



جامعة مولود معمري - تامدة-



قسم العلوم الانسانية

فرع علوم الاعلام و الاتصال.

الاستراتيجية الاتصالية الخارجية لمؤسسة اتصالات الجزائر في ظل التطبيقات الجديدة للاتصال.

دراسة ميدانية في المديرية المركزية لاتصالات الجزائر

بالجزائر العاصمة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاعلام و الاتصال

تخصص اتصال تنظيمي

تحت اشراف:

- د. إرشن عبدالغني.

اعداد الطلبة:

- مطرف بلقاسم

- عريبي عبد الله

السنة الجامعية: 2021/2020.

كلمة شكر و تقدير

اشكر الله عز وجل و احمده على توفيقنا لانجاز هذا العمل المتواضع.

كما انتقدم بخالص الشكر الى الاستاذ المشرف الدكتور "إرشن عبد الغني" على ارشاداته وتوجيهاته طيلة فترة انجاز هذه المذكرة.

كما لا يفوتنا ايضا ان اشكر كل عمال اتصالات الجزائر بالجزائر العاصمة عامة و عمال قسم الاتصال الرقمي خاصة.

في الاخير نشكر كل من ساهم من قريب او من بعيد في انجاز هذه المذكرة.

الاهداء

اهدي هذا العمل المتواضع.

- الى روح امي العزيزة الطاهرة اغمدھا الله برحمته و ادخلھا فسيح جناته.
- الى سندي و قدوتي ابي الغالي اطال الله في عمره.
- الى أختي العزيزة الأم الثانية، التي يعتمد عليها في جميع الظروف.
- الى اخوتي الذكور وفقهم الله في حياتهم.
- الى كل العائلة الكريمة.
- الى من ساعدني لانجاز هذا العمل و الى كل الاشخاص الذين احمل لهم المحبة و التقدير.

الاهداء

اهدي هذا العمل المتواضع.

- الى روح ابي الغالي رحمة الله عليه.
- الى امي الغالية اطال الله في عمرها.
- الى اخوتي وفقهم الله في حياتهم.
- الى افراد العائلة الكريمة.
- الى الاصدقاء و الاحباء.

ملخص الدراسة :

سعت هذه الدراسة للتعرف على استراتيجية الاتصالات الخارجية تحت التطبيقات الجديدة لاتصالات الجزائر بالجزائر العاصمة، و ذلك من خلال طرح التساؤل التالي: إلى أي مدى يؤثر تكنولوجيا الاتصال الجديدة على الاستراتيجية للاتصالات الخارجية لمؤسسة اتصالات الجزائر؟

و في هذا السياق تناولت الدراسة في شقها النظري تكنولوجيا الاتصال الحديثة و خصائصها، أنواعها و كذا وظائفها في حياة الفرد، بالإضافة إلى ذلك استراتيجية الاتصال الخارجي بمفهومها و مراحلها و أشكالها، أهدافها، أنواعها.

و استخدمنا في هذه الدراسة المنهج المسح بالعينة أي المنهج المسحي الذي يعني الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة و استخدمنا عينة قوامها 10 مفردة من موظفي اتصالات الجزائر كما اعتمدنا على الاستبيان و المقابلة كأداة في جمع البيانات.

و قد توصلنا في هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج قمنا بتلخيصها في الآتي:

- ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين طرق وأساليب الاتصال الخارجي، وتوفير نمط اتصالي يسمح بالتواصل بين المؤسسة وجمهورها الخارجي.
- تعتبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة ضرورية للسير الحسن للمؤسسة والاتصال الخارجي لها.
- لا بدّ من وضع برامج تكوينية وتدريبية مكثفة لتطور معارفهم ومهاراتهم بشكل دوري للتعامل مع الوسائل التكنولوجية المتطورة لتحقيق أهداف المؤسسة خاصة في الاتصال مع جمهورها الخارجي.

Résumé:

Cette étude visait à identifier la stratégie de communication externe dans des nouvelles applications d'Algérie télécom à Alger, en posant la question suivante :

Dans quelle mesure les nouvelles technologies de communication affectent-elles la stratégie de communication externe d'Algérie télécom ?

Dans ce contexte l'étude a porté, dans sa partie théorique, la technologie de communication moderne et ses caractéristiques, types, ainsi que ses fonctions dans la vie de l'individu en plus de la stratégie de communication externe avec son concept, ses étapes, ses formes, objectifs et types.

Dans cette étude nous avons utilisé la méthode d'enquête par sondage, c'est la méthode scientifique qui permet au chercheur d'identifier l'étude et nous avons utilisé un échantillon de 10 individus parmi les salariés d'Algérie télécom et nous sommes également appuyés sur le questionnaire et l'entretien comme outil de collecte de données l'étude a révélé les résultats suivants :

- La technologie de communication moderne a contribué à améliorer les méthodes de communication externe et à fournir un style de communication qui permet la communication entre l'institution et son public externe.
- Les technologies de communication modernes sont nécessaires au bon fonctionnement de l'institution et de sa communication externe.
- Il est nécessaire de mettre en place des formations intensives et des programmes de formation pour développer leurs connaissances et leurs compétences de manière régulière pour faire face aux moyens technologiques de pointe pour atteindre les objectifs de l'institution, notamment dans la communication avec son public externe.

فهرس المحتويات

كلمة الشكر

الإهداء

الملخص باللغة العربية

الملخص باللغة الفرنسية

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

المقدمة

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة.

16.....	الإشكالية التساؤلات الفرعية.....
17.....	أسباب اختيار الموضوع.....
18.....	أهمية الدراسة.....
18.....	منهج الدراسة.....
18.....	أدوات الدراسة.....
20.....	مجتمع البحث وعينته.....
21.....	مصطلحات ومفاهيم الدراسة.....
23.....	الدراسات السابقة.....

الفصل الثاني: التكنولوجيا الحديثة للاتصال.

تمهيد.....	27
تطور التكنولوجيا الحديثة للاتصال ومفهومها.....	28
أ-تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة.....	28
ب-مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة.....	29
مراحل تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة	30
خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة.....	33
أنواع تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخداماتها.....	35
تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة.....	38
مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة.....	41
خلاصة الفصل.	44

الفصل الثالث : إستراتيجية الاتصال الخارجي للمؤسسة.

تمهيد.....	46
إستراتيجية الاتصال الخارجي للمؤسسة.....	47
●مفهوم الاتصال الخارجي.....	47
●إستراتيجية الاتصال الخارجي.....	47
مراحل إعداد إستراتيجية الاتصال الخارجي.....	48
أشكال الاتصال الخارجي للمؤسسة.....	52
أهداف الاتصال الخارجي للمؤسسة.....	53

53.....انواع استراتيجية الاتصال الخارجي

54.....وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة و عوائقه

55.....وسائل الاتصال الخارجي للمؤسسة

58.....خلاصة الفصل

الفصل الرابع : عرض البيانات و تفسير النتائج.

61.....تمهيد

62.....التعريف بالمؤسسة محل الدراسة

62.....تحديد خصائص العينة

63.....تفريغ وتحليل البيانات الميدانية

74.....النتائج العامة للدراسة

78.....الخاتمة

80.....قائمة المراجع

85.....الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	عناوين الجداول	الصفحة
01	يوضح توزيع مفردات العيّنة حسب الجنس	64
02	يوضح توزيع مفردات العيّنة حسب السن	64
03	يوضح توزيع مفردات العيّنة حسب نوع الوظيفة	65
04	يوضح توزيع مفردات العيّنة حسب سنوات الخبرة	65
05	يوضح معنى الاتصال الخارجي في المؤسسة	66
06	يوضح أهمية الاتصال الخارجي بالنسبة للمؤسسة	66
07	يوضح تأثير الاتصال الخارجي في المؤسسة على تحقيق أهدافها	67
08	يوضح الاتصالات التي تفضلها المؤسسة للتعامل مع المحيط الخارجي	67
09	يوضح الأساليب التي تعتمد عليها المؤسسة في الاتصال مع جمهورها	67
10	يوضح الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة في الاتصال مع جمهورها	68
11	يوضح الصعوبات التي تعيق الاتصال الخارجي للمؤسسة	68
12	يوضح الوسائل الحديثة المستعملة في الاتصال الخارجي للمؤسسة	69
13	يوضح ما إذا كان هناك معرفة مسبقة بالاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة	69
14	يوضح ما إذا كان هناك إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة أحدث تجديدا في شكل العمل في المؤسسة.	70
15	يوضح الصعوبات التي تواجهها المؤسسة أثناء استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة	70
16	يوضح طبيعة الصعوبات التي يواجهها في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة	71
17	يوضح استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة تسمح لتنمية مهارات ومعارف الموظفين	71
18	يوضح ما إذا كان المؤسسة تضمن دورات تدريبية لتحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال	71
19	يوضح الطرق التدريبية التي تضمنها المؤسسة في مجال استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة	72
20	يوضح درجة تحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بعد التدريب	72

73	يوضح ما إذا كان استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة زاد في فعالية الاتصال الخارجي	21
73	يوضح رغبة إدخال تكنولوجيا حديثة أخرى للمؤسسة	22
74	يوضح سلبيات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة.	23

المقدمة

مقدمة:

يعتبر الاتصال الركيزة الأساسية في المجتمع و أحد الدعامات التي تساهم في انسجامه و تماسكه، فهو كأداة لتنمية و تطور معارفه و ميزات فالإنسان يتفاعل مع غيره من خلال وسائل الاتصال المختلفة للتعبير عن أبعاده التفاعلية الاجتماعية و كذلك بنسبة للمؤسسات التي أصبحت تعتبر الاتصال احد اهم العوامل التي تسعى من خلاله الى تحقيق اهدافها و الوصول الى حل لمختلف مشاكلها فهو يعمل على تسير و تنظيم العلاقات داخل المؤسسات و خارجها و يسهم في حسن سيرورة العمل و خلق التفاهم و الانسجام بين اطراف العملية الاتصالية و يعد الاتصال الخارج احد مجالات الادارة الحديثة نظرا لدورها الفعال في تحقيق تكيف المؤسسة مع بيئتها الخارجية.

وشهدت السنوات الاخيرة تعاظم الاهتمام بالتطورات الجديدة في تكنولوجيا الاتصال و اثبتت ضرورة ادخال هذا الاخير الى نشاط المؤسسات لما تتميز به من دقة وفعالية وتفاعلية فامتلاك التطبيقات الجديدة للاتصال امر لا بد منه يتطلب استخدام كفاءات ومهارات عالية لتعظيم المؤسسات.

من هذا المنطلق وبغرض دراسة الاستراتيجية الاتصالية الخارجية لمؤسسة اتصالات الجزائر في ظل التكنولوجيا الجديدة للاتصال تم اختيار مجتمع الدراسة من خلال المديرية المركزية للاتصال الجزائر - بالجزائر العاصمة- كميدان للدراسة ، حيث تناولنا خطة منهجية تتكون من الإطار المنهجي الذي تطرقنا فيه الى اشكالية الدراسة وتساؤلاتها كذلك حددنا منهج وأدوات الدراسة، مجتمع البحث وعينته، وأهم المفاهيم الأساسية المتعلقة بدراسة.

أما الإطار النظري فقسمناه الى فصلين:

الفصل الاول: عنوانه التكنولوجيا الجديدة او الحديثة للاتصال و جاء فيه مفهوم تكنولوجيا الاتصال الجديدة و تطورها، خصائص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، تأثيرها على جوانب المؤسسة، مزايا و عيوب و اشكال تكنولوجيا الاتصال الجديدة في المؤسسات و تم اختتامه بخلاصة الفصل.

الفصل الثاني: فجاء تحت عنوان استراتيجية الاتصال الخارجي للمؤسسة، وتناولنا فيه مفهوم الاتصال الخارجي للمؤسسة، استراتيجية الاتصال الخارجي للمؤسسة، مراحل اعداد استراتيجية الاتصال الخارجي للمؤسسة، اشكال واهداف الاتصال الخارجي للمؤسسة، انواعه ووسائله ونهني بخلاصة الفصل.

ثم الإطار الميداني الذي تطرقنا فيه للتعرف بالمؤسسة محل الدراسة وحددنا خصائص العينة وبعدها التحليل الكمي والكيفي للنتائج الدراسة وفي الاخير جاءت خاتمة الدراسة كحوصلة لمختلف نتائج التي توصلنا اليها.

الإطار المنهجي

1-الاشكالية التساؤلات الفرعية.

2-اسباب اختيار الموضوع.

3-اهمية الدراسة.

4-منهج الدراسة.

5-أدوات الدراسة.

6-مجتمع البحث وعينته.

7-مصطلحات ومفاهيم الدراسة.

8-الدراسات السابقة.

1- الاشكالية:

لتسهيل عملية الاتصال تحقيقها بفاعلية، فانه يمكن استخدام جملة من الوسائل حسب طبيعة الاتصال.

ومن هذه الوسائل نذكر الاتصال الخارجي للمؤسسة الذي يعد حلقة وصل بين المؤسسة والجمهور المحيط بها داخل المجتمع، فنجد ان المؤسسات الخدماتية تهتم بالاتصال الخارجي. فتعتبر مؤسسة الاتصالات الجزائر هي جزء من المؤسسات التابعة لها من اجل التحقق مصالحها و اهدافها.

وفي الآونة الاخيرة عاش العالم تقدما تكنولوجيا كبيرا احتل فيه قطاع المعلومات و الاتصالات ، حيث اصبحت المعلومة او المعلومات مصدرا اساسا ذات تأثير قوى واضح على جميع الانشطة التي يقوم بها الافراد او المؤسسات، ومن اجل ذلك تم استخدام تكنولوجيا او التطبيقات الاتصال الحديثة لقدرتها الهائلة على التخزين، و سرعتها الفائقة في الاسترجاع، حيث لا يمكن اليوم احداث تغيرات قصوى، إلا اذا كانت تتحملها التغيرات في الاتصالات كما قال (غير هارد شو لماير): ذلك ان التغيرات في الاتصالات تؤدي إلى تحولات سريعة في العمق فالشبكات الاتصالات المتطورة بمراديتها العالية بإمكانها يقودنا تحقيق مكاسب مباشرة فهي تمكن الاتصال بسهولة اكبر و تساهم في الوصول الى مصادر المعلومات (1) .

ومع المزايا الكبيرة التي تتمتع بها تكنولوجيا الاتصال الحديثة نجد بعض المؤسسات تستخدمها في نشاطاتها اليومية وذلك للاتصال بالفروع و الاقسام وكذا مختلف الفاعلية الداخلية والخارجين.

ومن هذا المنطلق ما سبق ارتأينا أن نصب اهتماماتنا البحثية حول دراسة الاستراتيجية الاتصالية الخارجية لمؤسسة اتصالات الجزائر في ظل هذه التكنولوجيا او التطبيقات الجديدة للاتصال، وهذا ما يقودنا الى الاشكالية التالية:

- الى اي مدى يؤثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاستراتيجية الاتصالات الخارجية لمؤسسة اتصالات الجزائر؟

ويندرج من خلال هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية المتمثلة في:

(1) فرانسو ليسلي، نكولا ماركيز، "وسائل الاتصال المتعددة"، عويدات للنشر و الطباعة، بيروت-لبنان 2001، ص99.

- التساؤلات الفرعية:

1. ما أهمية التكنولوجيا الجديدة للاتصال لمؤسسة الاتصالات الجزائرية؟
2. ما أهم وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة استخداما في المؤسسات الاتصالية الجزائرية؟
3. ما تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على جوانب المؤسسة؟
4. هل الاتصال الخارجي يزيد من فاعلية العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي؟
5. هل ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين طرق وأساليب الاتصال الخارجي؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

من بين الاسباب التي دفعتنا الى اختيار هذا الموضوع نجد:

أ- الأسباب الذاتية:

- اهتماماتنا الشخصية بتكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- الفضول الى معرفة أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الخارجية للاتصالات الجزائرية.
- معرفة مستوى المهني والاحترافي من خلال استخدام للتكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- الرغبة في معرفة الانعكاسات التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة على اداء المؤسسات الخارجية للاتصالات الجزائرية.

ب- الاسباب الموضوعية:

- ابراز الدور المهم الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الخارجية للاتصالات الجزائرية.
- قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع.
- قابلية هذا الموضوع للدراسة، والبحث معرفيا ومنهجيا.
- بروز انشغالات جديدة في الوسط الاتصالات الجزائرية لما للتكنولوجيا من دور في تطور المؤسسات.
- التحسيس بأهمية وجود تكنولوجيا الاتصالات الحديثة في كل مؤسسة، اضافة الى انه ميدان بحث واسع وجديد.

3-اهمية الدراسة:

تكمن اهمية دراستنا في اهمية موضوعها والمتمثل "استراتيجية الاتصالات الخارجية للمؤسسة الاتصالات الجزائر في ظل التطبيقات الحديثة للاتصال"، حيث ترمي هذه الدراسة لإبراز فعالية التكنولوجيا الحديثة للاتصال في المؤسسات الخارجية اذ تفتح مجالا للباحثين للتوسع في الموضوع مستقبلا او معالجة من عدة زوايا.

- كما تكمن اهميته في كونها من البحوث العلمية الحديثة والتي تزيد من مكتسبات نحو تحولا جذري على مستوى الاداء والكفاءة والخبرة المهنية.

- منهج الدراسة:

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من اتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة الى بلوغ نتيجة ما، وذلك باتباع منهج معين يتناسب بطبيعة الدراسة التي سنتطرق لها. وبما ان دراستنا تتدرج في إطار الدراسات الوصفية الاستكشافية والتي تتطلب منا جمع البيانات ووصفها وتحليلها لاستخلاص النتائج، تم الاعتماد على المنهج المسح بالعينة اي المنهج المسحي الذي يعني الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من خلال العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، من خلال دمج المعلومات والبيانات المحققة لها.

4-ادوات الدراسة:

بناء على طبيعة البيانات التي يراد جمعها وعلى المنهج المتبع في الدراسة تم استخدام جملة من الادوات المضبوطة علميا ومنهجيا لجمع المعلومات التي تخص الدراسة وهي:

الملاحظة: تعتبر الملاحظة من الوسائل المنهجية التي يعتمد عليها في جمع المادة العلمية وحقائق من مكان اجراء الدراسة. فالملاحظة وسيلة بحثية تتمتع بفوائد كبيرة تميزها عن الوسائل الأخرى حيث تعطي للباحث امكانية ملاحظة سلوك و الاجواء الطبيعية غير المصطنعة لمجتمع البحث.

وقد افادتنا الملاحظة في دراستنا هذه في الاضطلاع على بعض المعلومات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الادوات الاخرى كالمعلومات المتعلقة بطبيعة الاتصال السائد في المؤسسة التكنولوجية المستخدمة.

المقابلة: هي احدى ادوات البحث في جمع البيانات عن طريق اللقاءات الشخصية او البيئية بحيث يأخذ الباحث البيانات من المبحوث مباشرة.(1)

ان اختيار المقابلة كأداة مساعدة في هذه الدراسة راجعة لطبيعة الدراسة الاستكشافية في ميدان البحث والتي تمثل نقطة البداية في البحث العلمي. وتهدف هذه الدراسة من خلال اداة المقابلة الى الحصول على معلومات أولية وساعدتنا في شرح موضوع الدراسة للمبحثن لتكون اجابتهم على استمارة دقيقة اضافة الى انها ساعدتنا في ترتيب اسئلتنا وفق اهداف البحث.

واستخدمنا نوع المقابلة الحرة، وتتمثل في محاورة مع رئيس قسم الاتصال الرقمي لمؤسسات اتصالات الجزائر في الجزائر العاصمة السيد (م.أ. يساد) لمعرفة رايه حول موضوع الدراسة في حد ذاته وما يمكن ان يقدمه لنا من معلومات عن المؤسسة.

الاستمارة: يتم استخدام الاستمارة كوسيلة من وسائل جمع البيانات من خلال قيام الباحث بتوجيه اسئلة معينة للمستجوبين تتعلق بموضوع البحث المراد اجراءه و تحليلها لأعراض البحث.

تتركب استمارة بحثنا على ثلاث (3) محاور في كل محور مجموعة من الاسئلة على 24 سؤال.

1- المحور الاول: الذي يتناول البيانات الشخصية.

2- المحور الثاني: يحتوي على ثمانية (8) اسئلة بعنوان " دور الاتصال الخارجي لمؤسسة اتصالات الجزائر (الجزائر العاصمة)".

3- المحور الثالث: يتضمن احدى عشر (11) سؤال بعنوان "تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة".

(1) عمار مصباح، "منهجية البحث في العلوم السياسية و الاعلام"، ديوان المطبوعات الجامعية، 2018، ص137.

5- مجتمع البحث وعينته:

- **مجتمع البحث:** يعرف مجتمع الدراسة على انه "جميع عناصر ومفردات المشكلة او المشكلة قيد الدراسة" (1).

وتعتبر عملية تحديد حجم العينة وطريقة سحبها من أكبر المشكلات التي يواجهها الباحث لذلك يجب تجنب الاخطاء اثناء اختيار العينة وذلك حتى تكون تمثيلية للمجتمع الاصلي.

ومجتمع دراستنا هو موظفين مؤسسة الاتصالات الجزائر " بالجزائر العاصمة".

- **عينة البحث:** العينة هي طريقة من طرق البحث وجمع المعلومات فليست العينة إلا مثلا او مجموعة امثلة منتقاة من مجتمع بحث كبير لتعبر عنه (2).

- **نوع العينة:** اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية (العمدية) وهي التي اخترناها لما رأيناها من سمات وخصائص تتوفر في المفردات بما يخدم اهداف البحث.

وتتكون العينة التي اخترناها لإجراء دراستنا الميدانية من 10موظف في المؤسسة اتصالات الجزائر فرع "الجزائر العاصمة".

(1) مصطفى عليان، "عثمان غنيم، مناهج واساليب البحث العلمي"، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2000.

(2) عمار بوحوش، "مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث"، ديون المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.

6- تحديد المصطلحات والمفاهيم:

1- الاتصال الخارجي للمؤسسة:

أ- تعريف الاتصال لغة: يعني الالتقاء به، و كان على اتصال دائم به اي دائم اللقاء به، و يعني الاتصال ايضا الارتباط.

ب- تعريف الاتصال اصطلاحا: يعرف اصطلاحا على انه عملية تبادل المعلومات بين شخصين او أكثر ويكون الاتصال نجاحا يجب ان يكون طرفي العملية قادرين على تبادل المعلومات و فهم بعضهما البعض.

ت- المفهوم الاجرائي: هي عمليات تبادل المعلومات بين مؤسسة الاتصالات و جمهورها الخارجي ويقوم على اساس بناء ثقة بين هذا الاخير بالمؤسسة و المحافظة عليها.

ث- تعريف "مصطفى حجازي": على انه حلقة وصل بين المؤسسة و المجتمع المحيط بها، ففي كل مجتمع لابد من وجود مؤسسات و هيئات مختلفة، قائمة لتحقيق غايات ووظائف معينة ولها حالات مع افراد ذلك المجتمع (1).

ج- تعريف "محمد سليمان الطماوي" : هو الاتصال الذي يتم بين المنظمة الادارية الواحدة و بين غيرها من المنظمات الاخرى ادارية كانت او غيرها، وكذلك بينها و بين الجمهور (2).

(1) م. حجازي، "الاتصال الفعال و العلاقات الانسانية و الادارية"، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، 1982، ص52.

(2) محمد ابو سمرة، "الاتصال الاداري و الاعلامي"، عمان، الطليعة للطباعة و النشر، بيروت، 2008، ص27.

2- تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

أ- **التعريف اللغوي:** التكنولوجيا كلمة تتركب من مقطعين الاول "تكنو" و تعني الحرفة او الصناعة او الفن، و "لوجي" و تعني علم او دراسة.

ب- **التعريف الاصطلاحي:** المعرفة العلمية المنظمة التي سخرها الانسان لخدمته و تطويع الطبيعة و لذلك تعرف التكنولوجيا بأنها توظيف المعارف العلمية لتلبية حاجات الانسان و تنمية المجتمع(1).

ت- **التعريف الاجرائي:** هي مجموعة التكنولوجيات الحديثة التي يستخدمها المركز بغرض استقبال المعلومات ومعالجتها وطباعتها وتخزينها ونقلها وتبادلها بشكل الكتروني سوى في شكل صورة او فيديو او نص.

ث- **تعريف بوخنوفة:** على انها شبكات تسمح بتحول فضاء وأماكن التعلم مثل الفيديو كونفرنس «vidéo conférence» وفيديو اتصال والسائل التربوي والانترنت والمكتبات الافتراضية والرجل الآلي التربوي والسبورة الرقمية. (3).

ج- وقد ورد تعريفها في الموسوعة الاعلامية بأنها: الادوات والنظم التي تساعد على القيام بالاتصال وتتمثل هذه الادوات اساسا في الحاسبات الإلكترونية (4).

(1) قندلجي، "تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها"، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، 2003، ص331.

(2) ع. بوخنوفة، "دراسة الدكتوراة في الاعلام الاتصال"، ديون المطبوعات الجامعية الجزائر، 2007.

(3) محمد منير حجاب، "الموسوعة الاعلامية"، دار الفجر للنشر و التوزيع، ج2، 2003.

7- الدراسات السابقة:

- اولا: الدراسات المتعلقة بالاتصال الخارجي للمؤسسة:

أ- الدراسة الاولى: دراسة العشاب (عبد المؤمن، وتلاش عمر، 2015-2016) تحت عنوان "الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية" هدفت هذه الدراسة الى ابراز مدى اهمية الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية من خلال بناء استراتيجية فعالة في الاتصال، ومن اهم النتائج التي توصل اليها الباحثان هي ان مؤسسة الخاضعة للدراسة تعتمد في اتصالها الخارجي على الاتصال الافقي في تعاملها مع جميع المؤسسات والهيئات الوطنية إلا انها تعاني من نقص في بعض الوسائل الحديثة وخاصة اجهزة الاعلام الالي باعتباره وسيلة العصر الحالي.

ب-الدراسة الثانية: دراسة (رابح العشمي، 2015) تحت عنوان "واقع الاتصال الخارجي على

الاداء المؤسسة الاقتصادية العمومية" تهدف هذه الدراسة الى الاحاطة بمفهوم الاتصال الخارجي و ابراز اهميته في المؤسسة العمومية الاقتصادية من خلال دراسة تأثير الاتصال الخارجي على اداء المؤسسة الاقتصادية العمومية اتصالات الجزائر فرع قصر البخاري.

وقد خلص الباحث في دراسته الى ان هناك اتصال بين الزبائن والمشرفين في المؤسسة، وايضا هناك تبادل للمعلومات بين الزبائن في المؤسسة اتصالات الجزائر، وكذلك خلص الباحث الى ان هناك اتصال خارجي في المؤسسة خاصة بين الزبائن والمصلحة الوصية.

- ثانيا: الدراسات المتعلقة بالتكنولوجيا الحديثة للاتصال:

أ- الدراسة الاولى: دراسة (بلقيدوم صباح، 2013) بعنوان "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية". هدفت هذه الدراسة الى ابراز اهم الادوار الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تحقيق الجودة الشاملة و هندسة التحالفات الاستراتيجية،

و كانت دراسة حالة بالمؤسسة الجزائرية للاتصالات - موبيليس- لخدمات الهاتف النقال و قد تضمنت الدراسة عدد من التوصيات التي تؤكد على ضرورة الاستفادة اكثر من تطبيقات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات من خلال نوعية الافراد بالأهمية الاستراتيجية لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في سبيل اكتساب مزايا تنافسية تسمح للمؤسسة بالبقاء

و الاستمرار في سوق شديدة المنافسة بالإضافة الى خلق اقسام خاصة بالذكاء الاستراتيجي و ادارة الجودة الشاملة و البحث و التطور من اجل النهوض بالمؤسسة و تحقيق التميز (1).

ب- الدراسة الثانية: دراسة (وصفي عبد الكريم الكساسبة، 2007) بعنوان "دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين فاعلية الاداء المؤسسي" هدفت هذه الدراسة الى توضيح الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات المتمثلة في البنية التحتية من تجهيزات و برمجيات و شبكات و قواعد بيانات و افراد في زيادة فعالية الاداء المؤسسي من خلال تحقيق الاهداف و العمليات الداخلية و الحصول على الموارد.

استخدم الباحث بعدين مستقلين هم حجم الاستثمارات في تكنولوجيا المعلومات والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، مقابل المتغير التابع والمتمثل في فاعلية الاداء المؤسسي مقاسا بمدى تحقيق الاهداف وتحسين العمليات الداخلية، والحصول على الموارد المالية والبشرية.

وخلصت الدراسة الى وجود تأثير كبير لحجم الاستثمارات على تحقيق اهداف المؤسسة، والدور الكبير للبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في زيادة فاعلية العمليات الداخلية للمناطق الحرة، خاصة في جانب تطوير الشبكات والأجهزة كما لها دور كبير في سرعة انجاز العمليات(2).

- **تعقيب الدراسات:** في ضوء الدراسات السابقة التي اطلعنا عليها اتضح لنا انا اغلب الدراسات ركزت من حيث تكنولوجيا الاتصال الحديثة على اثارها و دورها و من حيث الاتصال الخارجي، دوره في المؤسسات الخدمانية و الاقتصادية و العمومية، و لم تركز على تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال الخارجي للمؤسسة.

و لكن ما يميز هذه الدراسات انها اكدت على تأثير الاتصال الخارجي بوسائله و اهدافه و تقنياته علي تفعيل عملية الاتصال في المؤسسات، إلا انه في الجزائر مازالت الدراسات في هذه الموضوع في بداياتها و تتطلب المزيد من البحوث الشاملة و المعمقة.

(1) بلقيوم صباح، "اثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية"، قسنطينة، الجزائر، 2012.

(2) وصفي عبد الكريم الكساسبة، "دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين فاعلية الاداء المؤسسي"، الاردن، 2007.

الاطار النظري

الفصل الثاني: التكنولوجيا الحديثة للاتصال.

تمهيد

- 1- تطور التكنولوجيا الحديثة للاتصال ومفهومها.
 - ا-تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
 - ب-مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- 2- مراحل تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- 3- خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- 4- انواع تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخداماتها.
- 5- تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- 6- مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

لقد اتجهت الكثير من المؤسسات في العالم الى استثمار التكنولوجيات الجديدة وعلى رأسها تكنولوجيا الاتصال لما توفره من سرعة ودقة عاليتين، انتاجية كبيرة، جودة متميزة. ونتيجة التطور الهائل الذي أحدثته تكنولوجيا الاتصال الحديثة في جميع المجالات عموما وفي نشاط المؤسسات خصوصا سنحول في هذا الفصل تقديم لمحة عامة عن تكنولوجيا الجديدة للاتصال.

1- تطور التكنولوجيا الجديدة للاتصال ومفهومها:

1-1- تطور تكنولوجيا الاتصال الجديدة:

لقد شهد العالم في السنوات الاخيرة تطورا مذهلا في الوسائل وتكنولوجيا الاتصال وأصبح من الصعب متابعة المخترعات الجديدة في هذا المجال، ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا هو امتزاج ثلاث ثورات مع بعضها البعض شكلت ما يسمى بثورة تكنولوجيا الاتصالات التي نقصد بها التطورات التكنولوجية في مجالات الاتصالات التي حدثت خلال الربع الاخير من القرن 20، والتي اتسمت بالسرعة والانتشار وتمثلت هذه الثورات فيما يلي:

- ثورة المعلومات : وتتمثل في ذلك الانفجار الضخم وتضاعف الانتاج الفكري في مختلف المجالات وظهور الحاجة الى تحقيق اقصى سيطرة ممكنة على فيض المعلومات المتدفقة واتاحتها للمهتمين والباحثين وصانعي القرارات في أسرع وقت واقل مجهود عن طريق استخدام اساليب وبرامج معاصرة في تنظيم المعلومات، واستخدام تقنية الاتصال لمساندة مؤسسات المعلومات.
- ثورة وسائل الاتصال: و تتمثل في تكنولوجيا الاتصالات الحديثة التي بدأت بالاتصالات السلكية و اللاسلكية، مروراً بالتلفون و النصوص المتلفزة ومن ثم الاعتماد على الاقمار الصناعية و الالياف البصرية و لا يزال افقها غير محدود (1) .
- ثورة الحسابات الالكترونية: و يعني التطور غير المتناهي في انتاج انظمة المعلومات المختلفة و في ادارة نظم المعلومات و شبكاتها، فالحداثة كما سبق واوردنا تتوقف على مدى تطور المجتمع و على المدى الزمني، فما هو حديث اليوم قديم غدا.

وقد قادت هذه الثورات الثالثة الى سيادة نظم جديدة للمعلومات كما ادت الى تحقيق هدف رئيسي، وهو توصيل الرسالة الى الجمهور المستهدف، ولا يزال التطور مستمر في مجال تكنولوجيا الاتصال بشكل جعل العالم قرية صغيرة.

(1) تامر كامل محمد، " العولمة من منظور ثورة المعلومات و تكنولوجيا الاتصال و اليات حراكها في الوطن العربي"، جامعة بغداد كلية العلوم الانسانية، العراق ص227.

1-2- مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

تعرف تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أنها " مجموع تكنولوجيا الاعلام الالي ووسائل الاتصال، التي تسمح بتبادل المعلومات ومعالجتها، في إطار ما يعرف بشبكة الانترنت."

كما تعرف بأنها: "مجموع التقنيات او الادوات او الوسائل او النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون او المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري او الشخصي او التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات ثم تخزينها واسترجاعها ونقلها ومبادلتها" (1) .

وتعرف ايضا بأنها: " تلك التقنية الاساسية المستخدمة في نظم المعلومات الحديثة المبنية على الحاسوب وتطبيقاتها بالنسبة للجهة المستفيدة منها، وتتضمن الاجهزة وشبكات الاتصال وقواعد البيانات والبرامج الازمة".

وتعني ايضا مجموعة منظمة من الوسائل والاجراءات التي يمكن بواسطتها تجميع، وتشغيل وتخزين وتوزيع ونشر واسترجاع المعلومات عن الماضي والحاضر والتنبؤ بالمستقبل الذي يتعلق بأنشطة المنظمة وعملياتها، وايضا بما يحدث في بيئتها الخارجية، والتي تؤدي الى تدعيم وظائف التخطيط والرقابة والعمليات في المنظمة من خلال ما توفره من معلومات في مناسب لمتخذ القرار (2) .

ويرى الدكتور محمد فتحي عبد الهادي انه إذا كانت كلمة تكنولوجيا تشير بصفة عامة الى الوسائل والاجهزة التي يتم استخدامها بشكل مفيد في مختلف مجالات المعرفة، فان تكنولوجيا الاتصال هي البحث عن أفضل الوسائل لتسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها وجعلها متاحة لطالبيها بسرعة وفاعلية (3).

-
- (1) بوباح عالية، "دور الانترنت في مجال تسويق الخدمات دراسة حالة قطاع الاتصالات"، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2007، ص49.
 - (2) عبد السلام الشناق، "دور الادارة المدرسية في توظيف برامج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات"، دار وائل للنشر و التوزيع، الاردن، 2010، ص33.
 - (3) محمود علم الدين، "تكنولوجيا المعلومات و صناعة الاتصال الجماهيري"، مركز الحضارة العربية للاعلام و النشر و الدراسات، 1998، ص37.

كما عرفت من قبل المهتمين بنظرية المنظمة " بانها العلم المستخدم في الانتاج و تطوير اساليب العمل
اضافة الى العمليات و التقنيات و الاعمال المستخدمة لتحويل المدخلات
(المعلومات و الافكار والمواد) الى مخرجات (منتجات وخدمات) (1) .

ويعرفها روجر كارتر بأنها: "مجموعة المعارف والخبرات والمهارات المتراكمة والمتاحة، والادوات
والوسائل المادية والتنظيمية والادارية التي يستخدمها الانسان في الحصول على المعلومات ومعالجتها
وبثها وتخزينها، بغرض تسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها وجعلها متاحة للجميع.
وبهذا المعنى لها جانبين:

- **جانب فكري او معرفي:** يتمثل في علم المعلومات الذي يهتم بأنشطة تجهيز المعلومات وانتاجها
وتنظيمها واسترجاعها وتفسيرها الاستفادة منها حتى تكون متاحة ومخدمة بأقصى درجة من
الكفاءة.

- **جانب مادي:** يتمثل في التطبيق العملي للاكتشافات والتجارب في مجال معالجة المعلومات
كالوصول عليها وبثها وتوصيلها مستفيدة من الاساليب الفنية في الطباعة والتصوير الفوتوغرافي
والاتصالات السلكية واللاسلكية ... الخ، مازجا بين الادوات والأجهزة والاكتشافات (2) .

2- مراحل تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

ان التطورات التكنولوجية الاتصالية الحديثة قد عملت على ازالة الفوارق بين الادوات الاتصالية هذه
والحدود التي طالما فصلت بين وسائل الاعلام المختلفة، حتى اواخر السبعينات، اذ نشأت علاقات لم
يتوقعها أحد او يتصورها، وهي علاقات باتت تربط بين الادوات السمعية والبصرية والاتصالات بعيدة.

المدى والمعلوماتية والتداخل المتزايد بين اجهزة الاعلام التي أطلق عليها "تور أومينك " تسمية "
التليماتيك " التي تعني التزاوج بين الاتصالات بعيدة المدى والمعلوماتية.

(1) Rachard. L Daft, « Organisation theory and design », éd thonson, USA, 2004, p30

(2) محمود علم الدين، "تكنولوجيا المعلومات و صناعة الاتصال الجماهيري"، مركز الحضارة العربية للاعلام و النشر و الدراسات، 1998،
ص 41-42.

وقد حقق هذا التزاوج نتائج مهمة على الصعيد الإعلامي وأبرز هذه النتائج التوسع في التغطية الاخبارية وإفادة المجتمع الواضحة من وسائل الاتصال والمعلومات (1).

بداية التكنولوجيا كانت في القرن التاسع عشر، مع ظهور عدد كبير من الوسائل الاتصال، استجابة الى علاج بعض المشكلات الناجمة عن ثورة الصناعة، فقد ادى التوسع في التصنيع الى زيادة الطلب على المواد الخام، والتوسيع في فتح اسواق جديدة خارج الحدود، فبرزت الحاجة الى استكشاف اساليب سريعة لتبادل المعلومات التجارية، حيث اصبحت الاساليب التقليدية للاتصال لتلبي التطورات الضخمة التي يشهدها المجتمع الصناعي فظهرت العديد من المخترعات الجديدة.

وفي عام 1934م استطاع العالمان "جارس" و "ويبر" تصميم نظام التلغراف يعمل لمسافات بعيدة وكان في عام 1844م تمكن الامريكي " صامويل موريس " بمعاونة اخيرين من ابتكار نظام جديد للتلغراف باستخدام النقطة (2).

وفي عام 1864م نجح العالم الاسكتلندي (ماكسويل) في وضع نظرية عامة للموجات الكهرومغناطيسية وانتشارها، وقام برجها على الاوساط العلمية، و في عام 1887م استطاع العالم الفيزيائي الالماني " هينرش هيرتز" ان تحقق علميا نظرية "ماكسويل" و يثبت ان موجات الراديو لمسافة " 60 ميلا " و في نهاية عام 1901 م تم ثلاث اشارات خافتة مرسله عبر الاطلنطي بعد ان قطعت رحلتها مسافة تصل الى 1700 ميل. و في عام 1786 م اخترع " جراهام بل" التليفون لنقل الصوت الى المسافات بعيدة مستخدما نفس تكنولوجيا التلغراف (3).

وتم فتح اول سنترال للتليفون في عام 1878 م (1)، وفي عام 1877م اخترع "اديسون" جهاز الفونوغراف، وفي عام 1887 م ابتكار " بلنجر " القصر المسح الذي يستخدم في تسجيل الصوت (4).

(1) حسن رضا نجار، الاعلام الجديد: "تكنولوجيا جديدة لعالم جديد"، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص495.

(2) صلاح محمد صلاح، "أثر التطور التكنولوجي على التحرير الصحفي"، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004، ص14.

(3) نفس المرجع، ص15.

(4) نفس المرجع، ص16.

وفي عام 1890 م كان أول عرض سينمائي في فرنسا، ثم السينما الناطقة في عام 1968 م، وفي أواخر العشرينات في القرن الماضي بدا التلفزيون في ظهور في و.م.أ، وبلغ عدد محطات التلفزيون الأمريكية 10 محطات تجارية في عام 1946 م (1).

وظهر بعدها التلكس وبدأت أنظمة الاتصالات عبر القارات المتمثلة في الكابل البحري، ثم الأقمار الصناعية وتوظيف اشعة الليزر والاياف البصرية، ثم ظهرت الحاسبات الالكترونية في النصف الثاني من القرن الماضي، وتطورت جيل بعد جيل ودخلت كل مجالات الحياة ومنها المجال الاعلامي.

وقد ادى امتزاج الحاسبات الالكترونية بأكثر من تكنولوجيا اتصالية الى ظهور شبكات المعلومات المحلية و الدولية، و التي تطورت بشكل كبير خلال المرحلة الحالية و التي يطلق عليها " مرحلة تكنولوجيا الاتصال متعددة الوسائط" (2).

و شهد النصف الثاني من القرن العشرين من اشكال التطور التكنولوجي الاتصالي ما يتضاءل امامه ما تحقق في قرون سابقة، من ابرزها ما حصل من اندماج ظاهرتي تفجر المعلومات و ثورة الاتصال التي نتج عنها ما يعرف بشبكة العنكبوتية "الانترنت" (3) .

ان التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة افرزت نمطا اتصاليا يتميز بسمات تختلف عن الانماط الاتصالية التقليدية السابقة التي تشمل الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي والاتصال الجامعي ثم اتصال الجماهيري.

وهذا النمط الاتصالي او ما يطلق عليه اسم الاتصال الوسطي يجمع كلا من السمات الاتصال الشخصي المواجهي والاتصال الجماهيري وله وسائله الاتصالية الخاصة به التي تضم في داخلها كل اشكال الاتصالات عن بعد، كما يتضمن هذا النمط الاتصالات الاستطلاعية كالإذاعة وعملية مراقبة البيئة وألعاب الفيديو والحاسب الالكتروني ويطلق على هذه الوسائل وسائل الاتصال الوسيطة.

-
- (1) ممدوح عبد الهادي عثمان، "التكنولوجيا والمدرسة المستقبل الواقع والمأمول"، كلية التربية جامعة الملك سعود،السعودية ،2002، ص33.
 - (2) علم الدين و اخرون، "الحاسبات الالكترونية و تكنولوجيا الاتصال"، دار الشروق، 1905، ص24-27.
 - (3) نفس المرجع، ص28.

وفي ظل انتشار الأقمار الصناعية بدأت معالم صياغة مجتمع دولي كبير يتعرف كل شخص على إيديولوجيات أخرى و ثقافات أخرى و اجناس أخرى و قد اتسع نطاق الخدمة الاخبارية عن الاعلام الالكتروني المرئي و استطاعت شبكات الاعلام الدولية بث الحدث لحظة وقوعه و في موقعه سوء داخل الدولة ام خارجها(1).

وهذا الاتساع الاعلامي الاخباري على نحو خاص جاء نتيجة التطور التكنولوجي السريع والذي شمل وسائل الاتصال وأدوات الاتصال و التلقي، فالتكنولوجيا بشكل عام، وتكنولوجيا الاتصال والاعلام بشكل خاص لا تؤدي دورا حيويا في السيطرة الثقافية فحسب، ولكنها بالفعل جزء من هذه السيطرة لمواجهة الاحتياجات الحالية والمستقبلية في المجال الاعلامي(2).

3- خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

تتميز تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة بتشابهها في عديد من السمات مع الوسائل التقليدية إلا أن هناك سمات مميزة للتكنولوجيا الاتصالية الراهنة بأشكالها المختلفة، وهذه الخصائص تساعدنا في تقييم أفضل للخدمات من معالجة للخدمات الرقمية والمكتوبة والصوتية ومعالجتها وتخزينها ونشرها بواسطة مجموعة من الأجهزة الإلكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية والأقمار الصناعية والحاسبات الشخصية وشبكة الانترنت والهواتف النقالة بمختلف أجيالها.

أبرز خصائص التكنولوجيا الاتصالية الراهنة هي: (3).

-**التفاعلية:** وذلك لوجود سلسلة من الأفعال الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه، وكذلك المستقبل ومثال ذلك بعض الوسائل التي يوجد فيها تفاعل بين المستخدم والمرسل مثل الهاتف، التلفاز التفاعلي والمؤتمرات عن بعد والكمبيوتر الشخصي الذي يستخدم في الاتصال وكذلك البريد الإلكتروني... الخ (4) .

(1) صلاح محمد صلاح، "أثر التطور التكنولوجي على التحرير الصحفي"، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004، ص15.

(2) عبد الجواد، سعيد محمد ربيع، "إدارة المؤسسات الصحفية"، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2007، ص50.

(3) خالد منصر، "علاقة استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي"، مذكرة لشهادة الماجستير، 2011 ص53.

(4) أحمد زاهر، "تكنولوجيا التعليم وتصميم إنتاج الوسائل التعليمية"، المكتبة الاكاديمية، القاهرة ، مصر، 2002، ص19-20.

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

- **قابلية الحركة:** هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان مثل الهاتف النقال، جهاز الفيديو يوضع في الجيب، وجهاز فاكسميل يوضع في السيارة وحاسب آلي نقال مزود بطابعة. أو بمعنى آخر إمكانية بث معلومات واستقبالها من أي مكان إلى آخر أثناء حركة المرسل والمستقبل. (1).

-**قابلية التحويل:** وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس، والأفلام السينمائية التي يمكن عرضها في دور السينما وعلى أشرطة الفيديو وعلى الأسطوانات المدمجة على الرغم من اختلافها في الشكل (2).

- **قابلية التوصيل:** إمكانية استعمال أجهزة مصنعة من طرف شركات مختلفة والتوصيل فيما بينها بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه التصنيع، ومن الأمثلة الدالة على ذلك: وحدات الهوائي المقعر التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه فهناك الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن من صناعة شركة (Eston) والديمو (المحلل) من صنع شركة (vewaxtNe) (3).

(1) بشير كاوجة، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية"، مذكرة ماستر، 2013 ص27.

(2) محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناي، "تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة"، دار كنوز الحكمة، 2011، ص9.

(3) نفس المرجع ، ص 10.

- **الشيوع والانتشار:** ويعني به الانتشار المنهجي لنظام الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع ولا يكون حكرا على الأثرياء فقط وانما يشمل كل فئات وطبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثن تتحول الى ضرورة، نلمح ذلك في جهاز الفيديو وبعده التلفاز عالي الوضوح والتلفاز الرقمي والتلفاز ذو الشاشة البلازمية والسينما المنزلية .وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام للأطراف المعنية كلها، وفي رأي (ألفن توفلر) أن من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرائق لتوسيع النظام الجديد ليشمل من هم أقل ثراء حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها (1).

- **الكونية (العالمية) :** البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة، كتعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيا عند الحدود الدولية في أي مكان في العالم ، وأيضا حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة في مسالكها التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيا عبر الحدود ذهابا و ايابا من أقصى مكان في الأرض الى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية، الى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم (2).

4-انواع تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخداماتها:

4-1- التلفون السلكي والهاتف النقال واستخداماتها:

التلفون من اهم وسائل الاتصال الصوتي و من اقدمها و اكثرها انتشارا بين الناس، لدرجة انه من النادر ان تجد بيتا او مؤسسة لا تملك خطا هاتفيا و خاصة في المجتمعات المتقدمة و الغنية، ليس اداة للتواصل بين الافراد و الجماعات و لكنها اداة تلعب دورها في الانتاجية و التسويق و ايصال الخدمات للكثير من المؤسسات و تنتشر الاتصالات الهاتفية التقليدية في كل بلد العالم حاليا و تتبع مؤسسات الاتصالات القطاع العام (الحكومي) في معظم الدول النامية، و قد تطور الهاتف في حجمه و شكله و مزاياه و امكانياته عدة مرات و اصبح هناك شبكات هاتفية في بعض الدول المتقدمة.

(1) سميرة شيخاني، "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، مجلة جامعة دمشق، 2010، ص 447.

(2) نفس المرجع ، ص 441.

من أحدث الابتكار في عالم الاتصالات الهاتفية، الهاتف الصوري او الهاتف الفيديو الذي يستطيع نقل الصورة مع الصوت بسرعة هائلة، والجهاز مزود بذاكرة تؤهل خزن الصورة واسترجاعها عند الحاجة ومشاهدتها على الشاشة او طباعتها على الورق وينتشر حاليا التلفون النقال بشكل واسع، ويستخدم الهاتف كوسيلة اتصال بالهواتف الاخرى المنتشرة جغرافيا بطريقتين اساسيتين:

- **طريقة الاتصال المباشرة:** من متحدث على الهاتف (أ) الى متحدث اخر على الهاتف (ب)، سواء كان الهاتفان في المدينة او متباعدا،
- **طريقة الاتصال غير مباشرة:** وذلك عن طريق ربط الخط الهاتفي مع وسيلة اخرى من وسائل الاتصال ونقل المعلومات مثل: التلكس والحوايب وغيرها (1).

فيما يخص الهاتف النقال؛ سميت النقالة بالخلوية نظرا لاعتمادها على تقسيم مناطق التغطية إلى مجموعة من الخلايا، تخصص كل منها (أو قطاع أو خلية) لموجة ذات تردد معين، وهذا المبدأ في تقسيم مناطق التغطية إلى قطاعات يستخدم في محطات البث الإذاعي، إذ تقوم كل محطة إذاعية بالبث على أكثر من موجة إلى مناطق مختلفة كي تضمن وضوح بثها، ومن أجل عدم اختلاط بثها مع بث إذاعي من محطة أخرى تستخدم النطاق الموحى ذاته. اما فيما يخص جهاز الهاتف النقال فهو عبارة عن جهاز اتصال صغير الحجم مربوط بشبكة للاتصالات اللاسلكية والرقمية، تسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية والصور عن بعد وبسرعة فائقة، ونظرا لطبيعة مكوناته الإلكترونية واستقلالية العملية، فقد يوصف بـ: " الخلوي " أو " النقال " أو " الجوال " أو " المحمول"، ومعروف أن الهاتف النقال الحالي هول الشكل المتطور للهاتف التقليدي " الثابت " (2).

2-4- الحاسبات الإلكترونية والإنترنت واستخداماتها:

ب- تعريف الحاسب الإلكتروني و استخدامه: ويعرف الحاسوب بأنه آلة حاسبة إلكترونية ذات سرعة عالية ودقة متناهية يمكنها معالجة البيانات وتخزينها ، واسترجاعها وفقا لمجموعة من التعليمات والأوامر للوصول للنتائج المطلوبة (3) .

(1) محمد منير حجاب، "الاعلام والتخمية الشاملة"، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003، ص21.

(2) فضيل دليو، "مدخل الاتصال الجماهيري"، مخبر علم الاجتماع والاتصال، قسنطينة، 2003، ص50.

(3) محمد نبهان سويلم، "مدخل الى علوم الحاسب"، المكتبة الاكاديمية، 2000، ص74.

من خصائص الحاسوب سرعة إنجاز العمليات سرعة دخول البيانات واسترجاع المعلومات القدرة على تخزين المعلومات، دقة النتائج والتي تتوقف أيضا على دقة المعلومات المدخلة للحاسوب، تقليص دور العنصر البشري خاصة في المصانع التي تعمل آليا، سرعة إنجاز العمليات الحسابية والمنطقية المتشابكة، إمكانية عمل الحاسوب وبشكل متواصل دون تعب، تعدد البرمجيات والبرامج التي تسهل استخدام الحاسوب دون الحاجة إلى دراسة علم الحاسوب وهندسة الحاسوب، إمكانية اتخاذ القرارات وذلك بالبحث عن كافة الحلول لمسألة معينة وأن يقدم أفضلها وفقا للشروط الموضوعية والمتطلبات الخاصة بالمسألة(1).

ب- الإنترنت واستخدامه: يطلق عليها عدة تسميات منها: الشبكة أو الشبكة العالمية أو شبكة العنكبوت أو الطريق الإلكتروني السريع للعلوم وقد تم التعريف بها في الكتاب الصادر عن برنامج التنمية التابع للأمم المتحدة عام 1994، أنها: "شبكة اتصالات دولية تتألف من مجموعة من شبكات الحواسيب، تربط بين أكثر من 35 ألف شبكة، من مختلف شبكات الحاسوب في العالم، وتؤمن الاشتراك فيها حوالي 33 مليون مستخدم بين المجاميع أو الرمز، وهناك أكثر من 100 دولة في العالم لديها نوع من الارتباط في إمكانية الوصول إلى الشبكة" (2).

4-3- القنوات الفضائية التلفاز: عندما نتحدث عن آليات الاتصال الفضائي الجديد، فإننا نذكر أنها متعددة من حيث الأشكال والأساليب، ومن حيث الأدوات والقنوات المستخدمة وسنتحدث في هذا الجزء عن الأقمار الصناعية والبث الفضائي والاتصال الكابلي كما يأتي:

أ- الأقمار الصناعية: يعرف القمر الصناعي بأنه عبارة عن برج استقبال وإرسال يوضع على خط الاستواء خارج الكرة الأرضية لحوالي (22.300 ميل) يوضع على خط الاستواء كونه أقرب نقطة تزامن دوران القمر مع دوران الأرض، بحيث يظل مغطيا بقعة الكرة الجغرافية التي حددها، أي يظل دورانه كأنه ثابت ويستطيع كل قمر أن يبث من هذه النقطة إلى (40%) من سطح الكرة الأرضية. تستخدم الأقمار الصناعية في بث العديد من القنوات التلفزيونية التي أصبحت في بعض الحالات قنوات مخصصة من أجل بث برنامج يعالج مشكل محدد، كقنوات مخصصة للتاريخ، للجغرافيا، للرسوم المتحركة، للموسيقى، للأفلام.... الخ.

(1) محمود علم الدين، " تكنولوجيا المعلومات و صناعة الاتصال الجماهيري"، مركز الحضارة العربية للإعلام و النشر و الدراسات، 1998 ص 78.

(2) عبد المالك ردماني الزباني، " الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت"، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2002، ص 56.

ب- **الاتصال الكابلي:** يعد الكابل أحد الوسائط التي تستخدم في عملية نقل الوسائط الصوتية والمرئية والنصوص إما بالأسلوب التماثلي أو بالأسلوب الرقمي.

وبسبب عدم قدرة الخط التلفوني التقليدي على نقل آلاف الرسائل والكميات الهائلة من المعلومات المكتوبة أو المصورة أو المسموعة وإلى مسافات جغرافية متباعدة، والحاجة إلى وقت طويل لتوصيلها إلى مجموعة المستخدمين، ظهرت طريقة استخدام الكابل الذي يضم عددا من الأسلاك النحاسية العالية التحميل، أي القدرة على نقل كميات هائلة من الرسائل والمعلومات . أما فيما يخص استخدامات الاتصال الكابلي:

- يستخدم الكابل في نقل المعلومات بين الحواسيب في حالة عدم استخدام الهاتف.
- ويستخدم الكابل على مستويات محلية (داخل المدينة)، أو على مستوى الدولة وهناك الكابل البحري الذي يربط بين الدول والقارات.
- كما أنه يتيح خدمات برمجية تتناسب وظروف الجماعات المستهدفة وإتاحة خدمات من داخل المنزل (شراء، البنوك، الخدمات الطبية، التعلم) (1).

5- تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الوسائل، الجمهور والمجتمع :

أثرت التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال على الاتصال الجماهيري وعلى وسائله ويمكن رصد بعض التأثيرات التي أحدثتها التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال على وسائل الاتصال وعلى الجمهور والمجتمع وفي الجوانب الآتية:

5-1- التأثيرات على وسائل الاتصال: ويمكن حصرها في:

- أن التكنولوجيا الجديدة لا تلغي وسائل الاتصال القديمة بل تطورها، فعلى مستوى الاتصال الذاتي مثلا كانت الوسائل هي: تدوين الملاحظات، المذكرات الشخصية.... الخ
- أما المستحدثات التكنولوجية فهي: الأشرطة المسموعة، الحاسبات الالكترونية.... الخ ، وعلى مستوى الاتصال الجماهيري كانت الوسائل هي: الجريدة ، الراديو ، التلفزيون أما الآن فنجد التلفزيون بالاشتراك، أنظمة المعلومات الرقمية، الكتاب الالكتروني.... الخ. (2)

(1) ربحي مصطفى عليان، محمد عبد الرئيس، "وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم"، دار الصفاء النشر و التوزيع، عمان، 2003، ص22.

(2) محمود علم الدين، " تكنولوجيا المعلومات و صناعة الاتصال الجماهيري"، مركز الحضارة العربية للاعلام و النشر و الدراسات، 1998 ص179.

- أن الشكل أو النمط الإنتاجي العام والمسيطر الذي كأن يميز التطورات التكنولوجية السابقة هو ظهور مراكز توزيع على نطاق واسع من مصادر مركزية محددة إلى أعداد من الجماهير لا ترتبط بوحدة زمانية ومكانية ، بينما النمط الحالي للاتصال الجماهيري يتميز بالتوجه إلى جماهير قليلة محددة جغرافيا من خلال مراكز إقليمية مختلفة بين والأطراف.
- أن الحدود أو الفروق التي كانت تميز وسائل الاتصال الجماهيرية عن بعضها البعض قد زال بعضها والبعض الآخر في طريقه للزوال ، ولم تعد الحدود بين الأنماط المختلفة والمتنوعة من الوسائل الاتصال حادة جدا كما كأن من قبل ، فالأفلام السينمائية نجدها الآن متاحة للعرض في دور السينما على شاشات التلفزيون على أشربة كاست (1).
- أن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال خاصة في مجال الإرسال والاستقبال التلفزيوني كأن لها أثارها على بعض الوسائل الأخرى كالسينما والصحافة .
- أن وسائل الاتصال الجماهيري قد أصبحت تتسم بالطابع الدولي أو العالمي، حيث أحدثت الثورة المعاصرة طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي أو عالمية الاتصال.

5-2- التأثيرات على الجمهور:

- يلاحظ أن تطور وسائل الاتصال الجماهيرية قد صاحبه أيضا نمو وتطور الجمهور معها، ويمكن تحديد تأثيرات ثورة الاتصال الراهنة على الجمهور في الجوانب التالية:
- أن هذه التكنولوجيات الاتصالية الراهنة تتسم بسممة أساسية وجديدة في الوقت نفسه على عالم صناعة الاتصال وهي التفاعل بين المستقبل و المرسل، وإمكانية تحكم المستقبل في العملية الاتصالية وهذا يعطي للمستقبل سيطرة أكبر على عملية الاتصال، مما يساعده على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليها كما وكيفا من خلال الانتقاء والاختبار .
 - ونتيجة لتلك الانتقائية التي أتاحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فإنه من المتوقع أن يؤدي ذلك على المدى الطويل إلى عزل أفراد الجمهور لأنفسهم عن المعلومات التي قد يجدونها غير سارة أو مزعجة أو جادة ومتوترة وليست مسلية، وزيادة عمليات الإدراك الانتقائي والتعرض الانتقائي.
 - أن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال كأن لها تأثيرها على عادات استخدام الجمهور للاتصال.

(1)محمود علم الدين، " تكنولوجيا المعلومات و صناعة الاتصال الجماهيري"، مركز الحضارة العربية للإعلام و النشر و الدراسات،

5-3- تأثيرها على المجتمع:

وتظهر التأثيرات الاجتماعية عند استخدامها لحل المشكلات الاجتماعية والإنسانية، كالاستعانة بها في التشخيصات الطبية وتطبيق القوانين ومساهمتها في زيادة الإنتاجية واستحداثها لوظائف جديدة في العمل، كما اعتبرت مسؤولية عن ارتفاع مستوى المعيشة وذلك نتيجة لإنجاز المهام المتعبة ولملمة. وبصفة عامة رفعت من مستوى جودة أداء الأعمال الحياتية(1).

كما برزت تأثيراتها بشدة على مجالي، الخصوصية والجانب النفسي الاجتماعي.

● **الخصوصية:** أن الخصوصية حق الأفراد في عدم إفشاء أو نشر معلومات تخصهم، ولكن وبعد ربط الحاسوب بشبكة الانترنت أصبح من السهل الكشف عن أي شخص وفي أي وقت كأن نتيجة هذا الأمر أبدى الكثير من الأفراد قلقهم ومخاوفهم.

خاصة بالنسبة للأمور المرتبطة بالمعاملات المالية والسجلات الإجرامية والصحية لنتائجها الوخيمة على حياتهم ومستقبلهم المهني، إلا أن هذه القضايا المتعلقة باختراق حق الخصوصية تنتشر أكثر في الدول المتقدمة لامتلاكها وحيازتها على إعداد هائلة من الحواسيب وشبكات الانترنت (2).

● **الجانب النفسي والاجتماعي:** يتوقع علماء الاجتماع أن التزاوج بين الحاسوب وشبكة الانترنت سيؤدي إلى عزلة نفسية واجتماعية للأفراد، وقد برزت هذه المشكلة بعد أن أصبحت عملية الاتصال تتم داخل المنزل بمعنى لقاء الكتروني أو ما يسمى أيضا الاتصال الافتراضي دون اللقاء المباشر المعروف، بناء على ذلك قلت عدد الصداقات وأصبح الأفراد يعانون ضغوطا كثيرة في حياتهم ويشعرون بالعزلة والاكتئاب (3).

(1) محمود علم الدين، " تكنولوجيا المعلومات و صناعة الاتصال الجماهيري"، مركز الحضارة العربية للاعلام و النشر و الدراسات، 1998ص174-176.

(2) عماد عبد الوهاب الصباغ، "الحاسوب في ادارة الاعمال"، دار الثقافة للنشر و التوزيع، 1996، ص380-382.

(3) شريف درويش اللبان، "تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتأثيرات الاجتماعية"، الدار المصرية اللبنانية، 2000، ص185-187.

6-مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة

تعد تكنولوجيا الاتصال الحديثة من أهم ما وصل اليه البشر، حيث ساعدتهم في التقدم نحو الأمام وفي السيطرة على كثير من مجالات الحياة المختلفة ولها عدة مزايا متنوعة ولكنها أيضا ال تخلوا من مخاطر وسلبات

1-المزايا: يمكننا تلخيص مزايا تكنولوجيا الاتصال الحديثة في ما يلي:

أ-عملها على جلب الراحة والرفاهية بين المستخدمين لما توفره لهم من جهد ووقت ومال، وذلك عن ت من استهلاك طريق جمعها بين مجالي الاتصال عن بعد والكمبيوتر، كما حد الورق خصوصا بظهور الكتاب الإلكتروني والصحيفة الإلكترونية، وتقدم التقنيات الرقمية الحديثة عشرات القنوات وتتيح فرص كبيرة لبث برامج غير ترفيهية مثل خدمات المعلومات والبرامج التعليمية (1).

ب-تزيد من المعرفة والتعليم فبواسطتها يستطيع القائم بالاتصال توصيل خدمات التعليم والإسهام في عالج أوجه قصور التعليم التقليدي الرسمي، علاوة على أن عالمية العالم يمكن أن تمثل ساحة للاحتكاك الحضاري ووسيلة لتنمية وعي إنسان هذا العصر.

ت-ساهمت التكنولوجيا في رفع مستوى جودة المنتج العالمي النهائي من خلال ما تتسم به من مرونة وسرعة وقدرة إنتاجية ومن مزاياها سرعتها الفائقة في نقل واستقبال المعلومات والبيانات فهي تتيح السرعة بمعدل ألف ضعف دفعة واحدة.

وعموما فإن أهم مزايا تكنولوجيا الاتصال الحديثة قدمت لمستخدميها أبعادا ثلاث وهي:

- البعد الزمني: حيث أتاحت أقصى درجات السرعة في نقل المعلومات إلى حد إلغاء الفرق بين زمن البث والزمن الواقعي في حالة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية.

- البعد المكاني: حيث وفرت كما هائلا من المساحة المطلوبة لتخزين المعلومات ونقلها كما أنها تكاد تحدد عنصر المسافة مهما بعدت.

- البعد الخاص بالوسيلة وعلاقتها بالمتلقي: حيث أتاحت "ثورة الاتصال" للمتلقي درجة من التفاعل الإيجابي مع هذه التكنولوجيات كالتلفزيون الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمتلقي بالتدخل في اختيار البرامج(2).

(1) عبد الباسط محمد عبد الوهاب، "استخدام تكنولوجيا الاتصال في الانتاج الإذاعي والتلفزيوني"، المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص268-269.

(2) إياد شكري البكري، "تقنيات الاتصال بين زمنين"، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، 2003، ص25-26.

2- العيوب:

يمكننا أيضا تلخيص عيوب أو سلبيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة فيما يلي:

- حدوث الفجوة المعرفية بين الدول المالكة لهذه التكنولوجيا والدول المستوردة لها مثلما يحدث اليوم بين الدول الأوروبية والدول العربية فإن لم تسارع الدول العربية إلى المشاركة في هذه الثورة التكنولوجية الاتصالية والعالمية الجديدة فإن هناك خطر احتمال زيادة تهمشيها وزيادة احتمالات حدوث العزلة الثقافية والدينية والعرقية التي يمكن أن تؤدي إلى صراعات محلية وإقليمية (1).
- اندماج تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في منظومة واحدة هو أحد الأدوات الرئيسية للعولمة الراهنة بأبعادها الاقتصادية والسياسية والثقافية وآيا كان رأينا تأييدا وقبولا أو نقدا و اعتراضا، فإن ذلك لا يغير في الأمر شيئا وهذا ما يجعل الناس في مختلف أنحاء العالم لا ينتفسون هواء جماعيا عالميا إلى درجة كبير (2).
- ان خطورة تكنولوجيا الاتصال الحديثة تتجسد من خلال تفكيك الثقافات والغزو الثقافي والتلويث الثقافي وإفساد الثقافات الوطنية ومسائل الهوية الثقافية لأنه وبكل بساطة أن هذه التكنولوجيات الحديثة لا تعبأ بانتقاداتنا وأخلاقياتنا ولا تنتظر حتى نكمل تأقلمنا ونقدنا لسلبياتها، بل هي تتقدم دون أن تنتظر أن تصبح متهيئين لمعانقتها.
- حيث أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة هي نتاج ثقافي غربي ظهرت لتلبي حاجات موضوعية لصيقة ببنيان وثقافة هذه المجتمعات، ولم تراع ما هو موجود في مجتمعاتنا من أعراف وتقاليد ومبادئ وقيم جاء بها الدين الإسلامي، وهذا ما جعلها تشكل خطرا كبيرا على هذه المقومات (3).

(1) محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناني، "تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة"، دار كنوز الحكمة، 2011، ص 16.

(2) سمير إبراهيم حسن، "الثورة المعلوماتية عواقبها وآفاقها"، مجلة جامعة دمشق، 2002 ص 218.

(3) محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناني، نفس مرجع ، ص 16.

- لقد ساهمت هذه التكنولوجيا الحديثة في مجال الاتصال الوافدة في الانحدار باللغة العربية الفصحى لغة القرآن الكريم بحجة البساطة في فهم الرسالة وزرعت هذه التكنولوجيا العديد من المصطلحات التي أصبحت تروج في الأحاديث العامة والكتابات المتخصصة على حد سواء. مثل عالمي: "التنمية"، "المصدر"، "القائم بالاتصال" عوضاً عن تعبيرات محلية كانت تستخدم في هذا المجال مثل: "النهضة"، "ال عمران"، "الخطيب"، "المنشد" وغيرها كما ساعدت هذه التكنولوجيا على شيوع الكتابات الركيكة والتعابير الغامضة غير محددة المعنى مما ساهم في ضحالة الفكرة (1).
- لقد عملت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تكريس وإشاعة قيم الاستهلاك الغربي، وفرض النموذج الثقافي الأورو-أمريكي، وترسيخ قيم الامتثالية والقضاء على التنوع الثقافي للمجتمع، وهذا ما تسعى إليه كل من الإمبراطوريات الإعلامية الكبرى (2).
- لم يعد هناك مجال لحياة الفرد الخاصة كجسمه وعائلته وممتلكاته وقيمه، في ظل التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، وقد تحولت قيمة الإنسان في خضم ذلك الى وضعيات من المرنديات المكشوفة على وسائل الاتصال وإذا تأملنا في الثقافات التي سبقتنا ومنها تلك التي تنتمي إليها، فإننا نجد أنها قد سنت حدوداً بين المواضيع الخاصة (الشخصية) والمعرضة على الرأي العام.
- التأثيرات الصحية لتكنولوجيا الاتصال على الجانب البيولوجي والفيزيولوجي والنفسي للأفراد، فالعديد من الأمراض كان سببها الاستخدام المفرط لهذه التكنولوجيات مثل الصداع، الاكتئاب، العزلة، ضعف البصر، الإرهاق، ضغط الدم، القلق، أوجاع الظهر، ضعف السمع، وهذا ما أثبتته العديد من الدراسات الغربية في هذا المجال (3) .

(1) محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناني، "تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة"، دار كنوز الحكمة، 2011، ص 17.

(2) خالد منصر، "علاقة استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي"، مذكرة لشهادة الماجستير، 2011، ص 65.

(3) محمد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناني، نفس مرجع ، ص 16-17.

خلاصة الفصل:

إن هذا التطور السحري لتكنولوجيات الاتصال الحديثة، تعبر بدقة عن المسار التطوري للتقانة والعلوم التي أدت إلى جعل العالم آلة من الممكن الاطلاع على تفاصيلها بزرارات وشاشات و رموز، تؤدي إلى فتح المجال على مختلف الميادين بشكل عام والميدان الإعلامي بشكل خاص وتحقيق كل ما يحتاجه الفرد في أي مكان مع تجاوز كل الحدود المكانية والزمنية.

الفصل الثالث: استراتيجية الاتصال الخارجي للمؤسسة.

تمهيد.

1. استراتيجية الاتصال الخارجي للمؤسسة.

أ- مفهوم الاتصال الخارجي.

ب- استراتيجية الاتصال الخارجي.

2. مراحل اعداد استراتيجية الاتصال الخارجي.

3. اشكال الاتصال الخارجي للمؤسسة.

4. اهداف الاتصال الخارجي للمؤسسة.

5. انواع الاتصال الخارجي للمؤسسة.

6. وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة وعوائقه.

7. وسائل الاتصال الخارجي للمؤسسة.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

من اجل تسهيل العملية الاتصالية وتحقيقها بفاعلية فانه يمكن استخدام جملة من الوسائل حسب طبيعة الاتصال ومن هذه الوسائل نذكر الاتصال الخارجي الذي يعد حلقة وصل بين المؤسسة والجمهور المحيط بها داخل المجتمع.

ويتضمن هذا الفصل شرح بسيط ووافي لكل متعلقات استراتيجية الاتصال الخارجي للمؤسسة.

1-استراتيجية الاتصال الخارجي للمؤسسة:

تكمّن أهمية الاتصال الخارجي للمؤسسة في كونه يهتم بالجمهور الخارجي ويعمل على تحسين صورة المؤسسة في نظره ويحاول تطويرها من خلال تجسيد أهدافها.

أ- تعريف الاتصال الخارجي:

تعرفه (ماري إيلين وستفالين) جميع العمليات الاتصالية الموجهة نحو الجمهور الخارجي للمؤسسة :الجمهور الواسع، الصحفيين، الممولين، الإداريين، العملاء، الجماعات المحلية ... الخ (1) .

بمعنى اتصال المؤسسة بجمهورها وذلك من خلال تلبية رغباتهم وتقديم خدماتها عن طريق الاستراتيجية التي تتبناها المؤسسة في إطار الاتصال الخارجي والتي تساعد على تحسين صورتها وتطوير أدائها.

كما يعرفه (ألكس موشيلي) على أنه وسيلة حديثة بواسطتها تستطيع المؤسسة تطوير نفسها ولهذا نجد الاتصال الخارجي يخص الاتصالات التي تهدف إلى ترويج سمعة المؤسسة وصورتها لدى الجمهور المستهدف أو زبائنها (2).

يعتبر الاتصال الخارجي مجموع الأنشطة والمعلومات التي تبثها المؤسسة لبثتها الخارجية قصد الوصول لتحقيق الأهداف المرجوة.

ب- تعريف استراتيجية الاتصال الخارجي للمؤسسة:

يمكن تعريف استراتيجية الاتصال الخارجي على أنها خطة عمل يتم فيها تحديد المسؤوليات والأولويات والميزانية والأطر والإجراءات لخلق وتوزيع المعلومات التي تخص علاقات المؤسسة مع الخارج.

(1) Marie Hélène wesphane, « **les pratiques professionnel de la communication**», edition raige,paris,1992, p103.

(2) صالح خليل ابو إصبع، "العلاقات والاتصال الانساني"، دار الشروق للنشر و التوزيع، 1998، ص46.

2 -مراحل اعداد استراتيجية الاتصال:

يمر إعداد استراتيجية الاتصال كأى خطة بعدة مراحل:

أ- تحديد الأهداف :

تعد عملية تحديد الأهداف من أول المراحل في إعداد استراتيجية الاتصال وتتمثل في وصف وتشخيص وضع المؤسسة وتحديد جملة الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، فمهما كان طابع المؤسسة ومهما كان نوع استراتيجية.

الاتصال التي ستطبق فيها، فمن الأهمية أن تقوم المؤسسة بدراسة ميدانية عميقة حول محيطها الاقتصادي والاجتماعي وتحديد أهداف الاتصال (منتج، خدمة، ...الخ) وهذا مع دراسة سوق المنافسة تجاريا وإعلاميا ومن أهم الأهداف:

- بناء سمعة طيبة للمؤسسة داخل محيطها الداخلي و الخارجي

- المحافظة على جو من الثقة والرضا على المؤسسة من طرف الجمهور .

- تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة. (1)

ب-الجمهور المستهدف:

يعرف الجمهور على أنه مجموعة من الأفراد تربطهم مصالح خاصة أو مشتركين في خصائص معينة أولها رغبات خاصة قد تكون هذه المجموعة كبيرة أو صغيرة وقد تكون أغلبية أو أقلية (2).

(1) شريف جودي، "واقع الاستراتيجية الاتصال في المؤسسة الجزائرية"، مذكرة الماستر، الجزائر، 2012، ص106.

(2) غريب عبد السميع، "الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر"، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2006، ص102.

ويعرف أيضا على أنه " جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشاط المنظمة تؤثر عليه وتتأثر به أي أن هناك تفاعلا متبادلا بين الطرفين كما أن هناك مصلحة مشتركة بين هؤلاء الناس (1).

وتعد عملية تحديد الجمهور المستهدف أساسية لنجاح عملية الاتصال ويتوقف التعرف على خصائصه عند التعرف على حجم المؤسسة ونوع نشاطها والأهمية التي توليها لجمهورها خاصة مع تعدد البيئة الاجتماعية بفعل التغيرات السياسية والاقتصادية في المجتمعات الحديثة والتي أثرت على المؤسسات باختلاف أنشطتها وأحجامها وفرضت عليها تحديد الجماهير التي تتعامل معها لأن ذلك يمثل أحد الرهانات المتعلقة بتطور المؤسسة.

وقد ذهب بعض المختصين في التسويق إلى القول أن عملية تحديد الجمهور تستدعي تجزئة السوق حسب العوامل التالية:

- تجزئة السوق حسب المتغيرات السوسيوديمغرافية.
- تجزئة السوق حسب متغيرات نمط العيش.
- تجزئة السوق حسب سلوكيات الأفراد: حيث تأخذ المؤسسة سلوك المستهلك من المنتج أو الخدمة المعروضة وهذا بناء على دراسات ميدانية يمكن أن تلجأ إليها في حال رغبت في الاعتماد على هذا المتغير.

ويقسم الجمهور المستهدف إلى:

- جمهور داخلي: والمقصود به كافة العاملين داخل المؤسسة في كامل مستوياتها وأقسامها.
- جمهور خارجي: يتمثل في المستهلكين للمنتج أو الخدمة أو جميع شركاء المؤسسة وقد قسم الجمهور الخارجي إلى جمهور قريب من المؤسسة وهو جميع الفاعلين و المساهمين و الممولين و الموزعين والزبائن، وهناك جمهور بعيد عن المؤسسة يتكون من المنظرين و الجامعات والسلطات العامة وجمعيات المستهلكين والإعلام (2).

(1) منير حجاب، "الاتصال الفعال و العلاقات العامة"، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2001، ص80

(2) philippe morel, « pratique relations presse », 3eme edition, paris, 2005 p33.

ت-تشخيص البيئة الخارجية للمؤسسة:

إن عملية تشخيص وضعية الشركة يعني دراسة تقييميه لها وهذا يساهم في اختيار الاستراتيجية الملائمة لها (1) .

كما أن تعرف المؤسسة على البيئة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تنشط فيها من شأنه تحقيق الانسجام المنشود بينها وبين جمهورها من خلال إعداد استراتيجية الاتصال .وعادة ما نجد تقسيما دقيقا للبيئة التي تنشط فيها المؤسسة وهذا ما يفسر أهم العوامل التي تؤثر في هذه الأخيرة في تعاملها مع المحيط. ويجب الإشارة إلى أن تعامل المؤسسة مع بيئتها يوضح نظرتها إلى المحيط الذي تنشط فيه.

ث-اختيار الرسالة الإشهارية:

يعتبر تصميم الرسالة وبنائها البداية الناجحة لزيادة التوقعات بنجاح العملية الإقناعية حيث أن الاقناع يستهدف دائما بناء الاتجاهات وأنماط السلوك إضافة إلى ذلك استهداف البناء الوجداني (2).
فنجاح العملية الاتصالية يتوقف على طبيعة الرسالة في حد ذاتها فمضمونها وكيفية تصميمها من العوامل التي تعطي لها قوة التأثير وتؤدي إلى الاستجابة الفعلية للجمهور المتلقي لها.

ج-تحديد المزيج الاتصالي:

إن التكامل بين الاتصال وباقي الأنشطة التسويقية يعتبر هدفا رئيسيا ويبقى الإعلام والإقناع وحتى التذكير بالمنتج ومزاياه بالاعتماد على مختلف التقنيات المشكلة لهذا المزيج الاتصالي العلاقات العامة، الإشهار، ترويج المبيعات... الخ

وقد تكون هناك بعض العوامل التي يتوقف عليها اختيار المزيج الاتصالي من طرف المؤسسة مثل دور حياة المنتج ونوعيته.

(1) فضيل دليو، "اتصال المؤسسة، إشهار، علاقات عامة، علاقات مع الصحافة"، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003، ص35-36.

(2) غريب عبد السميع، "الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر"، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2006، ص104.

ح-اختيار وسائل الإعلام:

يرتبط اختيار هذه الوسائل بأهداف الحملة والجمهور المستهدف وكذا بالميزانية المرسودة وعليه يقع الاختيار على الوسائل الأكثر قوة وتأثيرا.

ومن المعايير التي يتوجب على المؤسسة مراعاتها في اختيار هذه الوسائل نذكر منها:

*التغطية الجغرافية : على الوسيلة المختارة أن تغطي بشكل أفضل المنطقة التي وجد فيها الجمهور المستهدف لضمان وصول الرسالة ونجاح العملية.

*المصداقية : من الضروري أن تكون الوسيلة المختارة في تنفيذ عملية الاتصال ذات مصداقية وجديرة بالثقة.

*التأثير : إذا كان للوسيلة تأثير كبير فمن العادي أن يتابع الجمهور الرسالة ويتأثر بمضمونها.

*التكلفة: يشكل الجانب المادي عاملا هاما في اختيارات المؤسسة فكثيرا ما يرتبط هذا الاختيار بإمكانياتها المالية، لاسيما وأن لكل وسيلة تكاليفها الخاصة بالجانب الإعلاني.

د-مرحلة تحديد الميزانية:

يمثل الجانب المالي عنصرا على درجة عالية من الأهمية في عملية تحديد الاستراتيجية الاتصالية فهي تضبط على أساس الأهداف التي سطرته المؤسسة وما تتطلبه العملية الاتصالية والتي تبقى هي الأخرى مرتبطة بعوامل هي: المنتج ومعطيات السوق و المنافسة، فالمنتج الجديد مثلا يتطلب أنشطة إشهارية أكثر للتعريف به والترويج له ما يستدعي مخصصات مالية أكبر.(1)

ذ-مرحلة التنفيذ:

تعد مرحلة تنفيذ الاستراتيجية الاتصالية للمؤسسة من أهم الخطوات وآخر المراحل التي وجب على المؤسسة مراعاة المخطط الزمني الذي وضع لها والذي قد تختلف مدته من مؤسسة إلى أخرى حسب حجمها وأنشطتها وحسب المتغيرات الخارجية التي تحيط بها لاسيما الأهداف التي سطرته.

(1) Jean marc découdion : « La communication marketing op cit »,7eme edition ;2003, p 316

3- أشكال الاتصال الخارجي للمؤسسة:

تختلف أنواع الاتصال الخارجي بحسب طبيعة عمل المؤسسة ومجالاتها ولكن رغم اختلاف أنواعه إلا أنها تستهدف جمهورا واحدا وهو الجمهور الخارجي للمؤسسة والمتمثل في زبائنها وعملائها والمستفيدين من خدماتها وتساعد هذه الأنواع على التعريف بالمؤسسة وتحسين صورتها لدى جمهورها. وتتمثل أنواع الاتصال الخارجي فيما يلي:

أ- الاتصال المؤسساتي :

هو نقل وإذاعة البيانات والمعلومات الضرورية لممارسة الوظائف المختلفة للإدارة والهدف النهائي من الاتصالات المتنوعة التي تتم في إطار الإدارة، هو توجيه وتعديل أو تغيير سلوك العاملين في اتجاهات محددة ترسمها الإدارة .

ب-الاتصال الاجتماعي :

إن الاتصال الاجتماعي هو ذلك الإجراء الذي يتم به تبادل الفهم بين الكائنات البشرية أو العمل الذي عن طريقة تنتقل المعاني من إنسان إلى آخر أو من جماعة إلى أخرى ويتم اللجوء إليه كلما دعت الحاجة إلى البحث عن التغيير، لفائدة إصلاح المجتمع ككل وتنمية القيم الإنسانية ومكافحة الأمراض الاجتماعية (1).

ت-الاتصال التجاري :

يهدف هذا النوع من الاتصال إلى تحقيق الربح التجاري لصالح المؤسسة ويعرف بأنه مجموعة من العمليات التي تستخدمها المؤسسة لجذب انتباه مختلف الزبائن وإعلامهم بوجودها ونشاطها وعلامتها، وحثهم على اقتناء منتجاتها واستغلال خدماتها ويدخل ضمن الاتصال التجاري، كل من الإشهار وترقية المبيعات والعلاقات العامة (2).

(1) حليلة لعقاب، "الاتصال الخارجي للمؤسسة"، مذكرة الماستر، الجزائر، 2013، ص66.

(2) عبد الوهاب بخولفة، "الاتصال الاجتماعي في الجزائر بين غياب الإقناع و ضعف الإقناع"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد14، الديوان الوطني للمطبوعات، ص119.

4- أهداف الاتصال الخارجي للمؤسسة:

- تحسين سمعة أو الصورة الذهنية لدى الجماهير عن المؤسسة بشرح سياستها.
- تقييم الاتجاهات العامة نحو المنشأ.
- توفير المعلومات للإدارة عن الجماهير أو أطراف التعامل مع المنظمة .
- شرح حدود المنظمة أو المؤسسة في تحقيق الصالح العام.
- استيعاب الكفاءات البشرية المتميزة والمناسبة للعمل بالمنظمة.
- تعميم الرؤية والرسالة والأهداف والقيم الجوهرية.
- اطلاع المعنيين على انجازات المؤسسة.
- الحصول على التغذية الراجعة من المعنيين وذلك من أجل:
- تحديد استيعاب المعنيين.
- قياس رضا المعنيين.
- الحصول على الاقتراحات، الشكاوى.
- تعريف العملاء بحقيقة الجهود التي تبذل داخل المنشأة في سبيل تطوير الإنتاج والخدمات لمصلحتهم.
- التعرف على وجهة نظر العملاء فيما تنتجه المنشأة من سلع او خدمات من اجل تطويرها (1) .

5-انواع استراتيجية الاتصال الخارجي للمؤسسة:

- أ- **اتصال خارجي عملياتي** : يتم هذا النوع من الاتصال من منطلق إحساس أعضاء المؤسسة وشعورهم بوجوب تقديم خدماتهم لها في نطاق اتصالي مباشر مع المحيط باعتبارهم ممثلين لهذه المؤسسة ومرآة عاكسة لها أمام الجمهور بكافة أنواعه (الزبائن، الموردين، السلطات العمومية، المساهمين، البنوك، الرأي العام)، وذلك من خلال إعطاء صورة ايجابية عن المؤسسة ومحاولة الحصول على معلومات يتم دمجها ضمن شبكة أو بنك المعلومات التي تستخدمه المؤسسة كمدخلات وتحويله إلى مخرجات (2) .

(1) عبري حفيظة، "الاتصال الخارجي وأثره على الاداء الوظيفي"، مذكرة الماستر، المدينة، 2015، ص22.

(2) عبد الفتاح محمد سعيد: "التسويق"، دار النهضة العربية، بيروت، 1983، ص 417.

ب- اتصال خارجي استراتيجي: ويشمل هذا النوع صنفين من الاتصال:

- النوع الأول: يتولى إنشاء و تكوين الشبكات لان هدف المؤسسة هو البحث عن مكان لها في المحيط، و التواجد و تحقيق الذات و تنمية علاقات نشيطة مع المحيط الخارجي، إذ يعتبر كوسيلة دفاعية و نظام إنذار يمكن أن يخدم المؤسسة في حالة وجود صعوبات أو أزمات.
- أما النوع الثاني: يسمّى بالسمع الخارجي حيث تضع المؤسسات قنوات لجلب المعلومات عن البيئة المحيطة و هذا بجمع معطيات عن المنافسين و السوق و كذا رصد التطورات الحاصلة في المجال التكنولوجي و الاقتصادي و التغيرات الاجتماعية ، كل هذه تشكّل مادّة هامة يمكن الاستعانة بها في عملية اتخاذ القرارات على المدى المتوسط أو البعيد.

ت- اتصال خارجي حول السمعة: يستعمل هذا النوع بكثرة لأنه يمثل الاتصال الخارجي بكل أشكاله فهذا النوع يقتصر على نشاط المؤسسة لا نشاط الأفراد كل من منطلق مسؤولياته و توجهات المؤسسة التي يعمل فيها و يعتمد هذا النوع على 3 أساليب للقيام به و هي :

- الإعلان: وهو أهم عنصر باعتباره الآلية التي تسمح للمؤسسة من لفت الانتباه إليها باستخدام الأساليب التعبيرية الملائمة لطبيعة الجمهور المستهدف وكذا الرسالة الإعلانية.
- العلاقات العامة: ويرتكز جل نشاطها في محاولة تكوين صورة ايجابية وطيبة حول المؤسسة عند جماهيرها بالاستعانة بكافة الوسائل مثل: الدعاية، الرعاية والتمويل، مساعدة الجمعيات الخيرية... الخ من الأنشطة التي تجعل المؤسسة حاضرة في أذهان جماهيرها.
- العلاقة بوسائل الإعلام: ويبرز دور المؤسسة في كيفية جعل وسائل الإعلام تلعب دورا ايجابيا في المساعدة على تكوين صورة ايجابية عن المؤسسة وتحويلها من أداة ضغط إلى أداة موالية لسياسات المؤسسة واستراتيجياتها (1).

6-وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة وعواقبه:

أ- وظائف متعلقة بالمؤسسة :

- إحاطة المنظمة بكل ما يطرأ من تغيير بالرأي العام عن طريق البحوث من خلال تحليل آراء المواطنين وتقديم التقارير وهذا الرسم سياسة تدي ا المؤسسة .
- تزويد وسائل الإعلام بالبيانات والمعلومات عن المنظمة سواء كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية

(1) نور الدين مبني، "الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية"،رسالو المجستر في الاتصال و العلاقات العامة،قسنطينة،2009،

- تنظيم الأحداث التي تقوم بها المنظمة مثل: المعارض والمؤتمرات الصحفية والزيارات وذلك لتأكد من سياسة المؤسسة وأهدافها ونشأتها تجد الاهتمام الكافي من جانب جماهير مختلفة.
- إعداد المطبوعات، والملصقات التي لها علاقة بالمنظمة.

ب- وظائف متعلقة بالجمهور:

- التعريف بالمنظمة وأهدافها وإعداد الإعلانات المتعلقة بذلك.
- تعريف الجمهور بخدمات ومنتجات المؤسسة إلى جانب نشاطها.
- توضيح سياسة المنظمة للجمهور وتعريفهم بالتغيرات والتعديلات التي تطرأ
- التأكد من صحة وسلامة الأخبار التي تنشر عن المنظمة ومساعدة الجمهور على تكوين أفكار سليمة ومعلومات صحيحة عنها.
- العمل على تهيئة جو ملائم في استقبال وإرشاد زوار المنظمة والترحيب بهم (1).

7- وسائل الاتصال الخارجي للمؤسسة:

• العلاقات العامة:

تعرفها جمعية العلاقات العامة الدولية بأنها: وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على استمرارية التفاهم والتعاطف والتأييد (2) .

حسب القاموس الأمريكي للعلاقات العامة هي " الأنشطة التي تقوم بها المنظمة لتحقيق علاقات طيبة مع الجمهور (3).

هي الوظيفة الإدارية التي تتولى زيادة الأرباح بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق تحسين المشاعر العامة تجاه المنظمة وذلك من خلال وسائل اتصالات مستمرة وسياسات تحقق القبول العام(4).

(1) محمد بهجت كشك، "العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية"، المكتب الجامعي الحديث، 2010، ص 52.

(2) علي عوجة، "الاسس العلمية للعلاقات"، عالم الكتب، القاهرة، 1985، ص 21-22.

(3) طاهر مرسى عطية، "فن و علم العلاقات العامة"، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994، ص 16.

(4) نفس المرجع ، ص 17.

• أهداف العلاقات العامة :

- معرفة اتجاهات الرأي العام تجاه نشاط المؤسسة وعرضها على قيادة المؤسسة لكي تبحثها وتبحث مدى أهميتها وفائدتها بالنسبة لأهداف المؤسسة .

- إعلام الرأي العام بنشاط وبرامج المؤسسة، وأهدافها وصولاً إلى إقناع الرأي العام بذلك كسباً لثقتهم وتعاونهم.

- تحقيق التفاهم والتعاون بين المؤسسة و جماهيرها، وهي بذلك توفق بين عناصر المجتمع ومؤسساته وفئاته المختلفة وتنسق بين مصالحهم تحقيقاً للانسجام الاجتماعي (1).

• الاتصال الإشهاري :

هو مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية وإقناعه بامتياز منتجاتها وألا يعاز غليه بطريقة ما عن حاجته إليه (2) .

وهو أيضاً: " التعريف السليم والأمين بالسلع والخدمات والفرص المتاحة وهو محاولة تقريب المسافة بين المنتج إلى المستهلك النهائي أو المنفعة من الخدمة أو الباحث عن الفرصة (3).

• أهداف الإشهار:

- تعريف الجمهور بالمنتج أو بعض الخصائص والمزايا الموجودة فيه.
- إحداث تغيرات إيجابية في سلوك المستهلك تجاه السلعة أو الخدمة أو الشركة المعلن عنها
- خلق صور ومركز متميزين للمؤسسة ومنتجاتها وذلك الاستحواذ على إعجاب الجمهور وزيادة الثقة بالمؤسسة
- مواجهة المنافسة التجارية منها والإعلانية، فكثير من الحملات التي تهدف إلى تغيير آراء المستهلكين عن سلعة معينة (4) .

(1) طاهر مرسي عطية، "فن و علم العلاقات العامة"، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994، ص 27-28.

(2) محمد جودت ناصر، "الدعاية و الاعلام و العلاقات العامة"، دار المجدلوي، عمان، 1997، ص102.

(3) احمد محمد المصري، "الإدارة الحديثة"، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2000، ص11.

(4) محمد عبد الله عبد الحافظ، "التسويق المعاصر"، دار الحامد للنشر و التوزيع، 1998، ص326 .

• العلاقات مع الصحافة :

هي وسيلة تطورت مع العلاقات العامة وكتدعيم للإشهار لتكون في خدمة المراسلين والصحافيين على حد سواء ، إنها تقنية اتصالية قائمة بذاتها تلجأ إليها المؤسسة لتلبية الحاجة الإخبارية المتزايدة للمستهلك الذي أصبح لا يكتفي بالرسائل الاشهارية التجارية ،وهي تهدف في نفس الوقت إلى نشر رسائل إعلامية ذات طابع مؤسساتي لتساهم في تكوين وتطوير أو تدعيم الصورة العمومية للمؤسسة ولسلعها أو خدماتها (1).

• أهداف العلاقات مع الصحافة:

- إقناع الجماهير وتعديل الاتجاهات السلبية لديهم إلى اتجاهات بناءة.
- حماية المؤسسة من كافة صور الهجوم التي تقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة مع تهيئة البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة.
- تزويد فئات الجمهور المختلفة بكافة المعلومات الصحيحة والبيانات الصادقة لمساعدتها على تكوين آرائها استنادا إلى الحقائق (2).

(1) فضيل دليو، "اتصال المؤسسة، إشهار، علاقات عامة، علاقات مع الصحافة"، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003، ص62.

(2) نفس المرجع ، ص63.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل نجد للاتصال الخارجي فعالية كبيرة وتأثير مباشر وغير مباشر على المؤسسة الخدماتية من حيث رفع الكفاءة وتوفير المعلومات وتحسين الشروط العامة للعمل من تعامل العمال فيما بينهم ومع الزبائن، ولذلك لابد على المؤسسة الخدماتية أن تقوم بالاهتمام بجمهورها الخارجي من مستهلكين وزبائن ومتعاملين وتحفيزهم.

الجانِب التطبيقِي

الفصل الرابع : عرض البيانات و تفسير النتائج

-تمهيد

1- التعريف بالمؤسسة محل الدراسة

2-تحديد خصائص العينة.

3-تفريغ وتحليل البيانات الميدانية.

4-النتائج العامة للدراسة.

5-الاستنتاج العام.

تمهيد:

بعدما تطرقنا للجانب النظري في الفصول السابقة التي تناولنا فيها الاتصال الخارجي للمؤسسة كمتغير مستقل في الفصل الاول و تكنولوجيا الاتصالات الجزائر الحديثة كمتغير تابع في الفصل الثاني، يأتي الاطار التطبيقي الذي يعد تجسيدا للإطار النظري على ارض الواقع و ذلك من خلال الاستعانة بتصميم استبيان يحتوي على مجموعة من المعلومات و المؤشرات تساعدنا على دراسة الحالة بالإضافة الى اسئلة المقابلة التي تتم فيها من خلال طرح مجموعة من الاسئلة على صاحب القرار في مؤسسة محل الدراسة للإحاطة بأبعاد هذه الدراسة و انجازها بأكبر دقة و منطق ممكنين و عليه قمنا بتقسيم هذا الفصل الى عناوين رئيسية و هو تقديم المؤسسة محل الدراسة، عرض نتائج الاستبيان و المقابلة و تحليلها ، و اخيرا النتائج و الاستنتاج العام المحصل عليها.

1-التعريف بالمؤسسة محل الدراسة:

هي مديرية مركزية تقع على مستوى المديرية العامة لاتصالات الجزائر وتتكفل بكل المهام الاتصالية للمؤسسة على غرار تحديد الاستراتيجية العامة للاتصال والسهر على تنفيذها على مستوى التراب الوطني، وذلك بالتنسيق مع المكلفين بالاتصال الجهويين، يترأس مديرية الاتصال مدير الاتصال.

• موقع المديرية من الهيكل التنظيمي:

تقع على مستوى المديرية العامة لاتصالات الجزائر وهي تابعة إداريا إلى قسم التجاري والتسويق والاتصال وتنشعب عن مديرية الاتصال أربعة دوائر وخليّة، وهم:

- 1/ دائرة الاتصال الداخلي: هي المسؤولة والمكلفة بكل المهام الاتصالية الداخلية الخاصة بالمؤسسة.
- 2/ دائرة الاتصال الرقمي: هي الدائرة المسؤولة للتكفل بكل المهام الاتصالية الخاصة بالمؤسسة التي تتم عبر الفضاء الرقمي.
- 3/ دائرة الإعلام والعلاقات العامة: هي الدائرة المسؤولة عن تكفل بكل مهام العلاقات العامة واتصال المؤسسة وتسيير الاتصال مع الصحافة.
- 4/ دائرة تنظيم الأحداث والرعاية: هي الدائرة المسؤولة عن التكفل بتنظيم كل أحداث المؤسسة الداخلية والخارجية بالإضافة إلى التكفل بمهام الرعاية.
- 5/ خليفة التصميم الجرافيكي: هي مسؤولة عن إنشاء المحتوى الجرافيكي الخاص بالمؤسسة (الاتصال المرئي).

2-تحديد خصائص العينة:

تتكون عينة الدراسة من مجموعة من العاملين في المؤسسة الاتصالات الجزائر بالجزائر العاصمة حيث تتكون من 10 عامل يمثلون المجتمع الأصلي للدراسة وسنطبق عليهم استمارة البحث ومن خصائص العينة التي تم اختيارها ما يلي:

- النوع: ذكور / اناث.

- السن: 25 سنة الى 35 سنة 35 سنة الى 50 سنة أكثر من 50 سنة .

- الأقدمية: سنة الى 5 سنوات 5 سنوات الى 10 سنوات 10 سنوات ما فوق.

- نوع الوظيفة: - عون اداري - رئيس القسم.

3-تفريغ بيانات الدراسة:

3-1/ البيانات الشخصية:

تساعد البيانات الشخصية الباحث في التعرف على خصائص المبحوثين أو العينة وكثيرا ما يعتمد عليها كمؤشر في تحليل البيانات والمعطيات الميدانية، وتضم البيانات الشخصية لهذه الدراسة أربعة (4) أسئلة تتعلق بالجنس، السن، سنوات الخبرة، نوع الوظيفة.

الجدول (1): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع:

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	7	70%
أنثى	3	30%
المجموع	10	100%

يتضح من الجدول رقم (1) أنَّ نسبة أفراد العينة من الإناث تقل عن نسبة الذكور، حيث تقدّر الأولى ب 30% وتمثل الثانية 70% من إجمالي أفراد العينة، ما يعني استخدام الذكور لتكنولوجيا الاتصالات الحديثة أكثر من الإناث.

الجدول رقم (2): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
من 25 إلى 35 سنة	6	60%
من 35 إلى 50 سنة	4	40%
أكثر من 50 سنة	0	0%
المجموع	10	100%

يتضح من الجدول رقم (2) أنَّ نسبة 60% من مفردات عينة الدراسة يتراوح سنها ما بين (25 إلى 35 سنة) في حين 40% من مفردات عينة الدراسة يتراوح سنها ما بين (35 إلى 50 سنة) ثمّ تليها نسبة 0 % من مفردات العينة تمثل الفئة العمرية التي تفوق 50 سنة.

نستنتج أنَّ فريق العمل في المؤسسة الاتصالية محل البحث فريق شبابي، ويضم طاقة شبابية تستوعب العمل في المركز ولها دافعية لمسايرة التطورات الحاصلة ومواكبة التطور التكنولوجي، أمّا الفئة العمرية 35 سنة فما فوق فتمثّل الأفراد الذين يتحملون المسؤوليات ولديهم أقدمية وخبرة في العمل.

الجدول رقم (3): يبيّن توزيع أفراد العيّنة حسب متغيّر نوع الوظيفة.

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
عون أداري	6	60%
رئيس قسم	4	40%
مجموع	10	100%

يتضح من خلال هذا الجدول أنّ الأعوان الإداريين هم أكثر المبحوثين، حيث سجلت نسبة هؤلاء 60% وهي كأعلى نسبة في الجدول ويرجع ذلك الى طبيعة العمل التي تتطلب عددا كبيرا من الاعوان الاداريين لإنجاز المهام الإداري للمؤسسة، كما نلاحظ أنّ نسبة رؤساء القسم قد بلغت 40% لكون هذه الفئة كلها موصولة بالتكنولوجيا الاتصالية الحديثة نظرا لمكانتها الوظيفية في المؤسسة وأنها تتولى عمليات التسيير والتي تتطلب اتصالا أكثر وأسرع.

الجدول رقم (4): يبيّن توزيع أفراد العيّنة حسب سنوات الخبرة:

الاجابة	التكرار	النسبة %
سنة الى 5 سنوات	3	30%
5 سنوات الى 10 سنوات	5	50%
10سنوات ما فوق	2	20%
المجموع	10	100%

يبيّن لنا هذا الجدول أنّ أعلى نسبة الموظفين ذوي الاقدمية تتراوح من 5 سنوات الى 10 سنوات والتي قدّرت ب 50%، تأتي في المرتبة الثانية العاملين ذوي أقدمية من (سنة إلى 5 سنوات) التي قدرت بنسبة 30%، وفي المرتبة الأخيرة الموظفين ذوي أقدمية تتراوح من 10سنوات فما فوق بنسبة قدرت 20%. نستنتج من خلال الجدول أنّ معظم مفردات العيّنة تمتلك خبرة أقل من 10 سنوات وهذا راجع الى شبابية فريق العمل، كما أشرنا اليها في الجدول السابق، ونضيف الى أنّ نسبة 20% من ذوي أقدمية 10 سنوات فما فوق نسبة لا بأس بها يمكن للمركز الاستفادة من خبرتها للرفع من كفاءة الأداء وتطوير الحاصلة والمبتكرات الجديدة، فإنّ الاقدمية في العمل تكسب الفرد خبرة في سيرورة أداء الأعمال، وتعود على المؤسسة بفوائد للتقدّم نحو الأحسن.

المحور الثاني: دور الاتصال الخارجي لمؤسسة اتصالات الجزائر (بالجزائر العاصمة)

الجدول رقم (5): يبين معنى الاتصال الخارجي في المؤسسة.

الاجابة	التكرار	النسبة %
تبادل المعلومات بين المؤسسة وجمهورها الخارجي	7	70%
بناء ثقة الجمهور الخارجي بمؤسسة	1	10%
اثبات وجود المؤسسة في أعين جمهورها الخارجي	2	20%
المجموع	10	100%

يتضح من خلال الجدول أنّ 70% من العمال صرحوا أنّ الاتصال الخارجي هو تبادل المعلومات بين المؤسسة وجمهورها الخارجي لأنّه يعدّ حلقة وصل بين المؤسسة والمجتمع المحيط بها، في حين أنّ 20% من العمال يرون أنّ الاتصال الخارجي في مؤسستهم هو إثبات وجودها في أعين جمهورها على مستوى بيئتها الخارجية تليها نسبة 10% من العمال يرون أنّ الاتصال الخارجي في مؤسستهم لبناء ثقة الجمهور الخارجي، ومنه يمكن القول أنّ الاتصال الخارجي وحسب أغلبية أفراد العيّنة هو تبادل المعلومات بين المؤسسة وجمهورها الخارجي.

الجدول رقم (6): يبين أهمية الاتصال الخارجي بالنسبة لمؤسسته.

الاجابة	التكرار	النسبة %
عالية	8	80%
متوسطة	2	20%
ضعيفة	0	0%
مجموع	10	100%

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أنّ معظم مفردات العيّنة أجابوا أنّ له أهمية عالية بنسبة 80%، وذلك لأنّه يعمل لتحقيق وجود المؤسسة وشهرتها، وتعريف الرأي العام بسياساتها وخدماتها، ثمّ تليها متوسطة بنسبة 20%، في حين ضعيفة كانت بنسبة 0%. نستنتج من خلال هذا أنّ أهمية الاتصال الخارجي بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بالجزائر العاصمة كانت عالية جدا.

الجدول رقم (7): يبيّن تأثير الاتصال الخارجي في المؤسسة على تحقيق أهدافها.

الاجابة	التكرار	النسبة %
بطريقة عالية	5	50%
بطريقة كبيرة	5	50%
بطريقة متوسطة	0	0%
بطريقة ضعيفة	0	0%
المجموع	10	100%

يتضح لنا من خلال هذا الجدول الذي يبيّن ما مدى تأثير الاتصال الخارجي على تحقيق أهداف المؤسسة أنّ نسبة 50% من مفردات العينة أجابوا بشكل كبير وعالي، وهذا يدل أنّ للاتصال الخارجي فعالية كبيرة وعالية وتأثير مباشر وغير مباشر على المؤسسة من حيث رفع الكفاءة وتوفير المعلومات وتطوير الحاصلة من خلال تقنيات الاتصال الخارجي ثمّ تليها متوسطة وضعيفة بنسبة 0%. فنستنتج أنّ الاتصال الخارجي يساهم ويعمل على توضيح أهداف المؤسسة وتحقيقها بشكل كبير وعالي.

الجدول رقم (8): يبيّن الاتصالات التي تفضلها المؤسسة للتعامل مع المحيط الخارجي

الاجابة	التكرار	النسبة %
الاتصالات الرسمية	3	30%
الاتصالات الغير رسمية	7	70%
المجموع	10	100%

يتضح لنا الجدول أنّ الاتصالات غير رسمية مثلت نسبة 70% وهي الاتصالات التي تتم خارج القنوات الرسمية المحددة للاتصال بينما الاتصالات الرسمية 30%، ومنه نستنتج أنّ الاتصالات التي تفضلها المؤسسة في التعامل مع جمهورها الخارجي هي الاتصالات الغير رسمية.

الجدول رقم (9): يبيّن الأسلوب المستخدم في المؤسسة للاتصال بجمهورها الخارجي

الاجابة	التكرار	النسبة %
أسلوب شفوي	2	20%
أسلوب كتابي	6	60%
أسلوب الكتروني	2	20%
المجموع	10	100%

يبين لنا هذا الجدول أنّ 60% من مفردات العينة يفضلون الأسلوب الكتابي كاليانات الصحفية، مراسلات، تقارير....الخ، وذلك بسبب أنّها دقيقة وتشمل كلّ التفاصيل ولسهولة انتشارها، في حين نجد الاسلوبين الشفوي كالمقابلة الشخصية والمؤتمرات الصحفية....الخ والالكتروني كالرسائل الالكترونية بنفس النسبة 20 %. ومنه نستنتج أنّ المؤسسة تعمل على المزج والتنوع في أساليبها الاتصالية وذلك من اجل إنجاح العملية الاتصالية والاحتكاك والانسجام مع جمهورها الخارجي.

الجدول رقم (10): يبين الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة في الاتصال مع جمهورها الخارجي.

الاجابة	التكرار	النسبة %
العلاقات مع الصحافة	4	40%
العلاقات العامة	2	20%
الاشهار	4	40%
المجموع	10	100%

يتضح لنا هذا الجدول أنّ مفردات العينة صرحوا أنّ المؤسسة تعتمد على الاشهار والعلاقات مع الصحافة في الاتصال مع جمهورها الخارجي، وذلك بنسبة 40% وهي أعلى نسبة، ثمّ تليها العلاقات العامة بنسبة 20% ومنه نستنتج أنّ المؤسسة الاتصالية الجزائرية بالجزائر العاصمة تعتمد في اتصالها بجمهورها على الاشهار والعلاقات مع الصحافة بنسبة كبيرة وذلك باعتبارها الوسيلة الناجحة والشائعة للتعرف بالمؤسسة وخدماتها وتلبية الحاجة الإخبارية المتزايدة للمستهلك ونشر الرسائل الإعلامية ذات طابع مؤسساتي لتساهم في تدعيم الصورة العمومية للمؤسسة.

الجدول رقم (11): يبين الصعوبات التي تعيق الاتصال الخارجي في المؤسسة

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	0	0%
لا	10	100%
المجموع	10	100%

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أنّ مفردات العينة أجابوا بنسبة 100% على عدم وجود صعوبات تعيق الاتصال الخارجي هذا يعني أنّ مؤسسة اتصالات الجزائر بالجزائر العاصمة لا تعاني من صعوبات تعيق اتصالها الخارجي بجمهورها.

الجدول رقم (12): يبيّن الوسائل الحديثة المستعملة في الاتصال الخارجي للمؤسسة.

الاجابة	التكرار	النسبة %
البريد الالكتروني	4	40%
الموقع الالكتروني	3	30%
الفاكس	1	10%
الفايسبوك	2	20%
المجموع	10	100%

يتضح لنا الجدول أعلاه أنّ نسبة 40% من مفردات العينة يستعملون البريد الالكتروني كوسيلة من بين الوسائل الحديثة في الاتصال الخارجي بالمؤسسة بينما نسبة 30% من افراد العينة يستعملون الموقع الالكتروني و 20% كنسبة الذين يستعملون الفايسبوك وفي الأخير الفاكس بنسبة 10% ومئة هنا يبيّن لنا أنّ إدارة المؤسسة تعتمد على التكنولوجيا الحديثة وأنّ البريد الالكتروني هو من أكثر الوسائل الحديثة المستعملة في الاتصال الخارجي بالمؤسسة باعتباره نظام للتراسل الالكتروني.

المحور الثالث: تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

الجدول رقم (13): يبيّن ما إذا كان هناك معرفة مسبقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	9	90%
لا	1	10%
المجموع	100	100%

يوضح لنا هذا الجدول أنّ نسبة 90% من مفردات العينة كانت لديهم معرفة مسبقة لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، بينما 10% عبروا عن عدم معرفتهم المسبقة بالاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة. وبالتالي نستنتج أنّ إدارة المؤسسة لديهم دافعية لمواكبة تطورات العصر واستخدام التكنولوجيات الحديثة ممّا يولد لديهم معرفة مسبقة لهذه التكنولوجيات.

الجدول رقم (14): يبيّن ما إذا كان ادخال تكنولوجيايات الاتصال الحديثة أحدث تجديدا في شكل العمل في المؤسسة.

الاجابة	التكرار	النسبة %
كثيرا	8	80%
قليلا	2	20%
لا	0	0%
المجموع	100	100%

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أنّ نسبة 80% من مفردات العيّنة يرون أنّ تكنولوجيا الاتصال الحديثة أحدثت تغييرا في شكل العمل في المؤسسة، بينما يرى 20% أنّها أحدث تغييرا ولكن بشكل قليل فيما يرى 0% أنّها لم يحدث أي تغيير. ومن هنا نستنتج أنّ ادخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة أحدثت تغييرا في شكل العمل داخل المؤسسة، وذلك من خلال إحلال طرق حديثة بدلا من طرق قديمة، إضافة الى دورها في تسريع وتسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها والحد من التجاوزات والاطّاء البشرية ويضمن تسيير العمل بصفة فعالة.

الجدول رقم (15): يبيّن ما إذا كانت صعوبات توجيهها المؤسسة أثناء استخدامها لتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	7	70%
لا	3	30%
المجموع	100	100%

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أنّ 30% من مفردات العيّنة لا يواجهون صعوبات أثناء استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، بينما 70% من مفردات العينة وهي كأعلى نسبة يواجهون صعوبات في استخدامها، وهذا ما يفسّر عدم استخدام بعض المبحوثين لبعض تكنولوجيا الاتصال الحديثة نهائيا أو الاستخدام المحدود لها.

وسعيا منّا لمعرفة نوع الصعوبات التي يواجهونها قمنا بتصميم الجدول الموالي:

الجدول رقم (16): يوضح طبيعة الصعوبات التي يواجهونها في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة

الاجابة	التكرار	النسبة %
لغوية	2	20%
تقني	8	80%
المجموع	10	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أنّ أغلب الذين يعانون من صعوبات استخدام تكنولوجيا الاعلام هي صعوبات تقنية بنسبة 80%، بينما يواجه 20% منهم صعوبات لغوية ويعود ذلك لكون المعلومات المدونة باللغة الفرنسية التي يجيدها ويتقنها أغلب العاملين أمّا الصعوبات التقنية تبقى العائق الكبير في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والخاصة بطرق الاستعمال.

الجدول رقم (17): يبيّن ما إذا كان استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة تسمح لتنمية مهارات ومعارف الموظفين.

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	10	100%
لا	0	0%
المجموع	10	100%

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أنّ 100% من الموظفين سمحت لهم تكنولوجيا الاتصال الحديثة بتنمية مهاراتهم ومعارفهم. نستنتج من هنا أنّ تكنولوجيا الاتصال الحديثة لها تأثير على معارف ومهارات العاملين وزيادة قدراتهم على تطوير أساليب العمل وتحسين من أداءهم.

الجدول رقم (18): يبيّن ما إذا كانت المؤسسة تضمن دورات تدريبية لتحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	7	70%
لا	3	30%
المجموع	10	100%

من خلال الجدول نلاحظ أنّ 70% من مفردات العيّنة استفادوا من دورات تدريب لتحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بينما 30% يرون عكس ذلك لم يستفيدوا من الدورات التدريبية. نستنتج من هنا أنّ المؤسسة فتحت مجال لتدريب لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وهذا من خلال النتائج التي

توصلنا اليها. ولكن للأسف نجد بعض الموظفين لم يتحصلوا على التدريب وهذا حسب ما جاء في مقابلتنا مع رئيس قسم الاتصال الرقمي السيد (يساد محمد الأمين) الذي أكد لنا ذلك ويرى أنّ الإدارة لا تسعى لتنمية مواردها البشرية.

الجدول رقم (19): يبيّن طرق التدريب التي تضمنها المؤسسة في مجال استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

الاجابة	التكرار	النسبة %
اجتماعات	2	20%
تربصات	5	50%
ملتقيات	2	20%
أخرى	1	10%
المجموع	10	100%

يوضح لنا الجدول طرق التدريب التي تضمنها المؤسسة في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث سجلت 50% كأعلى نسبة لطريقة التربصات، وتحتل المرتبة الثانية الملتقيات والاجتماعات نسبة 20%. وهذه الاجتماعات والملتقيات تكون بين العمال والمسؤول وهذا ما توصلنا اليه من خلال المقابلة مع رئيس القسم الاتصال الرقمي السيد (يساد محمد أمين) حيث أكد أنّ هذه التجمعات والملتقيات تقام كلما تمّ ادخال تكنولوجيا جديدة يقوم المسؤول بالتعرف بها على مستوى الأقسام وإعطاء العمال بعض المعلومات والمبادئ الأولية. ونستنتج من هنا أنّ رغم تسجيل 50% كأعلى نسبة إلا أنّ بعد اجرائنا للمقابلة توصلنا الى أنّ المؤسسة لا تضمن دورات تدريبية كافية عند ادخال تكنولوجيا حديثة وتمّ اللجوء الى الملتقيات والاجتماعات، وتأتي نسبة 10% من مفردات العينة يستفيدون بطرق أخرى كالبحوث والاستفسارات.

الجدول رقم (20): يبيّن درجة تحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بعد التدريب.

الاجابة	التكرار	النسبة %
جيدة	2	20%
متوسطة	7	70%
ضعيفة	1	10%
المجموع	10	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أنّ 70% من الموظفين يتحكمون باستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة بطريقة متوسطة بينما بلغت نسبة الذين يتحكمون في استخدام بطريقة جيّدة 20% وسجلت نسبة 10% من الموظفين تحكمهم في تكنولوجيا الاتصال الحديثة ضعيفة.

نستنتج من خلال هذه النتائج وما أعده لنا رئيس القسم المكلف بالاتصال الرقمي في المركز خلال اجراء مقابلة معه حيث صرح بوجود نقائص يمكن ارجاعها الى طريقة التدريب والقدرات العقلية لكل عامل وأيضا الى طبيعة التكوين المستفاد منه بينما النسبة الضعيفة التي سجلت تعود الى التعود والممارسة أكثر فهي التي تزيد من القدرة على التحكم أكثر.

الجدول رقم (21): يبيّن ما إذا كان استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة زاد في فعالية الاتصال الخارجي

الاجابة	التكرار	النسبة %
كثيرا	3	30%
قليلا	6	60%
لم يفعل	1	10%
المجموع	10	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أنّ 60% من الموظفين يرون أنّ تكنولوجيا الاتصال الحديثة زادت بشكل قليل في فعالية الاتصال الخارجي، بينما 30% من الموظفين يرون أنّها حسنت الاتصال الخارجي كثيرا وتليها نسبة 10% يرون أنّ لم تحسن الاتصال الخارجي. نستنتج من هنا أنّ تكنولوجيا الاتصال الحديثة زاد بشكل قليل في فعالية الاتصال الخارجي وهذا راجع إلى أنّ استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في ميدان الاتصال الخارجي متنوعة.

الجدول رقم (22): يبيّن رغبة ادخال تكنولوجيا اتصال حديثة أخرى للمؤسسة.

الاجابة	التكرار	النسبة %
نعم	8	80%
لا	2	20%
المجموع	10	100%

يتضح من خلال هذا الجدول رغبة الموظفين في إدخال تكنولوجيا اتصال الحديثة أخرى للمؤسسة، وذلك بنسبة 80%، بينما 20% من الموظفين عبروا عن عدم رغبتهم في ادخال تكنولوجيا اتصال حديثة أخرى. نستنتج من خلال النتائج أنّ رغبتهم في زيادة ادخال تكنولوجيا أخرى لتحسين مستوى الخدمات وتسهيل الاتصال أكثر لأنّ الاتصال يؤدي إلى السير الحسن للمعلومات ولمواكبة التطور لأنّ العالم في

تغيير وتطوير مستمر وعلى المؤسسة أن تسعى لتسهيل التواصل مع المستجندات وهذا ما جاء في المقابلة مع رئيس القسم الاتصال الرقمي السيد (يساد محمد أمين).

الجدول رقم (23): يبين سلبية استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة.

الاجابة	التكرار	النسبة %
كثيرة	2	20%
قليلة	7	70%
منعدمة	1	10%
المجموع	10	100%

يتضح من خلال هذا الجدول أنّ رغم الإيجابيات التي تحملها تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلا أنّها كغيرها من الوسائل الأخرى لا تخلو من السلبيات، حيث يرى أفراد العيّنة بنسبة 70% أنّ لتكنولوجيا الاتصال الحديثة سلبيات قليلة بينما 20% سجلت أنّ هناك سلبيات كثيرة، في حين يرى 10% منهم أنّها لا تتوفر على سلبيات أبداً.

حسب ما جاء في مقابلتنا مع السيد (يساد محمد أمين) رئيس قسم الاتصال الرقمي وضح لنا نوع السلبيات حيث يرى أنّ لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة خطر على المعلومات من خلال التلوث بفيروسات التي من شأنها إتلاف البرامج و الملفات، كما أيضا يهدد حماية المعلومات ذلك أنّ الحماية في الأنظمة الشبكية غير مضمونة وأفادنا أيضا أنّ انتشار استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة يفش الاسرار الشخصية.

السؤال 24: ما هو تقييمك لاستخدام تكنولوجيا اتصال الحديثة في مؤسستكم؟

أجابت غالبية أفراد عيّنة الدراسة على أنّ استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة فعال حسن أنّه ساهم في تفعيل الاتصال وتحسين الإنتاجية وكذا حسن من محيط العمل، لكنه لا زال يعاني من نقائص سببها عدم استخدام الموظفين لها، كما أنّه يحتاج إلى الاستفادة أكثر مما تنتجه هذه التكنولوجيات، ويتم ذلك خاصة من خلال نوعية الأفراد بأهمية ودور هذه التكنولوجيا وكذا زيادة تدريبهم.

4/ النتائج العامة للدراسة:

لقد توصلنا من خلال دراستنا الميدانية التي تدور حول استراتيجية الاتصالات الخارجية تحت التطبيقات الجديدة للاتصالات الجزائر إلى النتائج التي أجبنا فيها عن تساؤلات الدراسة.

-المحور الأول: المتعلق بدور الاتصال الخارجي للمؤسسة اتصالات الجزائر بالجزائر العاصمة يتضح لنا من خلال الجداول رقم 6،7،8،9،10،11،12 أنّ الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر هو تبادل المعلومات بين المؤسسة وجمهورها الخارجي وتعمل لتحقيق وجودها وشهرتها، كما أنّه يساهم بشكل كبير في زيادة العلاقة بين جمهورها الخارجي وهذا حسب ما أدى به أفراد العيّنة في حين نجد أيضا أهمية الاتصال الخارجي بالمؤسسة يساهم في السير الحسن للمؤسسة ويخدم مصلحتها و ايصال المعلومات لمحيطها الخارجي، وذلك من خلال تعدد وسائل الاتصال الخارجي، ومن أجل توضيح العلاقة بين تنوع وسائل الاتصال الخارجي وفعاليتها في المؤسسة، وهو ما يفسّر أنّ هناك الاتصالات الرسمية والاتصالات الغير رسمية، إضافة الى الأساليب الاتصالية المستخدمة في اتصالها بجمهورها الخارجي نجد الأسلوب الكتابي الذي يطغى على الأسلوبين الإلكتروني والشفوي، ونجد أيضا الاشهار والعلاقات مع الصحافة تمثل النسبة الأكبر من بين الوسائل المعتمدة من طرف المؤسسة في اتصالها الخارجي، إضافة إلى استخدام وسائل الاتصال الحديثة (البريد الإلكتروني، الموقع) فهي من المؤسسات الرائدة في استخدام الوسائل التكنولوجية وهذا ما يبيّن سعيها لمسايرة التطور الحاصل من جهة أخرى نجد أنّ مؤسسة اتصالات الجزائر لا تعاني من صعوبات تعيق اتصالها الخارجي وهو ما صرح به كلّ أفراد العيّنة.

-المحور الثاني: المتعلق بتأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة من خلال الجداول (13،14،15،16،17،18،19،20،21،22،23،24)، يبيّن لنا أنّ أغلب أفراد العيّنة لديهم معرفة مسبقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث أحدث هذا الأخير تجديدا بشكل كبير في المؤسسة ذلك من خلال توفير نمط اتصالي يسمح بالتواصل بين العمال والوصول المباشر للمعلومات وسهولة توصيلها للعالم الخارجي، لكن هذه لا يعني عدم مواجهة الصعوبات أثناء استخدامها فإنّ معظم أفراد العيّنة صرحوا أنّهم يواجهون صعوبات في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وكانت هذه الصعوبات تقنية وليست لغوية، ويعود ذلك إلى أنّ المعلومات المدونة في تكنولوجيات الاتصال الحديثة باللغة الفرنسية التي يجيدها أغلب موظفو المؤسسة، أمّا التقنية فلها علاقة بطريقة استعمال والاستفادة منها وهذا تحقّقه الدورات التدريبية، وهو ما يفسّر وجود دورات تدريبية تضمنها المؤسسة لتحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وهذا حسب ما أدلى به افراد العيّنة ولكن بالرغم من ضمان المركز تربصات وملقنيات واجتماعات لكن لم يستفيدوا بالشكل المطلوب منها خاصة فيما يخص الاداريين وهذا راجع إلى قلتها وعدم

كفايتها، إضافة على معظمها غير ممنهجة. إلا أن هذا لا يسمح لنا بالقول أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ليس لديها فعالية ولكن العكس صحيح فقد ساهمت في تحسين طرق وأساليب للاتصال الخارجي بين المؤسسة وجمهورها الخارجي ونقل المعلومات وتبادل الملفات، مما سمح لهم بتطوير مهاراتهم ومعارفهم واكتسابهم معارف جديدة أدت إلى ارتفاع مستوى أدائهم وتفعيله برغم من السلبيات استخدامها التي من شأنها إتلاف البرامج والملفات وحماية المعلومات في أنظمة الشبكية غير مضمونة، إلا أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة يبقى من بين الطرق الحديثة التي يعتمد عليها.

وعليه نستنتج أننا تمكنا من الإجابة على التساؤلات الفرعية التي طرحناها مسبقاً، و لقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية وانطلاقاً من المقابلات التي أجريناها اتضح لنا أن:

-الاتصال الخارجي يزيد من فاعلية العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي.

-لقد أبدت الغالبية العظمى من الموظفين و المسؤولين الذين تمّ استجوابهم عن رضاهم التام عن مدى مساهمة الاتصال الخارجي في تحسين أدائهم الوظيفي خاصة بإدخال التكنولوجيا الحديثة للاتصال.

-ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين طرق وأساليب الاتصال الخارجي، وتوفير نمط اتصالي يسمح بالتواصل بين المؤسسة وجمهورها الخارجي.

- تسهيل وتسريع الحصول على المعلومات والحد من الأخطاء، و احلال الطرق الحديثة بدلا من الطرق القديمة على مستوى العمل.

-الاعتماد الكبير والصحيح على تكنولوجيا الاتصال الحديثة وحسن استخدامها والاستفادة منها أدى إلى تفعيل الاتصال الخارجي للمؤسسة.

-تعتبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة ضرورية للسير الحسن للمؤسسة والاتصال الخارجي لها.

-تساهم تكنولوجيا الاتصالات الحديثة في التنسيق بين العمل والإدارة وخلق المبادرة في العمل ويعدّ استخدامه ضروري في سير عمل المؤسسة والاتصال الخارجي لها.

الخاتمة

الخاتمة:

وفي نهاية بحثنا ومن خلال دراستنا إلى أي مدى يؤثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاستراتيجية الاتصالات الخارجية لمؤسسة اتصالات الجزائر بالجزائر العاصمة اتضح لنا أنّ تكنولوجيا الاتصال الحديثة أثرت بشكل كبير في تحسين الاتصال الخارجي للمؤسسة، فهي تعمل على تطوير العملية الإدارية واستمرارها في ظروف الانفتاح و العالمية، ودورها في رفع كفاءة الأداء المهني وتحسينه.

ويمكن القول بأنّ من خلال هذه الدراسة تمّ التعرف على أهم وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة استخدام في الاتصال الخارجي للمؤسسة والصعوبات التي تواجه العاملين عند استخدامها وتأثيرها على أدائهم المهني، وتمّ تحقيق هذه النتائج من خلال استخدام أدوات متعدّدة لجمع البيانات وتفريغها وتحليلها.

وفي الأخير يمكننا الإجابة على السؤال الرئيسي لدراستنا هذه ونقول أنّ تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتوفرة في المؤسسات ساهمت في تحسين مستوى الأداء المهني بشكل مقبول من خلال تحسين أساليب الاتصال الخارجي وهذا بفضل توفير كفاءات ذوي مستوى تعليمي عالي لها استعداد لتبني تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتوظيفها في العمل.

إلا ان هذه الدراسة تبرر وجود نقائص لذا ارتأينا الى تقديم بعض الاقتراحات في هذا المجال:

- لا بدّ من وضع برامج تكوينية وتدريبية مكثفة لتطور معارفهم ومهاراتهم بشكل دوري للتعامل مع الوسائل التكنولوجية المتطورة لتحقيق أهداف المؤسسة خاصة في الاتصال مع جمهورها الخارجي.
- ادخال برامج تطبيقية جديدة للتطوير الاتصال الخارجي للمؤسسة.
- تكثيف الجهود داخل المؤسسة من اجل تحسين عملية الاتصال الخارجي للمؤسسة.
- العمل على توفير وسائل الاتصالات المناسبة و الحديثة و تدريب الافراد على حسن استخدامها بما يحقق الهدف منها على احسن وجه ممكن.
- سعي مؤسسة اتصالات الجزائر الى تحسين عملية الاتصال الخارجي من خلال اصلاحات تقنية و تكوينية تدريبية بالإضافة الى اصلاحات تنظيمية و هيكلية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

- باللغة العربية:

- 1/ جعفر حسن الغاني، (2013)، *تقويمات الحكومات المصرية الحديثة*، دار البداية، عمان.
- 2/ ربحي مصطفى عليان، محمد عبد الرئيس، (2003)، *هزوكى لالة شك هة تقويماتى لالة*، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- 3/ طاهر مرسي عطيه، (1994)، *نعم هة على لالة تقويماتى لالة*، دار النهضة العربية، القاهرة.
- 4/ صالح خليل أبو اصبع، (1998)، *لالة شكى لالة*، ط1، دار الشروق.
- 5/ عبد الجواد، سعيد محمد ربيع، (2004)، *ونجى لالة لالة شكى لالة*، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 6/ عبد المالك ردهاني الزباني، (2002)، *لالة شكى لالة*، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 7/ عبد السلام الشناق، (2010)، *نجدى لالة شكى لالة*، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
- 8/ عبد الفتاح محمد سعيد، (1983)، *لالة شكى لالة*، دار النهضة العربية، بيروت.
- 9/ على عوجة، (1985)، *لالة شكى لالة*، علم الكتب، القاهرة.
- 10/ علم الدين وآخرون، (1998)، *لالة شكى لالة*، دار الشروق، القاهرة.
- 11/ عماد عبد الوهاب الصباغ، (1996)، *لالة شكى لالة*، دار الثقافة، عمان.
- 12/ غريب عبد السميع، (2006)، *لالة شكى لالة*، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية.

13/ فضيل دليو، (2003)، *آلة شكك لأزربى سئذة علافة علافة لظك شغف*، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

14/ محمد الطاني، هدى عبد الرحيم، حسن العلي، (2007)، *آلة شغف لظك لكدة*، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.

15/ محمود علم الدين، (د.س)، *آلة شغف لظك لكدة همدع بى لآلة شك لظك لظك*، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.

16/ محمد منير حجاب، (2001)، *آلة لآلة لظك لظك سئذة*، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

17/ محمد جودت ناصر، (1997)، *آلة لآلة لظك لظك سئذة*، دار مجدلاوي، ط1، عمان.

18/ محمد حافظ حجازي، (2005)، *آلة لآلة لظك لظك سئذة*، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية.

19/ منير حجاب، (2002)، *آلة لآلة لظك لظك سئذة*، دار الفجر، مصر.

أ / المجالات والمنشورات:

20/ أحمد محمد المصري، (2000)، *آلة لآلة لظك لظك سئذة*، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية.

21/ بوقفلول الهادي، بلغومة عبد اللطيف، (د.س)، *آلة لآلة لظك لظك سئذة*، منشورات جامعة بسكرة.

22/ تامر كامل محمد، (د.س)، *آلة لآلة لظك لظك سئذة*، منشورات جامعة بسكرة.

23/ جمال مجاهدة، (2005)، *آلة لآلة لظك لظك سئذة*، دار المعرفة.

24/ حسن رضا نجار، (2009)، *آلة لآلة لظك لظك سئذة*، منشورات جامعة البحرين.

25/ سميرة شيخاني، (2010)، *آلة لآلة لظك لظك سئذة*، مجلة جامعة دمشق، العدد الاول والثاني، سوريا.

26/ حسن الحلبي، (د.س)، *آلة لآلة لظك لظك سئذة*، منشورات عويدات، بيروت

27/ شريف درويش اللبان، (2000)، *تفكيك شجرة الزيتون في بلادنا...* منشور في *الجمعية للدراسات الفلسطينية*، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

28/ صباح محمد علو، (2001)، *تفكيك شجرة الزيتون في بلادنا...* منشور في *الجمعية للدراسات الفلسطينية*، العدد 2.

29/ عبد الوهاب بوخلوفة، (د.س)، *شجرة الزيتون في بلادنا...* منشور في *الجمعية للدراسات الفلسطينية*، العدد 14.

30/ محمد عبد الله عبد الرحيم، (1988)، *شجرة الزيتون في بلادنا...* منشور في *الجمعية للدراسات الفلسطينية*، القاهرة.

ب/ مذكرات ماجستير والدكتوراة:

31/ بوباح عالية، (2001)، *شجرة الزيتون في بلادنا...* منشور في *الجمعية للدراسات الفلسطينية*، مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة منشوري، قسنطينة، الجزائر.

32/ حليلة لعقاب، (2013)، *شجرة الزيتون في بلادنا...* منشور في *الجمعية للدراسات الفلسطينية*، جامعة الجزائر.

33/ شريفة جودي، (2012)، *شجرة الزيتون في بلادنا...* منشور في *الجمعية للدراسات الفلسطينية*، مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

34/ صلاح محمد صلاح، (2011)، *شجرة الزيتون في بلادنا...* منشور في *الجمعية للدراسات الفلسطينية*، الجامعة الإسلامية، غزة.

35/ عبد الباسط، محمد عبد الوهاب، (2005)، *شجرة الزيتون في بلادنا...* منشور في *الجمعية للدراسات الفلسطينية*، دراية ميدانية، المكتب الجامعي الحديث.

36/ عبري حفيظة، (2015)، *شجرة الزيتون في بلادنا...* منشور في *الجمعية للدراسات الفلسطينية*، نقابة الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين لمدرسة التربية لولاية المدية، مكملة التخرج لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة المدية.

37/ نور الدين مبني، (2009)، *الإدارة الاستراتيجية في ظل التغيرات العالمية*، دار النشر: دار الفكر العربي، القاهرة.

ت/ وبيوغرافيا العربية:

38/ممدوح عبد الهادي عثمان، (2014/02/23) *بالحكمة وحسن التدبير*، لزيك كاي يونس، ط1، متاح على

الرباط www.edc.gov.sa

- المراجع باللغة الأجنبية:

39/Jean Marc décotion : *la communication marketing op at*

40/ Jecque Lardrevie, Denis Lindon, (2003), *mercator (theorie et pratique du marketing)*, 7eme Edition, Dalloz, Paris

41/Marie Helene WebSphere, (1992), *les pratiques professionnelles de la communication*
Edition Riage, Paris.

42/ Philippe Morel, (2005), *Pratique relations press*: 3eme edition, Paris.

43/Richard.l Daft, (2004), *Organization Theory and Design*, ed thonson, USA

الملاحق

الاستمارة:

اولا: البيانات الشخصية.

- 1- الجنس: ☐ ذكر ☐ انثى
- 2- السن: ☐ 20 الى 35 سنة ☐ 35 الى 50 سنة ☐ اكثر من 50 سنة
- 3- نوع الوظيفة:
- 4- سنوات الخبرة:

ثانيا: دور الاتصال الخارجي لمؤسسة اتصالات الجزائر (الجزائر العاصمة).

5- ماذا يعني الاتصال الخارجي في مؤسستكم؟

- ☐ تبادل المعلومات بين المؤسسة و جمهورها الخارجي.
- ☐ بناء ثقة الجمهور الخارجي بمؤسسة.
- ☐ اثبات وجود المؤسسة في اعين جمهورها الخارجي.

6- في نظرك ما اهمية الاتصال الخارجي بالنسبة لمؤسستكم؟

- ☐ عالية ☐ متوسطة ☐ ضعيفة

7- هل الاتصال الخارجي في مؤسستكم يؤثر على تحقيق اهداف المؤسسة؟

- ☐ بطريقة عالية ☐ بطريقة كبيرة ☐ بطريقة متوسطة ☐ بطريقة ضعيفة

8- ما هي الاتصالات التي تفضلها المؤسسة في التعامل مع جمهورها الخارجي؟

الاتصالات الرسمية ☐ الاتصالات غير رسمية ☐

9- ما هو الأسلوب المستخدم في المؤسسة للاتصال بجمهورها الخارجي؟

أسلوب شفوي ☐ أسلوب كتابي ☐

أسلوب إلكتروني ☐

10- ما هي أكثر وسيلة تعتمد عليها مؤسساتكم للاتصال بجمهورها الخارجي؟

العلاقات العامة ☐ العلاقات مع الصحافة ☐

الأشهر ☐

11- هل توجد صعوبات تعيق الاتصال الخارجي في مؤسساتكم؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة (نعم) فما هذه الصعوبات.

• تنظيمية. ☐

• مادية. ☐

• بشرية. ☐

..... أخرى اذكرها

12- ما هي الوسائل الحديثة المستعملة في الاتصال الخارجي بمؤسساتكم؟

البريد الإلكتروني ☐ الموقع الإلكتروني ☐

الفاكس ☐ الفيسبوك ☐

ثالثاً: تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

13- هل لديك معرفة مسبقة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة؟

☐

لا

☐

نعم

14- في رأيك هل أحدث إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجديدا في شكل العمل في

المؤسسة؟

☐

أبدا

☐

قليلا

☐

كثيرا

15- هل تواجه صعوبات اثناء استخدامك لتكنولوجيا الاتصال الحديثة؟

☐

لا

☐

نعم

إذا كانت الاجابة (نعم) ما نوع الصعوبات؟

☐

تقنية

☐

لغوية

اخرى اذكرها

16- هل تعتقد ان استخدامك لتكنولوجيا الاتصال الحديثة سمح لك بتنمية مهاراتك و

معارفك؟

☐

لا

☐

نعم

17- هل يضمن لك المركز دورات تدريبية لتحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة؟

☐

لا

☐

نعم

18- ما هي طرق التدريب التي يضمنها لك المركز في مجال استخدام تكنولوجيا الاتصال

الحديثة؟

☐

ملتقيات

☐

تربصات

☐

اجتماعات

اخرى اذكرها

19- ما هي درجة تحكمك في استخدام التكنولوجيا بعد التدريب؟

جيدة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

20- هل ترى أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة زاد في فعالية الاتصال الخارجي؟

كثيرا ☐ قليلا ☐ لم يفعل ☐

21- هل ترغب في ادخال تكنولوجيا اتصال الحديثة اخرى للمركز؟

نعم ☐ لا ☐

22- هل أدى استخدامك لتكنولوجيا الاتصال الحديثة الى تفعيل دورك في المركز بشكل؟

كبير ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

23- هل ترى ان هناك سلبيات لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمؤسستكم؟

كثيرة ☐ قليلة ☐ منعدمة ☐

24- ما هو تقييمك لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمؤسستكم؟

.....

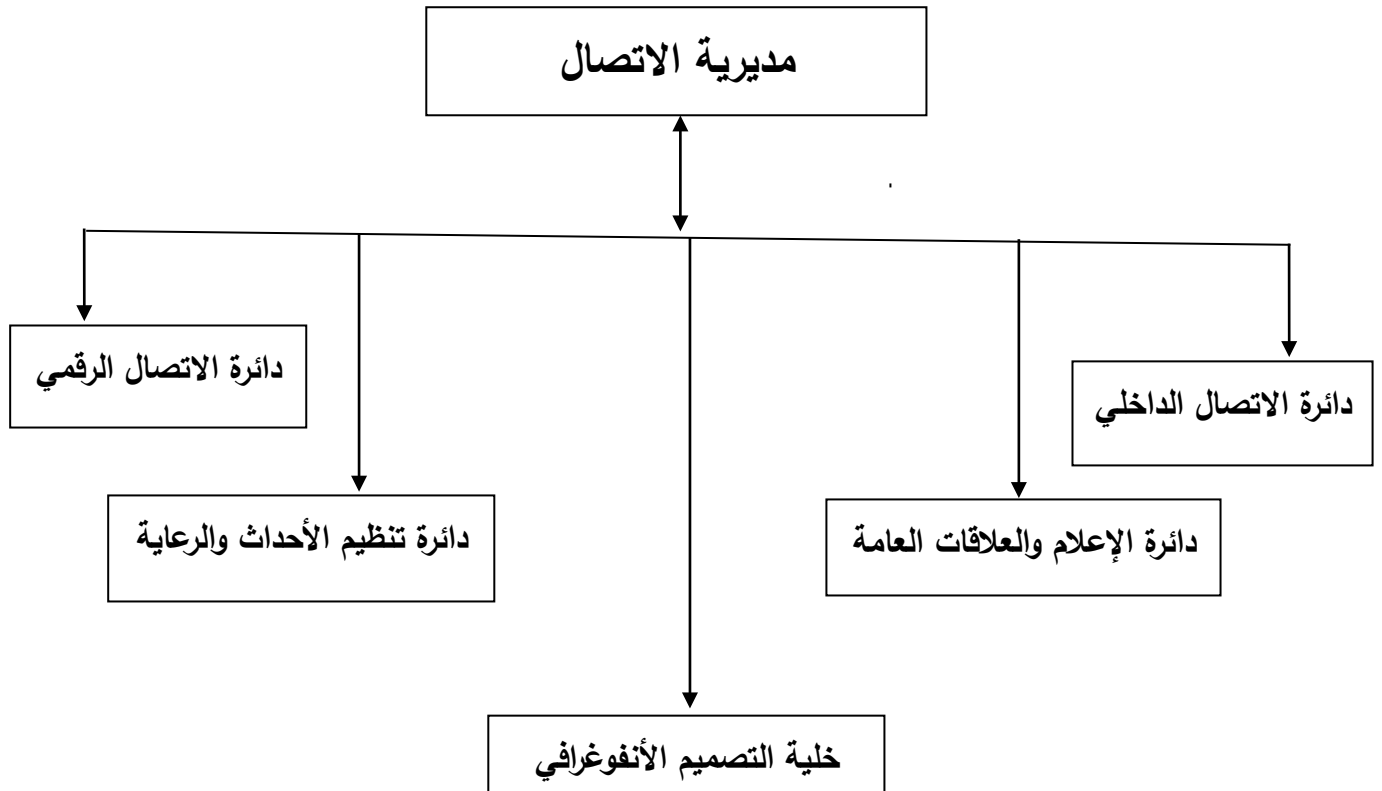
.....

اجرينا مقابلتنا مع رئيس قسم اتصال الرقمي للمؤسسة للاتصالات الجزائر - بالجزائر العاصمة-
السيد "يساد محمد أمين" لك منا جزيل الشكر.

أسئلة المقابلة :

- هل المؤسسة تتضمن دورات تدريبية لتحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة؟
- ما هي الطرق التدريبية التي تتضمنها المؤسسة في مجال استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة؟
- ما درجة تحكم في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بعد التدريب؟
- ما رغبة ادخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة اخرى للمؤسسة؟
- ما هي سلبيات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة؟

الهيكل التنظيمي لمديرية الاتصال.



الهيكل التنظيمي لدائرة الاتصال الرقمي.

