار مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2018، ص 137.

قادر على إجراء هذا النوع ويجب أن يعي أن المقابلة ليست مجرد أسئلة عريضة وإجابات عامة، إنها أوسع من ذلك بكثير وإنها تتطلب الخبرة والدراية بفن المقابلة وإلمام بموضوع المقابلة.<sup>1</sup>

### 6. مجتمع البحث و عينته:

#### أولاً: مجتمع البحث:

يعتبر مجتمع البحث من أهم الخطوات الرئيسية التي يجب إتباعها قبل تحديد نوع العينة، إذ يعرف مجتمع البحث حسب مادلين قرافين: "أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها مجموعة من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث والتقصي."<sup>2</sup> فالمجتمع البحث هو المجتمع الأكبر أو المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق النتائج لدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف وتعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته.<sup>3</sup>

وعليه فإن مجتمع البحث الذي اخترناه في دراستنا يتمثل جميع المؤسسات الاقتصادية على مستوى القطر الجزائري، وعينة الدراسة هي: المديرية المركزية لشركة الوطنية لتسويق الموارد البترولية شركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة في مركز الاتصالات لشركة نפטال في ولاية الجزائر، وكذا الإعتبرات التالية:

- حصولنا على الترخيص لإجراء البحث والتقصي في هذا المركز.
- له علاقة مباشرة بالاتصال ويتخصص في الاتصال لكل شركة نפטال على المستوى الوطني.
- استعمال التكنولوجيا الرقمية في كل أنشطته الاتصالية.

<sup>1</sup> - سعد سلمان المشداني، مناهج البحث العلمي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 94-119.

<sup>2</sup> - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجماعية، 2005، ص 182-183.

<sup>3</sup> - يسرى خالد إبراهيم، وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الإيماء المعرفي، دار النقاش لنشر وتوزيع، الأردن، 2014، ص 299، نقلا عن محمد عبد الحميد، البحث العلمي في دراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 130.

ثانيا: عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها جزء من ذلك المجتمع و تمثله لأنها تجتمع فيها صفات ذلك المجتمع فالإنسان محدود في قدراته وإمكانياته المادية والجسمية ولا يجد غير وسيلة بديلة واحدة يستطيع الاعتماد عليها.<sup>1</sup> وأيضاً إن العينة جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وبطريقة تمثل المجتمع الأصلي وتحقيق أغراض البحث وتعني الباحث عن مشقات دراسة المجتمع الأصلي،<sup>2</sup> وانطلاقاً من موضوعنا قمنا باختيار عمال مركز الاتصالات في المديرية المركزية لشركة نفطال بالجزائر العاصمة بأسلوب العينة القصدية.

فتعرف العينة القصدية: "أنها العينة التي يُعتمد عليها في الدراسات الوصفية خاصة عندما يكون الباحث مرتبط بمدة زمنية محددة ويفتقر إلى المعلومات حول المجتمع المدروس فيختار حالات الميدان يعتقد أنها ستفيده تمثل مجتمع البحث، إذ يقرر الباحث بصفة مسبقة عدد مفردات العينة كما يراها ملائمة للدراسة."<sup>3</sup>

وجاء اختيارنا للعينة القصدية نظراً لأنها أنسب نوع لتحقيق جمع البيانات والمعلومات في إطار دراستنا وبجنا التي تعرف بأنها عينة يتم اختيارها قصداً من الباحث وذلك نظراً لتوافر خصائص في الأفراد التي تمثل مجتمع الدراسة، ويعتمد فيها الباحث اختيار مفردات معينة من مجتمع الأصلي وهي الممثلة له وبالتالي فهو يوفر كثيراً من الوقت والجهد ومن خلال بحثنا ودراستنا لتوصل مع أشخاص لديهم علاقة مباشرة مع موضوعنا في مركز الاتصالات في المديرية المركزية لشركة الوطنية لتسويق والتوزيع المواد البترولية، لذلك قمنا بتحليل المقابلات مع موظفي شركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة، ووقع البحث حول وحدات ومفردات في المديرية المركزية تتمثل في:

1- كمال محمد المغربي، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص 139-140.

2- جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي، دار الثقافة ودار الدولية للنشر، الأردن، 2000، ص 85.

3- الحسن إحسان محمد، الأسس العلمية لمنهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة للنشر، بيروت، 1982، ص 65-66.

## الإطار المنهجي

الاسم و اللقب	الصفة
سمير مسعودي	مشرف بالمركز لاتصالات
سمية غزالي	مكلفة بالاتصال داخل مركز الاتصالات
جميلة شرقي	مكلفة بالاتصال داخل مركز الاتصالات
رضا بوجاوي	مكلف بالاتصال داخل مركز الاتصالات
صفيان زاوي	رئيس قسم الاتصال الرقمي
منصف تاغريست	مؤطر الدراسة
مروان لحول	مكلف بالدراسة والعلاقات العامة
ميليسا حابي	مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة
هشام ندبيل	رئيس مصلحة
سميرة عصاد	مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسستي

7. تحديد المفاهيم و المصطلحات:

### ❖ تعريف الاتصال الرقمي:

تعريف الاتصال لغة: الاتصال كلمة مشتقة في لفظها الإنجليزي من الأصل اللاتيني (communis) أي (Common) ومعناها مشترك أو عام فعندما نقوم بعملية الاتصال فنحن نحاول نقيم رسالة مشتركة مع شخص أو جماعة أخرى أي نحاول أن نشترك سويا في المعلومات والأفكار والمواقف، وهذه المعلومات تصبح بلا قيمة أو فائدة إذ لم تصل إلى مريدها في الوقت المناسب وبالقدرة المناسبة.<sup>1</sup>

الاتصال اصطلاحا: الاتصال هو إجراء لفظي أو غير لفظي، يقوم من خلاله المرسل (فرد أو منظمة) بنقل المعلومات إلى واحد أو أكثر من المستلمين (أفراد أو المنظمات).<sup>2</sup>

أم جيهان رشتي فرأت أن الاتصال هو العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة سواء أكانت كائنات حية أو الآلات في مضامين اجتماعية معينة، وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات منبهات بين الأفراد عن قضية أو معنى أو واقع معين فالالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء.<sup>3</sup>

وأيضاً يعرف الاتصال أنه عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة أو فكرة أو خبرة عبر قنوات اتصالية تناسب مع مضمون الرسالة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - بارعة شقير، سميرة شيخاني، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، جامعة دمشق، 2005، ص43.

<sup>2</sup> - Gaëlle Boulbry, La petit communication, Dunod, Paris, 2016, p4.

<sup>3</sup> - بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال، أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2015، ص25.

<sup>4</sup> - خضرة عمر المفلح، الاتصال مهارات ونظريات وأسس عامة، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2015، ص19.

**تعريف الرقمنة لغة:** الرقمنة من أهم التكنولوجيا الرقمية للمعلومات وتعني إسقاط الحواجز الفاصلة بين أنساق الرموز المختلفة من النصوص وأصوات وأنغام وصور ثابتة ومتحركة، وتحويل هذه الأنساق إلى سلاسل رقمية حتى تتلاءم مع نظام الإعداد وعمل الكمبيوتر.<sup>1</sup>

وتعرف أيضا أنها تحويل البيانات إلى الشكل الرقمي وذلك لأجل معالجتها بواسطة الحاسوب الإلكتروني وفي سياق نظم المعلومات عادة ما تشير الرقمنة إلى تحويل النصوص المطبوعة أو الصور (سواء كانت صور فوتوغرافية أو إيضاحات أو خرائط... الخ) إلى إشارات ثنائية باستخدام نوع ما من أجهزة المسح الضوئي التي تسمح بعرض نتيجة ذلك على شاشة الحاسوب.<sup>2</sup>

**الرقمنة اصطلاحاً:** الرقمنة هي عملية التحويل التي تتم للوثائق من الأشكال التقليدية المطبوعة إلى الشكل الإلكتروني الرقمي.<sup>3</sup>

ويعرف تيلور (TAYLOR) الرقمنة بأنها "نظام إلكتروني يمكن بعض الأجهزة من التقاط الصور للمواد المطبوعة وإتاحتها بلغة مشفرة ومن ثم تخزينها ونقلها واسترجاعها ونسخها وحتى تغييرها".<sup>4</sup>

هناك مفاهيم أخرى تتعلق بمصطلح "الرقمنة" ذلك وفقاً للسياق الذي يستخدم فيه، ويقدم دوج هودجز (Doug Hodges 2004) مفهوم آخر تم تبنيه من جانب المكتبة الوطنية الكندية، ويعتبر فيه الرقمنة إجراء

1- إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة، القاهرة، مصر، 2003، ص 259.

2- مريم حمزة رزيقات، المحاضرات والتطبيقات، في قسم علم المكتبات والعلوم الوثائقية، لسنة الأولى ماستر علم الأرشيف، جامعة أحمد بن بلة، وهران، ص 10.

3- محمد فتحي عبد الهادي، رقمنة الدوريات العربية، دار الكتب المصرية، مصر، 2011، ص 2.

4- نجلاء أحمد يس، الرقمنة وتقنياتها في المكتبات العربية، العربي للنشر والتوزيع، ص 11.

لتحويل المحتوى الفكري المتاح على وسيط تخزين فيزيائي تقليدي مثل: مقالات الدوريات، والكتب، والمخطوطات، والخرائط وغيرها إلى شكل رقمي.<sup>1</sup>

فينظر تيري كاني (Terry Kuni) إلى الرقمنة على أنها "عملية تحويل المصادر المعلومات على اختلاف أشكالها من (الكتب، والدوريات، والتسجيلات الصوتية، والصور المتحركة...) إلى شكل مقروء بواسطة تقنيات الحاسبات الآلية عبر النظام الثنائي (البيئات Bits) والذي يعتبر وحدة المعلومات الأساسية لنظام معلومات إلى مجموعة من الأرقام الثنائية يمكن أن يطلق عليها "الرقمنة"، ويتم القيام بهذه العملية بفضل الاستناد إلى مجموعة من التقنيات والأجهزة المتخصصة.<sup>2</sup>

**تعريف الاتصال الرقمي:** يتركز تعريف الاتصال الرقمي أنه العملية الاجتماعية التي يتم من خلاله الاتصال بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة.<sup>3</sup>

ويعرف كريستي أهو الاتصال الرقمي "بأنه المهارة الأساسية لمعظم الأعمال التي يجد أن يكتسبها الفرد في إطار المفاهيم، والإنتاج، والتوصيل، والاستقبال لوسائل الاتصال في وظائفهم وحياتهم".<sup>4</sup>

---

1- أحمد فوج أحمد، الرقمنة داخل مؤسسات المعلومات أم خارجها، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد4، 2009، ص5.  
2- عبد الغاني لمقدم، عبد الفتاح مدلل، الرقمنة كمدخل لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر، شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، في سياسة عامة وإدارة محلية، جامعة الوادي، 2016-2017، ص31.  
3- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص103.  
4- ريم فتيحة قدوري، دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والإسلامية، في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أحمد بن بلة، وهران، 2017-2018، ص71.

**تعريف الإجرائي للاتصال الرقمي:** هو اتصال يتم استخدام النظم الرقمية يعتمد على وسائل إلكترونية بأسلوب رقمي ورقمنة المعلومات وهذا دليل على الدور الذي يلعبه في العملية الاتصالية، ونقصد بالاتصال الرقمي في بحثنا الوسائل الاتصالية الرقمية الحديثة والشبكات الاتصالية المستعملة من قبل مركز الاتصالات لشركة نפטال.

### ❖ تعريف المؤسسة الاقتصادية:

**تعريف المؤسسة لغة:** (أسس) جمعية أو معهد أو شركة أسست لغاية اجتماعية أو أخلاقية أو خيرية أو علمية أو اقتصادية.<sup>1</sup>

وأيضاً هي منظمة أو مؤسسة أو مجتمع أو ما شابه ذلك، مكرسة للترويج لقضية أو برنامج معين، خاصة التي لها طبيعة عامة أو تعليمية أو خيرية.<sup>2</sup>

**المؤسسة إصطلاحاً:** هي منظمة عمومية أو خاصة تسمح بفضل مجموعة من الوسائل البشرية والمادية من تحقيق أهدافها المتمثلة في إنتاج منتجات أو خدمات موجهة نحو السوق، وخاضعة لقانون المؤسسة، وتختلف من طبيعتها، فيمكن أن تكون تجارية أو إدارية أو صناعية.<sup>3</sup>

ويعرفها ماكس فيبر على أنها "تركيب بيروقراطي وظيفي يحتوي على مجموعة من القواعد والإجراءات التي تحدد شكل المؤسسة في كل مكتب وفي كل منظمة، بالإضافة إلى وجود هيكل تركيبي معين يحدد العلاقات وتدفقات السلطة وحدود كل قسم." فهي حسب تعريفه عبارة عن بناء لمجموعة من القوانين والمبادئ والقيم التي تمثل

<sup>1</sup> - مسعود جبران، الرائد معجم لغوي عصري، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 1992، ص705.

<sup>2</sup> - Institution, Dictionary.com, Retrieved, 24-2-2017, Edited.

<sup>3</sup> - فوزي محيريق بن الجيلاني، مدخل للاقتصاد المؤسسة، مطبعة الرومال، الوادي، الجزائر، 2020، ص25.

خصوصياتها وفلسفتها الخاصة وثقافتها التي تمثل بدورها هويتها التي تميزها وتميز بها عن غيرها من المؤسسات الأخرى.<sup>1</sup>

**تعريف الاقتصاد:** هو العلم الذي يدرس الإنتاج، التوزيع وتبادل الثروات.<sup>2</sup>

ويعرف أيضا بأنه العلم الذي يبحث في كيفية إدارة الموارد الاقتصادية النادرة واستغلالها، لإنتاج أمثل ما يمكن إنتاجه من السلع والخدمات، وإشباع الحاجات الإنسانية فيما يتعلق بمتطلباتها المادية التي تتسم بالوفرة، والتنوع في ظل إطار معين من القيم، والتقاليد، والتطلعات الحضارية للمجتمع، كما يبحث في الطريقة التي توزع بها هذا الناتج الاقتصادي بين المشتركين في العملية الإنتاجية بصورة مباشرة (وغير المشتركين بصورة غير مباشرة) في ظل الإطار الحضاري نفسه.<sup>3</sup>

ويعرفه أسكار لانج: "أنه علم يدرس القوانين التي تحكم الإنتاج والتوزيع والوسائل المادية التي تستخدم لإشباع الحاجات."<sup>4</sup>

**تعريف المؤسسة الاقتصادية:** تعرف المؤسسة أنها متعامل اقتصادي ينتج سلع وخدمات لمعاملين آخرين محققا نتيجة ذلك أرباحًا.

<sup>1</sup> - دلال جابري، إشكالية ثقافة المؤسسة في المؤسسة الجزائرية بين الثقافة التقليدية والتصنيع، مجلة أفكار وآفاق، المجلد 10، العدد 3، السنة 2022، ص 4.

<sup>2</sup> - Dictionnaire d'économie et de sciences sociales, Editions Nathan, Paris, 2007, p315.

<sup>3</sup> - أحمد عاشور ياسين عرفات، دور الاقتصاد في نشر الدعوة الإسلامية في ضوء السنة النبوية، رسالة ماجستير، كلية الشريعة، في الحديث وعلومه، جامعة لأزهر، غزة، 2016، ص 20.

<sup>4</sup> - نجلاء محمد إبراهيم بكر، مبادئ الاقتصاد، نيويورك للطباعة والتغليف، ص 8.

## الإطار المنهجي

وأيضاً تعرف على أنها منظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعاً ما، تؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل

البشرية المالية والمادية والإعلامية بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف في نطاق زمكاني.<sup>1</sup>

يعرفها ناصر دادي عدون على أنها كل تنظيم اقتصادي مستقل مالياً في إطار قانوني واجتماعي معين هدفه دمج

عوامل الإنتاج من أجل الإنتاج أو تبادل سلع وخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين، بغرض تحقيق نتيجة ملائمة،

وهذا ضمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني والزمني الذي يوجد فيه، وتبعاً لنوع وحجم نشاطه.<sup>2</sup>

**تعريف الإجمالي للمؤسسة الاقتصادية:** هي هيكل تنظيمي مستقل تؤخذ فيه القرارات حول تركيب الوسائل

البشرية المالية والمادية والإعلامية بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف في ظروف زمانية ومكانية معينة، وهذا ما

يتطابق مع شركة الوطنية لتسويق والتوزيع المواد البترولية-نفطال- باعتبارها مؤسسة اقتصادية.

<sup>1</sup> - أحلام محبي، تقييم المؤسسة من وجهة نظر البنك، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006-2007، ص 13-15.

<sup>2</sup> - سعيدة حبي، القيادة التشاركية في ظل مراحل تسيير المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة المعيار، مجلد 25، عدد 58، سنة 2021، ص 7.

8. الدراسات السابقة:

❖ الدراسة الأولى:

هي للباحثة بولعويديات بعنوان استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة الغاز بالشرق GRTG قسنطينة، لنيل شهادة الماجستير غير منشورة، تخصص اتصال عامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، سنة 2007-2008م.

تدور إشكالية هذه الدراسة حول الدور الكبير الذي يلعبه تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية، باعتبارها مصدر أساسي للمعلومات وذلك لمواكبة التطورات الحديثة لتغيير أنماط الاتصال والتسيير الكلاسيكي والوقوف أمام المساهمة الفعلية للحاسب في تبسيط الأعمال والإجراءات الإدارية والقدرة الهائل على التخزين باعتماده على منظومة الشبكات والمعلومات.

حاولت هذه الدراسة أن تعالج هذا الموضوع عن طريق إيجاد إجابيات موضوعية التساؤل ماهو واقع الاستخدام الفعلي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسسة سونلغاز؟

التساؤلات الفرعية:

✓ ماهو ترتيب وسائل تكنولوجيا الاتصال الأربعة جهاز الحاسوب، شبكة الأنترنت، شبكة الانترانت،

شبكة الإكسترانت، من ناحية استخدامها في المؤسسة.

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

✓ ماهو أثر استخدامهم على مستوى المؤسسة؟

وقد استعانت الباحث في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى تفسيرات كيفية تضاف إلى النتائج الكمية.

أداة جمع البيانات فقامت الباحثة بالاعتماد على كل من الملاحظة والمقابلة والاستبيان كأدوات أكثر ملائمة لإجراء الدراسة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة هي كالتالي: هناك تباين في استخدام التكنولوجيا الحديثة للاتصال من حيث:

- يحتل جهاز الحاسوب المرتبة الأولى من ناحية الاستخدام.
- تحتل شبكة الأنترنت المرتبة الثانية من ناحية الاستخدام.
- تحتل شبكة الأنترنت المرتبة الثالثة من ناحية الاستخدام.
- تحتل شبكة الإكسترات المرتبة الرابعة من ناحية الاستخدام.
- أن العوامل الذاتية للمبحوثين تؤثر في نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال.
- أدى استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين مستوى أداء المؤسسة.

تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تبحث عن تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية وتظهر أوجه التشابه من خلال إجراءات المنهجية. حيث يندرج كليهما ضمن الدراسات الوصفية كلا الدراستين ميدانيتين إضافة إلى استخدامهما لنفس الأدوات الملاحظة والمقابلة، وبعض الاختلاف الممثلة في كون الدراسة أشمل من دراستنا فهي تخضع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المؤسسة ككل، في حين دراستنا ركزت على دور

الاتصال الحديث (الرقمي) في زيادة التنظيمية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية في المديرية المركزية لشركة نفعال بولاية الجزائر العاصمة، إلا أنها أفادتنا بالإحاطة حول الموضوع المدروس.<sup>1</sup>

### ❖ الدراسة الثانية:

هي للباحث فاطمة هواري بعنوان التكنولوجيا المعلومات والاتصال كمدخل تفعيل التطوير التنظيمي في منظمات الأعمال دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر المديرية العلمية للاتصالات بالجلفة أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه غير منشورة، تخصص إدارة المنظمات كلية الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة زيان عاشور الجلفة، سنة 2019-2020.

تسعى هذه الدراسة إلى معرفة تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التطور التنظيمي في منظمات الأعمال وقد تم هذه الدراسة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالجلفة كحالة يستقصى فيها وجود هذا الأثر.

وقد سعت هذه الدراسة لاختيار عدد من الفرضيات الرئيسية والفرعية المتعلقة بعلاقات التأثير بين متغيرات الدراسة وكذلك الفروق في آراء وتصورات العاملين حول إدراك متغيرات الدراسة وذلك للإجابة على التساؤلات المتعلقة بمشكلة الدراسة والوصول إلى الأهداف الموضوعية.

وتتمحور إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل الرئيسي كيف يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تساهم في تفعيل التطور التنظيمي بمؤسسة اتصالات الجزائر بالجلفة وتتفرع من هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

✓ ما مفهوم التكنولوجيا المعلومات والاتصال و ماهي أهم أدواتها؟

1- حورية بولعويدات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير في الاتصال و العلاقات العامة، جامعة منتوري، قسنطينة.

✓ ما مفهوم التطور التنظيمي و ما هي أهم محاوره؟

✓ ما مستوى استخدام المعلومات والاتصال بمؤسسة اتصالات الجزائر بالجلفة؟

وهدفت هذه الدراسة إلى عرض موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتطور التنظيمي على أساس نظري ليشكل قيمة تضاف إلى الملفات العربية، كما قام بدراسة ميدانية في المنظمة المبحوثة للوقوف على آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ومحاولة اختيار طبيعة العلاقة التي تربط بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتطور التنظيمي بالمؤسسة اتصالات الجزائر بالجلفة.

وقد استعانت الباحث في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى تفسيرات كيفية تضاف إلى النتائج الكمية. حيث استخدمت الدراسة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات والبيانات وقد تم توزيع الاستبيان عشوائيا على مختلف العاملين في المنظمة وذلك على اختلاف مستوياتهم التنظيمية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة هي كالتالي:

- مستوى توافر تكنولوجيا الاتصال كان مرتفع من جهة نظر الدراسة أما مستوى توافر تكنولوجيا الاتصال فكان متوسطا.

- درجة ممارسة فعاليات التطور التنظيمي بالمنظمة كانت متوسطة من وجهة نظر عينة الدراسة.

- وجود مستوى دلالة إحصائية على مستوى المعنوية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على التطور التنظيمي بالمؤسسة اتصالات الجزائر بالجلفة.

تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تبحث عن تكنولوجيا الاتصال الحديثة والتطور التنظيمي بالمؤسسة اتصالات الجزائر وتظهر أوجه التشابه من خلال إجراءات المنهجية. حيث يندرج كليهما ضمن الدراسات الوصفية كلا الدراستين ميدانيتين إضافة إلى استخدامها لنفس الأدوات الملاحظة والمقابلة، وبعض الاختلاف

المثلة في كون الدراسة ركزت على تكنولوجيا المعلومات والاتصال كآلية لدعم التطوير التنظيمي في منظمات أعمال أما دراستنا ركزت على أهمية الاتصال الرقمي في الزيادة التنظيمية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية في مركز الاتصالات بالمديرية المركزية لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، إلا أنها أفادتنا بالإحاطة حول الموضوع المدروس.<sup>1</sup>

### ❖ الدراسة الثالثة:

هي للباحثة لبنى سحر فاري، تحت عنوان دراسة تحليلية لمحددات نجاح التحول الرقمي في الشركات، وهي رسالة ماجستير في التنمية المحلية المستدامة، في جامعة يحي فارس المدية سنة 2021، وعلى هذا حددت الباحثة بحثها بالأسئلة التالية:

- لماذا تتحول الشركات رقميا؟
- ما هو تأثير تبني التحول الرقمي على أداء الأعمال؟
- ما هي أهم العوامل الحاسمة لنجاح التحول الرقمي؟
- ما هي تحديات تبني التحول الرقمي السلسل؟

وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد الأسباب المقنعة والدوافع والحوافز لاعتماد التحول الرقمي، تحديد تأثير التحول الرقمي على أداء الشركة، تسليط الضوء على عوامل نجاح التحول الرقمي، تحديد التحديات والعقبات الرئيسية التي يمكن أن تعرقل التحول الرقمي.

وللأهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة :

---

1- فاطمة هوارى، التكنولوجيا المعلومات و الاتصال كمدخل تفعيل التطوير التنظيمي في منظمات الأعمال، أطروحة الدكتوراه غير منشورة، تخصص إدارة المنظمات كلية الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة زيان عاشور الجلفة.

## الإطار المنهجي

- للتحويل الرقمي الناجح العديد من الثمار منها تسريع وتيرة الابتكار والإبداع، زيادة الإنتاجية، تحسين تجارب العملاء ورضاهم، تقليل التكاليف، وتحسين أداء الأعمال.
- يتطلب نجاح التحويل الرقمي توفير مناخ تنظيمي مناسب، تهيئة الظروف البيئية (داخليا وخارجيا)، وحياسة التكنولوجيا الملائمة لطبيعة نشاط الشركة المعنية.
- أهم عقبات التحويل تتمثل في نقص المعرفة، ونقص الخبرة الرقمية، وضعف القيادة الرقمية، ومقاومة التغيير، والثقافة غير المرنة، والرؤية والهدف غير الواضحين، والافتقار إلى التعاون والمواءمة.
- أن التحويل الرقمي انتقل من القول إلى الفعل في الجزائر، لم يعد خيارا بل أصبح ضرورة.
- تسعى الجزائر إلى مواكبة التطورات والاستفادة من أفضل الممارسات العالمية والفرص المتاحة بل يمكنها من التحويل إلى الحكومات الرقمي.

كما قدمت هذه الدراسة بعض التوصيات المتمثلة في:

التدرج في عمليات التحويل الرقمي، وذلك من خلال توفير المناخ التنظيمي الملائم على غرار تأهيل وتدريب العنصر البشري.

- البحث عن أفضل التكنولوجيات الرقمية المتوفرة لدى موردي البرمجيات والنظم الإلكترونية في الأسواق والاستعانة بالخبراء والمتخصصين في مجال الرقمنة لجعل عملية التحويل تتم بطريقة فعالة وتؤدي إلى تحسن أداء الشركة المعنية.

- بما أن التحويل الرقمي أصبح ضروري في الجزائر، فيجب تبنيه في كل القطاعات كالتعليم والتنقل الذكي، السياحة والصحة وغيرها من القطاعات.

- على المؤسسات الجزائرية أن تقوم بتحليل ومعالجة تجارب دول رائدة في مجال التحول الرقمي وتطويره ووضع إستراتيجية واضحة المعالم لتطوير القدرات الوطنية.

- نشر ثقافة العمل الإلكتروني واستخدام التقنية.

وتكمن نقاط التوازي دراستنا مع هذه الدراسة كونها إنطلقت الباحثة من العوامل الدافعة للتحول الرقمي، علاوةً على ذلك حددت تأثيره على أداء الشركات وكما حددت تحديات التحول الرقمي. أما جوهر الاختلاف هاتين الدراستين في أن الدراسة السابقة ركزت على أداء الشركات والعمال أما دراستنا فقد أجريناها لعينة بمركز الاتصالات للمديرية المركزية لشركة نفضال بالجزائر العاصمة.<sup>1</sup>

1- لبنى سحر فاري، تحت عنوان دراسة تحليلية لمحددات نجاح التحول الرقمي في الشركات، المجلد الجزائرية للاقتصاد و المالية، العدد 15، 2021.

# الإطار النظري

## تمهيد:

المبحث الأول: ماهية الاتصال الرقمي.

- المطلب الأول: تعريف الاتصال الرقمي.

- المطلب الثاني: نشأة الاتصال الرقمي.

- المطلب الثالث: وسائل الاتصال الرقمي.

المبحث الثاني: مميزات الاتصال الرقمي.

- المطلب الأول: خصائص الاتصال الرقمي ومستوياته.

- المطلب الثاني: وظائف وأهداف الاتصال الرقمي.

- المطلب الثالث: تكنولوجيا الاتصال الرقمي.

خلاصة الفصل.

## تمهيد:

إن أهم الخصائص المميزة لعصرنا هذا ليس التطورات العلمية والتقنية المدهشة فحسب، بل معدل استمرارية حدوثها ومدى تأثيرها على حياتنا. ومن هنا لا يستطيع الشخص تجاهل تأثير التطورات العلمية والتقنية وخصوصا تلك المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات، ويعتبر الاتصال الرقمي أحد أبرز سمات هذا العصر الحالي فالتطور الذي حصل في مختلف المجالات بما فيها مجال الاتصال والذي استعملت فيه تكنولوجيا الرقمية الحديثة أصبح الاتصال رقميا، و عنصرا هاما من العناصر الرئيسية الداخلة في تطوير عملية الاتصال الرقمي بصفة خاصة، وذلك أصبح من أحد أبرز الوسائل الضرورية المستخدمة، كذلك أصبح وسيلة بقاء لا يمكن الاستغناء عنها لأي مؤسسة أو منظمة كانت، من خلال تحسين مواردها في تطبيق نظم تساهم في تطوير أداءها وتعزيز ميزتها التنافسية.

وفي هذا الفصل سنحاول تسليط الضوء وتبيان وشرح هذه التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في الاتصال الرقمي.

## المبحث الأول: ماهية الاتصال الرقمي.

يعتبر الاتصال الرقمي الأداة التي يستخدمها العامل داخل أي مؤسسة أو منظمة، فهي تؤدي دوراً أساسياً في صياغة الأنشطة في شتى المجالات، حيث من خلاله تم إزالة الحواجز المكان والزمان، وأصبح الاتصال الرقمي وتبادل المعلومات ونقلها في أقصر وقت وبأقل التكاليف من الحقائق الملموسة.

ومع التطور التكنولوجي زادت قائمة منتجات الاتصال لنظام الحاسب الآلي والهاتف المحمول والفاكس التليفاكس والأقمار الصناعية، فأصبح من الصعب أن تستمر أي مؤسسة دون استخدام هذه التقنيات الحديثة.

## المطلب الأول: تعريف الاتصال الرقمي.

يرتكز تعريف الاتصال الرقمي Digital communication بالدرجة الأولى على استخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها باعتبارها الوسيلة الوحيدة والأساسية للاتصال بين أطرافه، ولا يبتعد هذا المفهوم كثيراً عن مفهوم الاتصال من خلال الكمبيوتر Putter Media Ted Communication، أو الاتصال بمساعدة الكمبيوتر Assisted Communication Computer، أو الاتصال القائم عن طريق الكمبيوتر Based Communication Computer، وكلها مفاهيم تؤكد دور الكمبيوتر في عملية الاتصال.<sup>1</sup>

في الوقت نفسه، يندرج التواصل في هذا المفهوم في إطار المفهوم الأوسع للتواصل وعناصره وأشكاله وأنماطه، لأنه في التحليل النهائي، هو اتصال بين الناس أو بين الأفراد لتحقيق هدف معين، والذي لديه تأثير الاتصال لجميع الميزات. يحدث الاتصال البشري من خلال العديد من العمليات الفرعية ويتأثر بجميع الأساليب الاجتماعية والنفسية واللغوية التي ينطوي عليها. وقد أظهر لهم علماء النفس وعلماء الاجتماع وعلماء اللغة العديد من النماذج التي تشرح التواصل البشري وعملياته وعلاقاته.

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 2003، ص103.

من ناحية أخرى، لا يمكن قياس استخدام الوسائط، لذلك نعتبرها قريبة من التواصل مع الجماهير، الذي يعتمد على الوسائل الآلية والإلكترونية في إنتاج ونشر الرسائل الإعلامية لأنّ النظم الرقمية تتيح بجانب الاتصال بالجماهير الاتصال الشخصي والجمعي وإن كان لا يتم مواجهة، وهو مالا تتيحه وسائل الاتصال بالجماهير إلا عن طريق الاتصالات الشخصية الفورية مثل الهاتف والبرقية والشبكة الرقمية.

وبذلك يكون تعريف الاتصال الرقمي: "هو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال من بعد، بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها، من خلال النظم الرقمية، ووسائلها لتحقيق أهداف معينة.<sup>1</sup>

وتعرفه كريستي أهو بأنه: "المهارة الأساسية لمعظم الأعمال التي يجب أن يكتسبها الفرد في إطار المفاهيم، والإنتاج والتوصيل والاستقبال لوسائل في وظائفهم وحياتهم، حيث أن الاتصال الرقمي هو القدرة على خلق الاتصال الفعال من مختلف الوسائل الرقمية".<sup>2</sup>

وأيضاً تعرف الرقمنة بأنها استخدام لتقنيات الرقمية لتغيير نماذج الأعمال والعمليات وتوفير فرص جديدة لتوليد ثروة ولتنمية المستدامة، ويمكن النظر إلى الرقمنة بأنها تحويل العمليات إلى نسخ ورقية وإلغاء الحواجز البشرية وتقنية المعلومات والاتصالات باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحقيق مردود اقتصادي واجتماعي بفعالية وإنتاجية أعلى.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي، عمان، 2014، ص67.  
<sup>2</sup> - عبد الكريم علي جبر الديبسي، دور وسائل الاتصال الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي، مجلة الاتصال و التنمية، العدد7، أكتوبر 2012، ص4.  
<sup>3</sup> - فوزية صادقي، دور الرقمنة في تحسين الخدمة العمومية بالجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعي البصري، جامعة قسنطينة3، 2020-2021، ص115.

## المطلب الثاني: نشأة الاتصال الرقمي.

في الثمانينات من القرن السابق توصل العلماء إلى إمكانية تقديم الإشارات التماثلية في شكل إشارات رقمية، ومنذ ذلك الحين بدأت هذه التكنولوجيا الرقمية تحل تدريجياً محل المعدات التناظرية.

التقليدية القديمة، كما نلمس مدى مبالغته الاتصالات من سهولة ويسر في عصر الاتصال الإلكتروني والفضائيات، وتطورات وإنجازات علمية فتحت المجال أمام قفزات هائلة شكلت نقاط تحول في مسار التقدم الاتصالي منذ النصف الثاني من القرن 20 وبداية الألفية الثالثة مع عام 2001 وتتمثل هذه القفزات في :

**القفزة الأولى:** تمثلت في اختراع الترانزيستور عام 1948 على يد بعض العلماء الأمريكيين: "براتان، برادين، شوكلي"، وحصولهم على جائزة نوبل عام 1956 نظراً لإنجازهم الكبير وأثرهم في تصغير حجم أجهزة الإرسال والاستقبال في نظم الاتصالات.<sup>1</sup>

**القفزة الثانية:** وترتبط بالتوصل إلى صناعة دوائر متكاملة صغيرة الحجم عالية الكثافة، بفضل هذه القفزة أمكن تصغير حجم الحاسبات لتصبح حاسبا شخصيا صغيرا يمكن حمله.

**القفزة الثالثة:** وقد تحققت حينما قام العالم الأمريكي "الشانون" بنشر بحثه الذي وضع الأساس للاتصالات الرقمية التي تتميز بكفاءتها العالية.

إن مسيرة هذا التطور اتجهت في خط مسارع نحو مرحلة الاتصال الإلكتروني، والذي شهد تقدماً هائلاً وتشعباً كبيراً في مجال الاتصالات حتى أضحت من الصعوبة ملاحقة تطورها ومن هذه المجالات نجد:

<sup>1</sup> - لعجال عبد الوهاب، غزال سمية، الاتصال الرقمي داخل المؤسسات الإعلامية الجزائرية، إذاعة المسيلة نموذجاً، مذكرة ماستر، في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2021، ص 20-21.

- مجال الاتصالات بين الحاسبات الإلكترونية وشبكات الاتصال.

- مجال الاتصال عبر أقمار الفضاء والسموات المفتوحة.

-الاتصال عبر الألياف الضوئية واكتشاف أشعة الليزر ثم الطفرة الثورة الكبرى وهي الاتصالات الشخصية المتنقلة (اتصالات المحمول)<sup>1</sup>.

## المطلب الثالث: وسائل الاتصال الرقمي.

### 1. الحاسوب Computer:

يعرف الحاسوب الإلكتروني بأنه وسيلة أو جهاز إلكتروني مصنوع من مكونات منفصلة يتم ربطها ثم توجيهها باستخدام أوامر خاصة لمعالجة وإدارة البيانات بطريقة ما، لتجهيز البيانات وبمعنى أنه يستلم بيانات كمدخلات ويجهزها كمخرجات، أي أنه مصمم على أساس احتواء قدر كبير من البيانات الداخلية وتخزينها، ثم إنجاز العمليات الحسابية وإجراء المقارنات المنطقية المتعلقة بها، وأخيرا الإمداد بالمعلومات المطلوبة وذلك كله بمعدل سرعة كبيرة.<sup>2</sup>

وأيضا يعرف على أنه الآلة الرئيسية التي تجمع بين عدة عمليات أساسية الإدخال المعالجة والإخراج في آن واحد بالصورة والصوت.<sup>3</sup>

وعليه فإن تكنولوجيا الحاسوب تقوم أساسا بإنجاز البيانات الحسابية ومعالجة المعلومات، ثم إخراجها في شكل صوت أو صورة وبها معا،<sup>4</sup> ويتكون الحاسوب الإلكتروني من وحدة تشغيل ويحتوي على وحدة تخزين داخلية ثم الوحدة الحسابية، ثم وحدات لرصد النتائج المستخرجة من الحاسوب ويطلق عليها "L' enite D'out Put"،

<sup>1</sup> - لعجال عبد الوهاب، غزال سمية، مرجع سبق ذكره، ص 20-21.

<sup>2</sup> - عامر شرف طيب أليشاني، أثر تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات المتطورة في اكتساب ميزة تنافسية، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة آل البيت، الأردن، 2004، ص 38.

<sup>3</sup> - Microsoft, Computer Basics Student Edition Complete, Custom Guide, 2003, p34.

<sup>4</sup> - علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2002، ص 115.

وحدة التغذية المعلومات وهي "L' unite D'imput" ويضاف إلى ذلك وحدات التخزين الخارجية " unité de stockage" وهي إما أن تكون في شكل أسطوانات أو أشرطة ممغنطة، والأسطوانة في الشريحة دائرية الشكل لتخزين البيانات مغطاة غالباً بمادة مغناطيسية وتعرف في هذه الحالة بالقرص الصلب "disk dur".<sup>1</sup>

ويمكن للحاسوب الإلكتروني في المؤسسات بإعداد وإنجاز العديد من إسهام الإدارية في وقت قصير، بعد أن كانت تتفوق وقت جهة كبيرين كإعداد التقارير، المذكرات، ومختلف الإحصائيات وكذا تخزين الوثائق التي يتم إنجازها فيما يخص أعمال المؤسسة وأخيراً تسهيل عملية الاتصال بقواعد البيانات وذلك عن طريق منظومة الشبكات الموصلة بهذا الجهاز.<sup>2</sup>

#### أهمية الحاسوب بالنسبة للمؤسسة:

- السرعة في إجراء التوثيق المطلوبة عند استخدام الحاسوب والأقرص وخاصة استرجاع المعلومات.
- الدقة وقلة الأخطاء.
- كمية المعلومات المخزنة والإمكانات الكبيرة لذاكرة الحاسوب ووسائل الحفظ والتخزين الإلكترونية الليزرية المصاحبة له.
- السيطرة على الكم الهائل من مصادر المعلومات، خزنها، المحافظة عليها، معالجتها، واسترجاع ما هو مطلوب منها بالطرق والوسائل المتوفرة والمناسبة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - كريمة فلقول، واقع الاتصال الرقمي في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة ماستير، في اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019-2020، ص17.

<sup>2</sup> - إيمان مجّدية، تكنولوجيا الحاسوب واستخداماته في التدريس الجامعي، الملتقى الوطني الثاني حول الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي 5-6 مارس 2014، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص3.

<sup>3</sup> - هناء عبدوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية، أطروحة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وتجارية وعلوم التسيير، في تسيير المنظمات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016، ص108-109.

-عنصر التكلفة حيث أثبتت الممارسات أن تكلفة الحصول على المعلومات باستخدام الحاسوب تقل بكثير عن تكلفة الحصول عليها يدويا .

-مرونة الحاسوب حيث تحمل عبئ أكبر حالة النمو السريع دون الحاجة إلى زيادة العناصر البشرية.

## 2. شبكة الأنترنت Internet:

هي شبكة تربط بين عديد من الشبكات المنتشرة في العالم كله، من شبكات حكومية وشبكات جامعات ومراكز بحوث شبكات تجارية وخدمات فورية ونشرات إلكترونية وغيرها، يصل إليها أي شخص يتوافر لديه جهاز كمبيوتر ومودم وخط تلفوني، ليحصل على عدد لا متناه من المعلومات.<sup>1</sup>

وبعبارة أخرى هي مئات الملايين من الحاسبات الآلية حول العالم مرتبطة ببعضها البعض، ومع ترابط هذا العدد الهائل من الحاسبات أمكن إرسال الرسائل الإلكترونية بينها بلمح البصر، بالإضافة إلى تبادل الملفات والصور الثابتة أو المتحركة أو الأصوات، وقد تم الاتفاق على نظام موحد تتبادل جميع هذه الأنماط من المعلومات ثم تسميته النسيج العالمي.

وتقدم لنا شبكة الأنترنت خدمات منها:

\_البريد الإلكتروني **électronique mail**: وهو عبارة عن إنشاء نظام لتراسل الإلكتروني، أي إرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية ولاستخدامها يشترط وجود برنامج بريد إلكتروني وعنوان البريد الإلكتروني.

\_خدمات المنتديات والدردشة: هي مرحلة أخرى من كتابة الرسائل حيث يمكنك الاشتراك في المنتديات الإلكترونية المتاحة عبر الأنترنت في اتصال مباشر يشبه البريد الإلكتروني التقليدي مع مدة التأخير بسيط غير مدركة وخطوط الدردشة هي ارتباطات مفتوحة، حيث يمكن لمجموعة المشتركين مشاهدة أي فرد.

<sup>1</sup> - رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2007، ص67.

خدمة نقل الملفات **FTP**: وهو اختصار لـ "File Transfer Protocol" ويوفر هذا البروتوكول مكتبة عملاقة من ملفات في الأجهزة كما يتيح لنا استعراض الملفات المخزنة في الأجهزة المضيفة "hosts" البعيدة عبر الإنترنت ونقل ماشاء منها، وخدمة نقل الملفات تتيح لنا الاتصال بأي جهاز كمبيوتر على الإنترنت باستخدام هذا البرنامج.<sup>1</sup>

-الويب **WEB**: تعتبر الويب أو **WWW : World Wide Web** من أهم التطورات التي حدثت في شبكة الإنترنت، وتستخدم الويب أسلوب النص الفائق القدرة أو المترابط **Heypertext** لنشر النصوص، ويتيح هذا الأسلوب البحث في وثائق معقدة داخل الشبكة، وتسمح للمستخدمين بالقفز بسرعة من مصدر للمعلومات إلى آخر بمجرد الضغط على الزر الفأرة، بصرف النظر عن أماكن تخزين هذه النصوص، فهي غالباً ما تكون موزعة في العديد من أجهزة الحسابتات المربوطة بشبكة الإنترنت المنتشرة في جميع أنحاء العالم.

-لوحات النشر الإلكترونية **Bulletin Boards**: تمثل لوحات النشر الإلكترونية مستودعا للملفات والرسائل، وتكون غالباً مرتبطة بموضوع معين، ويمكن استخدام هذا النظام عن طريق الاتصال بلوحة النشر الخاصة بالموضوع الذي يريده المتلقي، ثم اختيار المطلوب من بين القوائم التي تظهر على الشاشة.<sup>2</sup>

ومن الخدمات التي تؤديها شبكة الأنترنت في المؤسسة فهي عديدة نذكر البعض منها:

المشاركة في الملفات-نقل وتحويل الملفات-المشاركة في التطبيقات-البريد الإلكتروني-اعتماد أكثر على النظام.

<sup>1</sup> - عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني، دار يافا العلمية للنشر و التوزيع، الأردن-عمان، ص30-31.

<sup>2</sup> - ندى الساعي، وسائل الاتصال الإلكترونية، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص70-71.

## 3. شبكة الأنترنت Intranet:

هي شبكة الشركة الخاصة التي تستخدم تقنيات الأنترنت المصممة لتلبية احتياجات العاملين من المعلومات الداخلية من أجل تبادل البيانات والمعلومات عن عمليات وأنشطة المنظمة في مقر الشركة أو في فروعها ولا يستطيع الأشخاص من غير العاملين في المؤسسة الدخول إلى مواقع الشبكة إلا بعد الحصول على إذن خاص من إدارة الشركة. وتستطيع المنظمة حماية موارد شبكتها باستخدام نظم الحماية والسيطرة والتقنيات الرقابة على المعلومات.<sup>1</sup> وتستخدم تقنيات الأنترنت لأنها وسيلة للتواصل السريع مع العالم الكلي، وأيضا يساهم في تحسين الاتصال الداخلي في إدارة الأعمال، وأنه أكثر كفاءة وأكثر ثراء من شبكة تقليدية أثناء استخدام مبادئ التشغيل وأدوات الأنترنت (البريد الإلكتروني، الأخبار، صفحات الويب...)، ويسمح الأنترنت بتطوير رأس معلومات الشركة وحمايتها.<sup>2</sup> وتعرف أيضا الأنترنت على أنها شبكة داخلية تستخدم بروتوكولات الأنترنت وأدواتها ولها طابع الخصوصية لكل مؤسسة تابعة لها.

أو هي ذلك التطبيق الداخلي لمؤسسة أو إدارة، يستغل التكنولوجيات وجميع الأدوات المستخدمة في عالم الأنترنت، إذ يضمن هذا التطبيق: ملكية، أمن، مراقبة المعلومات، وقواعد البيانات ومختلف موارد المنظمة، وهي مخصصة لتلبية الاحتياجات اليومية داخل المنظمات من بيانات ومعلومات، وهي تتميز بخصوصية الحضر للدخول إليها على كل من لا ينتمي للمؤسسة.

إذ يقوم المستخدم بالدخول إلى الشبكة باستخدام متصفح المكتب بدلا من الأنترنت، إذ تسمح بالدخول إلى الملفات، البريد الإلكتروني، وسطح الطابعات... كما لو كانوا يتصفحون الويب.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - رضوان مفلح العلي، مصطفى يوسف، نيرمين خلدون أحمد، مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن-عمان، 2016، ص59.

<sup>2</sup> - Annie Foujols, Etude prealble a la mise en place d'un intranet, Dess en ingénierie documentaire, Université Claude Bernard, Lyon, 1999-2000, p60.

<sup>3</sup> - فاطمة طويهي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية التجارة وعلوم التسيير، في التسويق، جامعة وهران2، 2014-2015، ص30-31.

## 4. شبكة الإنترنت: Extranet

والإنترنت عبارة عن شبكة مكونة من مجموعة من شبكات الإنترنت المرتبطة مع بعضها عن طريق شبكة الإنترنت.

والإنترنت هي تلك الشبكة التي تربط بين شبكات الإنترنت الخاصة بالمؤسسات والعملاء الذين تجمعهم مصالح مشتركة، وهي بذلك تؤمن لهم سهولة وسرعة تبادل المعلومات مع الحفاظ على خصوصية الأنترنت كشبكات محلية خاصة بمؤسساتها، وبالتالي فالإنترنت نتاج عملي وتطبيقي للإنترنت، إلا أنها أكبر منها في تغطية الجغرافية، لذا فهي تعد الخليط الذكي بين الإنترنت والأنترنت.<sup>1</sup>

إذن الإنترنت هي همزة الوصل بين المؤسسة ومحيطها الخارجي وباتت من أهم التقنيات إذ تقدم تسهيلات كبيرة في العمليات التسييرية والتفاعل مع الزبائن والموردين من خلال إستخدام تطبيقات هذه الشبكات على الويب، وأصبح من الممكن الدخول إلى مواد وصفحات محددة من أحد المواقع عن طريق إمتلاك اسم مستخدم وكلمة مرور من خلال الحصول على حساب على الجهاز الموزع للموقع للوصول إلى مجموعة معينة من الخدمات والمعلومات من بينها توفير قوائم العرض للإلكترونية، والتي تزود الزبائن آنيا بالعروض، الأسعار، أزمنا الشحن، التوصيل وما إلى ذلك من المعلومات المطلوبة، مما يسمح بدخول المؤسسات إلى عالم المنافسة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - حسين علي مُجدد، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، دار البيان للطباعة والنشر، طبعة 2، القاهرة، 2006، ص 65.

<sup>2</sup> - شوقي شادلي، تحليل العوامل المؤثرة على درجة توجه عينة من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، في تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016-2017، ص 43-44.

## 5. الأدوات الوسيطة:

بدون تشكيل الشبكات الاجتماعية، تسمح هذه الأدوات للشركة بنشر المعلومات على الويب والتفاعل مع جمهورها، وتميز:

- المدونات: تقوم الشركة بالإبلاغ عن أخبارها وفقاً لمنطق التمرير، وتخرج أحدث المعلومات السابقة. وفقاً لسياسات الشركة، يمكن لمحاوري الشركة الرد عليها من خلال نشر التعليقات.

- مواقع الويكي: هذه المواقع تسمح بالبناء المشترك حيث تتم دعوة الجميع للمشاركة من أجل بناء معلومات مرجعية.

- ملفات البودكاست: هي محتوى صوتي أو فيديو يمكن تنزيله بشكل منظم عن طريق الاشتراك أو على أساس مخصص.

- التطبيقات: تتيح للمستخدم الأنترنت تنزيل مجموعة من الميزات والوظائف من الشركة، يمكن أن تكون هذه المعلومات مرافق للخدمة، ولكن أيضاً محتوى حول مواضيع بعيدة كل البعد عن الأعمال الأساسية للشركة، ولكنها تقدم لها صورة عن القرب.

- الشبكات الاجتماعية: هنا أيضاً، هناك حاجة للتمييز بوضوح وفقاً للاستخدام، توجد بالفعل شبكات اجتماعية: مشاركة مقاطع الفيديو (Vimeo, You Tube, Daily Motion)، مشاركة الصور (Instagram)، و الشبكات الاحترافية (LinkedIn)، و الشبكات الفردية (Facebook)، والمدونات الصغيرة (Flick'r)، و الشبكات الاجتماعية (Twitter)<sup>1</sup>.

- خلق تطبيق على الهاتف الذكي: هو أداة مهمة والغرض من وراء خلق التطبيق عن الحدث هو إعلام الجمهور بجميع مستجدات الحدث والتعرض لمضامين متنوعة صوتاً وصورة وبشكل تفاعلي، حالياً يمكن خلق تطبيقات على

<sup>1</sup> - Thierry Libaert, Marie-Hélène Westphalen, la communication externe des entreprises, Dunod, 4eme édition, Paris, 2014, p51.

الهاتف بتكلفة صغيرة أو مجاناً، كربط الحساب البنكي مع الهاتف الذكي ومن خلال تثبيت برامج موثوقة ومؤتمنة من طرف البنوك وبعد ربط الهاتف بالإنترنت يتمكن من دفع المستحقات المالية خلال تعاملاته الشرائية من الإنترنت أو عمليات البيع.<sup>1</sup>

## المبحث الثاني: مميزات الاتصال الرقمي.

### - المطلب الأول: خصائص الاتصال الرقمي ومستوياته.

#### 1. خصائص الاتصال الرقمي:

نظراً للتطورات الدراسية الخاصة بالاتصال الرقمي بصفة عامة، اهتمت الدروس والبحوث بصفة خاصة بدراسة خصائص الاتصال الرقمي ومستوياته، والتي قد ساهمت كل من الميزات الرقمنة وميزات نظم الاتصالات الرقمية، إذن وقد فصلنا في هذا في رسم معالم الاتصال الرقمي وإضفاء خصائص مميزة له المتمثلة في:

#### أ. التفاعلية: **Interactivité**:

وهي السمة المميزة التي تسم الاتصال المواجهي، وهي تعني انتهاء فكرة الاتصال الخطي، في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل، بحيث يصبح الاتصال باتجاهين يتبادل أطراف العملية الأدوار، ويكون لكل طرف القدرة والحرية والتحكم في عملية الاتصال في الوقت والمكان والزمان الذي يناسبه<sup>2</sup> وهذا يترتب عليه:

<sup>1</sup> - عبد الرؤوف فهددي، د. إدريس بولكعبيات، الاتصال الحديث في المؤسسة الجزائرية والتوجه نحو الرقمنة، مجلة البدر، المجلد 9، العدد 11، سنة 2017، ص 12.

<sup>2</sup> - إسراء لعراي، خديجة زوالي، الاتصال الرقمي و دوره في تحصيل طلبة الإعلام والاتصال الرياضي بالمسيلة، شهادة ماستر، قسم الإعلام والاتصال الرياضي،

في الإعلام الرياضي السمعي، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2020-2021، ص 34.

- المستقبل والمتلقي أصبح مشاركا في عملية الاتصال ومؤثرا في بناء عناصرها باختياراته المتنوعة وليس متلقيا سلبيا.
- لا تتوقف المشاركة على اختيار المحتوى أو المضمون النهائي في عملية الاتصال بل امتد إلى التأثير في هذا المحتوى عبر الصدى سواء أكان تزامنا، أي في الوقت لاحق، وذلك ماكان مفقودا في الاتصال التقليدي وأمكن تلاقيه باستخدام الهاتف وإيميل أو الشريط المكتوب أسفل الشاشة.
- تعدد المشاركين في عملية الاتصال في إطار متزامن ومتبادل أدوار الاتصال، كما يحصل في المؤتمرات الفيديو، وبذلك لم يعد المشاهد يوصف ومتفاعلا في العملية الاتصالية.

### ب. التنوع:

- أدى تطور المستحدثات الرقمية إلى ارتفاع القدرة على الإنتاج والتخزين والإتاحة للمحتوى الاتصالي، أدى إلى التنوع في العناصر الاتصالية، التي وفرت توظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه، ويتمثل التنوع في الاتصال الرقمي في:
- تنوع أشكال الاتصال من خلال وسيلة رقمية واحدة هي الحاسب.
- التنوع في المحتوى الذي يختاره على المواقع المختلفة المنتشرة على شبكة الإنترنت سواء في وظائف هذا المحتوى أو مجالاته.<sup>1</sup>

وهذا التنوع أدى إلى تلبية الحاجيات المتعددة والمتجددة.

<sup>1</sup>-مُجد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص108-110.

## ت. التكامل:

تتيح عملية الاتصال الرقمي "عبر شبكات الاتصال" مختلف نظم الاتصال وأشكاله، مما يوفر للمستخدم ما يراه مطلوباً من تخزين وطباعة أو تسجيل أو إرسال، لأن هذا النظام يوفر مختلف أساليب التصرف والإتاحة والتخزين بأسلوب متكامل.<sup>1</sup>

ومن هنا يتبين جلياً أن النظام الرقمي بمختلف مستحدثاته يوفر أساليب التعرض والتخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الأنترنت و مواقعها المتعددة.

## ث. الفردية و التجزئة:

يحقق الاتصال الرقمي للمستخدم حرية كبيرة في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة في عملية الاتصال وهو بذلك يعلي من شأن الفردية، كما تؤكد الاتصال الرقمية على سرية الاتصال وخصوصيته، وعلى تحكم أطراف الاتصال في عملية الاتصال والتحكم الذاتي مع مراعاة حقوق الملكية الفكرية، وبذلك يتوفر للمستخدم أرفع درجات الفردية والحفاظة على الخصوصية في الاتصال.

وهذا الاتصال يتيح لهذه الفئات معلومة دقيقة لا تستطيع وسائل الإعلام الجماهيرية إيصالها، ويؤدي في نفس الوقت إلى تقنيات جمهور المستخدمين وإلى تجزئته، أي يقوم بنفس الوقت بتجميعه حسب الاهتمامات والعوامل الأخرى، كما يحصل في المنتديات أو المدونات <sup>2</sup>. Biogs et Forums.

## ج. تجاوز الحدود الثقافية:

شبكة الأنترنت هي مجموعة شبكات دولية وإقليمية يزداد يوم بعد يوم ويزداد معها عدد المستخدمين لهذه الشبكة نتيجة توفر إمكانية الاتصال ورخص تكلفة، مما أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية وللوصول إلى

<sup>1</sup> - فريدة بن عمروش، الاتصال الرقمي وفق منظور مقترح الاستخدامات والإشباع، مجلة المعيار، مجلد25، عدد54، الجزائر3، 2021، ص9.

<sup>2</sup> - ماهر عودة الشمالية، د. محمود عزت اللحام، د. مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص70-71.

العالمية أو الكونية "Globalisations". وما احرص الكثير من الدول والمجتمعات على إنشاء طرق المعلومات السريعة "Information super highway" إلا تعبيراً عن إدراكها لأهمية الاتصال الثقافي العالمي، وتدعيماً للوظائف العديدة التي تؤديها هذه الشبكات على المستوى العالمي كالتجارة الإلكترونية العالمية.<sup>1</sup>

### ح. تجاوز وحدة الزمان و المكان:

من الأبعاد الأكثر تجديدية في الاتصال الرقمي، تمكين المتفاعلين ضمن فضاءها من تجاوز الاكراهات الفيزيائية المرتبطة بسياقات الحضور وطقوس المكان. فقد تحطت الانترنت كل الحواجز الزمكانية، التي حالت منذ فجر التاريخ دون انتشار الأفكار وامتزاج الناس وتبادل المعارف أما اليوم فتمر مقادير هائلة من المعلومات عبر الحدود على شكل إشارات رقمية لا يقف في وجهها شيء.<sup>2</sup> الاتصال الرقمي اتصال عن بعد يفترض فيه تواجد أطراف الاتصال في مكان واحد في نفس الوقت "التزامن"، اللهم إلا في عمليات الدردشة، أو المؤتمرات عن بعد وأدى ظهور الكثير من الأجهزة الرقمية "Laptops"، والهواتف إلى تسهيل إمكانية الاتصال مهما تباعدت المسافات بين أطراف عملية الاتصال، نظراً لإمكانية الأجهزة والبرامج الرقمية في الاستقبال، والإرسال و التخزين والتحميل على الأجهزة والأسطوانات وإعادة استقبالها مرة أخرى في الوقت المناسب، وقد ارتبط هذا اللاتزامن، بأشكال الاتصال أخرى مثل: البريد الإلكتروني\_أو التعرض المواقع الإعلامية\_كالصحف ومحطات التلفزيون.

<sup>1</sup> - المهدي الذهبي أمجد السباعي، مُجد معمر، الاتصال الرقمي في المؤسسات التعليم العالمي، شهادة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، في الصحافة المطبوعة والإلكترونية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2018-2019، ص35.

<sup>2</sup> - أمينة نبیح، الاتصال الرقمي و الإعلام الجديد موقع Facebook نموذجاً، دار غيداء للنشر و التوزيع، عمان، 2018، ص37.

### خ. الاستغراق في عملية الاتصال:

شجع انخفاض تكلفة الاتصال الرقمي على عملية الاتصال الرقمي، والاستغراق في البرامج المتاحة بغية التعليم، وذلك لأوقات طويلة في إطار فردي، كما ساعد انتشار الرسائل والنصوص الفائقة على الإبحار أو التجول وبالتالي الاستغراق أكثر المعلومات والأفكار.<sup>1</sup>

### 2. مستويات الاتصال الرقمي:

ساعدت تكنولوجيا النظم الرقمية على تطوير مستويات وأشكال الاتصال القائمة، وتوفير أشكال حديثة منها. بحيث تؤدي في النهاية إلى تعظيم قدر الاستفادة من توظيف هذه التكنولوجيا في مجال الاتصال والمعلومات، وعلى العموم هناك ثلاثة منظومات تواصلية داخل شبكة الانترنت، الأولى هي المنظومة الفردية-الجمعية (المدونات، منتديات الحوار، البريد الإلكتروني، الدردشة، مواقع الويكي Wiki).

أما الثانية، فهي المنظومة المؤسسية (مواقع وبوابات المؤسسات الاقتصادية والجمعيات الحكومية).

والثالثة هي المنظومة الإعلامية (المواقع الإعلامية والإخبارية)، ويمثل المضمون مقياساً رئيسياً يمكن اعتماده لتشخيص منظومة ما.<sup>2</sup> وتبعاً لهذه المنظومات الثلاث وفي فلكها تتعدد مستويات الاتصال الرقمي والتي تتمثل في:

### أ. الاتصال بالحاسب و برامجه:

وفي هذه الحالة يكون جهاز الحاسب لما فيه من برامج تمثل قاعدة البيانات طرفاً في عملية الاتصال مادامت هذه البرامج هي الرسائل المستهدفة التي تتسم بالتفاعلية والتوفر للمتلقي المعلومات التي يريدتها في الوقت والمكان

<sup>1</sup> - فريدة بن عمروش، مرجع سبق ذكره، ص 9.

<sup>2</sup> - ياس خضير البياتي، الاتصال الرقمي أمم صاعدة و أمم مندهشة، دار البداية ناشرون و موزعون، عمان، 2015، ص 106.

الذي يحدده، و يتفاعل مع هذه البرامج وفق أسلوب تصميمها والهدف من هذا التصميم سواء كان لأغراض التعليم والبحث في القواعد البيانات أو التسلية أو الترفيه.<sup>1</sup>

- بعض استخدامات الحاسب الإلكتروني في الاتصال: يتيح الحاسب الإلكتروني تطبيقات عديدة في مجال الاتصال سواء الاتصال الشخصي أو الاتصال الجماهيري وذلك على النحو التالي:

(1) معالجة الكلمات: يتيح مزايا غير موجودة في الآلة الكاتبة مثل إمكانية مراجعة النص بالكامل وتصحيح الأخطاء الطباعية أو اللغوية ويتم تخزين هذا النص في ذاكرة الحاسب.

(2) النشر المكتبي: تستخدم أجهزة الحاسب الإلكتروني في إنتاج الصفحات كاملة من الصحف مزودة بالعناوين والنصوص والرسوم ويتيح إجراء أية تعديلات على شكل الصفحة ومحتواها بسهولة.

(3) تصميم الرسوم: غير الحسابات الإلكترونية طريقة أداء الناس للرسوم التقنية من خلال استخدام نظم تصميم الرسم CAD يتم ابتكار الرسوم وتخزينها وتغييرها بشكل أسهل من السابق وتستخدم هذه الرسوم في وسائل الاتصال من خلال عرض الخرائط الطقس والرياح وتحديد المناطق الجغرافية وغيرها من الرسوم.<sup>2</sup>

(4) البريد الإلكتروني: يمكن استخدامه في توزيع الرسائل بدلا من استخدام البريد العادي وأصبحت وسيلة شائعة للشركات الكبرى إذ يسهل الاتصال بين الموظفين والإدارات مما يتيح توجيه رسائل متعددة أو توزيع نسخ من نفس الرسالة للعديد من الأشخاص وكذلك استقبال من الجهات الأخرى عبر الصناديق الإلكترونية.

(5) الاتصال المباشر بشبكات المعلومات: يتيح هذا الاتصال توفير خدمات عديدة من المعلومات مثل: الأخبار-الطقس-الرياضة-خدمات السفر والسياحة-الشراء من المحلات-ممارسة الأعمال البنكية-ممارسة الألعاب الإلكترونية-استرجاع المعلومات-التعليم، وغيرها من الخدمات.

<sup>1</sup> - أسماء برادعي، أسماء بقادر، دور الاتصال الرقمي في الترويج للخدمات الفندقية، مذكرة ماستر، تخصص الصحافة الإلكترونية و المطبوعة، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019-2020، ص 19.

<sup>2</sup> - ياسر عبد الرحمن خلف، تكنولوجيا الإعلام و الاتصالات، الجنادرية للنشر و التوزيع، الأردن-عمان، 2017، ص 75-76.

## (6) أعمال المونتاج والتشغيل الذاتي لوسائل الاتصال:

يلعب الحاسب الالكتروني الآن دورا مهما في عمل المونتاج للبرامج التلفزيونية، والأفلام السينمائية، ويندر وجود أستوديو للصوت أو التلفزيون غير مزود بالحاسب الالكتروني الذي يقوم بكافة أعمال التوليف بمنتهى الدقة والتحكم والتنوع، كما تعتمد أستوديوهات التسجيل الموسيقي الحديثة على استخدام الحاسب الالكتروني، وقد أثر التشغيل الذاتي على أسلوب معظم الأعمال التي تتم من خلال صناعة الاتصال الجماهيري، وشملت التسهيلات الأتوماتيكية طباعة الصحف والمجلات والكتب وإدارة محطات الراديو بشكل شبه كامل من خلال استخدام الأشرطة سابقة تسجيل، والتحكم من خلال أجهزة الحاسب في تشغيل الأشرطة وإيقافها. ومع زيادة التقدم في الحاسبات الالكترونية سوف يصبح التشغيل الذاتي أقل تكلفة من استخدام الطاقة البشرية.<sup>1</sup>

## ب. الاتصال بقواعد البيانات:

في هذه الحالة تعتبر الحواسيب أجهزة طرفية لقواعد البيانات التي يتم تجزئتها على حاسب رئيسي serveur يتصل بعدد من الحواسيب تكون فيما بينها شبكة محلية داخل المؤسسة أو المنظمة، وتتيح لكل مسؤول أو مستخدم الدخول إلى قواعد البيانات والاستفادة منها من خلال الاتصال الكابلي بين الحواسيب والحاسب الرئيسي، ولا تستخدم في هذه الحالة خطوط التليفون العادية، حيث تعتمد على الكابلات التي تربط بين الحواسيب وبعضها، كما في الأحوال الخاصة بالدخول على المكتبات المحلية التي تضع موادها ومصادرنا على الحاسب الرئيسي ليكون قابلا للاستفادة منه، من خلال الاتصال الطرفي أو الحواسيب الطرفية.

ويأخذ هذا النوع من الاتصالات الشبكات التالية:

<sup>1</sup> - حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993، ص73-74.

1. الشبكة النجمية **Star Network**: في هذه الحالة يكون الاتصال بين الحواسيب وبعضها من خلال الحاسب الرئيسي فقط الذي يمثل نقطة المركز في النجمة.

2. شبكة الخطية **Liner Network**: تسمح بالاتصال المتبادل بين حاسبين فقط بالإضافة إلى الحاسب الرئيسي، وحيث أن قنوات الاتصال تسير في اتجاه خطي فإنه لا يسمح بالاتصال بين أكثر من حاسبين.

3. شبكة الهرمية: تقوم على مبدأ تعدد مستويات الاتصال فلا تسمح بالاتصال في الأدنى إلا من خلال الحاسب الرئيسي الخاص.

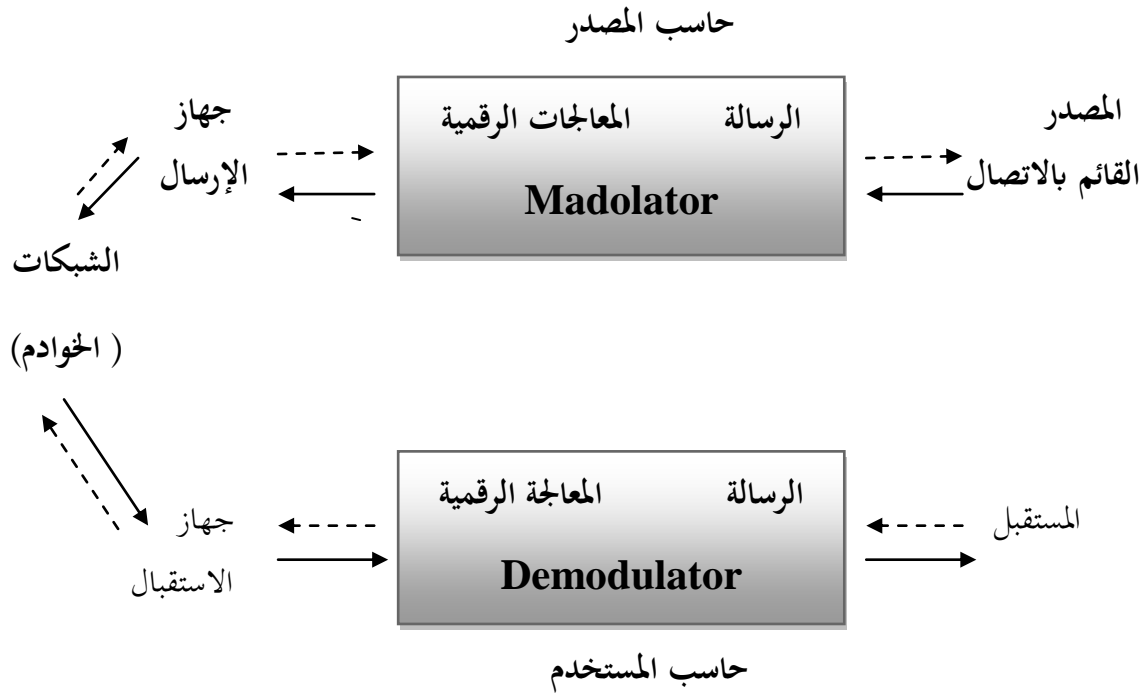
4. الشبكة الدائرية: وهذه الشبكة تقدمه على الدائرية الاتصال بين كل حاسب والذي يليه، وفي إطار الاتصال الدائري بين حاسبين متباعدين يسمح في نفس الوقت بالمرور على الحواسيب التي تتوسط هذين الحاسبين.

5. الشبكة الموزعة **Distributed Network**: وفي هذا التنظيم يسمح لكل حاسب بالاتصال بباقي الحواسيب مباشرة دون الحاجة إلى مركزي، ويوفر هذا التنظيم البنكي خصوصية الاتصال بين حاسب وآخر.<sup>1</sup>

ت. الاتصال المباشر من خلال الشبكات:

هو الاتصال الذي يتم عبر شبكات الاتصال والمعلومات وذلك من خلال كارت Modem والخط التلفون والذي يتم عبر الاتصال، وهذا الاتصال إما أن يكون مكتوباً عبر الرسائل أو يكون صوتياً أو بالصورة كما يحدث في المؤتمرات عبر الفيديو، وهذا الاتصال إما يكون مع فرد أو مجموعات كما يحصل في New Group وأشكال هذه الاتصال يجب أن يكون متزامناً، أما الاتصال المكتوب فهو في الغالب غير متزامن وفي هذه الحالة تتألف عناصر الاتصال الرقمي عبر الشبكات من:

<sup>1</sup> - كريمة قلقول، مرجع سبق ذكره، ص 24.



الشكل 1: عناصر الاتصال الرقمي من خلال الشبكات.<sup>1</sup>

### ث. الاتصال بمواقع الوسائل الإعلامية:

نظرا للتزايد الضخم في عدد مستخدمي الشبكة العالمية للمعلومات Internet والاحتمالات المتوقعة بانصراف مستخدميها عند التعرض إلى وسائل الإعلام واستبدال الانترنت بها، فقد سعت وسائل الإعلام استئجار مواقع دائمة لها على هذه الشبكة لجذب مزيد من جمهور المتلقين إلى المواد الإعلامية وساعد على تشجيع ذلك خدمة النص الفائق التي بدأتها الشبكة العنكبوتية "شبكة الويب" وأتاحت بذلك التجوال المتعاقب والمرتبط بالنصوص ذات العلاقة ببعضها، بالإضافة إلى ما تتميز به من مزايا ترتبط بتكنولوجيا الاتصال الرقمي وأهمها التفاعلية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - رضوان مفلح العلي، مصطفى يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 86.

<sup>2</sup> - لعجال عبد الوهاب، غزال سمية، مرجع سبق ذكره، ص 28.

## المطلب الثاني: وظائف وأهداف الاتصال الرقمي.

## 1. وظائف الاتصال الرقمي:

مع تجدد الدراسات الخاصة بالاتصال الرقمي والتكنولوجيات الحديثة بصفة عامة، تصدرت البحوث الخاصة بأسباب استخدام الاتصال الانترنت والتكنولوجية الحديثة في المؤسسات، ومن خلالها تم استقراء نتائج البحوث المحددة التي أجريت في هذا المجال، وفي إطار النظريات الخاصة بعلوم الإعلام والاتصال يمكن أن نوجز الوظائف الأساسية للاتصال الرقمي والمتمثلة في الآتي:

- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث أن الفرد أصبح يتعامل مع الحاسب لمدة طويلة بعيدة عن الآخرين ويتم من خلاله الاتصال ليس وجهها لوجه بل من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، حيث أن من اللبنة الأساسية لهذا التكوين مجموعات الحوار، ولذلك يسود الاعتقاد بأن الفرد قام بتوسيع دائرة علاقته تحت واقع جديد يرسمه الأفراد لأنفسهم.
- بناء على الوظيفة السابقة تنشأ ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية *Communités Virtual*، والتي تجمع أفرادها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الأفراد مثل مناهضة العنصرية.<sup>1</sup>
- إستخدامة في التعليم ونشر الإستراتيجيات الخاصة بتوظيف الحاسوب وبرامج التعليم.
- تقديم الوظائف الكبيرة للمعلمين من خلال التسوية والإعلان عن منتجاتهم ليسهل للجماهير المتلقي اتخاذ القرارات الشرائية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - جميلة سالم عطية، الثورة المعلوماتية وإشكالية بناء وتداول الخطاب اللغوي والبصري، رسالة ماجستير، كلية علوم الإعلام والاتصال، في سيميولوجيا الاتصال، جامعة الجزائر3، 2013-2014، ص62.

<sup>2</sup> - حموش مديحة، الاتصال الرقمي وتأثيره على الأداء الوظيفي، شهادة ماستر، قسم العلوم الإعلام والاتصال، في اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019-2020، ص25.

- وظيفة إنتاج المادة الإذاعية والتلفزيونية والصحفية بعد دخول الكمبيوتر إلى بنية العملية الإنتاجية فأصبح كل شيء يتم إلكترونياً حيث أسهم الكمبيوتر في إنشاء قواعد المعلومات والإنترنت والتصوير الإلكتروني والتصوير الرقمي الإلكتروني والأقمار الصناعية والمساحات الضوئية والاتصالات السلكية ولاسلكية والألياف البصرية... الخ.
- وظيفة معالجة المعلومات رقمياً سواء المقدم منها في المحتوى البرمجي للراديو والتلفزيون أو المقدم منها عبر صفحات الصحف أو من خلال النشر الإلكتروني Digital Darkroom وسواء كانت تلك المعلومات مادة مكتوبة أو صورة مرسومة، فإن هناك العديد من البرامج التي تتعامل وتعالج مثل هذه المعلومات.<sup>1</sup>
- ومع انتشار برامج المسابقات والألعاب على مواقع الإنترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لها الغرض وتناسب المستويات عمرية عديدة، فإن الاتصال الرقمي يسهم في بذلك في تحقيق وظيفة التسلية والترفيه التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة، بجانب ما تقدمه المواقع الإعلامية من إذاعة للمواد الإعلامية التي تساهم في تحقيق هذه الوظيفة وحاجات جمهور المستخدمين منها.
- بجانب وظائف الاتصال بالآخرين والوظائف الإخبارية، وما يرتبط بها من أهداف ووظائف تجد اهتماماً من الفرد والجماعات، تتصدر وسائل الاتصال الرقمي كافة الوسائل الأخرى في تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق في تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات والمعرفي الذي استفاد منه الاتصال الرقمي وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها التي غطت كل المجالات، وكل التخصصات، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> -حسن علي مُجَد، نفس المرجع السابق، ص18.

<sup>2</sup> -إسراء لعراقي، خديجة زوالي، الاتصال الرقمي ودوره في تحصيل طلبة الإعلام والاتصال الرياضي بالمسيلة، شهادة ماستر، قسم الإعلام والاتصال الرياضي، في الإعلام الرياضي السمعي، جامعة مُجَد بوضياف، مسيلة، 2020-2021، ص38-39.

- القيام بوظيفة الإعلان والتسويق حيث تعتمد المواقع في الغالب في تمويلها على الإعلانات المصاحبة لعرض البرامج والموضوعات.<sup>1</sup>
- الوظيفة التنموية إذا كانت الوظيفة الإخبارية هي الوظيفة الأساسية لوسائل الاتصال، إذا بواسطتها يتمكن في أحسن الحالات من تجديد معلوماتنا تباعا، هذه فإن الحاجة للاستعلام ليست بالضرورة نفعية فقط، بل هي تلبية لرغبة في المشاركة و اهتمام الجمهور بما. فوسائل الاتصال تعمل بحكم سعة وسرعة انتشارها على توفير رصيد مشترك من المعلومات يزيد من فاعلية نشاط جمهورها ومشاركتها الاجتماعية أو المادة الاجتماعية الموجهة إلى المرسل. فإن لوسائل الاتصال دورا كبيرا في التنمية الثقافية والاجتماعية (محو الأمية، تعليم اللغة، التعليم الموازي، والدائم، التربية الموازية...)<sup>2</sup>.

## 2. أهداف الاتصال الرقمي:

لقد لخص بعض التقنيين أهم أهداف الاتصال الرقمي في النقاط التالية:

- هدف تقني: يكمن في حفظ الوثائق والمعلومات وحمايتها من التلف من خلال أرشفتها حتى يستفيد منها الجمهور و المتلقي.
- المحافظة على التراث المكتوب والاقتصاد من استعمال ذلك التراث بالأيدي.
- إمكانية تحويل المعلومات من كتابة إلى محفوظات حيث يتم تغيير نظامها إلى صيغ رقمية عديدة بالغة التي يفهمها الحاسوب ويستطيع إرجاعها.
- يهدف كذلك إلى تحقيق لامركزية المعلومات حيث تصبح مخزنة في منطقة ما ويمكن الاستفادة منها في مناطق أخرى فلا تكون المعلومة حكرة على منطقة معينة والتقليل من عناء السفر وقلّة التكاليف على الأفراد.

<sup>1</sup> - أسماء برداعي، أسماء بقادر، دور الاتصال الرقمي في الترويج للخدمات الفندقية، شهادة ماستر، قسم العلوم الإنسانية و الإسلامية، في الصحافة الإلكترونية المطبوعة، جامعة أحمد درارية، أدرار، 2019-2020، ص23.

<sup>2</sup> - فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط4، الجزائر، 2013، ص32.

- تحقيق قدر عالي من الدقة الآلية بتصميم نظم رقمية لمراقبة تغيير أوضاع القناة بصفة مستمرة وتصحيح مسارها.
- التحكم في مشكلة الصدى وتحقيق التوافق الصوتي أو التناغم بين الأصوات من أجل القضاء على مشكلة التشويش.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: تكنولوجيا الاتصال الرقمي.

هي التكنولوجيا التي تتم بواسطتها نقل مختلف المعلومات سواء كانت معطيات أو بيانات على شكل إشارات إلكترونية، ويمكن تقديم هذه لبيانات المقروءة أو المسموعة و المرئية في شكل سلسلة من الإشارات التماثلية، وتختلف الإشارات التماثلية حسب اختلاف الإشارات الأصلية، وخلا عقد الثمانينات أصبح بالإمكان إعادة تقديم الإشارات التماثلية في صورة إشارات رقمية. ويستخدم الاتصال الرقمي في نقل بيانات الحسابات والصوت عبر الهاتف، وإرسال الراديو والتلفزيون والتسجيلات الموسيقية بقدر عل من الدقة والجودة.<sup>2</sup>

#### أ. ترجمة المعلومات إلى رموز رقمية:

بعد أن زاد استخدام الحاسبات الاللكترونية، تطورت التكنولوجيا الرقمية لتستفيد من مزايا الإشارات الرقمية في مختلف أنواع الاتصالات، وتشير كلمة "رقمي" إلى حالتين هما التشغيل والإيقاف (on/off)، ويتم التعبير عن المعلومات في شكل سلسلة من إشارات التشغيل والإيقاف، وتتخذ كل الحروف والرموز والأرقام والصور والرسوم والأصوات شكل أرقام ( الواحد و الصفر).

<sup>1</sup> - حموش مديحة، مرجع سبق ذكره، ص23.

<sup>2</sup> - قواسم بن عيسى، الفجوة الرقمية و المعلوماتية بين الدول العربية، رسالة ماجستير، في العلوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الإنسانية و الحضارة الإسلامية، جامعة وهران، 2006-2007، ص66.

## ب. تحويل البيانات التماثلية إلى الرقمية والعكس:

يمكن استخدام الرمز الرقمي لتمثيل الإشارات الكهربائية التماثلية في شكل اتصالات الصورة والصوت بالإضافة إلى تحويل الأرقام والرموز والحروف إلى إشارات رقمية كما هو الحال في اتصالات البيانات عن طريق الحسابات الإلكترونية، فالاتصالات الهاتفية يمكن التعبير عنها في شكل رموز رقمية وإرسالها عبر مسافات بعيدة، وميزة الاتصال الرقمي أنه لا يؤدي إلى تشويش، والتشويش الوحيد الذي يمكن أن يحدث في حالة الاتصالات الرقمية قد يقع في لحظة تغيير الإشارة التماثلية إلى إشارة رقمية عند بداية الإرسال، ومن إشارة رقمية إلى إشارة تماثلية عند الاستقبال، وتتسم الشبكة الرقمية بالذكاء، والنشاط، والمرونة، والشمول في نقل أنواع مختلفة للاتصالات وكذلك الحفاظ على سرية الاتصال.<sup>1</sup>

## ت. تكنولوجيا الأقمار الصناعية:

ساهمت الأقمار الصناعية والذي أطلق أولها على يد السوفييت في عام 1957 (القمر الصناعي سبوتنيك) في التطوير الاتصالات التلفزيونية والتلفزيونية، متجاوزة العديدة من الصعوبات والعوائق الطبيعية في عملية الاتصال هذه كما ساهمت في تغطية المساحات واسعة من الكرة الأرضية بالوقائع ولأحداث بدقة ووضوح لكن تطور النظم الرقمية وإضاءة منها في التطوير الاتصال عبر الأقمار الصناعية فقد أمكننا من الاستفادة منها في التطبيقات جديدة، وامتدت الآن لتربط الأقمار الصناعية شبكت الأنترنت مما سهل نقل:

-الخدمات الصوتية: تلفون وإذاعة ومؤتمرات صوتية.

-خدمات مصورة: رسائل الفاكس والرسوم وصور الفيديو والصورة التلفزيونية والى واصل التلفزيون عالي الدقة.

<sup>1</sup> - إبراهيم الدلق، هاشم الشولي، صلاح الدين الحاج احمد، أسامة طه، مجّد يوسف حسين، الاتصالات، مركز المناهج، فلسطين، 2006، ص9-10.

-خدمات البيانات: وتشمل البريد الإلكتروني، اتصال بقواعد البيانات، استقبال البيانات عن بعد ونقل الرسائل والصفحات.

كل هذا مكن من تطور الاتصال والإعلام مثل الطباعة ونقل الصفحات من بُعد والراديو والتلفزيون الرقمي، وبذلك أصبحت جزءًا أساسيًا من البنية للاتصال والإعلام.

### ث. تكنولوجيا الوسائل المتعددة:

وجاء هذا التطور نتيجة قدرة النظام الرقمي على معالجة ونقل المعالجة كل الرموز الاتصالية، الصوت، الصورة، البيانات، وبالتالي أدى ظهور تكنولوجيا الوسائل المتعددة التي تستطيع معالجة وإدارة هذه الرموز بأسلوب متكامل، بحيث يحقق أهداف التعرض إلى هذه الرسائل.

وقد أمكن في هذه الوسائل تطوير نظام الفائق Hyper Texte في عام 1963 وهو الذي قام على أساسه نظم العرض على الشبكة العنكبوتية WWW وهو يقوم على بناء روابط عناصر الوسائل المتعددة المترابطة. وبذلك أصبحت تكنولوجيا الوسائل المتعددة وتكنولوجيا النصوص المتشعبة هي الشكل السائد والوحيد لتقديم الرسائل الاتصالية وعرضها.<sup>1</sup>

### ج. تكنولوجيا الأقراص الليزرية:

وهي أقراص يسجل عليها عن طريق أشعة الليزر ذات الإمكانات اللامتناهية، حيث يمكن تخزين واستعادة البيانات والمعلومات الصوتية و المصورة عن طريق الليزر بدلا من الرأس الإلكترونيومغناطيسي. لقد أضاء شعاع الليزر الطريق أمام ثورة حقيقية في عالم الاتصالات حيث وفر سرعة هائلة لتبادل المعلومات تقدر بالجيجا بايت (Giga byte)

<sup>1</sup> - رضوان مفلح العلي، مصطفى يوسف كافي، نيرمين خلدون أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 98-99.

في الثانية الواحدة وهي سعة إرسال تكفي لنقل مضمون نحو خمسمائة كتاب في الثانية الواحدة ودائرة من الألياف الزجاجية يمكن أن تنقل 50 ألف مكالمات هاتفية.

### ح. تكنولوجيا الفيديو تكست:

تعتبر أنظمة الفيديو تكست أكثر تطورا من أنظمة التليتكست من حيث كونها أنظمة تفاعلية، حيث المتلقي في هذه الحالة بالاتصال بمراكز المعلومات للحصول على المعلومات المعنية أو المختصة بفرع من الفروع التي يرغب في معرفتها وتتيح مراكز المعلومات بدورها معلومات مفيدة سواء كانت ذات طبيعة تجارية أو تعليمية أو علمية، ومن أبرز هذه المراكز أو الشركات التفاعلية شبكة المينيتيل الفرنسية (Minitel) وشركة بريستيل البريطانية (Prestel)، فمن خلال الوحدات الطرفية لأي من هذه الشركات يمكن للمستخدم التسوق وشراء احتياجاته من السلع التي تتوفر معلوماتها عن طريق الشبكة أو شراء تذاكر الطائرات أو حجز تذاكر السينما أو المسرح وغيرها من الأشياء التي تتحقق بهذا القدر من ثنائية التفاعل بين المتلقي وشبكة المعلومات.

### خ. تكنولوجيا الكمبيوتر النقال و الهاتف النقال:

وهو نظام يتيح للإنسان أن ينقل معه وثائقه و مصادره ومعلوماته واتصالاته وتصبح قدرة الإنسان فيما تستطيع ذاكرته البشرية المحدودة أن تحمله ولا عقله المقيد -ولا نقول المحدود- أن يتصدى له، بل أصبحت قدرته على النفاذ إلى مصادر المعلومات عندما يحتاجها وعلى توفير الوسائل العملية لحل ما يصادفه أو يعرض عليه من مشكلات، وهكذا أصبح للإنسان رفيقان: كمبيوتر نقال وهاتف نقال الأول يحمل له ملفاته وبرامجه والثاني هو نافذته التي يطل منها على العالم حيثما كان، محققا بذلك أقصى درجات الشفافية الجغرافية والمعلوماتية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - هارون منصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، المسائل النظرية والتطبيقية، دار الألفية لنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 34-35.

## د. تكنولوجيا الأقراص الضوئية:

وهي عبارة عن شرائط مضغوطة تحتوي على كمية كبيرة من المواد المسجلة والمعلومات في شكل نصوص وصور وأصوات ومعلومات معالجة للحاسب الإلكتروني إذ يمكن تخزين ألف كتاب كبير (مجلد) على قرص ضوئي واحد قطره 12 سم ولا يزيد وزنه على 15 جم فقط وينتظر أن تتضاعف هذه السعة 10 مرات بنهاية هذا العقد كما يمكن أن يحتوي على 2 مليون وخمسمائة ألف صفحة نصوص وينتظر أن تتضاعف هذه السعة عشرات المرات بنهاية هذا العقد ويبدو أن الـ Cd Rom هو الوسيط المثالي ليث فقط لأنه يتيح الاتصال بينوك المعلومات والمعاجم والموسوعات، لكن أيضا بأشكال من المعلومات أكثر تعقيدا وبذلك يصبح التكنيك الضوئي هو وسيلة ضغط المعلومات السائدة، وتستخدم أقراص الـ Cd Rom شعاعا في ضوء الليزر.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - هارون منصر، المرجع السابق، ص36.

## خلاصة الفصل:

إن توظيف التكنولوجيات المتطورة الحديثة خاصة الاتصال الرقمي يفتح الباب الواسع أمام الاتصال جديد ويربط البشرية ببعضها البعض ويسمح بالتبادل المعلومات والمعارف من مكان إلى آخر وفي وقت قصير، وهذه تلعب دورا مهما في الرفع من المستوى الأداء والإنتاج والتطوير الخدمات المقدمة وتسهيل العمل للعامل خاصة داخل مختلف المؤسسات والمنظمات ووجود كيفية ممارسة هذا الاتصال الرقمي ووجود حل للتحديات كل المعوقات التي تعترض استخدامه.

تمهيد:

المبحث الأول: مفاهيم حول المؤسسة الاقتصادية.

- المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الاقتصادية.
- المطلب الثاني: أهداف المؤسسة الاقتصادية.
- المطلب الثالث: خصائص المؤسسة الاقتصادية.
- المطلب الرابع: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية.

المبحث الثاني: المؤسسة الاقتصادية والأدوات الشبكية للاتصال الرقمي.

- المطلب الأول: أهمية الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية.
- المطلب الثاني: وظائف المؤسسة الاقتصادية.
- المطلب الثالث: فوائد ومزايا الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية.
- المطلب الرابع: معوقات التي تواجهها المؤسسة الاقتصادية في ظل الاتصال الرقمي.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

تعتبر المؤسسة الاقتصادية النواة الأساسية والمحور الأساسي الذي يدور حوله أي اقتصاد حيث تعمل من خلال وظائفه المختلفة إلى بلوغ وتحقيق أهداف اقتصادية واجتماعية متعددة، وذلك تعتمد المؤسسة الاقتصادية بضخامة حجمها إلى أنواع وتصنيفات لها التي هي: مؤسسة مصغرة، مؤسسة صغيرة، مؤسسة متوسطة، مؤسسة كبيرة، وهذه التي شاهدت في الآونة الأخيرة اهتماما بالغا من العديد من الدول المتقدمة منها أو النامية وهذا لما تتميز به هذه الأنواع من المؤسسات من مميزات وأهمية بالغة، أدت بها إلى الوصول إلى نتائج ملموسة حيث أثبتت قدرتها في معالجة المشكلات الاقتصادية الرئيسية التي تواجه الاقتصاديات المختلفة وبدرجة أكبر.

ومن خلال هذا وكون هذه المؤسسات من أنواع وتصنيفات للمؤسسة الاقتصادية، وذلك ارتأينا في فصلنا هذا التعرض أولا إلى مفهوم المؤسسة الاقتصادية ووظائفها وأهميتها وتصنيفها، وكذلك التطرق أيضا إلى أهمية الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية، وأهم المعوقات أو الصعوبات في استخدام هذه تكنولوجيات الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية.

### المبحث الأول: مفاهيم عامة حول المؤسسة الاقتصادية.

إن موضوع المؤسسة الاقتصادية كان ومزال مجالاً واسعاً للدراسات العلمية والاقتصادية، والأبحاث النظرية والميدانية، حيث تعتبر المؤسسة الاقتصادية النواة الأساسية في اقتصاد أي دولة، كما أنها تعبر عن علاقات اجتماعية لأن نشاطها بشكل عام يتضمن مجموعة من العناصر البشرية المتعاملة فيما بينها من جهة والعناصر المادية من جهة أخرى.

### - المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الاقتصادية.

#### 1. تعريف المؤسسة:

يعرفها عمر صخري أنها الوحدة الاقتصادية التي تمارس النشاط الإنتاجي والنشاطات المتعلقة به كالتخزين، والشراء والبيع من أجل تحقيق الأهداف التي وجدت المؤسسة من أجلها.

ونجد كذلك "François Peraux" يعرف المؤسسة على أنها: منظمة تجمع أشخاصاً ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس الأموال وقدرات من أجل إنتاج سلعة ما والتي يمكن أن تباع بسعر أعلى مما تكلفه.<sup>1</sup>

#### 2. تعريف الاقتصاد:

الاقتصاد هو ذلك العلم الذي يدرس السلوك الإنساني كعلاقة بين أهداف، وبين وسائل نادرة ذات استعمالات بديلة.

<sup>1</sup> - رضا نبائس، واقع العلاقات العمة في المؤسسة الصناعية الجزائرية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، في وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007-2008، ص15.

ويعرف البروفيسور كبير نكروس يقول فيه أن الاقتصاد علم اجتماعي يدرس الكيفية التي يحاول بها الأفراد تطبيق الندرة على حاجتهم، والطريقة التي تتفاعل بها هذه المحاولات بعضها مع بعض عن طريق التبادل.<sup>1</sup>

### 3. تعريف المؤسسة الاقتصادية:

إن عملية إعطاء ووضع تعريف للمؤسسة الاقتصادية يعتبر أمر بالغ الصعوبة فقد تعددت وتباينت آراء الاقتصاديين حول مفهوم المؤسسة الاقتصادية، وهناك جملة من الأسباب التي أدت إلى عدم الوقوف على تعريف موحد للمؤسسة الاقتصادية أهمها:

- التطور المستمر الذي شهدته المؤسسة الاقتصادية في طرق تنظيمها وفي أشكالها القانونية منذ ظهورها وخاصة في هذا القرن.
  - تشعب واتساع نشاط المؤسسة الاقتصادية سواء الخدماتية منها أو الصناعية، وقد ظهرت عدة مؤسسات تقوم بعدة أنواع من النشاطات في نفس الوقت، وفي إمكانية مختلفة مثل: المؤسسات المتعددة الجنسيات والاحتكارات.
  - اختلاف الاتجاهات الاقتصادية والإيديولوجية، حيث أدى ذلك إلى اختلاف نظرة الاقتصاديين في النظام الاشتراكي إلى المؤسسة عن نظرة الرأسماليين، وعليه إعطاء تعاريف للمؤسسة.
- ومع ذلك حاولنا إيجاد تعاريف شاملة تشمل مختلف أنواع المؤسسات سواء من ناحية الأنظمة الاقتصادية أو نوعية النشاط الأهداف.

وفيما يندرج التعاريف الشاملة الخاصة بما:

هناك من عرف المنشأة أو المشروع الاقتصادي "بأنها المؤسسة الاقتصادية التي تنظم وتنسق وتتعاون وتتفاعل معها القوة الإنسانية من تقنية وطبيعة بغية إنتاج السلع وتصريفها في السوق من أجل الربح أو المنفعة الاجتماعية.

<sup>1</sup>-إسماعيل مجد هاشم، المدخل إلى أسس علم الاقتصاد، المكتب العربي الحديث إسكندرية، مصر، 1972، ص18.

وقد أدخلت المنفعة العامة في التعريف بالمؤسسة الاقتصادية لتشمل تلك التي يملكها القطاع العام والتي لا تهدف مباشرة لتحقيق الربح بل تأمين خدمة اجتماعية معينة كوسائل نقل والمستشفيات".<sup>1</sup>

أما في الجزائر فالمشروع أطلق عليه أو أسماه بالشركة باعتباره عملا تجاريا بحسب الشكل، وهذا ما جاء في نص المادة 3 فقرة 2 قانون تجاري جزائري.

ويقصد بالشركة في معنى عام بأنها المشروع الاقتصادي الذي يقوم على استغلاله أكثر من شخص، وهو بهذا المعنى يقابل المشروع الفردي، الذي ينفرد بإدارته واستغلاله فرد واحد.

والمقصود بالشركات التجارية في مفهوم هذه المادة هي الشركات التجارية دون الشركات المدنية، وقد حددت المادة 544 من القانون التجاري، تجارية الشركات، حيث نصت على: "أن يحدد الطابع التجاري للشركة إما بشكلها أو موضوعها، وتعد شركات بسبب شكلها مهما كان موضوعها، شركات المساهمة، وشركات ذات المسؤولية المحدودة، وشركات التضامن".<sup>2</sup>

ويرى عبد الرزاق بن حبيب بأن المؤسسة الاقتصادية "عبارة عن منظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعا ما، تؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية، المالية، والمادية والإعلامية بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف في نطاق زمكاني"، نلاحظ هنا أن الباحث قد ركز في تعريفه على فكرة تكامل وظائف المؤسسة المختلفة من أجل خلق قيمة مضافة للمستهلك متمثلة أساسا في المخرج السلعي أو الخدماتي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - سليمة عبيدي، المسؤولية الجنائية لمسير المؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، في قانون جنائي، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2017-2018، ص 87.

<sup>2</sup> - أحمد محرز، القانون التجاري الجزائري، مطابع سجل العرب، الجزء 1، طبعة 2، الجزائر، 1980، ص 93.

<sup>3</sup> - كريمة جلال، دراسة مدى فاعلية إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مجال التسويق، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2020-2021، ص 62.

وتعرف المؤسسات الاقتصادية على أنها مجموعة من الطاقات البشرية والموارد المادية (طبيعية كانت أو مادية أو مالية وغيرها) والتي تشغل فيما بينها وفق تركيب معين محدد قصد انجاز أو أداء المهام المنوط بها من طرف المجتمع.

وتعرف كذلك على أنها شكل اقتصادي وتقني واجتماعي وقانوني لتنظيم العمل المشترك للعاملين فيها وتشغيل أدوات الإنتاج وفق أسلوب محدد لقيم العمل الاجتماعي لتنظيم العمل بهدف إنتاج سلع أو وسائل الإنتاج أو تقديم خدمات متنوعة.

وعليه يمكن تعريف المؤسسة الاقتصادية على أنها: "اندماج عدة عوامل بهدف إنتاج أو تبادل سلع وخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين وهذا في إطار قانوني ومالي اجتماعي معين ضمن شروط تختلف تبعاً لمكان وجود المؤسسة وحجم ونوع النشاط الذي تقوم به، ويتم هذا الاندماج لعوامل الإنتاج بواسطة تدفقات تقنية حقيقية وأخرى معنوية وكل منها يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالأفراد. وتتمثل الأولى في الوسائل والمواد المستعملة في نشاط المؤسسة، أما الثانية فتتمثل في الطرق والكيفيات والمعلومات المستعملة في تسيير ومراقبة الأولى".<sup>1</sup>

### - المطلب الثاني: أهداف المؤسسة الاقتصادية.

تختلف أهداف المؤسسة الاقتصادية حسب طبيعة النشاط الذي تقوم به، وحسب توجهات أصحابها وبالرغم من صعوبة حصرها، إلا أن أغلبية المؤسسات تسعى أساساً لتحقيق جملة من الأهداف والتي تختلف وتعدد، باختلاف أصحاب وطبيعة ميدان نشاط المؤسسات، ويمكن تلخيص هذه الأهداف في النقاط التالية:

<sup>1</sup> - رحيم لطيفة، واقع تطبيق الحوكمة في المؤسسات الاقتصادية، شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسة ، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018-2019، ص 37-38.

### 1. الأهداف الاقتصادية:

-تحقيق الربح: وهو الهدف الذي تسعى إليه كل المؤسسات لأنه في حالة حدوث العكس ودخول المؤسسة حافة الإفلاس فإن ذلك يعني زوالها،<sup>1</sup> فدائما ما تسعى إلى تحقيق أعلى معدلات الأرباح إذ يسمح لها بتعزيز طاقتها التمويلية الذاتية التي تستعملها في تطوير المؤسسة وهيكلها وفي توسيع قدراتها الإنتاجية والحفاظ عليها من المنافسة الخارجية وبالتالي استمرار وديمومة هذه المنشأة.

-عقلنة الإنتاج: وذلك بالإستعمال الرشيد لعوامل الإنتاج ورفع إنتاجيتها من خلال التخطيط المحكم والدقيق للإنتاج والتوزيع إضافة إلى مراقبة وتنفيذ الخطط والبرامج وذلك بهدف تفادي الوقوع في المشاكل الاقتصادية والمالية والإفلاس نتيجة لسوء استعمال هذه الموارد.

-تحقيق حاجات المجتمع: عند قيام المؤسسة بعملية بيع منتوجاتها (سلع أو خدمات) المادية أو المعنوية فهي بالضرورة تغطي حاجات المجتمع سواء المحلي أو الجهوي أو الوطني أو الدولي من السلع والخدمات فهي حققت هدفين في نفس الوقت وهما تلبية حاجات الأفراد المجتمع وكذلك تحقيق الأرباح.<sup>2</sup>

2. أهداف اجتماعية: تتعلق بضمان مستوى مقبول معيشة العمال، إقامة أنماط استهلاكية معينة، الدعوة إلى تنظيم وتماسك العمال، توفير التأمينات ومرافق عامة، بالإضافة إلى توفير مناصب شغل وتوزيع المداخل وهذا توزيع الأرباح على المتعاملين.

3. الأهداف الثقافية والرياضية: تتعلق بالجانب التكويني والترفيهي الخاص بالعمال وماله من أثر بالغ على مستوى العامل فكريا، حيث أن الشعور باهتمام المؤسسة به يحسن مستواه.

<sup>1</sup> - عمار عرباني، أثر المحيط الدولي على إستراتيجية التسويق في المؤسسة الجزائرية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص104.

<sup>2</sup> - عيسى خليف، مقياس اقتصاد المؤسسة، مكتبة المنار، الجزائر، ص4-5.

بالإضافة إلى التدريب وتكوين العمال والذي يساعد على التحكم بالتكنولوجيا، خصوصا مع تطور وسائل الإنتاج المتسارع.<sup>1</sup>

**4. الأهداف التكنولوجية:** إنشاء هيئة البحث والتطوير والتنمية، مساندة السياسة القائمة في البلاد في مجال البحث والتطور التكنولوجي من خلال التنسيق بين العديد من الجهات ابتداء من مؤسسات البحث العلمي، والجامعات والمؤسسات الاقتصادية، واستعمال وسائل إعلامية حديثة لربح الوقت وتقليل التكلفة والحصول على معلومات موثوقة ودقيقة، ومسايرة التطور التكنولوجي لضمان وجودها في السوق والحفاظ على القدرة التنافسية.<sup>2</sup>

**5.** كما يمكن النظر إلى المؤسسة كمتعامل اقتصادي، تربطه التزامات داخلية وخارجية اتجاه خمس ممثلي مجموعات يتم من خلالها تحديد أهداف المؤسسة وهم:

- الملاك: لا يقتصر هدف الملاك في تعظيم الربح بل يمتد ليشمل أهداف تتعلق بالمحيط وخدمت الصالح العام وتحسين الظروف المعيشية للعمال.
- الزبائن: من بين المجموعات التي تهتم بها المؤسسة هي الزبائن حيث يتم من خلالهم تحديد قيمة الإنتاج على أساس سعر البيع الذي يقبلونه أو يرفضونه، وتتحدد أهداف المؤسسة تجاه الزبائن عن طريق العوامل الآتية: النشاط، النوعية، آجال التسليم، والخدمات ما بعد البيع.
- السلطات العمومية: ويتعلق الأمر هنا ببعض الالتزامات التي يجب أن تخضع لها المؤسسة، وتجعل تحقيق أهدافها، مرهون بتطبيق هذه الالتزامات منها الإطار القانوني الذي يحكم المؤسسة سواء تعلق الأمر

<sup>1</sup> - سلطان هودة قدوري، محمد بن سعيد، دورة حياة المؤسسة الاقتصادية وأثرها على استخدام نظام التكاليف على أساس الأنشطة-**ABC**، مجلة دفاتر اقتصادية، مجلة 5، عدد 1، سنة 2014، ص7.

<sup>2</sup> - نور الدين مبني، الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008-2009، ص73.

بالقوانين الوطنية أو الدولية، احترام حقوق العمال وهذا طبقا لما جاءت به بعض المدارس التنظيمية التي تلت المدرسة الكلاسيكية، والامتثال إلى بعض الضغوطات التي تنادي بها مجموعات المحيط خاصة بالنسبة للمؤسسات التي تنتج مواد كيميائية أو مواد سامة.

■ العمال: إن مستقبل المؤسسة وبلوغ أهدافها مرهون بمهارات عمالها، فالعامل الذي يكتسب خبرة طوال السنوات التي قضاها في المؤسسة لا يمكن استبداله بسهولة، خاصة تلك التي تعتمد على الفكر والذكاء العالي للعمال.

■ الموردون: يشكل الموردون المصدر الخارجي لموارد المؤسسة، (سواء كانت موارد مادية، مالية، أو بشري). فالموارد المادية تتمثل في الاستثمارات والسلع التي يمكن للمؤسسة أن تحصل عليها دون أن تدفع ثمنها فورا، بالتالي يمكن لها استغلالها والحصول على عوائد تسمح بتسديد ثمنها وتحقيق ربح المؤسسة. أما الموارد المالية فتتمثل في القروض الطويلة، المتوسطة وقصيرة الأجل التي يمكن للمؤسسة الحصول عليها، أما بخصوص الموارد البشرية فالمقصود هنا المقولة من الباطن التي تمكن المؤسسة من رفع رقم أعمالها وأرباحها،<sup>1</sup> كما تنص المادة 25 من المرسوم التشريعي 94-09 على إلزام المستخدم بتنفيذ تدابير تجنب اللجوء إلى تقليص عدد العمال أو تخفيضهم أن تطلب مساعدات عمومية محدودة في المادة 26، وتتمثل في تخفيض أو إعفاء جبائي أو شبه جبائي في إطار قوانين المالية، و إعانة في باب التمويل الجزئي لدورات التكوين والتحويل وإنشاء نشاطات لصالح إجراء المؤسسة في إطار اتفاقية تربط المستخدم بمصالح الإدارة المكلفة بتسيير

<sup>1</sup> - لطيفة بكوش، المؤسسة الاقتصادية و دور الدولة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007-2008، ص 6 .

الصندوق الوطني لترقية الشغل وإدارته، وأن يمنح الصندوق الوطني لترقية الشغل ضمانات ضرورية للحصول

على عروض التمويل استثمارات دفع طاقات الإنتاج أو لإنشاء نشاطات جديدة.<sup>1</sup>

### - المطلب الثالث: خصائص المؤسسة الاقتصادية.

للمؤسسة عدة خصائص تتميز بها منها:

- للمؤسسة شخصية قانونية مستقلة من حيث امتلاكها لحقوق وصلاحيات أو من حيث واجباتها ومسئولياتها.
- المؤسسة وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع الاقتصادي، فبالإضافة إلى مساهمتها في الإنتاج ونمو الدخل الوطني، فهو مصدر رزق الكثير من الأفراد.
- ضمان الموارد المالية لكي تستمر عملياتها، ويكون ذلك إما عن طريق الاعتمادات، وإما عن طريق الإيرادات الكلية، أو عن طريق القروض، أو الجمع بين هذه العناصر كلها أو بعضها حسب الظروف.<sup>2</sup>
- القدرة على إقامة نظام يسمح بالتفاعل الديناميكي بين عناصر الإنتاج التي تمتلكها.
- القدرة على التفاعل الإيجابي مع البيئة الداخلية والخارجية والتكيف من الظروف المتغيرة.
- تمتلك المؤسسة سجلات محاسبية خاصة بها.<sup>3</sup>
- خاصية الهيكلية المتطورة والملائمة وهي عبارة عن المخطط الذي يرمز للهيكل التنظيمي للمؤسسة والذي يبين لنا مختلف المديرات والمصالح الموجودة بالمؤسسة الاقتصادية.
- كل مؤسسة تسعى لتحقيق أهداف معينة كالبقاء مدة أطول على المستوى السوق.

<sup>1</sup> - أرجيلوس رحاب، تسريع العمال لأسباب اقتصادية في التشريع الجزائري، مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية و الإنسانية، المجلد 19، العدد 03، سنة 2020، ص 6-7.

<sup>2</sup> - سفيان كويد، اقتصاد المؤسسة، محاضرات، لطلبة السنة الثانية علوم اقتصادية وعلوم التسيير والعلوم المالية والمحاسبة، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تموشنت، 2018-2019، ص 5.

<sup>3</sup> - محيريق بن الجيلاني، مدخل لاقتصاد المؤسسة، مطبعة الرمال، الودي، الجزائر، ص 99.

- اللجوء إلى تكنولوجيا المعلومات لمواكبة التطورات والتغيرات لتحقيق الحد الأقصى من أهداف المنظمة والتزاماتها.<sup>1</sup>

- من خصائص المؤسسة الاقتصادية إمكانية زوال هاته الأخيرة إذا ضعف مبرر وجودها أو تضاءلت كفاءتها.

- تحديد الأهداف والسياسات والبرامج وأساليب العمل فكل مؤسسة ملزمة بهذا التحديد حسب التطورات الحاصلة.<sup>2</sup>

### - المطلب الرابع: تصنيفات المؤسسات الاقتصادية.

للمؤسسات الاقتصادية أشكال وأنواع مختلفة، يمكن تصنيف هذه المؤسسات تبعا لمجموعة من المعايير المتمثلة في: الشكل القانوني، طبيعة الملكية، طبيعة النشاط الاقتصادي وأخيراً حسب معيار الحجم.

#### 1. أنواع المؤسسات تبعا لشكل القانوني:

حسب هذا المعيار يمكن أن نقسم المؤسسات إلى نوعين:

➤ **المؤسسات الفردية:** تنشأ هذه المؤسسات عن جمع شخص يعتبر رب العمل أو صاحب رأس المال، لعوامل الإنتاج، ويقدم هذا الشخص رأس المال المكون الأساسي لهذه المؤسسة، بالإضافة إلى عمل الإدارة أو التنظيم أحيانا، وقد يقدم أيضا جزء من عمل المؤسسة.

ويأخذ هذا النوع من المؤسسات أشكالا تتباين من مؤسسات إنتاجية إلى وحدات حرفية، تجارية... الخ، وغالبا ما لا يكون عدد العمال فيها مرتفع، وتدخل ضمن مجموعة المؤسسات الصغيرة.

<sup>1</sup> - عيسات منوبة، أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة في تأهيل المورد البشري و تحسين الأداء الوظيفي، شهادة ماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، في التنظيم سياسي وإداري، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2019-2020، ص 29.

<sup>2</sup> - نور الدين مبني، نفس المرجع السابق، ص 74.

➤ **الشركات:** وتعرف الشركة بأنها المؤسسة التي تعود ملكيتها إلى شخصين أو أكثر، يلتزم كل منهم بتقديم

حصة من مال أو من أعمال لاقتسام ما قد ينشأ عن هذه المؤسسة من ربح أو خسارة.

وتنقسم الشركات بشكل عام إلى قسمين رئيسيين هما:

- شركات الأشخاص: كشركات التضامن و شركة التوصية البسيطة والشركات ذات المسؤولية المحدودة.

- شركات الأموال: كشركات التوصية بالأسهم وشركات المساهمة.<sup>1</sup>

2. تصنيف المؤسسات الاقتصادية تبعا لطبيعة الملكية:

وينتج عن هذا التصنيف ما يلي:

➤ **المؤسسات الخاصة:** وهي جميع المؤسسات التي تعود ملكيتها للفرد أو مجموعة من الأفراد (شركة أموال شركة أشخاص).

➤ **المؤسسات العامة:** وهي المؤسسات التي تعود ملكيتها للدولة فلا يحق للمسؤولين عنها التصرف بها كيفما شاءوا ولا يحق لهم بيعها أو إغلاقها إلا إذا وافقت الدولة على ذلك. والأشخاص الذين ينوبون عن الحكومة في تسيير وإدارة المؤسسات العامة مسؤولون عن أعمالهم هذه اتجاه الدولة وفق القوانين للدولة.<sup>2</sup>

➤ **المؤسسات المختلطة:** هي بصورة عامة المؤسسات التي تعود ملكيتها بصفة مشتركة بين القطاعين العام والخاص، وتعود ملكيتها للدولة وتهدف إلى تحقيق المصلحة العامة.

<sup>1</sup> - نور الدين بشاخ، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تحسين تنافسية المؤسسة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2009-2010، ص 6.

<sup>2</sup> - لطيفة بكوش، مرجع سبق ذكره، ص 6.

### 3. تصنيف المؤسسات الاقتصادية تبعا للطابع الاقتصادي:

وينتج هذا التصنيف ما يلي:

- **المؤسسات الصناعية:** وهي المؤسسات ذات الطابع الصناعي ومنها المؤسسات الصناعية الثقيلة "كالحديد والصلب"، والتي تتطلب رؤوس أموال ضخمة ومهارات عالية لنشاطها ومنها مؤسسات الصناعات التحويلية أي الخفيفة(الغذائية).
- **المؤسسات الفلاحية:** وهي المؤسسات التي تمارس الأنشطة الإنتاجية الزراعية فتقوم بعمليات الإنتاج الزراعي سواء كان إنتاج حيواني نباتي.
- **المؤسسات التجارية:** وهي التي تعمل في النشاط التجاري أي قيام بعمليات توزيع السلع والخدمات.
- **المؤسسات المالية:** وهي المؤسسات التي تقوم بالنشاط المالي كالبنوك ومؤسسات التأمين...الخ.
- **المؤسسات الخدمائية:** وهي المؤسسات التي تقدم الخدمات كمؤسسات النقل والعيادات الصحية وكاتب الخبرات الهندسية و المحاسبة...الخ.<sup>1</sup>

### 4. تصنيف المؤسسات الاقتصادية تبعا للطابع الحجم:

من أهم المعايير المعتمد عليها في تصنيف المؤسسات الاقتصادية، عدد العمال، حيث نميز بين خمسة أنواع من المؤسسات وهي:

- من 0 إلى 9 عمال مؤسسة صغيرة.
- من 9 إلى 49 عامل المؤسسة الصغيرة.

<sup>1</sup> - رحيم لطيفة، واقع تطبيق الحوكمة في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسة ، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018/2019، ص41.

- من 50 إلى 499 عامل المؤسسات المتوسطة.
- من 500 إلى 599 عامل المؤسسات الكبيرة.
- من 500 إلى 999 عامل المؤسسات الكبيرة.
- بداية من 1000 عامل المؤسسة الكبيرة جد.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني: المؤسسة الاقتصادية والأدوات الشبكية للاتصال الرقمي.

#### - المطلب الأول: أهمية الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية.

لقد أثرت الثورة الرقمية على الحياة الإنسانية بصورة لا يمكن إغفالها وأحيانا يصعب مواكبتها وقد تحكمت في نمط الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وأصبح التطور الاقتصادي مرتبط إلى حد كبير بقدرة الدول على مساندة هذا التطور السريع، الذي ساهم في تسهيل و تحسين سير المعلومات بالإضافة إلى سرعة تنفيذ الاتصالات في المؤسسات الاقتصادية، والمقصود هنا ثورة الاتصالات الرقمية جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني رقمي وتشمل التكنولوجيات الحسابات المالية ووسائل الاتصال التي تتسوق بسرعة وبفاعلية مع توفير حقيقي للمال، وأيضا شبكات الربط الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات الرقمية وتلك التطورات التي بدأت في ربيع الأخير من القرن العشرين، والتي اتسعت بسرعة الانتشار والتأثيرات الممتدة من الرسالة إلى الوسيلة إلى العاملين داخل المنظمة الواحدة أو بين المنظمات متفرقة وهنا تبرز لنا أهمية الاتصال الرقمي داخل المؤسسة الاقتصادية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - سعاد صياد، فعالية الاتصال المؤسساتي في التعريف بمهوية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، شهادة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، في اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2018-2019، ص 79.

<sup>2</sup> - إدوين إمري، فليب أولت، وارين آبي، تر إبراهيم سلامة إبراهيم، الاتصال الجماهيري، المشروع القومي للترجمة، ط2، القاهرة، 2000، ص 39-

وأدى إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى تحقيق أهداف عديدة منها:

- زيادة المبيعات والأرباح: حيث تعمل هذه التكنولوجيا على زيادة المبيعات من خلال مساعدتها للمؤسسة في إشباع حاجات الجمهور ورغبات المستهلكين، ويترب عليها تحسين الربحية خاصة في ظل تخفيض التكاليف و الذي يتحقق أيضا باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- الحصول على مزايا تنافسية: حيث تستخدم العديد من المؤسسات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين وضعها في البيئة التنافسية، والحصول على مزايا تنافسية من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة تسمح لتلك المؤسسات بالمنافسة بصورة فعالة.<sup>1</sup>
- مساهمة التكنولوجيا في رفع كفاءة الأفراد في المؤسسة من حيث السرعة، وتقليص الهدر والضياع في الجهود البشرية و المالية والمعلومات (استغلال الأمثل للموارد).<sup>2</sup>
- **المطلب الثاني: وظائف المؤسسة الاقتصادية.**

للمؤسسة عدة وظائف مكنتها من أداء دورها وإنجاز مهامها سواء على المستوى الاقتصادي أو الاجتماعي وفي هذا الصدد قسم "فيول هنري" الوظائف المختلفة للمؤسسة هي:

- أ. **الوظيفة الإدارية:** وتشتمل بالأخص على وظيفة إدارة الموارد البشرية والتي كانت تتركز مهامها في التوظيف فقط من أجل رفع كمية الإنتاج، وسد حاجات المؤسسة من اليد العاملة، غير أن التطورات التكنولوجية والقانونية والاقتصادية جعلت مهامها يزداد وتتركز على أهمية المورد البشري، كأصل من أصول المؤسسة،

<sup>1</sup> - مُجد طرشي، مُجد تقوروت، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية في منظمات الأعمال العربية، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في المنظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة يومي 13-14 ديسمبر 2011، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، ص4.

<sup>2</sup> - أمينة قدايفة، أثر تكنولوجيا المعلومات على المزيج التسويقي، أطروحة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، في الإدارة التسويقية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2013-2014، ص37.

وذلك من خلال الاهتمام بمهام التسيير التي تضم كل الأنشطة المتعلقة بالتوظيف، تشريعات العمل، العلاقات مع الهيئات الاجتماعية، التعويضات، الأجور... وكذلك مهام متعلقة بسياسة التحفيز وإدماج الموظفين من خلال الاتصالات داخل المنظمة وإعداد الميزانية الاجتماعية، كما أن للمؤسسة مهام مرتبطة بالتسيير التقديري لها وهذه المهام تتمثل في التدريب والتكوين والترقية الداخلية للأفراد وتقييم الأداء.<sup>1</sup>

ب. **الوظيفة المالية:** وتتضمن البحث عن مصادر رأس المال وأفضل استخداماته، أي هي الجامعة لأوجه الاستخدام المالي ترأس المال والحسابات المالية، التخطيط المالي، التنبؤ بدخل وخروج الأموال والحصول عليها والاستخدام الأمثل لها.

ت. **الوظيفة المحاسبية:** تطوي على العمليات المحاسبية التي تترجم نشاط المؤسسة إلى أرقام والقيام بعملية الجرد وإعداد الميزانية وحسابات النتائج، وبما في ذلك الإحصاء.

ث. **الوظيفة الإنتاجية:** وهي صلب النشاط الاقتصادي ومنها تبدأ الدورة الاقتصادية، حيث تتم عملية الإنتاج داخل محيط تقضي اقتصادي وهو جانب المؤسسة كنظام تقني وفي عملية الإنتاج داخل محيط تقني اقتصادي وهو جانب المؤسسة كنظام تقني وفي محيط اجتماعي نفسي، وهذه الميزة المعقدة تجعل من العملية الإنتاجية عملية معقدة، حيث يتم مزج العديد من العوامل ذات خصائص نفسية معنوية وسوسولوجية تؤثر في الإنتاج، فمنها تطورات الآلات ووسائل الإنتاج ودرجة تنظيم العملية، يبقى العنصر البشري والأساس والمهم، وعلى درجة رضاه وتوفير المحيط المناسب له في العمل والاهتمام بالجوانب النفسية والاجتماعية له يتحدد مدى نجاح المؤسسة وإستمراريتها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - سعيدة حي، القيادة التشاركية في ظل مراحل تسيير المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة المعيار، مجلد 25، عدد58، سنة2021، ص7.

<sup>2</sup> - سعيدة حي، نفس المرجع السابق، ص7.

ج. الوظيفة التسويقية: هذه الوظيفة تلي وظيفة الإنتاج حيث تساعد المؤسسة على تصريف منتجاتها وتتولى عرضها على المستهلك، اجتذابه وترغيبه في الشراء عن طريق القرارات الأساسية اللازمة من حيث الأسعار والمواصفات، فهي مجموع العمليات المتعلقة بأعمال البيع، النقل، التخزين، وتحمل المخاطر والتسعير، والحصول على المعلومات التسويقية والإعلان والترويج و كل ما يؤدي إلى استرداد الأموال التي صرفت، بالإضافة إلى توفير عائد معقول يعوض عما أنفق ويمكن المؤسسة من الاستمرار و التوسع.<sup>1</sup>

ويعرف التسويق بأنه: "نظام إداري يشمل جميع الأنشطة التي تساهم في المؤسسة لإنشاء العروض والترويج لها وتوزيعها على مختلف الجماهير."<sup>2</sup>

ح. الوظيفة الأمنية: وهي كل نشاط موجب نحو ضمان أمن العمال (حماية الأفراد)، وحفظ المنتجات ووسائل الإنتاج والممتلكات.

### - المطلب الثالث: فوائد ومزايا الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية.

لتحقيق استخدام تكنولوجيا الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية يترتب ذلك العديد من المزايا والفوائد منها:

1. سهولة الوصول إلى السوق واسع النطاق حيث تعتبر الاتصالات الرقمية أقوى وسيلة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الناس في أقصر وقت إذ لا توجد حدود زمنية ولا مكانية وبالتالي يمكن للشركة أن تطمع في أسواق جديدة وإنشاء جهات اتصال جديدة وبيع منتجاتها في أسواق مختلفة دون السفر في أي مكان.

<sup>1</sup> - أحلام محبي، تقييم المؤسسة من وجهة نظر البنك، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006-2007، ص20.

2- Eva Delacroix, Alain Debendetti, Ouidade Sabri, Marketing, Dunod, Paris, 2009 , p3.

2. يعمل المزيد من الرشاقة ورفع مستوى أداء إنتاجية الشركة بفضل الممارسات الرقمية الجديدة حيث يمكنها بتقديم عروض جديدة في وقت قصير جداً، والاستفادة بشكل شبه فوري من تعليقات السوق. لذلك يمكن أن تستجيب بسرعة كبيرة لطلبات العملاء.
3. تحسين صورتها وزيادة قيمة المؤسسة من استخدام الاتصال الرقمي حيث تمثل الممارسات الرقمية الجديدة تغييراً عميقاً لا رجعة فيه في مجتمعنا، ويظهر تبنيتها من قبل المؤسسة لعملائها أنها تتقن الوسائط الجديدة هذا بالإضافة إلى مساعدتها في تنفيذ استراتيجياتها وخاصة في ظل المنافسات بين المؤسسات.<sup>1</sup>
4. تسهيل المهام لموظفي المؤسسة في طريقة وسهولة عمليات جمع والحفظ واسترجاع الإشارات الرقمية بالمقارنة مع الإشارات التناظرية.
5. سهولة تصحيح الأخطاء و كشفها في الاتصالات الرقمية حيث يوجد نظام يستخدم لتشفير القنوات.
6. يسهل الاتصال الرقمي عقد المؤتمرات الصوتية حيث يمكن من خلالها التحدث إلى شخص أو مجموعة من الأشخاص في مكان آخر دون السفر.<sup>2</sup>
7. تؤثر تكنولوجيات الاتصال الرقمي على أعضاء المؤسسة إذ يمكنهم من الإطلاع على مستجدات المنظمة وتطوراتها وتحدياتها، مما يدعم التفاهم والثقة بين المنظمة وعمالها و يمنحهم إحساساً صادقاً بالانتماء فترفع معنوياتهم وتزيد دافعيتهم للعمل.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - <https://www.yefien.com/les-avantages-de-la-communication-digitale-pour-une-entreprise>.

<sup>2</sup> - [https://tech.mawdoo3.com/b/مزايا وعيوب الاتصال الرقمي](https://tech.mawdoo3.com/b/مزايا%20وعيوب%20الاتصال%20الرقمي).

<sup>3</sup> - فتيحة مجدي، تحسين الأداء الوظيفي من خلال الاتصال الداخلي في المنظمة، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 15، العدد 2، سبتمبر 2021، ص 14.

8. يتسم الاتصال بالشمول حيث يسمح النظام الرقمي بنقل البيانات في شكل نصوص وصوت وصورة ورسوم بقدر عالي من الدقة، وتتم كل الأشكال الاتصال السابقة عن طريق إستخدام الإشارات الرقمية، كما يمكن أن تنقل الشبكة الرقمية العديد من المحادثات أو الأصوات المركبة في وقت واحد.<sup>1</sup>

### - المطلب الرابع: معوقات التي تواجهها المؤسسة الاقتصادية في ظل الاتصال الرقمي.

إن استخدام التكنولوجيات الحديثة للاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية تعتبر من الأدوات لبناء نظم المعلومات أو التي تساعد الإدارة على استخدام المعلومات المدعمة لاحتياجاتها في اتخاذ القرارات، والقيام بمختلف العمليات التشغيلية داخل المؤسسة، أي بالأخص في المؤسسة الاقتصادية، في ذلك عن طريق تحويل وتخزين ومعالجة كل أنواع المعلومات في شكل معطيات موحدة، وبثها بسرعة وفي وقت قصير وفي كل أنحاء العالم عبر الانترنت، ورغم التسهيلات هذه التكنولوجيات الحديثة المستخدمة في المؤسسة الاقتصادية ولكن لا ننسى معوقات استخدام هذه التكنولوجيات الحديثة ألا وهي الاتصال الرقمي داخل المؤسسة الاقتصادية، والتي هي كالآتي:

لاتصالات الرقمية لا تكن متاحة للجميع رغم أنها كونية المنشأ أو الاتساع، وهذا يعود لعدة أسباب أهمها:

1. محدودية الانتشار الإنترنت والشبكات الأخرى، فالفجوة الرقمية القائمة حالياً تعني أن أكثر من نصف

سكان الأرض مازالوا محرومين من فرص الانتفاع بهذه التقنيات الاتصالية المبتكرة.

2. ندرة و ضعف أطر تعامل مع هذه التقنيات نظرا الافتقار الاختصاصيين في العالم لمعرفة التي تمكنهم من

التعامل و مواكبة بكفاءة وفعالية مع هذه التقنيات المستحدثة.

<sup>1</sup>-حسن عماد مكاوى ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993، ص153.

3. ارتفاع تكاليف هذه التقنيات وقلة مشروعات البحث والتطوير.<sup>1</sup>
4. معاناة الشبكات التلفزيونية من أعطال وتقدم وانعدام الخطوط مما يؤدي على عدم قبول الأفكار وتجاهل المعلومات وصعوبة الاتصال الفعال بالمستقبل.<sup>2</sup>
5. بطء البريد أو ضياعه.
6. التفاوت في مستوى التطور الاقتصادي أي بناء كوادر قادرة على المساهمة في العملية التنموية الاقتصادية إضافة إلى درجة التقنية والتكنولوجيا، وتحديد دور ومكانة الثورة التكنولوجية العملية في تسريع عملية التطوير والنمو، أي أن عدم الاستغلال الأمثل لثورة التكنولوجيا يؤدي إلى نتائج سلبية على عملية التنمية والأنشطة الاقتصادية.<sup>3</sup>
7. الرقمنة تتطلب من أخصائي المعلومات قدرات علمية وتقنية خاصة لمواكبة التطور المستمر الغير متحكم فيه.
8. عدم وجود هيكل تنظيمي وما يترتب على ذلك من لجوء الإداريين إلى الاتصال غير الرسمي الذي بدوره قد لا يتفق مع أهداف المنظمة.
9. تداخل الاختصاصات وعدم وضوح المسؤوليات مما يترتب على ذلك من ازدواجية في خطوط الاتصال في المنظمات.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - عبد الكريم علي جبر الديبسي، دور وسائل الاتصال الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي، مجلة الاتصال والتنمية، العدد7، أكتوبر 2012، 27.

<sup>2</sup> - حياة غجميس، سياسة الاتصال والتسويق في المؤسسة الاقتصادية، شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، في اقتصاد وتسيير المؤسسات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2018-2019، ص30.

<sup>3</sup> - قلقول كريمة، مرجع سبق ذكره، ص 34.

<sup>4</sup> - فريدة بوقردون، ياسمين بوتاتة، معوقات الاتصال التنظيمي في المؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية، شهادة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، في تنظيم و عمل، 2014-2015، ص70.

### خلاصة الفصل:

لقد تناولنا في هذا الفصل مفهوم المؤسسة الاقتصادية بصفة عامة والأهداف والوظائف التي تقوم بها، بالإضافة إلى تصنيفات التي تتخذها المؤسسة الاقتصادية، حيث استخلصنا بعض أصنافها، والدور المهم الذي تلعبه تكنولوجيات الاتصال الرقمي الحديثة في المؤسسة الاقتصادية وكذا استخدام هذه التكنولوجيات في الرفع من المستوى الأداء والتطوير في الخدمات المقدمة، خاصة في التبنى جميع المؤسسة للمبتكرات الحديثة ومواجهة التحديات وطرق ممارسات التكنولوجيات الحديثة ألا وهي الاتصال الرقمي داخل المؤسسة وكل المعوقات التي تعترض استخدامها.

تمهيد:

المبحث الأول: ماهية الاتصال المؤسسي.

– المطلب الأول: تعريف الاتصال المؤسسي.

– المطلب الثاني: أهمية الاتصال المؤسسي.

– المطلب الثالث: وسائل الاتصال المؤسسي.

المبحث الثاني: مستويات الاتصال المؤسسي ومعوقاته.

– المطلب الأول: الأهداف الاتصال المؤسسي.

– المطلب الثاني: مستويات الاتصال المؤسسي.

– المطلب الثالث: معوقات الاتصال المؤسسي.

خلاصة الفصل.

### تمهيد:

يعتبر موضوع الاتصال من أكثر الموضوعات أهمية على مستوى أية مؤسسة مهما كانت طبيعة وظيفتها ومهما كان حجمها، وذلك على اعتبار أنه لا يمكن أن توجد هذه المؤسسة في صورة موحدة دون أن تكون محكمة بنظام اتصالي، هذا الأخير الذي يعبر عن مجموعة النشاطات والوسائل التي تدير العلاقات الداخلية والخارجية للمؤسسة، وهو الإطار الذي يوجه وينسق الإشهار والتسويق والاتصال الداخلي والخارجي لها.

## المبحث الأول: ماهية الاتصال المؤسسي.

### - المطلب الأول: تعريف الاتصال المؤسسي.

#### أ. تعريف الاتصال:

لغة: إن كلمة اتصال (communication) مأخوذة من الأصل اللاتيني لكلمة (communes) وتعني عام أو مشترك، ولهذا فهي تكون قاعدة مشتركة عامة، وللاتصال وظيفة دقيقة ومحددة، ألا وهي المشاركة في تبادل الحقائق، والأفكار، والآراء، أي الترويج لفكرة أو موضوع، أو السلعة، أو خدمة، أو قضية، أو فرد.. الخ، عن طريق انتقال المعلومات والأفكار أو المواقف من شخص (فرد) أو جماعة، إلى أشخاص أو جماعات، باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم لدى الطرفين: المرسل (Sander) المستقبل (receiver).<sup>1</sup>

اصطلاحاً: يعرفه جورج ليندرج بأنه التفاعل بواسطة الرموز و الإشارات التي تعمل كمنبه أو مثير سلوكا معينا عند المتلقي.

ويعرفه كارل هوفلاند أنه عملية يقوم بمقتضاها المرسل بإرسال رسالة لتعديل سلوك المستقبل أو تغييره.<sup>2</sup>

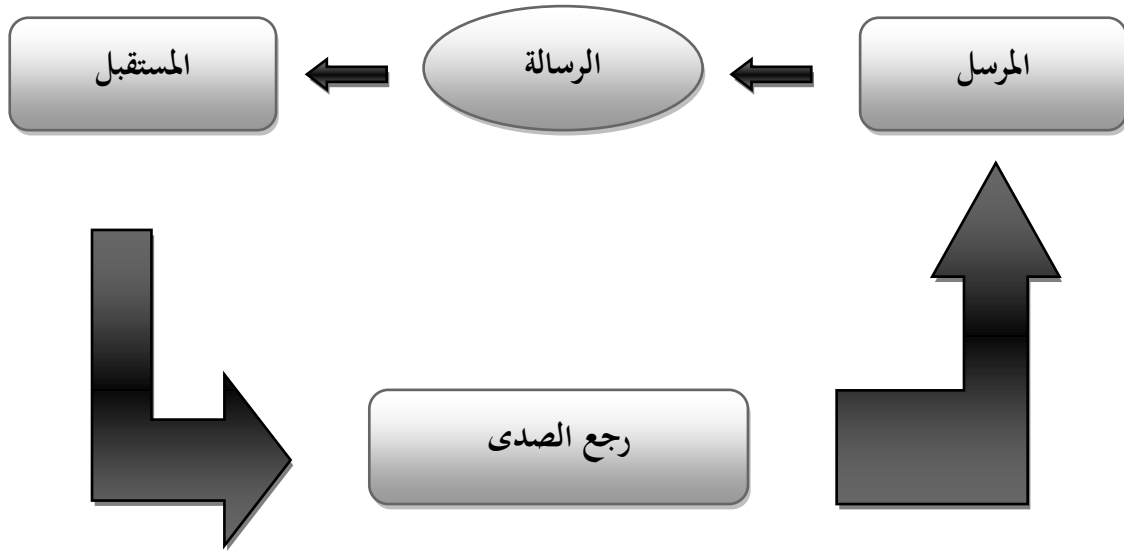
الاتصال هو محور الخبرة الإنسانية، و الاتصال يعني تبادل الأفكار والمعلومات التي تتضمن الكلمات والصور والرسوم والرمز المختلفة، إذ أيقنا بأهميته المعلومات باعتبارها إحدى ركائز حياتنا المعاصرة، ومقوما أساسيا من مقومات الإنتاج القومي تصبح بلا قيمة أو فائدة إذا لم تصل إلى مريديها في الوقت المناسب والقدرة المناسبة.

<sup>1</sup> - حميد الطائي، بشير العلق، أساسيات الاتصال نماذج و مهارات، دار اليازوري لنشر و التوزيع، ص5.

<sup>2</sup> - مصطفى يوسف كافي، محمود عزت اللحام، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص10.

وقد أصبح الاتصال اليوم أكثر تعقيدا من ذي قبل وحين لا نمارس الاتصال بشكل شخصي نكون في حاجة إلى الاقتراب من المعلومات، فالمسافات الطويلة التي تفصل بين الشعوب وحاجة الإنسان إلى تشجيع أعداد لا حصر لها من الأفكار، وظهور التفجر غير المسبوق في تدفق المعلومات، كل هذه العوامل تؤدي دور أساسي في تطوير حاجتنا نحو تكنولوجيا الاتصال، فالتكنولوجيا تسمح بتزويدنا بالعديد من المعارف الإنسانية من خلال إمكانيات غير محدود في التعامل مع المعلومات، وتوظيف إمكانيات التكنولوجيا لخدمة البشر باعتبارهم منتجين ومستهلكين لهذه التكنولوجيا وباعتبارها تشكل جزء لا غني عنه في تسيير الحياة اليومية، حيث تستخدم تكنولوجيا الاتصال في كل أبعاد الحياة الاجتماعية وعلى جميع المستويات.

➤ رسم تخطيطي لهيكل الاتصال:



الشكل 02: يوضح العملية الاتصالية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - Belaid Mc, La communication professionnelle, Les éditions pages bleues internationales, 2016, p11.

ب. تعريف المؤسسة:

المؤسسة هي كل تنظيم اقتصادي مستقل ماديا في إطار قانوني واجتماعي معين، هدفه دمج كل عوامل الإنتاج من أجل الإنتاج أو تبادل السلع أو خدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين، بغرض تحقيق نتيجة ملائمة وهذا ضمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني والزمني الذي توجد فيه وتبعاً لحجم ونوع نشاطها.<sup>1</sup>

ويعرف كارل ماكس Karl Marx: "المؤسسة الرأسمالية تكون متمثلة في عدد كبير من العمال يعملون في نفس الوقت تحت إدارة نفس رأس المال، وفي نفس المكان، من أجل إنتاج نفس النوع من السلع."

ويعرفها فرانسوا بيرو François Perroux: "بأنها منظمة تجمع أشخاص ذوي كفاءات متنوعة، تستعمل رؤوس الأموال والقدرات، من أجل إنتاج سلعة ما، والتي يمكن أن تباع بسعر أعلى مما تكلفته."<sup>2</sup>

وأيضاً تعرف المؤسسة بأنها مركز لصنع القرار، طبقاً لأهداف محددة، بالاعتماد على حوافز الربح والمنفعة الاجتماعية.<sup>3</sup>

ومن هنا يمكننا القول أن المؤسسة هي عبارة عن مجموعة من الوسائل المادية والمالية والبشرية وجدت من أجل تحقيق أهدافها.

<sup>1</sup> - سهيلة بن الموقف، أثر تقلبات معدل الفائدة على أداء المؤسسة، شهادة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2005-2006، ص7.

<sup>2</sup> - محيрик بن الجيلاني، مدخل لاقتصاد المؤسسة، مطبعة الرمال، ولاية الودي، ص24.

<sup>3</sup> - وسيلة بن سعد، تقييم المؤسسة ودوره في تحقيق ميزة تنافسية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيلالي لياس، سيدي بلعباس، 2015-2016، ص8.

### تعريف الاتصال المؤسسي:

يمكن تعريفه على أنه نوع من الاتصالات التي تتم بطريقة منظمة من قبل المؤسسة وممثليها، وتستهدف الناس والفئات الاجتماعية التي تطور نشاطها، هدفها هو إقامة علاقة جيدة بين المؤسسة والجمهور التابع لها، لاكتساب سمعة اجتماعية وصورة عامة مناسبة لنواياها وأنشطتها.<sup>1</sup>

ويعرف فان ريل Van Riel الاتصال المؤسسي على أنه "هو إدارة تسمح المؤسسة بتنسيق نشاطاتها الداخلية والخارجية لجعلها أكثر فعالية وتأثيراً."

كما يعرفه كورنيلسون Cornelissen: "هو أداة توظفها المؤسسة لتنسيق وتكييف نشاطاتها الاتصالية الداخلية والخارجية وبناء صورة المؤسسة وسمعة لها والحفاظ عليها."<sup>2</sup>

حسب أحمد خاطر: "هو عملية نقل المعلومات الخاصة بالمؤسسة وخارجها والاتصال كونه عملية إدارية، فهو أيضا عملية اجتماعية عن طريقها تتفاعل جماعات العمل ويستطيع الرئيس الأعلى أو معاونه تحقيق التأثير المطلوب في تحريك الجماعات نحو الهدف وهي أيضا عملية نفسية تتطلب قدرا مناسباً من فهم الصورة الكاملة لسير العمل، مما ينمي الإحساس بالإسهام في الإدارة والشعور بالاهتمام وهذا ما يعزز شعورهم بالرضا والاستقرار النفسي . ويضيف أيضا. إنه تجميع للبيانات والمعلومات الضرورية لاستمرار العملية الإدارية وذلك بنقلها وإداعتها بحيث تمكن الفرد أو الجماعة من إحاطة الغير بأمور ومعلومات جديدة أو التأثير في سلوك الأفراد والجماعات لتغيير هذا

<sup>1</sup> - [https://unamsa.edu/pdf/comm/Comunicacion\\_Institucional\\_2013\\_english.pdf](https://unamsa.edu/pdf/comm/Comunicacion_Institucional_2013_english.pdf)

<sup>2</sup> - خالد قاشي، رابع درام، أثر المؤسسي على صورة المؤسسات الجزائرية في الخارج، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE، العدد7، سبتمبر2018، ص3.

السلوك وتوجيهه وجهة معينة، كما يمكن اعتباره احد مقومات قيام أي مؤسسة من حيث عناصر التنظيم الإداري.<sup>1</sup>

الجلي من هذا التعريف، أن الاتصال يساهم داخل المؤسسة في إدارة وتسيير الموظفين بهدف التأثير على سلوكياتهم وفق ما يتناسب مع توجهات الإدارة.

### - المطلب الثاني: أهمية الاتصال المؤسسي.

تعتبر اللغة ذات أهمية بوصفها عنصرا أساسيا فيما يتعلق بالاتصال في المؤسسات الوطنية والدولية، فهناك ضوابط مختلفة للاتصال في عمل هذه المؤسسات بالدرجة التي تزداد فيها أهمية المعالجة المعلوماتية والاتصال أصبح اللغة أكثر أهمية، لأنها صارت الأداة الرئيسية في كل مؤسسة بل في كل المجتمع، ومع التعقيد القائم في حياة المجتمع الحديث، يكون من الصعب أن يدهشنا أن اللغة أصبحت جزءا من مسؤولية الدولة ومؤسساتها، والاتصال في المؤسسات الاقتصادية والثقافية والتعليمية وغيرها في الحقبة الأخيرة أصبحت اللغة مكونا مهما من مكونات الإعداد المتزايدة من المنتجات، وهذا هو أحد مظاهر هذا العصر سريع الحركة الذي يشار إليه الآن كثيرا بوصفه عصر المعلوماتية، فالعامل في المؤسسة في اتصال دائم مع غيره فهناك: الاتصال بين الرؤساء والمرؤوسين، والاتصال مع الزملاء، إن الاتصال عملية رئيسية وضرورة حيوية في بناء علاقات إنسانية طيبة داخل المؤسسة نظرا لأنه يعمل على توصيل المعلومات والبيانات بين طرفي العملية الاتصالية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - وهيب بلحجي، الاتصال المؤسسي وعلاقته بتفعيل عملية التشريع حالة المس الشعبي الوطني، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2002-2003، ص 39.

<sup>2</sup> - صلاح الدين محمد عبد الباقي، السلوك الإنساني في المنظمات، دار الجامعية، القاهرة، 2000، ص 274-275.

وما يؤكد عملية الاتصال داخل المؤسسة ما ذهب إليه "التون مايو" "مؤسس مدرسة العلاقات الإنسانية بحيث أن الدراسة الاجتماعية يجب أن تبدأ بملاحظة دقيقة لما يسمى بالاتصال،"<sup>1</sup> وهنا يشير "مايو" إلى أهمية الاتصال باعتباره أحد العوامل الرئيسية لقيام العلاقات الإنسانية داخل المؤسسة، وعادة ما ينظر إلى عمليات الاتصال بوصفها تجيب على التساؤلات الخاصة بالمؤسسة.

وبالتالي هناك أهمية نظرية محورية لنظام الاتصال داخل المؤسسات فالاتصال هو الوسيلة التي بموجبها يتم نقل المعلومات كما أنه يؤثر على العلاقات بين الأفراد فينشأ التعاون والتكامل بينهم داخل الجماعة وفيما بين المؤسسة والعمال.

كذلك أن أهمية الاتصال داخل المؤسسة تكون في إطار قيام وأقامت علاقات إيجابية وسلمية بين العاملين وقد وجدت المؤسسة أفضل طريقة لتحقيق أهدافها هي تدعيم الاتصال الصاعد لتحقيق مزيد من الترابط بين العمال والرؤساء على أساس من الثقة المتبادلة بينهما ويعتبر الاتصال ذو نفع طالما يقوم بربط الوظائف داخل المؤسسة ببعضها البعض، وفي الحياة العملية يستخدم الاتصال لتوجيه الأفراد نحو تحقيق أهدافه.<sup>2</sup>

كذلك تتلخص أهمية الاتصال في المؤسسة في النقاط الآتية:

- يمكن للاتصال فتح المجال للاحتكاك البشري، وفتح الفرصة للتفكير والاطلاع والحوار وتبادل المعلومات في شتى المجالات والميادين، كما أنه لا يبعد الإنسان عن الشعور بالعزلة.

- يتيح الاتصال الفرصة للتعرف على آراء الآخرين وأفكارهم عن طريق الحركة التي يحدثها على شكل حوار أو نقاش، كما أن الاتصال يفسح لكل شخص المجال للمشاركة.

<sup>1</sup> - طلعت إبراهيم لطفي، مدخل إلى علم الاجتماع، مكتبة غريب، القاهرة، 1993، ص 85.

<sup>2</sup> - صبرية رماش، الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة الدكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2009/2008، ص 138-139.

-يساعد الاتصال على نقل الثقافات والعادات والتقاليد واللغات.<sup>1</sup>

كما يمكن النظر إلى أهمية الاتصال في المؤسسة حيث تتمثل في:

**الإعلام:** أي نقل المعلومات والأفكار إلى المستقبل وأعلامه عما يدور من حوله من أحداث ومعلومات جديدة.

**التعليم:** أي تدريب وتطوير الأفراد عن طريق تزويدهم بالمعلومات والمهارات التي تؤهلهم للقيام بوظائفهم وتطوير إمكاناتهم العلمية وفق ما تتطلبه ظروفهم الوظيفية.

**الترفيه:** وذلك بالترويج عن النفس والتسلية.

**الإقناع:** أي أحداث تحولات في وجهات النظر.<sup>2</sup>

### - المطلب الثالث: وسائل الاتصال المؤسسي.

1. الوسائل المكتوبة: تعد هذه الوسائل الأكثر استعمالاً ومنها:

- أ. التقرير: هو محضر مكتوب عن اجتماع عمل أو اجتماع إعلامي، يعمل على توصيل المعلومات من المشاركين في الاجتماع إلى بقية العمال بغرض إعلامهم بالحلول والمقترحات للمشاكل المطروحة في المؤسسة، ويتراوح ما بين صفحتين إلى ثلاث صفحات ويصبح عبارة عن وثيقة مرجعية للمؤسسة.<sup>3</sup>
- ب. المذكرة: المذكرة كما هي مستخدمة في الأعمال هي أكثر وسيلة اتصال منتظمة، تقدم معلومات عن القرارات والأوامر والتعليمات الإدارية والإجراءات المتخذة بعد اجتماع معين والتي تتعلق بتنظيم العمل، الأجور، الحوافز الاجتماعية والعامة وتكون على عدة أشكال: مذكرة بحث، مذكرة عرض الموضوع للرئيس.

<sup>1</sup> - محمد محمود الخيلة، تصميم وإنتاج الوسائل التعليمية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص52.

<sup>2</sup> - يسرى عامر، الاتصالات الإدارية و المدخل السلوكي لها، دار المريخ، الرياض، 1986، ص24.

<sup>3</sup> - بشير عباس العلاق، دليل كتابة التقارير، دار العربية للموسوعات، بيروت، لبنان، 1986، ص13.

**ت.** الرسائل الموجهة إلى العمال: هي وثيقة موقعة من المدير أو رئيس القسم موجهة لجميع العمال، تكون بمناسبة حدث هام في المؤسسة، حيث يتعلق مضمونها بالظروف فوجد بها معلومات خاصة بكيفية سير المؤسسة أو تتضمن التهانى الموجهة للعمال المجتهدين أو أخبارًا عن نتائج أو مشاريع محددة، ومن ايجابيات الرسائل أنها سريعة التأثير وتقلل من دور الإشاعات.<sup>1</sup>

**ث.** جريدة المؤسسة: تعتبر من الوسائل المستخدمة في الاتصال الداخلي، ثرية ومرنة وهي نشرية موجهة لجموع المستخدمين، وحسب الدراسات التي أجريت تعد هذه الوسيلة المصدر الأول للمعلومات في المؤسسة قبل نقابات المؤسسة والانترنت الوسائل الالكترونية والسمعية البصرية.

وتستخدم جريدة المؤسسة الكلمة المكتوبة والمصورة في نقل المعلومات عن الأحداث المختلفة التي تتعلق بطبيعة العمل ومشكلاته وبالعاملين واهتمامهم في تقديم العمل، وتلعب الجريدة دورا هاما في خلق التفاعل والحوار والشعور بالانتماء للمؤسسة ولها مظهر جريدة حقيقية.<sup>2</sup>

**ج.** مجلة المؤسسة: هي وسيلة إعلامية فعالة، ويمكن أن نميز عدة أنواع من المجالات كالصحيفة الموجهة لمجموعة خاصة من القراء، كالمجلة الأسبوعية والنصف أسبوعية، الشهرية...، وكثيرا ما تلجأ المؤسسة إلى الصحف كوسيلة اتصال داخلية وخارجية لضمان فعاليتها وبالتالي بقائها.<sup>3</sup>

**ح.** صندوق المقترحات والشكاوي: تضع المؤسسة عددا من الصناديق في أرجائها المختلفة مكتوب عليها صندوق المقترحات والشكاوي، فالمؤسسة بهمها أن تتعرف على مقترحات العاملين بها، حيث يطرح العمال

<sup>1</sup> - هاني عرب، محاضرات السلوك الإنساني في المنظمات، ملتقى البحث العلمي، ص58.

<sup>2</sup> - ناصر مجد العديلي، السلوك الإنساني و التنظيمي منظور كلي مقارن، معهد الإدارة العامة، الرياض، 1993، ص470.

<sup>3</sup> - يس عامر، الاتصالات الإدارية و المدخل السلوكي لها، دار المريخ، الرياض، 1986، ص87.

اقتراحاتهم مكتوبة ويضعونها في هذه الصناديق، فهذه الوسيلة لها فائدة مزدوجة، إذ تسمح بسير العمال وتطويره وتحسين الإنتاج، وذلك بالأخذ بعين الاعتبار الاقتراحات من جهة وخلق جو مريح للعمال من جهة أخرى.

**خ. لوحة الإعلانات والنشرات:** هذه الوسيلة سهلة التنفيذ والتسيير، توضع عادة داخل المؤسسة أو في أماكن الراحة، وتسمح بنشر المعلومات المختلفة مطبوعة أو مكتوبة وتعالج موضوعات وقتية حديثة تهم العاملين في الهيئة أو مؤسسة معينة مثل معلومات عن المستجدات في ظروف المنشأة، أو الاختراعات الجديدة، أو تعليمات لتنظيم العمل، أو أنباء عن مناسبات خاصة تهم أعضاء المنشأة، أو خطط جديدة كما يمكن أن تتناول بعض الاستثمارات الجديدة والإنجازات و الأعمال التي تمت في المراحل السابقة.<sup>1</sup>

**د. الوسائل الإعلامية السريعة:** تسمح بإعلام العمال بالنتائج أو السلبيات الجديد أو إبلاغهم بعملية خاصة أو شرح وضع معين في حالة صعوبة أو رفض بعض الإشاعات، ويمكن القول أن الإشاعة وسيلة هامة للاتصال في كل المستويات، لكن تحديد مصدرها صعب جدا ومقاومتها تتطلب تجنيد عدة وسائل لضمان فعالية الرسالة الإعلامية.<sup>2</sup>

**ذ. التلكس:** يستعمل في توجيه موجز إعلامي إلى شخص أو مجموعة أشخاص أو في تبليغ المؤسسات بمعلومات هامة، ومن فوائده أنه وسيلة اتصال سريعة تسمح بالحصول على تفاصيل أكثر دقة مدعومة بالأرقام حول موضوع معين.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - محمد صبري فؤاد النمر، أساليب الاتصال الاجتماعي، المكتب العلمي لنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1999، ص 146-147.

<sup>2</sup> - عيسى محمود الحسن، الترويج التجاري للسلع والخدمات، دار الزهراء للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 83.

<sup>3</sup> - برنامج قدرتك على القيادة في المجتمع، دليل تدريب المرأة، مركز الكتي للبحوث والتدريب، عمان، 2002، ص 14.

ر. التحقيقات وسبر الآراء: تسمح التحقيقات داخل المؤسسة بالتحديد الحالة النفسية للموظفين ووضع

العمل والبيئة أو المناخ الاجتماعي الداخلي للمؤسسة، وذلك عبر عدة أشكال أهمها المقابلة والاستمارة.<sup>1</sup>

وأيضًا نجد الوسائل الاتصالية التصويرية التي هي قنوات التي تم التوصل إليها حديثًا نسبيًا وهي مرتبطة بعصر

التكنولوجيا صممت خصيصًا لتفادي عيوب القنوات الشفهية والمكتوبة وتتمثل أساسًا في:

ز. الملصقات: عبارة عن لوحات تلصق عليها الصور والرسومات لنقل أفكار معينة وتعتبر وسيلة قيمة

لاتصالات العاملين خاصة منهم غير الملمين بالقراءة الجيدة.

س. الكاريكاتير: هو صورة، رسم، أو تصوير ووصف يعبر عن الأفكار بصورة هزلية لمزج الواقع بالخيال والتي

يجبها جميع العمال، فهي تنقل المعاني بأسلوب هادف يكون القصد منه التوعية.<sup>2</sup>

ش. الأفلام: من الوسائل التصويرية النادرة في المؤسسات نظرا لارتفاع تكاليف إعدادها، يتم فيها عرض

الوثائق والملحقات والآليات التي تخدم نشاط المؤسسة وتساعد العمال على الرفع من المستوى.

ص. الرسوم البيانية والخرائط: تستخدم عادة في إعداد التقارير بإتباع الأساليب الإحصائية والرسوم البيانية،

وعلى سبيل المثال المؤسسة التي تستخدم الخرائط في المشروعات الجديدة وفيما يتعلق بانسياب خطوط الإنتاج

والعمليات التشغيلية بقصد الإيضاح والسهولة.

<sup>1</sup> - وهيبة بلحاجي، الاتصال المؤسسي وعلاقته بتفعيل عملية التشريع حالة المجلس الشعبي الوطني، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية

والإعلام، في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002-2003، ص62.

<sup>2</sup> - هبة مجّد وهي مجّد الدالي، الكاريكاتير بين النشأة والتطور، المجلة الدولية للدراسات متعددة التخصصات في الفن والتكنولوجيا، المجلد3، العدد2، سنة2020، ص40.

2. الوسائل الشفوية:

يتم الاتصال الشفهي عن طريق نقل وتبادل المعلومات بين المرسل و المرسل إليه شفهيًا أي عن طريق الكلمة المنطوقة، ويتميز هذا الأسلوب عن الكتابي لكونه أكثر سهولة وإقناعًا للمرسل إليه، وما يعاب عليه أنه قد يعرض المعلومات المراد نقلها لسوء الفهم إذا لم تستخدم بشكل مناسب، ونذكر من بينها:

أ. الاجتماعات: وسيلة تشجع الحوار المباشر وتبادل المعلومات والآراء بين الأعضاء المشتركين، لتحقيق هدف أو أهداف معينة، وتميز بين نوعين من الاجتماعات.

ب. اجتماع تبادل الخبرات: هو اجتماع مباشر لعدد من المستخدمين مع المسئول في المؤسسة سواء مدير أو رئيس فرع، ومن خلالها يتم تبادل الخبرات والأفكار بين المشاركين.

ت. الاجتماع الإعلامي: هو الاجتماع لعدد من الأعضاء أو الممثلين عن إدارة المؤسسة، ويعمل هذا النوع على نقل المعلومات إلى باقي المستخدمين، كما يسمح بطرح الأسئلة وتقديم الاقتراحات.<sup>1</sup>

ث. المحاضرات: لقاء تنظمه الإدارة بمشاركة إطارات من المؤسسة أو شخصيات من خارجها وتدور المحاضرة حول مسائل ومواضيع تتعلق باكتساب مهارات العمل وغيرها، ومن إيجابياتها أنها تساعد على الثقافة العامة لأعضاء المؤسسة وتساهم في تكوينهم.<sup>2</sup>

ج. الهاتف: يعتبر الاتصال الهاتفي من الوسائل الهامة في الوقت الحاضر، ويتميز هذا الأسلوب بانخفاض تكلفته، والتطورات التي أدخلت إليه الوسائل الإلكترونية والليزرية لتسهيل عملية نقل المعلومات.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - ياسر عبد الله طبت، العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية، مطبعة أبو عمار لنشر والتوزيع، 2019، ص 69-70.

<sup>2</sup> - مد. حمد صبري فؤاد النمر، أساليب الاتصال الاجتماعي، المكتب العلمي لنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1999، ص 132.

<sup>3</sup> - ياسر عبد الرحمن خلف، تكنولوجيا الإعلام والاتصالات، الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2017، ص 21.

ح. المقابلة: تكون بالاتصال المباشر بين الأشخاص، وهي مبنية على الحوار أو نقاش أو تبادل الأفكار حول موضوع معين يخص أحد شؤون المؤسسة أو أفرادها لتحقيق غرض معين.<sup>1</sup>

خ. اللجان وجماعات الدراسة: عبارة عن اجتماع عدد من المستخدمين من أجل دراسة مشكل محدد مع بعضهم البعض واللجنة عبارة عن مؤسسة ذات فعالية واسعة، وهذه الاجتماعات تدعو إلى المسؤولية العمالية قصد خلق مناسبة للاتصال وقاعدة موحدة لان المشاكل تحل من طرف المستخدمين أنفسهم.

د. لبرامج التدريبية: تهدف إلى تنمية المواهب وزيادة قدرات الموارد البشرية، وتستخدم كوسيلة اتصال حيث يقوم المدرب بالإرسال ويقوم المتدربون بالاستقبال وتبادل الآراء.

### 3. الوسائل التكنولوجية:

هي التي تجمع بين الصوت والصورة بفضل التقدم التكنولوجي، وظهور تقنيات متطورة في مجال الإعلام والاتصال، فتوجهت إليها الأنظار واستفادت منها المؤسسات إدماجها ضمن الوسائل التي تعتمد عليها في عملياتها الاتصالية الداخلية، ومن هذه الوسائل:

أ. الانترنت: هي شبكة الحواسيب الداخلية، تمكن من الاتصال والتنسيق بين مختلف الأطراف المكونة للمؤسسة، وبالتالي تزيد في فاعلية التسيير وربح الوقت والجهد.<sup>2</sup>

ب. البريد الإلكتروني: يتم عن طريق الكمبيوتر، وهو يحل محل الاتصال الشخصي إذ يمكن لمسئول المؤسسة أن يخاطب جميع الأطراف وبالتالي التعرف على التساؤلات وإيجاد الأجوبة لها في الوقت المناسب.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - Marie Hélène Westphlen, Communication, Troisième édition, Dunod édition, Paris, 1998, p391.

<sup>2</sup> - أبو السعود إبراهيم، تكنولوجيا الاتصال ووسائله الحديثة، شركة الإسلام مصر للطباعة، مصر، 2002، ص77.

<sup>3</sup> - عوض منصور، جمال سلمان، البريد الإلكتروني مع النوافذ، دار النشر، عمان، 1996، ص2.

ت. الأقراص المضغوطة: هي دعامة تكنولوجية هامة، فهي وسيلة ملتيميديا، حيث تستطيع تخزين آلاف المعلومات المصورة والمكتوبة والصوتية، ويمكن استرجاعها في أية لحظة.

ث. الصحيفة الالكترونية: يمكن استغلال الإمكانيات التي يوفرها الكمبيوتر وتقنية الشبكات لإصدار صحيفة الكترونية داخلية، تكون عبارة عن فضاء الكتروني يلتقي فيه كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية.<sup>1</sup>

ج. الفيديو والسينما: إن أفلام الفيديو والأفلام السينمائية التي تعرضها إدارة المؤسسة في أوقات محددة، تعتبر من أهم وسائل الأصال الداخلي مع العاملين، إذ تستخدم كوسيلة لتدريب العاملين ونشر برامج السلامة والوقاية، إضافة إلى الترفيه عنهم، إلا أن تكلفتها مرتفعة وكبيرة.<sup>2</sup>

ح. المذياع: يعد وسيلة مهمة لخلق الشعور بالانتماء، وجمع المستخدمين حول الأهداف المسطرة.<sup>3</sup>

خ. ماركات المؤسسة: من خلال الشعارات والإمضاءات والقنوات السمعية البصرية الإشهارية تعد القنوات ناجحة لربط الخطاب وإضفاء طابع المصادقية عليه.

<sup>1</sup> - أبو السعود إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 90.

<sup>2</sup> - عمرو غنایم، علي الشرفاوي، تنظيم وإدارة الأعمال، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1982، ص 190.

<sup>3</sup> - عمرو غنایم، علي الشرفاوي، مرجع سبق ذكره، ص 191.

المبحث الثاني: مستويات الاتصال المؤسسي ومعوقاته.

– المطلب الأول: الأهداف الاتصال المؤسسي.

- إنشاء عمل منظم لنمو ونجاح المنظمة من خلال هيكل الاتصال الداخلي الفعال للمؤسسة الذي يسهل تبادل المعلومات مع الموظفين حول رسالة المنظمة ورؤيتها وأهدافها.
- الاتصال الداخلي لتمكين الموظفين لمعرفة أداء المنظمة ومناقشة قضاياها كما أنه يحفز الموظفين على ممارسة التواصل والابتكار والمبادأة والمنافسة لتعزيز والحفاظ على سمعة المؤسسة.<sup>1</sup>
- معرفة أداء المؤسسة والأنشطة المستقبلية وإقناع الجمهور ببرامجها لإنشاء صورة إيجابية من خلال إعداد التقارير والرسائل والقصص للتأثير على تصور أصحاب المصلحة.
- تعزيز التماسك والتعاون بين جميع الأعضاء فإن التواصل المؤسسي يؤسس بيئة عمل صحية في المنظمة ويضمن أن العاملين والإدارة تعمل على تحقيق الأهداف المشتركة.
- تحسين إنتاجية وفعالية العمل، فالوصول على المعلومات يخلق الدافعية والرضا عند العاملين الشيء الذي يدفعهم إلى تقديم مردودية جيدة تساعد على فعالية المنظمة.
- الرد على كل أخبار كاذبة أو غير صحيحة تنشر عن المؤسسة أو مواقفها.<sup>2</sup>
- التعرف على آراء الجمهور بفئاته المختلفة بشأن مختلف الوسائل والأمور التي تمهه فيما يتصل بعلاقته بالمؤسسة.

<sup>1</sup> – مجّد ذيب، فعالية نظام التقييم الأداء المؤسسي وآثارها في التميز التنظيمي، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الأردن، المجلد 9، العدد 4، 2013، ص 694.

<sup>2</sup> – بوغيط جمال الدين، الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، 2008-2009، ص 58.

- نشر أهداف المؤسسة وقيمها وفلسفتها.<sup>1</sup>
- إعلام أعضاء المؤسسة بخطط ومشاريع المؤسسة وإمكانياتها وتطلعاتها.<sup>2</sup>
- الدخول في مشروع الحكومة الإلكترونية.<sup>3</sup>
- بناء سمعة طيبة للمؤسسة تساهم في جذب المستثمرين.<sup>4</sup>
- جذب الاستثمارات سواءً الأجنبية أم المحلية والحد من هروب رؤوس الأموال الوطنية للخارج.<sup>5</sup>

### – المطلب الثاني: مستويات الاتصال المؤسسي.

ينقسم الاتصال المؤسسي إلى اتصالات داخلية واتصالات خارجية، والتي يمكن التعامل معها بالترتيب التالي:

#### (1) الاتصال الداخلي:

هو الاتصال الذي يتم بين العاملين في المنشأة وداخل نطاقها، ويتم داخل المنظمة سواء على شكل اتصال هابط على شكل أوامر وتوجيهات قرارات وتعليمات من الأعلى إلى أسفل التنظيم إلى أعلاه على شكل شكاوي

<sup>1</sup> - فائزة موسى، الاتصال المؤسسي، رسالة ماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2012-2013، ص57.

<sup>2</sup> - فائزة موسى، مرجع سبق ذكره، ص58.

<sup>3</sup> - Famelly Nguyen Thanh, La Communication une stratégie au service de l'entreprise, Les édition économique, Paris, 1991, p74.

<sup>4</sup> - عسنون نصيرة، بورعدة فتيحة، واقع الاتصال الداخلي والخارجي في المؤسسة، مذكرة ماجستير، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2017-2018، ص42.

<sup>5</sup> - بوفاسة سليمان، لجنة التدقيق كمدخل لتفعيل الحوكمة ورفع جودة التدقيق في المؤسسة، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد3، أبريل 2015، ص14.

واقترحات، وقد يكون على شكل اتصال أفقي بين مدراء من نفس المستوى أو رؤساء الأقسام بقصد التنسيق والتشاور من أجل أهداف المنشأة وتحقيقها.<sup>1</sup>

كما يعتبر الاتصال الداخلي همزة وصل بين هيئات المؤسسة المختلفة وبين السلطة المركزية وهو عملية هادفة تتم بين طرفين أو أكثر بالتبادل المعلومات ونقل الأفكار والآراء للتأثير في المواقف والاتجاهات، قد تكون على بشكل عمودي في الاتجاهين الأعلى والأدنى للمؤسسة كما يمكن أن تكون أفقية بين رؤساء الوحدات التنظيمية من نفس المستوى وهذا يتولد داخله تنظيم رسمي بين الهيئات والأفراد المختلفين.

فالاتصال إذن، ضروري خاصة بالنسبة للعمال، لأنه يرفع من معنوياتهم ويخلق الحماسة ويعمل على خلق روح الوعي الجماعي الفردي، وذلك بتثقيف العمال تعريفهم بأهداف منظماتهم وأهم أعمالهم الواجب تقديمها، وأهم المشاكل التي تعترضها لتحقيق أهدافها.<sup>2</sup>

### ➤ أنواع الاتصال الداخلي:

#### أ. الاتصال الرسمي:

يتم هذا النوع من الاتصالات من خلال خطوط السلطة في نطاق الإشراف تأخذ المعلومات التي تداولها في شكل أوامر، تعليمات والاستشارات والتساؤلات التي تصدر من الإدارة العليا إلى المستويات الأدنى سواء من أعلى إلى أسفل أو في شكل أفقي بين مختلف الأشخاص من المستوى الواحد.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> – Noui Rabah, Messahli Katia, Les entreprise Algérienne et la Communication, Revue recherche économique contemporaine, Vol 04, N2, 2021, p589.

<sup>2</sup> – فتيحة قاسم، التفاعل الاجتماعي بالمؤسسات: الاتصال التنظيمي، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد 23، جوان 2015، ص94.

<sup>3</sup> – عبید إسماعيل، بن كعبيش ياسين، واقع الاتصال الرسمي في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، جامعة عبد الحميد بن باديس، 2018-2019، ص23.

وأيضاً هو اتصال قائم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة، ويتم بطرق رسمية كون الاتصال رسمياً عندما يكون مقنناً، ومنظماً، ومخططاً ومتفق عليه ويشمل الخطابات والمذكرات والتقارير التي ترسل أو تعد من هيئات إدارية داخل مؤسسة معينة، و يسيير هذا الاتصال وفق الأساليب والإجراءات والقواعد محددة ومنظمة والمعروفة عند الأفراد الهيئات الإدارية.<sup>1</sup>

● **الاتصال النازل:** هي اتصالات من الأعلى على الأسفل، حيث تنساب التوجيهات وسياسات والقرارات والمعلومات كافة الرؤساء إلى المرؤوسين وتكون في شكل تعليمات وقرارات بغرض بتنفيذ الخطط والبرامج وتحديد الاختصاصات وتوجيه العمال وكل ما يتعلق بالمنظمة.<sup>2</sup>

ويعتبر هذا النوع من الاتصالات الأكثر انتشاراً في التنظيمات الإدارية وهذه الاتصالات الرأسية أو العمودية وتعد أكثر شيوعاً حيث تناسب المعاني والرسائل (مثل الأوامر، والتعليمات، والتوجيهات والملاحظات... الخ) من المستويات الإدارية العليا إلى المستويات الإدارية الدنيا، وهذا النوع يحمل في طياته استراتيجيات جديدة لتنفيذ الأعمال إدارية للتطوير وتوضيح الأهداف وغيرها ويستطيع المدراء الاتصال بالعاملين بطرق ووسائل عديدة مثل الحديث المباشر أو عبر البريد الإلكتروني وغيرها وتتضمن أهم أنواع الرسائل النازلة الآتية:

- تنفيذ الأهداف والإستراتيجيات لتحسين جودة المنافسة.

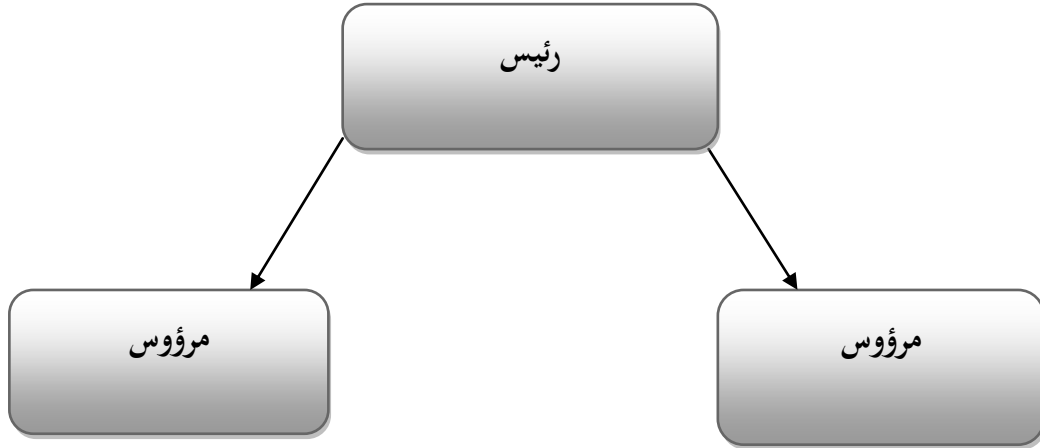
-الإجراءات والممارسات، وهي رسائل تحدد السياسات التنظيمية وقواعد العمل والترتيبات التنظيمية والتنسيق بين نشاطاتها.

1 - Christophe Schiffers, Patrick Thonart, Techniques de Communication, Coleacp-manuel-6, Belgique, p27.

2- مصطفى يوسف كافي، مُجد عزت اللحام، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الإعصار العلمي لنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص91.

- تحفيز العاملين وتعليمهم وتلقينهم كيفية قبول بالرسالة المنظمة وثقافتها وقيمتها.<sup>1</sup>

➤ رسم تخطيطي للاتصال النازل:



الشكل 03: يوضح الاتصال النازل.

• **الاتصال الصاعد:** وهي التي تتم من المرؤوسين إلى الرؤساء في المستويات الإدارية الأعلى وقد تتضمن الصعاب التي تتعرض لتنفيذ برامج أو قرارات معينة، وهذا النوع من الاتصال يجيب على ثلاثة أهداف هي التحقيق، الكشف، التنشيط. فهي تتضمن استفسارات، تساؤلات، شكاوى العمل بالإضافة إلى أفكار، اقتراحات أو آراء تفيد في تحسين أداء المنظمة وتقديم تقارير عن الأداء وظروف العمل.<sup>2</sup>

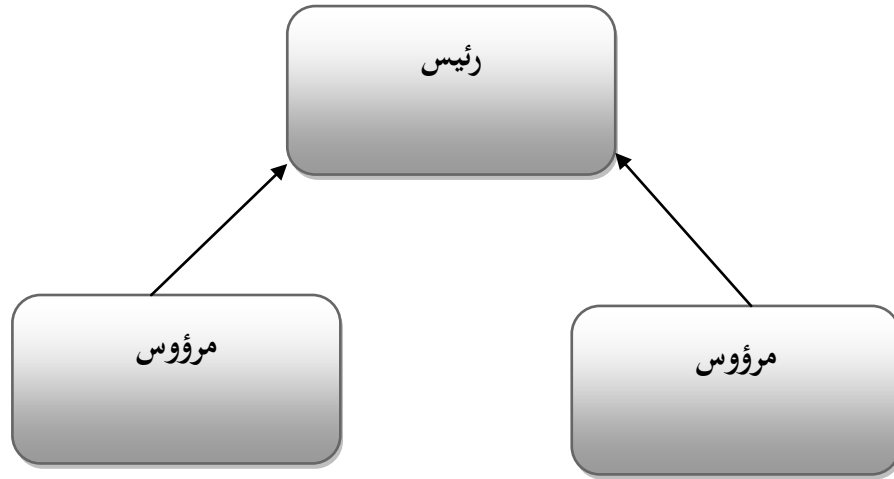
الاتصالات الصاعدة مهمة للغاية في المنظمات كأداة مراقبة تمكن المديرين من تقييم الأداء التنظيمي ومدى تنفيذ قراراتهم وأوامرهم من خلال تقارير عن العمل المنجز، ومن خلال شكاوى العمال، للكشف عن الأخطاء وإساءة استخدام المسؤولية عن المديرين لاتخاذ الإجراءات والتعديلات المناسبة. كما يساهم الاهتمام بالعمال وبأفكارهم

<sup>1</sup> - حميد الطائي، بشير العلاق، أساسيات الاتصال نماذج ومهارات، دار البيزوري لنشر والتوزيع، ص36.

<sup>2</sup> - فريدة جعالة، الاتصال الداخلي ودوره في إنجاح التغيير التنظيمي، رسالة ماجستير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2012-2013، ص66.

ومقترحاتهم يخلق إحساسًا بالأهمية والانتماء إلى المنظمة، مما يشجعهم على أن يكونوا مبتكرين واستباقيين لتطوير المنظمة.

➤ رسم تخطيطي للاتصال الصاعد:



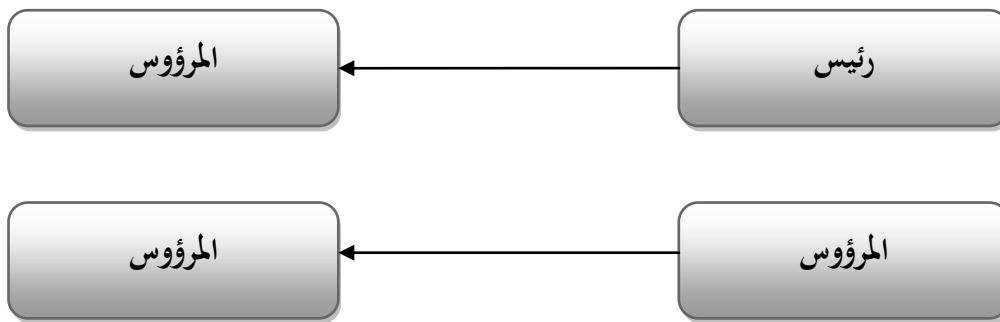
الشكل 04: يوضح الاتصال الصاعد.

- **الاتصال الأفقي:** عن وجود هذا النوع من الاتصال في المنظمة والذي يتم بين مختلف الأقسام وكذا المتواجدين في كل قسم، من شأنه السماح بزيادة سرعة وفعالية عملية الاتصال وتحسين الفهم الجيد لها، فالعلاقات الأفقية تكون بين الأفراد في المستوى التنظيمي الواحد سواء في المستويات العليا أو المتوسطة أو الدنيا، فهذا النوع من الاتصال من المفروض أن تشجعه المنظمات لما له من إيجابيات تساعد في الوصول إلى تحقيق أهدافها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - حسان خبابة، دور أهمية الاتصال في المنظمات، وحدة بحث تنمية الموارد البشرية، سطيف2، ص226.

ويسعى الاتصال الأفقي إلى تنسيق المصالح المختلفة للمنظمة والمجلس لتحقيق أهدافه، وتبرز أهميته خاصة في المنظمات الكبيرة ذات المستويات التنظيمية المتعددة، حيث يتيح نشر وتبادل المعلومات اللازمة لأداء داخل المنظمة العمل بسرعة وبسهولة بين جميع الأعضاء.

➤ رسم تخطيطي للاتصال لأفقي:



الشكل 05: يوضح الاتصال الأفقي.

ب. الاتصال الغير الرسمي:

إن الاتصالات في منظمات العمل لا تقتصر على الاتصالات الرسمية فقط، فهناك الاتصالات غير الرسمية، ونعني بها ذلك النوع من الاتصال الذي لا يخضع لقواعد وإجراءات مثبتة مكتوبة ورسمية، كما هو الحال في الاتصالات الرسمية، والاتصالات غير الرسمية تتم بين مستويات مختلفة داخل المنظمة متخفية الخطوط والقنوات الاتصالية لسلطة الرسمية. وهذه الاتصالات سواء كانت داخل المنظمة أو خارجها تعبر عن رغبة الأفراد في عدم الانعزال بعضهم عن بعض، وذلك بهدف إشباع حاجاتهم الاجتماعية والنفسية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - ناصر مجد العديلي، السلوك التنظيمي منظور كلي مقارن، معهد الإدارة العامة، الرياض، 1993، ص471.

وتعتبر هذه الاتصالات جزءاً من واقع حياة المؤسسات، ولا تستطيع المؤسسة القضاء عليها، والتي من شأنها لها نتائج إيجابية حيث أنها تكمل الاتصالات الرسمية، والاتصال السري يسد حاجة الموظف أو العامل من المعلومات ذات الأهمية العامة والتي تمس العمل، وكذلك المعلومات الشخصية التي تتعلق بحياة العاملين الخاصة. وهذه المعلومات قد تكون حقائق أو أنصاف حقائق أو أكاذيب أو إشاعات أو آراء، وتشكل عادة بدوافع الناس ورغباتهم وتشتمل طرق الاتصال السري على شبكة لا نهاية لها من الاتصالات الغير الرسمية.<sup>1</sup>

## (2) الاتصال الخارجي:

يتمثل باتصال المؤسسة بما هو خارجها من مؤسسات أخرى أو زبائن.<sup>2</sup>

هو مجموع العمليات الاتصالية المقصودة التي تتم بين مؤسسة معينة كمرسل ومحيطها كمستقبل، حيث ترسل جملة من المعلومات والأفكار والآراء التي تتعلق بالمؤسسة أو منتوجاتها في أشكال متعددة (رموز، كلمات، صور، أنشطة اتصالية...) معتمدة في ذلك على تخصصات وتقنيات اتصال مختلفة تكون متمحورة في إطار اتصال الإشهاري أو العلاقات العامة وفي حدود علاقتها مع الصحافة.<sup>3</sup>

أيضا هو الاتصال التي يحدث بين جهاز وجهاز آخر سواء في نفس المنطقة أو منطقة أخرى،<sup>4</sup> وذلك من أجل تحسين الخدمات والمعلومات والنشاطات التي ترسلها المؤسسة إلى المحيط الخارجي بهدف إمداده بالمعلومات المتنوعة تبعا لتنوع الجمهور الذي يخاطبه.

<sup>1</sup> - عبد الله ثاني مُجد النذير، القيادة الإدارية وعلاقتها بمشروع إستراتيجية الاتصال بالمؤسسة العمومية الاقتصادية الجزائرية، مذكرة الماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة إلسانية، وهران، 2009-2010، ص106.

<sup>2</sup> - مُجد فريت عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية، العربي لنشر والتوزيع، القاهرة، 1994، ص28.

<sup>3</sup> - مهدي هامل، الاتصال الخارجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة دراسات، العدد6، ديسمبر 2014، ص3.

<sup>4</sup> - السعيد مبروك إبراهيم، الاتصال الإداري و إدارة المعرفة بالمكتبات ومرافق المعلومات، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2013، ص116.

وبالتالي تتنوع الوسائل الموجهة من طرف المؤسسة إلى الجمهور المقصود وتمثل في:

الاتصال الاجتماعي: وهو الوسيلة لتحقيق الأهداف والغايات المجتمعية عبر التأثير في سلوك الفرد.<sup>1</sup>

الاتصال الخارجي المؤسسي: وهو عرض دور المؤسسة وتثبيت صورتها وهويتها.

الاتصال التجاري: هو ما تثبته المؤسسة من معلومات ورسائل التي تتعلق بالمنتج أو خدمة.

الاتصال التسويقي: هو عملية توصيل فعالة لمعلومات المنتج وأفكاره إلى الجماهير المستهدفة.<sup>2</sup>

### – المطلب الثالث: معوقات الاتصال المؤسسي.

– كلما كان الهيكل التنظيمي للمؤسسة معقدا وفوضويا غير محدد المهام والفروع كلما تشابكت قنوات الاتصال، فإن هذا يؤدي إلى الفوضى داخل المؤسسة، فالحتمية التنظيمية الناتجة من الربط الذي يشكل أساس المؤسسات الكبرى تجعل كل تجاوز للسلم الإداري هو مساس السير المؤسسة لأن كثرة نشاطها وتشعب مستويات الإشراف يؤدي إلى عرقلة الإيصال والوقوع في مشاكل البيروقراطية،<sup>3</sup> وعليه يؤدي تشعب التنظيم الهيكلي للمؤسسة والنتائج عن كثرة نشاطها إلى ظهور عراقيل إدارية تتمثل في عدم تمكين الموظفين من توصيل انشغالهم إليها، بحيث كلما ارتفع المستوى الهرمي الإداري كلما تقلصت فرص وصولها إلى القمة، كما تؤدي الفوضى في تقسيم المصالح الإدارية التي تعرض اقتراحات وانشغالات الموظفين إلى التهميش.

<sup>1</sup> – بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2015، ص 97.

<sup>2</sup> – بسام عبد الرحمن المشاقبة، مرجع سبق ذكره، ص 101-102.

<sup>3</sup> – فرج عبد القادر طاه، علم النفس الصناعي والتنظيمي، دار المعارف القاهرة، طبعة 6، ص 259.

- يؤدي افتقار المؤسسة لوسائل الاتصال المناسب، وكذا عدم تنظيمها والتنسيق فيما بينها وعدم إخضاعها لدراسة معمقة بما فيها شق مع خصوصيات المحيط الداخلي وأهداف المؤسسة إلى فوضى في عملية سريان المعلومات<sup>1</sup>، وبالتالي إلى ظهور الإشاعات والمعلومات الخاطئة وهذا ما يؤثر سلبا على نشاط الموظفين.
- السياسة الاحتكارية التي ينتهجها المسؤولون على باقي أفراد المؤسسة تؤدي إلى الكراهية بين الموظفين، وهذا ما يؤثر سلبا على نشاطهم، وقد يبرز هذا الاحتكار على مستوى المعلومات الموجهة إلى الموظفين أو في عدم تقبل المسؤولين للاقتراحات الموجهة لهم من قبل هؤلاء الموظفين وفي عدم تقبل هذا يؤدي إلى تكوين فجوة اتصالية بين القمة والموظفين، وبالتالي يتوجه هؤلاء إلى مصادر أخرى غير رسمية وهذا ما يشكل الخطر بعينه على الاتصالات الرسمية ومصادفتها.
- تؤدي الاختلافات الفكرية والأيدلوجية العميقة لأفراد المؤسسة إلى حدوث اضطرابات على مستوى الاتصالات التي تحدث فيما بين الموظفين مما يؤثر سلبا على نشاط المؤسسة.<sup>2</sup>
- يشكل التكوين النفسي للفرد عائقا سيكولوجيا في استمرارية عملية الإيصال مع الأفراد الآخرين خاصة إذا ما علمنا أن الموظفين في المؤسسة لا يمتلكون نفس الدرجة من استيعاب المعلومات المرسله إليهم.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - علي محمد عبد الوهاب، إدارة الأفراد منهج التحليلي، منظمة الإدارة والناس، طبعة 2، مكتبة عين الشمس، القاهرة، 1975، ص 327.

<sup>2</sup> - منال بخبخ، وسام بلخياط، واقع الاتصال الداخلي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة ماستر، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017-2018، ص 56.

<sup>3</sup> - ناصر محمد العديلي، السلوك الإنساني والتنظيمي، منظور كلي مقارن، معهد الإدارة العامة، الرياض، 1993، ص 54.

- لا يمكن تفعيل الاتصال المؤسسي دون تعزيز مبدأ الشفافية والإفصاح لمعرفة أداء المؤسسة وأنشطتها

المستقبلية لإقناع جمهورها برسالتها وأدائها، وتعزيز الصورة الإيجابية عن طريق إعداد التقارير والرسائل

الإعلامية، وخلق القصص الملهمة للتأثير على تصور أصحاب المصلحة المتعددين، والرأي العام.<sup>1</sup>

فالمؤسسة إذن مطالبة بدراسة محيطها الداخلي دراسة معمقة حتى تكون رسائلها متناسب مع مختلف الفئات

الاجتماعية الموجودة داخلها.

أولاً: طبيعة إدارة المؤسسة ومدى ممارستها للديمقراطية والحوار مع باقي شركائها دون تمييز أو تفرقة سواء في

المعلومات أو في المعاملات.

ثانياً: تأثير الاختلافات الفكرية والإيديولوجية العميقة للموظفين وعدم توافقها مع الهدف العام للمؤسسة، وهذا

ما يؤدي إلى حدوث تضارب في المصالح والأهداف وبالتالي يؤثر سلباً على نشاط المؤسسة وصورتها الخارجية.

<sup>1</sup> - معوقات تفعيل الاتصال المؤسسي في المؤسسات، يوم النشر 2019/11/25، يوم الإطلاع 2022/07/09، على الساعة 19:30، على موقع الإلكتروني <https://Nalthayt.blog.com>.

### خلاصة الفصل:

أعطى تطوير مفهوم الاتصال المؤسسي زحماً قوياً للمؤسسات من جميع الأنواع، وخاصة المؤسسات الاقتصادية، لدخول سوق المناقشة من أبوابها الواسعة، حيث يُنظر إلى عملية التواصل مع المؤسسات على أنها أكثر من مجرد تسليم أوامر واستلام البيانات للتتبع والمراجعة الأداء الوظيفي كوسيلة مهمة لتحسين وتطوير أداء العاملين. الاتصال هو العمود الفقري لحياة المنظمة، وعجلة حركتها وحيويتها، وعملية الإدارة التنظيمية التي يهدف مديرو المنظمة من خلالها إلى توجيه أنشطة موظفيهم وفقاً لأهدافهم، كما يساهم في تحقيق الانسجام بين أعضائها ومساهماتهم في العملية الاحتكاكية للخدمات النشطة التي فشلت الشركة في تحقيق أهدافها.

الإطار

التطبيقي

تمهيد:

الفصل الرابع: الهيكلة التنظيمية لمركز الاتصالات لشركة الوطنية لتسويق و توزيع المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.

- المبحث الأول: لمحة تاريخية عن مؤسسة نפטال.
- المبحث الثاني: إمكانيات مؤسسة نפטال.
- المبحث الثالث: الهيكل التنظيمي للمؤسسة نפטال.
- المبحث الرابع: دور مديرية الاتصال والعلاقات العامة ومركز اتصالات في مؤسسة نפטال.

الفصل الخامس: أهمية الاتصال الرقمي في مركز الاتصالات لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة.

- المبحث الأول: الاتصال في المديرية المركزية للشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.
- المبحث الثاني: الاتصال الرقمي في المديرية المركزية للشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.
- المبحث الثالث: تقنيات ووسائل تكنولوجيا الاتصالات الرقمية الحديثة المستخدمة في الشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.
- نتائج الدراسة

### تمهيد:

بعدها تم التطرق في الفصول الثلاثة النظرية السابقة وقمنا في هذا الفصل محاولة ربط المعلومات وإسقاطها على الجانب التطبيقي، حيث حدد مكان التربص وهو بمديرية مركز الاتصالات للشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.

كونها مؤسسة تتميز باهتمام كبير وذات طابع اقتصادي وإنتاجي للمواد البترولية والطاقوية.

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أهمية الاتصال الرقمي في زيادة التنظيمية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية من خلال دراسة حالة لعينة من الموظفين في مركز الاتصالات والمديرية العامة لشركة "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة، وقد تم الاعتماد على أداة استمارة مقابلة لجمع البيانات من المبحوثين، وتم تقسيم هذه المقابلة إلى ثلاثة محاور أساسية:

◀ **المحور الأول:** الاتصال في المديرية المركزية لشركة الوطنية لتسويق المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.

◀ **المحور الثاني:** الاتصال الرقمي في المديرية المركزية لشركة الوطنية لتسويق المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.

◀ **المحور الثالث:** تقنيات ووسائل تكنولوجيات الاتصالات الرقمية الحديثة المستخدمة في الشركة الوطنية لتسويق المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.

الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

فصل الرابع: الهيكلية التنظيمية لمركز الاتصالات لشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية  
"نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.

البطاقة الفنية لشركة الوطنية لتسويق وتوزيع الموارد البترولية نفطال.

❖ المؤسسة: شركة نفطال.

❖ الإنشاء القانوني: م.رسمية 101/20 الموافق ل 06 أبريل 1981.

❖ العنوان بالضبط: المقر الاجتماعي طريق الكثبان ص ب 73 - الشارقة - الجزائر.

❖ الهاتف/ الفاكس: 021.38.13.13 / 021.38.19.19.

❖ التيلكس: 71.138/71.137.

❖ البريد الإلكتروني: call.centre@naftal.dz.

❖ المواقع الإلكترونية: http://www.naftal.dz/.

❖ الفيسبوك: نفطال-Naftal Spa.

- المبحث الأول: لمحة تاريخية عن مؤسسة نفطال.

في بداية 1980 قامت السلطات الجزائرية بإعادة هيكلة شركة "سوناطراك" بهدف تخفيض الضغط المتزايد عليها وتوزيع المهام من أجل ضمان السير الحسن لعمل الشركة، وبموجب مرسوم رقم 80-101 المؤرخ في 16-04-1980. وقد أنشئت تحت المرسوم رقم 101/20 الموافق ل 06 أبريل 1981، لتصل إلى النشاط في 01 جانفي 1982. وفي توزيع المواد البترولية في كامل أرجاء التراب الوطني. وتم إنشاء المؤسسة الوطنية لتكرير والتي وضعت تحت وصاية وزارة المناجم وتوزيع المنتجات البترولية (E.R.D.P.) وتتمحور مهام المؤسسة في ما يلي:

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- تكرير البترول الخام وتمييع الغاز الطبيعي.

- توزيع المنتجات البترولية داخليا.

وهكذا تفرعت "سوناطراك" فقط لمهمة تسويق المنتجات البترولية إلى الخارج في 27-8-1987، إنحلت المؤسسة

الوطنية لتكرير وتوزيع المنتجات البترولية وتشكلت بموجب المرسوم رقم 87-189 مؤسستين وطنيتين جديدتين

هما:

• نפטاك NAFTEC: مهمتها تكرير المواد البترولية.

• نפטال NAFTAL: مهمتها توزيع وتسويق المنتجات البترولية الداخلية والتموين الوطني بالطاقة.

المؤسسة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية NAFTAL هي شركة ذات أسهم SPA ويقدر رأسمالها ب: 160

000 000 000 دج، ونعني بكلمة نפטال -NAFTAL- ما يلي:

▪ **NAFT**: مصطلح عربي يقصد به النفط.

▪ **AL**: الحرفين الأولين لكلمة الجزائر باللغة الفرنسية **Algérie**.

بالتالي، نلاحظ أن معنى كلمة نפטال هو "نفط الجزائر".

أما بخصوص شعارها فهو مكون من حرفين عربيين وهما:

ن: بمعنى نفط **Pétrole**.

م: بمعنى مؤسسة **Entreprise**.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

كما يتكون شعار المؤسسة من خمسة خطوط في الجهة اليمنى. ووجودهم لم يكن بصفة عشوائية بل هم يرمزون إلى فروع نפטال المتمثلين في:

1. فرع غاز البترول المميع.

2. فرع الوقود.

3. فرع الزيوت، العجلات المطاطية، الزيت.

4. الفرع التجاري.

5. فرع النشاطات التجارية.



### شكل 06: يمثل شعار مؤسسة نפטال.

وفي سنة 1992 عززت المؤسسة وجودها بـ 09 وحدات إضافية للتوزيع، يوجد حاليا 19 وحدة توزيع للشركة، في 18 أفريل 1998 غيرت المؤسسة شكلها القانوني وأصبحت شركة ذات أسهم (SPA)، وفي سنة 2002 شهدت زيادة في رأس مالها الاجتماعي بمرحلتين:

1. سبتمبر 2002: 12.650.000.00 دج.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

2. ديسمبر 2002: 15.650.000.00 دج.

3. ديسمبر 2017: 40.000.000.000.00 دج.

4. ديسمبر 2021: 160.000.000.000.00 دج.

والآن سيتم التطرق على شكل نقاط إلى أهم التطورات التي حدثت للمؤسسة خلال السنوات الآتية:

**1983:** مشروع غاز البترول السميع والوقود تحولت من سونا طراك إلى نפטال.

**1984:** تم إنشاء 48 وحدة لتوزيع مختلف المواد والمنتجات، بالإضافة إلى إعادة تجميع وتنظيم مهام العبور الدولي

في أربع وحدات موانئ وتمثل في: الجزائر، وهران، عنابة، سكيكدة.

**1987:** تم فصل نشاط التصفية وتوزيع المواد البترولية إلى فرعين والممثلين في:

● نافتك: المكلفة بتصفية البترول وتكريره.

● نפטال: المكلفة بتوزيع وتسويق المواد البترولية.

**1989:** لامركزية "النشاطات الاجتماعية والثقافية للمؤسسة".

**1990:** إلغاء مركزية النشاط (محروقات، مبيعات، زبائن) وإدخال نظام المعلومات عليه.

**1992:** تم توحيد بعض وحدات نפטال إتباعا لدراسات تدفقات الإنتاج.

**1996:** إلغاء مديرية التجارة الخارجية.

**1997:** إنشاء مديرية حماية الأملاك DPP وهيكل الأمن الداخلي على مستوى الوحدات بالإضافة إلى

فصل وحدات نפטال المكلفة بالمهام الجمركية UND.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

**1998:** نظرا للحتميات المتعلقة بالأمن، تم إنشاء شبكة الأمن الصناعي ومديرية النظام والمراقبة والتسيير. ومن أجل استقلالية المؤسسة، أنشئت وحدة المطبعة وأقسام **CLPB**، **GPL**، **AVM**. كما تم إلغاء عدة مديريات كمديريات الوقود، المزلقات والمطاط، وغاز البترول المميع.

**1999:** إنشاء الأرشيف المركزي على مستوى نפטال - شراكة - بهدف جمع كل وثائق **ESSO SHELL** الخاصة بنפטال والآخرين لترتيبها وتسجيلها في الأرشيف، كما تم إنشاء 3 مديريات إقليمية لمراقبة التسيير المشتق من المديرية المركزية للتنظيم ومراقبة التسيير.

**2000:** إنشاء مركز ماهية الإعلام الآلي التي تجيب على الاستلزمات اليومية لأخبار نפטال وكذا إجباريات قابلية المنافسة الاحتمالات المنافسة الحادة المتوقعة، كما تم تطبيق مخطط التنظيم العام لأقسام: غاز البترول المميع، الوقود، المزلقات والمطاط، جوي وبحري وإنشاء قسم الزيت.

**2001:** تنظيم وإعادة تنظيم أقسام **CLP**، وكذا تنفيذ المشروع المركزي لتسيير تدفقات الخزينة.

**2002:** إعادة تنظيم المديرية الإدارية والمالية لقسم الزيت، بالإضافة إلى انتقال المديريات وأقسام غاز البترول السميع وكذا تنظيم جباية الضرائب (**Activité Fiscalité**) على مستوى كل الأقسام وكل المديريات. وإعادة تنظيم مديريةية المقر لقسم **GPL**.

**2003:** توقيع 3 عقود لشراء معدات السكة الحديدية مع **SNVI**، ووضع نظام تسيير ذات نوعية من اجل التأمين على نشاطات الجوية والبحرية **AVM** وهذا بعلم الرئيس المدير العام كونه أختير لنيل أفضل مسير لعام 2003 (**Manager de l'année**).

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

**2005:** تم في شهر أبريل من هذه السنة إصدار القانون رقم 05-07 الخاص بالمواد البترولية، وحل الإدارة المركزية

للتسويق، مع إنشاء مجموعة المراجعة على مستوى الفروع وإعادة تنظيم الفرع التجاري، كما تم تعديل المديرية المركزية للمراجعة.

**2006:** تم إدماج نشاط الزيوت، العجلات المطاطية والزفت في الفرع التجاري مع تنظيم محطات الخدمات وتعديل هيكل مراكز تعبئة غاز البترول المميع.

**2007:** عين محمد مزيان، الرئيس التنفيذي لشركة سوناپراك آنذاك، سعيد عكريتش على رأس شركة نפטال.

**2009:** تم تنظيم مراكز الوقود بالإضافة إلى فصل وظيفة الصحة، إلا من والبيئة عن الجودة على مستوى الفروع. مع فصل وظيفة الإمداد والتعبئة عن وظيفة التسويق على مستوى فرع غاز البترول المميع.

**2010:** تنظيم مراكز توزيع الفرع التجاري، بالإضافة إلى إعادة تنظيم مراكز التعبئة للفرع GPL.

**2011:** تم تنظيم المناطق التابعة لقسم غاز البترول المميع وتنظيم المناطق التابعة لقسم الوقود وزيوت التشحيم والمطاط بصفة عامة.

**2014:** افتتحت شركة نפטال أول محطة وقود تعمل بالغاز الطبيعي المضغوط.

**2015:** تعيين حسين ريزو رئيسًا تنفيذيًا بدلاً من سعيد أكريتش.

**2020:** اقتنت شركة نפטال باخرة TOLGA بقدرة تعبئة وقود تقدر بـ 4500 طن.

**2021:** تم اقتناء باحرتين أخريتين تحت اسم: EL GOUFI و KENADSA بقدرة تعبئة وقود تقدر 2500 طن للباخرة الواحدة.

## – المبحث الثاني: إمكانيات مؤسسة نפטال.

وللانتهاء من المهام التي تقوم بها المؤسسة المختصة في تسويق وتوزيع المواد البترولية في كامل التراب الوطني، وجبت الإشارة إلى أن مؤسسة نפטال قامت بتجهيز وسائل، هيكل وعمال. وقامت أيضا باستغلال جميع الإمكانيات الضرورية للوصول إلى الأهداف المراد تحقيقها. لذا سنتطرق إلى الإمكانيات الخاصة بالمؤسسة:

### ◀ الإمكانيات البشرية:

تتكون من 30709 عون أو أكثر موزعين عبر كامل التراب الوطني، وتصدر الإشارة إلى أن الزيادة في الطلب على المنتجات البترولية لا سيما غاز البترول المميع يستدعي تشغيل ليلد العاملة في فصل الشتاء بنسبة أكثر مما تكون عليه في باقي فصول السنة.

### ◀ الإمكانيات المادية:

مؤسسة نפטال تشكل من بنية تحتية ذات أهمية بالغة، كل هذا لتوفير المشتقات البترولية في جميع أرجاء الوطن، حيث لديها شبكة تتكون من:

- 49 مركز لتخزين وتوزيع الوقود.
- 24 مركز للزيوت والعجلات المطاطية.
- 6 مراكز بحرية.
- 30 مركز طيران.
- 15 مركز للزفت، 6 منها متواجد بالموانئ.

- 910 كلم من الأنابيب.
- 2038 محطة وقود، منها 672 مملوكة لنפטال.
- حظيرة تتكون من 3003 شاحنة.
- 41 مركز تعبئة قارورات غاز البترول المميع.
- 47 مركز الربط للتخزين.
- 10 مراكز للشحن بدون تعبئة.

#### ◀ المنتجات المسوقة لمؤسسة نפטال:

تعدد المنتجات المسوقة من طرف مؤسسة نפטال، لهذا سيتم التطرق لأهمها:

#### (1) الوقود CARBURANTS:

تقوم المؤسسة بتسويق خمسة أصناف من الوقود وهي:

- الوقود العادي **NORMAL** (تم اتخاذ قرار توقيف تسويقه بتاريخ 1 جويلية 2021).
- الوقود الممتاز **SUPER** (تم اتخاذ قرار توقيف تسويقه بتاريخ 1 جويلية 2021).
- وقود بدون رصاص **SANS PLOMB**.
- وقود المازوت **GAS-OIL**.
- الوقود الخاص بالطائرات **AVGAZ 100 LL / JET-A1**.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

الوقود الخاص بالبواخر: ويضم التشكيلة التالية:

❖ الغاز البحري.

❖ **Fuel Oil BTS**

❖ **GAZ-OIL Marine** وقود المازوت

❖ **Fuel bunker C** وقود

وكل هذه المنتجات المخزنة والموزعة من طرف المؤسسة تستجيب لكل معايير الجودة الجزائرية.

## (2) الزيوت والشحوم **LUBRIFIANTS & GRAISSES**:

تسوق نפטال تشكيلة مختلفة من الزيوت التي تغطي كل طلبات قطاع السيارات والصناعة بالإضافة إلى صيانة

العتاد الصناعي، المكونات التقنية، الإنتاج والنقل. ويضم التشكيلة التالية:

● **HME**: زيوت لمحركات البنزين.

● **HMD**: زيوت لمحركات الديزل.

● **HTR**: زيوت نقل الحركة.

● **HIN**: زيوت الصناعة.

● **GRS**: زيوت التشحيم.

## (3) غاز البترول المميع **GPL**:

ويتم الحصول عليه من مصادر معالجة المحروقات، وتضم هذه التشكيلة المنتجات التالية:

- البوتان التجاري: يأتي في قارورات ذات أحجام مختلفة، وهي:

• قارورات 03 كغ (B 03).

• قارورات 06 كغ (B 06).

• قارورات 13 كغ (B 13).

- البرويان التجاري (P 35): يتم توزيعه في شكل قارورات 35 كغ.

يجب التنويه إلى أن البوتان و البرويان مدعمن ماليا من طرف الدولة وهذا يأتي لتسهيل الاستهلاك من طرف مختلف الأنشطة الاقتصادية الصناعية بالنسبة للبرويان و الاستهلاك المنزلي بالنسبة للبوتان.

4) العجلات المطاطية **Pneumatiques**: وتضم الأشكال التالية:

• الغلافات.

• الإطارات الداخلية مع الصمام.

• العجلات.

5) الزفت **Bitumes**:

ويضم الأشكال التالية:

• الزفت الصافي: المستعمل في العجلات لبناء الجسور وصيانة الطرق.

• الزفت المؤكسد: المستعمل لسماكة وتعدد الطبقات.

- الزفت المميع.<sup>1</sup>

## – المبحث الثالث: الهيكل التنظيمي للمؤسسة نפטال.

هيكل مؤسسة ما يمثل مجموعة العلاقات بين مختلف الوحدات ويعتمد هذا الهيكل على نشاط والأهداف الإستراتيجية للمؤسسة ففي كل عمل جماعي يجب أن تكون هناك روابط معينة بين الأفراد حيث يعبر عن هذه الروابط بمجموعة من القواعد اللازمة لتنظيم العمل وتحديد المسؤوليات داخل المؤسسة.

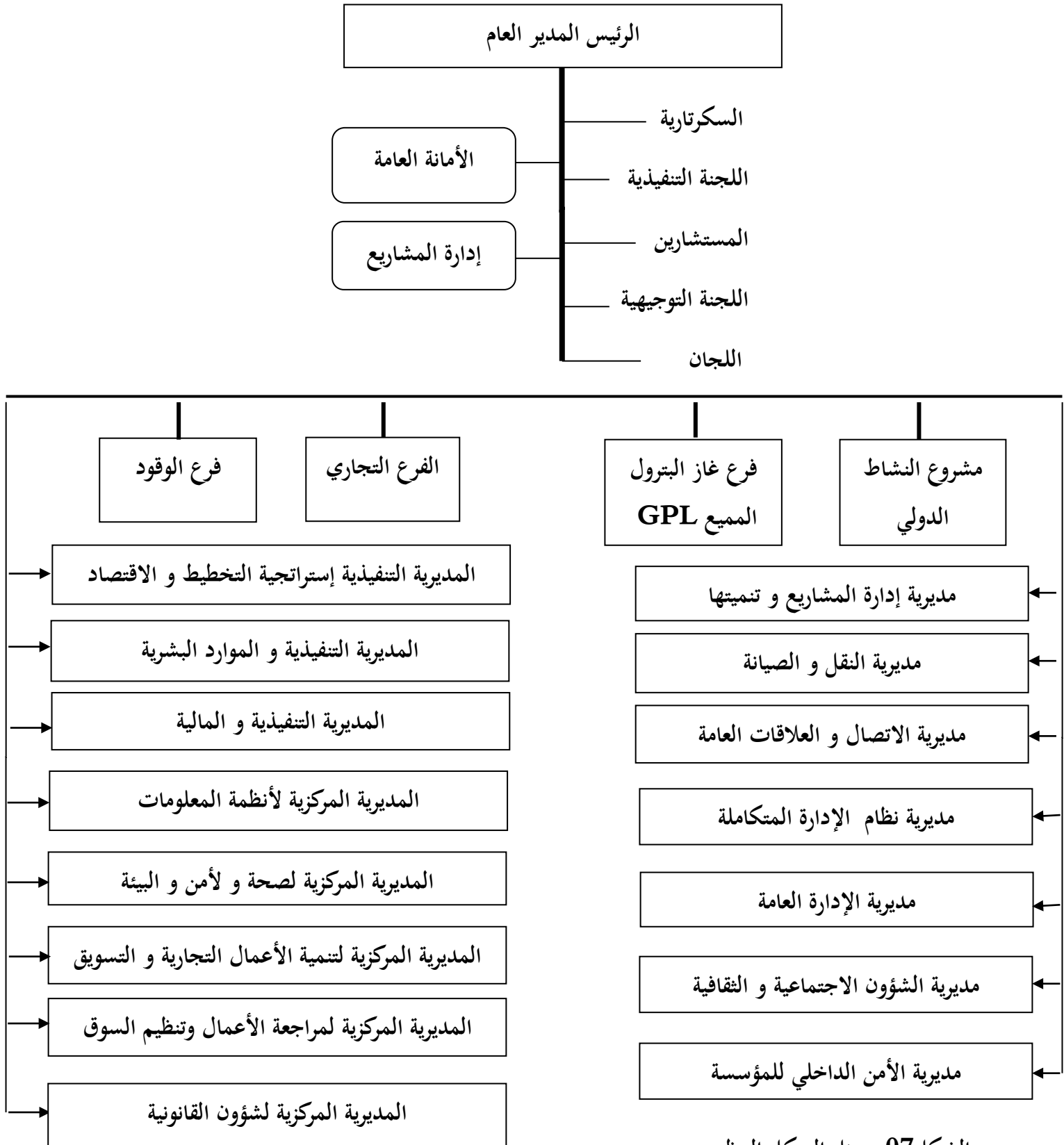
إن الهيكل التنظيمي عبارة عن مجموعة المهام والمسؤوليات التي تختلف من مؤسسة إلى أخرى، فلا شك فيه أن السير الحسن لأي مؤسسة يستلزم وجود هيكل تنظيمي مناسب يضمن التوازن بين المسؤوليات واحترام الصلاحيات وعدم التداخل فيما بينها. وهذا ما حرصت عليه مؤسسة نפטال من خلال هيكلها التنظيمي الذي تبنته في 5 أبريل 2003 والذي سمح لها بمواكبة التغيرات الاقتصادية السريعة وخاصة في مجال المحروقات وإعطائها نوع من المرونة والفعالية التي سمحت لها باحتكار السوق الوطنية وتحقيق أهدافها المسطرة والمتمثلة أساسا في توسيع نشاطها وذلك من اجل تغطية جميع مناطق التراب الوطني والتوجه نحو التصدير بالإضافة إلى تلبية حاجيات الزبائن كما ونوعا.

---

<sup>1</sup> – مصادر مقدمة من طرف الشركة.

الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

الشكل الموالي يمثل الهيكل التنظيمي للشركة نפטال:



الشكل 07: يمثل الهيكل التنظيمي.

## – المبحث الرابع: دور مديرية الاتصال والعلاقات العامة ومركز اتصالات في

مؤسسة نפטال.

### ❖ أولا: مديرية الاتصال والعلاقات العامة:

- تصميم وتنفيذ إستراتيجية الاتصال التي تشمل العلاقات العامة وضمان تنفيذها على الصعيدين الداخلي والخارجي.
- تطوير وتحسين الشركة داخليا وخارجيا.
- مراجعة السلوك الداخلي أخبار المؤسسة.
- إدارة العلاقات العامة مع الشركات ذات الصلة.
- ضمان الاتصال الداخلي مع العمال.
- تنسيق إجراءات الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي المنبثق عن هيكله المجتمع.
- تنظيم الأحداث الخارجية كالمعارض والمؤتمرات.
- تصميم وإعداد المنشورات ووسائط الاتصال من المؤسسة كالمجلات الداخلية والتقارير السنوية.
- دعم البروتوكول مثل حجز تذاكر السفر للرئيس المدير العام لشركة وضيوفه.
- إعداد المناشير.
- تحليل وتقييم الصحافة الوطنية والدولية التي تتعامل مع المواضيع ذات الصلة بنشاطات الشركة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- إجراء تقييم دوري لتحديد موقع وسمعة المؤسسة.
- البحث عن أفضل الوسائل لتأكيد هوية الشركة وتحسين صورتها وتعزيز مكانتها في السوق المحلية والدولية.
- الاتصال الخارجي والتواصل مع الزبائن عبر مركز الاتصال لاستقبال الشكاوي وطلب المعلومات بهدف تطوير العلاقة بين المؤسسة والزبون.

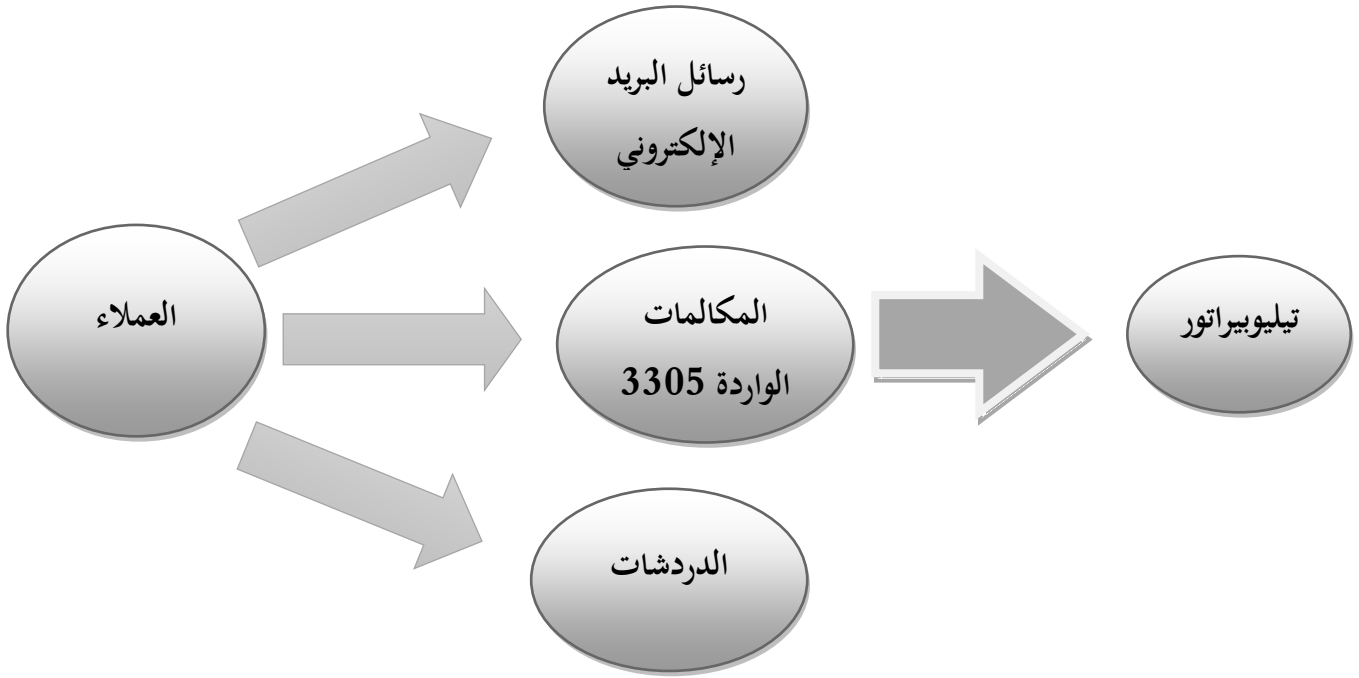
### ❖ ثانياً: دور مركز الاتصالات شركة نפטال:

- ◀ مركز الاتصال هو واجهة عرض نפטال، فهو يسمح للعملاء بالتواصل المباشر مع الشركة ، ويهتم بمخاوف العملاء وشكاويهم أي الشكاوى وطلبات الحصول على المعلومات ومعالجة عنصر الصحة والسلامة والبيئة.
- ◀ يشارك أيضا في تحقيق استطلاعات رضا العملاء وولاء العملاء من خلال المكالمات الصادرة لتعزيز صورة العلامة التجارية لشركة نפטال.
- ◀ ينقل في المقابل صورة الشركة كعلامة تجارية موجهة نحو العملاء ويسمح من بين أمور أخرى بتطوير المهارات العلاقاتية والتجارية.
- ◀ يجب أيضا على أسئلة حول منتجات وخدمات نפטال.
- ◀ ولاء العملاء.
- ◀ تحسين العلاقة بين نפטال وهؤلاء العملاء، من خلال تطبيق تقنيات الاتصال الجديدة تسمح باستقبال أفضل للعميل.

❖ ثالثاً: تشغيل مركز الاتصالات في شركة نפטال:

- ◀ في هذه الحالة يتكون رقم مركز اتصال نפטال من رقم قصير مكون من أربعة أرقام 3305.
- ◀ يعمل من الساعة 8 صباحاً حتى الساعة 4 مساءً من الأحد إلى الخميس (5 أيام في الأسبوع).
- ◀ تخضع إدارة رقم اتصال العميل لتعليمات الإدارة رقم 112.805R1 بتاريخ 20 ديسمبر 2012 (الإصدار رقم 112.80R2 في دورة الإعدادية).

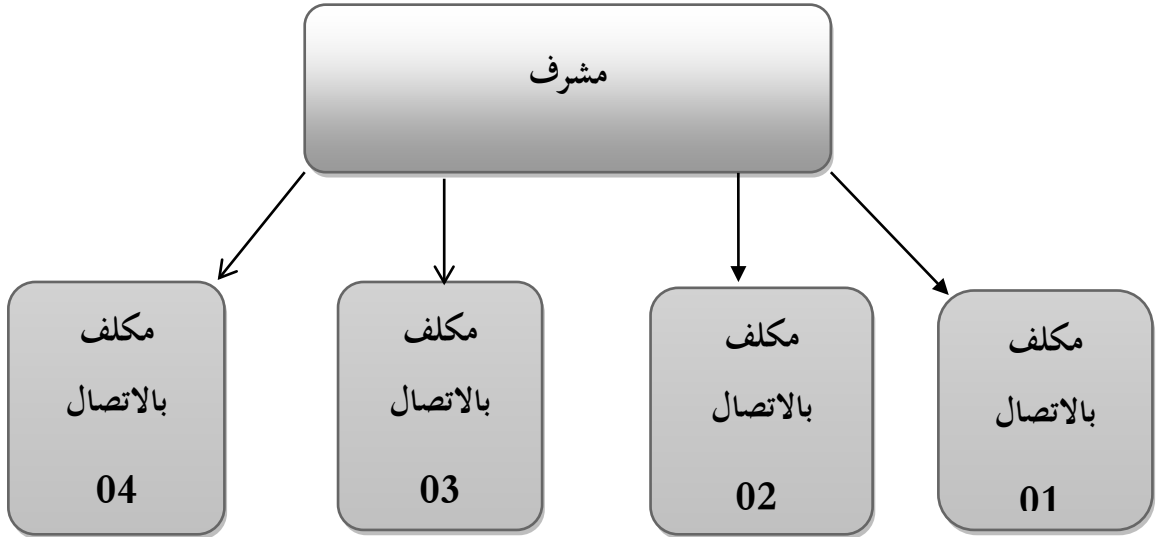
مركز اتصال نפטال إستراتيجية تسويقية:



الشكل 08: يمثل مركز اتصال نפטال إستراتيجية تسويقية.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

المخطط التنظيمي الحالي لمركز الاتصالات:



الشكل 09: المخطط التنظيمي الحالي لمركز الاتصالات.

الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

الفصل الخامس: أهمية الاتصال الرقمي في مركز الاتصالات لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة.

المبحث الأول: الاتصال في المديرية المركزية للشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية "نפטال" بولاية الجزائر العاصمة.

1. اختيار اللون الأصفر في شعار الشركة:

التحليل:

نرى من خلال هذه الأجوبة الواردة من طرف السؤال الموجه لبعض الموظفين للمديرية العامة للشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية "نפטال" بولاية الجزائر العاصمة من بينهم المشرف في مركز الاتصالات ورئيس قسم الاتصال الرقمي ومؤطرة الدراسة للاتصال الخارجي والمؤسساتي ومكلفي بالدراسة والعلاقة العامة ورئيس مصلحة، كانت إجاباتهم تدور في نفس التداول، حيث صرحوا أن اللون الأصفر يدل على الطاقة أما فيما يخص باللون الأزرق فهو يرمز للغاز وللتنمية المستدامة.

2. مراعات العلاقات العامة تناسق المضامين الاتصالية باستعمال مختلف الوسائل الاتصالية الرقمية:

■ «تراعي العلاقات العامة تناسق المضامين الاتصالية باستعمال مختلف الوسائل الاتصالية الرقمية بالتوطيد علاقة الترابط بين المؤسسة والزبائن وتربط بين العمال داخل المؤسسة على اختلاف مستوياتهم»<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - سمير مسعودي، مشرف في بمركز الاتصالات، مقابلة يوم 04 ماي 2022، بالمديرية المركزية للاتصال لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 10.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نفطال.

- «تراعي العلاقات العامة تناسق المضامين الاتصالية باستعمال مختلف الوسائل الاتصالية الرقمية باعتبارها أحد الأنشطة التسويقية للمؤسسة وتراهن في بناء وتوطيد علاقاتها مع مختلف الجماهير وبالأخص في تحسين صورتها عن طريق النشر على شبكة الانترنت بأساليب متطورة التي تعتمد عليها إدارات العلاقات العامة في تنفيذ خططها.»<sup>1</sup>
- «تراعي العلاقات العامة تناسق المضامين الاتصالية باستعمال مختلف الوسائل الاتصالية الرقمية عن طريق تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة وتحسين صورتها الذهنية لدى فئات الجمهور الخارجي منهم العملاء، وسائل الإعلام، الموردين، الموزعون، وفئات الجمهور الداخلي عمال المؤسسة.»<sup>2</sup>
- «تراعي العلاقات العامة تناسق المضامين الاتصالية باستعمال مختلف الوسائل الاتصالية الرقمية يعتمد على كفاءة وفعالية الموارد البشرية العاملة داخل المؤسسة وأن يكون هناك تفاهم متبادل بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي.»<sup>3</sup>
- «تراعي العلاقات العامة تناسق المضامين الاتصالية باستعمال مختلف الوسائل الاتصالية الرقمية وذلك من خلال تخطيط ورسم سياسة المتبعة بالتحديد الجماهير المستهدفة وتصميم البرامج الإعلامية وتوزيع الاختصاصات مع تحديد الميزانية للوصول إلى هدف مشترك وفعال.»<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسساتي، مقابلة يوم 04 ماي 2022، بالمديرية المركزية للاتصال لشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 10.

<sup>2</sup> - ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، مقابلة يوم 04 ماي 2022، بالمديرية المركزية للاتصال لشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 10.

<sup>3</sup> - هشام نديل، رئيس مصلحة، مقابلة يوم 04 ماي 2022، بالمديرية المركزية للاتصال لشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 10.

<sup>4</sup> - صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، مقابلة يوم 04 ماي 2022، بالمديرية العامة بقسم الاتصال الرقمي لشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 10.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نفضال.

- «تراعي العلاقات العامة تناسق المضامين الاتصالية باستعمال مختلف الوسائل الاتصالية الرقمية إذ تقوم بالدراسة والبحث بقياس اتجاهات الرأي العام بين الجماهير المؤسسة الداخلية والخارجية وتبني عليها المؤسسة خطتها وسياساتها وبرامجها ومن ثم تقوم بالاتصال ونقل المعلومات وقد تكون الرسالة شفوية أو مكتوبة أو صورة بين إدارة العلاقات العامة والإدارات المختلفة وكذلك مع المؤسسات المختلفة ومع الزبائن أيضا.»<sup>1</sup>
- «تراعي العلاقات العامة تناسق المضامين الاتصالية باستعمال مختلف الوسائل الاتصالية الرقمية إذ تعتمد عليها لتوثيق الروابط بين إدارة المؤسسة والعاملين فيها عن طريق النشرات الداخلية التي تهدف إلى توضيح وتفسير سياسات المؤسسة وقراراتها والنشرات الخارجية التي تتعلق بالتواصل مع جمهورها الخارجي وطرح الأخبار التقارير وحالتها المادية وإنجازاتها.»<sup>2</sup>

### التحليل:

نستنتج من خلال تلاقينا لمختلف الإجابات حول سؤالنا الذي يتمحور حول كيفية مراعات العلاقات العامة بتناسق المضامين الاتصالية باستعمال مختلف الوسائل الاتصالية الرقمية وكان ذلك عن طريق أحدها الأنشطة التسويقية للمؤسسة وتراهن في بناء وتوطيد علاقاتها مع مختلف الجماهير وبالأخص في تحسين صورتها عن طريق النشر على شبكة الانترنت بأساليب متطورة وأنها تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة.

<sup>1</sup> - منتصف تاغريست، مؤتمر الدراسة، مقابلة يوم 04 ماي 2022، بالمديرية المركزية للاتصال لشركة نفضال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 10.

<sup>2</sup> - مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، مقابلة يوم 04 ماي 2022، بالمديرية المركزية للاتصال لشركة نفضال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 10.

### 3. الأهداف التي تسعى إليها شركة نפטال من استخدام العلاقات مع الجمهور الخارجي:

- «من الأهداف التي تسعى إليها شركة نפטال من استخدام العلاقات مع الجمهور تكمن في التعريف بالشركة ودورها، ومهامها وأهدافها، وكذلك الإشهار بمنتجاتها والعروض المتوفرة من أجل استقطاب زبائن جدد.»<sup>1</sup>
- «تكمن الأهداف التي تسعى إليها شركة نפטال من استخدام العلاقات مع الجمهور الخارجي في استخدام وسائل الاتصال الحديثة للاتصال والتواصل مع الجمهور الخارجي وتقوية العلاقات عبر الإعلانات التي تقوم بها الشركة لتسويق منتجاتها وجذب زبائن جدد.»<sup>2</sup>
- «الأهداف التي تسعى إليها شركة نפטال من استخدام العلاقات مع الجمهور الخارجي سواء على المستوى الوطني والدولي، وذلك بالتعريف بالشركة ودورها في التشهير بجودة منتجاتها والعروض المقدمة لزيادة العملاء.»<sup>3</sup>
- «تسعى الشركة لتحقيق لأهداف من استخدام العلاقات مع الجمهور الخارجي عن طريق الترويج والتعريف بأهم منتجاتها والعروض الخاصة بها لتحسين الصورة الذهنية اللائقة للشركة، وربط هذه الأهداف المؤسسة باحتياجات الجمهور.»<sup>4</sup>
- «من الأهداف التي تسعى إليها شركتنا، ترويج المنتجات وتحسين الصورة الذهنية اللائقة مع الزبائن والسهر على تطبيق واحترام الإجراءات المتعلقة بالأمن الصناعي، حماية البيئة والمحيط.»<sup>5</sup>

1- سمير مسعودي، مشرف بمركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

2- سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسساتي، نفس اليوم، نفس الساعة.

3- هشام ندليل، رئيس مصلحة، نفس اليوم، نفس الساعة.

4- ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

5- مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

- «ومن بين الأهداف التي تسعى إليها شركة نפטال من استخدام العلاقات مع الجمهور الخارجي هي التطرق إلى دور ومهام الشركة بالإشهار للمنتجات والعروض والتسويق لها لهذه الموارد البترولية المستعملة في المجالات الأرضية، البحرية والجوية وكذا المواد الزيتية والشحوم وهذا يكمن للاستقطاب أكثر عدد من الزبائن.»<sup>1</sup>
- «شركة نפטال تجمعها علاقة ثقة مع كافة المتعاملين والشركاء، فهي تتوفر على بيئة عمل متناسقة وفعالها تمكنها من البقاء دوما في الزيادة وعليه هدفها الأسمى هو الحفاظ على مكسبها مع الشركاء والسعي لتطوير لشبكة المعاملة.»<sup>2</sup>

### التحليل:

حسب رأي الموظفين العاملين في شركة نפטال لولاية الجزائر العاصمة فإن الأهداف التي تسعى إليها الشركة من استخدام العلاقات مع الجمهور الخارجي تكمن في تكوين صورة ذهنية لائقة سواءً على المستوى الوطني أو الدولي عن طريق الإشهار للمنتجات والخدمات والعروض والتسويق لهذه الموارد البترولية المستعملة في المجالات الأرضية، البحرية والجوية وكذا المواد الزيتية والشحوم والسهر على تطبيق واحترام الإجراءات المتعلقة بالأمن الصناعي، حماية البيئة والمحيط لزيادة العملاء والبقاء دائماً في الريادة.

#### 4. احتياطات حماية الشبكات الاتصالية في مؤسستكم:

- «احتياطات حماية الشبكات الاتصالية المتوفرة لدى شركة نפטال هي إنشاء مركزين، الأول رئيسي في المديرية المركزية العامة لأنظمة المعلومات بالجزائر العاصمة وذلك لربط جميع الشبكات الاتصالية الموجودة في كل المحطات

<sup>1</sup> - صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

والذي يقوم بحفضها وتحليلها وحمايتها من الإتلاف والقرصنة، أما المركز الثاني ثانوي تم إنشائه لحالة الطوارئ

كالزلازل الفيضانات وهو يتواجد خارج المديرية بدوره يقوم بحماية كل ماهو إلكتروني.<sup>1</sup>

■ «احتياطات حماية الشبكات الاتصالية تبعا لإستراتيجية الشركة حيث هناك مديرية الأنظمة المعلوماتية التي تقوم

بدور حماية كل البيانات التابعة للشركة من خلال المركزين التابعين للقسم الأنظمة المعلوماتية وكذا التقنيين

والمختصين في هذا الميدان الذين يسهرون على مراقبة جميع الأنظمة.»<sup>2</sup>

■ «احتياطات حماية الشبكات الاتصالية في شركة نפטال هي تمتلك منظومات لحماية فعالة من خلالها تستطيع

ردع أي تهديد أو خطر التي يواجهها في هذا الأمر سواء من الهجمات الالكترونية أو القرصنة والتلف في

البيانات.»<sup>3</sup>

■ «احتياطات حماية الشبكات الاتصالية في المؤسسة نظرا لمستعملين الشبكة الاتصالية وصلاحيات هذه الشبكة

محدودة وأي تعدي للمستخدم ويعتبر فعل معاقب عليه.»<sup>4</sup>

■ «احتياطات حماية الشبكات الاتصالية في المؤسسة للمستعملين الشبكة الاتصالية حياة محدودة، وأي تعدي عن

هذه أو على المستخدمين يعتبر مخالفة.»<sup>5</sup>

■ «احتياطات حماية الشبكات الاتصالية في المؤسسة لدينا مديرية مركزية للنظام المعلوماتي و التي بدورها تقوم

بإمضاء عقود مع مختلف الشركات الكبرى المختصة في حماية الأنظمة، كالقرصنة وغيرها.»<sup>6</sup>

1- سميير مسعودي، مشرف بمركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

2- صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، نفس اليوم، نفس الساعة.

3- منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، نفس اليوم، نفس الساعة.

4- مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

5- ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

6- هشام ندليل، رئيس مصلحة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- «احتياطات حماية الشبكات الاتصالية في المؤسسة كما أن لدينا مديرية لحماية الأنظمة المعلوماتية، وأيضاً لدينا أنظمة لتجديد كلمات سر في حالة الخلل أو القرصنة النظام.»<sup>1</sup>

### التحليل:

يتضح لنا من خلال الأجوبة المقدمة للإشكال المطروح الذي يتمثل في احتياطات حماية الشبكات الاتصالية في مؤسسة نפטال هي وجود التقنيين والمتخصصين في هذا الميدان ومديرية لحماية الأنظمة المعلوماتية التي تقوم بإمضاء عقود مع أكبر الشركات المختصة والمكلفة بحماية النظام الإلكتروني من الإتلاف والقرصنة وتجديد كلمات المرور.

### 5. تلقي صعوبات في حل مشكلات الزبائن:

- «نعم في بعض الأحيان نتلقى صعوبات في حل مشكلات الزبائن، وهذا حسب طبيعة المشكل المطروح علينا، أما على العموم ليس هناك صعوبات لأن وضعت الشركة مركز اتصال مهمته تكمن في استقبال الشكاوي بمختلف التقنيات والوسائل المستعملة داخل هذا المركز يتم تحويلها إلى المديرية المختصة من أجل دراستها ووضع حلول المناسبة لكل مشكلة ما، وهذا من أجل تقريب الزبون إلى شركتنا وإرضائهم.»<sup>2</sup>
- «نعم في بعض الأحيان نتلقى صعوبات من الزبائن لحل مشاكلهم، كالزبائن لا يعرفون كيفية سير التقنيات الجديدة للاتصال الرقمي مثل بطاقة التعبئة الالكترونية الجديدة وهذا مشكل نلقاه حالياً، إذ نحن نعمل بقدر المستطاع لحل هذا المشكل مثلاً بنشر في صفحتنا على الفايسبوك واليوتوب برامج وفيديوهات أين يتعرف الزبون على كيفية تشغيل هذه البطاقة، في الأخير نحن كموظفين داخل الشركة نقف دائماً إلى جانب زبائننا وإلى تلبية وحل مشاكلهم بكل سهولة، وهذا راجع لزيادة ثقة العملاء والزبائن وراحتهم اتجاه شركتنا.»<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسساتي، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - سمير مسعودي، مشرف بمركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسساتي، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- «يوجد أوقات نتلقى فيها صعوبات من طرف الزبائن وقامت شركة نפטال بمديريات مختصة تابعة لمقاطعة التسويق بحيث هذه الأخيرة تقوم بالتعامل مع الزبائن بغرض إيجاد حلول لمختلف شكاويهم، لأن خدمة الموظفين تهدف بصورة أساسية إلى حل مشكلاتهم وذلك نعمل بكل وسيلة لزيادة الثقة بيننا وبين عملائنا وزبائننا.»<sup>1</sup>
- «نعم طبعاً لدينا صعوبات في حل بعض المشكلات الزبائن ولكن دائماً نحن من نقوم بحل هذه المشاكل فلكل من هذه الأخيرة تبعت للمديرية والمصالح المعنية في المؤسسة.»<sup>2</sup>
- «لا نتلقى صعوبات لأن شركتنا لها مركز وآليات التي تدرس الشكاوي والرد على كافة الأسئلة والاستفسارات الزبائن بالتفصيل والتوضيح لهم، وهذا بتوفير وسائل الاتصال والتقنيات الحديثة نتيجة لتكوين علاقة وطيدة بيننا كموظفين وعملاء والزبائن.»<sup>3</sup>
- «بالطبع هناك صعوبات في معظم الأوقات يفرض علينا المشكل المطروح من الزبون جهداً، أي عندما تكون شكاوي كثيرة من طرف الزبائن، نحن نستطيع بذل جهدنا لحل جميع مشاكلهم والرد على شكاويهم ورسائلهم بكل تفاصيل وسرعة وهذا من أجل أن نرضي جميع زبائننا وعملائنا ونسترجع ثقتهم اتجاه الشركة.»<sup>4</sup>
- «أجل هناك صعوبات، فنحن كموظفين لشركة نפטال نلتزم بمبادئها ونتمسك بقوانينها، وذلك يسهل في عملية مواجهة أي صعوبة اتجاه حل مشكل الذي يواجه المستخدم لأن كل المعاملات مرتبطة بالأخرى ولها إطار قانوني يلزم كل طرف على التقيد فيه.»<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - هشام نديل، رئيس مصلحة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>4</sup> - صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>5</sup> - منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## التحليل:

من تحليلنا السابق نستنتج أن معظم الأجابة حول الصعوبات التي يجدها في حل مشاكل الزبائن إذ كانت تتمحور في أن المؤسسة تتلقى صعوبات وتكمن في طبيعة المشكل المطروح وخاصة حين يتلقون شكاوي كثيرة في آن واحد من طرف الزبائن الذي يتطلب الوقت والجهد لإيجاد حلول مناسبة. وهناك من يقول أنه لا وجود للمشاكل حيث سخرت المؤسسة مركز لرد على كافة الأسئلة والاستفسارات بالتفصيل والتوضيح لهم بهدف تكوين علاقة وطيدة بين الشركة وعملائها.

## 6. خضوع الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة للإستراتيجية مخطط لها

### مسبقا:

- «بالطبع يخضع الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة للإستراتيجية مخطط لها مسبقا بالعكس لا توجد خاصية أو تقنية لا تخضع لهذه الإستراتيجية مسبقا ولذلك توجد دراسة تهيئ نظرة مستقبلية سواء هذا الاتصال الرقمي أو مشروع بحد ذاته سيكون فائدة سواء على شركة نפטال أو ذات فائدة للزبون.»<sup>1</sup>
- «بالفعل يخضع الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة للإستراتيجية مخطط لها مسبقا، فعند القيام بأي تطبيق أو عمل داخل شركة نפטال نقوم أولا بوضع أدوات التخطيط والتنظيم قبل إجراء العمل، مثلا عندما تم إطلاق تطبيق نפטال خدمات على الهواتف الذكية الموجود في Google Play تمت دراسة هذا تطبيق مع تونس لمدة استغرقت سنة كاملة.»<sup>2</sup>
- «نعم تم خضوع الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة للإستراتيجية مخطط لها مسبقا، وذلك بأن الاتصال الرقمي مشروع ضروري وإتباع خطة وأهداف بعيدة وقريبة لهذه الإستراتيجية اللازمة

<sup>1</sup> - رضا بوجاوي، مكلف بالاتصال داخل مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - سميرة غزالي، مكلفة بالاتصال داخل مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

التي تهيئ رؤية واضحة للمستقبل الشركة وبفضل هذه تسهل العمل للموظفين وسرعة الاتصال والتواصل بين العالم الخارجي.»<sup>1</sup>

### التحليل:

وفي ضوء هذه الأهمية نستنتج أن هناك إستراتيجيات يتم التخطيط لها داخل شركة نפטال مطولاً ومسبقاً عن طريق إتباع خطة وأهداف بعيدة وقريبة لهذه الإستراتيجية اللازمة التي تهيئ رؤية واضحة للمستقبل من أجل نجاح تجسيدها في أرض الواقع.

### 7. تحديات ورهانات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة:

- «تحديات ورهانات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، تكمن في رغبة والسعي من قبل الشركة من أجل الحفاظ على بيئة متوافقة من أجل الاستثمار فيها، وفي نفس الوقت بفضل هذه التكنولوجيا تم التقليل التكاليف الكامنة لحد كبير وفي حالات كثيرة تكون الاستثمارات أكثر توقعا من المدخرات، مما يستوجب تواجد مداخل جديدة تزيد المرونة وتخدم المواطنين بتكلفة أقل، كما أنها تبسط الإدارة والموارد الحرة للتركيز على تحسين مشاركة المواطنين خدمتهم، وتشتمل بعض التحديات الناجمة من الميزانية على أساسيات الفرص المتاحة، حيث يمكن للتغيرات أو الأزمات الناجمة إطلاق العنان للتمويل بشكل غير متوقع كما حدث بالفعل عند محاولات مواجهة جائحة فيروس كورونا المستجد الذي أصاب العالم حديثا وعلى ذلك، إمتلاك رؤية واضحة عن ماذا تتوجه من منظور تكنولوجيا المعلومات يمكن أن يساعد في عمل معظم هذه الاحتمالات حتى ولو كانت الفرصة المتاحة محدودة.»<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - جميلة شرقي، مكلفة بالاتصال داخل مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - رضا بوجاوي، مكلف بالاتصال داخل مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

■ «تحديات ورهانات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، بقيام الشركة باستغلال شبكات و منصات التواصل الاجتماعي في إطار الاتصال الشبكي الرقمي فتكنولوجيات الإعلام والاتصال من أهم التحديات التي تواجهها المؤسسة اليوم، حيث تمارس مختلف أنشطتها من إنتاج وتسعير وتوزيع وترويج، مباشر بشكل رقمي عن بعد، وهذا يؤدي إلى عدم التعامل الناجح انطلاقا من ضعف أو غياب الثقافة الاتصالية أو سوء تصميم الرسالة، أو حتى مع الجمهور المستهدف سواء داخليا أو خارجيا، فعلى الشركة وما فيها من مجهودات وتطوير طرق تقديم الخدمات والمنتجات تتسم بجودة عالية لتحقيق الرفاهية للعملاء، حيث أصبح من الضروري لهذا الاتصال الرقمي من تحقيق الفعالية الاتصالية الرقمية الحديثة باعتبارها جزء أساسيا في نشاط شركة نפטال واستراتيجياتها.»<sup>1</sup>

■ «تحديات ورهانات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، تتمثل تحديات شركة نפטال للاتصال الرقمي في احتكاك أقل في أسواق العمالة، ونظاما تنظيميا يشجع على الاستثمار، تجنب كل مخاطر وسائل التكنولوجيا الرقمية وقدرة إيجاد مشاكل لشكاوي العملاء بكل سهولة، وكذلك يتم التنسيق بمعنى إذا لم يتم الاتصال الجيد بين القمة الإستراتيجية الرقمية تفشل عملية التحول الرقمي لذا لا بد من تحديد الأدوار والمسؤوليات والأهداف بدقة داخل الشركة والتعامل الجيد بالزبائن.»<sup>2</sup>

### التحليل:

انطلاقا من هذه الأجوبة يمكننا القول أن تحديات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة تكمن في رغبة والسعي من قبل الشركة من استغلال شبكات ومنصات التواصل الاجتماعي لتمارس مختلف

<sup>1</sup> - سمية غزالي، مكلفة بالاتصال داخل مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - جميلة شرجي، مكلفة بالاتصال داخل مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

أنشطتها من إنتاج وتسعير وتوزيع وترويج مباشر بشكل رقمي عن بعد من أجل الحفاظ على بيئة متوافقة من أجل الاستثمار مع تطوير طرق تقديم الخدمات والمنتجات إذ تتسم بجودة عالية لتحقيق الرفاهية للعملاء.

### 8. مخاطر الاتصال الرقمي لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة:

■ «تتمثل مخاطر الاتصال الرقمي لشركة نפטال في الحفاظ على المعلومات خاصة عن طريق العالم الرقمي ذات صعوبة وذلك في الإصابة بالخلل والهشاشة بصعيد الأعمال والمال حيث انه في حال لم يكن لدى الشركة القدرة على حماية بياناتها الخاصة والمعلومات المخزنة فقد يعني ذلك أنه تتعرض الشركة إلى كثير من العمليات والتي تتمثل في النقص بالمعلومات والأخطاء البشرية والتدخلات الخارجية، فضلا عن ذلك جودة البيانات وحمايتها.»<sup>1</sup>

■ «تتمثل مخاطر الاتصال الرقمي لشركة نפטال أنه بحاجة ماسة لبناء بنية تحتية لمجتمع معلوماتي وتكنولوجي راقى للقضاء على تسريبات المعلومات والقضاء على القرصنة الإلكترونية إذ تقوم شركة نפטال بالاعتماد على أنظمة وبرمجيات تكنولوجيات المعلومات المعقدة لغرض التشغيل، ومن الممكن أن تكون هذه الأنظمة معقدة تحتاج وقتا طويلا لغرض إكمال العمل بها، مما يؤدي ذلك إلى تعرضها للتهديدات الداخلية والخارجية وهذا يؤدي إلى تقليل الشفافية في العمليات وضعف في نماذج الأعمال بسبب الخلل في أعمال مزودي الخدمة.»<sup>2</sup>

■ «تتمثل مخاطر الاتصال الرقمي لشركة نפטال في مختلف قطاعاتها بمخاطر التحول التكنولوجي والرقمي والتي تواجهها في الوقت الحاضر إذ بالرغم من المزايا العديدة التي توفرها تكنولوجيا من السرعة إلا أن الأنترنت تعمل

1- رضا بوجاوي، مكلف بالاتصال داخل مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

2- سمينة غزالي، مكلفة بالاتصال داخل مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نفطال.

على تسريب المعلومات والوثائق وتحدد الخصوصية والسرية بشكل كبير وقد تخترق وتتجسس على الرسائل الإلكترونية وقابلية تزويرها وهذا يؤثر في المحافظة على الزبائن.<sup>1</sup>

### التحليل:

من خلال المعلومات الواردة أعلاه نستخلص أن مخاطر الاتصال الرقمي لشركة نفطال تتمثل في عدم وجود بنية تحتية لمجتمع معلوماتي وتكنولوجي الذي يسمح للانترنت بتسريب المعلومات والوثائق وتحدد الخصوصية والسرية بشكل كبير وقد تُخترق وتتجسس على الرسائل الإلكترونية وقابلية تزويرها وهذا يؤدي إلى تقليل الشفافية في العمليات وضعف في نماذج الأعمال بسبب الخلل وهو ما يؤدي إلى عدم قدرة الشركة في القضاء على القرصنة الإلكترونية في حماية بياناتها الخاصة والمعلومات المخزنة.

## المبحث الثاني: الاتصال الرقمي في المديرية المركزية للشركة الوطنية لتسويق وتوزيع

### المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.

#### 1. أسباب ودوافع تحول الشركة رقميا:

- «الأسباب والدوافع تحول الشركة رقميا ضرورة الحتمية من اجل مواكبة العصرنة، الاستثمار في التكنولوجيا الرقمية هو استثمار مربح للشركة بحيث ساهمت في زيادة الإنتاجية وسرعة الاستجابة للتغيرات التي تطرأ على الأسواق وسرعة في التواصل وإيصال المعلومات دون تنقل خاصة أثناء جائحة كورونا هذه الرقمية لعبت دورا

<sup>1</sup> - جميلة شرقي، مكلفة بالاتصال داخل مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نفضال.

هاما في المؤسسات، وأيضاً لها دور كبير تخزين الملفات مثل رقمنة الملفات من الأرشيف للحفاظ وتأمين كل معلومات شركتنا.<sup>1</sup>

■ «من أسباب والدوافع تحول الشركة رقمياً هي التحولات الرقمية التي حدثت أي تحول الكتروني من أجل مواكبة التطورات واستثمارها في المؤسسات والشركات والذي هو مشروع عصري مريح ويقتضي ربح وسرعة في الوقت إرسال المعلومات والملفات والبيانات الالكترونية وسهولة التواصل والاتصال بين العملاء والزبائن، وإعلان وتشهير منتجات وعروض الشركة.»<sup>2</sup>

■ «الأسباب والدوافع تحول الشركة رقمياً فهو بالنسبة للمؤسسة نفضال تحول يمنح شكل أكبر للإبداع والتطوير مع تقديم خدمات سريعة للمتعاملين وأيضاً هي طريقة الخدمات التي أصبحت تتم بطريقة آلية بدون تدخل اليد البشرية فيها إلا للضرورة.»<sup>3</sup>

■ «من الأسباب والدوافع تحول الشركة نفضال إلى رقمنة هو توظيف التقنية الحديثة والمتطورة، في الغرض حل المشكلات والتحول من نموذج سير العمل التقليدي إلى نموذج أكثر ديناميكية وإبداعية واستثمار أكثر في المهام وتقليص في الوقت كسرعة في التواصل ونشر وإيصال المعلومات وحماية وثائق وملفات الشركة من الإتلاف والضياع بفضل عمليات حفظ البيانات الرقمية.»<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - سمير مسعودي، مشرف في مركز الاتصالات، مقابلة يوم 11 ماي 2022، بالمديرية العامة بالمركزية للاتصالات لشركة نفضال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 11:30.

<sup>2</sup> - صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، مقابلة يوم 11 ماي 2022، بالمديرية العامة بقسم الاتصال الرقمي لشركة نفضال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 11:30.

<sup>3</sup> - منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، مقابلة يوم 11 ماي 2022، بالمديرية العامة بالمركزية للاتصالات لشركة نفضال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 11:30.

<sup>4</sup> - مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، مقابلة يوم 11 ماي 2022، بالمديرية العامة بالمركزية للاتصالات لشركة نفضال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 11:30.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- «أسباب ودوافع تحول الشركة نפטال رقميا أنه الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية حيث فرض على مؤسسة نפטال الدخول فيها إذ يعد تحديا رئيسيا وفرصة فريدة لسوق وبسبب الأهمية الكبيرة المعطاة للتكنولوجيا وانتشار استخدامها وتمتعت نتائج هذه الرقمنة على الإيرادات باحتمالية عالية للاتجاه الصعودي، وأيضا في تغيير وتطوير الأعمال وخاصة في جائحة كوفيد19 أين استفادت منها الشركة بشكل كبير.»<sup>1</sup>
- «الأسباب والدوافع تحول الشركة رقميا أنه ضرورة حتمية من أجل مواكبة العصرنة، الاستثمار في تكنولوجيا الرقمية هو استثمار مريح للشركة من حيث ترشيد النفقات، السرعة في التواصل وإيصال المعلومات، رقمنة الملفات من أجل الأرشفة والحفاظ وتأمين كل المعلومات الشركة.»<sup>2</sup>
- «تعددت الأسباب والدوافع لتحول الرقمي في الشركة حيث أصبح أمر ضروري فالتقدم التكنولوجي يفرض إدخال تنفيذ إجراءات وتقنيات الجديدة في المؤسسات، فأصبح الميزة التنافسية للمؤسسات والشركات الاقتصادية وبذلك تكتسي طابع الدينامية التي انتقلت من الطابع المادي إلى اللامادي وهذا التحول للتقنيات الرقمية الحديثة وجب على شركة نפטال التأقلم معها ومع الوضع الراهن.»<sup>3</sup>

### التحليل:

نستنتج مما سبق ذكره أن أسباب ودوافع تحول الشركة رقميا كانت الضرورة الحتمية من اجل مواكبة العصرنة حيث يعد تحديا رئيسيا وفرصة فريدة لتقديم خدمات سريعة للمتعملمين، إذ أصبح استثمار مريح وميزة تنافسية للمؤسسات

<sup>1</sup> - هشام ندليل، رئيس مصلحة، مقابلة يوم 11 ماي 2022، بالمديرية العامة بالمركزية للاتصالات لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 11:30.

<sup>2</sup> - ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، مقابلة يوم 11 ماي 2022، بالمديرية العامة بالمركزية للاتصالات لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 11:30.

<sup>3</sup> - سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسسي، مقابلة يوم 11 ماي 2022، بالمديرية العامة بالمركزية للاتصالات لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 11:30.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

والشركات الاقتصادية للانتقال من الطابع المادي إلى اللامادي وكذلك رقمنة الملفات من أجل الأرشيف للحفاظ وتأمين كل المعلومات المتعلقة بالشركة.

### 2. استفادت شركة نפטال من التحول الرقمي وانعكاساته على الأداء الوظيفي لهذا المركز:

#### التحليل:

بسبب توافق أجوبة موظفي مركز الاتصالات نستنتج أن شركة نפטال استفادت من التحول الرقمي في الرفع الكفاءة وتحسين الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسة، بالتوسع والانتشار في نطاق أوسع للوصول إلى العملاء والجمهور حيث وفّر التكلفة والجهد بشكل كبير، وتكمن انعكاساته على الأداء الوظيفي في هذا المركز من خلال سرعة الحصول على المعلومة وتبليغها، وأيضاً قام بتحسين جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين.

### 3. حسنت التكنولوجيا الرقمية صورة المؤسسة:

- «حسنت التكنولوجيا الرقمية صورة المؤسسة حيث بإمكان العالم الخارجي التعرف على الشركة عبر الإنترنت والتواصل معها عبر العديد من وسائل التواصل مثل: يوتيوب، فايسبوك، المايل، الدردشة الإلكترونية.»<sup>1</sup>
- «حسنت التكنولوجيا الرقمية صورة المؤسسة عن طريق الترويج والتفاعل في مختلف المواقع وشبكات الاجتماعية لشركة، وقناة يوتيوب مكنت العملاء والزبائن بالإطلاع على كل المستجدات والمعلومات والإعلانات الآنية فيها دون التنقل مما سمح بالتعريف أكثر بالمؤسسة.»<sup>2</sup>
- «حسنت التكنولوجيا الرقمية صورة المؤسسة في سرعة التعامل مع العملاء والزبائن وتقليص الوقت في نقل المعلومات إذ أصبحت آنية دون التنقل المستمر وأيضاً في ترشيد النفقات.»<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - سمير مسعودي، مشرف في مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نفعال.

- «تحسنت صورة المؤسسة بفضل التكنولوجيا الرقمية وذلك لتسهيل الوصول كافة الزبائن وأيضا من خلال مهامها الساعية إلى التعريف بالمؤسسة ونشاطاتها ومنتجاتها إلى جانب دراسة انطباع الجماهير عن تلك النشاطات والمنتجات.»<sup>1</sup>
- «حسنت التكنولوجيا الرقمية صورة المؤسسة في استفادة المؤسسة من الفرص التي احتلتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال التسيير وتنظيم حيث أحدثت تغييرات نوعية في العملية الاتصالية للمؤسسة.»<sup>2</sup>
- «حسنت التكنولوجيا الرقمية صورة المؤسسة في ترسيخ صورة ذهنية مقبولة عنها لدى جمهور متنوع وغير متجانس من حيث الحاجات والرغبات، وهذا ما يستدعي ضرورة بناء علاقات واتصالات جيدة يتم من خلالها معرفة حاجات ورغبات الجمهور من أجل إشباعها.»<sup>3</sup>
- «تحسنت صورة المؤسسة بالتكنولوجيا الرقمية وذلك عبر جودة المحتوى إذ نجد منافسة قوية في عصر اقتصاد السوق الذي أصبح يلزم المؤسسات بتطوير الحملة التسويقية إذ جعل من الفيديوهات المنتجة أكثر تنافسية وفريدة وعالية الجودة وهذا ما ساهم في التفاعل ولقي استحسان كبير من الجماهير الداخلية والخارجية.»<sup>4</sup>

### التحليل:

ردا لسؤال الذي تطرقنا إليه سابقاً نجد أن التكنولوجيا الرقمية حسنت صورة المؤسسة وذلك بتقوية سمعة المؤسسة والمحافظة عليها في ترسيخ صورة ذهنية عنها لدى جمهور خصوصا وأن هذه المؤسسات تعيش في عصر اقتصاد

<sup>1</sup> - مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - هشام ندليل، رئيس مصلحة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>4</sup> - سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسستي، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

السوق الذي تحكمه دوايب المنافسة التامة الذي يتطلب الجودة العالية في الترويج والتفاعل في مختلف المواقع وشبكات الاجتماعية لتحقيق رفاهية الزبائن.

### 4. تأثير التحول الرقمي على أداء العمال:

- «تأثير التحول الرقمي على أداء العمال في التواصل ما بين العمال، وسهولة الحصول على المعلومة وأيضاً وفرة الدعم لإيجاد الحلول لمختلف العراقيل لرفع جودة الخدمات وكفاءتها من خلال تحسين بيئة العمل.»<sup>1</sup>
- «التحول الرقمي يؤثر على أداء العمال في مرونة استخدام البيانات ونقلها بين هؤلاء العمال وتحليل المتقدم في دعم الكفاءة التشغيلية والتفاعل مع العملاء وأيضاً الإبداع والابتكار لتقديم أفضل المنتجات والخدمات الممكنة للعملاء لتحقيق النجاح.»<sup>2</sup>
- «تأثير التحول الرقمي على أداء العمال جد طبيعي في توازي مع الكفاءات البشرية.»<sup>3</sup>
- «إن تأثير التحول الرقمي على أداء العمال كان تأثير إيجابي حيث قام بتسهيل طرق العمل واقتصاد الوقت في إنجازها.»<sup>4</sup>
- «تأثير التحول الرقمي على أداء العمال كان تأثير إيجابي من حيث تنظيم العمل وإيصال الرسائل عن بعد.»<sup>5</sup>
- «تأثير التحول الرقمي على أداء العمال كان ممتاز إذ عمل على مساعدة المهندسين والتقنيين في تطوير وإنشاء عدة أنظمة عصرية تضاهي التطبيقات الموجودة في السوق.»<sup>6</sup>

1- سمير مسعودي، مشرف في مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

2- صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، نفس اليوم، نفس الساعة.

3- منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، نفس اليوم، نفس الساعة.

4- مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

5- هشام نديل، رئيس مصلحة، نفس اليوم، نفس الساعة.

6- ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نفطال.

- «تأثير التحول الرقمي على أداء العمال كبير سواء في توفير معلومة دقيقة وموثوقة في الوقت الآني وأيضاً يسمح لهم باتخاذ القرارات وأيضاً تقليص الوقت فباستطاعتهم الإطلاع على حجم المبيعات في أي وقت لأي محطة الذي لم يتسن لهم سابقاً في معرفة هذا الحجم لأنه يأخذ وقت كبير يصل لشهر، وقام بالتسيير وتبادل الرموز والأرقام إلى الأطراف المعنية في ثواني داخل المؤسسة.»<sup>1</sup>

### التحليل:

وفي ضوء هذه الأجابة نستنتج أن التحول الرقمي ساهم بالتأثير على أداء العمال ايجابياً وذلك من خلال رفع الكفاءات التشغيلية للعمال لحثهم على الإبداع والابتكار لتحقيق النجاح، وكذلك مساهمته بالتسيير وتبادل الرسائل بوتيرة سريعة بين الأطراف لتسهيل وإيجاد الحلول لمختلف العراقيل التي تواجهها المؤسسة لرفع جودة الخدمات وكفاءتها.

### 5. الآفاق المستقبلية من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والرقمية منها في شركتكم:

- «الآفاق المستقبلية من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والرقمية في شركة هي لمواكبة العصرية والتطور في مجال التكنولوجيا مميزة تنافسية مستدامة وذلك بإجراء دورات تكوينية وتأهيلية في التقنيات والبرمجيات الحديثة بغرض تسويق لنشاطها في توزيع المواد البترولية ومشتقاتها للتصدير وللمركز في طليعة مع كبرى الشركات.»<sup>2</sup>
- «الآفاق المستقبلية من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والرقمية في شركة تكمن في تبني إستراتيجية رقمية واضحة بما يتماشى مع التغييرات الهائلة التي تحصل في البيئة الخارجية خاصة في مجال التكنولوجيات الرقمية للمركز في طليعة مع الشركات الكبرى.»<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسستي، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - سمير مسعودي، مشرف في مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- «الآفاق المستقبلية من إستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والرقمية في شركة أمحا واكبت عبر كل الأوقات كل التطورات كذلك اليوم وهي مستعدة لتحديات جديدة طبقا لمبادئها لنمو والنجاح في مختلف القطاعات للاحتكاك مع المؤسسات العالمية وذلك بالتوفير بنية رقمية ونظم اتصالات جيدة لعصرنة تسييرها.»<sup>1</sup>
- «الآفاق المستقبلية من إستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والرقمية في شركة زيادة سرعة الاتصال عن طريق ربط وتحسين نوعية شبكات الاتصال المتاحة في كل مواقع نפטال المنتشرة عبر التراب الوطني، وهذه المواقع تتمثل في وحدات التخزين ومراكز تركيب سير غاز وربطها بمركز البيانات الرئيسي للتقليل التكاليف وريح الوقت وهذا ضمن تجسيد الإستراتيجيات وتحقيق الأهداف.»<sup>2</sup>
- «الآفاق المستقبلية من إستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والرقمية في شركة لخلق حالة التوافق بين أهداف المؤسسة وتوقعات العميل وذلك من خلال الجهود الإدارية الخلاقة والمخطط لها والمدروسة والمهادفة والموجهة لبناء علاقات سليمة قائمة على التفاعل والإقناع والاتصال المتبادل بين المؤسسة وجمهورها لتحقيق أهدافها ومصالح المؤسسة.»<sup>3</sup>
- «من الآفاق المستقبلية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والرقمية في شركة في تطوير وإنشاء أنظمة معلوماتية عصرية تضاهي التطبيقات الموجودة في السوق وأيضا لمواجهة الرهانات والصعوبات لمحاولة التميز والابتكار لرفع الاقتصاد الوطني.»<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - هشام نديل، رئيس مصلحة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>4</sup> - ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نفطال.

- «الآفاق المستقبلية من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والرقمية في شركة وهي تقريب الخدمات الذكية من المستعمل من خلال استعمالها وتطوير محتواها، وتصميم عدة تطبيقات وخدمات ومنصات رقمية من أجل عصرنه التسيير.»<sup>1</sup>

### التحليل:

تتمثل الآفاق المستقبلية من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والرقمية منها في شركة نفطال حسب الأجوبة التي تم تقديمها تكمن في مواكبة العصرنة والتطور في مجال التكنولوجيا كميزة تنافسية مستدامة وذلك بالتوفير بنية رقمية ونظم اتصالات جيدة تتماشى مع التغييرات الهائلة التي تحصل في البيئة الخارجية ورفع تحديات جديدة لنمو والتميز وأيضا لعصرنة التسيير ورفع الاقتصاد الوطني وتصدير مختلف منتجاتها للخارج.

### 6. بدأ التطبيق الفعلي لمشروع التحول الرقمي:

- «لقد بدأ تطبيق الفعلي لمشروع التحول الرقمي منذ بداية الألفية الثانية وكان ذلك هذا عبر التحول من الأنظمة المعلوماتية القديمة مثل الأرشيف اليدوية إلى الأنظمة الجديدة الرقمية الحاسوب وهذا التحول تحدي قائم وضرورة ملحة للمؤسسة حيث يهدف إلى تغيير تنظيمي ناجح يتماشى مع الأهداف المسطرة.»<sup>2</sup>
- «بدأ تطبيق الفعلي لمشروع التحول الرقمي في بداية الألفية الثانية وهذا عبر تغيير في العقلية أي تغيير الأنظمة والإجراءات الورقية التقليدية إلى الرقمنة بالفضل الانترنت والتطورات الهائلة للتكنولوجيات لتحقيق إستراتيجيات المؤسسة.»<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسساتي، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - سمير مسعودي، مشرف في مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- «لقد بدأ تطبيق الفعلي لمشروع التحول الرقمي بداية الألفية الثانية وكان الأمر يسير بانسيابية وكان ذلك نتيجة للثورة المعلوماتية الضخمة التي ارتبطت بالتكنولوجيا الرقمية مما أدى إلى تغييرات كبيرة في المشهد الاقتصادي لتطوير أنشطة الأعمال والعمليات بالطرق صحيحة لتصبح حقا رقمية.»<sup>1</sup>
- «لقد بدأ تطبيق الفعلي لمشروع التحول الرقمي بداية سنة 2000 وذلك راجع إلى استبدال العمليات اليدوية الكتابية القديمة إلى أخرى رقمية حديثة وهي جديدة وفعالة، ومنه بدأ تأقلم الحواسيب وزيادة انتشار الانترنت فسارعت الشركات باستخدامه فبدأت ظاهرة التحول الرقمي بالانتشار، فبدأ على مؤسسة نפטال إتباع إستراتيجيات لدخول فيه من أجل التطور والازدهار.»<sup>2</sup>
- «لقد بدأ تطبيق الفعلي لمشروع التحول الرقمي من أحد وأبرز الاتجاهات خلال السنوات الحالية في المؤسسات، وذلك باستخدام التكنولوجيا وتقنياتها الرقمية الحديثة واستعمال هذه التقنيات في شركة نפטال إذ تعتبر جزء من آليات العمل وهيكله وبفضل ذلك تحققت الشركة نجاح وتطور في تسويق تسيير منتجاتها بسهولة.»<sup>3</sup>
- «بدأ تطبيق الفعلي لمشروع التحول الرقمي لأنه تحديا رئيسيا في الألفية الثانية للقرن الحالي، إذ لا بد للمؤسسات أن يجسدوا بهذا المشروع وأن يتحلوا للتغيرات التي ستواجهها عند تكيف العمال واعتمادهم على التقنيات التكنولوجية الحديثة وبفضله يخلق فرص وتحديات للسوق شركة نפטال وبفضل هذا التحول الرقمي تتعدى الشركة الحواجز والمعوقات التي كانت فيها من قبل والاستفادة من طرق التواصل مع الزبائن في وقت قصير وزيادة ثقتهم وينتج ذلك زيادة الإنتاج.»<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - مروان لحوول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - هشام نديل، رئيس مصلحة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>4</sup> - ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- «لقد بدأ تطبيق الفعلي لمشروع التحول الرقمي في الألفية الثانية وكان ذلك بعد تطور التكنولوجيا، فأصبحت الشركات تشرع فيه وهذه زادت النقلة النوعية في حجم الاستثمارات، ومن تزايد تقنية المعلومات والأجهزة والتطبيقات وأصبحت التعاملات إلكترونية وهذا ما جعل دخول شركة نפטال لتجسيده فوري وفضلها وصلت الشركة إلى القوة في عملها الفعال ذات زيادة مردودية الإنتاجية في وقت قصير وأقل تكلفة.»<sup>1</sup>

### التحليل:

فمن خلال الأجوبة المقترحة لسؤالنا الذي يتمحور حول التطبيق الفعلي لمشروع التحول الرقمي نلاحظ أن بدايته كانت في الألفية الثانية بالتغيير واستبدال الأنظمة اليدوية إلى الأنظمة الرقمية الجديدة نتيجة الثورة التكنولوجية الهائلة، مما أتاح للمؤسسات بالاستثمار فيه لأنه أصبحت التعاملات إلكترونية وهذا ما جعل دخول شركة نפטال لتجسيده فوري، إذ يخلق فرص وتحديات للسوق والاستفادة من طرق التواصل مع الزبائن في وقت قصير وزيادة ثقتهم للشركة وكذلك تسيير منتجاتها بسهولة من أجل التطور والازدهار الذي يهدف إلى تغيير تنظيمي ناجح يتماشى مع الأهداف المسطرة.

### 7. رؤية صورة مؤسستكم في الفضاء الرقمي:

- «من حيث وجهة نظري أن المؤسسة في تقدم مستمر سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي حيث تنقل من خلال الإشهارات والإعلانات عبر المواقع الإلكترونية للإستمراريتها.»<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسساتي، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - سمير مسعودي، مشرف في مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نفعال.

- «إن صورة المؤسسة في الفضاء الرقمي في تطور ملحوظ حيث شهدنا أن هنالك ارتفاع في نسبة المتابعة للمختلف المواقع والشبكات الشركة ما أدى إلى الدخول في استثمارات رقمية جديدة لتلبية حاجيات السوق.»<sup>1</sup>
- «إن صورة المؤسسة في الفضاء الرقمي دائمة التطور تعمل على تقديم خدمات كبيرة لمختلف المستخدمين عبر الويب التي تتلقاها مسامعنا بكثرة وخاصة في الوقت الحاضر بفضل الاستخدامات الكثيرة لها.»<sup>2</sup>
- «أرى أن صورة المؤسسة في الفضاء الرقمي أصبحت في تقدم مستمر في الوقت الذي نعيشه من الترويج في الوحدات الإعلامية واستخدام العلامات التجارية وأصبحت هذه في الواقع محاور اتصالات مركزية مدعمة بمجموعة من الخدمات للمستخدمين للحفاظ على المكانة والريادة للبلوغ الأسواق العالمية.»<sup>3</sup>
- «إن صورة المؤسسة في الفضاء الرقمي أصبحت محورية وذلك من خلال الإستراتيجيات التي تبني على المدى الطويل مما خلق لها سمعة قوية من النشاطات التسويقية المكثفة عبر هذا الفضاء من إعلانات الفيديو وتطبيقات المخصصة ووسائل التواصل الاجتماعي.»<sup>4</sup>
- «من خلال الفضاء الرقمي أصبحت صورة المؤسسة تحقق نجاحات كثيرة وإزدهارات في مختلف المجالات، فعن طريق هذه التقنيات والوسائل الحديثة مكنت المؤسسة من عقد صفقات الشراكة مع مختلف الشركات العالمية وأيضاً عقود الرعاية.»<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>4</sup> - هشام نديل، رئيس مصلحة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>5</sup> - ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- «إن صورة المؤسسة في الفضاء الرقمي تستمر بالتطور فمن خلال هذا الفضاء أصبحت التطبيقات الجديدة التي تم ابتكارها من طرف شركة نפטال تم إطلاقها وأصبحت حيز الاستخدام وارتفاع نسبة الطلب فيها الذي يعتبر نجاح للمؤسسة.»<sup>1</sup>

### التحليل:

حسب أجوبة الموظفين العاملين في شركة نפטال تبين لنا أن صورة المؤسسة في الفضاء الرقمي في تطور مستمر على المستوى الداخلي والخارجي حيث حققت نجاحات كبيرة وإزدهارات كثيرة وهذا راجع للتقنيات والوسائل الحديثة التي مكنتها عبر مختلف الإشهارات والإعلانات عبر المواقع الالكترونية للإستمراريتها مما خلق لها سمعة قوية للمحافظة على المكانة والريادة للبلوغ الأسواق العالمية.

### 8. الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية التي ستعتمدونها لتحسين تواجدكم في الفضاء الرقمي:

- «الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية التي يتم الإعتماد عليها من أجل التواجد في الفضاء الرقمي عبر الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي والصفحة الرسمية على الانترنت وأنظمة معلوماتية متاحة للزبائن للتواصل مع الشركة.»<sup>2</sup>

- «الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية التي يتم الإعتماد عليها من أجل التواجد في الفضاء الرقمي وذلك عبر عصبة البنية التحتية من خلال إنشاء مركز بيانات رئيسي يتواجد في المديرية المركزية لشركة وذلك عبر أحدث المعدات وأنظمة التي تضمن استمرارية الخدمة بالطريقة آمنة وفعالة وتحسين جميع شبكات الاتصال ومواقع نפטال لتسهيل العمليات الاتصالية والخدمات.»<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - سميرة عصاد، مؤطرة للدراسة والاتصال الخارجي والمؤسستي، نفس اليوم، نفس الساعة

<sup>2</sup> - سمير مسعودي، مشرف في مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

■ «الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية التي يتم الإعتماد عليها من أجل التواجد في الفضاء الرقمي هي الاستفادة من التقنيات الرقمية الحديثة وتفعيل كل ما يتماشى مع الرقمنة والفضاء الرقمي لتمكين المؤسسة من تحقيق الكفاءة في مختلف عملياتها الرئيسية وهو من أولويات الشركة، والخوض في هذه المجالات أولوية نפטال بغرض الوصول إلى النتائج.»<sup>1</sup>

■ «الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية التي يتم الإعتماد عليها من أجل التواجد في الفضاء الرقمي هي يقظة تكنولوجية عالية الأداء من خلال التقنيات التكنولوجية المستعملة من طرف زبائنها وشركائها ومورديها ومنافسيها في إطار متابعة التطورات التي قد لا تؤثر على مستقبلها فحسب وإنما على زبائنها وشركائها ومورديها ومنافسيها واتخاذ الإجراءات الوقائية.»<sup>2</sup>

■ «الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية التي يتم الإعتماد عليها من أجل التواجد في الفضاء الرقمي تكمن في صناعة محتوى رقمي سريع وتمرير رسائل الاتصالية، الترويجية، تحسيسية.»<sup>3</sup>

■ «الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية التي يتم الإعتماد عليها من أجل التواجد في الفضاء الرقمي هي بالاعتماد على معرفة الأخبار والمعلومات المتاحة لفهم الصورة الحالية وما تقوم به وقياسها بالتركيز على تطوير المحتوى العرض بالعرض تكوين صورة ذهنية للمؤسسة من الإنجازات والمشاريع وموقعها ودورها في خدمة المجتمع ومساهمتها في الحياة الاجتماعية والاقتصادية وأيضا تشمل المشكلات والإخفاقات.»<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - هشام نديل، رئيس مصلحة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>4</sup> - ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- «الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية التي يتم الإعتماد عليها من أجل التواجد في الفضاء الرقمي من خلال رقمنة الاتصالات واستخدام تقنية الانترنت والتسويق عن بعد من خلال المواقع المعتمدة ولأمانة وسائل إعلام جديدة لعرض السلع والخدمات لتسويق لها وإيصالها للمستهلكين وإلى أكبر عدد من الناس بأقل التكاليف.»<sup>1</sup>

### التحليل:

من خلال المعطيات المقدمة أن الجزائر بعد التحول إلى مرحلة اقتصاد السوق بالإضافة إلى دخول المستثمرين الأجانب أدى إلى ضرورة ولوج المؤسسات الجزائرية عالم المنافسة، وبالتالي لا بد عليها من تطبيق إستراتيجيات تسويقية واتصالية فعالة حتى تحقق الريادة وتحافظ على بقائها هذا من جهة ومن جهة أخرى المحافظة على المستهلكين العالين والمرتبين بتقديم منتوجات عالية الجودة وأسعار مناسبة للجميع.

### 9. رأيك في تقييم دور وسائل الاتصال الرقمي المستعملة في المؤسسة:

- «أقيم دور وسائل الاتصال الرقمي المستعملة في المؤسسة عبر قياس نسبة الزبائن من خلال حملات تقوم بها المديرية التجارية مع الزبائن.»<sup>2</sup>
- «أقيم دور وسائل الاتصال الرقمي المستعملة في المؤسسة أنها تلعب دور كبير في تقليل الإجراءات والقضاء على الفساد ووجود بيئة معلوماتية تتسم بالكفاءة والفعالية وأيضا في تحسين اتخاذ القرارات.»<sup>3</sup>
- «أقيم دور وسائل الاتصال الرقمي المستعملة في المؤسسة إذ عن طريق هذه التكنولوجيات هناك زيادة في حجم الأسواق والاستثمارات إذ تساهم في زيادة العوائد على الاستثمارات على المدى الطويل.»<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسساتي، نفس اليوم، نفس الساعة

<sup>2</sup> - سمير مسعودي، مشرف في مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>4</sup> - منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- «أقيم دور وسائل الاتصال الرقمي المستعملة في المؤسسة في نسبة استخدامها من عمالها وإطاراتها لتسهيل ومرونة الاتصال بالإضافة إلى كيفية تعامل المؤسسة مع زبائنها وعملائها وحتى الموردون بصفة مختصرة.»<sup>1</sup>
- «أقيم دور وسائل الاتصال الرقمي المستعملة في المؤسسة من خلال النجاحات التي تحققتها المؤسسة بفضلها.»<sup>2</sup>
- «أقيم دور وسائل الاتصال الرقمي المستعملة في المؤسسة من خلال ما ينجز عنه من فائدة في حسن سير المؤسسة بحيث النتائج تكون أكثر فائدة وإنتاجية وأيضاً لسير الحسن للسلوك الأفراد العاملين.»<sup>3</sup>
- «أقيم دور وسائل الاتصال الرقمي المستعملة في المؤسسة في تحقيق الحلول للرهانات الفجائية التي تحدث داخل هذه الشركة سواء كانت اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية.»<sup>4</sup>

### التحليل:

إن إجابات هذا التساؤل كان كال موظف كيف أبدى برأيه مثلاً المكلف بمركز الاتصالات فهو يرى ذلك عبر قياس نسبة رقم الزبائن من خلال حملات تقوم بها المديرية التجارية مع الزبائن، أما الآخر فإنه يرى أن دور وسائل الاتصال الرقمي المستعملة في المؤسسة في نسبة استخدامها من عمالها وإطاراتها لتسهيل ومرونة الاتصال بالإضافة إلى كيفية تعامل المؤسسة مع زبائنها وعملائها وحتى الموردون بصفة مختصرة فمن هنا يمكن استخلاص أن كل موظف أجاب بحسب وظيفته.

1- مروان لحوّل، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

2- هشام نديل، رئيس مصلحة، نفس اليوم، نفس الساعة.

3- ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

4- سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسسي، نفس اليوم، نفس الساعة.

10. المنافسة بين شركتكم وشركات أخرى خاصة في مجال الاتصالات الرقمية والتكنولوجية الحديثة:

### التحليل:

في ظل هذا السؤال كانت إجابة الموظفين في مديرية الوطنية للتسويق والتوزيع الموارد البترولية لشركة نפטال المتمثلة في مشرف في مركز الاتصالات ورئيس قسم الاتصال الرقمي ومؤطرة الدراسة للاتصال الخارجي والمؤسسي ومكلفي بالدراسة والعلاقة العامة ورئيس مصلحة، واحدة ألا وهي عدم توفر مؤسسات تنافسية وذلك لأن مؤسسة نפטال تحتل الريادة وتحتكر السوق.

### المبحث الثالث: تقنيات ووسائل تكنولوجيات الاتصالات الرقمية الحديثة المستخدمة

#### في الشركة الوطنية لتسويق المواد البترولية "نפטال" بولاية الجزائر العاصمة.

1. التقنيات والتطبيقات الاتصال الرقمي المستخدمة بمركز الاتصالات في المديرية العامة لشركة نפטال

#### بولاية الجزائر العاصمة:

■ «تكمن التقنيات والتطبيقات المستخدمة بمركز الاتصالات في المديرية العامة لشركة نפטال على التقنيات التكنولوجية الرقمية للمعلومات الحديثة التي يتم تشغيلها بأنظمة تشغيل المتمثلة في استقبال المكالمات الهاتفية بواسطة الرقم الأخضر للشركة 3305، حيث يساعد في التواصل بسهولة وبسرعة بالموظفين في المركز من أجل احتياجاتهم وطلباتهم، نפטال خدمات تطبيق على هواتف المحمول إذ يسمح لزبائن ومستخدمي محطات الخدمات بالتحديد نقاط البيع المختلفة سواء كانت خدمة أو مراكز تحويل المركبات لسير بغاز البترول المميع وقود فضلا على المنتجات والخدمات التي يتم تسويقها، مواقع الواب الخاصة بالشركة نפטال والدردشة، الرسائل

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نفطال.

الصوتية، رسائل البريد الإلكتروني، تقنية Outlook، وهدف هذه التطبيقات والتقنيات تعزيز العلاقات بين زبائنها وبين الناس.<sup>1</sup>

■ «التقنيات والتطبيقات المستخدمة بمركز الاتصالات في المديرية العامة لشركة نفطال، تعتبر وسائل رئيسية للتواصل والاتصال باستعمال تكنولوجيات الرقمية الحديثة حيث تساعد الزبائن على الاتصال المباشر للشركة وقضاء حاجياتهم وإدلائهم بالشكاوي خاصة من العملاء والزبائن الممثلة في الاتصال المباشر عن طريق المكالمات الهاتفية على الرقم الأخضر 3305 المفتوح من الساعة 8 صباحا إلى 16 مساء، كذلك تطبيق بوابة نفطال الذي يساعد الموظفين ويسهل لهم الاتصال فيما بينهم وبين المديرية الأخرى للشركة، ويعتمد مركز الاتصالات على وسائل الاتصالية أخرى تتمثل في الوسيلة البريد الإلكتروني e-mail، مواقع التواصل الاجتماعية صفحة الفيسبوك، تطبيق نفطال خدمات، موقع الواب، الرسائل صوتية.»<sup>2</sup>

■ «التقنيات والتطبيقات المستخدمة بمركز الاتصالات لشركة نفطال، يمكن القول أن هذه التقنيات تكنولوجيا الاتصالات الحديثة أساسية لتنامي المؤسسة الاقتصادية وكيفية تعاملها مع الزبائن بطريقة سريعة وسهلة لخلق الثقة، خاصة استخدامات هذه التقنيات بمركز الاتصالات لشركة نفطال الممثلة في: المكالمات الهاتفية عبر الرقم الأخضر 3305، رسائل البريد الإلكتروني لاستقبال الوثائق والمعاملات الخارجية، مواقع التواصل الاجتماعي صفحة الفيسبوك لي إظهار المستجندات وأعمال الشركة والتعاملات الجديدة مع مختلف الشركات الأخرى، تطبيق نفطال خدمات لترويج والتسويق، موقع الواب الخاصة بالشركة للدردشة [www.naftal.dz](http://www.naftal.dz)، رسائل صوتية هي رسائل يتم حفظها، وموقع أوتلوك Outlook.»<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - رضا بوجاوي، مكلف بالاتصال بمركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - سمية غزالي، مكلفة بالاتصال بمركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - جميلة شرجي، مكلفة بالاتصال بمركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

### التحليل:

نستنتج من هذه المعطيات أن التقنيات والتطبيقات الاتصال الرقمي المستخدمة بمركز الاتصالات في المديرية العامة لشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة متعددة ومن أبرزها الرقم الأخضر 3305 لاستقبال المكالمات الخارجية، ونجد أيضا وسيلة البريد الإلكتروني e-mail لاستقبال الوثائق والمعاملات الخارجية، نفطال خدمات تطبيق على هاتف المحمول لتسويق للمنتجات وتقديم الخدمات، تطبيق بوابة نفطال الذي يقوم بالاتصال بين الموظفين والإدارات المختلفة، موقع الواب الخاصة بالشركة للردشة [www.naftal.dz](http://www.naftal.dz)، وموقع أوتلوك Outlook، تقنية الرسائل الصوتية وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي صفحة الفايسبوك وتهدف هذه التقنيات والتطبيقات إلى تعزيز العلاقات والثقة مع زبائنها وبين الناس.

### 2. تواجهون صعوبات في استخدام تقنيات الاتصالات الرقمية أثناء تأدية مهامكم:

### التحليل:

في هذا السؤال كانت إجابة الموظفين في مديرية الوطنية للتسويق والتوزيع الموارد البترولية لشركة نفطال المتمثلة في مشرف في مركز الاتصالات ورئيس قسم الاتصال الرقمي ومؤطرة الدراسة للاتصال الخارجي والمؤسسي ومكلفي بالدراسة والعلاقة العامة ورئيس مصلحة، واحدة ألا وهي عدم وجود صعوبات في إستخدام التقنيات للاتصالات الرقمية أثناء تأدية العمل وذلك بفضل التكوين وتهيئة الموظفين وأيضا من بين الشروط للالتحاق بالمؤسسة.

### 3. رأيك في استخدام وسائل تكنولوجيات الاتصال الرقمية في إدارة المؤسسة رفع من كفاءتها:

■ «إن استخدام وسائل تكنولوجيات الاتصال الرقمية في إدارة المؤسسة يرفع من كفاءتها ونجاحها عن طريق مواكبة التغيرات والتطورات المستمرة في التكنولوجيات الرقمية التي أتاحت للشركة نفطال بتحسين ظروف بيئة العمل إذ مكنت من الانفتاح في الاقتصادي الداخلي والخارجي بسبب منافستها الشديدة أمام المتغيرات في وسائل

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

التكنولوجيا ونتج من هذا زيادة عمليات الإنتاج وتحسين نوعيته ورفع الكفاءة المهنية للموظفين ورفع وتحسين سمعة الشركة أمام الجمهور الخارجي.<sup>1</sup>

■ «إن استخدام وسائل تكنولوجيايات الاتصال الرقمية في إدارة المؤسسة يرفع من كفاءتها وهذا عن طريق تحسين في مجال التسيير خدماتها ورفع جودتها الإنتاجية وسرعة نقل والحصول على المعلومات بين الإدارات.»<sup>2</sup>

■ «بطبع فاستخدام وسائل تكنولوجيايات الاتصال الرقمية في إدارة المؤسسة يرفع من كفاءتها من خلال تحقيق العديد من الجوانب الإيجابية المتعلقة بزيادة الأعمال وتطوير الأداء والمساهمة في كفاءة المعاملات والخدمات لتحسين تعاملاتها مع الجمهور والقطاع الخاص أو العام.»<sup>3</sup>

■ «بطبع أن استخدام وسائل تكنولوجيايات الاتصال الرقمية في إدارة المؤسسة يرفع من كفاءتها وذلك من خلال السرعة في تقديم الخدمات وإرضاء الزبائن وأيضا القدرة على الإنتاج بكميات كبيرة وفعالية وأمان ودقة.»<sup>4</sup>

■ «إن استخدام وسائل تكنولوجيايات الاتصال الرقمية في إدارة المؤسسة يرفع من كفاءتها وذلك بتعظيم قيمة أسهم الشركة في السوق بحيث تواجه المؤسسة العديد من القرارات الإستراتيجية والمالية التي تحدد قيمتها وذلك بما يتوافق مع الأهداف المرسومة.»<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - سمير مسعودي، مشرف في مركز الاتصالات، مقابلة يوم 25 ماي 2022، في المديرية العامة بالمركزية للاتصالات لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 10:30.

<sup>2</sup> - صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، مقابلة يوم 25 ماي 2022، في المديرية العامة بقسم الاتصال الرقمي لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 10:30.

<sup>3</sup> - منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، مقابلة يوم 25 ماي 2022، بالمديرية المركزية للاتصال لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 10:30.

<sup>4</sup> - مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، مقابلة يوم 25 ماي 2022، بالمديرية المركزية للاتصال لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 10:30.

<sup>5</sup> - هشام نديل، رئيس مصلحة، مقابلة يوم 25 ماي 2022، بالمديرية المركزية للاتصال لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 10:30.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- «إن استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الرقمية في إدارة المؤسسة يرفع من كفاءتها وهذا من خلال سرعة وسهولة في التواصل والحصول على المعلومة.»<sup>1</sup>
- «إن استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الرقمية في إدارة المؤسسة يرفع من كفاءتها وذلك عبر تغيير نظرة المتعاملين والموظفين إلى الشيء الإيجابي بإظهار كفاءتهم المهنية والتنظيمية وتسهيل نقل وإرسال المعلومات واستفسارات الزبائن في وقت قصير إذ جعل الشركة على اختلاف نشاطاتها تعتمد ما كمدخل من مداخلاتها لذا ساهم في تغيير جذري لأنماط العمل وتطوره إلى الأحسن لتحقيق الإستراتيجيات والأهداف.»<sup>2</sup>

### التحليل:

من خلال المعلومات الواردة أعلاه نستخلص أن استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الرقمية في إدارة المؤسسة رفع من كفاءتها وذلك عبر مواكبة التغيرات والتطورات المستمرة في التكنولوجيا الرقمية للشركة نפטال التي أتاحت لها تحسين في مجال التسيير الكفاءة المهنية والتنظيمية للخدمات ورفع جودتها الإنتاجية وتسهيل سرعة نقل والحصول على المعلومات بين الإدارات وكذلك بتعظيم قيمة أسهم الشركة في السوق لتحقيق الإستراتيجيات والأهداف.

#### 4. تقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال فعالة ومؤثرة لزيادة كفاءتها التنظيمية:

- «إن تقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال فعالة ومؤثرة لزيادة كفاءتها التنظيمية وذلك بالتسهيل عملية الولوج إلى المعلومات والملفات الخاصة بالمؤسسة وتبادلها بين الموظفين والمديريات بالإضافة إلى مرونة العمل التواصل مع مختلف الفروع المتواجدة في مختلف ربوع الوطن.»<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، مقابلة يوم 25 ماي 2022، بالمديرية المركزية للاتصال لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 10:30.

<sup>2</sup> - سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسسي، مقابلة يوم 25 ماي 2022، بالمديرية المركزية للاتصال لشركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة، على الساعة 10:30.

<sup>3</sup> - سمير مسعودي، مشرف في مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

■ «إن تقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال فعالة ومؤثرة لزيادة كفاءتها التنظيمية عن طريق اقتصاد في الملفات الورقية وعناء تدويرها بين الإدارات وتقليص في زمن معالجتها.»<sup>1</sup>

■ «إن تقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال فعالة ومؤثرة لزيادة كفاءتها التنظيمية إذ تعمل على الحفاظ على الحيوية الفاعلة داخل المؤسسة وأيضاً تقوم بإدخال تغييرات مستمرة على المواقف وقيم الأفراد لخلق ثقافة قوية وتشجيع على روح الانتماء وتقوية السلوك الإيجابي وأيضاً دمج أو إعادة توزيع الاختصاصات وإعادة تحديد المسؤوليات بما يتماشى مع التغييرات الحاصلة.»<sup>2</sup>

■ «إن تقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال فعالة ومؤثرة لزيادة كفاءتها التنظيمية وذلك بالاعتماد على التعاون الفعال بين الجمهور الداخلي والإجراءات وتكنولوجيا وأيضاً بتنمية وتدريب الموظفين وإمدادهم بالمعارف والمعلومات التي تنمي مهاراتهم وتزيد من ولائهم للمؤسسة وبما يمكنهم من اتخاذ القرارات السليمة التي تتفق مع حاجة هذه المؤسسة.»<sup>3</sup>

■ «إن تقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال فعالة ومؤثرة لزيادة كفاءتها التنظيمية وتتمثل هذه التأثيرات الأساسية في القطاع الصناعي في زيادة الإنتاجية والمرونة وإعادة هيكلة سلسلة التوريد الضخمة في كل صناعة.»<sup>4</sup>

■ «إن تقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال فعالة ومؤثرة لزيادة كفاءتها التنظيمية فهو يساهم في التسيير والتنسيق الفعال في بين مختلفة الجهود الفردية والجماعية ويقلل من احتمالات التعارض وضياح الجهد

1- صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، نفس اليوم، نفس الساعة.

2- منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، نفس اليوم، نفس الساعة.

3- مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

4- هشام نديل، رئيس مصلحة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

وأيضاً تسهل من مهمة الرقابة والمتابعة لتحقيق الأهداف المسطرة في الشركة بالوقوف على الأخطاء والانحرافات وتصحيحها بسرعة.<sup>1</sup>

■ «نعم بتأكيد، أن تقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال لفعالة ومؤثرة زيادة كفاءتها التنظيمية إذ تحقق أفضل إستخدام للطاقات البشرية والموارد المالية المتاحة في المؤسسة ومساهمتها في رفع من معنويات العاملين نتيجة التحديد الواضح للمسؤوليات ونوع العلاقات داخل هذه المنظمة.»<sup>2</sup>

### التحليل:

نستنتج من أجوبة هؤلاء الموظفين أن التقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال فعالة ومؤثرة لزيادة كفاءتها التنظيمية وذلك من خلال التسيير والتنسيق الفعال وتسهيل مهمة الرقابة واتخاذ القرارات لرفع معنويات العاملين فيها، وكذلك في تنظيم عملية تواصل وتبادل المعلومات والملفات مع تقليص في زمن معالجتها بين الموظفين مع مختلف المديرات والفروع الموجودة في التراب الوطني من أجل التحقيق الأهداف المسطرة.

### 5. طبيعة الاتصالات قبل إدخال تقنية البريد الإلكتروني وإضافة هذه التقنية:

■ «كانت طبيعة الاتصالات قبل إدخال تقنية البريد الإلكتروني عبر البريد الكلاسيكي العادي داخل المؤسسة أو البريد الخارجي عن طريق إرسال الرسائل المكتوبة أو الفاكس وأضافت هذه التقنية المائل الذي سهل لنا التواصل وتوصيل المعلومة وأضاف أيضاً اقتصاد الوقت دون التنقل.»<sup>3</sup>

■ «كانت طبيعة الاتصالات قبل إدخال تقنية البريد الإلكتروني بطيئة جداً لأنها كانت تستعمل التقنية الكلاسيكية البسيطة والبداية بهدف الاتصال عبر مسافات قصيرة نسبياً وبعد إدخال التكنولوجيات جاءت

<sup>1</sup> - ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسساتي، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - سمير مسعودي، مشرف في مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

هذه التقنية وأثرت على الاتصالات، حيث أضافت خدمات عديدة حيث يتم الإعتماد بشكل كبير على منصات التواصل التي سهلت الأمر بالتعريف حول جميع نشاطات المؤسسة وأيضاً للتعليق حول المعاملات المنجزة من طرف الشركة.<sup>1</sup>

■ «كانت طبيعة الاتصالات قبل إدخال تقنية البريد الإلكتروني تعتمد على لإرساليات وأجهزة الفاكس حيث لم تكن دقيقة وكانت غير واضحة وصعبة الاقتناء مقارنة بالتقنية الجديدة أما لأن فقد أصبح بإمكان أي موظف استخدام هذه التقنية حيث أصبحت متاحة للجميع ومكنت من إجراء محادثات وإرسال ملفات واستقبالها وتطوير نمط الاتصال وتوصيل المراسلات التجارية دون عناء وأنها خدمة بسيطة وغير مكلفة.»<sup>2</sup>

■ «كانت طبيعة الاتصالات قبل إدخال تقنية البريد الإلكتروني في الشركة كانت بالهاتف الثابت والفاكس والبريد العادي وهذه الأدوات المستعملة غير فعالة في وقتنا هذا بسبب الكم الهائل من الرسائل والمعلومات والاتصالات التي تصلنا إذ لا يمكن تحليلها في آن واحد وهذا ما يؤدي إلى ضياعها، أما في الوقت الحالي تتعامل الشركة في إرسال واستقبال الرسائل عبر تقنية البريد الإلكتروني وبطريقة سريعة وملائمة للاتصال والتواصل مع العملاء والزبائن والموظفين فيما بينهم، ويعد أداة أساسية للتواصل في شركة نפטال وقادرة على توثيق المحادثات والعمل كمستودع للمعلومات قابل للبحث فيه وسهولة حفظها.»<sup>3</sup>

■ «كانت طبيعة الاتصالات قبل إدخال تقنية البريد الإلكتروني بطرق تقليدية عبر البريد والهاتف الثابت والرسائل المكتوبة والفاكس، أما في وقتنا الحالي تتواصل الشركات عبر تقنية البريد الإلكتروني الذي يتم فيه اتصال برسائل

<sup>1</sup> - صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

الكثرونية بين شركة نפטال وشركات أخرى أو ما بين المديرينات، لأنها تقتصر في الوقت وسريعة وموثقة ويتم

إرسال فاتورة السلع والمنتجات الشركة دون تنقل وأيضاً إرسال استفسارات للزبائن والعملاء.»<sup>1</sup>

■ «كانت طبيعة الاتصالات قبل إدخال تقنية البريد الإلكتروني عبر وسائل اتصالية تقليدية كالهاتف الثابت

للشركة والبريد العادي والفاكس والرسائل المكتوبة وبعد ظهور تقنية البريد الإلكتروني بفعاليته الاتصالية وتبينة

أهميته وإضافته في إرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية بشكل فوري وآني في شركة نפטال، وأيضاً سهولة التعامل

مع الزبائن وحل مشاكلهم في وقت قصير بأقل تكلفة خاصة في جائحة كورونا التي تم استعمالها بشكل كبير

بسبب تفشي الوباء.»<sup>2</sup>

■ «كانت طبيعة الاتصالات قبل إدخال تقنية البريد الإلكتروني ضعيفة وثقيلة وساهمت هذه التقنية في لعب دور

أضافة له السرعة والفعالية في إرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية وسهلت مهمة الأداء الموظفين وطريقة التعامل

مع الزبائن والعملاء واستفساراتهم وحل شكوايهم ومشاكلهم بسرعة وبفضلها زادة ثقة الزبائن اتجاه شركة

نפטال.»<sup>3</sup>

### التحليل:

من خلال تحليلنا لهذه الأجوبة نستخلص أن طبيعة الاتصالات قبل إدخال تقنية البريد الإلكتروني كانت بطرق

تقليدية عبر الهاتف الثابت والرسائل المكتوبة والفاكس التي كانت ثقيلة وضعيفة بسبب الكم الهائل من الرسائل

والمعلومات التي يتم استقبالها في وقت واحد، وجاءت هذه التقنية وأثرت على الاتصالات حيث أضافة المايل لها

<sup>1</sup> - هشام نديل، رئيس مصلحة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسساتي، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

السرعة والفعالية في إرسال واستقبال الرسائل الالكترونية بشكل فوري وآني في شركة نפטال وحل مشاكل الزبائن وذلك دون التثقل وفي وقت قصير بأقل تكلفة خاصة في جائحة كورونا.

### 6. مساهمة الوسائل التكنولوجية الرقمية الحديثة في تحسين أداء الوظيفي في مؤسستكم:

- «ساهمت الوسائل التكنولوجية الرقمية الحديثة على الحصول على المعلومة مع ربح الوقت وتساهم في التنظيم الحسن للعمل في محاور البحث عن المعلومة.»<sup>1</sup>
- «الوسائل التكنولوجية الرقمية الحديثة تساهم في تحسين أداء الوظيفي عن طريق التنظيم والتسيير الجيد واختصار الوقت وتحقيق مرونة أكبر وكفاءة أكثر في العمليات وقدرة كبيرة في معالجة البيانات مما يساهم في التطوير والتغيير في أسلوب العمل.»<sup>2</sup>
- «لقد ساهمت الوسائل التكنولوجية الرقمية الحديثة في تحسين أداء الوظيفي للمؤسسة وذلك في انجاز الأعمال بشكل أفضل وتوفير لنا الوقت حتى دون أي مشقة في نقل المعلومات وتساهم بانتعاش وتحريك الثوابت في زيادة روح التفاؤل ضمن تنمية القدرة على الابتكار والتطوير والتحسين والارتقاء إزكاء الرغبات وتنمية الدافع والحافز نحو الارتقاء والتقدم.»<sup>3</sup>
- «نعم الوسائل التكنولوجية الرقمية الحديثة ساهمة في تحسين أداء الوظيفي في المؤسسة عبر توجيه كافة الجهود البشرية والإمكانات المادية باتجاه تحقيق الأهداف المشتركة.»<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - سمير مسعودي، مشرف في مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>4</sup> - مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- «بطبع تساهم الوسائل التكنولوجية الحديثة الرقمية في تحسين أداء الوظيفي في المؤسسة وذلك عن طريق إيصال الرسالة والمعلومة في أقرب الآجال للجهات المعنية.»<sup>1</sup>
- «نعم، قامت الوسائل التكنولوجية الحديثة للاتصال الرقمي بمساهمة في تحسين أداء الوظيفي لمؤسسة نפטال عن طريق رفع جودة الخدمات وكفاءتها من خلال تحسين بيئة العمل وتعزيز قيم الشفافية والمحاسبة والمراقبة لكافة الأعمال من خلال التفاعل والتشارك وأيضا توفير الدعم لعملية التسويق والإنتاج.»<sup>2</sup>
- «الوسائل التكنولوجية الحديثة الرقمية تساهم في تحسين أداء الوظيفي لمؤسستنا في كسب الوقت والسرعة في تسيير العمل.»<sup>3</sup>

### التحليل:

وإجابتا لسئلنا السابق والذي يتمثل في مساهمة الوسائل التكنولوجية الرقمية الحديثة في تحسين أداء الوظيفي في مؤسسة نפטال نجد أن بعض الموظفين رأى أنها تختصر الوقت إيصال المعلومات وتحقق المرونة والتسيير الجيد في بيئة العمل بانتعاش وزيادة القدرة على الابتكار والارتقاء والتقدم من أجل تحقيق الأهداف المشتركة.

<sup>1</sup> - هشام نديل، رئيس مصلحة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - ميليسا حابي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - سميرة عصاد، مؤطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسستي، نفس اليوم، نفس الساعة.

7. الفضاءات الرقمية التي تستعملونها في مؤسستكم:

- «الفضاءات الرقمية التي يتم استعمالها في المؤسسة هي بوابة نפטال [portail.naftal.dz](http://portail.naftal.dz)، موقع نפטال أ ف م [naftalavm.naftal.dz](http://naftalavm.naftal.dz)، صفحة الفيسبوك - Naftal spa نפטال، الدردشة الالكترونية chat عبر موقع الشركة [www.naftal.dz](http://www.naftal.dz)، تطبيق خدمات نפטال Naftal khadamat، الرقم الأخضر 3305»<sup>1</sup>
- «تستعمل مؤسسة نפטال فضاءات رقمية عدة منها: على المستوى الاتصال الخارجي هي موقع نפטال [www.naftal.dz](http://www.naftal.dz)، موقع التواصل الاجتماعي صفحة رسمية نפטال - Naftal spa، وأما على مستوى الاتصال الداخلي بوابة نפטال [portail.naftal.dz](http://portail.naftal.dz)، وموقع خدمة الذاتية نפטال [selfservice.naftal.dz](http://selfservice.naftal.dz)»<sup>2</sup>
- «الفضاءات الرقمية التي يتم استعمالها في المؤسسة هي مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك نפטال - Naftal spa، مواقع الويب، وموقع أوتلوك Outlook»<sup>3</sup>
- «الفضاءات الرقمية التي يتم استعمالها في المؤسسة هي وسائل التواصل الاجتماعي، قناة اليوتوب، ومواقع الويب، وبوابة نפטال [portail.naftal.dz](http://portail.naftal.dz)»<sup>4</sup>
- «الفضاءات الرقمية التي يتم استعمالها في المؤسسة تكمن في المواقع الويب، وسائل التواصل الاجتماعي فايسبوك، وقناة اليوتوب»<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - سمير مسعودي، مشرف في مركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - صفيان زاوي، رئيس قسم الاتصال الرقمي، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - منصف تاغريست، مؤطر الدراسة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>4</sup> - مروان لحول، مكلف بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>5</sup> - ميليسا حاجي، مكلفة بالدراسة والعلاقات العامة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

■ «الفضاءات الرقمية التي يتم استعمالها في المؤسسة صفحة الفيسبوك نפטال- Naftal spa، مواقع الويب، أجهزة الحاسوب.»<sup>1</sup>

■ «الفضاءات الرقمية التي يتم استعمالها في المؤسسة هي أنظمة الشبكات وأجهزة الحاسوب وأوتلوك Outlook.»<sup>2</sup>

### التحليل:

إذن من خلال المعلومات المقدمة من طرف هؤلاء الموظفين فنجد أنه بفضل التقدم العلمي والثورة التكنولوجية التي نشهدها، وأصبحت هذه المواقع والشبكات تمارس دورًا جوهريًا في إثارة اهتمامات الجمهور في استقاء معلوماته منها والتطبيقات الجديدة هي مصدرًا رئيسيًا حيث يتم من خلالها توفير لمستخدميها الزبائن وعملاء الشركة من فرصة الحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار.

### 8. ردود فعل الزبائن حول التقنيات الجديدة:

■ «اهتمامات الزبائن بالتقنية الجديدة للاتصال الرقمي شهد في ارتفاع بالنسبة لسنوات الماضية التي تم إطلاقها، إذ سهلت عليهم تعاملها مع شركة نפטال ليتمكنوا من الحصول على المعلومات دقيقة حول احتياجاتهم الخاصة من العمليات الشرائية الإلكترونية التي تتم بطرق سريعة وآنية، كذلك بتزويدهم بالاستفسارات حول البطاقات الإلكترونية لتعبئة الوقود وكيفية استخدامها، قابلين لهذه تقنية التكنولوجية الجديدة، وهناك البعض لم يرضى بهذه التقنية نظرا إلى ظروف الزمان والمكان.»<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - هشام نديل، رئيس مصلحة، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - سميرة عصاد، موطرة الدراسة والاتصال الخارجي والمؤسساتي، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>3</sup> - رضا بوجاوي، مكلف بالاتصال بمركز الاتصالات العاصمة، نفس اليوم، نفس الساعة.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- «بالرغم من اهتمام الزبائن من التقنية الجديدة للتكنولوجية الرقمية ورضاهم بهذه التكنولوجية في شركة نפטال، لأن لها دور هام لحل مشاكلهم والإجابة على أسئلتهم وتزويدهم بالمعلومات التي يريدونها في وقت قصير، وهناك البعض غير قابلين بهذه التقنية نظرا إلى ظروف الزمان والمكان، مثلا سعة الانترنت في بعض الولايات الجنوب غير متوفرة أي مشكل في التدفق.»<sup>1</sup>
- «ردود فعل الزبائن حول التقنيات الجديدة للاتصال الرقمي في شركة نפטال، محل اهتمام هؤلاء العملاء وفي تزايد وذلك لدور الفعال الذي تلعبه هذه التقنيات والتسهيلات من حصول الزبون وتطلعه على تشكيلة وخدمات ومعلومات التي تتناسب بما يريدتها في ظرف وجيز، وهذا يهدف لتحقيق التفاعل والاستجابة أكبر بين الشركة والزبائن لتلبية رغباتهم ورضاهم.»<sup>2</sup>

### التحليل:

من خلال الأجوبة التي أمامنا نستطيع أن نحدد اهتمامات ودور العملاء لشركة نפטال حول التقنيات والوسائل التكنولوجية الرقمية الحديثة والتي هي دليل على حقيقة لتمكين الاقتصادي للشركة لتشكيل خدمات متعددة ومعلومات هائلة لتحقيق الأهداف والفعاليات في ظرف وجيز.

<sup>1</sup> - سمية غزالي، مكلفة بالاتصال بمركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

<sup>2</sup> - جميلة شرحي، مكلفة بالاتصال بمركز الاتصالات، نفس اليوم، نفس الساعة.

❖ نتائج العامة للدراسة.

– النتائج الجزئية للدراسة:

من خلال أسئلة المقابلة التي أقيمت حول الموظفين في مركز الاتصالات والمديرية العامة للشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة في محاولة إلقاء الضوء على الاتصال الرقمي وأهم تقنيات وسائل التكنولوجيا الرقمية المستخدمة، ومن نتائجها مايلي:

1. إن العلاقات العامة متناسقة مع المضامين الاتصالية وذلك باستعمال مختلف تكنولوجيا الاتصالية الرقمية، وتنشأ علاقة ترابط بين المؤسسة والزبائن وبين العمال على اختلاف مستوياتهم بهدف سيرورة الانشطة التسويقية للمؤسسة لفائدة منتجاتها وتحسين واكتساب سمعتها إلى الجمهور الخارجي.
2. تعتبر الأهداف المسطرة لدى شركة نفطال والتي تسعى دائما من استخدام علاقاتها مع جمهورها الخارجي لاكتساب صورة ذهنية لائقة والتعرف أكثر على منتجاتها.
3. دور التقنيين والمتخصصين في احتياطات حماية الشبكات الاتصالية لشركة نفطال إذ لديها شراكات مع شركات كبرى مختصة بحماية الانظمة الالكترونية المعلوماتية من القرصنة وإتلاف الشبكات المعلوماتية والاتصالية.
4. كما حال لكل مؤسسات الاقتصادية لها استراتيجية تابعة لها، فإن شركة نفطال تخضع لاستراتيجية مخطط لها مسبقا لأهداف بعيدة وقريبة لتسهيل تنظيم مهام الشركة وتوضيح رؤية مستقبلية خاصة في تكنولوجيا الاتصالات الرقمية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

5. تعتبر التحديات والرهانات الاتصال الرقمي في شركة نפטال في التوافق بالتنسيق بالوسائل مع تكنولوجيا الاتصال الرقمية لحل مشاكل وشكاوي العملاء بكل سهولة في وقت قصير من أجل طريق تقديم الخدمات والمنتجات بجودة عالية.
6. أسباب ودوافع تحول الشركة رقميا كانت الضرورة الحتمية من اجل مواكبة العصرنة حيث يعد تحديا رئيسيا وفرصة فريدة لتقديم خدمات سريعة للمتعاملين، إذ أصبح استثمار مريح وميزة تنافسية للمؤسسات والشركات الاقتصادية للانتقال من الطابع المادي إلى اللامادي وكذلك رقمنة الملفات من أجل الأرشيف للحفاظ وتأمين كل المعلومات المتعلقة بالشركة.
7. استفاد مركز الاتصالات بشركة نפטال من التحول الرقمي في رفع الكفاءة الاتصالية الداخلية والخارجية للمؤسسة، وكذلك الوصول بشكل أوسع للجمهور دون بذل جهد كبير مع توفير التكلفة.
8. إن التكنولوجيا الرقمية حسنت صورة المؤسسة وذلك بتقوية سمعة المؤسسة والمحافظة عليها في ترسيخ صورة ذهنية عنها لدى جمهور خصوصا وأن هذه المؤسسات تعيش في عصر اقتصاد السوق الذي تحكمه دواليب المنافسة التامة الذي يتطلب الجودة العالية في الترويج والتفاعل في مختلف المواقع وشبكات الاجتماعية لتحقيق رفاهية الزبائن.
9. تتمثل الآفاق المستقبلية من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والرقمية منها في شركة نפטال حسب الأجابة التي تم تقديمها تكمن في مواكبة العصرنة والتطور في مجال التكنولوجيا كميزة تنافسية مستدامة وذلك بالتوفير بنية رقمية ونظم اتصالات جيدة تتماشى مع التغييرات الهائلة التي تحصل في البيئة الخارجية ورفع تحديات جديدة لنمو والتميز وأيضا لعصرنة التسيير ورفع الاقتصاد الوطني وتصدير مختلف منتجاتها للخارج.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نفطال.

10. تبين لنا أن صورة المؤسسة في الفضاء الرقمي في تطور مستمر على المستوى الداخلي والخارجي حيث حققت نجاحات كبيرة وإزدهارات كثيرة وهذا راجع للتقنيات والوسائل الحديثة التي مكنتها عبر مختلف الإشهارات والإعلانات عبر المواقع الالكترونية للإستمراريتها مما خلق لها سمعة قوية للمحافظة على المكانة والريادة للبلوغ الأسواق العالمية.

11. بعد دخول المستثمرين الأجانب إلى الجزائر أدى إلى ضرورة ولوج المؤسسات الجزائرية عالم المنافسة، في مرحلة جديدة ألا وهي مرحلة اقتصاد السوق وبالتالي لا بد عليها من تطبيق إستراتيجيات تسويقية واتصالية فعالة حتى تحقق الريادة وتحافظ على بقائها هذا من جهة ومن جهة أخرى المحافظة على المستهلكين العالين والمرتبين بتقديم منتوجات عالية الجودة وأسعار مناسبة للجميع.

12. إن التقنيات والتطبيقات الاتصال الرقمي المستخدمة بمركز الاتصالات في المديرية العامة لشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة متعددة ومن أبرزها الرقم الأخضر 3305 لاستقبال المكالمات الخارجية، ونجد أيضا وسيلة البريد الالكتروني e-mail لاستقبال الوثائق والمعاملات الخارجية، نفطال خدمات تطبيق على هاتف المحمول لتسويق للمنتجات وتقديم الخدمات، تطبيق بوابة نفطال الذي يقوم بالاتصال بين الموظفين والإدارات المختلفة، موقع الواب الخاصة بالشركة للدردشة [www.naftal.dz](http://www.naftal.dz)، وموقع أوتلوك Outlook، تقنية الرسائل الصوتية وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي صفحة الفايسبوك وتهدف هذه التقنيات والتطبيقات إلى تعزيز العلاقات والثقة مع زبائنها وبين الناس.

13. إن التقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نفطال فعالة ومؤثرة لزيادة كفاءتها التنظيمية وذلك من خلال التسيير والتنسيق الفعال وتسهيل مهمة الرقابة واتخاذ القرارات لرفع معنويات العاملين فيها، وكذلك في تنظيم عملية تواصل وتبادل المعلومات والملفات مع تقليص في زمن معالجتها بين الموظفين مع مختلف المديرينات والفروع الموجودة في التراب الوطني من أجل التحقيق الأهداف المسطرة.

14. ساهمت الوسائل التكنولوجية الرقمية الحديثة في تحسين أداء الوظيفي في مؤسسة نفطال نجد أن بعض

الموظفين رأى أنها تختصر الوقت إيصال المعلومات وتحقق المرونة والتسيير الجيد في بيئة العمل بانتعاش

وزيادة القدرة على الابتكار والارتقاء والتقدم من أجل تحقيق الأهداف المشتركة.

## – النتائج العامة.

من خلال دراستنا والتي تهدف إلى الكشف عن أهمية الاتصال الرقمي في زيادة التنظيمية في المؤسسة

الاقتصادية الجزائرية، بعد تحليل المعلومات والمعطيات المحصل عليها من خلال الاعتماد على المقابلات

والملاحظات الميدانية بمركز الاتصالات للمديرية العامة لشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة، توصلنا إلى

جملة من النتائج أهمها:

■ تكمن أهم تقنيات وتطبيقات الاتصال الرقمي المستخدمة بمركز الاتصالات في المديرية العامة لشركة نفطال

بولاية الجزائر العاصمة منها: الرقم الأخضر 3305، وموقع الدردشة والبريد الإلكتروني والرسائل الصوتية... الخ

من التقنيات التي تلعب دور مهم في مركز الاتصالات.

■ تحديات ورهانات الاتصال الرقمي على مستوى الشركة تظهر في مجهودات وطرق تقديم خدمات ومنتجات ذات

جودة عالية وتحقيق الرفاهية للعملاء، وتجنب كل مخاطر وسائل التكنولوجيا الرقمية وقدرة إيجاد حلول لشكاوي

العملاء بكل سهولة.

■ إن تقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نفطال مؤثرة لزيادة كفاءتها التنظيمية وذلك بالتسهيل عملية

الولوج إلى المعلومات والملفات الخاصة بالمؤسسة وتبادلها بين الموظفين والمديريات بالإضافة إلى مرونة العمل

التواصل مع مختلف الفروع المتواجدة في مختلف ربوع الوطن.

## الإطار التطبيقي: الاتصال الرقمي وتحسين الزيادة التنظيمية في مركز الاتصالات لشركة نפטال.

- استفاد مركز الاتصالات بالشركة نפטال من التحول الرقمي في الرفع الكفاءة وتحسين الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسة، بالتوسع والانتشار في نطاق أوسع للوصول إلى العملاء والجمهور حيث وفّر التكلفة والجهد بشكل كبير، وتكمن انعكاساته على الأداء الوظيفي في هذا المركز من خلال سرعة الحصول على المعلومة وتبليغها، وأيضاً قام بتحسين جودة الخدمات المقدمة للمستخدمين.
- أن التقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال فعالة ومؤثرة لزيادة كفاءتها التنظيمية من خلال التسيير الفعال والتنسيق بين الإدارات والمديريات والفروع الموجودة في التراب الوطني في تنظيم عملية تواصل وتبادل المعلومات والملفات وذلك لتسهيل مهمة الرقابة واتخاذ القرارات لتحقيق الأهداف المسطرة.
- لقد ساهمت الوسائل التكنولوجية الحديثة الرقمية في تحسين أداء الوظيفي للمؤسسة الاقتصادية وذلك في إنجاز الأعمال بشكل أفضل وتوفير الوقت في نقل المعلومات وتساهم بانتعاش وتحريك الثوابت في زيادة روح التفاؤل ضمن تنمية القدرة على الابتكار والتطوير والتحسين والارتقاء إزكاء الرغبات وتنمية الدافع والحافز نحو الارتقاء والتقدم.
- يخضع الاتصال الرقمي على مستوى شركة نפטال بولاية الجزائر العاصمة للإستراتيجية مخطط لها بما له من مشروع ضروري وذلك بإتباع خطة وأهداف بعيدة وقريبة وأن هذه الإستراتيجية اللازمة التي تهيئ رؤية واضحة للمستقبل الشركة وبفضل هذه تسهل العمل للموظفين وسرعة الاتصال والتواصل بين العالم الخارجي.
- تتمثل مخاطر الاتصال الرقمي لشركة نפטال في عدم وجود بنية تحتية لمجتمع معلوماتي وتكنولوجي الذي يسمح للانترنت بتسريب المعلومات والوثائق وتهدد الخصوصية والسرية بشكل كبير وقد تُخترق وتتجسس على الرسائل الإلكترونية وقابلية تزويرها مما يؤدي إلى تقليل الشفافية في العمليات وعدم القدرة الشركة في القضاء على القرصنة الإلكترونية في حماية بياناتها الخاصة والمعلومات المخزنة ذلك إلى تعرضها للتهديدات الداخلية والخارجية.

خاتمة

### خاتمة:

تطرقنا في بحثنا من خلال دراستنا على أهمية الاتصال الرقمي دوره في تحسين التنظيمية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بالمركز الاتصالات لمديرية العامة في شركة نפטال في الجزائر العاصمة واتضح لنا أن الاتصال الرقمي أثر بشكل كبير في تحسين الاتصالات الداخلية و الخارجية للمؤسسة، وعمل على تطوير عمليات التنظيم الإداري واستمرارها في ظروف الانفتاح والعالمية، ودورها في رفع كفاءة الأداء المهني وتحسينه.

ويمكن القول بأن من خلال هذه الدراسة تم التعرف على أهم وسائل الاتصالية الرقمية الحديثة المستخدمة في المؤسسة والصعوبات التي تواجه العاملين عند استخدامها وتأثيرها على أدائهم المهني، وتم تحقيق هذه النتائج من خلال استخدام أدوات متعددة لجمع البيانات وتحليلها.

وفي الأخير يمكننا الإجابة على السؤال الرئيسي لدراستنا هذه ونقول أن الاتصال الرقمي على مستوى مركز الاتصالات لشركة نפטال لولاية الجزائر العاصمة ساهم في الزيادة التنظيمية من خلال تحسين أساليب الاتصال الداخلي وهذا بفضل توفير كفاءات ذوي مستوى تعليمي عالي لها استعداد لتبني التحولات والتطورات التكنولوجية للاتصال الحديثة وتوظيفها في العمل.

قائمة المصادر

و

المراجع

### • مراجع بالغة العربية:

➤ الكتب:

- (1) أبو السعود إبراهيم، تكنولوجيا الاتصال ووسائله الحديثة، شركة الإسلام مصر للطباعة، مصر، 2002.
- (2) أحمد فرج أحمد، الرقمنة داخل مؤسسات المعلومات أم خارجها، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد4، 2009.
- (3) أحمد محرز، القانون التجاري الجزائري، مطابع سجل العرب، الجزء 1، طبعة2، الجزائر، 1980.
- (4) أنجرس موريس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006.
- (5) إبراهيم بكر نجلاء محمد، مبادئ الاقتصاد، نيويورك للطباعة و التغليف.
- (6) إحسان محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة للنشر، بيروت، 1982.
- (7) إمري إدوين، أولت فليب، آبي وارين، تر إبراهيم سلامة إبراهيم، الاتصال الجماهيري، المشروع القومي للترجمة، ط2، القاهرة، 2000.
- (8) الحيلة محمد محمود، تصميم و إنتاج الوسائل التعليمية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2000.
- (9) الدلق إبراهيم، الشولي هاشم، صلاح الدين الحاج احمد، أسامة طه، محمد يوسف حسين، الاتصالات، مركز المناهج، فلسطين، 2006.
- (10) الساعي ندى، وسائل الاتصال الإلكترونية، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
- (11) السالمي علاء عبد الرزاق، تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر و التوزيع، ط2، عمان، 2002.
- (12) الشريف عبد العزيز، الإعلام الإلكتروني، دار يافا العلمية للنشر و التوزيع، الأردن-عمان.

## قائمة المصادر و المراجع

- (13) الطائي حميد، العلاق بشير، أساسيات الاتصال نماذج و مهارات، دار اليزوري لنشر و التوزيع.
- (14) العديلي مُجّد ناصر، السلوك الإنساني و التنظيمي، منظور كلي مقارن، معهد الإدارة العامة، الرياض، 1993.
- (15) العلاق بشير عباس، دليل كتابة التقارير، دار العربية للموسوعات، بيروت، لبنان، 1986.
- (16) العلي رضوان مفلح، يوسف مصطفى، خلدون أحمد نيرمين، مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن-عمان، 2016.
- (17) المفلح خضرة عمر ، الاتصال مهارات و نظريات وأسس عامة، دار مكتبة الحامد للنشر و التوزيع، 2015.
- (18) المشاقبة بسام عبد الرحمن، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن-عمان، 2015.
- (19) المغزي كمال مُجّد، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان.
- (20) بارعة شقير، شيخاني سميرة، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، جامعة دمشق، 2005.
- (21) برنامج قدرتك على القيادة في المجتمع، دليل تدريب المرأة، مركز الكتبي للبحوث و التدريب، عمان، 2002.
- (22) بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجماعية، 2005.
- (23) حسين علي مُجّد، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، دار البيان للطباعة والنشر، طبعة2، القاهرة، 2006.

## قائمة المصادر و المراجع

- (24) حمزة رزيقات مريم، المحاضرات والتطبيقات، في قسم علم المكتبات والعلوم الوثائقية، لسنة الأولى ماستر علم الأرشيف، جامعة أحمد بن بلة، وهران.
- (25) خضير البياتي ياس، الاتصال الرقمي أمم صاعدة و أمم مندهشة، دار البداية ناشرون و موزعون، عمان، 2015.
- (26) خلف ياسر عبد الرحمن، تكنولوجيا الإعلام و الاتصالات، الجنادرية للنشر و التوزيع، الأردن-عمان، 2017.
- (27) خليف عيسى، مقياس اقتصاد المؤسسة، مكتبة المنار، الجزائر.
- (28) دليو فضيل، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط4، الجزائر، 2013.
- (29) سعيد عيشور نادية، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة راس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017.
- (30) سلمان المشداني سعد، مناهج البحث العلمي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017.
- (31) سلمان المشداني سعد، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن-عمان، 2019.
- (32) طاه فرج عبد القادر، علم النفس الصناعي و التنظيمي، دار المعارف القاهرة، طبعة6.
- (33) طبت ياسر عبد الله، العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية، مطبعة أبو عمار لنشر و التوزيع، 2019.
- (34) عبد الباقي صلاح الدين مُجَّد، السلوك الإنساني في المنظمات، دار الجامعية، القاهرة، 2000.
- (35) عبد الحميد مُجَّد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2003.
- (36) عبد الحميد مُجَّد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004.

## قائمة المصادر و المراجع

- (37) عبد الهادي مُجَّد فتحي، رقمنة الدوريات العربية، دار الكتب المصرية، مصر، 2011.
- (38) عبد الواحد أمين رضا، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2007.
- (39) عبد الوهاب علي مُجَّد، إدارة الأفراد منهج التحليلي، منظمة الإدارة و الناس، طبعة 2، مكتبة عين الشمس، القاهرة، 1975.
- (40) عزت عطوي جودت، أساليب البحث العلمي، دار الثقافة و دار الدولية للنشر، الأردن، 2000.
- (41) عزت مُجَّد فريت، إدارة المؤسسات الإعلامية، العربي لنشر و التوزيع، القاهرة، 1994.
- (42) عقيل حسين، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة ديولي، القاهرة، 1999.
- (43) عودة الشمالية ماهر، عزت اللحام محمود، يوسف كافي مصطفى، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي، عمان، 2014.
- (44) عوض منصور، سلمان جمال، البريد الإلكتروني مع النوافذ، دار النشر، عمان، 1996.
- (45) غنایم عمرو، الشرقاوي علي، تنظيم و إدارة الأعمال، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت، 1982.
- (46) فؤاد النمر مُجَّد صبري، أساليب الاتصال الاجتماعي، المكتب العلمي لنشر و التوزيع، الإسكندرية، 1999.
- (47) لطفي طلعت إبراهيم، مدخل إلى علم الاجتماع، مكتبة غريب، القاهرة، 1993.
- (48) مبروك إبراهيم السعيد، الاتصال الإداري و إدارة المعرفة بالمكتبات و مرافق المعلومات، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، 2013.
- (49) محمود الحسن عيسى، الترويج التجاري للسلع و الخدمات، دار الزهراء للنشر و التوزيع، عمان، 2010.

## قائمة المصادر و المراجع

- (50) مُجَّد هاشم إسماعيل، المدخل إلى أسس علم الاقتصاد، المكتب العربي الحديث إسكندرية، مصر، 1972.
- (51) محريق بن الجيلاني فوزي، مدخل للاقتصاد المؤسسة، مطبعة الرمال، الوادي، الجزائر، 2020.
- (52) مصباح عمار، منهجية البحث في العلوم السياسية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2018.
- (53) مكاوى حسن عماد، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993.
- (54) منصر هارون، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، المسائل النظرية والتطبيقية، دار الألفية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
- (55) نبيح أمينة، الاتصال الرقمي و الإعلام الجديد موقع Facebook نموذجاً، دار غيداء للنشر و التوزيع، عمان، 2018.
- (56) يس عامر، الاتصالات الإدارية و المدخل السلوكي لها، دار المريخ، الرياض، 1986.
- (57) يس نجلاء أحمد، الرقمنة وتقنياتها في المكتبات العربية، العربي للنشر والتوزيع.
- (58) يسرى خالد إبراهيم، وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الإيماء المعرفي، دار النقاش لنشر وتوزيع، الأردن، 2014، ص 299، نقلاً عن مُجَّد عبد الحميد، البحث العلمي في دراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- (59) يسرى عامر، الاتصالات الإدارية و المدخل السلوكي لها، دار المريخ، الرياض، 1986.
- (60) يوسف كافي مصطفى، عزت اللحم محمود، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

## قائمة المصادر و المراجع

### ➤ المعاجم و القواميس:

- (1) عبد الكافي إسماعيل عبد الفتاح، معجم مصطلحات عصر العولمة، القاهرة، مصر، 2003.
- (2) جبران مسعود، الرائد معجم لغوي عصري، دار العلم الملايين، بيروت، لبنان، 1992.

### ➤ الرسائل و الأطروحات الجامعية:

- (1) أحلام محيي، تقييم المؤسسة من وجهة نظر البنك، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006-2007.
- (2) أحمد عاشور ياسين عرفات، دور الاقتصاد في نشر الدعوة الإسلامية في ضوء السنة النبوية، رسالة ماجستير، كلية الشريعة، في الحديث و علومه، جامعة لأزهر، غزة، 2016.
- (3) أسماء برداعي، أسماء بقادر، دور الاتصال الرقمي في الترويج للخدمات الفندقية، شهادة ماستر، قسم العلوم الإنسانية و الإسلامية، في الصحافة الإلكترونية و المطبوعة، جامعة أحمد درارية، أدرار، 2019-2020.
- (4) أمينة قدايفة، أثر تكنولوجيا المعلومات على المزيج التسويقي، أطروحة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، في الإدارة التسويقية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2013-2014.
- (5) إسرائ لعرافي، خديجة زوالي، الاتصال الرقمي و دوره في تحصيل طلبة الإعلام و الاتصال الرياضي بالمسيلة، شهادة ماستر، قسم الإعلام و الاتصال الرياضي، في الإعلام رياضي السمعي، جامعة مُجَّد بوضياف، مسيلة، 2020-2021.
- (6) إسماعيل عبيد، ياسين بن كعبيش، واقع الاتصال الرسمي في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة ماستر، قسم العلوم الإنسانية، جامعة عبد الحميد بن باديس، 2018-2019.

## قائمة المصادر و المراجع

- (7) المهدي الذهبي أمجد السباعي، مُجد معمرى، الاتصال الرقمي في المؤسسات التعليم العالي، شهادة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، في الصحافة المطبوعة والإلكترونية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2018-2019.
- (8) بوغيط جمال الدين، الاتصال التنظيمي و علاقته بالأداء الوظيفي، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، 2008-2009.
- (9) جميلة سالم عطية، الثورة المعلوماتية وإشكالية بناء وتداول الخطاب اللغوي والبصري، رسالة ماجستير، كلية علوم الإعلام والاتصال، في سيميولوجيا الاتصال، جامعة الجزائر3، 2013-2014.
- (10) حموش مديحة، الاتصال الرقمي وتأثيره على الأداء الوظيفي، شهادة ماستر، قسم العلوم الإعلام والاتصال، في اتصال و علاقات عامة، جامعة مُجد بوضياف، المسيلة، 2019-2020.
- (11) حورية بولعويديات، استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير في الاتصال و العلاقات العامة، جامعة منتوري، قسنطينة.
- (12) حياة غجميس، سياسة الاتصال و التسويق في المؤسسة الاقتصادية، شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، في اقتصاد وتسيير المؤسسات، جامعة مُجد خيضر، بسكرة، 2018-2019.
- (13) رحيم لطيفة، واقع تطبيق الحوكمة في المؤسسات الاقتصادية، شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسة ، جامعة مُجد خيضر بسكرة، 2018-2019.
- (14) رضا نبائس، واقع العلاقات العممة في المؤسسة الصناعية الجزائرية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، في وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007-2008.

## قائمة المصادر و المراجع

- (15) ريم فتيحة قدوري، دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والإسلامية، في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة أحمد بن بلة، وهران، 2017-2018.
- (16) سعاد صياد، فعالية الاتصال المؤسساتي في التعريف بهوية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، شهادة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، في اتصال و علاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2018-2019.
- (17) سفيان كوديد، اقتصاد المؤسسة، محاضرات، لطلبة السنة الثانية علوم اقتصادية وعلوم التسيير و العلوم المالية والمحاسبة، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تموشنت، 2018-2019.
- (18) سليمة عبدي، المسؤولية الجنائية لمسير المؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، في قانون جنائي، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2017-2018.
- (19) سهيلة بن الموقف، أثر تقلبات معدل الفائدة على أداء المؤسسة، شهادة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2005-2006.
- (20) شوقي شادلي، تحليل العوامل المؤثرة على درجة توجه عينة من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، في تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016-2017.
- (21) صبرينة رماش، الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة الدكتوراه، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2008/2009.
- (22) عبد الله ثاني مُجدّ النذير، القيادة الإدارية و علاقتها بمشروع إستراتيجية الاتصال بالمؤسسة العمومية الاقتصادية الجزائرية، مذكرة الماجستير، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة إلسانية، وهران، 2009-2010.

## قائمة المصادر و المراجع

- (23) عبد الغاني لمقدم، عبد الفتاح مدلل، الرقمنة كمدخل لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر، شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، في سياسة عامة وإدارة محلية، جامعة الوادي، 2016-2017.
- (24) عسنون نصيرة، بورعدة فتيحة، واقع الاتصال الداخلي و الخارجي في المؤسسة، مذكرة ماستر، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2017-2018.
- (25) عمار عرباني، أثر المحيط الدولي على إستراتيجية التسويق في المؤسسة الجزائرية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008-2009.
- (26) عامر شرف طيب أليشيشاني، أثر تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات المتطورة في اكتساب ميزة تنافسية، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة آل البيت، الأردن، 2004.
- (27) عيسات منوبة، أثر إستخدام التكنولوجيا الحديثة في تأهيل المورد البشري و تحسين الأداء الوظيفي، شهادة ماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، في التنظيم سياسي وإداري، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2019-2020.
- (28) فريدة بوقردون، ياسمين بوتاتة، معوقات الاتصال التنظيمي في المؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية، شهادة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، في تنظيم و عمل، 2014-2015.
- (29) فريدة جعالة، الاتصال الداخلي و دوره في إنجاح التغيير التنظيمي، رسالة ماجستير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2012-2013.
- (30) فاطمة هوارى، التكنولوجيا المعلومات و الاتصال كمدخل تفعيل التطوير التنظيمي في منظمات الأعمال، أطروحة الدكتوراه غير منشورة، تخصص إدارة المنظمات كلية الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة زيان عاشور الجلفة.

## قائمة المصادر و المراجع

- (31) فاطمة طويهي، أثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية التجارة وعلوم التسيير، في التسويق، جامعة وهران2، 2014-2015.
- (32) فائزة موسى، الاتصال المؤسسي، رسالة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2012-2013.
- (33) فوزية صادقي، دور الرقمنة في تحسين الخدمة العمومية بالجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعي البصري، جامعة قسنطينة3، 2020-2021.
- (34) قواسم بن عيسى، الفجوة الرقمية و المعلوماتية بين الدول العربية، رسالة ماجستير، في العلوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الإنسانية و الحضارة الإسلامية، جامعة وهران، 2006-2007.
- (35) كريمة جلال، دراسة مدى فاعلية إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مجال التسويق، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2020-2021.
- (36) كريمة قلقول، واقع الاتصال الرقمي في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة ماستر، في اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة مُجَّد بوضياف، المسيلة، 2019-2020.
- (37) لطيفة بكوش، المؤسسة الاقتصادية و دور الدولة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة مُجَّد خيضر، بسكرة، 2007-2008.
- (38) لعجال عبد الوهاب، غزال سمية، الاتصال الرقمي داخل المؤسسات الإعلامية الجزائرية، مذكرة ماستر، في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة مُجَّد بوضياف، المسيلة، 2021.

## قائمة المصادر و المراجع

- (39) منال بنخب، وسام بلخياط، واقع الاتصال الداخلي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة ماستر، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2017-2018.
- (40) نور الدين بشاخ، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تحسين تنافسية المؤسسة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2009-2010.
- (41) نور الدين مبني، الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008-2009.
- (42) هناء عبداوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية، أطروحة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وتجارية وعلوم التسيير، في تسيير المنظمات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016.
- (43) وسيلة بن سعد، تقييم المؤسسة ودوره في تحقيق ميزة تنافسية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة جيلالي لياس، سيدي بلعباس، 2015-2016.
- (44) وهيبه بلحاجي، الاتصال المؤسسي وعلاقته بتنفيذ عملية التشريع حالة المجلس الشعبي الوطني، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002-2003.

### ➤ المجلات و الملتقيات:

- (1) أرجيلوس رحاب، تسريح العمال لأسباب اقتصادية في التشريع الجزائري، مجلة الحقيقة للعلوم الاجتماعية و الإنسانية، المجلد 19، العدد 03، سنة 2020.
- (2) إيمان مُجّدية، تكنولوجيا الحاسوب واستخداماته في التدريس الجامعي، الملتقى الوطني الثاني حول الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي 5-6 مارس 2014، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
- (3) بوفاسة سليمان، لجنة التدقيق كمدخل لتنفيذ الحوكمة و رفع جودة التدقيق في المؤسسة، المجلة الجزائرية للاقتصاد و المالية، العدد3، أبريل 2015.
- (4) حسان خبابة، دور أهمية الاتصال في المنظمات، مجلة وحدة بحث تنمية الموارد البشرية، سطيف2.
- (5) خالد قاشي، رابح درام، أثر المؤسسات على صورة المؤسسات الجزائرية في الخارج، مجلة اقتصاديات المال و الأعمال JFBE، العدد7، سبتمبر2018.
- (6) دلال جابري، إشكالية ثقافة المؤسسة في المؤسسة الجزائرية بين الثقافة التقليدية والتصنيع، مجلة أفكار وآفاق، المجلد10، العدد3، السنة2022.
- (7) سعيدة حبي، القيادة التشاركية في ظل مراحل تسيير المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة المعيار، مجلد 25، عدد58، سنة2021.
- (8) سلطان هودة قدوري، مُجّد بن سعيد، دورة حياة المؤسسة الاقتصادية وأثرها على استخدام نظام التكاليف على أساس الأنشطة-Abc-، مجلة دفاتر اقتصادية، مجلة 5، عدد 1، سنة 2014.
- (9) عبد الرؤوف فهدى، إدريس بولكعبيات، الاتصال الحديث في المؤسسة الجزائرية و التوجه نحو الرقمنة، مجلة البدر، المجلد9، العدد11، سنة2017.

## قائمة المصادر و المراجع

- 10) عبد الكريم علي جبر الديسي، دور وسائل الاتصال الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي، مجلة الاتصال و التنمية، العدد7، أكتوبر 2012.
- 11) فتيحة قاسم، التفاعل الاجتماعي بالمؤسسات:الاتصال التنظيمي، مجلة الحقوق و العلوم الإنسانية، العدد 23، جوان 2015.
- 12) فتيحة مُجدي، تحسين الأداء الوظيفي من خلال الاتصال الداخلي في المنظمة، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد15، العدد2، سبتمبر 2021.
- 13) فريدة بن عمروش، الاتصال الرقمي وفق منظور مقترح الاستخدامات و الإشباعات، مجلة المعيار، مجلد25، عدد54، الجزائر3، 2021.
- 14) لبنى سحر فاري، تحت عنوان دراسة تحليلية لمحددات نجاح التحول الرقمي في الشركات، المجلد الجزائرية للاقتصاد و المالية، العدد 15، 2021.
- 15) مُجّد ذيب، فعالية نظام التقييم الأداء المؤسسي و آثارها في التميز التنظيمي، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الأردن، المجلد 9، العدد 4، 2013.
- 16) مُجّد طرشي، مُجّد تفرورت، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية في منظمات الأعمال العربية، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في المنظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة يومي 13-14 ديسمبر 2011، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف
- 17) مهدي هامل، الاتصال الخارجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة دراسات، ا لعدد6، ديسمبر 2014.
- 18) هاني عرب، محاضرات السلوك الإنساني في المنظمات، ملتقى البحث العلمي.

19) هبة مُجَّد وهي مُجَّد الدالي، الكاريكاتير بين النشأة و التطور، المجلة الدولية للدراسات متعددة التخصصات في الفن و التكنولوجيا، المجلد3، العدد2، سنة2020.

### • المراجع باللغة الفرنسية:

- 1) Annie Foujols, Etude preable a la mise en place d'un intranet, Dess en ingéniere documentaire, Université Claude Bernard, Lyon, 1999-2000.
- 2) Belaid Mc, La communication professionnelle, Les éditions pages bleues internationales, 2016
- 3) Christophe Schiffers, Patrick Thonart, Techniques de Communication, Coleacp-manuel-6, Belgique.
- 4) Dictionnaire d'économie et de sciences sociales, Editions Nathan, Paris, 2007.
- 5) Eva Delacroix, Alain Debendetti, Ouidade Sabri, Marketing, Dunod, Paris, 2009.
- 6) Fanelly Nguyen Thamh, La Communication une stratégie au service de l'entreprise, Les édition écomomica, Paris, 1991.
- 7) Institution, Dictionary.com, Retrieved, 24-2-2017, Edited.
- 8) Gaëlle Boulbry, La petit communication, Dunod, Paris, 2016.
- 9) Marie Hélène Westphlen, Communication, Troisième édition, Dunod édition, Paris, 1998.
- 10) Microsoft, Computer Basics Student Edition Complete, Custom Guide, 2003.

- 11) Noui Rabah, Messahli Katia, Les entreprise Algérienne et la Communication, Revue recherche économique contemporaine, Vol 04, N2, 2021.
- 12) Thierry Libaert, Marie-Hélène Westphalen, la communication externe des entreprises, Dunod, 4eme édition, Paris, 2014.

➤ المواقع الإلكترونية:

1) معوقات تفعيل الاتصال المؤسسي في المؤسسات، يوم النشر 2019/11/25، يوم الإطلاع 2022/07/09، على الساعة 19:30، على موقع الإلكتروني

[.https://Nalthayt.blog.com](https://Nalthayt.blog.com)

- 2) [www.Larousse.Fr/Dictionnaires/Français/pratique/63256](http://www.Larousse.Fr/Dictionnaires/Français/pratique/63256).
- 3) [https://unamsa.edu/pdf/comm/Comunicacion\\_Institucional\\_2013\\_english.pdf](https://unamsa.edu/pdf/comm/Comunicacion_Institucional_2013_english.pdf).
- 4) <https://www.yefien.com/les-avantages-de-la-communication-digitale-pour-une-entreprise>.
- 5) <https://tech.mawdoo3.com/b/>مزايا و عيوب الاتصال الرقمي
- 6) [www.ar.m.wikipedia.org](http://www.ar.m.wikipedia.org).

الملاحق



جامعة مولود معمري تيزي وزو.

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية.

قسم علوم الإعلام و الاتصال.

تخصص اتصال تنظيمي.



استمارة مقابلة حول موضوع:

أهمية الاتصال الرقمي في زيادة الكفاءة التنظيمية بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية

دراسة حالة في مركز الاتصالات للمديرية المركزية لشركة الوطنية لتسويق و التوزيع المواد البترولية

–نفطال– بولاية الجزائر العاصمة.

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال.

الأستاذ المشرف:

د. عبد الغني إرشن.

من إعداد الطالبين:

عزيز عبدي.

جمال أقروح.

ملاحظة:

المعلومات الواردة في الاستمارة سرية و لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

السنة الجامعية: 2021-2022.

## محاوالمقابلة.

المحور الأول: الاتصال في المديرية المركزية للشركة الوطنية لتسويق و توزيع المواد

البترولية "نفظال" بولاية الجزائر العاصمة.

- لماذا تم اختيار اللون الأصفر في شعار الشركة؟
- كيف تراعي العلاقات العامة تناسق المضامين الاتصالية باستعمال مختلف الوسائل الاتصالية الرقمية؟ وكيف ذلك؟
- ما هي الأهداف التي تسعى إليها شركة نفظال من استخدام العلاقات مع الجمهور الخارجي؟
- ما هي احتياطات حماية الشبكات الاتصالية في مؤسستكم؟
- هل تتلقون صعوبات في حل مشكلات الزبائن؟
- هل يخضع الاتصال الرقمي على مستوى شركة نفظال بولاية الجزائر العاصمة للإستراتيجية مخطط لها مسبقا؟
- ما هي تحديات ورهانات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نفظال بولاية الجزائر العاصمة؟
- فيما تتمثل مخاطر الاتصال الرقمي لشركة نفظال بولاية الجزائر العاصمة؟

المحور الثاني: الاتصال الرقمي في المديرية المركزية للشركة الوطنية لتسويق و توزيع المواد

البترولية "نفظال" بولاية الجزائر العاصمة.

- ما هي أسباب و دوافع تحول الشركة رقميا؟

- هل استفادت شركة نفطال من التحول الرقمي و ماهي انعكاساته على الأداء الوظيفي لهذا المركز؟
- كيف حسنت التكنولوجيا الرقمية صورة المؤسسة؟
- ما هو تأثير التحول الرقمي على أداء العمال؟
- ما هي الآفاق المستقبلية من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والرقمية منها في شركتكم؟
- متى بدأ التطبيق الفعلي لمشروع التحول الرقمي؟ وكيف كان ذلك؟
- كيف ترون صورة مؤسستكم في الفضاء الرقمي؟
- ماهي الاستراتيجيات الاتصالية الرقمية التي ستعتمدها لتحسين تواجدكم في الفضاء الرقمي؟
- حسب رأيك كيف تقيم دور وسائل الاتصال الرقمي المستعملة في المؤسسة؟
- هل يوجد تنافس بين شركتكم وشركات أخرى خاصة في مجال الاتصالات الرقمية والتكنولوجية الحديثة؟

## المحور الثالث: تقنيات ووسائل تكنولوجيات الاتصالات الرقمية الحديثة المستخدمة في

### الشركة الوطنية لتسويق المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة.

- ما هي أهم التقنيات والتطبيقات الاتصال الرقمي المستخدمة بمركز الاتصالات في المديرية العامة لشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة؟
- هل تواجهون صعوبات في استخدام تقنيات الاتصالات الرقمية أثناء تأدية مهامكم؟
- في رأيك هل استخدام وسائل تكنولوجيات الاتصال الرقمية في إدارة المؤسسة رفع من كفاءتها؟ كيف ذلك؟
- هل تقنيات الاتصال الرقمي على مستوى شركة نفطال فعالة ومؤثرة لزيادة كفاءتها التنظيمية؟ كيف ذلك؟

- كيف كانت طبيعة الاتصالات قبل إدخال تقنية البريد الإلكتروني؟ وماذا أضافت هذه التقنية؟
- هل ساهمت الوسائل التكنولوجية الرقمية الحديثة في تحسين أداء الوظيفي في مؤسستكم؟
- ما هي الفضاءات الرقمية التي تستعملونها في مؤسستكم؟
- ما هو ردود فعل الزبائن حول التقنيات الجديدة؟

فهرس

الأشكال

## فهرس الأشكال

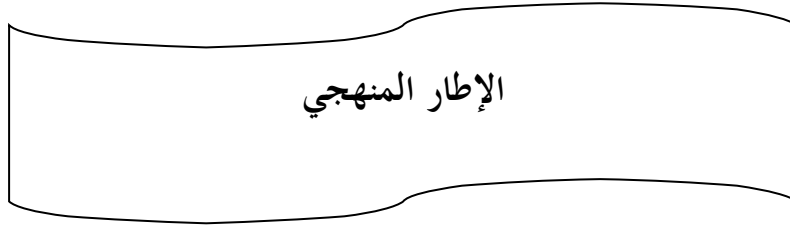
الصفحة	عنوان الأشكال	الرقم
47	عناصر الاتصال الرقمي من خلال الشبكات	01
81	يوضح العملية الاتصالية	02
97	يوضح الاتصال النازل	03
98	يوضح الاتصال الصاعد	04
99	يوضح الاتصال الأفقي	05
109	يمثل شعار مؤسسة نفعال	06
118	يمثل الهيكل التنظيمي	07
121	يمثل مركز اتصال نفعال إستراتيجية تسويقية	08
122	المخطط التنظيمي الحالي لمركز الاتصالات	09

فهرس

المحتويات

## فهرس المحتويات

- الشكر والتقدير
- الإهداء
- الإهداء
- مقدمة..... أ



1. الإشكالية الدراسة وتساؤلاتها..... 5
2. أسباب اختيار الموضوع ..... 7
3. أهمية الدراسة ..... 8
4. أهداف الدراسة ..... 8
5. منهج الدراسة وأدواته ..... 9
6. مجتمع البحث وعينته ..... 12
7. تحديد المفاهيم والمصطلحات ..... 15
8. الدراسات السابقة ..... 21

الإطار النظري

29.....	الفصل الأول: الاتصال الرقمي
29.....	تمهيد
30.....	المبحث الأول: ماهية الاتصال الرقمي
30.....	المطلب الأول: تعريف الاتصال الرقمي
32.....	المطلب الثاني: نشأة الاتصال الرقمي
33.....	المطلب الثالث: وسائل الاتصال الرقمي
40.....	المبحث الثاني: مميزات الاتصال الرقمي
40.....	المطلب الأول: خصائص الاتصال الرقمي ومستوياته
49.....	المطلب الثاني: وظائف وأهداف الاتصال الرقمي
52.....	المطلب الثالث: تكنولوجيا الاتصال الرقمي
57.....	خلاصة الفصل
58.....	الفصل الثاني: مدخل عام للمؤسسة الاقتصادية
58.....	تمهيد
59.....	المبحث الأول: مفاهيم حول المؤسسة الاقتصادية
59.....	المطلب الأول: مفهوم المؤسسة الاقتصادية

## فهرس المحتويات

---

62.....	المطلب الثاني: أهداف المؤسسة الاقتصادية
66.....	المطلب الثالث: خصائص المؤسسة الاقتصادية
67.....	المطلب الرابع: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية
70.....	المبحث الثاني: المؤسسة الاقتصادية والأدوات الشبكية للاتصال الرقمي
70.....	المطلب الأول: أهمية الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية
71.....	المطلب الثاني: وظائف المؤسسة الاقتصادية
73.....	المطلب الثالث: فوائد ومزايا الاتصال الرقمي في المؤسسة الاقتصادية
75.....	المطلب الرابع: معوقات التي تواجهها المؤسسة الاقتصادية في ظل الاتصال الرقمي
77.....	خلاصة الفصل
79.....	الفصل الثالث: الاتصال المؤسسي
79.....	تمهيد
80.....	المبحث الأول: ماهية الاتصال المؤسسي
80.....	المطلب الأول: تعريف الاتصال المؤسسي
84.....	المطلب الثاني: أهمية الاتصال المؤسسي
86.....	المطلب الثالث: وسائل الاتصال المؤسسي
93.....	المبحث الثاني: مستويات الاتصال المؤسسي ومعوقاته
93.....	المطلب الأول: الأهداف الاتصال المؤسسي
94.....	المطلب الثاني: مستويات الاتصال المؤسسي

## فهرس المحتويات

المطلب الثالث: معوقات الاتصال المؤسساتي ..... 101

خلاصة الفصل ..... 104

### الإطار التطبيقي

تمهيد ..... 107

الفصل الرابع: الهيكل التنظيمي لمركز الاتصالات لشركة الوطنية لتسويق وتوزيع الموارد البترولية "نفطال" بولاية

الجزائر العاصمة ..... 108

المبحث الأول: لمحة تاريخية عن مؤسسة نفطال ..... 108

المبحث الثاني: إمكانيات مؤسسة نفطال ..... 114

المبحث الثالث: الهيكل التنظيمي لمؤسسة نفطال ..... 118

المبحث الرابع: دور مديرية الاتصال والعلاقات العامة ومركز اتصالات في المؤسسة نفطال ..... 120

الفصل الخامس: أهمية الاتصال الرقمي في مركز الاتصالات لشركة نفطال بولاية الجزائر العاصمة ..... 124

المبحث الأول: الاتصال في المديرية المركزية للشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر

العاصمة ..... 124

المبحث الثاني: الاتصال الرقمي في المديرية المركزية للشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية "نفطال" بولاية

الجزائر العاصمة ..... 136

المبحث الثالث: تقنيات ووسائل تكنولوجيات الاتصالية الرقمية الحديثة المستخدمة في الشركة الوطنية لتسويق

وتوزيع المواد البترولية "نفطال" بولاية الجزائر العاصمة ..... 152

## فهرس المحتويات

---

166..... النتائج العامة للدراسة

172..... الخاتمة ❖

173..... قائمة المصادر والمراجع ❖

الملاحق. ❖

فهرس الأشكال. ❖

فهرس المحتويات. ❖