جامعة مولود معمري تيزي وزو

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال

تخصص اتصال تنظيمي

دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري

" دراسة حالة مؤسسة ENTV قسم الملتميديا WEB "

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص اتصال تنظيمي

اعداد الطالبتين :

حناش ريمة

لونيس ليزا

تحت اشراف :

منماني مباركة

السنة الجامعية: 2024/2023

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر و عرفان

الحمد لله تعالى كما ينبغي لجلال وجهه و عظيم قدرته و سلطانه الذي الهمني الطموح و الصبر و سددخطاي بان من علي باتمام هذه الرسالة و من علي بفضله و نعمه التي لا احصيها و الصلاة و السلام على من لا نبي بعده سيدنا محمد علية افضل الصلاة و السلام

و بعدها أتوجه بعميق و خالص الشكر و التقدير لمشرفتي الأستاذة الكريمة « السيدة منماني مباركة» حيث كان لتفضله بالاشراف علينا و الجهود التي بذلتها من اجلنا لاكمال مذكرتنا و كان لها اثر في اثرائها بافكارها النيرة و معلوماتها القيمة فلم تبخل يوما بجهدها او نصائحها جزاها الله عني و عن زملائي خير الجزاء .

و أتقدم بالشكر و التقدير و الاحترام للسادة الافاضل عضوي لجنة المناقشة الموقرين على ما بذلاه من جهد في قراءة مذكرتنا المتواضعة و على ما ابدياه من مقترحات قيمة بما يثري المذكرة .

كما أتقدم بجزيل الشكر و العرفان الى جامعتي الموقرة جامعة مولود معمري(القطب الجامعي تامدة) بتيزي وزو ممثلة باعضاء الهيئة التدريسية و الإدارية فيها. و لا يفوتني ان أتوجه بالشكر و التقدير الى كل من قدم لي المساعدة او اسهم في ايداء النصح و المشورة في مسيرتي فجزاكم الله عني خيرا.

الاهداء

بسم الله الرحمان الرحيم

(و قل اعملوا فسيرى الله عملكم و رسوله و المؤمنون)

الى من كلله الله بالهيبة و الوقار الى من علمني العطاء بدون انتظار الى من احمل اسمه بكل افتخار ارجو من الله ان يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطفها بعد طول انتظار و ستبقى كلماتك نجوم اهتدي بها اليوم و في الغد و الى الابد .....والدي العزيز .

الى ملاكي في الحياة الى معنى الحب و الحنان و التفاني الى بسمة الحياة و سر الوجود الى من كان دعاؤها سر نجاحي و حنانها بلسم جراحي الى من سهرت الليالي من اجلنا الى اغلى الحبايب امي الحبيبة الى من رافقتني منذ ان حملنا حقائب صغيرة و معك سرت الدرب خطوة بخطوة و ما تزال ترافقني الى الان ادامك الله و اطال في عمرك يا رب .

الى اخواتي وسيلة حياة تنهنان السية ليانا اللواتي كانوا معي منذ الصغر كعمود الفقري الى من معهم سعدت الى من علموني الصحيح من الخطا احياكن الله ومدكن من كل خيراته سبحانه و تعالى .

الى الأحباء و الأصدقاء الغاليين في نهاية مشواري اريد ان اشكركم على مواقفكم النبيلة الى من تحلوا بالاخاء و تميزوا بالوفاء و العطاء الينابيع الصدق الصافي ان يرزقهم الله من دروب الحياة الحلوة .

الى اساتذتي الافاضل انتم من وجهتموني الى طريق النجاح و كنت على عهدكم وكنت على عهدكم و سابقى شاكرة لكم ما دمت حية .

ريمة

الاهداء

الحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على اشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى اله وصحبه ومن اتبعهم الى يوم الدين.

اهدي ثمرة جهدي المتواضع

الى الذين قال فيهما الله عز وجل

" **وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا** "

الى كل طلبة كلية علوم الاعلام و الاتصال

الى كل من يحمل ولو ذرة حب الله ورسوله

محمد صلى الله عليه وسلم

ليزا

ملخص الدراسة

هدفت دراستنا هذه الى التعرف على دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي ، وإبراز اهم الاشكال ووسائل هذا الأخير ، في المؤسسة العمومية الجزائرية إضافة الى التعرف على أهمية الاتصال الرقمي في تحسين العلاقات بين افراد المؤسسة ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي ، في حين استخدمت في جمع البيانات كل من أدوات الاستبيان ،المقابلة ، وكذا الملاحظة كأدوات جمع البيانات ، ويمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه مسؤولي وموظفي مؤسسة العمومية التلفزيونية الجزائرية في قسم الملتميديا حيث قمنا بالمسح الشامل على جميع موظفي قسم الملتميديا حيث بلغ عددهم 25 عامل وعاملة.

بعد القيام بعملية تحليل و تفسير بيانات البحث ، توصلنا الى عدد من النتائج أهمها :

_ من ابرز الخدمات الرقمية التي تستخدمها المؤسسة العمومية الجزائرية لزبائنها نجد موقع الكتروني في شبكة الانترنت وصفحة على شبكة Facebook و instagramme والتي تتماشى مع تحسين الاتصال سواء الخارجي و الداخلي بغرض الاتصال بالزبائن ، تبادل المعلومات مع الاخرين وكذلك الإعلان و الاشهار و الترويج .

_ تتوفر المؤسسة على التكنولوجيا الرقمية المتمثلة في : الانترنت ، شبكة الانترنت و اللوحات الالكترونية و smart phone ،شبكة wifi .

_ تقوم بتحسين الاتصال سواء الخارجي و الداخلي بغرض الاتصال بالزبائن ، تبادل المعلومات مع الاخرين ، إعطاء صورة إيجابية عن المؤسسة و إقامة علاقات مع الزبائن والمتعامل ومعرفة اراء واتجاهات الزبائن نحو خدمات المؤسسة استنادا الى الاتصال الرقمي .

و قد تبينت نتيجة دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري في تاثير كبير و إيجابي على الأداء الوظيفي فيها ; توصلنا الى جملة نتائج كالتالي :

-الاتصال الرقمي قد ساهم بدرجة كبيرة في تحسين الأداء الوظيفي لدى الموظيفين و كان ذالك من خلال تغيير أسلوب و طريقة العمل

-ساهمت تكنولوجيا المعلومات في زيادة الكفاءة التنظيمية داخل المؤسسة التلفزيونية

-ساهمت وسائل الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الأداء داخل المؤسسة التلفزيونية

و ذالك من خلال تبني تكنولوجيا الرقمية و تحسين العمليات و تعزيز التواصل و تقديم خدمات افضل و زيادة مستوى الأداء عن طريق الكفاءة و الفعالية و يمكن للمؤسسة تحقيق التمييز و النجاح في هذا القطاع

الكلمات المفتوحة :

الاتصال ، الرقمنة ،الاتصال الرقمي ، الأداء ,الأداء الوظيفي التلفزيون ، المؤسسة العمومية الجزائرية.

Résumé de l'étude :
Notre étude visait à identifier le rôle de la communication numérique dans l'amélioration de la performance au travail, et à mettre en évidence les formes et moyens les plus importants de cette dernière, dans l'institution publique algérienne, en plus d'identifier l'importance de la communication numérique dans l'amélioration des relations entre les membres de l'institution publique algérienne. institution. L'étude s'est appuyée sur l'approche descriptive, tandis que le questionnaire, l'entretien et les outils d'observation ont été utilisés comme outils de collecte de données. La communauté des chercheurs dans cette étude représente les responsables et les employés de la Société de Télévision Publique Algérienne au sein du Département Multimédia. nous avons mené une enquête complète auprès de tous les employés du département multimédia, où leur nombre a atteint 25 travailleurs, hommes et femmes.
Après avoir analysé et interprété les données de la recherche, nous sommes arrivés à un certain nombre de résultats dont les plus importants sont:
_Parmi les services numériques les plus marquants utilisés par l'institution publique algérienne pour ses clients, on retrouve un site internet sur Internet et une page sur Facebook et Instagram, qui s'inscrivent dans le cadre de l'amélioration de la communication, tant externe qu'interne, en vue de contacter clients, échange d'informations avec d'autres, ainsi que publicité, publicité et promotion. L'établissement dispose du numérique représenté dans : Internet, Internet, panneaux électroniques, téléphone intelligent et réseau wifi.
_Il améliore la communication, tant externe qu'interne, dans le but de contacter les clients, d'échanger des informations avec d'autres, de donner une image positive de l'institution, d'établir des relations avec les clients et les clients, et de connaître les opinions et les tendances des clients envers les services de l'institution basés sur la communication numérique Le résultat du rôle de la communication numérique dans l'amélioration des performances au travail au sein de la Société de Télévision Publique Algérienne a montré un impact significatif et positif sur les performances au travail. Nous sommes parvenus à un ensemble de résultats comme suit:
-La communication numérique a grandement contribué à améliorer les performances au travail des employés, et cela en changeant le style et la méthode de travail.
Les technologies de l'information ont contribué à accroître l'efficacité organisationnelle au sein de l'organisation de la télévision.

Les moyens de communication modernes ont contribué à accroître l'efficacité de la performance au sein de l'organisation télévisuelle.
En adoptant la technologie numérique, en améliorant les processus, en renforçant la communication, en fournissant de meilleurs services et en augmentant le niveau de performance grâce à l'efficience et à l'efficacité, l'organisation peut se distinguer et réussir dans ce secteur.

Mots clés :
Communication, numérisation, communication numérique, télévision, établissement public algérien

Summary of the study:

Our study aimed to identify the role of digital communication in improving job performance, and to highlight the most important forms and means of the latter, in the Algerian public institution, in addition to identifying the importance of digital communication in improving relations between members of the institution. The study relied on the descriptive approach, while the questionnaire, interview, and observation tools were used in collecting data as data collection tools. The research community in this study represents the officials and employees of the Algerian Public Television Corporation in the Multimedia Department, where we conducted a comprehensive survey on all employees of the Multimedia Department, where Their number reached 25 male and female workers.

After analyzing and interpreting the research data, we reached a number of results, the most important of which are:

_Among the most prominent digital services used by the Algerian public institution for its customers, we find a website on the Internet and a page on Facebook and Instagram, which are in line with improving communication, both external and internal, for the purpose of contacting customers, exchanging information with others, as well as advertising, advertising and promotion. The institution has the digital technology represented in: the Internet, the Internet, electronic panels, smart phone, and wifi network.

_It improves communication, both external and internal, for the purpose of contacting customers, exchanging information with others, giving a positive image of the institution, establishing relationships with customers and clients, and knowing the opinions and trends of customers towards the institution's services based on digital communication.

The result of the role of digital communication in improving job performance in the Algerian Public Television Corporation has shown a significant and positive impact on job performance therein. We reached a set of results as follows:

-Digital communication has greatly contributed to improving the job performance of employees, and this was done by changing the style and method of work.

Information technology has contributed to increasing organizational efficiency within the television organization

Modern means of communication have contributed to increasing the effectiveness of performance within the television organization

By adopting digital technology, improving processes, enhancing com munication, providing better services, and increasing the level of

performance through efficiency and effectiveness, the organization can achieve distinction and success in this sector.

Key words:
Communication, digitization, digital communication, television, Algerian public institution

مقدمة :

الانسان كما قيل كائن اتصالي ,و لا تقوم للمجتمع الإنساني قائمة دون نظام للاتصال الذي اعتبره البعض شرطا من شروط بقاء الكائن البشري و تاريخ البشرية من عصور نقش الحجارة الى بث الأرقام يمكن رصده متوازيا مع تطور وسائل الاتصال التي تربط بين الافراد و الجماعات ; فالاتصال ضرورة حتمية لتفاعل الانسان مع البشر و الطبيعة من حوله حتى يستطيع الاستمرار و البقاء و يعيش في سعادة وسلام.

و مع ازدياد موجات التطور و التقدم الإنساني و التكنولوجي و تطور وسائل و سبل الاتصال الإنساني أصبحت الحاجة ملحة لازدياد عملية الاتصال بين بني البشر في مختلف ارجاء العالم , بحيث يتمكنون من نقل الأفكار و البيانات و الفهم الكامل و الملم لمحتوى عمليات الاتصال الإنساني ،ويعتبر الاتصال عملية ديناميكية تمس كل قطاعات المجتمع ,و تتمثل في نقل و استقبال المعلومات و الفهم من شخص لأخر , او من جماعة الى أخرى .

و قد جلب التطور الكبير في وسائل الاتصال في نهاية القرن العشرين و بداية القرن الحادي و العشرين مميزات عديدة غير مسبوقة , حيث ساهمت سهولة انسياب المواد الاتصالية و المعرفية في العالم في تضاؤل الحدود و الحواجز , و اصبح العالم اشبه بقرية صغيرة مترابطة الاجزاء و سعت الدول النامية منها الجزائر الى اكتساب تقنية الاتصال و تأسيس صناعات وطنية اقتصادية لتأكيد حضورها الثقافي و الصناعي محليا و عالميا , كما ساهم تطور الاتصال في توفير الجهد و الوقت و المال .

كما يعتبر الاتصال عاملا هاما لنجاح المؤسسات الاقتصادية و الإدارية في أداء مهامها و وظائفها و تحسين علاقتها الداخلية و الخارجية , فنجاح أي مؤسسة و انضباط موظفيها يعتبر من مؤشرات تطبيقها لخطة اتصالية ناجحة تقوم على أسس علمية و واضحة, يلعب فيها الاتصال الدور الحاسم في عملية تسيير المؤسسة ,فالاتصال الرقمي هو الذي يضمن و يسير هذه العلاقة الموجودة بين مختلف الأطراف و الفروع و الأقسام المكونة للمؤسسة و هو ما يسمح بوصول قرارات الإدارة الى الموظفين و كذا انشغال هؤلاء الى مسؤوليهم . كما ان ما

شاهدته وسائل الاتصال الرقمية و طرقه سواء على المستوى العام لحياة الافراد و المجتمعات او على مستوى المؤسسات الا و هي المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري « entv » و كذا الدور الذي اخذته المعلومات و الاعلام , فالاتصال الرقمي أحيانا قد يساهم في تحسين الأداء الوظيفي , بحيث جعل من الموظف او الصحفي أيا كان داخل المؤسسة التلفزيونية محفزا و مجتهدا اثناء القيام بعمله و يتمتع بمختلف المهارات التي تحرز له المشاركة و المساهمة بآرائه , مقترحاته و ابداء رغباته و تطلعاته ...

و يؤدي الى رفع الروح المعنوية للعنصر البشري و يشعره بالأهمية و يخلق لديه الولاء و الانتماء اتجاه مؤسسته (entv) ; مما يؤدي الى تنسيق الجهود و المثابرة من اجل تحقيق الأهداف المشتركة .

و ساعد النمو المتزايد في التكنولوجيا الرقمية و انتشارها على السعي قدما في توجيه الجهود و بذلها نحو المزيد من التطوير في الإنتاج الإعلامي لمختلف المؤسسات التلفزيونية خاصة التلفزيون العمومي الجزائري حيث تزايدت التنافسية بين هذه المؤسسات مع تزايد حجم المشاهدة بصورة سريعة و اصبح ضروريا عليها التغيير و التاقلم مع المحيط الجديد و ذالك بإدخال التكنولوجيا الرقمية على نشاطها الإعلامي و بالخصوص على الصعيد العمليات الإنتاجية .

مما سبق تتمحور دراستنا هذه حول دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري « entv »(دراسة ميدانية بالمؤسسة) وللإلمام بموضوعنا فقد تم تقسيم هذه الدراسة بعد استهلالنا بالمقدمة الى مايلي :

الإطار المنهجي: تناولنا من خلاله تحديد إشكالية الدراسة و التساؤلات الفرعية وتحديد أهم المفاهيم الدراسة اهداف الدراسة أهمية الدراسة مجالات الدراسة مجتمع الدراسة و كذا عينة الدراسة نوع الدراسة و منهجها و أخيرا تحديد أدوات جمع البيانات .

أما الإطار النظري: فقد قسم إلى ثلاثة فصول:

فالفصل الأول و المعنون ب "الاتصال الرقمي" تناولنا من خلاله في المبحث الأول مفهوم الاتصال , طبيعته و مبادئه , أهميته , خصائصه أنواعه ,عناصره مراحله

اما في المبحث الثاني قد تناولنا نشأة الاتصال الرقمي ,خصائصه , وظائفه , اهدافه , كذالك مستويات و محددات الاتصال الرقمي وأخيرا مزاياه وعيوبه .

أما الفصل الثاني و المعنون ب"الأداء الوظيفي" تناولنا في المبحث

الاول مفهوم الأداء الوظيفي ومحدداته , انواعه , أهدافه , أهميته , العوامل المؤثرة فيه و أخيرا ابعاده .

اما في المبحث الثاني فقد تناولنا إجراءات تحسين و تقييم الموظفين و عملية تقييم الأداء .

إجراءات تحسين و تقييم أداء الموظفين عملية تقييم الأداء , عناصر نظام تقييم أداء الموظفين , معايير تقييم أداء الموظفين , طرق تقييم الأداء , مشاكل عملية تقييم الأداء ثم إجراءات تحسين مستوى الأداء الوظيفي .

الإطار التطبيقي:

أخيرا خصصنا الإطار التطبيقي للدراسة الميدانية واشتمل على عنصرين تفريغ البيانات وتحليلها ونتائج وتضمنت (النتائج العامة، النتائج في ضوء التساؤلات الفرعية للدراسة والنتائج في ضوء الدارسات السابقة) ، وكذا التوصيات وفي الأخير الخاتمة . و قد تم تقسيم هذه الدراسة لتشمل الاطر المنهجية , النظرية و الميدانية كما يلي :

-فيما يخص اشكالية الدراسة فقد تناولنا فيها التساؤل الرئيسي و تساؤلات الدراسة مع تحديد أهمية و اسباب اختيار الموضوع كذا أهداف الدراسة، و منظورها وصولا إلى تحديد المفاهيم و المصطلحات .

-اما فيما يخص الجزء المتعلق بالإجراءات المنهجية فقد تناولنا فيه مجالات الدراسة، مجتمع البحث و عينته , نوع الدراسة و منجها و أخيرا تحديد ادوات جمع البيانات.

الفصل الثاني: فيخص الإطار النظري للدراسة و سنتناول في المبحث الأول مفهوم الاتصال , طبيعته و مبادئه , أهميته , خصائصه أنواعه ,عناصره و اخيرا مراحله .

اما في المبحث الثاني سنتناول فيه تعريف الاتصال الرقمي و نشأته , خصائصه , وظائفه اهدافه , كذالك مستويات محددات الاتصال الرقمي و كذا استخدام التقنية الرقمية في مرحلة ما قبل و ما بعد الإنتاج وأخيرا مزاياه وعيوبه .

و فيما يخص الفصل الثاني فقد درسنا الأداء الوظيفي و ما يحويه من معلومات فقد تناولنا في المبحث

الاول مفهوم الأداء الوظيفي ومحدداته , انواعه , أهدافه , أهميته , العوامل المؤثرة فيه و أخيرا ابعاده .

اما في المبحث الثاني فقد تطرقنا الى ذكر إجراءات تحسين و تقييم الموظفين و عملية تقييم الأداء .

إجراءات تحسين و تقييم أداء الموظفين عملية تقييم الأداء , عناصر نظام تقييم أداء الموظفين , معايير تقييم أداء الموظفين , طرق تقييم الأداء , مشاكل عملية تقييم الأداء ثم إجراءات تحسين مستوى الأداء الوظيفي .

اما في المبحث الثالث فقد تناولنا استخدام التقنية الرقمية في مرحلة ما قبل الإنتاج و استخدام التقنية الرقمية في مرحلة الإنتاج ثم استخدام التقنية الرقمية في مرحلة ما بعد الإنتاج .

الاطار المنهجي للدراسة

1_اشكالية البحث

2_تساؤلات الدراسة

3_اسباب اختيار الموضوع

4_ اهداف و أهمية الدراسة

5_ تحديد المفاهيم

6_ منهج البحث و ادواته

7_مجتمع البحث وعينة الدراسة

8_الدراسات السابقة

الاشكالية:

ان الاتصال له أهمية منذ القدم فالناس كانوا يتواصلون من خلال طرق مختلفة منها إشارات رموز الى غير ذلك فيه يقضي الانسان البدائي حاجياته اليومية مع غيره وبمرور الوقت قد تطور مفهوم الاتصال مع تطور العلم و كما يعرف " بانه عملية التبادل معاني وعلى انه عملية تتم من خلال الاتكاء على وسيط لغوي والمرسل المستقبل يشتركان في اطار دلالي و على انه أيضا عملية تفاعل الرموز اللفظية بين طرفين المرسل والمستقبل[1]. وكذلك يساهم في تحقيق الفهم المشترك لقضاياهم و انشغالاتهم فمع احتياجاتهم الناس التي لا تنتهي أدى الى تطوير الاتصال بحيث كبرت مجالاته و استخداماته العالمية فقد ظهرت وسائط اتصال متعددة كالنصوص المكتوبة والمؤثرات الصورية الرسوم الخطية الى غير ذلك فقد كانوا يعتمدون عليها بهدف إيصال الرسالة للجهة المعينة او كما يعرف بالمتلقي ومع مرور الزماني قد سعى الانسان بسبب احتياجاته التي لا تنتهي باختراع اهم وسيلة تواصل سريعة عن التي من قبلها و هي ما يعرف بالهاتف في بداية القرن العشرين و في منتصفه التلفزيون و معهم الانترنت في أواخر القرن العشرين و الذي جعل العالم قرية الكترونية صغيرة و التي يسودها ثورة وسائل الاتصال الجماعي ومن ابرزها الفيس و التويتر فقد اصبح حتمية تكنولوجية في حياة الانسان و ليس هذا وحسب فقد أصبحت المؤسسات في العالم ككل وعلى الرغم من ان العالم قد خطى خطوات واسعة في العقود الأخيرة في المجالات التكنولوجية المختلفة و غناها من معارف و خبرات الا انها تتدحرج نحو الزوال فلذلك قد ساهمت تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في خلق وظائف جديدة داخل المؤسسة تتسم باليسر و السرعة و المعالجة الالية للنصوص و تحويل الصحف من شكلها الورقي الى صحف الكترونية و يمكن تصفحها في اسرع وقت ممكن كما انها تجمع بين الصوت و الصورة و النص المكتوب و هذا ما يعرف >بالرقمية او العصر الإلكتروني الجديد بحيث يتم الاتصال عن بعد بين اطراف يتبادلون الأدوار في بث رسائل

[1] -الدكتورة خضرة عمر المفلح - كتاب الاتصال (المهارات و النظريات و أسس عامة)عمان الطبعة الأولى 1436ه2015 دار و مكتبة الحامد للنشر و التوزيع ص 16 .

الاتصال المتنوعة و استقبالها من خلال النظم الرقمية فأصبحت الرقمنة تستخدم في اكبر المؤسسات و الشركات في العالم و أصبحت احد الركائز التي يعتمد عليها بحيث انه نجد من اكبر مؤسسات البلد الناجحة الا و هي المؤسسة العمومية الجزائرية ENTV القناة الويب تعتمد على الرقمنة في أوسع نطاق فقد ساهمت الى يومنا هذا في تحقيق نجاحات كبيرة في حل اعمالها و تحسين عملية الاتصال بصفة كبيرة هذا من جهة و من جهة أخرى قد ساهم الاتصال الرقمي داخل هذه المؤسسة في تحسين العلاقات بين موظفيها و صورة بوسائط تستجب لمعايير المؤسسة في مسار التركيب و بث المواضيع الإخبارية ومن جهة معايرة فان الاتصال الرقمي يساهم في نقل و تخزين الفيديوهات و التغطيات المصورة للمؤسسة العمومية التلفزيونية قسم الويب وهذا ما تنحصر عليه دراستنا في معرفة دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي كيف يؤثر ذلك داخل مؤسسة ENTV قسم الويب و استنادا مما سبق تتمحور دراستنا حول السؤال المركزي التالي : كيف يساهم الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة العمومية الجزائرية ENTV ؟

و تم تفكيك السؤال المركزي الى أسئلة فرعية كالاتي :

1. ما هو واقع الاتصال الرقمي السائد في مؤسسة ENTV؟
2. كيف يساعد الاتصال الرقمي في المؤسسة العمومية التلفزيونية في رفع وتحسين الأداء الوظيفي ؟
3. ماهي الصعوبات التي ترى بانها تعيق عملية الاتصال الرقمي في المؤسسة العمومية التلفزيونية؟

1. أسباب اختيار الموضوع :

ان اختيار الاتصال الرقمي كموضوع لدراستنا تعود لأسباب ذاتية و أخرى موضوعية و التي تتمثل في ;

1.1 الأسباب الموضوعية

_ إثراء مكتبة علوم الاعلام و الاتصال بمرجع جديد يدرس المحطات الجهوية الرقمية

_معرفة قدرة و كفاءة القائم بالاتصال في التلفزيون الجزائري « ENTV » في التعامل مع هذه التقنية .

_الرغبة في تسليط الضوء على كل ما يتعلق بالاتصال الرقمي و الأداء الوظيفي في المؤسسة العمومية

التلفزيونية .

1.2 الأسباب الذاتية :

اخترنا هذا الموضوع لأسباب ذاتية تكمن في :

_الرغبة في معرفة أهمية الاتصال الرقمي في رفع الأداء الوظيفي داخل مؤسستهم .

_الميول الشخصي لكل ما يخص التطورات و التقنيات الجديدة الالكترونية الرقمية و دورها في تحسين العمل داخل المؤسسة التلفزيونية العمومية .

_الاهتمام الخاص بموضوع الاتصال الرقمي في المؤسسة العمومية التلفزيونية و الرغبة على التعرف على استراتيجياته داخل المؤسسة .

أهمية الدراسة :

ا/ الأهمية العلمية :

- معرفة مدى أهمية الاتصال الرقمي داخل المؤسسة العمومية التلفزيونية .
- إعطاء صورة واضحة عن واقع استخدام الاتصال الرقمي في تحسين أداء العمال داخل مؤسستهم العمومية .
- الدور الفعال الذي يلعبه الاتصال الرقمي في تحسين التطور الخدماتي لدى المؤسسة التلفزيونية ENTV قسم الويب « le web » .

ب /الأهمية التطبيقية .

تسعى دراستنا هذه في توضيح دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي في مؤسسات إعلامية كبيرة بحيث تنبثق دراستنا من كون ان الاتصال الرقمي عامل أساسي في المؤسسة العمومية التلفزيونية الجزائرية ENTV و يحسن ويسهل سيرورة العمل لدى موظفيها و مساعدتهم على تأدية مهامهم على اكمل وجه دون أي تأخير في تعطيل و بحيث يضمن للمؤسسة ثقة زبائنها و يساهم في الحفاظ على سيرورة اعمالهم .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى بيان تاثير التكنولوجيا الرقمية على الأداء الوظيفي للعامليين في المؤسسة العمومية الجزائرية« entv »(قسم الملتيميديا « web ») و لتحقيق هذا الهدف الرئيسي تسعى دراستنا إلى تحقيق الأهداف الفرعية التالية :

- إبراز الدور الذي يلعبه الإتصال الرقمي في المؤسسة العمومية "التلفزيون الجزائري entv " قسم الملتيميديا « web »في تحسين الأداء الوظيفي .
- محاولة فهم العلاقة بين الإتصال الرقمي و الأداء الوظيفي داخل هذه المؤسسة .
- مساهمة الإتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسة لدى زبائنها
- الكشف عن المنافع التي تتحصل عليها المؤسسة العمومية من خلال إستخدامها للإتصال الرقمي و الإستعانة في مختلف وظائفها الإلكترونية .
- التعرف على نقاط الضعف الإستراتيجية للإتصال داخل المؤسسة .
- الإشباع الفضولي العلمي من خلال الإجابة على التساؤلات المطروحة حول الموضوع .
- تحليل و تقسيم واقع الإتصال الرقمي في المؤسسة.

الوصول إلى النتائج يمكن الإستنارة بها لتقديم مجموعة من التوصيات التي تسهم في تفعيل دور التكنولوجيا الرقمية في تعزيز الأداء الوظيفي للعاملين في المؤسسة العمومية "التلفزيون الجزائري entv" (قسم الملتيميديا web)

الدراسات السابقة:

تمهيد

ان الدراسات السابقة دورا هاما في انجاز البحوث العالمية لانه تعتبر أرضية صلبة في تأسيس البحث الجاري لاعاده بغرض الاستفادة منها والتوجه الى جوانب أخرى لم تتعرض لها الدراسات بهدف زيادة في رصد المعرفة العلمية .

الدراسة الاولى الدراسة الأجنبية :

-دراسة للباحث (MICHAEL .D .DEAN .K.SPENCER F . 2012) بعنوان :

- THE BIG PICTURE FOR LARGE-SCREEN TELEVISION VIEZING FOR BOTH PROGRAMMING AND ADVERTISING AUDIENCES ARE MORE ATTENTIVE MORE ABSORBED AND LESS CRITICAL

هي رسالة ماجستر في قسم الاعلام كلية الاعلام جامعة الشرق الأوسط كانون اول (2017).

و لقد سعت هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية:

التعرف على اراء متابعي التلفزيون حول ميولهم لمشاهدة البرامج و الإعلانات من خلال أجهزة التلفزيون ذات الشاشة الكبيرة التي احتلت مكانة بارزة في السوق و تمتلك مواصفات تقنية متقدمة و لتحقيق اهداف الدراسة تم التركيز على مجموعات محددة بلغت (36) مستجيبا و كذالك اجراء دراسة استقصائية عبر الانترنيت لمجموعة بلغ عددها (1328) مستجيبا للتحقيق من مشاهدة التلفزيونات ذات الشاشات الكبيرة من حيث صلتها بالمواقف تجاه الاعان و طريقة عرض الإعلانات والبرامج .

منهج الدراسة ولقد تبنت هذه الدراسة المنهج الوصفي

نتائج الدراسة و قد توصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- وجود تأثيرا إيجابيا للشاشات الكبيرة على كيفية استهلاك البرامج الإعلانية والتلفزيونية.

– كما بينت ان مشاهدي التلفزيون بشاشة كبيرة اقل تشككا في الإعلانات من المشاهدين للشاشة الصغيرة. وانهم اكثر إيجابية تجاه الإعلان بالإضافة الى انهم يولون مزيدا من الاهتمام لكل من الإعلانات التجارية و البرامج و قد تبين ان استيعاب المشاهدين للبرامج التلفزيونية من خلال الشاشة الكبيرة و هي ظاهرة تتوسط تأثير حجم الشاشة على الاهتمام و التقييم و الشك تجاه الإعلانات التلفزيونية.

الدراسة الثانية : الدراسة العربية دراسة العلاوين الموسومة ب تكنولوجيا الاتصال و علاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية مؤسسة الإذاعة و التلفزيون الأردنية نموذجا.

هي رسالة ماجستير في قسم الاعلام كلية الاعلام جامعة الشرق الأوسط كانون اول (2017).

ولقد سعت هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية :

التعرف على علاقة تكنولوجيا الاتصالات بأداء المؤسسات الإعلامية حيث قام الباحث بدراسة الفروق بين افراد العينة حول استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديث و أداء المؤسسات الإعلامية المتمثلة في مؤسسة الإذاعة و التلفزيون الأردنية وفقا لعدد من الخصائص الديموغرافية و التي من (النوع الاجتماعي العمر المهنة الخبرة في حين انها تناولت قياس اثر تكنولوجيا الاتصال في كل من الابعاد المتمثلة في (التخطيط التنظيم المتبعة و التقويم اتخاذ القرارات الإنتاجية الموارد البشرية كفاءة الأداء) .

- **منهج الدراسة** و لقد تبنت هذه الدراسة المنهج الوصفي .
- **نتائج الدراسة** و لقد توصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها :

من ابرزها وجود فروق دالة إحصائية بين تقديرات افراد عينة الدراسة تعزى لبعض الخصائص الديمغرافية و وجود اثر دال احصائيا لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في بعض المجالات الإدارية.

الراسة الثاالثة **الدراسة الأولى:** دراسة الباحث جمال الدين و بوعزة الموسومة ب استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التلفزيون الجزائري دراسة وصفية تحليلية بمحطة ورقلة الجهوية

.

و هي رسالة ماجستر في قسم الاعلام كلية الاعلام جامعة الشرق الأوسط كانون اول (2017).

و لقد سعت هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية :

معرفة دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة و مدى فاعليتها في مؤسسة التلفزيون الجزائري حيث سعت هذه الدراسة الى الإجابة عن عدة تساؤلات تمثلت في مدى تاثير تكنولوجيا الاتصال على فاعلية أداء التلفزيون الجزائري بمحطة ورقلة بالإضافة الى بيان وسائل الاعلام و الاتصال الأكثر استخداما في المؤسسة .

منهج الدراسة :

و لقد تبنت هذه الدراسة المنهج الوصفي .

نتائج الدراسة:

لقد توصلت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

وجود اثر لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على فاعلية أداء العاملين و المؤسسة ذاتها حيث غيرت التجهيزات و المعدات بنسبة 80% بتطوير أداء المؤسسة في حين أظهرت نتائجها أيضا ان العاملين في مؤسسة التلفزيون الجزائري في ورقلة يعتمدون على الحاسب الالي في أعمالهم بنسبة 100% بالإضافة الى التقنيات الحديثة المستخدمة في المؤسسة كان لها اثر إيجابي على تحسين أداء العاملين سيما ان 76% منهم تلقوا دورات تدريبية خاصة في هذا المجال

الاستفادة من الدراسات السابقة:

يمكن الاستفادة من الدراسات السابقة بالرجوع الى ما توصلت اليه الدراسات السابقة من اثر استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة في تطور البرامج الإخبارية و زيادة مشاهديها و البدء من حيث انتهى هؤلاء الباحثون و كذالك من الممكن الاستفادة من النتائج العملية لدراساتهم بالمقارنة مع النتائج التي يحصل عليها الباحث في هذه الدراسة و رؤية ان كان هناك فروقا تعود الى الأسلوب الذي تتبناه البرامج الإخبارية لزيادة متابعة مشاهدي هذه البرامج في التلفزيون الجزائري ، كما يمكن القول ان اننا استفدنا كثيرا من الدراسات السابقة في الجانب المنهجي

من خلال معرفة كيفية اختيار منهج الدراسة وكيفية تطبيق ادوات جمع البينات ، كما كانت الاستفادة ايضا من الجانب النظري .

تحديد المفاهيم و الاجرائي للدراسة :

1-الاتصال

لغة :اقدم تعريفات الاتصال هي التي ركزت على الاشتقاق اللغوي communicationهذه الكلمة اللاتينية communis التي تعني الشيء المشترك وفعلها communicare أي يذيع او يشيع فنحن عندما نتصل فإننا نحاول ان نشترك في المعلومات و الأفكار والاتجاهات ونكون علاقة مع شخص او مجموعة من الأشخاص لهذا فمرادف فعل يتصل هو يشترك[1]

والاتصال لغويا في القواميس العربية كلمة مشتقة من مصدر وصل الذي يعني أساسا الصلة وبلوغ الغاية[2]

اصطلاحا:

لقد تعددت و اختلفت مفاهيم الاتصال الباحثين و بحسب منطقتاهم الفكرية فالبعض ينظر اليه انه :هو المشاركة في الأفكار و المعاني و المعلومات باعتبار منشاطها يستهدف تحقيق العمومية او الذيوع او الانتشار او الشيوع لفكرة او موضوع او نشاط او قضية عن طريق انتقال المعلومات و الأفكار و الآراء و الاتجاهات من شخص او جماعة الى اشخاص و جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد و مفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين .

الاتصال هو العملية الام او الرئيسية التي تشمل على عمليات فرعية او أنشطة متنوعة مختلفة من حيث الأهداف و تتفق جميعا فيها بينها على انها عمليات اتصال بالجماهير.

[1] محمد عبد الحميد : نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ,ر ط2 عالم الكتب القاهرة , 2000 ص19

[2] ا بن منظور لسان العرب ج 11 دار المعارف د.م.ن .2003ص868

يرى عالم الاجتماع **تشارلز كولي** :بان الاتصال يعني ذلك الميكانزيم الذي من خلاله توجد علاقات الإنسانية وتنمو وتطور الرمز العقلية بواسطة وسائل نشر الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان وتتضمن تعبيرات الوجه والايماءات والاشارات ونغمات الصوت و الكلمات والطباعة والبرق و الهاتف[1]

اجرائيا :

الاتصال هو تواصل وتفاهم الناس بين بعضهم البعض او جماعة تتكون من اثنين اشخاص فاكثر بطرق مختلفة منها رموز و إشارات و اشكال الى ذلك بهدف إيصال فكرة معينة بطريقة سليمة .

2 /تعريف الرقمنة :

الرقمنة هي احدى اقوى التحولات النوعية الكبرى التي عرفها قطاع المعلومات منذ اكثر من عقدين من الزمن، اذ بفضلها استحدثت طرق جديدة لحفظ المعلومات واتاحتها وهي تمثل قلبا جذريا للأنظمة المعلوماتية.

وعرفت على انها عمليه استنساخ راقيه تكمن في تحويل الوثيقة مهما كان نوعها الى سلسله رقميه يواكب هذا العمل التقني عمل فكري ومكتبي لتنظيم ما بعد المعلومات وذلك لأجل فهرستها وجدولتها وتمثيل محتوى النص المرقم.

وتعرف ايضا بانها العملية التي بمقتضاها يتم تحويل البيانات الى شكل رقمي لمعالجتها بواسطه الحاسب سواء كانت هذه البيانات نص مطبوع او صوت او صورة و ذلك عن طريق استخدام أجهزة الرقمنة المناسبة كالماسحات الضوئية [2]

[1] رحيمة الطيب عيساني :مدخل الى الاعلام و الاتصال :المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية ;ط1 علم الكتب الحديث للنشر و التوزيع ,الأردن, 2002ص12

[2] فراج عبد الرحمان مفاهيم أساسية في المكتبات الرقمية مجلة المعلوماتية المملكة العربية السعودية العدد10 مركز المصادر التربوية بوزارة التعليم التربية والتعليم 2005 ص38

اجرائيا :

هو تحويل الوثائق او المعلومات بث ورقية الى نمط جديد او الرقمي و بذلك يسمح بتحويل المعلومات و تصبح جاهزة و قابلة للاستعمال من طرف مستخدمها .

الاتصال الرقمي :

1/ هو عملية اجتماعية التي يتم فيها الاتصال من بعد بين اطراف يتبادلون الأدوار ف بث الرسائل الاتصالية المتنوعة و استقبالها من خلال نظم الرقمية ووسائلها المختلفة لتحقيق اهداف معينة .

2 /هو العملية التي يتم فيها التواصل عن بعد بين طرفين او اكثر يتبادلون المعلومات و يتم ترميز و معالجة هذه المعلومات المتداولة عن طريق النظم الرقمية و بعدها يحدث الارسال و الاستقبال باستخدام أجهزة الاتصال الرقمي

3/ الاتصال الرقمي هو نقل المعلومات و الأفكار و الرسائل من خلال مجموعة متنوعة من الوسائط مثل البريد الالكتروني و الرسائل النصية ووسائل التواصل الاجتماعي . غير مفهوم الاتصال الرقمي الطريقة التي نتفاعل بها مع بعضنا البعض .لقد غير أيضا طريقة تواصلنا مع العلامات التجارية [1]

اجرائيا

هو عملية يتبادل المعلومات الخاصة بالمؤسسة العمومية التلفزيونية ENTV داخلها و خارجها وهو اتصال يتم باستخدام النظم الرقمية ويعتمد على الوسائل الالكترونية بأسلوب رقمي ورقمنة

2تعريف الأداء :

لغة :

مشتق من الفعل أدى ويعني قام بالفعل و أدى الدين أي قضاه و قضاء الصلاة :قام بها في وقتها وفي الشهادة أدى بها و اليه الشيء أي اوصله اليه[2] .

[1]محمد عبد المجيد ،نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، عام الكتب القاهرة 2004 ، ص104

[2] خالد احمد الصرايرة مجلة جامعة دمشق للعلوم التربوية والنفسية جامعة مؤتة الأردن سنة2011ص608

اصطلاحا :

1- **عرفه عبد المحسن :** على انه المخرجات و الأهداف التي تسعى المنظمة الى تحقيقها وهذا المفهوم يدل على انه يعكس كلا من الأهداف و الوسائل اللازمة لتحقيقها ويربط بين أوجه الأنشطة بالأهداف التي تسعى المنظمة الى تحقيقه[1].

2- **وعرفه جوفان** بانه كل النشاطات المعطاة للفرد المشترك في موقف ما و تساعده في التأثير الافراد الاخرين او المشاركين.

3- **يشير قود** الأداء على انه الإنجاز الفعلي كما يصنف من القابلية او الطاقة او القدرة الكاملة و خلق فرص التعلم التي تمكن الطلبة من اكتساب المعرفة و المهارات .

4- **احمد زكي بدوي** بانه تنفيذ امرا او واجب او عمل ما اسند الى شخص او مجموعة للقيام به [2].

اجرائيا :

هو ذلك الجهد الذي يبذله الفرد في المؤسسة العمومية التلفزيونية الجزائرية ENTV للقيام و اشباع متطلبات وظيفته المختلفة و بذلك يحقق العامل نتائج وظيفة.

مفهوم الأداء الوظيفي :

هو ذلك النشاط او المهارة او الجهد المبذول من طرف الفرد سوآءا كان هذا الجهد عضليا او فكريا من اجل إتمام مهام الوظيفة الموكلة له حيث هذا السلوك تغييرا بكفاءة و فعالية يحقق من خلالها الأهداف المسطرة من قبل المنظمة [3]

مفاهيم المؤسسة العمومية :

هي عبارة عن مؤسسة يسمح لأي احد بالوصول اليها فهي مصلحة عمومية إدارية حيث انها تتمتع بالشخصية المعنوية التي تستقبل بوسائلها الإدارية و أيضا بذمتها المالية وهي عبارة عن هيئة عامة تقوم بإنشائها الوله حيث تقوم هذه الهيئة بمنحها الشخصية المعنوية المستقلة

[1] سهيلة محسن كاظم الفتلاوي كفايات التدريس دار الشروق للنشر و التوزيع 2003ص24

[2] بوغليط جلال الدين الاتصال التنظيمي وعلاقته بالاداء الوظيفي دراسة ميدانية على العمال المنفذين بمؤسسة سونلغاز مذكرة لشهادة الماجستر جامعة منتوري محمود قسنطينة 2009ص72

[3] نفس المرجع ص 25

حيث ان هذه المؤسسة يتم ادارتها بالأسلوب الإداري اللامركزي و ذلك بهدف تحقيق اهداف محددة في نظامها القانوني و يكون راس مال

2/ان مفهوم المؤسسة العمومية يرتكز على أساس فكرة المرفق العام و هي عبارة عن مرفق عام اداري تتمتع بالشخصية المعنوية و تخضع لقواعد القانون العام في تنظيمها و يسرها .

3/هي عبارة عن وحدات قطاع الاعمال التي تدار من قبل الحكومة و التي يمكن ان تدار قبل القطاع الخاص و تقوم المؤسسة العامة بإنتاج السلع و الخدمات و تقديمها الى الجمهور بأسعار إدارية .

هي مؤسسة مختلفة القطاعات و متعددة الوظائف مكونة من طرف الدولة وقد يستفيد و يخضع لها الجميع بحيث تتمتع بالشخصية المعنوية المستقلة و قد تكون ذات قطاعات مختلفة اقتصادية سياسية ...الى غير ذات ولكنها قطاع عام تابع للدولة.

التعريف الاجرائي للمؤسسة العمومية

هي الشركة الوطنية التي تدير أنشطة التلفزيون العام في الجزائر من الإنتاجي الى البث و تعتبر المؤسسة لقدم خدمة بث في البلاد وهي تدير حاليا شبكة تلفزيونية واحدة التلفزيون الجزائري بالإضافة الى ثماني قنوات وطنية وهي كنال الجيري والجزائرية الإخبارية وقناة الامازيغية وقناة القران الكريم الجزائرية السادسة والمعرفة وقناة الذاكرة والبرلمانية

مفهوم التلفزيون العمومي الجزائري ENTV :

تتمثل المؤسسة العمومية للتلفزيون اهم جهاز اعلامي في الجزائر و هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي موضوعه تحت وصاية وزير الاعلام

تضطلع بمهام رئيسه يحددها دفتر شروط بموجة تتابع في وسائطها الاتصالية النشاطات الرسمية لمؤسسات الدولة بالتبليغ و البث وفق ما يقتضيه الصالح العام للبلاد كما تضطلع بمهمة التوجيه و الاعلام بالإضافة الى الترفيه والتثقيف.

تم بسط السيادة على المؤسسة الوطنية للتلفزيون في 28 اكتوبر 1962عرفت عدة تحولات الى مؤسسة البث الإذاعي و التلفزيوني ثم الى مؤسسة الإذاعة و التلفزيون الى غاية صدور المرسوم رقم86-147 المؤرخ ب1جويلية1986 و الذي بموجبه انشات المؤسسة العمومية للتلفزيون حيث يتواجد مقرها ب21شارع الشهداء الجزائر العاصمة .

فهي مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري تملك الشخصية المعنوية و تأخذ وزارة الاتصال على عاتقها مسؤولية تسيرها و تحديد ميزانيتها يضمن التلفزيون الجزائري التغطية على كامل التراب الوطني و هذا من اجل الوصول بأهدافه الاجتماعية و الثقافية الى كل شرائح الجزائر العميقة اذ تتركز كقناة عمومية الى البرامج المتنوعة ذات البعد الوطني و المحلي في الدرجة الأولى و كذا المجتمع الدولي و مختلف قضاياه الراهنة التي تحرص ان تقدمها الى الجمهور الجزائري بشفافية كاملة

كما يسهر التلفزيون الجزائري على مواكبة التقنيات الجديدة و تكنولوجيات الاعلام و الاتصال من خلال توسيع حركية الرقمنة داخل المؤسسة و التركيز على العمل بأجهزة متطورة و تنقسم المؤسسة الى 6 مديريات أساسية وهي مديرية الاخبار و الإنتاج و البرمجة و الخدمات التقنية والتجهيز و الإدارة العامة و العلاقات الخارجية بالإضافة الى مركز الأرشيف و المحطات الجوية و المديريات التجارية.

مجال الدراسة :

المجال المكاني تمت الدراسة في المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري الموجود الجزائر العاصمة في المرادية .

المجال الزماني قمنا بدراستنا خلال الفترة الممتدة من 2024/03/03 الى 2024/07/14 وتم تقسيم هذه الفترة بين الجانب النظري في الفترة الاولى والدراسة التطبيقية الميدانية في الفترة الثانية .

مجتمع البحث:

يعرف مجتمع الدراسة على أنه جميع العناصر والمفردات المشكلة ظاهرة قيد الدراسة وهو جميع الوحدات التي يدرسها الباحث سواء كانت مفردات بشرية أو موارد إعلامية يمكن أن تكون محددة أو غير محددة.

ويمثل مجتمع الدراسة التي نحن بصددها في عمال المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري ENTV .

عينة الدراسة :

العينة ليست مجرد جزء من مجتمع البحث حسبما اتفق عليه و لكنها اختيار واعي تراعي فيه قواعد و اعتبارات علمية معينة لكي تكون نتائجها قابلة للتعميم على المجتمع الأصلي و تعرف العينة على أنها مجتمع الدراسة الذي تؤخذ منها البيانات الميدانية أنها جزء من الكل بمعنى أخر هي مجموعة من أفراد المجتمع تكون ممثلة له لتجرى عليها الدراسة و العينة ليست الا مثلا أو مجموعة من أمثلة يستخلص منها احكام فيها قدر من الاحتمال و يمكن الاستعانة بها في بعض الإجراءات العلمية او الاستنتاجات النظرية وحدات العينة قد تكون أشخاصا كما قد تكون أحياء أو شوارع أو مدن أو غير ذلك .

كما يوجد الكثير من أنواع العينات ومنها نجد العينة القصدية هي عينة يلجا إليها الباحث عندما يتوفر لديه بيانات أو معلومات كاملة عن مجتمع العينة وخصائصه وصفاته وعليه تمثلت عينة بحثنا الموظفين في المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري كنموذج ملائم لتطبيق دراستنا وإجراء توزيع الاستمارة على الموظفين وأخذ الملاحظات التي تخص موضوعنا.

ومن خلال موضوعنا أخذنا عينة قصدية وهي عينة يلجا إليها الباحث عندما يتوفر لديه بيانات أو معلومات كاملة عن مجتمع العينة وخصائصه وصفاته وفي حالة يلجا الى اختيار عينة

قصدية تكون من مفردات معينة تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا وغالبا ما تعطي هذه الطريقة نتائج أقرب إلى النتائج التي يمكن الوصول اليها باستخدام العينات الأخرى.

و عليه تمثلت عينة بحثنا هذا في جميع عمال قسم الملتميديا WEB في المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري «ENTV» كونها نموذج جيد و ملائم و قد قمنا بالمسح الشامل لجميع مفردات مجتمع الدراسة فتم توزيع استمارة الاستبيان على جميع موظفين قسم الملتيمديا«WEB» التابع للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري[1]« Entv » .

ويمكن القول أن العينة قصدية لأنه كان اختيارنا لهذه المؤسسة لما تتميز به من خصائص ومميزات عن غيرها من المؤسسات وكذا تحديد القسم الذي سوف تتم من خلاله هذه الدراسة عن قصد على اعتبار انه القسم الذي يعتمد على الرقمنة اكثر في اداء مهامهم وبالتالي قمنا بمسح شامل لجميع مفردات هذا القسم للحصول على المعلومات دقيق وصحيحة تفيدنا في دراستنا هذه .

منهج الدراسة :

لم يعد الأساس في التقدم العلمي اليوم هو الحصول على كم معرفي اكثر و انما الأساس هو الوسيلة التي تمكننا من الحصول على هذا الكم و استثماره في اقصر وقت ممكن وبأبسط الجهود و الوسيلة في ذلك هي المنهج العلمي بكل معطياته و لهذا يعتبر المنهج العلمي الطريق الذي يتبعه الباحث للوصول الى تعليماتاو نتائج بطريقة علمية دقيقة وكذالك مجموعة القواعد العامة التي توجه البحث للوصول الى الحقيقة العلمية

و المنهج هو طريقة تساعد في البحث ولا يستطيع الباحث العلمي الاستغناء عنه و بدون المنهج يكون البحث مجرد تجميع للمعلومات لا علاقة له بالواقع العلمي و يختلف المنهج من دراسة الى أخرى على حسب طبيعة و مشكلة موضوع البحث و تبعا لاختلاف الباحثين و قدراتهم و امكاناتهم و استنادا الى كتب المنهجية فان المنهج الوصفي هو الأكثر كفاءة في

[1] بوعطيط جمال الدين الاتصال التنظيمي و علاقته بالأداء الوظيفي مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستر ، جامعة قسنطينة السلوك التنظيمي و تسيير الموارد البشرية 2008-2009 ص116

الكشف عن حقيقة الظاهرة و ابراز خصائصها فحين يريد الباحث ان يدرس ظاهرة ما فان اول خطوة يقوم بها هي وصف الظاهرة التي يريد دراستها و جمع معطيات و معلومات دقيقة عنها فالمنهج الوصفي يقوم بدراسة الظاهرة كما توجد في الواقع و وصفها وصفا دقيقا و التعبير غنها تعبيرا كيفيا او تعبيرا كميا [1].

وعليه يمكن تعريف المنهج الوصفي بانه مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة اعتمادا على جمع الحقائق و البيانات و تصنيفها و معالجتها و تحليلها تحليلا كافيا و دقيقا لاستخلاص دلالتها و الوصول الى نتائج و تعميمات عن الظاهرة او الموضوع محل البحث[2]

وبما ان دراستنا تتمحور حول دور الاتصال الرقمي في تحسسيين الأداء الوظيفي في المؤسسة العمومية«ENTV» قسم الملتميديا «WEB» فان دراستنا تنتمي الى الدراسات الوصفية المتعلقة بدراسات التي تقوم على تفسير الظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها و أبعادها و العلاقة بين متغيراتها بهدف الوصول الى وصف علمي و دقيق و متكامل للظاهرة المدروسة و لتطبيق المنهج الوصفي إتبعنا الخطوات التالية:

- ضبط الإشكالية بدءا من تحديد المشكل وصولا إلى صياغة التساؤلات.
- جمع المعلومات الأولية حول دور الاتصال الرقمي في تحسيين الأداء الوظيفي في المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري «ENTV» قسم الملتيمديا «WEB» لإختيار أدوات جمع البيانات وضبط عينة الدراسة.
- تحديد العينة وحجمها ومواصفاتها.
- إعداد أدوات جمع البيانات .
- اعداد استمارة استبيان.

[1] بوعطيط جلال الدين الاتصال التنظيمي و علاقته بالأداء الوظيفي مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستر 2008-2009 ص115 .
[2] نفس المرجع ص115 .

- تحديد المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة

جمع البيانات من مفردات العينة ثم تفسيرها وتحليل البيانات على ضوء الإشكالية المطروحة والتساؤلات المصاغة وصولا إلى النتائج العامة .[1]

أدوات جمع البيانات:

تمهيد:

إن نجاح عملية البحث مرتبطة بشكل كبير بمدى فاعلية الأدوات المستخدمة لأنها الوسيلة التي تساهم في إعطاء نتائج تتسم بقدرة من الثقة و الثبات مما يشاع حول البحث العلمي على أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات و البيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج أو أكثر و هذا للوصول إلى خطة بحثية متكاملة و للوصول إلى تحديد بعض الجوانب محل الدراسة بطريقة علمية موضوعية تؤدي الى الوصول إلى نتائج مقبولة علميا و لتحقيق نجاح للإلمام بالموضوع فقد اعتمدنا في دراستنا الميدانية على الملاحظة الإستبيان و المقابلة .

الملاحظة :

تعتبر الملاحظة من الوسائل المنهجية التي يعتمد عليها جميع البيانات العلمية والحقائق من مكان الدراسة وذالك بالمشاهدة المباشرة والظاهرة محل الدراسة وفقا لظروفها الطبيعية، والملاحظة كوسيلة بحثية تتمتع بفوائد كثيرة تميزها عن الوسائل الأخرى حيث يمكن للباحث أن يلاحظ سلوك وعلاقات وتفاعلات المبحوثين والإطلاع على أنماط وأساليب معيشتهم وعملهم إلى غير ذلك، وبما ان المبحوثين لا يعرفون أن سلوكهم و علاقتهم و تفاعلاتهم تحت الدراسة لذا يكونون على طبيعتهم و بعيدين عن التصنع.

و لقد إستفدنا من الملاحظة في التعرف عن مختلف الوسائل و البرامج و التقنيات المستعملة في قسم الملتيميديا «WEB»

[1] نفس المرجع نفس الصفحة

وللاستفادة أكثر فأكثر والتعرف في الملاحظة على كيفية إستلام المهمة وحتى إتمامها وكما قمنا بالتعرف على كيفية نشر الاخبار العاجلة والمهمة.

أما عن نوع الملاحظة المتبع في دراستنا هذه فهي " الملاحظة غير المباشرة " وهي التي تحدث دون اتصال مباشر بين الملاحظ و المرشد و دون ان يدرك المسترشد أنه موضع ملاحظة و يتم ذالك في أماكن خاصة و مجهزة لذالك [1].

المقابلة : تعتبر المقابلة من الأدوات الرئيسية لجمع المعلومات و البيانات في دراسة الافراد و الجماعات الإنسانية كما انها تعد من اكثر وسائل جمع المعلومات شيوعا و فعالية في الحصول على البيانات الضرورية لاي بحث كما عرف " انجلز " المقابلة بانها محادثة موجهة يقوم بها فرد مع اخر او مع افراد بهدف حصوله على أنواع من المعلومات لاستخدامها في بحث علمي او للاستعانة بها في عمليات التوجيه و التشخيص و الاقتراح .[2]

الإستمارة :

تعتبر هذه الأخيرة من انسب الوسائل المستعملة و اكثرها شيوعا في الحصول على البيانات التي تكون كمنطلق أساسي للباحث من اجل الإجابة و التحليل على الأسئلة التي طرحها في بداية البحث و تعرف الاستمارة على انها نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه الى الافراد من اجل الحصول على معلومات حول موضوع او مشكلة البحث فقد تم تنفيذ الاستمارة عن طريق المقابلة الشخصية او ترسل الى المبحوثين عن طريق البريد .

ولقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية في دراستنا هذه لجمع مختلف البيانات التي يمكن الاستفادة منها .

وتحتوي الاستمارة على المحاور التالية :

[1] نعيمة بوكلتوم رسالة ماجستر في دور الاتصال الداخلي في عملية التغيير التنظيمي دراسة حالة شركة البناء المعدني البليدة جامعة سعد دحلب بالبليدة كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير أكتوبر 2008 ص109 .

[2] نفس المرجع ص ص 107-108

المحور الاول : يتعلق بنوع الاتصال السائد في المؤسسة التلفزيوني الجزائريةENTV؟

المحور الثاني : يتعلق بعلاقة الاتصال الرقمي السائد في المؤسسة و الأداء الوظيفي للعمال؟

المحور الثالث : يتعلق بمعوقات الاتصال الرقمي التي تخفض مستوى الأداء الوظيفي للعمال في المؤسسة .

المحور الرابع : يتعلق بالدور الذي يلعبه الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة التلفزيونية ؟

الإطار النظري

الفصل الأول : الاتصال الرقمي

تمهيد:

المبحث الأول : الاتصال

المطلب الأول : مفهوم الاتصال و طبيعته

المطلب الثاني : مبادئ الاتصال

المطلب الثالث : أهمية الاتصال و خصائص الاتصال

المطلب الرابع : أنواع الاتصال

المطلب الخامس : عناصر الاتصال

المطلب السادس : مراحل الاتصال

المبحث الثاني الاتصال الرقمي

المطلب الأول : تعريف الاتصال الرقمي و نشأته

المطلب الثاني : خصائص الاتصال الرقمي ووظائفه

المطلب الثالث : مستويات الاتصال الرقمي

المطلب الرابع : : :محددات الاتصال الرقمي

المطلب الخامس : اهداف الاتصال الرقمي

المطلب السادس : استخدام التقنية الرقمية في مرحلة ما قبل و ما بعد الإنتاج

المطلب السابع : مزايا وعيوب الاتصال الرقمي

تمهيد :

يعتبر الاتصال الرقمي احد سمات عصرنا الحالي فالتطور الذي حصل في مختلف المجالات بيم فيها مجال الاتصال و الذي استعملت فيه التكنولوجية الرقمية الحديثة فاصبح الاتصال رقميا ، وفي هذا الفصل الأول سنحاول تسليط الضوء على هذا النوع من الاتصال من خلال التطرق الى تعريف الاتصال و عناصره ومراحل تطوره الى ان صار رقميا ليساهم بذلك في تسهيل تواصل الناس فيما بينهم من خلال المزايا والوظائف التي يقوم بها .

المبحث الأول : الاتصال

المطلب الأول : مفهوم الاتصال و طبيعته

1_1 مفهوم الاتصال :

ان كلمة الاتصال بالرغم من تداولها الواسع الا انها تحمل معاني مختلفة فقد نستعملها لنعني بها مجال الدراسة الاكاديمي او النشاط التطبيقي الملازم له , او بوصفها علما او فنا او علاقات إنسانية او وسائل اتصال جماهيرية او ارشاد نفسيا . كما انها قد تعبرعن عملية هادفة او طبيعة مقصودة , ولكن هذا النوع لم يحل دون جعل كل هذه الطرق و المجالات و المعاني تركز أساسا على عنصر مشترك هو نقل المعلومات الذي سنعتمد عليه في تعريفنا لمصطلح الاتصال .

هناك من يركز في تعريفه للاتصال على البعد الوظيفي الداخلي للمؤسسة , فيعتبره الاتصال الإنساني المنطوق و المكتوب الذي يتم داخل المؤسسة على المستوى الفردي و الجماعي , و الذي يساهم في تطوير أساليب العمل وتقوية العلاقات الاجتماعية بين الموظفين , اما البعض الاخر فيركز على البعد الخارجي فيعرفه على انه مجموع الرموز و الرسائل المكتوبة و المسموعة و المرئية التي ترسل من المؤسسة الى محيطها1, الخارجي وذلك بإدماج كل الوسائل التي بحوزتها بغية تسهيل عملها الداخلي وتسير علاقاتها وانشطتها خارجيا وبالتالي فهي تحاول من خلال عملية التواصل ان تنسجم مع واقعها و أهدافها و احاسيس أعضائها و

طلبات محيطها بحيث يعتبر بمثابة المحرك لحياة الافراد و المؤسسات في المجتمعات المعاصرة فالمعلومة تعد مطلبا حاسما لاي اتصال فاعل و مؤثر [1]

يعتبر كلا من **Katz**و**كان Kahn** كاتز ان الاتصال تدفق للمعلومات و تبادلها .

كما يشير البعض الى ان مفهوم الاتصال هو عملية اجتماعية ذات خطوات مترابطة مستمرة يتم فيها التفاعل بين شخصين او اكثر, لتحقيق هدف واضح و محدد, و هذه العملية تتم من خلال علاقة إنسانية, قد تكون ثنائية بين فردين او بين جماعة صغيرة او مجتمع محلي او مجتمع قومي او دولي و يتم الاتصال بوسائل و أساليب كثيرة متنوعة [2].

2_1 طبيعة الاتصال :

ترتبط طبيعة الاتصال كظاهرة اجتماعية بحاجات الافراد وتوزيعها واشباعها حيث يلزم ممارسة الاتصال لإشباع الحاجات حسب تعددها وتنوعها ودرجة الأولية في الاشباع ويتعامل الفرد في ممارسة بعض جوانب حياته اليومية مع عدد كبير من المنظمات على اختلاف أنواعها وطبيعة النشاط والهدف من قياسها والحجم والشكل القانوني والمسؤولية التي تضطلع بها المنظمة وفي كل مرة نجد الفرد يزاول عملية الاتصال بحيث تتفق طبيعة هذا الأخير مع طبيعة أي منظمة فيمثل الاتصال احد الدعائم الرئيسية التي تعتمد عليها المنظمة في تحقيق أهدافها.

وتحتاج المؤسسة في مزاولة أنشطتها الى موارد مادية و أخرى بشرية في عملية التدبير لهذه الموارد تجري المنظمة العديد من الاتصالات على مستويين يتمثل المستوى الأول في الاتصال بين الإدارة والعاملين من حيث المهام الإعلامية و الانضباطية و الاقناعية حيث تصدر الإدارة القرارات و التعليمات الإجراءات اللازمة لأداء العمل لكي يتعرف كل فرد على دوره بالتحديد لخدمة اهداف المنظمة واجباته ومسؤوليته اما المستوى الثاني من الاتصال فيتم بين الافراد داخل المؤسسة وبين مختلف الفئات المهنية وبين كل فئة مهنية لتبادل المعلومات و المعاني و الأفكار حول موضوعات تهم المنظمة

[1] –شريفي خيرة : **أهمية شبكات الاتصال في التنمية المستدامة** ; المتلقي الوطني الثاني ; جامعة يحي فارس المدية ; 2008

[2] -عبد الله الطويقي : **علم الاتصال :** دراسة في الأنماط و المفاهيم و عالم الوسيلة الإعلامية ; مكتبة العبيكان ; ط **2** الرياض ; ص218

ويميز طبيعة الاتصال أيضا انه غرضي او مهامي فالناس يزاولونه للحصول على ما يريدون حيث يساعد على تحقيق اهداف واشباع رغبات معينة وقبل ترك طبيعة الاتصال تجدر الإشارة الى ان الاتصال ظاهرة اجتماعية في الطبيعة حيث انها ترتبط بطبيعة الانسان من منطلق كونه اجتماعي بطبعه لا يستطيع فمن الحاجة العيش بمعزل عن الاخرين فمن الحاجة الى تبادل المنافع الى الوجدانية وقد يكون الاتصال ضرورة وواجبا وحتمية في الحياة الاجتماعية ولقد خلص الكاتب الى

الاتصال مسبب : لا بد له من أسباب المزاولة.

الاتصال مدفوع : حيث يرتبط بالدوافع والحاجة.

الاتصال موجه : نظرا لتوجيه اتجاه هدف معين.

الاتصال حركي : نظرا للاستمرارية في مزاولته.

الاتصال اجتماعي : لارتباطه بمكونات السلوك الإنساني.

الاتصال تفاعلي : نظرا لعلاقات التداخل و التأثير و التأثر.

الاتصال النوعي : لاختلاف انواعه وصوره.

الاتصال الضروري : فهو ضرورة من ضروريات الحياة[1] .

_المطلب الثاني :مبادئ الاتصال

يعتبر الاتصال عنصرا يتخلل جميع العمليات الإدارية وهو في الوقت نفسه يعتبر فنيا يشكله كل اداري بطريقته الخالصة وتوجد مبادئ رئيسية للاتصال يصلح تطبيقها في جميع الأحوال و بالنسبة لجميع الأشخاص وتساعد المدير في بناء نظام اتصال جيد بالتركيز على الجوانب الحرجة المتصلة بالاتصال و هذه المبادئ هي :

[1] سعيد يسن عامر : **الاتصالات الإدارية والمداخل السلوكي لها ;**دار المريخ للنشر ; دون طبعة ; الرياض ; سنة 1986 ص30_34

1_ مبدا الوضوح :

ان تكون جميع الاتصالات بين الافراد بلغة مفهومة للمرسل و المستقبل وان تطبيق هذا المبدأ ينتج عنه التغلب على مشاكل عديدة في الاتصال عدم الفهم او وجود افتراضات غير واضحة

2_مبدا الاهتمام و التركيز :

أي وجود انتباه كامل من المرسل عندما يقوم بعملية ارسال الرسالة ومن المستقبل عندما يقوم باستقبال او تلقي الرسالة فإنها لن تصل كما ينبغي و ان إعطاء الاهتمام الكامل للرسالة ليست مسالة سهلة ويرجع ذلك الى كثرة عدد الوسائل التي تستدعي الاهتمام وتتنافس فيما بينها ونطاق وقدرة الفرد على الانتباه و التركيز و التمسك بهذا المبدأ يساعد على التغلب على عديد من الحوافز كعدم الاهتمام ونقص او ضعف الرسالة المنقولة ضعف الذاكرة وأيضا تطور عملية الاستماع و القراءة .

3_مبدا التكامل والوحدة :

يجب ان يخدم الاتصال اهداف المؤسسة لأنه يعتبر في حد ذاته وسيلة وليس غاية أي انه احد وسائل المدير لضمان الحفاظ على التعاون كمدخل لتحقيق اهداف المؤسسة .ومن المهم ان يقوم الرئيس المباشر بنقل الرسالة وتفسير وتوضيح المعلومات وفي هذه الحالة فان المرؤوسين سيحترمون المركز الوظيفي للرئيس ويعتمدون عليه فيما يتعلق بالمعلومات الرسمية وهذا تدعيم لسطته .

4_ مبدا استراتيجية النظام غير الرسمي :

تقوم التنظيمات غير الرسمية بسبب الحاجة لنقل البيانات ونشرها وتنشا هذه التنظيمات بموافقة او بدون موافقة المديرين ويكون لها تأثير النافع او الضار على المؤسسة لذلك لا يجب تجاهلها بل الاستفادة منها في نقل و استقبال المعلومات المكملة للاتصال الرسمي فتدفق الرسائل قد يتم رسميا من الرئيس الى المرؤوسين من المرؤوسين الى الرئيس وهذا المنفذ قد لا يكون

ملائما او لا يثق به لنقل كل أنواع الرسائل لذلك يجب ان يستفيد المديرون من المدخل غير الرسمي في الإبلاغ من خلال الاخرين. [1]

المطلب الثالث :أهمية الاتصال وخصائص الاتصال

1_أهمية الاتصال :

المنظمة هي عبارة عن كيان ونظام اجتماعي مفتوح افراد وجماعات يعلمون معا بصورة جماعية ويتعاون وثيق وضمن اطر هيكلية واضحة وذلك لتحقيق اهداف وامال ورغبات مشتركة ولا يمكن تحقيق هذه الرغبات الا بالاتصال وذلك للأهمية البالغة في المنظمة ونذكر من هذه الأهمية ما يلي[2]

_يساعد الاتصال على تبادل الأفكار والمعلومات و الآراء والاتجاهات والمقترحات والمنشورة والخطط والسياسات وغيرها .

_الاتصال الفعال يؤدي الى تحسين أداء العامل وحصوله على رضا اكبر في العمل.

_الاتصال الفعال هو مفتاح نجاح المنظمة وعليه يتوقف بقاؤها وازدهارها فبدون الاتصال الفعال لا يستطيع المدير الاطلاع بمهام ومسؤوليات التخطيط والتنظيم والقيادة والتوجيه والتحفيز والرقابة [3] .

_يساهم الاتصال في اصدار التعليمات والتوجيهات الفعالة بدون الاتصال لا يعرف العامل ماذا يفعل زملاؤه وماهي خططه وبرامجه ومشكلاته ويصبح التنسيق والتعاون بين الافراد والوحدات امر متعلا وهذا كله يؤدي حتما الى انهيار المنظمة .

[1] -الهام بوغليطة فريد كورتل : **الاتصال واتخاذ القرارات** دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع ط 1 ; عمان 2010; ص 47

[2] _ حسين محمود رحيم **مهارات في علم الاقتصاد وإدارة الاعمال ;** دار الحامد للنشر والتوزيع ; ط 1 ; الأردن 2010; ;ص 15.

[3] -الهام بوغليطة فريد كورتل : **الاتصال و اتخاذ القرارات** دار كنوز ; المعرفة للنشر والتوزيع ; ط ; 1 عمان 2010 ;ص47.

_ نظام الاتصالات تتوقف فعالية الإدارة ولذا يقرر شاستر برناردان الوظيفة الأولى للإدارة هي تطوير وصياغة نظام الاتصال.

وتظهر كذلك اهمي الاتصال في المؤسسات وخاصة الكبيرة منها كلما زادت المسافة بين الإدارة العليا والإدارة المباشرة أي ان مراكز اتخاذ القرارات تكون بعيدة عن مواقع التنفيذ حيث نجد ان التخطيط الاستراتيجي يتم في اعلى المستويات الإدارية بينما التنفيذ يتم في ادناها وفي هذه المسافة بين مراكز التخطيط ومواقع التنفيذ تتطلب التوصيل الجيد للبيانات والمعلومات بين البعيدين وهذا لا يتحقق الا بالاتصال الفعال المرن كذلك اشارت الدراسات و الأبحاث الى أهمية الاتصال بانه ما يقرب 75 بالمئة من نشاط المؤسسة .[1]

_يساهم الاتصال خاصة الاتصال الخارجي الناجح في مساعدة المنظمة على مواكبة التغيرات البيئية السريعة في مختلف المجالات من خلال تلبية حاجات ورغبات العملاء والمنافسة الناجحة وبناء سمعة جيدة ونيل رضا الجمهور وغيرها اذن فان أي عمل في الاتصال يؤثر على المنظمة بطريقة ما .

_ان الاتصال بالنسبة للنشاط الإداري كحركة الدم في الجسم ولولا انسيابه لإصابة الشلل فلا عجب ان يطلق بعض علماء الإدارة على الاتصال بانه قلب الإدارة وان كفاءة القائد الإداري تعتمد بدرجة كبيرة على مهارته في الاتصال [2].

2 __خصائص عملية الاتصال :

كما نجد ان هناك خصائص يمتاز بها الاتصال من بينها :

_ **ان الاتصال عملية لها صفة تلقائية** بحيث وجد منذ وجود الانسان على الأرض فانه يكون علاقة وان يتحدث مع غيره و اختراع اللغة و الإشارات وكافة الألوان التي تمكنه ان يدرك

[1] -الهام بوغليطة نفس المرجع السابق ص48

[2] -هادي نهر ,احمد محمود الخطيب : **إدارة الاتصال و التواصل** ,دار عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع ,بدون طبعة الأردن ,,2009ص220.

ويفهم ويفكر و يتصل ويستخدم الحواس هي اللغة ووسيلة اتصال فعالة وتدل على أشياء كثيرة قد يعجز الكلام عن التعبير عنها

_ **الاتصال ظاهرة اجتماعية عامة لها صفة الانتشار** بحيث يعتبر الاتصال من الظاهر العامة والنشرة على مستوى الافراد و الجماعات و المجتمعات كما يمارس في كافة المنظمات المحلية و الإقليمية و الدولية حتى لا يمكن ان نتصور وجود انسان يعيش بمفرده او بعيدا عن الاحداث التي تدور في مجتمعه

_ **الاتصال له صفة الموضوعية و الواقعية** الاتصال حقيقة واقعة الاخصائي و الافراد والجماعات او المجتمعات ويدور من خلاله حيث يقود الى الهدف وهو مواجهة المشكلات واشباع الاحتياجات او وضع برامج و خطط او قضاء وقت الفراغ و الاتصال لا يخضع للعوامل الذاتية موضوعية فلا يمكن للإنسان ان يخفي مشارعه السلبية اتجاه شخص اخر مهما مرت الأيام ولا بد ان يعتبر الاتصال عن نفسه من خلال المشاعر و الحقيقية الواقعية التي ترتبط بالأحداث في مكان معين وعلى هذا فالاتصال يستمد اصوله من الواقع وما يترتب عليه من تأثيرات متبادلة بين اطرافه.

الاتصال يعمل على ترابط المجتمع :يعتبر وسيلة لتحقيق الترابط والتماسك بين الافراد مواجهة الشائعات وكل ما من شانه ان يسيء الى امن المواطن والمجتمع ويعمل على بث ونقل القيم والعادات والتقاليد ثم العمل على المحافظة على السلوك الجيد ة الحرص عليه [1].

[1] هناء حافظ بدوي : **الاتصال بين النظرية والتطبيق** ;الكتب الجامعي الحديثة ;الإسكندرية ; 2002 ;ص46

المطلب الرابع :أنواع الاتصال

توجد تقسيمات عديدة لأنواع الاتصال أهمها : حسب درجة الرسمي وحسب الاتجاه والتقسيم وحسب درجة التأثير على النحو التالي :

أنواع الاتصال من حيث درجة رسميته :

_**الاتصال الرسمي** : فمعجم مصطلحات الاعلام عرف الاتصال الرسمي على انه اتصال يتم بين المستويات الإدارية المختلفة, في هيئة او مؤسسة بالطرق الرسمية المتفق عليها في نظامها الداخلي وتقاليدها ويرتكز على الخطابات او المذكرات او التقارير الصادرة, و بالإمكان ان يكون هذا الاتصال من الأعلى الى الأسفل او العكس من الأسفل الى الأعلى او بشكل افقي وينقسم الاتصال الرسمي الى ثلاثة اقسام :

1_**الاتصال الهابط او النازل** :و هو اتصال يكون من الأعلى الى الأسفل أي من الرؤساء الى المرؤوسين او من المستوى الإداري الأعلى الى المستوى الإداري الأدنى, ويعتبر هذا النوع من الاتصال الأكثر شيوعا وخلاله يمكن نقل المادة المرسلة من أوامر وتعليمات وبلاغات وقرارات عبر التسلسل الهرمي من القيادة الى القاعدة .

2_**الاتصال الصاعد** : اتجاه هذا الاتصال من الأسفل الى الأعلى أي من المرؤوسين الى الرؤساء او يكون من المستوى الإداري الأدنى الى المستوى الإداري الأعلى في الهيكل التنظيمي للمؤسسة ويكون في العادة على شكل شكاوى واقتراحات وتقارير وملاحظات أي تغذية راجعة مرفوعة الى القيادة العليا للمؤسسة او الإدارة .

3 _**الاتصال الافقي** : وهذا النوع من الاتصال يكون بين المستويات الإدارية او السياسية او الاجتماعية او الثقافية او الاقتصادية والتي تقع في ذات المستوى نفسه فمثلا الاتصال بين الوزراء يعتبر اتصال افقي ونفس الحال بالنسبة للاتصال بين رؤساء الجامعات ومدراء المدارس ويهدف لحل المشكلات وتبادل الأفكار ووجهات النظر بين افراد وزملاء من نفس المستوى الإداري .

_**الاتصال غير الرسمي** :وفي هذا النوع يتم التفاعل فيه بطريقة غير رسمية ما بين مختلف العاملين بالمؤسسة عن طريق التبادل الأفكار والخبرات ووجهات النظر في شتى الموضوعات ذات الصلة بعملهم وهذا الاتصال لا يخضع لاي قواعد او إجراءات او قوانين إدارية مثبتة او مكتوبة ورسمية متفق عليها داخل الإدارة .

_ أنواع الاتصال من حيث درجة تأثيره : لقد قام علماء الاتصال بتقسيم الاتصال من حيث درجة تأثيره الى الاتصال المباشر والاتصال الجماهيري .

1_**الاتصال المباشر** ونعني به العملية التي يتم من خلالها تبادل الأفكار و المعلومات بين الأشخاص والافراد بالطريقة المباشرة أي وجه لوجه ,وفي الاتجاهين من دون وسائل او قنوات وسيطة بحيث انه يصبح المرسل و المستقبل على اتصال فيما بينهما وفي مكان معين .

2_**الاتصال الجماهيري** ويعنا به العملية التي من خلالها يتم نقل مختلف الأفكار و المعلومات ووجهات النظر الى عدد من الافراد , وذلك باستخدام وسيلة اوعدة وسائل من وسائل الاتصال الجماهيري [1]

_ أنواع الاتصال من حيث اللغة المستخدمة : وتنقسم الى نوعان اتصال لفظي واتصال غير لفظي فأما اللفظي فيكون عن طريق تبادل المعلومات شفهيا , و الغير اللفظي يحدث من خلال تبادل الآراء و الأفكار و المعلومات دون استخدام لغة الالفاظ ولقد سبق التطرق الى شرحهما في اشكال الاتصال .

المطلب الخامس : عناصر الاتصال :

عناصر الاتصال :لا يمكن ان يحدث أي اتصال الاعند توافر جميع عناصره في حالة فقدان أي عنصر منها يعتبر الاتصال ناقص او غير واضح وهذه العناصر هي :

[1] رحيمة الطيب عيساني مدخل الى علم الاعلام و الاتصال, ط1 عالم الكتب الحديث ,الأردن سنة2003 ,ص31 35

المرسل : وهو الشخص او المصدر والذي يرغب في التأثير في الاخرين بشكل معين من اجل مشاركته في الأفكار او الاتجاهات او المعلومات او الخبراء2 , ويعرف أيضا بانه منشئ الرسالة وقد يكون المرسل عبارة عن مؤسسة او شركة وفي الكثير من الأحيان ما يستخدم المصدر بمعنى القائم بالاتصال غير ان المصدر ليس بالضرورة يكون هو القائم بالاتصال فمثلا مندوب التلفزيون قد يحصل على خبر معين ومن موقع الحدث .

المستقبل :هو الشخص الذي يستقبل الرسالة الصادرة عن المرسل ويتأثر بها ويعتبر بانه هو المستهدف والمقصود من عملية الاتصال ولهذا يعتبر فهم المستقبل وخصائصه وظروفه يعد ضروري من اجل صياغة الرسالة بأسلوب يسهل ادراك معنى الرسالة ويرفع من درجة تأثيرها بالرسالة الا اذا كانت تتفق مع ميولاته واتجاهاته.

الرسالة : وهي تضم مجموعة من الأفكار او المفاهيم او المهارات او الحقائق او المبادئ او القيم و الاتجاهات, والتي يقوم المرسل في ارسالها وتوجيهها للمستقبل ونجد بانها تتعلق او تدور حول المواضيع معينة ,ويقوم المرسل بالتعبير عنها باللغة المنطوقة او غير المنطوقة وتجد مدى فعالية الرسالة على الفهم المشترك للموضوع و اللغة ,التي يتم التقدم بها و على الحجم الإجمالي للمعلومات التي تحتويها الرسالة ومستواها من حيث البساطة والتعقيد.

وسيلة الاتصال(القناة) : وهي الوسيلة التي يتم من خلالها نقل الرسالة كاللغة و الاشكال و الرموز, وقد تكون لفظية او غير اللفظية وتختلف الوسيلة الاتصالية باختلاف مستوى الاتصال, ففي حالة الاتصال الجماهيري تكون المجلة او الصحيفة او الإذاعة او التلفزيون, وفي الاتصال الجمعي مثل المؤتمرات او المحاضرات تكون الوسيلة هي الميكرفون اما في حالة الاتصال المباشر فنجد ان الوسيلة هي المقابلة وجها لوجه .

المراجعة او التغذية المرتدة :ويقصد بها الإجابة التي يقدمها المستقبل حول الرسالة التي تلقاها من طرف المرسل ويقوم باتخاذ رد فعل اتجاهها وهذا تعبيرا منه عن موقعه من الرسالة ويعكس بفعله هذا عن مدى فهمه لها واستجابته او رفضه لمحتواه ومعناه لذلك يعتبر رد فعل المستقبل

مهما في عملية الاتصال لهذا يجب على المرسل ان يسعى الى معرفة مدى فهم و استجابة المتلقي للرسالة[1].

المطلب السادس : مراحل تطور الاتصال

شهدت البشرية مع مرور الزمن عدة تطورات تغيرت معها لغة الاتصال فيما بينها فكانت من الرموز و الإشارات ثم انشقت الى اللغة المنطوقة و التخاطب حتى وصلت الى الكتابة اليدوية اللسانية الى ان عرفت الطباعة و الصحافة الورقية لتنتقل بعد ذلك الى الصحافة المسموعة و المرئية بداية القرن 20 ورافق ذلك اكتشاف أجهزة الاتصال السلكية و اللاسلكية مما مهد طريق نحو الاتصال التفاعلي من البشر من خلال الانترنت و من خلال دراسة مراحل الاتصال نجد انها تتمثل فيما يلي :

أولا : عصر الإشارات و الاتصال غي اللفظي : ولقد مارس هذا النوع من الاتصال الانسان البدائي ,و استخدم خلاله عدد محدود من الأصوات للتعبير عن أفكاره و المعلومات التي يريد ايصالها لغيره مثل الزمجرة و المهمة و الصراخ الى جانب استخدامه للإشارات بواسطة الايادي و الارجل, ولهذا فقد كان التفاهم صعبا وبطيئا أدى لتخلف البشرية للألاف السنين, ذلك راجع لضعف القدرة البشرية للتعبير عن ذاتها, وافكارها مما حال دون تطورها في تللك الفترة.

ثانيا :عصر التخاطب و الاتصال اللفظي :

ان حاجة الانسان للبقاء دفعته الى ضرورة التعلم يوما بعد يوم خاصة بعد انتقاله للعيش في مستقرة و الإقامة الدائمة, ففي اطار تجمعات بشرية تعرف ازديادا لأعدادها مع مرور الزمن وكل تجمع بدا يصنع لنفسه لغة التخاطب منطوقة خاصة به .

ويذكر العديد من المؤرخين ان منطقة الشام و العراق شهدت عدة حضارات, قبل7000 سنة من الميلاد المسيح عليه سلام, وعرفت الزراعة وتربية الحيوانات وكانت لها لغة تخاطب

[1] محمد صاحب السلطان مبادئ الأسس والمفاهيم ط 1دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان 2012 ص112 113 114

ساهمت كثيرا في تأقلم الناس مع بعضهم البعض, وادت الى دفعهم لحل النزاعات الشخصية التي كانت تقوم بينهم والتفرغ لبناء حضارة إنسانية وهذه الأخيرة لا يمكن ان تقوم من دون لغة لقد كانت الرموز التصورية من خلال الصور ورسومات بدائية التي يتم حفرها على الحجارة بمثابة الحضارة الأولى نحو تعلم النطق والكتابة.

ثالثا :عصر الكتابة :

ان بداية الكتابة كانت بعد فترة من استقرار المجتمعات الزراعية ,وظهور الحاجة الى ضرورة تسجيل الأراضي و الأملاك, ويذكر التاريخ بان المصريون القدماء قد وضعوا نظاما لتحديد الأيام والشهور والسنوات, وهذا من اجل مواجهة أوقات الفيضانات في مواعيدها, كما استخدموا الكتابة التصورية لتسجيل الاحداث الهامة فكان رمز او رسم يعني فكرة معينة, وبعدها جاء ثور السوماريون والعراقيون بالكتابة والرموز الصوتية ثم ظهرت الكتابة الالف بائية في بلاد الغريق عام 800 ق م وتعتمد على استخدام الحروق للتعبير عن المنطوق الصوتي, واهم انجاز في هذه المرحلة هو ظهور الابجديات اللغوية لشعوب العالم حيث اصبح لكل شعب لغته الخاصة .

رابعا : عصر الاعلام و الاتصال الجماهيري :

فلقد شهدت بداية القرن التاسع عشر في الاتصال الجماهيري والتي كانت الثورة الصناعية احد أسبابها نظرا لان صاحبها ; فتح اسواقا جديدة كانت بحاجة الى الاتصال الغير مباشر خارج الحدود ما بين المنتجين والموزعين و المستهلكين وواكب ذلك ظهور المخترعات الحديثة مثل التلغراف عام 1837 والتلفزيون عام 1876, وظهور الخدمة الاذاعية الصوتية لأول مرة في كندا وألمانيا عام 1919 م ثم في أمريكا عام 1920, ولقد ظهر اول بث تلفزيوني امريكي عام 1941 في حين اختراع السينما قد ذاع وانتشر ما بين 1895م ظهور اول فيلم صامت من انتاج فرنسي وفي عام 1927م, ثم انعقاد مهرجان هوليوود السينمائي فاكتملت بذلك معادلة الاتصال الجماهيري بشقيها الثقافي و الاخباري لتبدا مرحلة دخول البشرية عصر الاتصال الجماهيري المرئي في السينما و التلفزيون.

خامسا :عصر الانترنت و الاتصال التفاعلي :

بفعل تتابع الاختراعات الالكترونية ثم التوصل الى البث الفضائي بالاعتماد على تكنولوجيا الأقمار الصناعية, والتي بدا ظهرها بإطلاق الاتحاد السوفياتي لقمره الاصطناعي الأول في عام 1957م, تبع ذلك تفوق امريكي في مجال الأقمار الصناعية حيث تمكنت من نقل اول بث تلفزيوني مباشر عام 1964م ,وذلك بتغطية دورة طوكيو الأولمبية ولقد كان الاندماج بين تكنولوجيا الأقمار الصناعية وتكنولوجيا الحاسب الالكتروني او الكومبيوتر, بمثابة لما انتجه العقل البشري من اكتشافات و اختراعات حيث اطلقت الانترنت ودخلت الإنسانية بفضلها في عصر الاتصال التفاعلي بين مختلف الاجناس بدون أي قيود إضافة الا انها ليست لها أي حدود.[1]

المبحث الثاني الاتصال الرقمي

المطلب الأول : تعريف الاتصال الرقمي ونشاته

1_ تعريف الاتصال الرقمي :

يمثل مفهوم الاتصال الرقمي ابرز واهم المنطقات الأساسية للحوض في جوهر الموضوع و الذي نعني به متابعة احداثيات و معطيات العصر من وسائل و أجهزة ومبتكرات و تطبيق استخداماته الحديثة و الاستفادة منه في شتى مناحي الحياة الإنسانية بما في ذلك تأثيراته في مجال المعلومات و الاتصال الإعلامي بمختلف وسائل و اجهزته .

يعتبر الاتصال الرقمي DIGITAL COMMUNICATION احد الاشكال الاتصال التي تعتمد على استخدام وسائل التكنولوجيا المختلفة و التي يشار اليها عادة باسم قنوات الاتصال الرقمية و من ابرز الأمثلة عليها رسائل البريد الالكتروني و المكالمات الهاتفية و مكالمات الفيديو و الاشكال المختلفة من المراسلات الفورية مثل الرسائل القصيرة حتى المدونات الرقمية و الودكات و مقاطع الفيديو تعتبر أيضا من قنوات الاتصال الرقمية.

[1] أبو عيشة :**الاعلام الإلكتروني** ; ط,1 دار أسامة للنشرو التوزيع ,الأردن ,2010,ص19 22

و الاتصال الرقمي هو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال من بعد بين اطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة و استقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها المختلفة لتحقيق اهداف معينة.

ان الاتصال في هذا المفهوم يقع في الاطار الاوسع لمفهوم الاتصال و عناصره واشكاله نماذجه كانه في نهاية الاتصال الإنساني بين الافراد لتحقيق اهداف مرغوبة يتسم بكل صفات الاتصال الإنساني ويتم من خلال عمليات فرعية تتأثر بكل المداخل النفسية و الاجتماعية اللغوية التي تناولها الباحثين النفس و الاجتماع و الثقة اذ قدموا لهذه المجالات العديدة التي تشرح الاتصال الإنساني و عملياته و علاقاته .

وهناك بعض التعريفات التي اقترنت باستخدام الحواسيب والوسائل المتعددة في الاتصال دون التعمق في الابعاد الإنسانية والاجتماعية لهذا النمط من أنماط الاتصال وهذا ما يؤكد الاهتمام بالمستحدثات الرقمية و خصائها في تقنيات الوسائل وتأثيراتها باعتبارها التطور المعاصر و الحديث لتكنولوجيا الاتصال ما تنازل بحدود ما قدمته اسهامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التعريف بالوسائل القائمة على النظم الرقمية مثل : مواقع الويب الفيديو و الصوت والنص وباقي الوسائل المتعددة المتحركة والثابتة [1].

2 **نشأة الاتصال الرقمي :**

في الثمانيات من القرن السابق توصل العلماء الى إمكانية تقديم الإشارات التماثلية في شكل إشارات رقمية و منذ ذلك الحين بدأت هذه التكنولوجية الرقمية تحل تدريجيا محل المعدات التناظرية التقليدية القديمة كما نلمس مدى ما بلغته الاتصالات من سهولة و يسر في عصر الاتصال الالكتروني و الفضائيات و تطورات و إنجازات عملية فتحت المجال اما قفزات هائلة شكلت نقاط تحول في مسار التقدم الاتصالي منذ النصف الثاني من القرن 20 و بداية الالفية الثالثة مع عام 2001و تتمثل هذه القفزات في :

[1] ماهر عودة الشمالية : **الاعلام الرقمي الجديد ;** دار الاعصار العلمي ; للنشر والتوزيع ;سنة**2014**

القفزة الأولى:تمثلت في اختراع الترانزستور عام 1948 علي يد بعض العلماء الأمريكيين : بارتان براذين ;ستوكلين و حصولهم على جائزة نوبل عام 1956 نظرا لإنجازهم الكبير و اثرهم في تصغير حجم أجهزة الارسال و الاستقبال في نظم الاتصالات .

القفزة الثانية :وترتبط بالتوصل الى صياغة دوائر متكاملة صغيرة الحجم عالية الكثافة بفضل هذه القفزة امكن تصغير حجم الحاسبات لتصبح حاسبا شخصيا صغيرا يمكن حمله .

القفزة الثالثة : وقد تحققت حينما قام العالم الأمريكي الشانون بنشر بحثه الذي وضع الأساس للاتصالات الرقمية التي تتميز بكفاءاته العالية(أسماء حسين حافظ ص 18).

ان مسير هذا التطور اتجهت في خط متسارع نحو مرحلة الاتصال الإلكتروني و الذي شهد تقدما هائلا و تشعبا كبيرا في مجال الاتصالات حتى اضحى من الصعوبة ملاحظة تطورها ومن هذه المجالات نجد :

_ مجال الاتصالات بين الحاسبات الالكترونية و شبكات الاتصال .

_مجال الاتصال عبر الأقمار الفضاء و السماوات المفتوحة .

_الاتصال عبر الالياف الضوئية و اكتشاف اشعة الليزر ثم الطفرة الثورة الكبرى و هي الاتصالات الشخصية المتنقلة (اتصالات المحمول [1]).

المطلب الثاني :خصائص الاتصال الرقمي ووظائفه :

1/خصائصه :

نظرا لتطور المستحدثات و امكانياتها فان نظام الاتصال الرقمي قد تجاوز الكثير من هذه الفروق و اقام حزمة من الخصائص الموحدة التي تتميز بها كل اشكال الاتصال الرقمي و هذه الخصائص لا تميز

الاتصال الرقمي فحسب و انما اثرت في بناء المفاهيم الخاصة وبه و بعناصره و من بين هذه الخصائص نجد :

[1] نفس المرجع ص18

التفاعلية :

وهي السمة المميزة التي تسم الاتصال المواجه و هي تعمى انتهاء فكرة الاتصال الخطي في اتجاه واحد من المرسل الى المستقبل بحيث يصبح الاتصال باتجاهين يتبادل اطراف العملية الأدوار و يكون لكل اطراف القدرة و الحرية و التحكم في عملية الاتصال في الوقت و المكان و الزمان الذي يناسب وهذا يترتب عليه :

_المستقبل و المتلقي اصبح مشاركا في عملية الاتصال و مؤثرا في بناء عناصرها باختياراته المتنوعة و ليس متلقيا سلبيا .

_لا تتوقف المشاركة على اختيار المحتوى او المضمون النهائي في عملية الاتصال بل امتد الى التأثير في هذا المحتوى عبر الصدى سواء اكان تزامنا في أي الوقت لاحق وذلك ما كان مفقودا في الاتصال التقليدي و امكن تلاقيه باستخدام الهاتف و ايميل او الشريط المكتوب اسفل الشاشة.

2 **التنوع :**

أدى تطور المستحدثات الرقمية الى ارتفاع القدرة على التخزين و الاتاحة و توظيف افضل العملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته و دوافعه و يتمثل التنوع في الاتصال الرقمي ب :

_تنوع اشكال الاتصال عبر الحاسب (اتصال صوتي بريد الكتروني جماعات النقاش المؤتمرات عن بعد الاتصال بمواقع الالكترونية و مواقع محطات ال TV) .

_التنوع في المحتوى سواء في وظائف هذا المحتوى او مجالاته (التنوع في محتوى الاتصال عبر وسائل التنوع في امتدادات هذا المحتوى و روابطه و تفسيراته من خلال النصوص).

3التكامل :

تتيح عملية الاتصال الرقمي (عبر شبكات الاتصال)مختلف نظم الاتصال و اشكله مما يوفر للمستخدم ما يراه مطلوبا من تخزين و طباعة او تسجيل او ارسال لان هذا النظام يوفر مختلف أساليب التعرف و الاتاحة و التخزين بأسلوب متكامل.

4 الفردية و التجزئة :

يحقق الاتصال الرقمي للمستخدم حرية كبيرة في التحول و الاختيار و الاستخدام و تقييم الاستفادة في عملية الاتصال وهو بذلك يعلي من شان الفردية كما تؤكد الاتصال الرقمية على سرية الاتصال خصوصية وعلى تحكم اطراف الاتصال في عملية الاتصال و التحكم الذاتي مع مراعاة حقوق الملكية الفكرية و بذلك يتوفر للمستخدم ارفع درجات الفردية و المحافظة على الخصوصية في الاتصال .

كما أدى تنوع مجالات المعلومات المتاحة على شبكات الانترنت الى الوصول الى فئات جماهيرية فرعية من المتلقين (المهتمين بالرسم بالرياضة _ بالخياطة)و هذا الاتصال يتيح لهذه الفئات معلومات دقيقة لا تستطيع وسائل الاعلام الجماهيرية ايصالها و يؤدي في نفس الوقت الى تفتيت جمهور المستخدمين و الى تجزئته وهو (أيضا يقوم بنفس الوقت بتجميعه حسب الاهتمامات و العوامل الأخرى كما يحصل في المنتديات او الدونات BIOGS FORUMS).

5 تجاوز الحدود الثقافية :

شبكة الانترنت هي مجموعة شبكات دولية و إقليمية تزداد يوما بعد يوم و يزداد معها عدد المستخدمين لهذه الشبكة نتيجة توفر إمكانية الاتصال ورخص تكلفته مما أدى الى تجاوز الحدود الجغرافية و الثقافية و الوصول الى العالمية او الكونية GLOBALIZATION و ما حرص الكثير في الدول و المجتمعات على انشاء طرق المعلومات السريعة INFORMATION SUPER HIGHWAY .الا تعبيرا عن ادراكها لأهمية الاتصال الثقافي في العالمي و تدعيما للوظائف العديدة التي تؤديها هذه الشبكات على المستوى العالمي كالتجارة الالكترونية العالمية .

6 تجاوز وحدة الزمان و المكان :

الاتصال الرقمي اتصال عن بعد لا يفترض فيه تواجد اطراف الاتصال في مكان واحد في نفس الوقت (التزامن) اللهم الا في عمليات الدردشة او المؤتمرات عن بعد وادى الى ظهور

الكثير من الأجهزة الرقمية LAPTOPS و الهواتف الى تسهيل إمكانية الاتصال مهما تباعة المسافات بين اطراف عملية الاتصال نظرا لإمكانية الأجهزة و البرامج الرقمية في الاستقبال و الارسال و التخزين و التحميل على الأجهزة و الأسطوانات و إعادة استقبالها مرة أخرى في الوقت المناسب وقد ارتبط هذا اللاتزامن بأشكال اتصال أخرى مثل : البريد الإلكتروني E MAIL او التعرض للمواقع الإعلامية كالصحف و محطات التلفزيون.

7 **الاستغراق في عملية الاتصال :**

شجع انخفاض تكلفة الاتصال الرقمي على عملية الاتصال الرقمي و الاستغراق في البرامج المتاحة بغية التعليم وذلك لأوقات طويلة في اطار فردي كما ساعد انتشار الوسائل الفائقة و النصوص الفائقة على الإبحار او التجول وبالتالي الاستغراق اكثر بين المعلومات و الافكار [1].

2 وظائف الاتصال الرقمي :

مع تطور الدراسات الخاصة بالاتصال الرقمي بصفة عامة و بالاتصال بالشبكة العالمية للمعلومات الانترنت بصفة خاصة اهتمت البحوث بصفة خاصة بدراسة وظائف الاتصال الرقمي نظرا للدور الرائد الذي يتميز هذا النوع من الاتصال و الأهمية التي يلعبها في المجتمع اذن تكمن هذه الوظائف في :

_ تجاوز قيود العزلة التي تفرضها مختلف الاتصالات و توسيع علاقة الفرد مع الاخرين من خلال الاتصال و المسافات بعيدة عن طريق شبكة الانترنت .

_ينشئ الاتصال الرقمي ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية التي يجتمع افرادها حول اهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الافراد مثل بمناهضة العنصرية و الدعوة الى الديمقراطية.

_ تقديم معلومات جمعة و خدمات إعلامية من خلال كتابة تقارير إخبارية حول مختلف الاحداث و الوقائع التي تحدث في بقاع كثيرة من العالم حيث لم تصبح الحقائق ملكا للسلطة او وسائل الاعلام المحلية و حتى العالمية منها.

[1] ماهر عودة الشمالية : **الاعلام الرقمي الجديد** دار الاعصار للنشر والتوزيع سنة2014

_استخدامه في التعليم و نشر الإستراتيجيات الخاصة بتوظيف الحاسب و برامج التعليم.

_تقديم وظائف كبيرة للمعلين من خلال التسويق و الإعلان عن منتجاتهم ليسهل للجمهور المتلقي اتخاذ القرارات الشرائية .

_تحقيق وظيفة التسلية و الترفيه و التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة مع انتشار برامج المسابقات و الألعاب بانتشار شبكة الانترنت .

_ القيام بالمساعدة في العملية التعليمية وقد بدا الحاسب نفسه بهذه العملية عبر برامج كثيرة فانتشرت كثير من المفاهيم في هذا المجال التعليم الفردي او الذاتي او التعليم القائم على الكمبيوتر. [1]

المطلب الثالث : مستويات الاتصال الرقمي

1 الاتصال بالحاسب و برامجه :

في هذه الحالة يكون الكمبيوتر هو نفسه وبالبرامج التي تمثل قاعدة بيانات طرفا في عملية الاتصال و التفاعل مع هذه البرامج يتم وفق أسلوب تصميمها و الهدف(تعليمي او تسلية او ترفيه).

2 الاتصال بقواعد البيانات :

و في هذه الحالة تعتبر الكمبيوتر أجهزة طرفية لقواعد البيانات التي تم تخزينها على حساب رئيسي يتصل بعدد من الحواسب يتبادل المعلومات و البيانات اما عن طريق الكابل CABLE كما في الشبكات المحلية او عن طريق شبكة الانترنت كما في الشبكات INTRANET وEXTARNET

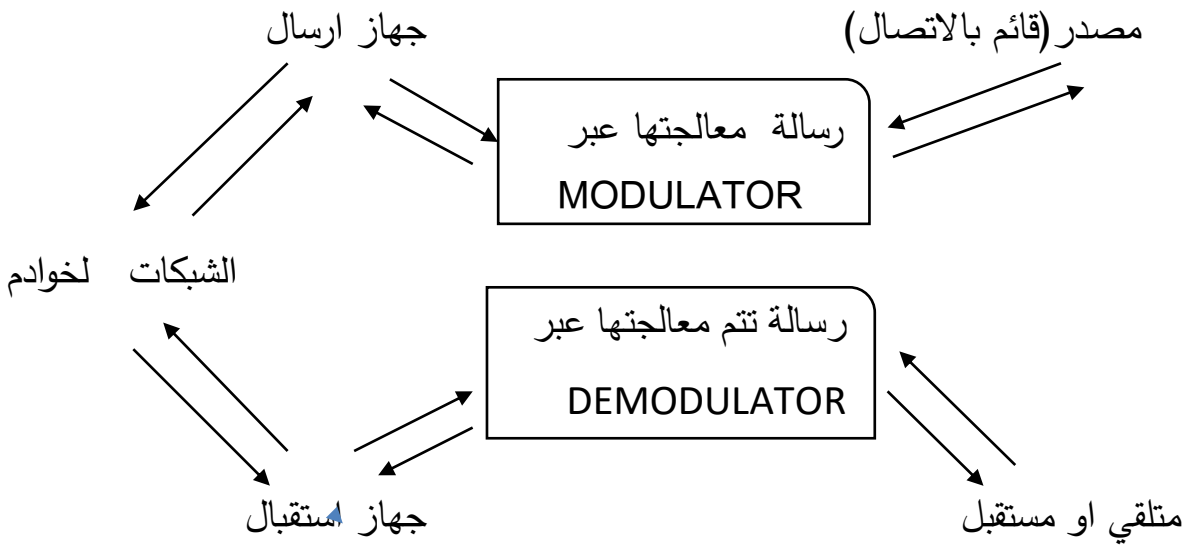
وهذا النمط من الاتصال ليس فيه قدرا كبيرا من التفاعلية حيث تقوم حدود التفاعلية عند حدود الدخول و الاتاحة و التجول بين البيانات كما رسمها القائمون على قواعد البيانات .

[1] محمد عبد المجيد ، نفس المرجع السابق، ص 130

3 الاتصال المباشر من خلال الشبكات :

وهو الاتصال الذي يتم عبر الشبكات الاتصال و المعلومات وذلك من خلال كارت ال MODEM وخط التلفون و الذي يتم عبره الاتصال وهذا الاتصال اما ان يكون مكتوبا عبر الرسائل و ان يكون صوتيا او بالصورة كما يحدث في المؤتمرات عبر الفيديو و هذا الاتصال اما ان يكون مع فرد او مع مجموعات كما يحصل في NEWS GROUP واشكال هذه الاتصال يجب ان يكون متزامنا اما الاتصال المكتوب فهو في الغالب غير متزامن وفي هذه الحالة تتألف عناصر الاتصال الرقمي عبر الشبكات :

شكل (1) عناصر الاتصال الرقمي من خلال الشبكات



4 الاتصال بمواقع الوسائل الاعلامية :

نظرا لزيادة استخدام الانترنت وعزوف البعض عن متابعة وسائل الاعلام التقليدية فقد لجات هذه الوسائل الى استثمار مواقع sites دائمة لها على شبكة الانترنت لجذب هؤلاء المستخدمين وقد ساهم وجود النص الفائق hyper text ومتابعة و ما تتيحه هذه التقنية من خدمة التجوال المتاعب و المرتبط بالنصوص ذات العلاقة بالموضوع على انتشار هذا المواقع وزيادة

استخدامها وما دام قد تم الاعتراف بالانترنت كوسيط مناسب لتحقيق عالمية الاتصال فقد سارعت وسائل الاعلام للوصول عبر هذه المواقع الى اكبر عدد من جمهور المتلقين المحليين و الاقليميين و العالميين وهذا يضيف الى هذه الشبكة مهمة أخرى فهي اما وسيط اتصال او وسيلة اتصالية وهذا ما نناقشه الان :

اولا :الانترنت وسيلة اتصال جماهيرية لماذا

بالرجوع الى المحددات الأساسية لتوصيف وسائل الاتصال الجماهيرية ومقارنتها بشبكة الانترنت نلاحظ وجود الخصائص التالية و التي يمكن من خلالها تصنيف الانترنت كوسيلة اتصال :

1 الحجم الضخم للمستفيدين و الذي يتزايد يوما بعد يوم .

2 تعدد الوظائف التي تقوم بها الانترنت كالإعلام و الاخبار و الترفيه و التسلية و الإعلان و التسويق و التعليم عن بعد .

3 حجم الجمهور الضخم الذي يميل نحو التخصص (تجمعه اهتمامات و اختصاصات مشتركة) و التي تستهدفها مواقع متخصصة (يوجد على الشبكة حوالي 50 مليون موقع متخصص) وهذا الجمهور غير المعروف بالنسبة للقائم بالاتصال يمكن تحديد اهتماماته و تخصصاته التي تعكس طريقة التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري و هذه الوسائل تسعى الان الى تجزئة هذا الجمهور و مخاطبته حسب اهتماماته كل تفعل الانترنت .

4 جمهور الوسائل التقليدية ومستخدمي الشبكة غير معروفين بالنسبة للقائم بالاتصال وكذلك فان القائم بالاتصال في الانترنت غير معروف سوى انه مصدر للمعلومات او مالك المواقع (المنتدى او المدونة).

5 تنوع المحتوى او الرسائل الاتصالية في المواقع الواحد بتنوع الوظائف جمهور المستفيدين التي تقوم بها الانترنت .

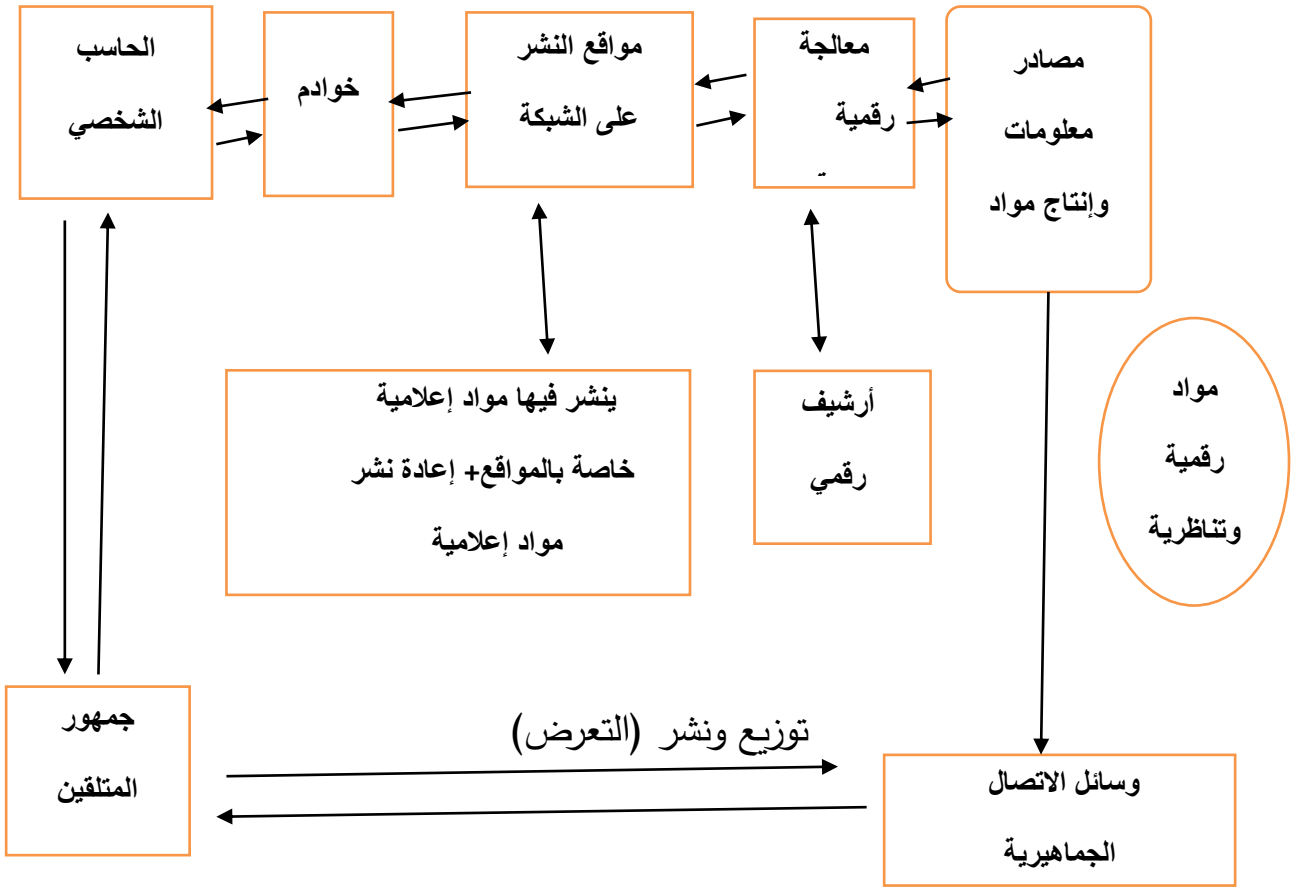
6 الاعتماد على التقنيات الاتصالية ويقابلها الاعتماد على التقنيات الرقمية في الوصول الى الفئات المستفيدين.

ثانيا : الانترنت وسيط اتصالي بين وسائل الاعلام و الجمهور :

تستخدم وسائل الاعلام التقليدية المواقع المتاحة لها على الشبكة في نشر وبث الرسائل الإعلامية باعتبار الانترنت احدى قنوات ومسارات النشر او البث . ولا تقدم هذه الوسائل مواد مختلفة كما تنشره او تبثه لكنها تعيد نشر وإذاعة نفس المواد لاستقطاب مستفيدين اخرين من مستخدمي الانترنت بإضافة لجمهورها التقليدي لذلك فإننا نعتب هذه المواقع شانها منافذ توزيع الصحف او أجهزة التلفزيون .

في هذه الحالة قد لا تتوفر خاصية التفاعلية لكنها تقدم للمستفيد خدمات أخرى مثل الحفظ و التسجيل للمواد الإعلامية لإعادة قراءة او مشاهدة هذه المواد .

وفي الشكل التالي توضيح لكيفية قيام الانترنت بدورها كوسيلة اتصال او وسيطة اتصالي



لتوضيح الشكل السابق نجد ان الانترنت تقوم بدورين اما وسيلة اعلام جماهيرية او وسيط اتصالي وذلك كما يلي :

1 تنتج الهيئات و المؤسسات الخاصة بمصادر المعلومات مواد إعلامية اما رقمية او تناظرية تستهدف الوصول الى جمهور المستهدفين و تكون في هذه الحالة امام بديلين :

ا انتاج جماهيري للمعلومات ومواد إعلامية ونشرها خلال الوسائل التقليدية.

ب انتاج معلومات ومواد إعلامية بالنظم الرقمية بغرض النشر من مواقع هذه الهيئات و المؤسسات .

2 في كلتا الحالتين فان المعالجة الرقمية ضرورية سواء لأغراض النشر من خلال الرسائل التقليدية او النشر على مواقع الانترنت وذلك للاستفادة من الإمكانات التقنية في تخزين المعلومات على الاوعية

الرقمية (الحاسبات _CDs).

3 عملية المعالجة الرقمية سهلة وسريعة بفضل تطور استخدام الرقمية في انتاج المواد المطبوعة(جمع المادة التحريرية وتنسيقها _ الإنتاج و التصوير والتسجيل الرقمي في الراديو والتلفزيون).

4- عملية المعالجة الرقمية سهلت إمكانية بشر هذه المواد على الوسائل التقليدية وعلى شبكة الانترنت في نفس الوقت وبنفس المحتوى.

5- في حالة انتاج المعلومات بغرض النشر على المواقع الانترنت مباشرة مثل ONLINE JOURNAL تتم عملية الإنتاج وفق متطلبات النشر الرقمي في التصميم و الإنتاج الذي يتفق وخصائص مستحدثات التكنولوجيا الرقمية وخاصة تصميم واجهات التفاعل والتجول والابحار وتوظيف النص الفائق والوسائل المتعددة والرسائل الفائقة وكلها أصبحت أدوار وخصائص تميز التصميم و الإنتاج على الشبكة بما يميزها على النشر في الوسائل التقليدية وهي توفر مزايا التفاعلية والمرونة وميزة التحديث المستمر للمواد طوال فترة وجودها على الموقع .

6- توفر المواقع الإعلامية خاصية التخزين في خوادم لتوفير إمكانية البحث والاستدعاء في الوقت المناسب للمستخدم وهو ما يوفر ميزة التزامنية.

7 من خلال الخوادم المرتبطة بأجهزة الحواسب يمكن للمستفيد التعرض لوسائل الاعلام التقليدية المتاحة على الشبكة او مواقع وسائل الاعلام التي تتيح المعلومات والمواد الإعلامية المنتجة خصيصا للنشر على المواقع .

8 يوفر الاتصال بوسائل الاعلام التقليدية المتاحة على الشبكة او المواقع الإعلامية إمكانية التفاعل الاني مع المواد الإعلامية المتاحة كما يسهم الاتصال الرقمي بوسائل الاعلام التقليدية إمكانية التفاعل الاني أيضا كما يحصل عبر ب(E_mail)والهاتف وشريط المعلومات اسفل الشاشة ويظل رجع الصدى مؤجلا في الوسائل التقليدية من خلال الدراسات والبحوث الخاصة بالقراء او المستمعين .

9 _توفر الحواسب الشخصية إمكانية قيام المستفيد او المستخدم بتخزين المعلومات والمواد المتاحة على مواقع الشبكة لإعادة التعرض لها في أوقات مناسبة. [1]

المطلب الرابع : محددات الاتصال الرقمي :

_اذا كان الاتصال الإنساني في اشكاله التقليدية يوصف بانه عملية ترتبط عناصرها علاقة ببعضها البعض فان الاتصال الرقمي يزيد على ذلك بان العلاقات ليست بين عناصر العملية فقط ولكنها بين عناصر النظم الرقمية التي تعمل على استمرار الاتصال وتطوره

_يقوم الاتصال الرقمي عبر الشبكة بوظائف وادوار اجتماعية تدعم البعد الاجتماعي والمتطلبات الاجتماعية للاتصال الرقمي .

_ان الاتصال بين الافراد هو اتصال من بعد

_ان الاتصال و ان كان يتم من بعد الا وان مستحدثات النظم الرقمية وفرت مقومات الاتصال وتبادل الأدوار الاتصالية وتدعيم وظائفها

_ تعتبر النظم الرقمية و مستحدثاتها ضرورية لتحقيق الاتصال ووظائفه و لا يقوم الاتصال السلكي و اللاسلكي مقامه مدام لا يعتمد على النظم الرقمية

[1] ماهر عودة الشمولية ومحمود عزت اللحام ومصطفى موسى كافي الاعلام الرقمي الجديد دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع سنة 2014ص81

المطلب الخامس: اهداف الاتصال الرقمي :

لقد لخص بعض التقنين اهم اهداف الاتصال الرقمي في النقاط التالية :

_هدف تقني : يكمن في حفظ الوثائق و المعلومات و حمايتها من التلف من خلال ارشفتها حتى يستفيد منها جمهور المتلقين .

_ المحافظة على التراث المكتوب و الاقتصاد من استعمال ذلك التراث بالأيدي .

_ إمكانية تحويل المعلومات من كتابة الى محفوظات حيث يتم تغيير نظامها الى صيغ رقمية عددية باللغة التي يفهمها الحاسوب و يستطيع ارجاعها .

_ يهدف كذلك الى تحقيق لامركزية المعلومات حيث تصبح مخزنة في منطقة ما و يمكن الاستفادة منها في مناطق أخرى فلا تكون المعلومة حكرا على منطقة معينة و التقليل من عناد السفر و قلة التكاليف على الافراد.

_تحقيق قدر عالي من الدقة الالية بتصميم نظم رقمية لمراقبة تغير أوضاع القناة بصفة مستمرة و تصحيح مسارها.

_ التحكم في مشكلة الصدى و تحقيق التوافق الصوتي او التناعم ين الأصوات من اجل القضاء على مشكلة التشويش مستقبلا[1].

المطلب السادس: استخدام التقنية الرقمية في مرحلة ما قبل الإنتاج:

هذه المرحلة تطبق على المراحل المتعمقة بالاعداد و الكتابة و التخطيط للبرامج التلفزيونية , و يستخدم الحاسوب الالكتروني في مجال التخطيط و الاعداد للبرامج في توفير المعلومات اللازمة للاعداد , فمن خلال شبكة المعلومات الدولية يمكن الوصول الى مختلف قواعد البيانات العالمية و استدعائها بدقة و سرعة عند الحاجة اليها , و يمكن أيضا الحصول على قدر كبير من المعلومات من خلال أسطوانات الحاسوب ووسائل أخرى , كما يوفر الحاسوب للباحث التلفزيوني معينات التفسير و التحميل لكل كلمة ليدرك معناها من خلال القواميس و المعاجم المتوفرة في ذاكرته و استرجاع المواد الارشيفية بمكتبة التلفزيون بسهولة و بسرعة , كما تساعد

[1] ببي فيصل : مذكرة شهادة الماستر،في علوم الاعلام و الاتصال ،تخصص اتصال علاقات عامة

برامج الحاسوب المنتجين ومديري الإنتاج في جدولة أعمالهم و حسابات الموازنة و التكاليف اللازمة للإنتاج و الاتصال بضيوف البرامج .

كما وفر الحاسوب الالكتروني من خلال برامج معالجة النصوص إمكانيات واسعة لكتابة النص التلفزيوني و التعديل فيه , مما يتناسب مع طبيعة البرنامج الذي يتم انتاجه , كما ان برامج التصميم ساعدت على جودة تصميم الرسوم الايضاحية[1] .

استخدام التقنية الرقمية في مرحلة ما بعد الإنتاج .

يقصد بها المرحلة الأخيرة التي تتم فيها تنسيق و ترتيب الأفلام و البرامج التلفزيونية , و هي مرحلة المونتاج و التي يصبح بعدها العمل التلفزيوني جاهزا للعرض أو البث , و لقد مرت عملية المونتاج بمراحل تطور عديدة , فبعد استخدام أجهزة المونتاج الخطي بعد تطور هذا النوع بالمونتاج الرقمي , و تقوم فكرة هذا المونتاج على تسجيل المادة المصورة داخل الحاسب و اختيار اللقطات المناسبة عبر حصرها و ترتيبها و تنسيقها داخل الحاسب بشكل كامل حتى يحصل على الشكل النهائي للفيلم او البرنامج التلفزيوني [2].

المطلب السابع :مزايا الاتصال الرقمي

1 مزايا الاتصال الرقمي :

وتحققت الاتصالات الرقمية عدة مزايا المستخدميها مما جعلها تزاحم وبجدارة الإشارات التماثلية و من

اهم هذه المزايا نجد :

- مرونة و شمولية الشبكة الرقمية بحيث تسمح بنقل البيانات في شكل نصوص و أصوات وصور بقدر عالي من الدقة .

[1] -صارة اوسعيد نفس المرجع ص468

2--فريدة بن عمروش نفس المرجع ص468

[2] -صارة اوسعيد **واقع الإنتاج التلفزيوني الجزائري في ظل توظيف التكنولوجيا الرقمية** جامعة إبراهيم سلطان شيبوط الجزائر 3 المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الانسانية المجلة 11/ العدد 01(2003) ص ص470-471 .

2—مرجع سابق : فريدة بن عمروش ص ص 470-471.

- تسمح بنقل المحادثات او الأصوات المركبة في وقت واحد و ذلك من خلال الشبكة الرقمية.
- يتميز نظام الاتصال الرقمي بالنشاط و القوة التي تجعل الاتصال مصانا و مؤسسا كوحدة متكاملة عالية الجودة.
- يتفوق الاتصال الرقمي في نقل معلوماته الى مسافات بعيدة من خلال استخدام و صلات الالياف الضوئي OPTICAL FIBER التي تحافظ على قوة الاتصال من البداية الى النهاية تمكن الإشارة الرقمية من تخزين و استرجاع عدد لا يحصى من معلومات الفيديو في مساحات صغيرة نسبا وكلما كبرت الذاكرة زادت القدرة على التلاعب بالإشارة الرقمية بطرق مختلفة[1].
- تسهيل عمليات المونتاج للموارد المقدمة و تحقيق طفرات طفرات كبيرة في مجال الرسوم التوضيحية و المؤثرات الخاصة بإضافة الى مقاومة التشويش و التداخل في الصوت و تصحيح الأخطاء الكترونيا و الحفاظ على قوة الإشارة على طول خط الاتصال[2].
- يتسم الاتصال الرقمي بتحقيق قدر عال من تامين الاتصال، حيث سبق استخدام نظام الاتصال الرقمي لأغراض العسكرية ونقل البيانات السرية للحكومات، قبل ان يصبح هذا النوع من الاتصالات متاحا على المستوى التجاري و شبكات البنوك و النقل الالكتروني للبيانات و نقل المعلومات الحساسة التي تتسم بدرجة عالية من السرية .

2 العيوب : واهمها ان هذه التكنولوجيات اقل اجتماعية وعاطفية وحميمية كما انه على الرغم مما –قدمته من خبرة عالية في مجال حرية التعبير الى انه هذه تقيدت بقيود سياسية فليس هناك ضمان لتكنولوجيا الاتصال الرقمي الحديثة وانها تؤدي لعصر جديد مختلف وينطوي على المزيد من حرية التعبير فنحن نرى العكس و ذلك استنادا لعدة مؤشرات وهي تؤدي لانقسام الجمهور العريض ذات الاتجاهات المتباينة التي تؤدي لتقليص الخبرات المشتركة

[1] حسن عماد مكاوي ص 103 101

[2] سوزان القبليين 1998 ص 182

لمختلف افراد المجتمع، ونرى ان هذا الاتصال يمكن ان يغلب عليه عامل التلصص والتجسس ويكون قد انتهك خصوصيات كما يحدث في المنازل او غير ذلك كما انها توسع الهوة المعرفية بين من يملكون التكنولوجيا الرقمية وبين من يرفقون لها من فقراء ومساكين ناهيك عن الغزو الثقافي و المعرفي وانهيار القيم والعادات و التقاليد في الشعوب و المجتمعات [1]

[1] عبد الباسط محمد عبد الوهاب ،استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي و التلفزيوني _ دراسة تطبيقية ميدانية ،المكتب الجامعي الحديث (د. م .ن) 2005،ص165 .

خلاصة الفصل :

ان توظيف تكنولوجيا الرقمية في مجال الاتصال فتح الباب امام اتصال جديد ربط البشرية ببعضها البعض وسمح بتبادل الثقافات بينهم وهذا الشيء انعكس على حياة الافراد وسلوكهم من الجانب الإيجابي والسلبي مما يعني انه على المختصين في هذا المجال محاربة رواسبه السلبية وفي نفس الوقت العمل على الاستفادة منه قدر الإمكان ومن بين المؤسسات التي عملت على توظيف الاتصال الرقمي بها نجد المؤسسة العمومية التلفزيونية والتي تسعى الى استفادة هذه التكنولوجيا لتطوير اساليبها .

الفصل الثاني: الأداء الوظيفي

المبحث الأول: مهام الأداء الوظيفي .

تمهيد

المطلب الأول: مفهوم الأداء الوظيفي .

المطلب الثاني: محددات الأداء الوظيفي .

المطلب الثالث: أنواع الأداء الوظيفي .

المطلب الرابع: وأهمية الأداء الوظيفي .

المطلب الخامس اهداف الأداء الوظيفي

المطلب السادس : العوامل المؤثرة في الأداء الوظيفي .

المطلب السابع: ابعاد الأداء الوظيفي .

المبحث الثاني: إجراءات تحسين و تقييم أداء الموظفين .

تمهيد

المطلب الأول : عملية تقييم الأداء .

المطلب الثاني : عناصر نظام تقييم أداء الموظفين .

المطلب الثالث : معايير تقييم أداء الموظفين .

المطلب الرابع : طرق تقييم الأداء .

المطلب الخامس : مشاكل عملية تقييم الأداء .

المطلب السادس : إجراءات تحسين مستوى الأداء الوظيفي .

تمهيد :

لقى موضوع الأداء الوظيفي اهتماما كبيرا من قبل الباحثين و المفكرين في مجالات متعددة و ذالك لأهميته على مستوى الفرد و المؤسسة بانواعها سواء كانت اقتصادية اجتماعية خدماتية تعتمد على الكفاءة و الفاعلية التنظيمية للمؤسسة بشكل كبير على الأداء الوظيفي للقوى العاملة بها لطالما كان موضوع الأداء الوظيفي محل اهتمام الكثير من الدارسين نظرا لأهميته في مجال العمل لان نجاح أو فشل أي مؤسسة مرتبط بالدرجة الأولى على أداء موظفيها .

و من خلال الوصول الى تلك الأهداف المراد منها تمتلك المنظمات العديد من الموارد التي يمكن استخدامها لتحقيق ميزة تنافسية في أسواق منتجيها ضمن اطار نشاطها سواء كان محليا , إقليميا أو دوليا ; و من ثم تحقيق أهدافها المحددة و يمكن تصنيف هذه الموارد في ثلاث مجموعات تشمل الموارد المادية مثل الهياكل و الأنظمة المالية و الإدارية و الرقابة .....الخ ; و الموارد البشرية و التي تتضمن خبرات و مهارات و قدرات العاملين .

هذه الأخيرة أي الموارد البشرية تزايد الاهتمام بها و تنظيمها من خلال ادراك مدراء الشركات ان العنصر البشري من المحددات الرئيسية الإنتاجية في جميع أنشطة و اعمال المنظمة, فالإنسان هو الذي يخطط و ينظم و يتخذ القرارات و ينفذ و يتابع سير العمل من اجل تحقيق اهداف معينة تسعى لها المنظمة من خلال نشاطها سواء كان اقتصادي او خدماتي , و بالتالي تبرز أهمية الأداء الوظيفي للعاملين من خلال نتائجه, فان كان أدائهم جيد و فعال أكيد يعطي للمنظمة ميزة تنافسية في السوق و يضمن لها التميز و الاستمرارية في نشاطها ,و يعطي لها مكانة عالية ضمن أنجح المؤسسات ; لان عالمنا اليوم يتميز بالمنافسة الشرسة بين كل المنظمات كل في مجال نشاطه في الحفاظ على المكانة التي تضمن لها الاستمرارية في النشاط و الرقي في الأعمال .

و يمثل المورد البشري من خلال أدائه الوظيفي أحد الأسلحة الاستراتيجية في صراع المنظمات ,من أجل البقاء و النمو و استيعاب الأفكار و المفاهيم الجديدة باعتباره المحرك الأساسي لكل منظمة .

و من خلال هذا الفصل سنحاول استعراض تصورا عاما عن المفاهيم المتعلقة بالأداء الوظيفي محدداته,عناصره أهميته,أهدافه,أنواعه , بالإضافة الى أبعاده و تقييمه .

المبحث الأول : ماهية الأداء الوظيفي .

المطلب الأول : مفهوم الأداء الوظيفي .

ان الأداء الوظيفي يعكس مجموعة من الأهداف التي تعمل أي مؤسسة لاجلها ,و لذالك فان نجاح أي فرد في الوصول الى هذه الغاية يعتبر حد مهم في تحديد فعالية الأداء في المنظمة. و الأداء الوظيفي هو مدى مطابقة العمليات الإنتاجية التي يتم إنجازها في فترة زمنية محددة للخطط الموضوعية مسبقا ,و التعرف على أوجه القصور و نقاط الضعف, و الانحراف عن الخطط الموضوعة , و وضع الحلول العلمية و العملية التي تكفل تجاوز القصور و تجنب الانحراف في الإنتاج مستقبلا.

و يعرف (عبيدات 2022) الأداء الوظيفي بأنه الجهد الذي يبذله الموظفون لاتمام المهام الوظيفية الموكلة اليه ;حيث يتسبب هذا السلوك في أحداث تغيير بكفاءة و فعالية يتم من خلاله تحقيق الأهداف التنظيمية ; بينما عرفه بأنه تعبير عن مدى قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها ,و بما يتلاءم مع البيئة التي تعمل فيها ,و هي الطرق التي تؤدي بها المهام و الواجبات و ذالك كنتيجة نهائية لجهود تثبيت القدرة على تحمل المسؤولية ضمن المسميات الوظيفية بما يساهم في احداث تغيير بكفاءة و فعالية عالية الجودة تساهم في تحقيق الأهداف التنظيمية [1].

المطلب الثاني : محددات الأداء الوظيفي :

[1] فتحي محمود طلبه **تاثير التكنولوجيا الرقمية على الأداء الوظيفي للعاملين في الجامعات الحكومية** مجلة اسكندرية للبحوث الإدارية و نظم المعلومات (دراسة تطبيقية على جامعة الفيوم) دكتوراه الإدارة العامة ص 36 .

ان الأداء الوظيفي هو الأثر الصافي لجهود الفرد و التي تبدأ بالقدرات و ادراك الدور و المهام , و يعني هذا ان الأداء هو انتاج موقف معين يمكن النظر اليه على أنه انتاج العلاقة المتداخلة بين الجهد و القدرات, و ادراك الدور الهام للفرد ;و لهذا نجد أن محددات الأداء تتوضح في:

ا–الجهد : يشير الجهد الى الطاقة الجسمانية و العقلية التي يبذلها الفرد لأداء مهمته أو وظيفته, و ذالك للوصول الى أعلى معدلات عطائه في مجال عمله .

ب–القدرات : تشير القدرات الى الخصائص الشخصية للفرد التي يستخدمها لأداء وظيفته .

ج–ادراك الدور : و يعني به الاتجاه الذي يعتقد الفرد أنه من الضروري توجيه جهوده في العمل من خلاله , و الشعور بأهميته في أداءه .

و لتحقيق مستوى مرض من الأداء لا بد من وجود حد ادنى من الاتقان في كل مكون من مكونات الأداء; فبالرغم من بذل الجهد الكبير في العمل فان هذا العمل لن يكون موجها في الطريق الصحيح ,و بنفس الطريقة فان الفرد يعمل بجهد كبير و يفهم عمله و لكنه تنقصه القدرات, فعادة ما يقيم مستوى أدائه كأداء منخفض و هناك احتمالا أخير و هو ان الفرد قد يكون لديه القدرات اللازمة و الفهم اللازم لكنه كسول و لا يبذل جهدا كبيرا في العمل ,فيكون أداء مثل هذا الفرد أيضا منخفضا ,و بطبيعة الحال أن أداء الفرد قد يكون مرتفعا في مكونات الأداء و ضعيف في مكون أخر .

و من خلال كل هذا يمكننا القول أن محددات الأداء الوظيفي هي مزيج بين جهد الفرد المبذول لانجاز أعماله و ما يتمتع به من مهارات ,معلومات , و خبرات و مدى ادراكه لما يقوم به في المنظمة التي ينتمي اليها.

المطلب الثالث: أنواع الأداء الوظيفي .

بعد التعرف على مفهوم الأداء و التطرق الى محدداته يمكننا الانتقال الى عرض أنواع الأداء ,هذا الأخير الذي يمكن تصنيفه و تقسيمه كغيره من الظواهر التنظيمية ;و يمكن تقييم أنواع

الأداء الوظيفي بغرض اختيار معيار التقسيم , لذلك فان نوع الأداء يكون حسب معيار التقسيم, و من ثم يمكن تقسيم الأداء الى أنواع حسب معيار المصدر , إضافة الى معيار الشمولية .

-**حسب معيار المصدر** : وفقا لهذا المعيار يمكن تقسيم الأداء الى نوعين ; الأداء الذاتي او الأداء الداخلي و الأداء الخارجي.

-**الأداء الداخلي** : و يطلق على هذا النوع من الأداء أداء الوحدة , أي انه ينتج ما تملكه المؤسسة من الموارد ;فهو ينتج أساسا مما يلي :

-**الأداء البشري** : و هو أداء أفراد المؤسسة الذي يمكن اعتبارهم موردا استراتيجي قادرا على صنع القيمة و تحقيق الأفضلية التنافسية من خلال تسيير مهاراتهم .

-**الأداء التقني** : و يتمثل في قدرة المؤسسة على استعمال استثمارها بشكل فعال .

الأداء المالي : و يمكن في فعالية تهيئة و استخدام الوسائل المالية المتاحة .

-**الأداء الخارجي** :هو الأداء الناتج عن المتغيرات التي تحدث في المحيط الخارجي, فالمؤسسة لا تتسبب في أحداثه و لكن المحيط الخارجي هو الذي يولده فهذا النوع بصفة عامة يظهر في النتائج الجيدة التي تتحصل عليها المؤسسة كارتفاع سعر البيع , و كل هذه التغيرات تنعكس على الأداء سواء بالايجاب أو بالسلب , و هذا النوع من الأداء يفرض على المؤسسة تحليل نتائجها و هذا مهم اذ تعلق الأمر بمتغيرات كمية أين يمكن قياسها و تحديد أثرها .

-**حسب معيار الشمولية:** و حسب هذا المعيار يمكن تقييم الأداء الى نوعين هما الأداء الكلي و الأداء الجزئي

- **الأداء الكلي** : و هو الذي يتجسد في الإنجازات التي ساهمت فيها جميع العناصر و الوظائف , أو الأنظمة الفرعية للمؤسسة لتحقيقها و لا يمكن نسب إنجازها الى أي عنصر من دون مساهمة باقي العناصر .

-**الأداء الجزئي:** و هو الذي يتحقق على مستوى الأنظمة الفرعية للمؤسسة , و ينقسم بدوره الى عدة أنواع تختلف باختلاف المعيار المعتمد لتقييم عناصر المؤسسة حيث يمكن أن ينقسم

حسب المعيار الوظيفي الى أداء وظيفة مالي , أداء وظيفة الافراد , أداء وظيفة التموين , أداء وظيفة الإنتاج , أداء وظيفة التسويق.[1]

-المطلب الرابع :أهمية الأداء الوظيفي

يمكن القول أن حياة المنظمة أيا كانت طبيعة النشاط الذي تمارسه تتوقف على أداء العاملين فيها ; فاذا ما قاموا بأعمالهم و انجزوا مهامهم على الوجه المطلوب و المخطط له من قبل الإدارة فان هذا سيقود المنظمة نحو تحقيق أهدافها المنشودة كالبقاء و النمو و التوسع , و اذا ما كان الأداء دون المستوى المطلوب فانه سيشكل عائقا كبيرا أمام المنظمة في تحقيق أهدافها ; بل قد يؤدي أحيانا الى تصفية المنظمة . و يسبب جوهرية الأهداف التي يمكن أن تحققها العملية , فإنها تعطي اهتماما خاصا من قبل إدارة الموارد البشرية في المنظمات المعاصرة , للوصول من خلالها الى المزايا الهامة المتمثلة برفع الروح المعنوية للعاملين و اشعارهم بالعدالة و دفعهم الى تحمل المسؤولية , و توفير الأساس الموضعي لأنشطة إدارة الموارد البشرية كالتوظيف و التدريب و المتابعة , و تتبلور أهمية الأداء الوظيفي فيما يلي :

- يعد الأداء مقياسا لقدرة الفرد على أداء عمله في الحاضر وكذلك على أداء أعمال أخرى مختلفة نسبيا في المستقبل، وبالتالي يساعد في اتخاذ قرارات النقل والترفيه.
- يجب على كل عامل الاهتمام بعمله و اتمامه على أكمل وجه ; و يكون في المستوى و ذلك طبعا بتحفيزه و بتوفير كل الشروط الملائمة، من ضمان اجتماعي و أجور، مرتبات، الأمن الصحي الى غير ذلك .
- غالبا ما يتم ربط الحوافز بأداء الفرد , و هذا يؤدي الى اهتمام الفرد بأدائه لعمله و محاولة تحسينه .
- يرتبط الأداء بالحاجة الى الاستقرار في العمل , فاذا حدثت أية تعديلات في أنظمة الإدارة فان العاملين ذوي الأداء المتدنى يكونوا مهددين بالاستغناء عن خدماتهم [2].

[1] بوعطيط جلال الدين نفس المرجع ص ص 76 -77.

[2] -فتحي محمود طلبه **تاثير التكنولوجيا الرقمية على الأداء الوظيفي للعاملين في الجامعات الحكومية** مجلة اسكندرية للبحوث الإدارية و نظم المعلومات (دراسة تطبيقية على جامعة الفيوم) ص 37 .

المطلب الخامس: أهداف الأداء الوظيفي .

تتمثل أهداف الأداء الوظيفي فيما يلي:

-التعرف على أداء العاملين بالمنظمة بشكل علمي، ومدي تحقيق المنظمة لمهامها.

-تشجيع الموظفين على تحسين أدائهم في العمل من أجل تحقيق أهداف المنظمة.

-وضع حوافر مادية ومعنوية لفائدة العاملين من أجل تحسين أدائهم وزيادة الإنتاجية.

-الكشف عن أسباب تأخر العمل المقاييس المحددة له , مع عدم تجاهل المشاكل التي تواجه الموظفين و التي تعرقل العمل و إيجاد حلول مقترحة لها عن طريق مناقشتها .

-تحديد حركة التنقلات و ترقية الموظفين بالمنظمة على أساس علمي و هذا من خلال تقييم أدائهم [1].

المطلب السادس : العوامل المؤثرة في أداء العاملين .

يتأثر الافراد بالعديد من العوامل المختلفة في حياته المهنية و هناك من تؤدي الي انخفاض مستوى أدائه و تاثر عليه سلبا و أخرى تساعده على رفع أدائه في المؤسسة , و تؤثر عليه بالإيجاب ; و هذه العوامل تكمن في نظام المكافئات و الحوافز , غياب الأهداف المحددة , عدم المشاركة في الإدارة , اختلاف مستويات الأداء , مشكلات الرضا الوظيفي .....الى غير ذالك .

1-نظام المكافئات و الحوافز :

و هو تعزيز دافعيتهم و تحفيزهم لكي يواصلوا العمل لصالح المؤسسة ; تتكون أنظمة المكافئات في الأساس من البرامج و السياسات المرتبطة بالتعويضات , و لكن قد تشمل أيضا الامتيازات التي سوف تمنح للموظفين و غيرها من المكافئات الإضافية التي تلبي احتياجاتهم ; و ينصب التركيز الأساسي لأنظمة المكافئات التي تحددها إدارة الموارد البشرية على النجاح في تطبيق نظام التعويضات داخل المؤسسة, حيث أن معظم المؤسسات تسعى الى تطبيق برنامج الدفع

[1] -فتحي محمود طلبه نفس المرجع ص 37 .

مقابل الأداء الذي يقدم أجور تنافسية في سوق العمل و يقدم تعويضات مختلفة للموظفين بناء على أدائهم ; و تتبنى المؤسسة التي تطبق برنامج الدفع مقابل الأداء فلسفة تهدف الى مكافاة أفضل الموظفين أداءا و ترغيب الموظفين الاخرين في المكافئات , و تحسين الأداء العام للمؤسسة .

2-غياب الأهداف المحددة :

حيث أن المؤسسة التي لا تمتلك خطط تفصيلية لعملها و أهدافها و معدلات الإنتاج المطلوب أدائها , لن تستطيع قياس ما تحقق من انجاز , او محاسبة موظفيها على مستوى أدائهم لعدم وجود معيار محدد مسبقا , لذلك فلا تملك المؤسسة معايير أو مؤشرات للإنتاج و الأداء الجيد , فعندها يتساوى الموظف ذو الأداء الجيد مع الموظف ذو الأداء الضعيف .

3-عدم المشاركة في الإدارة :

ان عدم مشاركة العاملين في المستويات الإدارية المختلفة في التخطيط و صنع القرارات يساهم في وجود فجوة بين القيادة الإدارية و الموظفين في المستويات الدنيا , و بالتالي يؤدي الى ضعف الشعور بالمسؤولية و العمل الجماعي لتحقيق أهداف المؤسسة , و هذا ما يؤدي الى تدني مستوى الأداء لدى هؤلاء الموظفين , لشعورهم بأنهم لم يشاركوا في وضع الأهداف المطلوب إنجازها او في الحلول للمشاكل التي يواجهونها في الأداء , و قد يعتبرون أنفسهم مهمشين في المؤسسة .

4-اختلاف مستويات الأداء :

من العوامل المؤثرة على أداء الموظفين , عدم نجاح الأساليب الإدارية التي تربط بين معدلات الأداء و المردود المادي و المعنوي الذي يحصلون عليه , فكلما ارتبط مستوى أداء الموظفين بالترقيات و العلاوات و الحوافز التي يحصل عليها , كلما كانت عوامل التحفيز غير مؤثر بالعاملين , و هذا يتطلب نظاما متميزا لتقييم أداء الموظفين ليتم التمييز الفعلي بين الموظف المجتهد ذو الأداء العالي و الموظف المجتهد ذو الأداء المتوسط , و الموظف الكسول , و الموظف غير المنتج .

5-مشكلات الرضا الوظيفي :

فالرضا الوظيفي من العوامل الأساسية المؤثرة على مستوى الأداء للموظفين , فعدم الرضا الوظيفي او انخفاضه يؤدي الى أداء ضعيف و إنتاجية أقل , و يتاثر بعدد من العوامل التنظيمية و الشخصية للموظف مثل العوامل الاجتماعية كالسن و المؤهل التعليمي و الجنس و العادات و التقاليد و العوامل التنظيمية كالمسؤوليات و الواجبات و نظام الترقيات و الحوافز في المؤسسة .

6-التسبب الإداري :

التسبب الإداري في المؤسسة يعني ضياع ساعات العمل في أمور غير منتجة , بل قد تكون مؤثرة بشكل سلبي على أداء الموظفين الأخرين , و قد ينشا التسيب الإداري نتيجة لأسلوب القيادة و الاشراف أو الثقافة التنظيمية السائدة في المؤسسة .

7-العمليات التنظيمية للمؤسسة :

لها تاثير كبير على أداء الموظف ليس فقط سياسيات و إجراءات العمل بالمؤسسة , لكن الهيكل التنظيمي للمؤسسة بأكمله , فعلى سبيل المثال للمؤسسات التي لديها ثقافة بيروقراطية من ارتفاع مستوى أداء الموظفين و الحد من الابتكار و الابداع في العمل .

8-عوامل التحفيز :

المعروف ان عوامل تحفيز الموظف تلعب دورا مهما في تحسين أداءه , لكن الأهم هو ان نعرف ما هي هذه العوامل بالنسبة لكل موظف [1].

المطلب السابع : أبعاد الأداء الوظيفي .

ان أداء الفرد يحدد بالعديد من المحددات المترابطة و المتداخلة و حتى يتنسى إدارة الأفراد بكفاءة لا بد من فهم أهم العوامل و المحددات التي من شأنها تحديد طبيعة السلوك الذي سيسلكه الفرد عند أدائه لمهام وظيفته , و قد سعي الباحثون في علم الإدارة و علم النفس

[1] جهاد احمد عبد الرزاق تغيرات العوامل المؤثرة شهر4-2022 ص 14-15-16-17

الصناعي الى تحديد أهم تلك المحددات و قد خلصوا على أداء الفرد يحدث نتيجة التفاعل ما بين الكفاءة و القدرة و الفعالية كما في المعادلة التالية :

أداء الفرد =الكفاءة * القدرة * الفعالية

1-**الكفاءة :** يشير مصطلح كفاءة الأداء الوظيفي الى القدرة على انجاز ما يجب القيام به, و على هذا النحو فهي عنصر من عناصر النمو و التقدم لكل الأفراد و المنظمات من أجل التمكن من اتقان مهتم , فعنصري القدرة و الرغبة هما محددا الكفاءة و يمكن أيضا استخدام كلمة الإنتاجية للإشارة الى استخدام عناصر الإنتاج لتقديم السلع أو الخدمات باقل قدر من الجهد , و اقل تكلفة و اقصر فترة زمنية ; و ذلك لأن موضوع الكفاءة يركز على الكمية و الجودة في استخدام عناصر الإنتاج .

2- **القدرة :** يعتمد تحقيق مستويات عالية من الأداء على مدى التفاعل و الاتساق ما بين الدافعية في د

العمل و القدرة على أداءه , بمعنى ان جهود دفع و تحفيز الأفراد نحو الأداء المتميز تكون غير مجدية ما لم تتوفر لديهم القدرات و المهارات و المعارف اللازمة لاداء مهام الوظيفة و العكس صحيح . و تشير القدرة الى كل ما يستطيع الفرد أداءه من أنشطة ذهنية أو حركية او سلوكية , سواء كان نتيجة تدريب أو دون تدريب.

3- **الفعالية :** قدرة المؤسسة على تحقيق الأهداف من خلال زيادة حجم المبيعات, و تحقيق رضا العملاء و العاملين داخل المؤسسة , و تنمية الموارد البشرية و نمو الربحية , كما يمكن تعريف الفاعلية بأنها قدرة المنظمة على استغلال الفرص المتاحة لتحقيق الأهداف على المدى الطويل , بمعنى أن تحقيق الفعالية يتطلب نجاحات متراكمة ,لأن النجاح يمكن تعريفه على أنه قدرة المنظمة على الاستفادة من الفرص المتاحة لها في البيئة للحصول على احتياجها القيمة من المصادر النادرة لمواصلة نشاطها.[1]

المبحث الثاني:إجراءات تحسين و تقييم أداء الموظفين .

[1] -فتحي محمود طلبه ملرجع سبق ذكره ص ص 37-38

المطلب الأول : عملية تقييم أداء الموظفين

تعددت المصطلحات التي استعملت للدلالة على هذه العملية و ذلك بكونها نظام تقيم الكفاءات او نظام تقارير أداء الموظفين و قد انعكس ذلك في تباين عدة مفاهيم لهذه العملية فهناك من يعدها عملية إدارة دورية هدفها قياس نقاط القوة و الضعف في الجهود التي يبذلها الفرد و السلوكات التي يمارسها في موقف معين لتحقيق هدف معين خططته المنظمة سابقا و يصفها اخرون على انها نظام رسمي لقياس و تقييم التاثير في خصائص الفرد الادائية و السلوكية و محاولة التعرف على احتمالية تكرار نفس الأداء و السلوك في المستقبل لافادة الفرد و المنظمة و المجتمع .

كما وصفها اخرون بشيء من التفصيل على انها محاولة لتحليل أداء الفرد بكل ما يتعلق به صفات نفسية او بدنية او مهارات فنية او فكرية او سلوكية و ذلك بهدف تحديد نقاط للقوة و الضعف و محاولة تعزيز الأولى و مواجهة الثانية و ذلك لتحقيق فعالية المنظمة .

و الملاحظة ان كل تعريف يبرز نقاط من الأهداف التي ترمي اليها عملية التقييم .[1]

المطلب الثاني : عناصر نظام تقييم الأداء

باعتبار عملية تقييم الأداء نظام , فهو يتركب من عناصر تعبر عنه و تفسره و تتمثل هذه العناصر في خطوات الممارسة التطبيقية السليمة لهذه العملية و التي تتمثل في :

-تحديد الغرض : و هو الهدف الذي يسعى له الإدارة من وراء العملية و حجمها لهذه المعلومات و البيانات , حيث يمكن أن توظفها لعدة أغراض منها ما يلي :

-تقديم معلومات للموظفين انفسهم على جودة و كفاءة أدائهم لموظفيهم , و ذلك للمعرفة و تحسين الأداء نحو الأفضل .

[1] نزار عوني اللبدي تنمية الأداء الوظيفي و الإداري منشورات دار دجلة الطبعة الأولى المملكة الأردنية الهاشمية عمان شارع الملك حسين-مجمع الفحيص التجاري 2015 ص17.

-تحديد مستوى الاجر و الكفاءات و العلاوات التي يمكن أن يحصل عليها الفرد و ذلك مقابل الأداء .

-التعرف على الموظفين و المهام التي من الممكن أن تسند الى الموظف و هذا في حالة الحاجة الى هذا المهام .

-اجبار المديرين أن يربطوا سلوك مرؤوسيهم بنواتج العمل و قيمته النهائية .

-تحديد المسؤول عن العملية : يمكن أن يقوم بهذه العملية الرئيس المرؤوس لجنة تقييم زملاء العمل , فطريقة التقييم عن طريق الرئيس هي الأكثر شيوعا , كما يمكن تقوية هذه الطريقة من خلال قياس الرئيس الأعلى المباشر باعتماد التقييم , حيث يقع على عاتق مسؤولية ضبط و موازنة تقديرات الرؤساء المباشرين ببعضهم البعض .

أما تقييم الزملاء و التي تعتبر نادرة الاستخدام , و تتمثل مشاكلها على المستوى التنظيمي الأدنى لما تخلقه من مشاكل , فبالعلاقات الاجتماعية داخل العمل كما يمكن استخدامها في المستويات الإدارية بغرض تحديد الاستعدادات القيادية و الإدارية المحتملة لدى قادة و مديري المستقبل .

أما فيما يخص الطريقة الرابعة و التي تعني وجود لجنة من الرؤساء يعملون على وضع تقييم مشترك بينهم لكل مرؤوس على حده .

تحديد وقت التقييم , و هنا تطرح الأسئلة التالية :

-كم مرة سيتم التقييم سنويا ؟ -متى تتم عملية التقييم ؟

فغالبا ما تقوم المؤسسات بهذه العملية في نهاية السنة و هو في حقيقة الامر يمثل تهديد لعملية التقييم و ذلك لضيق الوقت المخصص لهذه العملية فاذا ما عمل الرؤساء بعملية التقييم خلال الفترة كلها و ذلك يوجب الاحتفاظ بسجلات عن مدى تقدم المرؤوسين في عملهم , و هذا في الواقع مدة أطول من تلك تخصص لها في نهاية السنة [1].

[1] نزار عوني اللبدي تنمية الأداء الوظيفي و الإداري منشورات دار دجلة الطبعة الأولى 2015 المملكة الأردنية الهاشمية عمان شارع الملك حسين-مجمع الفحيص التجاري ص ص9-10.

المطلب الثالث : معايير تقييم الأداء :

هي تلك العناصر التي تستخدم كركائز للتقييم ; و تصنف هذه المعايير الى :

- معايير نواتج الأداء تخصص بقياس كمية وجود الأداء .
- معايير سلوك الأداء , مثل معالجة شكاوي العملاء , إدارة الاجتماعات , كتابة التقارير , المواظبة على العمل , و التعاون مع الزملاء ....الخ .
- معايير صفات شخصية مثل المباداة الانتباه دافعية عالية و الاتزان الانفعالي ....الخ [1].

المطلب الرابع : طرق تقييم الأداء

- قائمة معايير التقييم عبارة عن جدول تصنف فيه عدة معايير و يحدد مدى توفر هذه المعايير في أداء الفرد و يتم التقييم الكلي للفرد بجمع المقاييس التي وضعت لكل معيار توفر في هذا الفرد .
- طريقة الترتيب البسيط يقوم كل رئيس مباشر بترتيب مرؤوسيه تنازليا من الاحسن الى الأقل أداء و ذلك طبقا للاداء العام و بعيدا عن ما يسمى بالمعايير و هي اكبر مشكلة تعني منها الطريقة على الرغم من ما تمتاز به من البساطة .
- المقارنة الزوجية (بين الموظفين) حيث يتم من خلالها مقارنة الموظف داخل القسم مع باقي الموظفين الاخرين بشكل ثنائي و ليس دفعة واحدة و من ثم تجمع المقارنات و يتم الترتيب التنازلي لافراد القسم على هذا النحو .
- طريقة التوزيع الاجباري أي ان يكون الرئيس مجبرا على توزيع مرؤوسيه وفق درجات تحددها المنظمة بحيث توضع درجة وسيطة تصنف فيها غالبية الموظفين و تؤخذ نسبة الموظفين في باقي الدرجات في انخفاض عن نسبة الدرجة الوسيطة .
- طريقة الإدارة بالاهداف تعتمد على ان العبرة بالنتائج التي يستطيع الفرد ان يحققها بعيدا عن سلوك و الصفات الشخصية له و هي تمر بالخطوات التالية
- تحديد الأهداف المراد تحقيقها كمقياس لتحديد الأداء .

[1] نفس المرجع ص10 .

- خلال فترة التنفيذ لا بد للرئيس من متابعة تحقيق الأهداف و تقييم المساعدة حتى يعرف اذا كان هناك تأخير خارج عن سيطرة المرؤوس [1].

المطلب الخامس :مشاكل عملية تقييم الأداء .

يمكن تصنيف هذه المشاكل الى مشاكل ذاتية تتعلق بالمسؤول عن عملية التقييم و أخرى موضوعية تتعلق بعملية الأداء بحد ذاتها

-المشاكل الذاتية تتعلق بما يلي :

خصائص و صفات المقيم و ترتبط هذه الصفات بمدى مهارة و خبرة المقيم لممارسته للمهنة لذا يشترط في المقيم ان يكون ذا خبرة عالية و قدرة على التفاعل الاجتماعي .

-التساهل و الرفق حيث يميل بعض المقيمين الى التعامل برفق مع المرؤوسين في هذه العملية و هذا يخفي النتائج الحقيقية للعملية و يبعد عن الهدف المسطر .

-تأثير الهالة و هي الزاوية التي ينظر بها الى المرؤوسين فاذا كانت تلك النظرة إيجابية تكون نتائج التقييم إيجابية و العكس صحيح و هذا ما يفقد معايير التقييم قيمتها و يلغي جانب الحياد.

-النزعة المركزية و هو ان يميل المقيم الى إعطاء احكام متوسطة و عامة تجاه أداء الافراد و هذا يؤثر على الاحكام النهائية حول العملية لعدم تباين النتائج .

-الأولوية و الحداثة تظهر في عملية التقييم طويلة المدة حيث يتم بالاخذ الاولي لاداء الفرد دون النظر الى التطورات اللاحقة لأول تقييم او يهمل أداء الفرد السابق و يعمد المقيم الى إعطاء صورة عن احدث مستوى للأداء فهذا من شانه ان يعدم خاصية الاستمرار لهذه العملية التي تستهدف جمع التغيرات الماضية و الحالية و المتوقعة في المستقبل [2].

المطلب السادس : إجراءات تحسين مستوى الأداء الوظيفي

ان الهدف من عملية تقييم الأداء و ادارته هو تحسينه من خلال المراحل التالية :

[1] نفس المرجع ص 22
[2] مرجع سابق : ، ص25

- تحديد الأسباب الرئيسية لمشاكل الأداء : لا بد من تحديد أسباب الانحراف في أداء العاملين عن الأداء المعياري , اذ ان تحديد الأسباب ذو أهمية لكل من الإدارة و العاملين , فالإدارة تستفيد من ذلك في الكشف عن كيفية تقويم الأداء و فيما اذا كانت العملية قد تمت بموضوعية , و هل ان انخفاض الأداء عائد للعاملين او أن ندرة الموارد المتاحة لهم هي السبب الرئيسي , كما و ان الصراعات بين الإدارة و العاملين يمكن تقليلها من خلال تحديد الأسباب المؤدية الى انخفاض الأداء و من هذه الأسباب الدوافع و القابليات و العوامل الموقفية في بيئة المنظمة , و العمل و الفاعلية تعكس المهارات و القدرات التي يتمتع بها العاملون , أما الدوافع فتتاثر بالعديد من المتغيرات الخارجية مثل الأجور و الحوافز إضافة الى المتغيرات الذاتية (الحاجات) و العوامل الموقفية التي تتضمن الكثير من العوامل التنظيمية المؤثرة على الأداء سلبا و إيجابا كنوعية المواد المستخدمة و نوعية الاشراف و نوعية التدريب و ظروف العمل.....
- ان غياب واحد من هذه العوامل قد يؤدي الى ضعف الأداء , لذلك لا بد من دراسة هذه العوامل بدقة عند تحديد أسباب الانخفاض في الأداء .
- تطوير خطة عمل للوصول الى الحلول : تمثل خطة العمل الازمة للتقليل من مشكلات الأداء ووضع الحلول لها ; التعاون بين الإدارة و العاملين من جهة و الاستشاريين الاختصاصيين في مجال تطوير و تحسين الأداء ; فاللقاءات المباشرة و الآراء المفتوحة و المشاركة في مناقشة المشاكل و عدم السرية في كشف الحقائق و المعلومات حول الأداء مباشرة الى العاملين تساهم في وضع الحلول المقنعة للعاملين و تحسين أدائهم و إزالة مشكلات الأداء .
- **الاتصالات المباشرة :** ان الاتصالات بين المشرفين و العاملين ذات أهمية في تحسين الأداء , و لابد من تحديد محتوى الاتصال و أسلوبه و أنماط الاتصال المناسبة.

و لتحسين أداء الافراد هناك عدة مداخل نوجزها فيما يلي :

ا-**تحسين الموظف :** وهو من أكثر العوامل أهمية , لأن الموظف دائما بحاجة الى تحسين الأداء و ذلك عن طريق :

- التركيز على مواطن القوة و ما يجب عمله , و اتخاذ اتجاه إيجابي عن الموظف بما في ذلك مشاكل الأداء التي يعاني منها .
- التركيز على بين ما يرغب الفرد و بين ما يؤديه باعتبار , فوجود العلاقة السببية بين الرغبة و الأداء تؤدي الى زيادة الأداء الممتاز من خلال السماح للأفراد بأداء الأعمال التي يرغبون فيها و يؤدونها بشكل ممتاز .
- الربط بين الأهداف الشخصية , حيث يجب أن يكون جوهر تحسين الأداء مرتبط و منسجم مع اهتمامات و أهداف الموظف و الاستفادة منها من خلال اظهار التحسين المرغب .

بتحسين الوظيفة ان التغيير في مهام الوظيفة يوظف فرصا كبيرة لتحسين الأداء حيث تساهم محتويات الوظيفة اذا كانت تفوق مهارات الموظف في انخفاض أداء الفرد و نفوره منها , و بالتالي فان تحسين الوظيفة يعطي دفعا للفرد للاستمرار في عمله و أداءه بالمستوى المرغوب , و بذلك زيادة مستوى الدافعية لدى الافراد من خلال حملهم على التدوير الوظيفي لفترة من الزمن لتخفيض و إزالة الملل و هذا يعطي منفعة للموظف[1] .

[1] بوعطيط جلال الدين-الاتصال التنظيمي و علاقته بالاداء الوظيفي –رسالة ماجستر في علم النفس عمل و تنظيم –تخصص السلوك التنظيمي و تسيير الموارد البشرية -جامعة منتوري محمود قسنطينة2008-2009- ص ص 104-105

خلاصة الفصل :

نستنتج أن الفرد في أدائه لوظيفته لأجل تحقيق هدف محدد , و بالتالي يحقق فعالية أداء المؤسسة من جهة , و فعالية الأداء الوظيفي من جهة أخرى , و نجد بأن الهدف الرئيسي من تقييم الأداء في المؤسسة هو تحديد مدى تطابق الأداء الفعلي للفرد مع الأداء المتوقع ، و يتم تقسيمه وفق عدة معايير , كما ان المؤسسة تعمل على مراجعة ما أنجزه الموظفون و تحديد ما اذا كان الأداء جيدا أو سيئا , و بالتالي كلما كان التقييم جيد كلما ارتفع مستوى أدائهم، فتقييم الأداء يساهم في تطوير أدائهم و تحسين علاقاتهم مع المدراء و العمال ، كما أن الاتصال أيضا داخل المؤسسة ضروري في كافة المستويات , فهو وسيلة هامة لا بد أن تكون حاضرة داخل المؤسسات , و هي أداة فعالة للتأثير في أداء العمال , فكلما كانت علاقة الموظفين و المدير جيدة كلما , كان أدائهم في مستوى أحسن .

الاطار التطبيقي

عرض وتحليل البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة

تمهيد

المبحث الأول : التعريف بميدان البحث

المطلب الأول : التعريف بالمؤسسة العمومية الجزائرية التلفزيونية الجزائرية

المطلب الثاني : اهداف المؤسسة

المبحث الثاني : عرض المقابلة وتحليل النتائج

المطلب الأول : عرض المقابلة

المطلب الثاني : عرض وتحليل الجداول

أولا_ التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة

ثانيا _ التحليل الكمي والكيفي للجداول المركبة

استنتاجات جزئية

خاتمة

تمهيد :

ان الاطار التطبيقي من بين اهم المراحل التي يقوم بها الطالب في دراسته بحيث يقوم بدراسته ميدانيا و كذلك يتحصل على النتائج المراد تحقيقها و الحصول على المعلومات الدقيقة التي تفيده و كذاك تتيح له الفرصة بالتعرف على ميدان الدراسة (المؤسسة) .

التعريف بالمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري : « ENTV »

تمثل المؤسسة العمومية للتلفزيون، أهم جهاز إعلامي في الجزائر، وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري. تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، موضوعة تحت وصاية وزير الاعلام.

تضطلع بمهام رئيسية يحددها دفتر شروط بموجبه تتابع في وسائطها الاتصالية النشاطات الرسمية لمؤسسات الدولة بالتبليغ والبث وفق ما يقتضيه الصالح العام للبلاد كما تضطلع بمهمة التوجيه والإعلام بالإضافة إلى الترفيه والتثقيف .

تم بسط السيادة على المؤسسة الوطنية للتلفزيون في 28 أكتوبر 1962 . عرفت عدة تحولات إلى مؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني ثم إلى مؤسسة الإذاعة و التلفزيون إلى غاية صدور المرسوم رقم 86-147 المؤرخ بـ01 جويلية 1986، والذي بموجبه أنشأت المؤسسة العمومية للتلفزيون حيث يتواجد مقرها بـ21 شارع الشهداء الجزائر العاصمة. فهي مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري، تملك الشخصية المعنوية و تأخذ وزارة الاتصال على عاتقها مسؤولية تسييرها و تحديد ميزانيتها .و يضمن التلفزيون الجزائري التغطية على كامل التراب الوطني و هذا من أجل الوصول بأهدافه الاجتماعية و الثقافية إلى كل شرائح الجزائر العميقة، إذ تتركز اهتمامات التلفزيون الجزائري كقناة عمومية على البرامج المتنوعة ذات البعد الوطني و المحلي في الدرجة الأولى، و كذا المجتمع الدولي و مختلف قضاياه الراهنة، التي تحرص أن تقدمها إلى الجمهور الجزائري بشفافية كاملة مختلف قضاياه الراهنة، التي تحرص أن تقدمها إلى الجمهور الجزائري بشفافية كاملة.

كما يسهر التلفزيون الجزائري على مواكبة التقنيات الجديـدة وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، من خلال توسيع حركية الرقمنة داخل المؤسسة و التركيز على العمل بأجهزة متطورة وتنقسم المؤسسة إلى 06 مديريات أساسية هي :

مديرية الأخبار والإنتاج والبرمجة والخدمات التقنية والتجهيز والإدارة العامة والعلاقات الخارجية، بالإضافة إلى مركز الأرشيف ،المحطات الجهوية و المديريات التجارية.

و تحتوي المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري على اكثر من 50 موظف و كل منهم يختص في قسم معين و منهم قسم الملتيميديا(WEB) الذي يحوي بداخله على 25 موظف و كل موظف مختص بعمل منهم الصحفيون الذين يجعلون خبر اليوم الى خبر صحفي و ذلك من خلال نشره على الصفحات الخاصة بالمؤسسة منها الفيسبوك الانستغرام و صفحة اليوتوب و كذلك نجد المختص بالانفوغرافيا و يتمثل دوره في وضع الاخبار على شكل كرتون انفوغرافي أي وضع الخبر داخل صورة مناسبة و ذلك لجلب انتباه اكثر من طرف متصفحي وسائل التواصل الاجتماعي المذكورة أعلاه بحيث يتكون القسم أيضا من موظفين مختصين بالصوت و الإضاءة و كذلك التسجيل... فاعمال التلفزيون الجزائري كثيرة و متعددة و التي تعمل على مدار الساعة أي 24 على 24 سا فدليل أهميتها يظهر في اهتمام الباحثون في علوم الاعلام و الاتصال خصوصا و العلوم الإنسانية و الاجتماعية عموما كل و حسب تخصصه و اهتمامه بالتلفزيون فكثرت عليه الأبحاث من قبل الباحثين في جويلية 1986 م تم إعادة هيكلة التلفزيون الجزائري الى أربعة مؤسسات وطنية و انطلاقا من استوديوهاتها في الجزائر العاصمة و محطاتها الجهوية الأربعة وهران قسنطينة ورقلة بشار ينتج التلفزيون الجزائري قناة وطنية هرتزية موصولة قنوات فضائية قنواة الجزائر القناة الثالثة القناة الامازغية قناة القران الكريم القمر الاصطناعي في الجنوب الكبير و باعتبار التلفزيون الجزائري و تلفزيونيا عموميا فهو يساهم في التماسك الوطني ضمن احترام خصوصيات كل منطقة من و طبقا للمهام كمرفق عام يجب على التلفزيون بصفة خاصة ان يعلم بصفة كاملة و موضوعية.

اهداف المؤسسة :

- اشباع حاجات الجماهير الى المعرفة و الاعلام و الاخبار من خلال امدادهم بالمعلومات المختلفة
- توفير إنذارات سريعة عن التهديدات و الاخطار التي تقع خارج المجتمع و تقدم اخبار التلفزيون تقوية لشعور البشر بالمساواة داخل المجتمع الواحد .
- رفع تطلعات الجماهير من خلال تقديم ثقافات المجتمعات الأخرى بالإضافة الى ثقافة المجتمع مما يجعلها اكثر ثراءو تنوعا .
- مساندة و مساعدة النظام الاجتماعي القائم و ذالك بتحقيق الاجتماع و الاتفاق بين افراد المجتمع عن طريق الاقناع .
- يتعلم الانسان مهارات جديدة تزيد من خبراته .
- يساعد على الترفيه و التسلية .
- نقل التراث الثقافي و الاجتماعي من جيل الى جيل و المساعدة على تنشئة الأجيال الجديدة من الأطفال و الوافدين على المجتمع .
- التعريف بكل ما يدور في الدولة بحيث تعطي الافراد إحساسا بالتواجد الدائم معهم و اطلاعهم على كل ما يدور من احداث هامة و نشاطات وطنهم .
- يعتبر من افضل و اسرع الوسائل لنشر المعلومات .
- يساعد الانسان على فهم ما يحيط به من احداث .
- يساعد الانسان على الحصول على معلومات جديدة يضيفها الى ما لديه من معلومات تساعده على اتخاذ القرار .

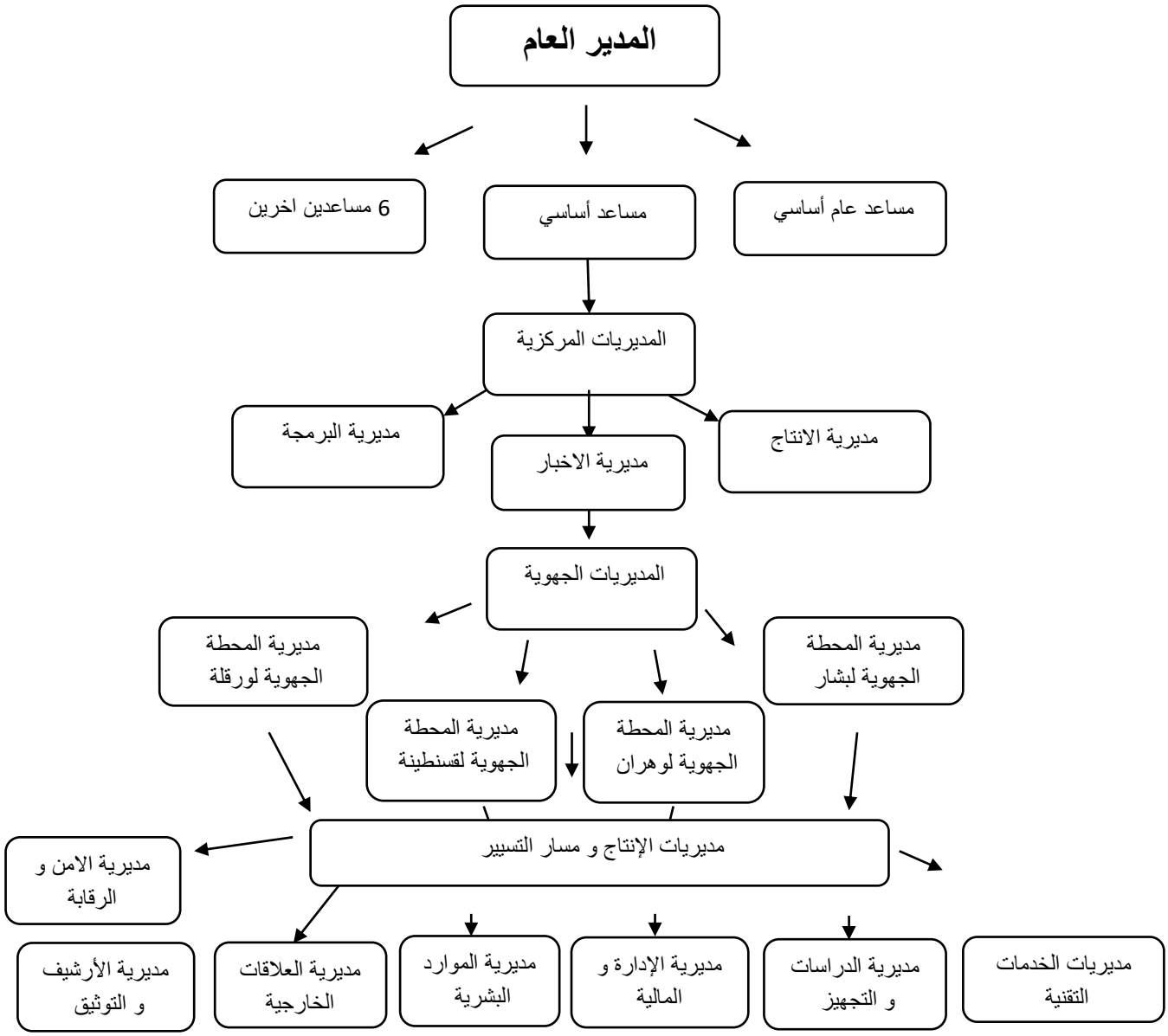
- قسم الملتيميديا « LE WEB » :

ان قسم الملتيميديا LE WEB يعتبر من اهم أقسام المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري فمن داخلها تخرج كل الاخبار و التفاصيل المهمة سواءا ان كانت داخل الوطن او خارجه و إضافة الى ذالك جميع المسلسلات و البرامج الرمضانية الى غير ذالك .. و يعتمد هذا القسم في جميع اعماله على الوسائل(الحاسوب الهاتف و العديد من الأجهزة المختلفة) و بعدها تاتي الوسائط (الشبكات) و هي تعتبر عملية ترابطية و حلقة تصل الأخرى .

ان الخبر في هذا القسم الا و هي قسم الملتيميديا « LE WEB » قبل نشره على التلفزيون و على المواقع يمر بثلاث مراحل و التي تتمثل في

- المرحلة الأولى : تفاصيل احداث الخبر : و هو بعث الصحفي الميداني الموجد في ارض الحادثة اخبار للصحفي المختص داخل القسم بادق التفاصيل من صور و فيديوهات فور حدوثها .
- المرحلة الثانية : تحويل خبر اليوم الى خبر صحفي : يقوم الصحفي ببعث الخبر الى صاحب المونتاج ليقوم بالتغييرات اللازمة لنشر الخبر ثم أرسلها او بالأحرى ارجاعها للصحفي للتاكد من صحة عمله و تفادي الأخطاء
- المرحلة الثالثة : نشر الصحفي للخبر : و ذلك بعد التدقيق في صحة الخبر يقوم الصحفي بنشره عبر صفحات الفاسبوك الانستغرام و اليوتوب الخاصة بالقناة و اشتراكه مع الجمهور .

-الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري :



دراسة وتحليل النتائج:

المحور الأول: البيانات

جدول رقم (.1.) يمثل الجنس :

الفئات	التكرار	النسبة%
ذكر	11	%44
انثى	14	% 56
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على الجنس في دراسة تهدف إلى استكشاف دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء داخل المؤسسة العمومية الجزائرية .ENTV يظهر الجدول أن عدد الذكور المشاركين في الدراسة بلغ 11 فردًا، مما يمثل 44.0% من إجمالي العينة، بينما بلغ عدد الإناث 14 فردًا، أي بنسبة 56.0% من العينة.

هذا التوزيع يعكس أن نسبة الإناث في العينة تفوق نسبة الذكور. إن تمثيل الإناث بشكل أكبر قد يؤثر على نتائج الدراسة، حيث يمكن أن تختلف تجارب واستخدامات كل من الجنسين لتقنيات الاتصال الرقمي في بيئة العمل. يُعتبر هذا التنوع الجنساني في العينة ميزة لأنه يُعزز من شمولية ودقة النتائج، مقدماً رؤية متكاملة حول تأثير الاتصال الرقمي على الأداء.

بما أن الإناث يمثلن الأغلبية في العينة، فمن المهم أخذ هذا التوزيع في الاعتبار عند تحليل النتائج وتفسيرها. يمكن أن يكون لاختلافات الجنسين في التعامل مع التكنولوجيا الرقمية تأثير على مدى فعالية الاتصال الرقمي في تحسين الأداء. لهذا السبب، يُنصح بتوسيع الدراسات المستقبلية للنظر بشكل أعمق في الفروق الجنسانية وتأثيرها على استخدام وتبني تقنيات الاتصال الرقمي في بيئات العمل العامة.

جدول رقم (2) يمثل المستوى التعليمي للمبحوثين :

الفئات	التكرار	النسبة
ثانوي	2	% 8
جامعي	23	% 92
المجموع	25	% 100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على المستوى التعليمي في دراسة تهدف إلى استكشاف دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء داخل المؤسسة العمومية الجزائرية .ENTV يُظهر الجدول أن عدد الأفراد ، بينما بلغ عدد الأفراد ذوي المستوى التعليمي الجامعي 23 فردًا، أي بنسبة 92.0% من العينة. ذوي المستوى التعليمي الثانوي بلغ 2 فردًا، مما يمثل 8.0% من إجمالي العينة،

هذا التوزيع يعكس أن الغالبية العظمى من المشاركين في الدراسة هم من حملة الشهادات الجامعية. قد يكون لهذا التوزيع تأثير على نتائج الدراسة، حيث أن الأفراد ذوي المستوى التعليمي الجامعي قد يكونون أكثر دراية واستخدامًا لتقنيات الاتصال الرقمي مقارنةً بالأفراد ذوي المستوى التعليمي الثانوي. إن تمثيل الأفراد ذوي المؤهلات العالية بنسبة كبيرة في العينة يعزز من موثوقية النتائج فيما يتعلق بفهم دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء.

بالنظر إلى أن نسبة كبيرة من العينة هي من ذوي التعليم الجامعي، يمكن تفسير النتائج بشكل أفضل في سياق بيئة العمل التي تُفضل توظيف الأفراد ذوي المؤهلات العالية. في الدراسات المستقبلية، قد يكون من المفيد مقارنة نتائج هذه الدراسة بنتائج دراسات تشمل عينات ذات تنوع أكبر في المستويات التعليمية، لمعرفة تأثير هذه العوامل على استخدام وتبني تقنيات الاتصال الرقمي في بيئات العمل المختلفة.

جدول رقم (3) يمثل الخبرة المهنية للمبحوثين :

الفئات	التكرار	النسبة
اقل من 5 سنوات	12	%48
اقل من 10 سنوات	12	%48
15 سنة	1	%4
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على الخبرة المهنية في دراسة تهدف إلى استكشاف دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء داخل المؤسسة العمومية الجزائرية .ENTV يُظهر الجدول أن عدد الأفراد الذين يمتلكون خبرة مهنية تقل عن 5 سنوات بلغ 12 فردًا، مما يمثل 48% من إجمالي العينة. كما أن هناك 12 فردًا آخرين يمتلكون خبرة مهنية تقل عن 10 سنوات، مما يمثل أيضًا 48% من العينة. أما الأفراد الذين يمتلكون خبرة مهنية تصل إلى 15 سنة، فقد بلغ عددهم فردًا واحدًا فقط، أي بنسبة 4 % من العينة.

هذا التوزيع يشير إلى أن الغالبية العظمى من العينة تمتلك خبرة مهنية تتراوح بين 5 إلى 10 سنوات، مما يعكس تمثيلًا جيدًا للموظفين الذين هم في منتصف مسيرتهم المهنية. نسبة صغيرة فقط من العينة (4.0%) تمتلك خبرة مهنية طويلة تصل إلى 15 سنة، مما قد يشير إلى تركيز أقل على الموظفين ذوي الخبرة الطويلة في الدراسة.

هذا التوزيع يعزز من شمولية الدراسة في تمثيل الفئات المختلفة من الموظفين من حيث سنوات الخبرة، ويسمح بفهم تأثير الاتصال الرقمي على الأداء عبر مختلف مراحل المسيرة المهنية. يمكن أن يكون لاختلافات الخبرة المهنية تأثير على كيفية تبني واستخدام تقنيات الاتصال الرقمي، حيث أن الأفراد ذوي الخبرة القصيرة قد يكونون أكثر تقبلًا للتكنولوجيا الحديثة مقارنة بالأفراد ذوي الخبرة الطويلة.

في الدراسات المستقبلية، قد يكون من المفيد تضمين عينات ذات تنوع أكبر في سنوات الخبرة المهنية، لفهم أعمق لتأثيرات الخبرة المهنية على استخدام وتبني تقنيات الاتصال الرقمي في بيئات العمل المختلفة.

جدول رقم (4) يمثل الرتبة المهنية :

الفئات	التكرار	النسبة
اداري	5	%20
صحفي	20	%80
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على الرتبة الوظيفية في دراسة تهدف إلى استكشاف دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء داخل المؤسسة العمومية الجزائرية .ENTV يُظهر الجدول أن عدد الصحفيين 20 فردًا، أي بنسبة 80% من العينة وعدد الإداريين بلغ 5 أفراد، مما يمثل 20% من إجمالي العينة، بينما بلغ. النسبة التراكمية تُبين أن نسبة الإداريين والصحفيين معًا تصل إلى 100.%

هذا التوزيع يعكس أن الغالبية العظمى من المشاركين في الدراسة هم من الصحفيين، مما يعكس أهمية دورهم الكبير في استخدام تقنيات الاتصال الرقمي في المؤسسة، حيث يُعتبر الاتصال الرقمي جزءًا أساسيًا من طبيعة عملهم اليومية. بالمقابل، نسبة الإداريين في العينة تبلغ 20% فقط، مما قد يشير إلى دور أقل تأثيرًا للإداريين في استخدام وتبني تقنيات الاتصال الرقمي.

توزيع العينة بين الإداريين والصحفيين يُعزز من شمولية الدراسة ويمكّن من تحليل الفروقات الوظيفية في تأثير الاتصال الرقمي على الأداء. يُساهم هذا التوزيع في فهم كيف يمكن أن تختلف احتياجات وتحديات الاتصال الرقمي بين الإداريين والصحفيين.

في الدراسات المستقبلية، قد يكون من المفيد تضمين عينات تشمل فئات وظيفية أخرى لتحقيق تنوع أكبر، مما يُساهم في الحصول على نتائج أكثر شمولية حول تأثير الاتصال الرقمي على الأداء في مختلف الأقسام داخل المؤسسة.

جدول رقم (5) يمثل ما اذا كانت المؤسسة تملك موقعا الكترونيا عبر شبكة الانترنت :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	25	100%
لا	00	%0
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على وجود موقع إلكتروني للمؤسسة على شبكة الإنترنت في دراسة تهدف إلى استكشاف دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء داخل المؤسسة العمومية الجزائرية .ENTV يُظهر الجدول أن جميع أفراد العينة (25 فردًا) أكدوا وجود موقع إلكتروني للمؤسسة، مما يمثل نسبة 100. % من إجمالي العينة.

هذا التوزيع يعكس أن المؤسسة تملك موقعًا إلكترونيًا على شبكة الإنترنت بدون استثناء بين العينة المشاركة. نسبة 100% تُشير إلى أهمية وضرورة وجود موقع إلكتروني كجزء من البنية التحتية الرقمية للمؤسسة. يُساهم الموقع الإلكتروني في تعزيز حضور المؤسسة على شبكة الإنترنت، مما يتيح الوصول إلى المعلومات والخدمات بشكل أكبر للجمهور. كما يُمكن الموقع

الإلكتروني المؤسسة من التواصل الفعّال مع جمهورها الداخلي والخارجي، وتقديم التحديثات والأخبار بشكل مستمر. يُعتبر الموقع الإلكتروني أداة هامة في تحسين الأداء المؤسسي من خلال تسهيل العمليات الإدارية والتواصل الداخلي والخارجي.

هذا يعكس اعتماد المؤسسة على الحلول الرقمية لتعزيز التواصل و رفع الأداء، وهو ما يدعم موضوع الدراسة حول دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء. يوفر الموقع الإلكتروني منصة شاملة يمكن استخدامها لتحسين مختلف جوانب العمل في المؤسسة، من إدارة المعلومات إلى تقديم الخدمات. باختصار، يُظهر الجدول أن المؤسسة العمومية الجزائرية ENTV تملك موقعًا إلكترونيًا، مما يدعم دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء ويوفر أساسًا قويًا لدراسة تأثير هذه التكنولوجيا على العمليات والمؤسسات.

المحور الأول نوع الاتصال الرقمي السائد في المؤسسة التلفزيونية الجزائرية

جدول رقم (6) يمثل المواقع الاجتماعية الأكثر استعمالا داخل المؤسسة العمومية التلفزيونية:

الفئات	التكرار	النسبة
اليوتوب	22	%88
الفايسبوك	3	%12
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على أكثر المواقع الاجتماعية استعمالًا داخل المؤسسة العمومية التلفزيونية في دراسة تهدف إلى استكشاف دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء داخل المؤسسة. يُظهر الجدول أن منصة "اليوتيوب" هي الأكثر استخدامًا، حيث يستخدمها 22 فردًا، مما يمثل 88 % من إجمالي العينة، بينما يستخدم منصة "الفايسبوك" 3 أفراد فقط، أي بنسبة 12% من إجمالي العينة.

هذا التوزيع يعكس تفضيلًا واضحًا لمنصة اليوتيوب بين العاملين في المؤسسة، مما يشير إلى أن هذه المنصة تلعب دورًا رئيسيًا في تلبية احتياجاتهم الوظيفية، خاصةً في مجال الإعلام والتلفزيون الذي يعتمد بشكل كبير على المحتوى المرئي. في المقابل، يُستخدم الفايسبوك بنسبة أقل، مما قد يدل على أن دوره في المؤسسة أقل أهمية مقارنة باليوتيوب.

هذا التفضيل لليوتيوب يعكس فعالية استخدامه في تحسين أداء المؤسسة من خلال تسهيل الوصول إلى المواد الإعلامية والتفاعل معها. النتائج تشير إلى أن منصات التواصل الاجتماعي تُستخدم بدرجات متفاوتة داخل المؤسسة، مما يتيح للعاملين اختيار الأنسب لهم وفقًا لاحتياجاتهم. في الدراسات المستقبلية، يمكن أن يكون من المفيد استكشاف الأسباب وراء تفضيل اليوتيوب على الفايسبوك وكيفية تحسين استخدام كلا المنصتين لتعزيز الأداء المؤسسي.

جدول رقم (7) يمثل أنواع الاتصال التي تساهم في زيادة الكفاءة وإنجاز المهام في المؤسسة:

الفئات	التكرار	النسبة
شفهي	3	%12
كتابي	14	%56
رقمي الكتروني	8	%32
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على أنواع الاتصال التي تساهم في زيادة الكفاءة وإنجاز المهام داخل المؤسسة العمومية التلفزيونية. يُظهر الجدول أن الاتصال الكتابي هو الأكثر تفضيلًا، حيث يُستخدم بنسبة 56% من إجمالي العينة، يليه الاتصال الرقمي الإلكتروني بنسبة 32%، بينما يُستخدم الاتصال الشفهي بنسبة 12 % فقط.

هذا التوزيع يعكس أن الاتصال الكتابي يُعتبر الأداة الأكثر فعالية في تعزيز الكفاءة وتنظيم المعلومات والمهام داخل المؤسسة، مما يعزز من وضوح الوثائق وإمكانية توثيقها. في المقابل، يشير استخدام الاتصال الرقمي الإلكتروني إلى أهمية الأدوات الرقمية مثل البريد الإلكتروني والمنصات الإلكترونية في تحسين الأداء وزيادة الكفاءة. بينما يُعتبر الاتصال الشفهي الأقل استخدامًا، مما قد يدل على تفضيل استخدام وسائل الاتصال الأكثر رسمية وتوثيقًا.

النتائج تُبرز أن الجمع بين الاتصال الكتابي والرقمي الإلكتروني يمكن أن يكون له تأثير إيجابي كبير على الكفاءة وإنجاز المهام، حيث توفر كل من الوسيلتين مزايا هامة في تنظيم وتبادل المعلومات. في الدراسات المستقبلية، قد يكون من المفيد استكشاف كيفية تحسين استخدام هذه الأنواع المختلفة من الاتصال لتحقيق أفضل النتائج في الأداء المؤسسي. باختصار، يُظهر الجدول أن الاتصال الكتابي يأتي في المقدمة من حيث الفعالية في زيادة الكفاءة وإنجاز المهام، يليه الاتصال الرقمي الإلكتروني، بينما يُستخدم الاتصال الشفهي بشكل أقل.

جدول رقم (8) يمثل الوسيلة الشفوية الأكثر استخداما :

الفئات	التكرار	النسبة
المقابلة	4	%16
الاتصال الشخصي	21	%84
الاجتماعات	00	%00
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على الوسيلة الشفوية الأكثر استخدامًا داخل المؤسسة العمومية التلفزيونية. يُظهر الجدول أن الاتصال الشخصي هو الوسيلة الشفوية الأكثر تفضيلًا، حيث يُستخدم بنسبة 84% من إجمالي العينة، بينما تُستخدم المقابلة بنسبة 16% فقط.اما بالنسبة للاجتماعات فهي معدومة .

هذا التوزيع يعكس تفضيلًا واضحًا للاتصال الشخصي كوسيلة رئيسية للتواصل داخل المؤسسة. يُشير الاستخدام الكبير للاتصال الشخصي إلى أنه يُعتبر أكثر فعالية في التفاعل المباشر وتبادل المعلومات بشكل سريع وشخصي. في المقابل، تُستخدم المقابلة بشكل أقل، مما قد يدل على أن استخدامها محدود مقارنةً بالاتصال الشخصي.

النتائج تُبرز أن الاتصال الشخصي يُعد الأداة الأكثر شيوعًا للتواصل داخل المؤسسة، حيث يُساهم في تعزيز الفعالية والتفاعل الفوري بين الأفراد. في الدراسات المستقبلية، قد يكون من المفيد استكشاف كيفية تحسين استخدام كل من الاتصال الشخصي والمقابلات لتحقيق أفضل نتائج في التواصل المؤسسي. باختصار، يُظهر الجدول أن الاتصال الشخصي هو الوسيلة الشفوية الأكثر استخدامًا داخل المؤسسة، مما يعكس تفضيلًا للتواصل المباشر والفعال بين الأفراد، بينما تُستخدم المقابلات بشكل أقل.

جدول رقم (9) يمثل الوسيلة الكتابية الأكثر استخداما :

الفئات	التكرار	النسبة
النشرات	20	%80
الكتب الدورية	5	%20
التقارير	00	%00
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على الوسيلة الكتابية الأكثر استخدامًا داخل المؤسسة العمومية التلفزيونية. يُظهر الجدول أن النشرات هي الوسيلة الكتابية الأكثر تفضيلًا، حيث تُستخدم بنسبة 80% من إجمالي العينة، بينما تُستخدم الكتب الدورية بنسبة 20% فقط. اما بالنسبة للتقارير فهم لا يعتمدون عليه .

هذا التوزيع يعكس تفضيلًا كبيرًا للنشرات كوسيلة رئيسية لنقل المعلومات وتوزيعها داخل المؤسسة. يُشير الاستخدام الواسع للنشرات إلى أنها تُعتبر الأداة الأكثر فعالية في توصيل الرسائل والمواد الكتابية بشكل سريع وفعّال. في المقابل، تُستخدم الكتب الدورية بنسبة أقل، مما قد يدل على أنها تُستخدم كمرجع أو لأغراض محددة، لكنها ليست الوسيلة الأساسية في التواصل الكتابي اليومي.

النتائج تُبرز أن النشرات تلعب دورًا رئيسيًا في تحسين تنظيم المعلومات وتوزيعها داخل المؤسسة، مما يعزز من فعالية التواصل الكتابي. في الدراسات المستقبلية، قد يكون من المفيد استكشاف كيفية تحسين استخدام كل من النشرات والكتب الدورية لتحقيق أفضل نتائج في التواصل الكتابي. باختصار، يُظهر الجدول أن النشرات هي الوسيلة الكتابية الأكثر استخدامًا داخل المؤسسة، بينما تُستخدم الكتب الدورية بشكل أقل، ما يعكس طبيعة استخدامها كأدوات مرجعية أو لأغراض معينة.

جدول رقم (10) يمثل ما هي الوسيلة الرقمية الأكثر استخداما :

الفئات	التكرار	النسبة
البريد الالكتروني	5	%20
المراسلة الفورية	20	%80
الاجتماعات عن بعد	00	%00
مواقع التواصل الاجتماعي	00	%00
المجموع	25	% 100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على الوسيلة الرقمية الأكثر استخدامًا داخل المؤسسة العمومية التلفزيونية. يُظهر الجدول أن المراسلة الفورية هي الوسيلة الرقمية الأكثر تفضيلًا، حيث تُستخدم بنسبة 80% من إجمالي العينة، بينما يُستخدم البريد الإلكتروني بنسبة 20% فقط.

هذا التوزيع يعكس تفضيلًا واضحًا للمراسلة الفورية كوسيلة رئيسية للتواصل الرقمي في المؤسسة. يُشير الاستخدام الكبير للمراسلة الفورية إلى أنها تُعتبر أكثر فعالية في تبادل الرسائل بسرعة ومرونة، مما يعزز من كفاءة التواصل الفوري بين الأفراد. في المقابل، يُستخدم البريد الإلكتروني بشكل أقل، مما قد يدل على أنه يُستخدم لأغراض محددة أو أقل تكرارًا مقارنةً بالمراسلة الفورية.

النتائج تُبرز أن المراسلة الفورية تلعب دورًا كبيرًا في تحسين سرعة وكفاءة التواصل الرقمي داخل المؤسسة، حيث تُوفر وسيلة فعالة لتبادل المعلومات والردود الفورية. في الدراسات المستقبلية، قد يكون من المفيد استكشاف كيفية تحسين استخدام البريد الإلكتروني بجانب المراسلة الفورية لتحقيق أفضل نتائج في التواصل الرقمي. باختصار، يُظهر الجدول أن المراسلة الفورية هي الوسيلة الرقمية الأكثر استخدامًا، بينما يُستخدم البريد الإلكتروني بشكل أقل، ما يعكس تفضيلًا للتواصل السريع والفعّال.

جدول رقم (11) يمثل اهم الوسائل الالكترونية الرقمية الحديثة التي تستخدمها في المؤسسة:

الفئات	التكرار	النسبة
اللوحات الالكترونية	25	%100
Smart phone	00	%00
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على أهم الوسائل الالكترونية الرقمية الحديثة التي تُستخدم في المؤسسة العمومية التلفزيونية. يُظهر الجدول أن اللوحات الإلكترونية هي التكنولوجيا الرقمية الأكثر استخدامًا، حيث تُستخدم بنسبة 100% من إجمالي العينة.

هذا التوزيع يعكس أن جميع أفراد العينة يعتبرون اللوحات الإلكترونية الأداة الرئيسية في استخدام التكنولوجيا الرقمية داخل المؤسسة. يُشير الاستخدام الشامل لهذه التكنولوجيا إلى أنها تلعب دورًا حيويًا في تحسين الأداء وكفاءة العمل.

النتائج تُبرز أهمية اللوحات الإلكترونية في المؤسسة، حيث توفر وسيلة فعالة لعرض المعلومات وتسهيل التفاعل الرقمي. في الدراسات المستقبلية، قد يكون من المفيد استكشاف كيف يمكن تعزيز استخدام هذه التكنولوجيا أو دمجها مع تقنيات أخرى لتحقيق تحسينات إضافية في الأداء.

باختصار، يُظهر الجدول أن اللوحات الإلكترونية هي الوسيلة الالكترونية الرقمية الحديثة الأكثر استخدامًا في المؤسسة، مما يعكس اعتماد المؤسسة الكامل على هذه التكنولوجيا لتحسين الكفاءة وتسهيل إدارة المعلومات.

المحور الثاني علاقة الاتصال الرقمي السائد في المؤسسة و الأداء الوظيفي للعمال .

جدول رقم (12) يمثل طبيعة مساهمة الاتصال الرقمي في أداء المهام داخل المؤسسة :

الفئات	التكرار	النسبة
يسهل عملية الادارة للقيام بمهامها	10	%40
انتقال المعلومات داخل المؤسسة	4	%16
توفير الجهد و الوقت لأداء المهام	9	%36
التقرب و التفاهم الرئيسي بين المسؤولين	2	%8
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على طبيعة مساهمة الاتصال الرقمي في أداء المهام داخل المؤسسة العمومية التلفزيونية. يُظهر الجدول أن الاتصال الرقمي يُسهم بشكل رئيسي في

تسهيل عملية الإدارة للقيام بمهامها، حيث يُعتبر العامل الأبرز بنسبة 40%. تليه مساهمة الاتصال الرقمي في توفير الجهد والوقت لأداء المهام، بنسبة 36%. بينما يُساهم الاتصال الرقمي في انتقال المعلومات داخل المؤسسة بنسبة 16%، ويُعتبر التقرب والتفاهم بين المسؤولين أقل تأثراً بالاتصال الرقمي، بنسبة 8.%

هذه النتائج تعكس أن الاتصال الرقمي يلعب دوراً حيوياً في تحسين إدارة المهام وزيادة كفاءة العمل، مما يسهم في تنظيم العمليات بشكل أفضل وتوفير الوقت والجهد. في المقابل، تُشير النتائج إلى أن الاتصال الرقمي ليس العامل الوحيد في تحسين تدفق المعلومات داخل المؤسسة، كما أن بناء العلاقات والتفاهم بين المسؤولين يتطلب جهوداً إضافية بخلاف الاتصال الرقمي

الاتصال الرقمي يُعزز بشكل كبير من فعالية الإدارة وتوفير الموارد، بينما تكون مساهمته في انتقال المعلومات وبناء العلاقات أقل نسبياً.

جدول رقم (13) يمثل ما اذا كانت وسائل الاتصال الرقمي المعتمدة من طرف المؤسسة تتماشى مع الأهداف المسطرة من قبلها أو الاستراتيجية الموضوعة و اهتمامات وطموح العامل :

الفئات	التكرار	النسبة
اهداف المؤسسة	20	%80
اهتمامك وطموحات العمل	3	%12
استراتيجيات و توجهات المؤسسة	2	%8
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على مدى توافق وسائل الاتصال الرقمي المعتمدة مع الأهداف والاهتمامات المختلفة داخل المؤسسة العمومية التلفزيونية. يُظهر الجدول أن وسائل الاتصال الرقمي تتماشى بشكل رئيسي مع أهداف المؤسسة، حيث يُعتبر هذا التوافق هو الأبرز بنسبة

80%. في المقابل، تتماشى وسائل الاتصال الرقمي مع اهتمامات وطموحات العمل بنسبة 12%، بينما تتماشى مع استراتيجيات وتوجهات المؤسسة بنسبة 8.%

هذه النتائج تعكس أن التركيز الأساسي لوسائل الاتصال الرقمي هو دعم وتحقيق الأهداف المؤسسية، مما يعزز من فعاليتها في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة. يُشير هذا التوافق الكبير مع أهداف المؤسسة إلى أن هذه الوسائل تُستخدم بشكل رئيسي لتعزيز الأداء المؤسسي. من ناحية أخرى، يُظهر الجدول أن وسائل الاتصال الرقمي تُسهم بشكل أقل في تلبية اهتمامات وطموحات العمل الفردية، كما أن التوافق مع الاستراتيجيات والتوجهات العامة للمؤسسة يُعتبر الأقل، مما قد يدل على أن هذه الوسائل ليست دائمًا جزءًا من الخطط الاستراتيجية الشاملة.

أن وسائل الاتصال الرقمي في المؤسسة تتماشى بشكل رئيسي مع أهداف المؤسسة، مما يعكس التركيز على تحقيق الأهداف المؤسسية، بينما تكون مساهمتها في تلبية الاهتمامات الشخصية واستراتيجيات المؤسسة أقل نسبياً.

جدول رقم (14) يمثل تقيم الاتصال الرقمي المستخدم في المؤسسة من قبل المبحوثين :

الفئات	التكرار	النسبة
جيد	3	%12
حسن	20	%80
متوسط	2	%8
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على تقييم الاتصال الرقمي المستخدم في المؤسسة العمومية التلفزيونية. يُظهر الجدول أن معظم المشاركين يعتبرون الاتصال الرقمي المستخدم "حسنًا"، حيث حصل على تقييم "حسن" بنسبة 80 %. بينما يُقيّم 12% من المشاركين الاتصال الرقمي بأنه "جيد"، ويُعتبر 8% منه على أنه "متوسط."

تُعكس هذه النتائج رضا عام عن الاتصال الرقمي، مما يدل على فعاليته في تلبية احتياجات المؤسسة وتحسين الأداء. يُشير التقييم الإيجابي العالي إلى أن وسائل الاتصال الرقمي تُستخدم بشكل فعال وتساهم بشكل كبير في إنجاز المهام داخل المؤسسة. من ناحية أخرى، تُظهر النسب الأصغر لتقييم "الجيد" و"المتوسط" أن هناك بعض المجالات التي قد تحتاج إلى تحسين لضمان تحقيق أعلى مستويات الكفاءة والفعالية في استخدام الاتصال الرقمي.

أن الاتصال الرقمي في المؤسسة يُقيّم بشكل إيجابي بشكل عام، حيث يُعتبر "حسنًا" من قبل الغالبية، مما يعكس رضاًا كبيرًا عن فعاليته. ومع ذلك، هناك نسبة صغيرة تُقيّم الاتصال بأنه "جيد" أو "متوسط"، مما يشير إلى الحاجة إلى معالجة بعض التحديات أو تحسينات إضافية.

جدول رقم (15) يمثل ما اذا كانت الإدارة العليا تهتم بوصول المعلومات اليك في وقتها المناسب من خلال استخدامها للرقمنة :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	25	%100
لا	0	%0
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على مدى اهتمام الإدارة العليا بوصول المعلومات في وقتها المناسب من خلال استخدام الرقمنة. يُظهر الجدول أن جميع المشاركين، بنسبة 100%، يؤكدون أن الإدارة العليا تهتم بوصول المعلومات في الوقت المناسب من خلال استخدام الرقمنة ، في حين نجد أن النسبة منعدمة للذين يرون أن الادارة العليا لا تهتم بوصول المعلومات في وقتها المناسب من خلال استخدامها للرقمنة .

هذا التوزيع يعكس أن هناك توافقًا كاملاً بين المشاركين في تأكيد اهتمام الإدارة العليا بالرقمنة كوسيلة لضمان وصول المعلومات بفعالية وفي الوقت المناسب. يُظهر هذا التأكيد أن الرقمنة

تُعتبر أداة حيوية في تحسين كفاءة تدفق المعلومات داخل المؤسسة، مما يساهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية والعمليات اليومية بشكل أكثر فعالية.

الإدارة العليا في المؤسسة تُعطي أولوية كبيرة لوصول المعلومات في الوقت المناسب من خلال استخدام الرقمنة، مما يعكس التزامها بتحسين فعالية إدارة المعلومات وتدفقها باستخدام التقنيات الرقمية الحديثة.

جدول رقم (16) يمثل الهدف من اتصال الإدارة العليا بعمالها :

الفئات	التكرار	النسبة
فهم مستوى ادائك	13	%52
تنفيذ القرارات و التعليمات	9	%36
المشاركة في اتخاذ القرارات	3	%12
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على الهدف من اتصال الإدارة العليا بالمشاركين. يُظهر الجدول أن الهدف الرئيسي من الاتصال هو فهم مستوى أداء الأفراد، حيث يُمثل هذا الهدف 52% من الإجمالي. يليه الهدف المتعلق بتنفيذ القرارات والتعليمات بنسبة 36%. بينما يُعتبر الهدف من المشاركة في اتخاذ القرارات الأقل تكرارًا، حيث يُمثل 12% فقط.

تشير النتائج إلى أن الإدارة العليا تركز بشكل أساسي على فهم مستوى أداء الأفراد، مما يعكس اهتمامًا كبيرًا في تقييم وتحليل كفاءة الأداء داخل المؤسسة. يُظهر هذا التركيز على فهم الأداء أن الإدارة العليا تسعى للحصول على رؤى واضحة لتحسين الأداء وتحقيق أهداف المؤسسة بشكل أكثر فعالية. من ناحية أخرى، يُعتبر تنفيذ القرارات والتعليمات هدفًا ذا أهمية كبيرة أيضًا، حيث يُعزز من التأكد من أن السياسات والإجراءات تُنفذ بشكل صحي. أما المشاركة في اتخاذ

القرارات، فتُعتبر أقل تكرارًا، مما يدل على أن دور الأفراد في عملية اتخاذ القرارات قد يكون محدودًا مقارنةً بالتركيز على فهم الأداء وتنفيذ

المحور الثالث يتعلق بمعوقات الاتصال الرقمي التي تؤثر على تحسين الأداء الوظيفي للعمال فس المؤسسة

جدول رقم (17) يمثل ما اذا كان الاتصال يؤثر في رفع الأداء الوظيفي للعاملين : التعليمات

الفئات	التكرار	النسبة
دائما	4	%16
أحيانا	21	%84
اطلاقا	0	%0
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على تأثير نوع الاتصال في رفع الأداء الوظيفي. يُظهر الجدول أن غالبية المشاركين، بنسبة 84%، يرون أن نوع الاتصال يؤثر في رفع الأداء الوظيفي "أحيانًا"، بينما يعتبر 16% من المشاركين أن هذا التأثير يحدث "دائمًا" ، في حين نجد ان نسبة معدومة 0 % للذين يرون ان نوع الاتصال لا يؤثر في رفع الأداء الوظيفي اطلاقا .

تشير النتائج إلى أن تأثير نوع الاتصال على الأداء الوظيفي يعتبر غير ثابت، حيث يُعتبر فعالًا في بعض الأحيان ولكن ليس دائمًا. هذا قد يعني أن تحسين نوع الاتصال يمكن أن يسهم في تحسين الأداء الوظيفي، لكن تأثيره قد يختلف بناءً على السياق وظروف العمل. من ناحية أخرى، يرى القليل من المشاركين أن تأثير نوع الاتصال هو دائم ومستمر، مما يعكس وجود تأثير ثابت ونمط مستمر لتحسين الأداء الوظيفي.

باختصار، يُبرز الجدول أن نوع الاتصال يؤثر في رفع الأداء الوظيفي "أحيانًا" بالنسبة لغالبية المشاركين، بينما يعتبر تأثيره "دائمًا" لدى نسبة أقل. هذه النتائج توحي بأن تحسين نوع الاتصال يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على الأداء، ولكن هذا التأثير قد لا يكون دائمًا أو متسقًا في جميع الحالات.

جدول رقم (18) يمثل تقيم اثر الاتصال الرقمي داخل مؤسستكم على ادائك الوظيفي :

الفئات	التكرار	النسبة
ساهم في رفع الاداء الوظيفي	12	%48
ساهم في تحسين الاداء الوظيفي لدى الموظفين	7	%28
تغيير في مستويات و اشكال الاتصال الرقمي	6	%24
المجموع	25	%100

الجدول يعرض تقييم أثر الاتصال الرقمي داخل المؤسسة العمومية التلفزيونية على الأداء الوظيفي. يُظهر الجدول أن 48% من المشاركين يرون أن الاتصال الرقمي ساهم في رفع الأداء الوظيفي بشكل ملحوظ، بينما 28% يشعرون بأنه ساهم في تحسين الأداء الوظيفي لدى الموظفين بشكل عام. كما أن 24% من المشاركين يرون أن الاتصال الرقمي أدى إلى تغييرات في مستويات وأشكال الاتصال داخل المؤسسة.

تشير هذه النتائج إلى أن الاتصال الرقمي له تأثير إيجابي بارز على الأداء الوظيفي، حيث يعزز الأداء الفردي بشكل رئيسي ويُحسن الأداء الجماعي لدى الموظفين. من جهة أخرى، يُعكس التقييم الأخير أن الاتصال الرقمي قد أدى إلى تطورات في كيفية تبادل المعلومات، مما يعكس تحولًا في أساليب التواصل داخل المؤسسة.

جدول رقم (19) يمثل مدى تحفيز الإدارة لعمالها خاصة اثناء قيامهم بأداء اكثر كفاءة:

تكافئ الإدارة عمالها خاصة اثناء قيامهم بأداء اكثر كفاءة	التكرار	النسبة
دائما	15	%60
أحيانا	3	%12
اطلاقا	7	%28
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على مدى تكافئ الإدارة لعمالها، خاصة عند قيامهم بأداء أكثر كفاءة. يُظهر الجدول أن 60 % من المشاركين يؤكدون أن الإدارة تكافئ عمالها عندما يحققون أداءً أكثر كفاءة، بينما 12% يقولون إن الإدارة لا تكافئهم، و28% من المشاركين يُشيرون إلى أنهم "لا يعرفون" أو لم يحددوا موقفهم بوضوح.

تشير هذه النتائج إلى أن هناك توجهًا إيجابيًا لدى الإدارة نحو تكافئ الأفراد الذين يظهرون أداءً متميزًا. النسبة الكبيرة التي تؤكد أن الإدارة تكافئ الأداء الكفء تعكس اهتمامًا في تحفيز وتحفيز الموظفين من خلال التقدير والمكافآت. من ناحية أخرى، تُظهر النسبة الأصغر التي تشير إلى عدم تكافؤ الأداء أو إلى عدم وضوح في الموقف، أنه قد تكون هناك بعض التحديات أو عدم وضوح في سياسات المكافآت داخل المؤسسة.

أن الإدارة تُظهر اهتمامًا كبيرًا في تكافئ عمالها على الأداء المتميز، حيث تكافئ 60% من المشاركين عند تقديم أداء أكثر كفاءة، بينما هناك بعض التحديات أو عدم وضوح في سياسات المكافآت لدى نسبة أقل من المشاركين.

جدول (20) :يمثل علاقة متغير الخبرة المهنية و الوظيفة لاهم طرق مكافاة إدارة المؤسسة التلفزيونية بولاية الجزائر العاصمة للعمال بصفة دائمة .\

الفئات	التكرار	النسبة
تحفيز مادي	10	%66.6
معنوي	5	%33.3
ترقية	0	%0
المجموع	15	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على طرق التحفيز التي تستخدمها الإدارة لعمالها عند تحقيقهم أداءً أكثر كفاءة. يُظهر الجدول أن 33.3% من المشاركين يشيرون إلى أن الإدارة تستخدم "التحفيز المعنوي" كطريقة لمكافئة عمالها ، بينما 66.6 % يذكرون أن "التحفيز المادي" هو الطريقة المعتمدة.

تشير النتائج إلى أن الإدارة تفضل بشكل عام استخدام التحفيز المعنوي أكثر من التحفيز المادي. والتحفيز المعنوي يمكن أن يشمل التقدير العلني، شهادات التقدير، والمكافآت غير المالية التي تعزز من روح الفريق والشعور بالاعتراف والإنجاز. في المقابل، التحفيز المادي يتضمن المكافآت المالية مثل العلاوات، الهدايا، أو المكافآت النقدية، والتي تُعتبر أيضًا طرقًا فعالة ولكن بنسبة أقل مقارنةً بالتحفيز المعنوي.

أن الإدارة تعتمد بشكل رئيسي على التحفيز المعنوي لتكافئ عمالها عند تقديم أداء متميز، مع استخدام التحفيز المادي بنسبة أقل. هذا يشير إلى اهتمام الإدارة بتقدير الجهود الفردية وتعزيز روح الفريق من خلال التقدير المعنوي، بالإضافة إلى المكافآت المالية.

المتغير	الإجابة	حوافز مدية		حوافز معنوية		الترقية		المجموع	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الخبرة المهنية	اقل من 5سنوات	5	%33,3	3	%20	0	%0	8	%53,33
	من 5 الى 10سنوات	4	%22,66	2	%13,33	0	%0	6	%40
	اكثر من 10سنوات	1	%6,66	0	%0	0	%0	1	%6,66
	المجموع	10	%66,66	5	%33,33	0	%0	15	%100
الوظيفة	الإداريين	8	%53,33	3	%20	0	%0	11	%73,33
	الصحفيين	2	%13,33	2	%13,33	0	%0	4	%26,66
	المجموع	10	%66,66	5	%33,33	0	%0	15	%100

من خلال الجدول المتعلق بالمتغير الخبرة المهنية ان اغلبية الافراد المبحوثين ياكدون بنسبة تتمثل 33, 33% بان الحوافز المادية تعد بان افراد المبحوثين الذين لهم خبرة مهنية اقل من 5 سنوات ياكدون بان الحوافز المادية يعد من احد طرق مكافئة الإدارة للعمال بصفة دائمة حيث يلاحظ ان هذه الفئة من الافراد المبحوثين ذات خبرات و تجارب تنظيمية و مهنية اقل و هذا نتيجة التحاقهم حديث العهد بالعمل من اجل تحسين مستوى أدائهم في المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري و في ثاني الترتيب نجد ان افراد المبحوثين الذي لهم خبرة مهنية من 15 الى 10 سنوات تمثل 26, 66% حيث يتمتعون بخبرات محترمة و معتبرة و هذا ما يؤدي الإدارة هذه المؤسسة الى تشجيع العمال على الأداء الوظيفي من خلال تشجيعهم و تحفيزهم ماديا أي من خلال الزيادة في الأجور و تقديم العلوات و المنح المالية و بالزيادة في الراتب

في الأخير الترتيب يتبدل ترتيب الافراد المبحوثين الذي لهم خبرة مهنية اكثر من 10 سنوات الذي تمثل نسبته 66.6% و هذه الفئة من افراد المبحوثين ذات خبرة و حنكة و تمرس اداري و وظيفي و علمي مما يؤدي بالإدارة الى تقديم حوافز مادية و مالية بهدف تدعيم و تعزيز مستوى الأداء المهني على مستوى المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري من هنا نستنتج في الأخير بان المؤسسة العمومية التلفزيونية الجزائرية تقوم بتدعيم و تشجيع موظفيها من خلال تقدم حوافز مادية ومالية من يؤدي في الأخير الى الرفع من المستوى أدائهم الوظيفي وهذا نتيجة توفر وظروف واجواء تنظيمية وحيدة تسمح لهم بالرفع من معنوياتهم النفسية ومن تقديم الأداء الوظيفي المناسب والملائم اما الجدول المتعلق بالمتغير الوظيفية فنلاحظ ان اغلبية الافراد المبحوثين من الإداريين يؤكدون بالنسبة 53,33 %وهذه الفئة تقوم بالوظائف إدارية داخل المؤسسة العمومية التلفزيونية الجزائرية اما بالنسبة الصحفي والتي تمثل في 13,33% والذي بدوره يقوم بمهمات كبيرة من خلال تقديم الكثير من المعلومات ونشر الاخبار اما من جهة الحوافز المعنوية فتبلغ نسبة الإداريين 20 %و التي تمثل اكثر نسبة وبالنسبة الصحفيين فتبلغ نسبة 33, 13%وهي النسبة متوسطة واما في الأخير الذي يمثل في الترقية وهي معدومة بالنسبة 0 %.

جدول رقم (21) يمثل ما اذا كانت المؤسسة تهتم من خلال استخدامها للرقمنة بتحسن اداء العاملين على اتم وجه :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	20	%80
لا	5	%20
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على مدى اهتمام المؤسسة بتحسين أداء الأفراد من خلال استخدام الرقمنة. يُظهر الجدول أن 80% من المشاركين يؤكدون أن المؤسسة تهتم بتحسين أدائهم عمالها على أكمل وجه من خلال استخدام الرقمنة، بينما 20% يشيرون إلى أن المؤسسة لا تقوم بذلك.

تشير النتائج إلى أن الغالبية العظمى من المشاركين يشعرون أن المؤسسة تستخدم الرقمنة بشكل فعال لتحسين أدائهم. يُعكس هذا الاهتمام الكبير بالرقمنة كوسيلة لتحسين الأداء وتسهيل العمليات داخل المؤسسة. بالمقابل، تشير النسبة الأقل إلى أن هناك نقصًا في الاهتمام أو الفعالية في استخدام الرقمنة لتحسين الأداء.

أن المؤسسة تُظهر اهتمامًا كبيرًا في تحسين الأداء من خلال استخدام الرقمنة، حيث يُعتبر ذلك سائدًا بين المشاركين بنسبة 80 %. بينما هناك نسبة أقل تشعر بعدم وجود اهتمام كافٍ من قبل المؤسسة في هذا المجال.

جدول رقم (22) يمثل ما اذا كان الاتصال الرقمي يساهم في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى زبائنها :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	13	%52
لا	12	%48
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على مدى مساهمة الاتصال الرقمي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى زبائنها. يُظهر الجدول أن 52 % من المشاركين يرون أن الاتصال الرقمي يساهم في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى زبائنها، بينما 48% يرون أنه لا يساهم في ذلك.

تشير النتائج إلى أن هناك تباينًا في الآراء بشأن تأثير الاتصال الرقمي على الصورة الذهنية للمؤسسة. يُعكس الرأي الأكثر شيوعًا (52%) أن الاتصال الرقمي له تأثير إيجابي في تحسين الصورة الذهنية، مما يشير إلى أن الوسائل الرقمية قد تكون فعالة في تعزيز تصورات الزبائن عن المؤسسة. من ناحية أخرى، يعكس الرأي الأقل تكرارًا (48%) أن هناك شعورًا بعدم فعالية الاتصال الرقمي في تحسين الصورة الذهنية، مما قد يشير إلى وجود تحديات أو نقص في استراتيجيات الاتصال الرقمي المعتمدة.

أن تأثير الاتصال الرقمي على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة هو موضوع نقاش بين المشاركين، حيث يرى نصفهم تقريبًا أن الاتصال الرقمي له تأثير إيجابي، بينما النصف الآخر لا يرى ذلك. هذا يشير إلى وجود تباين في الفعالية والتأثير للاتصال الرقمي على صورة المؤسسة لدى زبائنه.

جدول رقم (23) يمثل ما اذا كان العمال يجدون تجد صعوبات في الاتصال الرقمي داخل المؤسسة التي يعملون بها :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	8	% 2,2
لا	17	%68
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على مدى مواجهة صعوبات في الاتصال الرقمي داخل المؤسسة. يُظهر الجدول أن 68 % من المشاركين لا يجدون صعوبة في الاتصال الرقمي، بينما 22% يعترفون بوجود صعوبات في هذا المجال.

تشير النتائج إلى أن الغالبية العظمى من المشاركين، بنسبة 68%، لا تواجه صعوبات كبيرة في استخدام الاتصال الرقمي داخل المؤسسة. هذا يعكس أن النظام الرقمي المعتمد يعمل

بشكل جيد بالنسبة لهم ويسهم في تسهيل التواصل والتنسيق. في المقابل، يعاني 22 % من المشاركين من صعوبات في الاتصال الرقمي، مما قد يشير إلى وجود تحديات أو مشكلات تتعلق بالتكنولوجيا، التدريب، أو الاستخدام الفعّال للأدوات الرقمية.

أن الاتصال الرقمي داخل المؤسسة يُعتبر سهلاً وفعّالاً بالنسبة لغالبية المشاركين، بينما تواجه نسبة أقل صعوبات في استخدامه. هذا يشير إلى أن هناك نجاحًا عامًّا في تنفيذ أدوات الاتصال الرقمي، مع بعض المشكلات التي قد تتطلب اهتمامًا وتحسينات إضافية.

جدول رقم (24) يمثل نوع الخلل الذي يؤثر على عدم نجاح العملية الاتصالية الرقمية :

الفئات	التكرار	النسبة
عدم الثقة في النفس	2	%8
عدم اختيار القناة الاتصال المناسبة	11	%44
قلة الاجهزة المتاحة	8	%32
الاستخدام السيء للرقمنة	4	%16
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على الأسباب التي تؤثر على عدم نجاح العملية الاتصالية الرقمية. يُظهر الجدول أن أكبر نسبة من المشاركين، وهي 44%، تعتقد أن عدم اختيار القناة المناسبة هو السبب الرئيسي في عدم نجاح العملية الاتصالية الرقمية. بينما يعتبر 32% أن قلة الأجهزة المتاحة هي السبب، و16% يرون أن الاستخدام السيء للرقمنة هو السبب. وأخيرًا، 8% من المشاركين يرون أن عدم الثقة في النفس هو السبب.

تشير النتائج إلى أن عدم اختيار القناة المناسبة للتواصل هو التحدي الأكبر الذي يؤثر على فعالية العملية الاتصالية الرقمية. هذا قد يعني أن تحديد القنوات المناسبة والتي تتماشى مع نوع الرسائل والمستلمين هو أمر حاسم لنجاح الاتصال الرقمي. من ناحية أخرى، تُعتبر قلة الأجهزة المتاحة أيضًا عائقًا كبيرًا، حيث يمكن أن تحد من قدرة الأفراد على استخدام الأدوات الرقمية بشكل فعال. كما يشير الاستخدام السيء للرقمنة إلى أنه حتى مع توفر الأدوات، قد تكون هناك مشكلات تتعلق بكيفية استخدامها بشكل صحيح. وأخيرًا، عدم الثقة في النفس يُعتبر أقل تأثيرًا ولكنه لا يزال أحد العوامل التي يمكن أن تؤثر على نجاح الاتصال الرقمي.

أن الأسباب الرئيسية لعدم نجاح العملية الاتصالية الرقمية تشمل عدم اختيار القناة المناسبة، قلة الأجهزة المتاحة، والاستخدام السيء للرقمنة، بينما عدم الثقة في النفس يُعتبر عاملًا أقل أهمية

جدول رقم (25) يمثل الصعوبات التي يرى المبحوثين بانها تعيق عملية الاتصال الرقمي:

الفئات	التكرار	النسبة
ثقافية	6	%24
إدارية	19	76%
تقنية	00	%00
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على الصعوبات التي تعيق عملية الاتصال الرقمي. يُظهر الجدول أن 76% من المشاركين يرون أن الصعوبات الإدارية هي العائق الرئيسي لعملية الاتصال الرقمي، بينما 24% يعتبرون أن الصعوبات الثقافية هي السبب.اما بالنسبة للتقنية فهي معدومة .

تشير النتائج إلى أن الصعوبات الإدارية تُعتبر التحدي الأكبر الذي يؤثر على فعالية الاتصال الرقمي، مما قد يشير إلى وجود مشكلات في التنظيم، إدارة الموارد، أو تنفيذ استراتيجيات الاتصال الرقمي بشكل فعّال. من ناحية أخرى، تُعتبر الصعوبات الثقافية أقل تأثيرًا، حيث قد تشمل التحديات المتعلقة بالاختلافات الثقافية بين الأفراد أو عدم توافق في استخدام التكنولوجيا.

يُبرز الجدول أن الصعوبات الإدارية هي العامل الأساسي الذي يُعيق عملية الاتصال الرقمي داخل المؤسسة، بينما الصعوبات الثقافية تُعتبر أقل تأثيرًا ولكن لا تزال لها دور في بعض الأحيان.

جدول رقم (26) يمثل أهم الصعوبات التي تؤثر عليك تقنيا و تقلل من ادائك الوظيفي :

الفئات	التكرار	النسبة
زيادة المهام ونقص المتعاونين	17	%68
تناقض في التصريحات الرسمية و الواقع الفعلي للعمل	4	%16
الاستقلالية في العمل	4	%16
عدم التمكن من استخدام الرقمنة	00	%00
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على الصعوبات التقنية التي تؤثر على الأداء الوظيفي وتقلله. يُظهر الجدول أن أكبر نسبة من المشاركين، وهي 68%، تشير إلى أن زيادة المهام ونقص المتعاونين هي الصعوبة الرئيسية التي تؤثر على أدائهم الوظيفي. بينما 16% يرون أن التناقض بين التصريحات الرسمية والواقع الفعلي للعمل يُشكل صعوبة، ونفس النسبة تنطبق على الاستقلالية في العمل. اما بالنسبة لاستخدام الرقمنة فهي بالعكس تحسن من أدائهم الوظيفي .و لا يمكن القول بان الموظف لا يستطيع استخدام الرقمنة فهي الأساس في الأداء الوظيفي فنسبة عدم التمكن هي 00%.

تشير النتائج إلى أن زيادة المهام ونقص المتعاونين تعتبر التحدي الأكبر الذي يؤثر على الأداء الوظيفي، مما قد يعكس ضغوط العمل الزائدة وعدم وجود الدعم الكافي لتحقيق الأهداف بشكل فعّال. من ناحية أخرى، التناقض بين التصريحات الرسمية والواقع الفعلي للعمل، وكذلك الاستقلالية في العمل، تُعتبر أقل تأثيرًا ولكن لا تزال تؤثر على الأداء في بعض الحالات.

يُبرز الجدول أن الصعوبات التقنية التي تؤثر على الأداء الوظيفي تشمل بشكل رئيسي زيادة المهام ونقص المتعاونين، بينما التناقض بين التصريحات الرسمية والواقع الفعلي والاستقلالية في العمل تُعتبر عوامل أقل تأثيرًا ولكنها تساهم أيضًا في تقليل الأداء.

جدول رقم (27) يمثل نوع تأثير خبرة العامل الحالية على اداء المؤسسة :

الفئات	التكرار	النسبة
إيجابيا	21	%84
سلبيا	4	%16
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على تأثير الخبرة الحالية على أداء المؤسسة. يُظهر الجدول أن 84% من المشاركين يرون أن خبرتهم الحالية تؤثر بشكل إيجابي على أداء المؤسسة، بينما 16% يرون أن تأثيرها سلبي.

تشير النتائج إلى أن الغالبية العظمى من المشاركين يعتبرون أن خبرتهم تلعب دورًا إيجابيًا في تحسين أداء المؤسسة، مما يعكس أن الخبرة تساهم في تعزيز كفاءة العمل وتحقيق الأهداف بشكل أفضل. من ناحية أخرى، يُعتبر التأثير السلبي للخبرة أقل شيوعًا، مما قد يشير إلى وجود بعض التحديات أو المشاكل المتعلقة بالخبرة التي يمكن أن تؤثر على الأداء ولكن بنسبة أقل.

أن الخبرة الحالية لها تأثير إيجابي ملحوظ على أداء المؤسسة، حيث يعتبر 84% من المشاركين أن خبرتهم تعزز الأداء، بينما 16% يشعرون أن هناك تأثيرًا سلبيًا.

جدول رقم (28) يمثل ما اذا كانت المؤسسة تقوم بإجراء دورات تدريبية حول كيفية استخدام الوسائل الرقمنة لتحسين الأداء الوظيفي :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	23	%92
لا	2	%8
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على ما إذا كانت المؤسسة تقوم بإجراء دورات تدريبية حول كيفية استخدام الوسائل الرقمية لتحسين الأداء الوظيفي. يُظهر الجدول أن 92% من المشاركين يؤكدون أن المؤسسة تُجري دورات تدريبية في هذا المجال، بينما 8% يقولون إن المؤسسة لا تقوم بذلك.

تشير النتائج إلى أن المؤسسة تُولي اهتمامًا كبيرًا بتدريب الموظفين على استخدام الوسائل الرقمية، مما يعكس التزامها بتحسين الأداء الوظيفي من خلال تعزيز المهارات الرقمية. هذا التدعيم يُعتبر ضروريًا لتحسين الكفاءة وزيادة فعالية استخدام الأدوات الرقمية داخل المؤسسة. بالمقابل، النسبة الأقل التي تشير إلى عدم وجود دورات تدريبية قد تدل على وجود فجوات أو نقص في بعض المجالات.

يُبرز الجدول أن غالبية المشاركين يرون أن المؤسسة تقوم بانتظام بإجراء دورات تدريبية حول استخدام الوسائل الرقمية لتحسين الأداء الوظيفي، حيث تصل النسبة إلى 92%. بينما يشير

8% من المشاركين إلى عدم وجود مثل هذه الدورات، مما يبرز الحاجة إلى تحسين في هذا الجانب.

جدول رقم (29) يمثل العوامل التي تحفز الأفراد لإنجاز عملهم بشكل جيد :

الفئات	التكرار	النسبة
نوع الاتصال المستخدم	5	%20
نوع الوسائل الاتصال المستخدمة	19	%76
التعليق بوظيفتك	1	%4
المجموع	25	% 100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على العوامل التي تحفز الأفراد لإنجاز عملهم بشكل جيد. يُظهر الجدول أن 76 % من المشاركين يعتبرون أن "نوع الوسائل الاتصال المستخدمة" هو العامل الرئيسي الذي يحفزهم، بينما 20 % يشيرون إلى أن "الاتصال المستخدم" هو المحفز الأساسي، و4% فقط يرون أن "التعليق بوظيفتك" هو المحفز.

تشير النتائج إلى أن الوسائل المستخدمة في الاتصال تلعب دورًا كبيرًا في تحفيز الأفراد لإنجاز عملهم بشكل جيد، مما قد يعني أن توفر أدوات فعّالة ومناسبة للتواصل يساعد بشكل كبير في تحسين الأداء والإنتاجية. من ناحية أخرى، يُعتبر الاتصال المستخدم بشكل عام أيضًا محفزًا ولكن بنسبة أقل، بينما يُظهر التعليق بوظيفتك كعامل تحفيز أقل تأثيرًا.

أن "نوع الوسائل الاتصال المستخدمة" هو العامل الأكثر تحفيزًا للأفراد لإنجاز عملهم بشكل جيد، حيث يساهم بنسبة 76% من المشاركين في تعزيز أداء العمل. بينما تعتبر العوامل الأخرى مثل "الاتصال المستخدم" و"التعليق بوظيفتك" أقل تأثيرًا، مما يشير إلى أهمية تحسين أدوات الاتصال لتعزيز التحفيز والإنتاجية.

المحور الرابع يتعلق بالدور الذي يلعبه الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة التلفزيونية

جدول رقم (30) يمثل ما اذا كان للاتصال الرقمي دور في خلق روح التعاون بين الفريق عند أدائهم للمهام الإدارية :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	20	%80
لا	5	%20
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على دور الاتصال الرقمي في خلق روح التعاون بين الفريق عند أداء المهام الإدارية. يُظهر الجدول أن 88. % من المشاركين يرون أن الاتصال الرقمي يساهم في خلق روح التعاون "نعم "، بينما 12 % يعتبرون أنه يساهم "دائمًا" في ذلك.

تشير النتائج إلى أن الاتصال الرقمي له دور ملحوظ في تعزيز التعاون بين أعضاء الفريق أثناء أداء المهام الإدارية، لكن تأثيره يختلف بين المشاركين. الأغلبية العظمى ترى أن الاتصال الرقمي يساهم في التعاون بصفة متقطعة أو حسب الحاجة، مما يشير إلى أن استخدام الوسائل الرقمية قد يحسن من التفاعل والتنسيق بين الأعضاء ولكن ليس دائمًا بشكل مستمر. النسبة الأقل التي تشير إلى عدم التأثير تعكس أن هناك حالات معينة قد تكون فيها الأدوات الرقمية أساسية بشكل أكثر فعالية .

جدول رقم (31) يمثل ما اذا كان الاتصال الرقمي يساهم في عملية التنسيق بين مختلف المستويات الإدارية :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	20	%80
لا	5	%20
المجموع	25	%100

جدول يعرض توزيع العينة بناءً على مدى مساهمة الاتصال الرقمي في عملية التنسيق بين مختلف المستويات الإدارية. يُظهر الجدول أن 80% من المشاركين يرون أن الاتصال الرقمي يساهم في عملية التنسيق بين المستويات الإدارية، بينما 20. % يرون أنه لا يساهم في ذلك.

تشير النتائج إلى أن الاتصال الرقمي يُعتبر أداة فعالة في تحسين التنسيق بين مختلف المستويات الإدارية داخل المؤسسة. النسبة الكبيرة من المشاركين (80%) تؤكد أن الوسائل الرقمية تسهم بشكل كبير في تسهيل وتنسيق التفاعل بين الإدارات والمستويات المختلفة، مما يعكس فعالية استخدام التكنولوجيا في تنظيم وتوحيد الجهود الإدارية. بالمقابل، النسبة الأقل (20.0%) تعتقد أن الاتصال الرقمي لا يلعب دورًا في عملية التنسيق، مما قد يشير إلى وجود تحديات أو مشكلات في تطبيقه في بعض الحالات.

جدول رقم (.32) يمثل الكيفية التي يساهم من خلالها الاتصال الرقمي في تحقيق فعالية الأداء الوظيفي للعمال :

الفئات	التكرار	النسبة
توفير المناخ الملائم للاتصال بين المستويات التنظيمية	21	%84
علاقات وظيفية يسودها التفاهم المشترك	2	%8
التركيز على تحقيق اهداف المؤسسة	2	%8
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على كيفية مساهمة الاتصال الرقمي في تحقيق فعالية الأداء الوظيفي للعمال. يُظهر الجدول أن 84.0% من المشاركين يرون أن الاتصال الرقمي يُساهم في "توفير المناخ الملائم للاتصال بين المستويات التنظيمية"، بينما 8.0% يرون أنه يساهم في بناء "علاقات وظيفية يسودها التفاهم المشترك" و8.0% يرون أنه يساهم في "التركيز على تحقيق أهداف المؤسسة."

تشير النتائج إلى أن الاتصال الرقمي يُعتبر أكثر فعالية في توفير بيئة ملائمة للتواصل بين المستويات التنظيمية، مما يعكس أهمية وجود نظام اتصال رقمي جيد لتسهيل التفاعل والتنسيق بين مختلف الأطراف داخل المؤسسة. يُعزز هذا الفهم أن الاتصال الرقمي يلعب دورًا أساسيًا في تحسين فعالية الأداء من خلال دعم التواصل الفعّال بين الأفراد والإدارات.

في المقابل، العوامل الأخرى مثل تعزيز العلاقات الوظيفية والتفاهم المشترك، أو التركيز على تحقيق أهداف المؤسسة، تُعتبر أقل تأثيرًا وفقًا لآراء المشاركين، مما يشير إلى أن الاتصال الرقمي لا يساهم بشكل كبير في هذه الجوانب مقارنةً بتوفير المناخ الملائم للتواصل.

أن الاتصال الرقمي يُساهم بشكل رئيسي في تحقيق فعالية الأداء الوظيفي من خلال توفير بيئة ملائمة للتواصل بين المستويات التنظيمية، حيث تُعتبر هذه المساهمة الأكثر شيوعًا بين المشاركين بنسبة 84.0%.

جدول رقم (.33) يمثل ما اذا كان الاتصال الرقمي يسهل عمل المؤسسة :

الفئات	التكرار	النسبة
بنسبة جيدة	5	%20
بدرجة متوسطة	18	%72
بدرجة ضعيفة	2	%8
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على مدى تأثير الاتصال الرقمي على تسهيل عمل المؤسسة. يُظهر الجدول أن 72.0% من المشاركين يرون أن الاتصال الرقمي يسهل عمل المؤسسة "بدرجة متوسطة"، بينما 20.0% يرون أن تأثيره "بنسبة جيدة"، و8.0% فقط يرون أن تأثيره "بدرجة ضعيفة."

تشير النتائج إلى أن الاتصال الرقمي يُعتبر بشكل عام أداة فعالة في تسهيل عمل المؤسسة، حيث يُظهر معظم المشاركين (72.0%) أن تأثيره يكون بدرجة متوسطة. هذا يعني أن الاتصال الرقمي يلعب دورًا مهمًا في تحسين كفاءة العمليات والعمل داخل المؤسسة، لكنه قد لا يكون العامل الحاسم في جميع الحالات. النسبة الأقل التي ترى تأثيرًا جيدًا تعكس وجود تقييمات إيجابية، بينما النسبة القليلة التي تعتبر تأثيره ضعيفًا قد تشير إلى بعض المشكلات أو التحديات في استخدام الاتصال الرقمي بشكل فعّال.

أن الاتصال الرقمي يُساهم في تسهيل عمل المؤسسة بشكل عام، حيث يُعتبر تأثيره "بدرجة متوسطة" بالنسبة لغالبية المشاركين (72.0%). بينما هناك نسبة أقل تشعر بأن تأثيره جيد أو ضعيف، مما يعكس تباينًا في مدى فعالية الاتصال الرقمي حسب التجارب الفردية.

جدول رقم (.34) يمثل ما اذا كان اعتماد الكلي على الاتصال الرقمي داخل المؤسسة له تأثير على الأداء الوظيفي :

الفئات	التكرار	النسبة
بنسبة كبيرة	6	%24
بدرجة متوسطة	19	%76
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على تأثير الاعتماد الكلي على الاتصال الرقمي داخل المؤسسة على الأداء الوظيفي. يُظهر الجدول أن 76.0% من المشاركين يرون أن الاعتماد الكلي على الاتصال الرقمي يؤثر على الأداء الوظيفي "بدرجة متوسطة"، بينما 24.0% يرون أن تأثيره يكون "بنسبة كبيرة."

تشير النتائج إلى أن معظم المشاركين (76.0%) يعتبرون أن الاعتماد الكامل على الاتصال الرقمي له تأثير معتدل على الأداء الوظيفي، مما يعكس أن الاتصال الرقمي يُساهم في تحسين الأداء بشكل ما ولكن ليس بشكل حاسم في جميع الحالات. في المقابل، النسبة الأقل التي ترى تأثيرًا كبيرًا تعكس وجود حالات حيث يكون الاتصال الرقمي له تأثير قوي وواضح على الأداء الوظيفي.

لأن الاعتماد الكلي على الاتصال الرقمي يؤثر بشكل رئيسي على الأداء الوظيفي "بدرجة متوسطة" بالنسبة لمعظم المشاركين (76.0%). بينما هناك نسبة أقل تعتبر أن التأثير كبير،

مما يشير إلى تباين في مدى تأثير الاعتماد الكامل على الاتصال الرقمي على الأداء الوظيفي حسب التجارب الفردية.

جدول رقم (.35) يمثل ما اذا كان يمكن الاستغناء عن الاتصال الرقمي اثناء القيام المهام داخل المؤسسة التلفزيونية :

الفئات	التكرار	النسبة
دائما	3	%12
أحيانا	22	%88
اطلاقا	00	%00
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على إمكانية الاستغناء عن الاتصال الرقمي أثناء أداء المهام داخل المؤسسة التلفزيونية. يُظهر الجدول أن 88% من المشاركين يرون أنهم يمكنهم الاستغناء عن الاتصال الرقمي "أحيانًا"، بينما 12 % يرون أنهم يمكنهم الاستغناء عنه "دائمًا." تشير النتائج إلى أن غالبية المشاركين (88%) يرون أن الاتصال الرقمي ليس ضروريًا في جميع الأوقات، مما يعني أنهم يمكنهم أداء مهامهم بدون الاعتماد الكامل على الوسائل الرقمية في بعض الحالات. من ناحية أخرى، النسبة الأقل (12 %) تعتبر أن الاستغناء عن الاتصال الرقمي ممكن دائمًا، مما يشير إلى وجود بعض الأفراد الذين يرون أن الاتصال الرقمي ليس ضروريًا بالنسبة لهم في جميع الأوقات.

أن الاتصال الرقمي يمكن الاستغناء عنه في بعض الأحيان بالنسبة لأغلبية المشاركين (88.0%) أثناء أداء المهام داخل المؤسسة التلفزيونية، بينما يعتبر 12.0% أنه يمكن الاستغناء عنه بشكل دائم، مما يعكس تباينًا في مدى أهمية الاتصال الرقمي بناءً على المهام والظروف.و بطبيعة الأحوال لا يمكن الاستغناء عنه اطلاقا .

جدول رقم (.36.) يمثل ان كان دخول الرقمنة في مؤسستكم ساهم في تحسين أداء العاملين :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	20	%80
لا	5	%20
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على مدى مساهمة دخول الرقمنة في تحسين أداء العاملين. يُظهر الجدول أن 80% من المشاركين يرون أن دخول الرقمنة ساهم في تحسين أداء العاملين، بينما 20% يرون أنه لم يُساهم في ذلك.

تشير النتائج إلى أن الرقمنة كانت لها تأثير إيجابي واضح على أداء العاملين في المؤسسة، حيث يعتقد 80% من المشاركين أن استخدام التكنولوجيا الرقمية ساعد في تحسين الأداء. هذا يعكس فعالية الرقمنة في تعزيز كفاءة العمل وتسهيل أداء المهام بشكل أفضل. بينما النسبة الأقل التي تشير إلى عدم مساهمة الرقمنة قد تعكس وجود بعض التحديات أو المشكلات التي لم يتم معالجتها بشكل كافٍ.

أن دخول الرقمنة في المؤسسة ساهم بشكل كبير في تحسين أداء العاملين، حيث تُعتبر الرقمنة مفيدة لتحسين الأداء بنسبة 80% من المشاركين، بينما يعتبر 20% أن الرقمنة لم تُحدث تأثيرًا إيجابيًا.

جدول رقم (.37.) يمثل ما اذا كان الأداء الوظيفي يعتمد فقط على الاتصال الرقمي داخل مؤسستكم :

الفئات	التكرار	النسبة
نعم	18	%72
لا	7	%28
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على مدى اعتماد الأداء الوظيفي على الاتصال الرقمي داخل المؤسسة. يُظهر الجدول أن 72% من المشاركين يرون أن الأداء الوظيفي يعتمد فقط على الاتصال الرقمي، بينما 28% يرون أنه لا يعتمد بشكل كامل على الاتصال الرقمي.

تشير النتائج إلى أن غالبية المشاركين (72%) يعتبرون أن الاتصال الرقمي هو العنصر الأساسي الذي يؤثر على الأداء الوظيفي داخل المؤسسة، مما يعكس أهمية استخدام الوسائل الرقمية في تحسين وتعزيز كفاءة العمل. من ناحية أخرى، النسبة الأقل (28%) تشير إلى أن هناك عوامل أخرى تلعب دورًا في الأداء الوظيفي ولا يعتمد بالكامل على الاتصال الرقمي.

أن الاتصال الرقمي يُعتبر عنصرًا حاسمًا في أداء الوظائف داخل المؤسسة، حيث يعتقد 72% من المشاركين أن الأداء الوظيفي يعتمد فقط على الاتصال الرقمي، بينما يرى 28% أن هناك عوامل أخرى تؤثر أيضًا في الأداء الوظيفي.

جدول رقم (.38.) يمثل تقيم عمليات الاتصال الرقمي التي تقوم بها اثناء تأديتك لعملك :

تقيم عمليات الاتصال الرقمي التي تقوم بها اثناء تأديتك لعملك	التكرار	النسبة
جيدة	22	%88
متوسطة	3	%12
ضعيفة	00	%00
المجموع	25	%100

الجدول يعرض توزيع العينة بناءً على تقييم عمليات الاتصال الرقمي التي يقوم بها الأفراد أثناء تأديتهم لعملهم. يُظهر الجدول أن 88 % من المشاركين يقيّمون عمليات الاتصال الرقمي بأنها "جيدة"، بينما 12% يقيّمونها بأنها "متوسطة."

تشير النتائج إلى أن معظم المشاركين (88 %) يرون أن عمليات الاتصال الرقمي التي يتم تنفيذها أثناء العمل تتم بشكل جيد، مما يعكس فعالية استخدام هذه الوسائل في تحسين الأداء والتواصل. بينما النسبة الأقل (12%) ترى أن التقييم هو "متوسط"، مما قد يشير إلى وجود بعض الجوانب التي يمكن تحسينها.

أن تقييم عمليات الاتصال الرقمي التي يتم استخدامها أثناء أداء العمل هو بشكل عام إيجابي، حيث يُعتبر "جيد" بالنسبة لغالبية المشاركين (88%). بينما هناك نسبة صغيرة تعتبر التقييم "متوسط"، مما يشير إلى وجود مجال لتحسين بعض جوانب الاتصال الرقمي. بحيث انه لا يمكن ان يكون تقييم ضعيف للاتصال الرقمي

خاتمة

خاتمة

في ختام دراستنا نرى ان التطور السريع الذي شهدته الصناعة الإعلامية وظهور التكنولوجية الرقمية والتقنيات الحديثة، التي سمحت في تطوير وتوسيع المجال الإعلامي من خلال التقنيات التي وفرتها هذه التكنولوجيا من كاميرات واستوديوهات رقمية وافتراضية ووحدات مونتاج رقمية ،التي ساهمت بشكل كبير في تحسن الأداء الوظيفي وهذا ما تطرقنا اليه من خلال هذه الدراسة التعرف على استخدام التكنولوجيا الرقمية ودورها في تطوير الأداء الوظيفي، للمؤسسات الإعلامية العمومية الجزائرية بالتركيز على القناة الملتميديا وذلك لمعرفة مدى مواكبتها للتقنيات الرقمية الحديثة ودرجة التحكم العاملين بالقناة لهذه التكنولوجيا وتحديد دورها وانعكاساتها على الأداء الوظيفي.

لقد اسفرت نتائج الدراسة الميدانية التي اجريناها والتي شملت القناة الملتميديا للمؤسسة العمومية الجزائرية ان القناة تعمل على دمج عدة وسائط مختلفة)النص، الصوت، الرسومات ، الفيديو ،)لتقديم المحتوى بطريقة تفاعلية لتحقيق هدف او عدة اهداف محددة المعلومات الرقمية والعمل على تعميمها واعتمادها في مختلف مراحل العمل الويب والتحكم الجيد للعاملين لهذه التقنيات ساهم بشكل كبير في تحسين ورفع مستوى انتاج البرامج والرسالة الإعلامية للقناة ،غير انه يبقى بعيدا نوعا ما عن المستوى الاتصالي المطلوب بالنظر الى ما وصلت اليه القنوات الويب ،في هذا المجال لكن حسب ما تمت ملاحظته ميدانيا ان القناة الويب لها القدرة على الوصول الى مستوى الاتصالي جيد اذ اهتمت بتوفير دورات تكوينية مناسبة بفضل جدية العمل التي يتمتع بها العاملين في القناة، لذلك يجب العمل على اعتماد سياسة تخطيطية للنهوض بالقطاع و الاستفادة من التكنولوجية الرقمية لما لها دور كبير في تحقيق التطور الاتصالي المطلوب .

الاستنتاجات :

أسهمت تكنولوجيا الاعلام الرقمي في الارتباط المباشر و السريع مع مصادر الاخبار و المعلومات فاصبح من السهل الحصول على المعلومات من مواقع الاحداث من خلال وسائل التواصل بالفيديو بالإضافة الى محركات البحث التي يسرت للقائم بالاتصال من خلال الوسائل المتاحة لارسال و استقبال الاعمال التحريرية اضف الى ذالك زيادة حجم الإنتاج من خلال ما يتاح عبر شبكات التواصل .

هناك تاثير إيجابي كبير للتكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج التلفزيوني حيث أسهمت في إضافة خدمات تفاعلية جيدة لدى الموظفين و تصغير الحيز المكاني لتخزين الوسائط الرقمية .

الاقتراحات

ضرورة الاهتمام بالتكوين في استخدام الأنظمة الرقمية في مجال العمل التلفزيوني و كذالك الأجهزة الرقمية من كاميرات و أجهزة خاصة بالاستوديو

الاستثمار في مجال التكنولوجيا الرقمية يجب ان يكون على دراسة جدية يشترك فيها تقنيون و مهندسون في هذا المجال .

العمل على تحسين الأداء بصفة مستمرة للصحفيين المحررين و مقدمي النشرات خاصة موظفي قسم الويب .

ضرورة مواكبة المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري للتقنية الرقمية في جميع مراحل انتاجها من اعداد و تصوير و مونتاج .

قائمة المراجع

أولا الكتب

- ابن منظور لسان العرب ج 11 دار المعارف د.م.ن.2003
- أبو عيشة :**الاعلام الإلكتروني** ; ط,1 دار أسامة للنشرو التوزيع ,الأردن ,2010,
- حسين محمود رحيم **مهارات في علم الاقتصاد وإدارة الاعمال ;** دار الحامد للنشر والتوزيع ; ط 1 ; الأردن 2010; .
- رحيمة الطيب عيساني مدخل الى علم الاعلام و الاتصال, ط1 عالم الكتب الحديث ,الأردن سنة2003 ,.
- رحيمة الطيب عيساني :مدخل الى الاعلام و الاتصال :المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية ;ط1 علم الكتب الحديث للنشر و التوزيع ,الأردن, 2002.
- رحيمة الطيب عيساني :مدخل الى الاعلام و الاتصال :المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية ;ط1 علم الكتب الحديث للنشر و التوزيع ,الأردن, 2002.
- سعيد يسن عامر : **الاتصالات الإدارية والمداخل السلوكي لها ;**دار المريخ للنشر ; دون طبعة ; الرياض ; سنة 1986 .
- سهيلة محسن كاظم الفتلاوي كفايات التدريس دار الشروق للنشر و التوزيع 2003ص24
- عبد الله الطويقي : **علم الاتصال** : دراسة في الأنماط و المفاهيم و عالم الوسيلة الإعلامية ; مكتبة العبيكان ; ط **2** الرياض ; ص218
- ماهر عودة الشمالية : **الاعلام الرقمي الجديد ;** دار الاعصار العلمي ; للنشر والتوزيع ;سنة**2014 ص**
- ماهر عودة الشمولية ومحمود عزت اللحام ومصطفى موسى كافي الاعلام الرقمي الجديد دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع سنة 2014ص81
- ماهرعودة الشمالية : **الاعلام الرقمي الجديد** دارالاعصار للنشر والتوزيع سنة2014 ص

- محمد صاحب السلطان مبادئ الأسس والمفاهيم ط 1دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان 2012 .
- محمد عبد الحميد : نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ,ر ط2 عالم الكتب القاهرة , 2000
- نزار عوني اللبدي تنمية الأداء الوظيفي و الإداري منشورات دار دجلة الطبعة الأولى 2015 المملكة الأردنية الهاشمية عمان شارع الملك حسين–مجمع الفحيص التجاري .
- هادي نهر ,احمد محمود الخطيب : **إدارة الاتصال و التواصل** ,دار عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع ,بدون طبعة الأردن ,,2009.
- الهام بوغليطة فريد كورتل : **الاتصال و اتخاذ القرارات** دار كنوز ; المعرفة للنشر والتوزيع ; ط ; 1 عمان 2010 ;
- هناء حافظ بدوي : **الاتصال بين النظرية والتطبيق** ;الكتب الجامعي الحديثة ;الإسكندرية ; 2002 .

ثانيا المقالات :

- خالد احمد الصرايرة مجلة جامعة دمشق للعلوم التربوية والنفسية جامعة مؤتة الأردن سنة2011ص608
- خالد احمد الصرايرة مجلة جامعة دمشق للعلوم التربوية والنفسية جامعة مؤتة الأردن سنة2011ص608
- شريفي خيرة : **أهمية شبكات الاتصال في التنمية المستدامة** ; المتلقي الوطني الثاني ; جامعة يحي فارس المدية ; 2008
- صارة اوسعيد صارة اوسعيد **واقع الإنتاج التلفزيوني الجزائري في ظل توظيف التكنولوجيا الرقمية** جامعة إبراهيم سلطان شيبوط الجزائر 3 المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الانسانية المجلة 11/ العدد 01 2003

- عبد الباسط محمد عبد الوهاب ،استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي و التلفزيوني دراسة تطبيقية ميدانية ،المكتب الجامعي الحديث (د. م .ن) 2005،ص165
- فتحي محمود طلبه **تاثير التكنولوجيا الرقمية على الأداء الوظيفي للعاملين في الجامعات الحكومية** مجلة اسكندرية للبحوث الإدارية و نظم المعلومات (دراسة تطبيقية على جامعة الفيوم) دكتوراه الإدارة العامة .
- فراج عبد الرحمان مفاهيم أساسية في المكتبات الرقمية مجلة المعلوماتية المملكة العربية السعودية العدد10 مركز المصادر التربوية بوزارة التعليم التربية والتعليم 2005 .
- فريدة بن عمروش صارة اوسعيد **واقع الإنتاج التلفزيوني الجزائري في ظل توظيف التكنولوجيا الرقمية** جامعة إبراهيم سلطان شيبوط الجزائر 3 المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الانسانية المجلة 11/ العدد 01(2003) .
- فريدة بن عمروش **واقع الإنتاج التلفزيوني الجزائري في ظل توظيف التكنولوجيا الرقمية** جامعة إبراهيم سلطان شيبوط الجزائر 3 المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الانسانية المجلة 11/ العدد 01(2003).

رسائل جامعية

- بني فيصل : مذكرة شهادة الماستر،في علوم الاعلام و الاتصال ،تخصص اتصال علاقات عامة
- بوعطيط جلال الدين–الاتصال التنظيمي و علاقته بالاداء الوظيفي –رسالة ماجستر في علم النفس عمل و تنظيم –تخصص السلوك التنظيمي و تسيير الموارد البشرية 2008–2009– جامعة منتوري محمود قسنطينة ..
- نعيمة بوكلتوم رسالة ماجستر في دور الاتصال الداخلي في عملية التغيير التنظيمي دراسة حالة شركة البناء المعدني البليدة جامعة سعد دحلب بالبليدة كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير أكتوبر 2008 .

الملاحق

جامعة مولود معمري تيزي وزو

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال

تخصص اتصال تنظيمي

دليل المقابلة

مقابلة مع : الصحفية ريان

تاريخ اجراء المقابلة : يوم 3 مارس 2024 .

مكان اجراء المقابلة :المرادية بالجزائر العاصمة .

مدة المقابلة : من 3 مارس الى 14 مارس 2024 .

موضوع المقابلة : دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة العمومية الجزائرية .

دراسة حالة مؤسسة ENTV قسم الملتميديا Web .

اجرى المقابلة الطالبتين : اشراف : ريان حناش ريمة لونيس ليزا

السنة الجامعية : 2023 _2024

الملحق الأول :

المطلب الأول :عرض المقابلة

ونرى في هذا العرض الذي اجري في قسم الملتميديا في مؤسسة العمومية التلفزيونية الجزائرية مع السيدة ريان المكلفة بالإعلام و الاتصال .

السؤال الاول : ماهي المواقع الاجتماعية الأكثر استعمالا داخل المؤسسة العمومية التلفزيونية؟

YouTube_

Facebook_

الهدف من السؤال : معرفة المواقع الاجتماعية الاكثر استعمالا داخل المؤسسة العمومية التلفزيونية .

الاجابة : _Facebook

السؤال الثاني :ماهي أنواع الاتصال التي تساهم في زيادة الكفاءة وإنجاز المهام في المؤسسة ؟

الاتصال الشفهي

المكتوبة

الرقمي الإلكتروني

الهدف من السؤال : معرفة أنواع الاتصال التي تساهم في زيادة الكفاءة وإنجاز المهام في المؤسسة

الإجابة الرقمي الالكتروني

السؤال الثالث :من خلال اتصالاتكم الرقمية ماهي الوسيلة الأكثر استخداما ؟

البريد الالكتروني

المحاضرات عن بعد

الهدف من السؤال : معرفة الوسيلة الأكثر استخداما من خلال الاتصالات الرقمية

الإجابة : البريد الالكتروني

السؤال الرابع: ماهي اهم التكنولوجيا الرقمية الحديثة التي تستخدمها في المؤسسة ؟

SMART PHONE_

_الحاسوب

الهدف من السؤال : معرفة اهم التكنولوجيا الرقمية الحديثة التي تستخدمها في المؤسسة

الإجابة :الحاسوب

السؤال الخامس :ماهي طبيعة مساهمة الاتصال الرقمي في أداء المهام داخل المؤسسة

الهدف من السؤال :معرفة طبيعة مساهمة الاتصال الرقمي في أداء المهام داخل المؤسسة

الإجابة: التقرب و التفاهم الرئيسي بين المسؤولين

السؤال السادس :كيف تقيم اثر الاتصال الرقمي داخل مؤسستكم على ادائك الوظيفي ؟

الهدف من السؤال : معرفة اثر الاتصال الرقمي داخل مؤسستكم على ادائك الوظيفي

الإجابة : تغيير في مستويات واشكال الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي

السؤال السابع :ماهي الصعوبات التي ترى بانها تعيق عملية الاتصال الرقمي

اجتماعية

معرفية

تكنولوجية

إدارية

الهدف من السؤال : معرفة الصعوبات التي ترى بانها تعيق عملية الاتصال الرقمي

الإجابة: تكنولوجية

السؤال الثامن :ماهي الصعوبات التي تؤثر عليك تقنيا و تقلل من ادائك الوظيفي

الهدف من السؤال: معرفة الصعوبات التي تؤثر عليك تقنيا و تقلل من ادائك الوظيفي

الإجابة :عدم معرفة استخدام الأجهزة الالكترونية الحديثة .

جامعة مولود معمري تيزي وزو

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال

تخصص اتصال تنظيمي

استمارة استبيان حول : اعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال تحت عنوان :

دور الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة العمومية الجزائرية .

دراسة حالة مؤسسة ENTV قسم الملتميديا Web .

مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في فرع علوم الاعلام و الاتصال

تخصص اتصال تنظيمي

نقدم لكم هذه الاستمارة ونرجو منكم الإجابة عن الأسئلة التي تتضمنها بكل موضوعية و نتعهد بالملاحظة على سرية المعلومات وعدم استعمالها الا بغرض البحث العلمي .

ملاحظة : ضع علامة (+) في الخانة المناسبة .

اعداد الطالبين : اشراف :

حناش ريمة منماني مباركة

لونيس ليزا

السنة الدراسية : 2024/2023

الملحق الثاني :

البيانات الشخصية :

الجنس : ذكر ☐ انثى ☐

لمستوى التعليمي : متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

الخبرة المهنية : اقل من5 سنوات ☐ اقل من 10 سنوات ☐ 15س ☐

الرتبة : اداري ☐ صحفي ☐ ي ☐ ير ☐

المحور الأول :واقع الاتصال الرقمي السائد في المؤسسة التلفزيوني الجزائريةENTV؟

1 هل تملك مؤسستكم موقعا الكترونيا في شبكة الانترنت ؟

نعم ☐ ☐

2 ماهي المواقع الاجتماعية الأكثر استعمالا داخل المؤسسة العمومية التلفزيونية ؟

YOUTUBE ☐ FACEBOOK ☐ SKYPE ☐

3 ماهي أنواع الاتصال التي تساهم في زيادة الكفاءة وإنجاز المهام في المؤسسة؟

شفهي ☐ كتابي ☐ رقمي الكتروني ☐

4 من خلال اتصالاتكم الشفوية ماهي الوسيلة الأكثر استخداما؟

المقابلة ☐ الاتصال الشخصي ☐ الاجتماع ☐ الندوات الصحفية

5-من خلال اتصالكم الكتابية ما هي الوسيلة الأكثر استخداما ؟

المذكرات ☐ النشـ ☐ الكتب الدور ☐

تقارير ☐ المرا ☐

6_من خلال اتصالاتكم الرقمية ماهي الوسيلة الأكثر استخداما؟

البريد الالكتروني ☐ المراسلة الفورية ☐ تقنية التحاضر عن بعد ☐

وسائل التواصل الاجتماعي ☐ روبوتات الدردشة ☐ خدمة الرسائل النصية القصيرة SMS ☐

7 ماهي اهم التكنولوجيا الرقمية الحديثة التي تستخدمها في المؤسسة ؟

اللوحات الالكترونية ☐ SMART PHONE ☐

أخرى اذكرها .....

المحور الثاني : علاقة الاتصال الرقمي السائد في المؤسسة بتحسين الأداء الوظيفي للعمال

8 ماهي طبيعة مساهمة الاتصال الرقمي في أداء المهام داخل المؤسسة؟

يسهل عملية الإدارة للقيام بمهامها ☐

انتقال المعلومات داخل المؤسسة ☐

توفير الجهد والوقت لأداء المهام ☐

التقارب والتفاهم الرئيسي بين المسؤولين ☐

أخرى اذكرها.....

9هل تتماشى وسائل الاتصال الرقمي المعتمدة مع ؟

اهداف المؤسسة ☐

اهتمامك وطموحات العمال ☐

استراتيجيات وتوجيهات المؤسسة ☐

10كيف تقيم الاتصال الرقمي المستخدم في المؤسسة؟

جيد ☐ حس☐ متو☐ ضـ☐

11هل تهتم الإدارة العليا بوصول المعلومات اليك في وقتها المناسب من خلال استخدامها للرقمنة؟

نعم ☐ ☐

اذا كانت اجابتك لا لماذا .....

12ما الهدف من اتصال الإدارة العليا بك هل يكون ذلك :

فهم مستوى ادائك ☐

تنفيذ القرارات و التعليمات ☐

المشاركة في اتخاذ القرارات ☐

اذا كانت اجابتك برفع المستوى ادائك فكيف يكون ذلك

.....

14حسب رايك هل نوع الاتصال يؤثر في رفع الأداء الوظيفي ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ ابدا ☐

15كيف تقيم اثر الاتصال الرقمي داخل مؤسستكم على ادائك الوظيفي؟

ساهم في رفع الأداء الوظيفي ☐

ساهم بدرجة كبيرة في تحسين الأداء الوظيفي لدى الموظفين ☐

تغيير في أسلوب وطريقة العمل في تحسين الأداء الوظيفي ☐

تغيير في مستويات واشكال الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي ☐

16هل تكافئ الإدارة عمالها خاصة اثناء قيامهم بأداء اكثر كفاءة ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ ابدا ☐

اذا كانت اجابتك دائما فماهي تلك الطرق ؟

.....

.....

تحفيز مادي ☐ معنوي ☐ ترقية ☐

17هل تهتم مؤسستكم من خلال استخدامها للرقمنة بتحسين ادائكم على اتم وجهة؟

نعم ☐ لا ☐

وضح ذلك.....

18هل يساهم الاتصال الرقمي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى زبائنها؟

نعم ☐ لا ☐

المحور الثالث : يتعلق بمعوقات الاتصال الرقمي التي تؤثر على تحسين الأداء الوظيفي للعمال في المؤسسة

19 هل تجد صعوبة في الاتصال الرقمي داخل المؤسسة التي تعمل بها ؟

نعم ☐ لا ☐

20 ما هو الخلل الذي يؤثر على عدم نجاح العملية الاتصالية الرقمية؟

عدم الثقة في النفس ☐

عدم اختيار قناة الاتصال المناسبة ☐ الخلل في المدير ☐

الجهد الذي تأخذه الرسالة في اعدادها ☐ قلة الأجهزة المتاحة داخل المؤسسة لا تكفي ☐

الاستخدام السيء للرقمنة ☐ جميع العمال ☐

21 ماهي الصعوبات التي ترى بانها تعيق عملية الاتصال الرقمي ؟

ثقافية ☐ إدار☐ تكنـ☐ـية

اجتماعية ☐ معرف☐

22 ماهي الصعوبات التي تؤثر عليك تقنيا و تقلل من ادائك الوظيفي ؟

زيادة المهام و نقص المتعاونين ☐

تناقض في التصريحات الرسمية و الواقع الفعلي للعمل ☐

التشاور مع المسؤولين ☐

الاستقلالية فب العمل☐

عدم معرفة استخدام الأجهزة الالكترونية الحديثة ☐

أخرى اذكرها .....

23 هل تؤثر خبرتك الحالية على أداء المؤسسة؟

إيجابيا ☐ سل☐

24 هل تقوم مؤسستكم بإجراء دورات تدريبية حول كيفية استخدام الوسائل الرقمنة لتحسين الأداء الوظيفي ؟

نعم ☐ ☐

25 ما الذي يحفزك لإنجاز عملك بشكل جيد ؟

الاتصال المستخدم ☐ نوع الوسائل الاتصال المستخدم☐ التعلق بوظ☐

المحور الرابع : يتعلق بالدور الذي يلعبه الاتصال الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة التلفزيونية ؟

26 هل للاتصال الرقمي دور في خلق روح التعاون بين الفريق عند أدائهم للمهام الإدارية ؟

دائما ☐ أح☐ ☐بدا

27 هل يساهم الاتصال الرقمي في عملية التنسيق بين مختلف المستويات الإدارية ؟

نعم ☐ لا☐

28 حسب رايك كيف يمكن للاتصال الرقمي ان يساهم في تحقيق فعالية الأداء الوظيفي للعمال ؟

☐

توفير المناخ الملائم للاتصال بين المستويات التنظيمية

علاقات وظيفية يسودها التفاهم المشترك ☐

التركيز على تحقيق اهداف المؤسسة بالدرجة الأولى ☐

تقليص جهد ووقت وتكلفة الاتصال ☐

29هل الاتصال الرقمي يسهل عمل المؤسسة؟

بنسبة جيدة ☐ بنسبة متوسطة ☐ بنسبة صغيرة

30 هل الاعتماد الكلي على الاتصال الرقمي داخل المؤسسة له تأثير على الأداء الوظيفي ؟

درجة كبيرة ☐ درجة متوسطة درجة ضعيفة ☐

31 حسب رايك هل يمكنك الاستغناء عن الاتصال الرقمي اثناء القيام بمهامك داخل المؤسسة التلفزيونية؟

دائما ☐ أحـ ☐ ـا

32 هل تعتقد ان دخول الرقمنة في مؤسستكم ساهم في تحسين أداء العاملين ؟

نعم ☐ لا ☐

33برايك الأداء الوظيفي يعتمد فقط على الاتصال الرقمي داخل مؤسستكم؟

نعم ☐ ☐

اذا كانت اجابتك لا فاذكر الوسائل الأخر.....

34 كيف تقيم عمليات الاتصال الرقمي التي تقوم بها اثناء تأديتك لعملك ؟

جيدة ☐ متوسط ☐ ضـ ☐ ـعيفة

35 ماهي اقتراحاتكم لتفعيل الاتصال الرقمي لرفع أداء العاملين ؟

.....

.....

فهرس المحتويات	الصفحة
كلمة الشكر	
اهداء	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	ا
مقدمة	
الاطار المنهجي	
اشكالية البحث	6
تساؤلات الدراسة	7
اسباب اختيار الموضوع	7
أهمية الدراسة	8
اهداف الدراسة	9
الدراسات السابقة	10
منهج البحث و ادواته	22 20
تحديد المفاهيمي و الاجرائي للدراسة	13
مجتمع البحث وعينة الدراسة	19
الجانب النظري	
الفصل الأول الاتصال الاتصال الرقمي	
تمهيد	**27**
المبحث الأول : الاتصال	**27**
المطلب الأول :مفهوم الاتصال وطبيعته	**27**

المطلب الثاني : مبادئ الاتصال	**29**
المطلب الثالث :أهمية الاتصال وخصائص الاتصال	**31**
المطلب الرابع :أنواع الاتصال	**34**
المطلب الخامس : عناصر الاتصال	**35**
المطلب السادس :مراحل الاتصال	**37**
المبحث الثاني :الاتصال الرقمي	**39**
المطلب الأول : تعريف الاتصال الرقمي ونشاته	**39**
المطلب الثاني : خصائص الاتصال الرقمي ووظائفه	**41**
المطلب الثالث :مستويات الاتصال الرقمي	**45**
المطلب الرابع :محددات الاتصال الرقمي	**50**
المطلب الخامس : الأهداف الاتصال الرقمي	**50**
المطلب السادس	**51**
الفصل الثاني	
تمهيد	**56**
المبحث الأول : الأداء الوظيفي	**57**
المطلب الأول : مفهوم الأداء الوظيفي	**57**
المطلب الثاني : محددات الأداء الوظيفي	**58**
المطلب الثالث : أنواع الأداء الوظيفي	**58**
المطلب الرابع : اهداف واهمية الأداء الوظيفي	**60**
المطلب الخامس : العوامل المؤثرة في الأداء الوظيفي	**61**
المطلب السادس : ابعاد الأداء الوظيفي	**64**
المبحث الثاني : إجراءات تحسين وتقييم أداء الوظيفين	**65**

المطلب الأول : عملية تقييم الأداء	**67**
المطلب الثاني : عناصر نظام تقييم أداء الموظفين	**67**
المطلب الثالث : معايير تقييم أداء الموظفين	**69**
المطلب الرابع : طرق تقييم الأداء	**69**
المطلب الخامس : مشاكل عملية تقييم الأداء	**70**
خلاصة الفصل	**71**
الجانب التطبيقي	
عرض وتحليل البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة	
تمهيد	**75**
المبحث الأول : التعريف بميدان البحث	**75**
المطلب الأول : التعريف بالمؤسسة العمومية الجزائرية التلفزيونية الجزائرية	**75**
المطلب الثاني : اهداف المؤسسة	**77**
المبحث الثاني : عرض المقابلة وتحليل النتائج	**80**
المطلب الأول : عرض المقابلة	**80**
المطلب الثاني : عرض وتحليل الجداول	**81**
أولا_ التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة	**81**
ثانيا _ التحليل الكمي والكيفي للجداول المركبة	
خاتمة	**120**
استنتاجات جزئية	**121**
قائمة المراجع	
الملاحق	

فهرس الجداول	الصفحة
توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	80
توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي	81
توزيع المبحوثين حسب الخبرة المنهية	82
توزيع المبحوثين حسب المنصب	83
_تمثل ما اذا المؤسسة تملك موقعا الكترونيا	84
_ماهي المواقع الاجتماعية الأكثر استخداما	85
_أنواع الاتصال التي تساهم في زيادة الكفاءة وإنجاز المهام في المؤسسة	86
_الوسيلة الأكثر استخداما في اتصالاتكم الشفوية	87
_الوسيلة الأكثر استخداما في اتصالاتكم الكتابية	89
_الوسيلة الأكثر استخداما في اتصالاتكم الرقمية	90
_ما طبيعة مساهمة الاتصال الرقمي في أداء المهام داخل المؤسسة	91
_فيما تتماشى وسائل الاتصال الرقمي المعتمدة	92
_فيما تقيم الاتصال الرقمي المستخدم في المؤسسة	93
_فيما تهتم الإدارة العليا من خلال استخدامها للرقمنة	94
_ما الهدف اتصال الإدارة العليا	95
_ما نوع الاتصال الذي يؤثر في رفع الأداء الوظيفي	96
_اثر الاتصال الرقمي داخل مؤسستكم على ادائك الوظيفي	97
_فيما تكافئ الإدارة عمالها خاصة اثناء قيامهم بأداء اكثر كفاءة	98

99	_تهتم مؤسستكم من خلال استخدامها للرقمنة بتحسين ادائكم على اتم وجهة
100	_فيما يساهم الاتصال الرقمي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى زبائنها
101	_ما الهدف الاتصال الرقمي داخل مؤسستكم
102	_تجد صعوبة الاتصال الرقمي داخل المؤسسة
103	_ما الخلل الذي يؤثر على عدم نجاح العملية الاتصالية
104	_الصعوبات التي ترى بانها تعيق عملية الاتصال الرقمي
105	_ما الصعوبات التي تؤثر عليك تقنيا وتقلل من ادائك الوظيفي
106	_تؤثر خبرتك الحالية على أداء المؤسسة
107	_فيما تسعى مؤسستكم الى تحسين ادائك الوظيفي
108	_تقوم مؤسستكم بإجراء دورات تدريبية حول كيفية استخدام الوسائل الرقمنة لتحسين الأداء الوظيفي
109	_ما الذي يحفزك لإنجاز عملك بشكل جد
110	_للاتصال الرقمي دور في خلق روح التعاون بين الفريق عند ادائهم للمهام الإدارية
111	_فيما ساهم الاتصال الرقمي في عملية التنسيق بين مختلف المستويات الإدارية
112	_كيف يمكن للاتصال الرقمي ان يساهم في تحقيق فعالية الأداء الوظيفي للعمال
113	_الاتصال الرقمي يسهل عمل المؤسسة
114	الاعتماد الكلي على الاتصال الرقمي داخل المؤسسة له تأثير على الأداء الوظيفي
115	_يمكنك الاستغناء عن الاتصال الرقمي اثناء القيام بمهامك داخل المؤسسة التلفزيونية
116	_فيما تعتقد ان دخول الرقمنة في مؤسستكم ساهم في تحسين أداء العاملين
117	_الأداء الوظيفي يعتمد فقط على الاتصال الرقمي داخل مؤسستكم
118	_تقيم عمليات الاتصال الرقمي التي تقوم بها اثناء تأديتك لعملك

فهرس الاشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	عناصر الاتصال الرقمي من خلال الشبكات	46
02	توضيح لكيفية قيام الانترنيت بدورها كوسيلة اتصال او وسيطة اتصالية	48
03	الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري	79

المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري
ÉTABLISSEMENT PUBLIC DE TÉLÉVISION
خدمة عمومية و رسالة إعلامية