



جامعة زيان عاشور الجلفة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علم المكتبات والإعلام والاتصال

الإعلام الرقمي و دوره في تحقيق الفعالية الاتصالية  
والأداء الوظيفي داخل المؤسسة  
-دراسة ميدانية لمديرية الخدمات الجامعية  
بالجلفة

مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر تخصص  
اتصال وعلاقات عامة

تحت اشراف الأستاذ :  
\* الدكتور/عامر حمادي

من إعداد الطالبات :  
\*بن صادق منال  
\*جعيدا ايمان  
\*هورة خديجة

السنة الجامعية

2024/2023

## الشكر

الحمد و الشكر لله رب العالمين أولاً وأخيراً الذي اعاننا ووفقنا في انجاز هذا العمل و انطلاقاً من قول نبينا محمد عليه افضل الصلاة والسلام "من لم يشكر الناس لم يشكر الله" فإننا نتقدم بجزيل الشكر لأستاذنا المشرف الدكتور "عامر حمادي" على مجهوداته المبذولة ونصائحه القيمة، وعلى تعاونه معنا من أجل إتمام هذه الدراسة .

كما نتقدم بجزيل الشكر والتقدير لكل من تعاوّن اوساهم في التعاوّن معنا في إتمام الجانب التطبيقي من هذه الدراسة، نشكر كل موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة بفروعها.

كما لا يفوتنا ان نتقدم بجزيل الشكر للأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بقبول مناقشة هذه المذكرة.

## الإهداء

الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات

الحمد لله الذي وهبنا التوفيق، ومنحنا الثبات واعدنا على

إتمام هذا العمل المتواضع

نهدي هذا النجاح الى كل من الأب والام الكريمين

الى كل أساتذة قسم الإعلام والاتصال

الى كل رفقاءنا في مسيرتنا الدراسية طلبة قسم الإعلام

والإتصال

الى كل موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة

الى كل من كان عوناً خاصاً لنا

الى كل هؤلاء نهدي ثمرة نجاحنا

## خطة الدراسة :

الشكر

الاهداء

مقدمة

### الفصل الأول : الاطار المفاهيمي للدراسة

1/ الإشكالية

2/الفرضيات

3/أسباب اختيار الموضوع

4/أهمية الدراسة

5/اهداف الدراسة

6/الدراسات السابقة

7/حدود الدراسة الزمانية والمكانية

8/منهج الدراسة

9/مجتمع البحث و عينتها

10/أدوات جمع البيانات

### الفصل الثاني : ماهية الاعلام الرقمي

تمهيد

1/نشأة وتطور الاعلام الرقمي

2/ مفهوم الإعلام الرقمي

3/ مرادفات الإعلام الرقمي

4/ عوامل ظهور الاعلام الرقمي

5/ خصائص وسمات الاعلام الرقمي

6/ الفرق بين الاعلام الرقمي و الاعلام التقليدي

7/ وسائل وأدوات الاعلام الرقمي

8/ اشكال الاعلام الرقمي

9/ وظائف الاعلام الرقمي

10/ نظريات الاعلام الرقمي

11/ ايجابيات وسلبيات الاعلام الرقمي

خلاصة الفصل

الفصل الثالث: الفعالية الاتصالية

تمهيد

1/ مفهوم الاتصال

2/ عناصر الاتصال؛

3/ أهمية الاتصال وأهدافه

4/ وسائل الاتصال؛

5/ انواع الاتصال

6/ تعريف الفعالية الاتصالية

7/خصائص الاتصالات الفعالة داخل المؤسسة

8/عوامل الفعالية الاتصالية

9/شروط فعالية اتصال المؤسسة

10/ استراتيجيات الاتصال الفعال

11/معوقات الاتصال الفعال

خلاصة الفصل

الفصل الرابع: اساسيات الأداء الوظيفي

تمهيد .

1/مفهوم الأداء الوظيفي.

2/ أهمية واهداف الأداء الوظيفي.

3/ العناصر المكونة للأداء الوظيفي.

4/محددات الأداء الوظيفي.

5/ابعاد وأنواع الأداء الوظيفي.

6/ العوامل المؤثرة في فعالية الأداء الوظيفي.

7/عملية تقييم الأداء الوظيفي.

خلاصة الفصل .

الفصل الخامس: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد

1/نشأة الخدمات الجامعية بالجزائر

2/ مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة

3/ الدراسة الاستطلاعية

4/ مناقشة نتائج في ضوء فرضيات الدراسة

5/ نتائج الدراسة

6/ التوصيات و الاقتراحات

الخاتمة

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

الفهرس



مقدمة

تميز عصرنا في القرن العشرين بمظاهر التحول التكنولوجي الذي شمل مختلف الميادين العلمية ، إذ تسارعت وتيرة هذا التحول بعد الحرب الباردة وتمخضت عنها مستحدثات تكنولوجية كالحواسيب ، الأقمار الصناعية ، الانترنت ، و حتى مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصالية ذات وسائط تقنية فائقة السرعة والجودة ومؤسسة بذلك مجتمع معلومات حيث عملت الانجازات المتتالية خلال فترة زمنية وجيزة باستخدام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على اختزال المسافات بين الدول وتحقيق مفهوم الكونية ، فتعددت وظائفها بمنحها العديد من المزايا والخصائص والتي من شأنها أن تغطي على بعض السلبيات خاصة تلك التي تتعلق بالقيم، الثقافات، إذ لا يمكن إنكار الدور الفعال والقوي في الاستفادة من ثورة المعلومات التي أنتجتها هذه التكنولوجيا والقدرة على نشرها وتوزيعها مع تخطي حاجزي الزمان والمكان.

ومع هذه الثورة التكنولوجية تعددت أشكال و محتويات وسائل الاعلام الحديثة المطبوعة والمسموعة والمرئية وأصبح لها أثرا بالغا في التأثير على الأفراد سواء تعلق الأمر بالجانب الشخصي أو الاجتماعي ، فالمضمون الذي توجهه تلك الوسائل سواء كان إخباريا أو ثقافيا أو سياسيا أو ترفيهيا فهو يؤدي بالضرورة إلى الإدراك وأنه يساهم بشكل كبير في تكوين الحقيقة وحل الاشكاليات، إذ لم يعد إعلاما ناقلا بل موجها للفرد و الجماعة وتكوين مواقفهم الفكرية والاجتماعية. كما ساهمت وسائل الاعلام الالكترونية في توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية على المستوى المحلي والدولي والإقليمي مما ساعد في توسيع زاوية نظرهم للحياة وتعاملهم مع

المواقف الحياتية ، فالإعلام اليوم تحول من مجرد نقل للمعلومات والافكار إلى الاسهام الفعلي في تكوين حياة الرأي العام في أبعادها الاجتماعية والسياسية مما له الدور والقدرة على دعم الاتجاهات لدى الأفراد والجماعات .

ومع استمرار التقدم التكنولوجي الرقمي الذي يزداد فيه دور التكنولوجيا الرقمية الحديثة في جميع المجالات وبالأخص التطور الذي طرأ على الأساليب المستخدمة في وسائل الإعلام والاتجاه المستمر والمتدفق نحو الاستخدام الآلي في إنجاز الأنشطة المختلفة للإنسان الذي يبشر بمجتمع يعيش بلا ورق مطبوع أو مخطوط وهذا ما يمهد لمجتمع رقمي .

وعلى غرار دول العالم عرفت الجزائر عدة مبادرات سعت من خلالها إلى تجسيد مشروع التحول الرقمي على أرض الواقع كخطوة للدخول المجتمع الرقمي والالتحاق بركب الدول المتقدمة، وذلك عن طريق وضع استراتيجية موحدة وشاملة في مجال استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتعميمها في كل المؤسسات والقطاعات في المجتمع عبر إنشاء وكالة وطنية لتطوير الرقمنة بموجب المرسوم الرئاسي الذي تم المصادقة عليه من طرف الحكومة

06/11/2019.

في هذا الإطار كانت قد اتجهت الكثير من المؤسسات الجزائرية بمختلف أنواعها وعلى غرارها مؤسسة الخدمات الجامعية للانتقال من طرق الإدارة والتسيير الكلاسيكية إلى مرحلة عصرية معتمدة على الطرق القائمة على الرقمية. وقامت بتحويل ما تملكه من مصادر ومعلومات إلى أشكال رقمية سعياً منها إلى مسايرة آخر المستجدات والتطورات التقنية ، إلا أن

هذا وحده يعتبر غير كافي فلا بد من الابتعاد عن نهج "التقنية من أجل التقنية فقط" الذي لا يرتبط بأهداف واضحة ما يؤدي إلى إهدار المال والوقت معا، بل إن من أهداف المؤسسة تحقيق اتصال فعال وشامل ذلك أن جوهر نشاط المؤسسة يعتمد بالدرجة الأولى على نظام الاتصال والتواصل ، حيث أن العملية الاتصالية بكل أنواعها ومستوياتها تعتبر الركيزة الأساسية داخل التنظيمات الحديثة ، كما لا بد أن تتوفر المؤسسة على نظام وشبكات اتصالات فعالة، وتجدر الإشارة الى أن الاتصال الفعال "الفعالية الاتصالية" يعد من أكثر الوسائل في تحقيق الأهداف التنظيمية ، ولتحقيق ذلك وجب على المؤسسة تبني جميع الأساليب والطرق التي تحقق هذا الهدف، ومن بين الأساليب أن تتوفر للمؤسسة القدرة على استخدام وسائل الاتصال الرقمية الحديثة بطريقة فعالة ، حيث أن أي قصور في نظام الاتصالات من شأنه أن يعطل سيرورة العمل ويعيق نقل وتبادل البيانات والمعلومات بين المستويات المختلفة في المؤسسة بدقة والوضوح والسرعة المناسبة في جميع الاتجاهات بهدف تحقيق فعالية اتصالية داخل المؤسسة ، قصد تحقيق الاستمرارية والتوازن والتبادل المشترك و خلق جو تعاوني يؤدي إلى اتخاذ قرارات مشتركة ويحسس العاملين بدورهم في إنجاح كافة المشاريع وتحقيق الأهداف التي قامت المؤسسة من أجلها.

لذلك فإن تحسين الأداء الوظيفي للعاملين يستوجب الإلمام بأكبر قدر ممكن من المهارات والوسائل المناسبة لضمان السير الحسن للمؤسسة بالشكل المطلوب والمرضي لكافة الأطراف، فالأداء الوظيفي كمفهوم مرتبط بصورة مباشرة بما توفره بيئة العمل من إمكانيات وتسهيلات

تساهم في تطوير النشاطات الإدارية للمؤسسة داخليا وخارجيا ، وذلك بواسطة مجموعة من الدلائل النفسية والواقعية التي تعكس مظاهر الحماس والرغبة في ممارسة المهام على أكمل وجه ، والتي يتحقق على أثرها أداء وظيفي سليم لأي مؤسسة ، ومن أفضل الطرق التي تساعد في بلوغ هذه المستويات الحديثة الخدماتية النوعية نجد عمليات التحديث المستمر للمنظومة الاتصالية لأي مؤسسة عن طريق تصميم شبكات تواصل جديدة بين موظفي المؤسسة بما يتلاءم والمستجدات الطارئة على الساحة الاجتماعية من خلال تفسير العلاقات الانسانية بين عمال وموظفي المؤسسة وعليه أصبح الإعلام الرقمي من المتغيرات التي لها دور في تحسين الفعالية الاتصالية والاداء الوظيفي داخل المؤسسة وهذا ما تطرقت له دراستنا الحالية والتي جاءت للبحث في الاعلام الرقمي و دوره في تحقيق الفعالية الاتصالية والاداء الوظيفي داخل المؤسسة ، ومن أجل ذلك قسمنا هذا البحث إلى **الفصل الأول تمهيدي يتمثل في الاطار المنهجي للدراسة وتتمثل في :الإشكالية ، الفرضيات، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة، اهداف الدراسة ،الدراسات السابقة ،حدود الدراسة الزمانية والمكانية ،منهج الدراسة، مجتمع البحث و عينتها ،أدوات جمع البيانات و أربعة فصول تتمثل في :**

**الفصل الثاني : ماهية الاعلام الرقمي :وشمل على: نشأة وتطور الاعلام الرقمي ،مفهومه مرادفاته ،عوامل ظهور الاعلام الرقمي ،خصائصه وسماته والفرق بين الاعلام الرقمي و الاعلام التقليدي ،وسائل وأدوات الاعلام الرقمي ،اشكاله ،وظائفه ونظريات الاعلام الرقمي و في الأخير ايجابيات وسلبيات الاعلام الرقمي .**



**الفصل الثالث: الفعالية الاتصالية مفهوم الاتصال وعناصر الاتصال؛ أهمية الاتصال وأهدافه**، وسائل الاتصال؛ و أنواعه تعريف الفعالية الاتصال ، خصائص الاتصالات الفعالة داخل المؤسسة ،عوامل الفعالية الاتصالية وشروطها ، استراتيجيات الاتصال الفعال ومعوقات الاتصال الفعال.

**الفصل الرابع: اساسيات الأداء الوظيفي ويتمثل في مفهوم الأداء الوظيفي. ، أهميته وأهدافه** والعناصر المكونة للأداء الوظيفي، محدداته. ابعاده وأنواعه و العوامل المؤثرة في فعالية الأداء الوظيفي. وعملية تقييم الأداء الوظيفي.

**الفصل الخامس ويتمثل في عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية تطرق فيه الى :**  
نشأة الخدمات الجامعية بالجزائر ،مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة والدراسة الاستطلاعية  
ثم تم مناقشة نتائج في ضوء فرضيات الدراسة واستخلصنا مجموعة من نتائج الدراسة  
وفي الأخيرة حاولنا صياغة مجموعة من التوصيات و الاقتراحات.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

لفصل الأول : الاطار المفاهيمي للدراسة

1/ الإشكالية وتساؤلاتها

2/الفرضيات

3/أسباب اختيار الموضوع

4/أهمية الدراسة

5/اهداف الدراسة

6/ مفاهيم ومصطلحات الدراسة

7/الدراسات السابقة

8/حدود الدراسة الزمانية والمكانية

9/منهج الدراسة

10/مجتمع البحث و عينتها

11/أدوات جمع البيانات

**1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها :**

فرضت التطورات المتلاحقة في البيئة الرقمية واقعا ملموسا في مختلف جوانب العملية الاتصالية، وقد اضحى مصطلح الاعلام الرقمي اطارا شاملا لجميع التحولات التي شهدتها البيئة الاتصالية الرقمية .

رغم ان مفهوم الاعلام الرقمي يشهد حالة عدم استقرار بفعل التطورات المتلاحقة في صناعة التقنيات الرقمية الا اننا نتفق على شمولية مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف اشكاله عبر الأجهزة التكنولوجية و الوسائط المتصلة و الأنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل .

لذلك فان تحسين الأداء الوظيفي حسب المعايير التسييرية المتعارف عليها يستوجب الالمام بأكبر قدر ممكن من المهارات و الوسائل المناسبة لضمان السير الحسن للمؤسسة بالشكل المطلوب و المرضي لكافة الأطراف .

فالأداء الوظيفي كمفهوم مرتبط بصورة مباشرة بما توفره بيئة العمل من إمكانيات وتسهيلات تساهم في تطوير النشاطات الإدارية للمؤسسة داخليا وخارجيا ، وذلك بواسطة مجموعة من الدلائل النفسية و الواقعية التي تعكس مظاهر الحماس والرغبة في ممارسة المهام على اكمل وجه والتي تحقق على اثرها الرضى الوظيفي المنشود لاي منشأة ، ومن افضل الطرق التي تساعد في بلوغ هذه المستويات الخدماتية النوعية نجد عمليات التحديث المستمر للمنظومة الاتصالية في المؤسسة عن طريق شبكات تواصل جديدة بين أعضاء المنظمة بما يتلاءم و

الفعالية الاتصالية والمستجدات الطارئة على المنظومة الادارية والاجتماعية من خلال تحليل وتفسير طبيعة العلاقات الإنسانية بين عمال وموظفي هذه المؤسسات خارج الاطار الرسمي و الالي للاتصال .

فالاتصال التفاعلي على شبكات الانترنت أدى الى ميلاد نمط جديد من الأنماط الاتصالية وتبادل ونشر المعلومات على نطاق واسع ودون شروط او حدود فكل هذه الأمور اجبر مختلف التنظيمات الى إعادة النظر في ميكانيزماتها الاتصالية ومحاولة هيكلتها بما يتوافق و تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة قصد مواكبتها لكل المشكلات والقضايا التي تعيق او تؤثر على مقومات الأداء الوظيفي داخل الإدارات و المؤسسات المختلفة .

ومؤسسة الخدمات الجامعية كغيرها من المؤسسات لم تكن بعيدة عن مواكبة هذه التكنولوجيات ، فاستغلت هذه الفضاءات الرقمية لتكون دائمة التواصل مع جماهيرها داخليا وخارجيا بصفة آنية وفعالة اذ اصبح استخدام الاعلام الرقمي بشكل ضرورة حتمية داخل المؤسسة ، وهذا بدوره يخلق أداء ووظيفي وفعالية اتصالية التي تعمل على احداث تأثير لمختلف النشاطات والمساهمة في سهولة انسياب المعلومات وضمان وصولها .

من خلال ماورد يمكن صياغة التساؤل الرئيسي التالي :

هل للإعلام الرقمي دور في تحقيق الفعالية الاتصالية و الأداء الوظيفي لدى موظفي

الخدمات الجامعية بالجلفة ؟

وتتدرج ضمن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية :

\* ماذا يقدم الاعلام الرقمي لموظفي الخدمات الجامعية بالجلفة؟

\* كيف يمكن توظيف الاعلام الرقمي في تحسين الفعالية الاتصالية على مستوى الخدمات

الجامعية ؟

\* ماهي الاليات الواجب توفيرها لتحقيق التكامل بين الاعلام الرقمي و الأداء الوظيفي ؟.

## 2-الفرضيات :

1/يعمل الاعلام الرقمي على زيادة فعالية الأداء الوظيفي لموظفي الخدمات الجامعية بالجلفة.

2/يؤدي استخدام او توظيف الاعلام الرقمي على مستوى الخدمات الجامعية على تحسين

الفعالية الاتصالية لدى موظفي الخدمات الجامعية .

3/من اجل تحقيق التكامل بين الاعلام الرقمي والأداء الوظيفي وجب توفير العناصر التقنية

مثل العتاد و الحاسوب والبرامج وشبكات الاتصال بشكل عام .

## 3-أسباب اختيار الموضوع :

لا نكون مبالغين اذا قلنا ان من بين اهم مراحل تصميم البحوث العلمية بصفة عامة و

الإعلامية بصفة خاصة ، مرحلة اختيار الموضوع الذي يجعل منه الباحث مشكلة بحثية ،

ولعل اهم الأسباب التي دفعتنا الى اختيار هذا الموضوع:

**\*أسباب ذاتية :**

- اهتمامنا الشخصي بموضوع الاعلام الرقمي وما هو دوره في المؤسسات الجزائرية الذي يدفعنا الى معرفة الأداء الوظيفي وفعالية الاتصال في المؤسسة و السياسة التي انتهجتها المؤسسات الجزائرية عموما ومؤسسة الخدمات الجامعية خصوصا ، وكيف استطاعت استغلال الاعلام الرقمي في تسيير مؤسساتها من اجل الطالب الجامعي .
- التعمق اكثر في مواضيع لها علاقة بالإعلام الرقمي.
- الرغبة في دراسة الانعكاسات التي احدثها الاعلام الرقمي على الأداء الوظيفي بحثا ومعالجتا وتنفيذا .

**\*الأسباب الموضوعية :**

- موضوع جدير بالبحث و الدراسة مقابل التطورات الحاصلة على مستوى المؤسسات الجزائرية.
- قابلية الموضوع للدراسة و البحث في حثياته معرفيا ومنهجيا.
- تزايد الدور الذي لعبه الاعلام الرقمي في التأثير على مختلف جوانب إدارة المؤسسات الجزائرية.
- نظرا لما يعرفه العالم من حراك وما خلفته التكنولوجيا الحديثة من هوة معرفية معلوماتية واسعة تحاول الدول النامية تقليصه و تدارك الفارق لمسايرة التكنولوجيا .

## 4-أهمية الدراسة :

- التطور الهائل و المستمر لوسائل الاعلام الرقمية ومالها من تأثيرات على المؤسسات الجزائرية .
- المتغيرات الاتصالية و تحديات الكبرى التي تشهدها المؤسسات الجزائرية .
- الوقوف على سياسة الإدارة المتبعة بهدف التنمية وضمان استخدام الامثل للإعلام الرقمي-
- الوقوف على واقع المؤسسة الجزائرية ومدى استفادتها من تطبيقات التكنولوجيا .
- معرفة دور الاعلام الرقمي في تحسين الأداء الوظيفي داخل المؤسسة الجزائرية .

## 5-اهداف الدراسة : نسعى من خلال هذه الدراسة الى معرفة:

- معرفة مدى تأثير الفروقات الفردية بين القائمين بالاتصال على الفعالية الاتصالية داخل المؤسسة .
- محاولة معرفة اهم الخدمات التي تقدمها المؤسسة من خلال الاعلام الرقمي .
- مدى تأثير الروابط التنظيمات والأنشطة الإدارية على الفعالية الاتصالية .
- الوصول الى نسبة ما يحققه الاعلام الرقمي في الأداء الوظيفي السليم .

## 6- مفاهيم ومصطلحات الدراسة :

## \*الإعلام :

**أ/لغة:** من فعل أعلم ، يعلم ، اعلاما، وهو مشتق من أعلم يقال أعلمه اعلاما ،مثل أبلغه ابلاغاً و أخبره اخباراً ، فالإعلام و الاخبار و الايذان الفاظ تدور حول ايصال أمر مطلوب من جهة المتكلم الى المخاطب ، ويعني أيضا الاعلام تبليغ و الإبلاغ أي الاتصال يقال بلغت القوم بلاغا أي اوصلتهم الشيء المطلوب ، و البلاغ ما بلغك أي وصلتك<sup>1</sup> .

## ب/اصطلاحا :

- هو عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة و اخبار صادقة و أفكار منطقية و آراء راجحة للجماهير ، مع ذكر مصادرها لخدمة الصالح العام .

- وهو أيضا فن استقصاء الاخبار الالية و معالجتها ونشرها على أوسع نطاق للجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الاعلام الحديثة<sup>2</sup> .

-ويؤكد أيضا بعض الباحثين ان الاعلام هو تزويد الناس بأخبار صحيحة وسليمة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع ، او في مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم و ميولاتهم .

1-بسام عبد الرحمن المشاقبة، معجم المصطلحات العلاقات العامة، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014،

2-محمد جمال الفار ، معجم المصطلحات الإعلامية ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، ط1، عمان ، الأردن ، 2014، ص27

## ج/ اجرائيا :

الاعلام هو نقل الاخبار و المعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة للناس بإحدى الوسائل الإعلامية من اجل تكوين راي صائب حول قضية معينة في المجتمع.

## \*الاعلام الرقمي :

اللغة: الاعلام الرقمي مكون من مقطعين اثنين أولهما الاعلام ويعني اخبار وتزويد الجماهير بالمعلومات اعتمادا على قنوات اتصالية .

اما كلمة رقمي فهي تشير الى الاعتماد على تكنولوجيا الرقمية كمواقع الويب و الفيديو و النصوص وغيرها والتي تقوم بنقل كافة المعلومات من صور و أصوات رقميا<sup>1</sup> .

## ب/اصطلاحا :

- فهو يعتبر أداة من الأدوات الالكترونية الجديدة التي تعتمد على عالم الأرقام والذي يمكن ان يعتبر نتاج خلاصة الثورات الثلاث التي مر بها العالم و التي تشمل ثورة المعلومات وثورة الاتصال وثورة الحاسبات الالكترونية ، ومن خلالها تم وضع كافة الوسائل الاتصالية في اطار تكنولوجي واحد ،وبذلك فالإعلام الرقمي يمثل نقطة الفصل بين وسائل الاتصال الحديثة و الوسائل التكنولوجيا .

1-بلحيرش مروة، اثر الاعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي ، مذكرة ماستر في علم الاتصال ، قسم علم الاجتماع ،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة 8ماي1945قالمة ،2021/2022،ص9

- كما يقوم الاعلام الرقمي على ترجمة المعلومات المختلفة وتخزينها ونقلها في هيئة سلاسل او تشكيلات رمزية، تشمل كل من الصوت والنصوص والصور و غيرها من العناصر<sup>1</sup>.

- كما تعرفه اللجنة العربية للإعلام الالكتروني بأنه "أي الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي، آلي وشبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الالكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات و المعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكانياتها في الشكل و المضمون"<sup>2</sup>.

**ج/اجرائيا :** هو نوع جديد من الاعلام يركز على اساسيات الاعلام التقليدي ويختلف من

حيث الأساليب واشكال المضامين الإعلامية يستخدم تقنية الأنترنت في نشر وتبادل الاخبار و المعلومات من خلال الأجهزة الالكترونية المتصلة بالأنترنت بهدف التواصل الاجتماعي و الثقافي و السياسي والإعلامي .

**\*الفعالية الاتصالية :**

**أ/تعريف الاتصال :**

**لغة :** وتعني باللغة اللاتينية communication مشتقة اصلها من communise بمعنى عام سائع او يذيع عن طرق المشاركة ،فعندما نقوم بعملية الاتصال ،فنحن نحاول ان نقيم (رسالة

<sup>1</sup>-عبير الرحباني ، الاعلام الرقمي الالكتروني ، دار أسامة للنشر والتوزيع ،ط1،عمان ، الأردن 2012،ص40

<sup>2</sup>-عامر إبراهيم قنديلجي ، الاعلام الالكتروني ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،ط1، عمان ، الأردن، 2015،ص70.

مشتركة) مع شخص اخر او جماعة؟، أي ان نحاول ان نشترك معا في معلومات او أفكار او مواقف محددة<sup>1</sup>.

**اصطلاحاً** : توجد عدة تعاريف للاتصال في صورته العامة ، ومن العلماء الغربيين توجد اسهامات عديدة ، فقد عرفه تشارلز كولي (عالم الاجتماع الشهير ):"انه ذلك الميكانيزم الذي من خلاله للعلاقة البشرية ان تقوم وتطور رموز العقل الإنساني ان تترايط وتنتقل عبر الزمان والمكان بواسطة وسيلة للإرسال .

ويرى شانون ويفر : " ان الاتصال يمثل كافة الأساليب والطرق التي يؤثر بوجبها على عقل الاخر باستعمال الرموز"<sup>2</sup>.

### ب/ تعريف الفعالية :

**لغة** : من مصدر فعال بمعنى تأثير أو نفوذ أي الفعالية هي النافذ ، المؤشر الذي يؤدي الى النتائج ، أي القدرة على احداث أثر قوي<sup>3</sup>.

**اصطلاحاً** : تحتل أهمية في حياة المؤسسة وكثيرا ما يتداخل مع مفهوم الكفاءة بالرغم من وجود اختلاف بينهما ، حسب بلوشي : " تعرف الفعالية على انها القدرة على تحقيق النشاط المرتقب ، والوصول الى النتائج المرتقبة " .

1-محمد جمال الفار ،معجم المصطلحات الإعلامية ، دار أسامة للنشر والتوزيع ،الأردن ،2014،ص،7،

2-محمد منير حجاب ،الاتصال الفعال للعلاقات العامة ،دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط2007،1،ص،21،20،

3-احمد مختار عمر ،معجم اللغة العربية المعاصرة ، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع ،مصر ، القاهرة ،2008،ص1437

اي ان الفعالية تتعلق ببلوغ النتائج والاهداف المسطرة التي تحاول ان يصل اليها المسيرين طبقا لمعايير يتم تحديدها مسبق، فيمكن وصف المؤسسة التي تستطيع تحقيق أهدافها بانها مؤسسة فعالة.

### ج/تعريف الفعالية الاتصالية :

حسب "الان جيغ": " فان الأبحاث حول الفعالية منذ سبعينيات القرن العشرين وفق محاور بحث مختلفة ومعظمها تدول حول تعريف فعالية الفرد او مجموعة من الافراد داخل المؤسسة . وتجدر الإشارة هنا الى ان هناك لبس حول مفهوم الفاعلية والفعالية ،وتداخل كبير بينهما في اغلب الأحيان ،فالفاعلية تتضمن تحقيق الأهداف المطلوبة بغض النظر عن الشروط المتعلقة بالتكلفة او الوقت او الجهد او حتى الجودة ،المهم ان تحقق الأهداف بمعنى بلوغ الأهداف دون تحديد للميكانيزمات اللازمة لذلك ،اما مفهوم الفعالية فيعني الغاية التي تحقق من خلالها الإدارة الأهداف والنتائج المطلوبة بأفضل شروط .

وذلك كأن يتم تحقيق كمية اكبر من الأهداف ،او يتم اختصار الوقت المشغول للإنجاز بالاعتماد على وسائل اتصالية اكثر تقنية ،او تخفيض التكلفة المبذولة او الجهد المبذول مما يتطلب تحقيق الابداع و التطوير المستمر ،بما ينسجم مع شروط الحفاظ على استمرارية المؤسسة ،بالإضافة الى ما يتطلب تحقيق نوع من التجانس بين الأهداف المؤسسة وأهداف الجمهور ويعتمد على حماس الافراد العاملين فيها وحرصهم على استمراريته ،وضمن

المساهمة في تطوير المجتمع الذي هو جزء لا يتجزأ منه، و لا يمكن تحقيق ذلك الا اذا اعتمدت على استراتيجية فعالة<sup>1</sup>.

**التعريف الإجرائي:** هو قدرة عملية الاتصال على تحقيق اهداف المرجوة ،تقاس هذه القدرة من خلال مدى فهم المستقبل للرسالة المرسله اليه ،واستجابته لها بشكل إيجابي ،وتحقيق التفاعل المطلوب بين المرسل والمستقبل في اقصر وقت واكثر جودة وفق استراتيجية اتصالية محددة بالاعتماد على وسائل تقنية.

### \*الأداء الوظيفي :

**لغة :** يعرف مصطلح الأداء في معجم الإعلامى بأنه أدى الشيء أي أوصله ،وأدى دينه تأدية أي قضاة ، والمقصود هنا من الأداء هو قضاء الامر والأداء لغويا يعني قدرة الفرد على الأداء اللغوي الصحيح قراءة وكتابة تحدثا وتعبيرا<sup>2</sup>.

- يعرف في معجم مصطلحات القوة العامة بأنه " مصدر الفعل أدى يقال أدى الشيء أي

أوصله والاسم أداء يعني أداء الأمانة وأدى الشيء أي قام به"<sup>3</sup>

-في حين يرى قاموس التسيير بان مفهوم الأداء يفهم تبعا لاستعماله، أي انه ينتقل بين عدة معاني حسب المستعملين ، فقد يعني نتيجة العمل عندما يعبر عن درجة انجاز وتحقيق

1-بكوش لطيفة ،مساهمة التسيير على أساس الأنشطة في تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية الجزائرية،دراسة حالة "مجمع

صيدال"، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه ،جامعة محمد خيضر ،بسكرة ،2016،ص،11

2-حجاب محمد منير ، المعجم الإعلامي ،ط1،دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ،2004،ص34

3-بدوي احمد زكي ،مصطفى محمد كمال ،معجم مصطلحات القوة العامة ،ط1،مؤسسة شباب الجامعة ،مصر

،1984،ص166

الأهداف المسطرة من طرف المؤسسة ،وقد يعني النجاح ، الامر الذي يجعله ذو دلالة ذاتية أي انه يرتبط بالحكم الخاص القيمي للمؤسسة ،وقد تعتبر مخرجات للنظام ،وهو ما يجعل قيمة مفهوم الأداء تطبيقية (عند الممارسة) قابلة للنقاش كما يمكن ان يعني العمل او الفعل الذي يقود الى النجاح ، وهو ما يجعله ذات طبيعة مستمرة تستخدم فيها القدرات الكامنة في المؤسسة أو الفرد ، أي المراحل والخطوات المتتابعة التي تعطي النتيجة أو العمل <sup>1</sup>.

### اصطلاحا :

-يعرف "حزي" الأداء الوظيفي: "بأنه ذلك النشاط أو المهارة أو الجهد المبذول من طرف الفرد سواء كان عضليا أو فكريا من أجل إتمام مهام الوظيفة الموكلة له حيث يحدث هذا السلوك تغييرا بكفاءة وفعالية يحقق من خلاله الأهداف المسطرة من قبل المنظمة" <sup>2</sup>.

-وهذا الطرح أكده "أبو قمر" الذي اعتبره بأنه "قيام الموظف بمهام وواجبات ومسؤوليات وظيفته التي يكلفه بها مسؤوله المباشر في المنظمة التي يعمل بها بحيث يتم تسليم مخرجات العمل بالوقت المحدد والجودة المطلوبة ،فما هو الا محصلة التفاعل بين سلوك الموظف والنتائج التي ينبغي ان يبلغها" <sup>3</sup>.

1-مراكشي محمد لمين، دور نظام الحوافز في تحسين الأداء للموارد البشرية، دراسة حالة عينة من المؤسسات الصناعية الجزائرية، رسالة دكتوراه في علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة سعد دحلب ،البليدة، 2012،ص30

2-حزي بشار ، الاتصال التنظيمي، منشورات الجامعة الافتراضية السورية ،سوريا ،2020،ص46.

3-أبو قمر ،محمد محمود ،أثر جودة بيئة العمل على الأداء الوظيفي ، دراسة تطبيقية على مجموعة اتصالية اردنية، رسالة ماجستير ، جامعة عمان ، الأردن ،2015،ص29.

**التعريف الإجرائي:** "هو سلوك وظيفي هادف يتمثل في الجهد المبذول ومجمل الاعمال والأنشطة و الوظائف التي تستند للفرد داخل المؤسسة ومحصلة التفاعل بين سلوك الموظف والنتائج التي ينبغي ان يبلغها في تحقيق اهداف المؤسسة و اي تقصير في تنفيذ تلك الاعمال ينعكس سلبا على اهداف المؤسسة .

## 7-الدراسات السابقة :

تعد مرحلة تحرير الدراسات السابقة من اهم المراحل التي يمر بها الباحث في مجال البحث العلمي فهي بمثابة دليل علمي لمختلف المعلومات والمصادر و المراجع التي يمكن ان يعتمدها أي بحث ، تعد هذه الخطوة غاية في الأهمية حيث يسعى الباحث من خلالها الى :  
تقديم إضافة لموضوع دراسته ، تجنب الباحث في الوقوع في التكرار ما تم دراسته سابقا

**الدراسة الأولى:** دراسة تناولت المتغير التابع الفعالية الاتصالية

**عنوان الدراسة:** الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

**دراسة ميدانية لشركة الوطنية للكهرباء والغاز SONELGAZ<sup>1</sup>**

من اشراف الدكتور فضيل دليو ،خلال السنة الجامعية 2009/2008 ،في اطار الحصول

على شهادة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص تنمية و تسيير الموارد البشرية .

<sup>1</sup>صبرينة رماش ،الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ،دراسة ميدانية لشركة الكهرباء والغاز قسنطينة

،شهادة دكتوراه في علم الاجتماع ،جامعة منتوري قسنطينة ،2009/2008

حيث حاولت الباحثة الإجابة من خلال هذه الدراسة عن الفرضيات التالية :

- هناك تأثير للفروق الفردية بين القائمين بالاتصال على فعالية الاتصالية داخل المؤسسة

(ذات دلالة إحصائية ) من خلال مؤشرات : الجنس ، السن ، الدرجة العلمية ، التخصص .

-تزيد الفعالية الاتصالية بتخفيض الروابط التنظيمية من خلا المؤشرات التالية :التموقع

التنظيمي ،سيولة المعلومات ،وضع الإعلانات .

-هناك تأثير للمتغيرات البيئية على الفعالية الاتصالية : العوامل الشخصية ، الظروف

الاجتماعية للجمهور ، العادات والتقاليد ، العوامل الاقتصادية .

-كما استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي ،بتقنية المسح الشامل ، اما الادوات

المستخدمة فكان محددًا في اداتين أساسيتين الاستبيان والمقابلة الحرة كأداة لجمع البيانات .

وخلصت النتائج لهذه الدراسة الى :

-تؤثر الفروقات بين المبحوثين على الفعالية الاتصالية نظرا لما تخلقه من تباعد اجتماعي و

فكري بين اطراف الاتصال ، وهو ما يؤكد ان هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية بين

متغيرات الجنس ، اللغة ، السن ، التخصص .

-أكدت نتائج الدراسة ان هناك عملية تقويم للمخطط الاتصالي على مستوى المديرية وفروعها

كما ان تخفيض الروابط التنظيمية يزيد من الفعالية الاتصالية .

-توصلت نتائج الدراسة كذلك الى ان مشكلة نقص المختصين في مجال الاعلام والاتصال في

هذه المؤسسة كثيرا ما يعيق تنفيذ الخطة الاتصالية في الوقت المحدد لها ،ومن الضروري

الآخذ ببعض العوامل البيئية التي تعيق كالعادات والتقاليد ،الظروف الاجتماعية التي تربط

الجمهور وكذلك ادخال التقنية المعلوماتية على الوسائل الاتصالية المعتمدة.

**التعقيب على الدراسة :** تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير التابع الفعالية الاتصالية

،حيث حاولت الباحثة من خلال دراستها لهذا المتغير معرفة أهمية الفعالية الاتصالية في

المؤسسة الجزائرية واكدت من خلال دراستها هناك مشكل نقص المختصين في مجال الاعلام

و الاتصال يعيق الخطة الاتصالية ، في حين دراستنا تهتم بالفعالية الاتصالية من جانب قدرة

الموظفين في ما حققه الاعلام الرقمي من اجل ان تكون هناك فعالية اتصالية بالمؤسسة

الجزائرية.

**الدراسة الثانية :** تناولت المتغير التابع لدراستنا الأداء الوظيفي

**عنوان الدراسة :** الأداء الوظيفي للأستاذ الجامعي من وجهة نظر الطلبة<sup>1</sup>

دراسة ميدانية بجامعة مستغانم قسم علم الاجتماع

من اشراف الأستاذة :د/عيسات وسيلة للموسم الجامعي 2018/2019.

حيث حاولت الطالبة في هذه الدراسة طرح الإشكالية التالية :

<sup>1</sup> حمشريف كريمة، الأداء الوظيفي للأستاذ الجامعي من وجهة نظر الطلبة ،دراسة ميدانية بجامعة مستغانم قسم علم

الاجتماع ،مذكرة ماستر علم الاجتماع التنظيم والعمل ،جامعة عبد الحميد ابن باديس ،مستغانم ،2018/2019

## كيف ينظر طالبة قسم الاجتماع لأداء الأستاذ الجامعي؟

وللإجابة على هذه الدراسة صاغت الفرضية التالية :

مستوى الأستاذ الجامعي من وجهة نظر الطلبة مرتبط بالأداء الوظيفي

استخدمت لهذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على تفسير الظاهرة و تحليلها واعتمدت في دراستها على العينة القصدية ، وقد تم استخدام تقنية المقابلة حيث اعتمد على 15مقابلة مع طلبة قسم علم الاجتماع .

وخلصت نتائج دراستها الى : أداء الأساتذة الجامعيين كان بين المتوسط والجيد نظرا للمسؤوليات والادوار التي يؤديها والصفات والخصائص المتوفرة فيه.

**التعقيب على الدراسة :** تناولت الباحثة في دراستها الأداء الوظيفي على متغير مستقل في حين دراستنا تناول الأداء الوظيفي كمتغير تابع ، فقد اعتمدت في دراستها على الأستاذ الجامعي كتحديد لموظفي الجامعة في حين اعتمدنا على موظفي الإداريين للخدمات الجامعة واعتمدت دراستها التطبيقية على المؤسسة الجامعية اما نحن اعتمدنا على مؤسسة الخدمات الجامعية .

**الدراسة الثالثة :** تناولت المتغير التابع الأداء الوظيفي

**عنوان الدراسة :** القيادة الإدارية ودورها في تحسين الأداء الوظيفي<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> طافر مريم ،القيادة الإدارية ودورها في تحسين الأداء الوظيفي ،دراسة ميدانية بالشركة الافريقية للزجاج أولاد صالح - **الطاهير** -،مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع ،جامعة محمد الصديق بن يحي ،جيجل ،2018/2019

## دراسة ميدانية بالشركة الأفريقية للزجاج أولاد صالح-الطاهير-

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع .

من اشراف الأستاذ: د.بولبينة جمال للموسم الجامعي 2019/2018

حيث حاول الطالبان من خلال هذه الدراسة الى طرح الإشكالية التالية:

-هل للقيادة الإدارية دور في تحسين الأداء الوظيفي؟

وللإجابة على هذه الإشكالية تمت صياغة فرضية عامة :

للقيادة الإدارية دور في تحسين الأداء الوظيفي .

ولاختبار هذه الفرضية اعتمد الباحثان في دراستهما على المنهج الوصفي للوصول الى معرفة

دقيقة عن موضوع القيادة الإدارية و دورها في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة الجزائرية

واعتمد في تحليلهم لهذه الدراسة على مجموعة الأدوات التي تسمح بتحديد دقيق للمتغيرات

وهي: أداة الملاحظة، الوثائق والسجلات، المقابلة والاستمارة واعتمدا على العينة العشوائية

حيث اخترا 30% من مجتمع الدراسة الذي يضم 193 مفردة وتشمل الإطارات, أعوان التحكم ,

عمال التنفيذ.

وخلصت نتائج دراستهم الى: استشارة العمال ومشاركتهم في اتخاذ القرارات يجعلهم يشعرون

بالاستقرار و الرضا الوظيفي والانتماء للمؤسسة وهذا ما يشجعهم على العمل من أجل التفوق

وخلق روح المبادرة لديهم .

**التعقيب على الدراسة:** تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في أن كلاهما تناولا الأداء الوظيفي كمتغير تابع ، في حين هذه الدراسة تختلف عن دراستنا في اختيارهم الأدوات المستخدمة في تحليل دراستهما حيث اخترا كلا من المقابلة والملاحظة ، والسجلات و الوثائق واعتمدنا في دراستنا على أداة الاستمارة فقط.

### الدراسة الرابعة : دراسة تناولت المتغير المستقل الاعلام الرقمي

**عنوان الدراسة:** اثر الاعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي<sup>1</sup>

دراسة ميدانية على طلبة قسم علم الاجتماع

من اشراف الأستاذ :أد/فاتح دبيش ،للموسم الجامعي 2022/2021 في اطار الحصول على

شهادة ماستر علم الاجتماع اتصالي

حيث حاولت الباحثين في هذه الدراسة طرح الإشكالية التالية :

**كيف يؤثر الاعلام الرقمي في تنمية الوعي الاجتماعي والسياسي لدى الرأي العام الشبابي؟**

و للإجابة على هذه الإشكالية صاغنا الفرضية العامة تتمثل فيما يلي :

يؤثر الاعلام الرقمي في تنمية الوعي الاجتماعي و السياسي لدى الرأي العام الشبابي من

خلال زيادة تعرضهم ومشاركتهم عبر المواقع الالكترونية لما يدور حولهم من أوضاع .

<sup>1</sup>شلاغمة ايمان ،اثر الاعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي ،دراسة ميدانية على طلبة قسم الاجتماع

،قائمة ،مذكرة شهادة ماستر في علم الاجتماع الاتصال ،جامعة 8ماي 1945 قالمة ،2022/2021

استندت هذه الدراسة المنهج الوصفي لمعرفة اثر الاعلام الرقمي ولقد تم اعتماد على العينة العشوائية المنتظمة بحيث اخترت مجموعة من الطلبة من مختلف السنوات والتخصصات بطريقة عشوائية واستخدمت خلالها أداة الاستمارة وخلصت النتائج الى :

-بينت الدراسة ان للإعلام الرقمي دور سلبي حيث ان معظم الافراد لا يتقنون في المعلومات المنشورة على وسائله.

-وسائل الاعلام الرقمية اضافت للأفراد معلومات جديدة، حيث زادت من وعيهم بشكل فعال.

-وسائل الاعلام تؤثر على سلوكيات واتجاهات الشباب الجامعي حيث ساهمت في زيادة وعيهم واكتسابهم للمعلومات والمعارف الى جانب التأثيرات الإيجابية والسلبية لبعض الذي لا يحسن استخدام تلك الوسائل.

-بينت الدراسة ان الاعلام الرقمي ساهم في تشكيل الراي العام لدى الشباب الجامعي من خلال اهتمامه واتباعه لمختلف القضايا والبرامج التي اثرت على طريقة ادراكه.

**التعقيب على الدراسة :** تبرز العلاقة بين هذه الدراسة ودراستنا ان كلاهما تناولوا الاعلام الرقمي كمتغير مستقل ، الا ان هذه الدراسة اهتمت باثر الاعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب أي المجال الاجتماعي في حين ان دراستنا تناولت دور الاعلام الرقمي لدى موظفي المؤسسة الخدمانية أي المجال الإداري ، كما انه تم اعتماد أداة جمع البيانات من خلال الاستبيان وهذا ما اتفقت فيه مع دراستنا .

## الدراسة الخامسة: دراسة تناولت المتغير المستقل الاعلام الرقمي

### عنوان الدراسة: دور الاعلام الرقمي في التخطيط للحملات الإعلامية الالكترونية<sup>1</sup>

#### دراسة ميدانية على عينة من الوكالات السياحية بولاية الوادي

من اشراف الأستاذ: د/ محمودي محمد البشير ، للموسم الجامعي 2023/2022 تخصص

سمعي بصري في اطار الحصول على شهادة ماستر

حيث حاول الباحثين من خلال هذه الدراسة الى طرح الإشكالية التالية :

#### فيما يكمن دور الاعلام الرقمي في لتخطيط للحملات الإعلامية الالكترونية؟

استخدمت المنهج الوصفي، اما الأدوات المستخدمة فكان محددًا بأداة الاستبيان عن طريق

الاستمارة .

وأجريت الدراسة باختيارها العينة على مستوى الوكالات السياحية بولاية الوادي واختيارها كان

اختيار عينة عشوائية الذي يمثل فيها مجتمع البحث كلا من المدير وموظفي الوكالة .

وخلصت النتائج هذه الدراسة الى :

-ان الاعتماد على الاعلام الرقمي من شأنه توظيف وسائل متعددة وتقديم خدمة بصورة اسرع

واحسن و زيادة التفاعل معها ونقل الصورة الجيدة للحملات الإعلامية.

<sup>1</sup> شوناني محمد سارة ، دور الاعلام الرقمي في التخطيط للحملات الإعلامية الالكترونية ،دراسة ميدانية على عينة من الوكالات السياحية بولاية الوادي ،مذكرة تخرج شهادة ماستر تخصص سمعي بصري ،اعلام واتصال ،جامعة الشهيد حمه لخضر ،الوادي ،2023/2022

-الاعلام الرقمي يساهم في تطوير وفعالية ونجاح الحملات الإعلامية .

-يعتبر موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك الأكثر اعتمادا من طرف الوكالات السياحية

للتخطيط للحملات الإعلامية .

**التعقيب على الدراسة :** تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير المستقل المتمثل في الاعلام

الرقمي حيث حاولت الباحثة ابراز مدى فاعلية و اهمية الاعلام الرقمي ودوره في التخطيط

للحملات الإعلامية من اجل تطوير ونجاح الحملات الإعلامية ، في حين دراستنا تهتم بدور

الاعلام الرقمي في فعالية الاتصال والأداء الوظيفي لدى موظفي المؤسسة الجزائرية و الخدمات

الجامعية كنموذج ،وتتفق هذه الدراسة مع دراستنا في أداة جمع البيانات المتمثلة في استمارة

الاستبيان .

## 8-حدود الدراسة :

يعتبر تحديد مجال الدراسة من الخطوات المنهجية الهامة لاي دراسة لما لها من أهمية بالغة

في البناء المنهجي للمساعدة التي يقدمها لإثبات المعارف النظرية في الجانب الميداني .

**\*المجال المكاني :** أجريت دراستنا الميدانية بمؤسسة مديريةية الخدمات الجامعية بالجلفة

**\*المجال الزمني :**ويتمثل في المدة الزمنية التي استغرقتها عملية بحثنا بشقيه النظري الميداني

بهدف جمع المعلومات والبيانات وتنقسم الى ثلاث فترات هي :

**الفترة الأولى:** يتمثل في الجانب النظري ، اين تم جمع البيانات حول الموضوع و الاخذ برأي الأستاذ المشرف وذلك ابتداء من أواخر شهر جانفي الى بداية شهر مارس لسنة 2024 وذلك بعد القيام بضبط جميع الأفكار وترتيبها و الاتفاق على خطة البحث التي تخدم موضوعنا الى جانب تركيزنا على جمع المصادر العلمية بدقة .

**الفترة الثانية:** خلال شهر مارس 2024 في هذه الفترة قمنا بالتواصل مع مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة للتعرف على مجتمع البحث وكشف عدد العمال الإداريين بالمؤسسة و دراسة استطلاعية لها .

**الفترة الثالثة:** تم اعداد الاستمارة من بداية شهر أفريل 2024 الى غاية نهايته وبعد الحصول على الشكل النهائي وبعد موافقة الأستاذ المشرف لها تم توزيعها على إداريين المؤسسة , حيث يتم استرجاع كل الاستمارات وقد استغرق مدة أسبوع وهذا راجع لالتزامات مسؤولي و إطارات المؤسسة , ليتم وضعها في جداول بسيطة وتحليل البيانات المتحصل عليها في الدراسة الميدانية .

## 9- منهج الدراسة:

تفرض طبيعة دراستنا التي تسعى الى معرفة دور الاعلام الرقمي في تحقيق الفعالية الاتصالية و الأداء الوظيفي في المؤسسة , وذلك بالاعتماد على منهج مناسب في كل مراحل البحث العلمي ويختلف المنهج حسب المشكل المطروح و الموضوع المعالج حيث تعني كلمة **المنهج** في البحث العلمي: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة اما من أجل

الكشف عن الحقيقة ,حين يكون بها جاهلين , او من اجل البرهنة عليها للآخرين , حين يكون بها عارفين<sup>1</sup>

وقد استندنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي لمعرفة دور الاعلام الرقمي في تحقيق الفعالية الاتصالية و الأداء الوظيفي داخل المؤسسة وهذا لوصف الموضوع اعتمادا على جمع الحقائق و البيانات و تصنيفها و معالجتها و تحليلها تحليلا كافيا و دقيقا لاستخلاص دلالتها و الوصول الى نتائج او تعميمات عن موضوع محل البحث .

## 10-مجتمع البحث وعينة الدراسة:

\*مجتمع الدراسة: يعد تحديد مجتمع الدراسة او مجتمع البحث الخطوة المهمة من بين خطوات البحث العلمي حيث يتطلب من الباحث تحديد مجتمع الذي يود اجراء الدراسة عليه، ويعرف مجتمع البحث بأنه: "يقصد به جميع مفردات او وحدات الظاهرة تحت البحث فقد يكون المجتمع مكونا من سكان مدينة او مجموعة من الافراد في منطقة ما ، او مجموع العمال الذين يعملون في شركة معينة"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عصمت احمد فاخر ،اساسيات البحث العلمي ،الجنادرية للنشر والتوزيع ،ط1،عمان ،الأردن ،2017،ص3

<sup>2</sup> محمد عبد العال واخرون ،طرق ومناهج البحث العلمي ،مؤسسات الوراق للنشر والتوزيع ،ط1،عمان ،الأردن ،

وبمعنى آخر، هو المجتمع الاحصائي الذي يجرى عليه الدراسة ويشمل كل أنواع المفردات مثل: الافراد ، السيارات ، الشوارع ،...، هناك ارتباط وثيق ومباشر بين مشكلة البحث ومجتمع

### البحث 1.

ويتمثل مجتمع دراستنا في موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة و الذي يبلغ عددهم 472 عامل موزعين على المديرية بفروعها .

**\*عينة الدراسة:** ان اختيار عينة البحث تعتبر من اهم الخطوات التي يستخدمها الباحث حيث

: تعد العينة طريقة من طرق البحث وجمع المعلومات ويمكن الاستعانة بها في بعض

الإجراءات العملية او الاستنتاجات النظرية، **وتعرف العينة:** "مجموعة من الوحدات المستخرجة

من مجتمع بحثي واحد، والتي تتوفر على تلك المتغيرات التي يريد الباحث ان يدرسها، وقد

تضم العينة وحدة معاينة واحدة او كل وحدات المعاينة ماعدا واحدة او عدد بينهما"<sup>2</sup>.

ونظرا لتركيز الدراسة حول دور الاعلام الرقمي في تحسين الفعالية الاتصالية والأداء الوظيفي

داخل المؤسسة، تم اخذ 10% من العدد الكلي للموظفين الدائمين اي 47 مفردة.

ولقد تم الاعتماد على العينة العشوائية المنتظمة بحيث اخترنا مجموعة من الموظفين من

مختلف المستويات التعليمية و الرتب المهنية .

<sup>1</sup> إسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2017، ص131

<sup>2</sup> سعد الحاج بن جخلد، العينة والمعاينة (مقدمة منهجية قصيرة جدا)، دار البداية ناشرون وموزعون ط1، عمان، الأردن

11/ أدوات جمع البيانات: تعتبر أدوات جمع البيانات تقنية تقوم بها الباحث يجمع المعلومات

المتعلقة بموضوع دراسته تساعده في تحليل الظاهرة المدروسة ووصفها وتفسيرها ،ولابد من

اختيار أدوات تخدم الدراسة من اجل الوصول الى اهداف والاجابة على تساؤلات الدراسة و

القيام بتحليل مضمون الدراسة ووفقا لمتطلبات الدراسة استخدمنا أداة الاستمارة.

\* الاستمارة:

أ- بناء أداة الدراسة:

بناء على طبيعة البيانات التي يراد جمعها، و على المنهج المتبع في البحث، و الوقت المسموح

به، و الإمكانيات المادية المتاحة، ركزنا على الأداة الأكثر ملائمة لتحقيق أهداف هذه الدراسة

وهي (الاستبيان) أكثر من باقي الأدوات، وذلك لعدم توفر المعلومات الأساسية المرتبطة

بالموضوع إضافة إلى صعوبة الحصول عليها، وبغية الإجابة على إشكالية و تساؤلات الدراسة

قمنا بتصميم استبانة معتمدين على تلك الدراسات التي تناولت : " الاعلام الرقمي ودوره في

تحقيق الفعالية الاتصالية والأداء الوظيفي داخل المؤسسة " حيث كان الهدف الأساسي منها

هو أن تكون شاملة لمختلف أركان البحث النظري لتعطي صورة واقعية عن الممارسات

المرتبطة بموضوع الدراسة.

ب- تصميم الاستبيان: قمنا بعرض نموذج الاستبيان على المشرف ،ثم تم عرضه على

مجموعة من المحكمين لهذا الاستبيان وهم كلا من د/ الأستاذة صدارة محمد أستاذ محاضر

بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة زيان عاشور الجلفة ،الأستاذة د/قنيفة سهام أستاذ

محاضرة بقسم الاعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور الجلفة و الأستاذ د/ امحمدي البشير  
 أستاذ مساعد بقسم الاعلام والاتصال جامعة زيان عاشور الجلفة والذي أعطوا ملاحظاتهم على  
 تطبيق أداة الدراسة على أفراد عينة الدراسة ، و التي أخذت بعين الاعتبار .  
 اعتمدنا في الدراسة الميدانية على استمارة استبيان بها مجموعة من الأسئلة وذلك بغرض  
 جمع البيانات اللازمة وهذا لاختبار فرضيات البحث و المساعدة في تقييم : " الاعلام الرقمي و  
 دوره في تحقيق الفعالية الاتصالية والأداء الوظيفي " ، حيث تم تطوير الاستبانة بمراحل عدة  
 حتى نتأكد من صلاحيتها وقدرتها على تحقيق الهدف المنشود منها، حيث تضمن الاستبيان ما  
 يلي:

**موضوع الاستبيان:** و الذي يتم توضيحه في مقدمة الاستبيان

**غرض الاستبيان:** و الموضح كذلك من خلال المقدمة المدرجة فيه.

**شرح طريقة الإجابة:** وذلك من خلال وضع العلامة (X)؛ في الخانة المناسبة للإجابة.

**مكونات الاستبيان:** قسمنا الاستبيان إلى جزأين كالتالي:

**الجزء الأول: البيانات العامة**

يهدف هذا القسم إلى التعرف على بعض الخصائص الشخصية و العلمية للعينة و المتمثلة

في: الجنس ، المستوى التعليمي ، السن ، الأقدمية في العمل .

## الجزء الثاني: محاور الاستبيان

وتضمن هذا الجزء مختلف المحاور التي تضم جملة من العبارات التي تقيس "الإعلام الرقمي" و"الفعالية الاتصالية و الأداء الوظيفي" ، حيث على كل مستجوب اختيار الخانة التي تعبر عن وجهة نظره حول كل عامل من العوامل المذكورة.

**المحور الأول: البيانات الشخصية وتمثل في: الجنس، السن، المستوى التعليمي، وأقدمية العمل.**

**المحور الثاني: الخدمات التي يقدمها الاعلام الرقمي لموظفي الخدمات الجامعية بالجلفة** ويحتوي على 5 اسئلة تبدأ من رقم 1 الى 5 تتعلق بالإعلام الرقمي وخدماته داخل مديريةية الخدمات الجامعية بالجلفة .

**المحور الثالث : توظيف الاعلام الرقمي في تحسين الفعالية الاتصالية**

تحتوي على 5 اسئلة من السؤال 7 حتى 11 تتعلق بربط علاقة الاعلام الرقمي بالفعالية الاتصالية.

**المحور الرابع: الآليات الواجب توفرها لتحقيق التكامل بين الاعلام الرقمي و الأداء الوظيفي** ويحتوي على 8 أسئلة من السؤال 12 وحتى 19 لتوصل الى فكرة التكامل بين الاعلام الرقمي والأداء الوظيفي .



## الفصل الثاني: الإعلام الرقمي

## الفصل الثاني : الاعلام الرقمي

### تمهيد

1/نشأت وتطور الاعلام الرقمي

2/مفهوم الإعلام الرقمي

3/مرادفات الإعلام الرقمي

4/عوامل ظهور الاعلام الرقمي

5/خصائص وسمات الاعلام الرقمي

6/الفرق بين الاعلام الرقمي و الاعلام التقليدي

7/وسائل وأدوات الاعلام الرقمي

8/اشكال الاعلام الرقمي

9/وظائف الاعلام الرقمي

10/نظريات الاعلام الرقمي

11/ايجابيات وسلبيات الاعلام الرقمي

خلاصة الفصل

**تمهيد :**

في عالم يتسم بالتغير المستمر والسريع، باتت وسائل الإعلام جزءاً أصيلاً من تشكيل وتعاظم المجتمعات المعاصرة لما لها من تأثير بالغ الأهمية في معظم أوجه النشاط الإنساني هذا التأثير مع تحول العالم إلى العصر الرقمي، حيث أصبح الإعلام الرقمي وشبكات التواصل وهذا بفضل وسائله وخدماته المتطورة التي ألغت الاجتماعي أساسياً في حياة الناس اليومية. الحواجز بين المرسل والمتلقي .

فهذا الفصل خصصناه للتعرف اكثر على الاعلام الرقمي من خلال لمحة على تاريخ نشأته وتطوره وأهم مرادفاته و خصائصه وسمياته ، ثم وسائله وادواته ومن بعدها نظرياته وايجابيات وسلبيات الاعلام الرقمي.

## 1 /نشأة وتطور الإعلام الرقمي :

نشأ الإعلام الرقمي نشأة عشوائية إثر مراحل تطور الشبكة المعلوماتية العالمية "الأنترنت" وتزايد استخدامها، وقد ظهرت ملامحه الأولى مع ظهور الأنترنت عام 1969م في الولايات المتحدة الأمريكية، حينما كلفت وزارة الدفاع الأمريكية مجموعة من الباحثين بمهمة البحث لإيجاد شبكة اتصالات تستطيع أن تستمر في الوجود حتى في حالة هجوم نووي وللتأكد بأن الاتصالات الحربية يمكن استمرارها في حالة حدوث أي حرب، وقام مجموعة من علماء جامعة كاليفورنيا بتجربة علمية كانت محاولة لربط جهاز حاسب آلي في مدينة لوس أنجلوس بجهاز آخر في مدينة "منلو بارك" بواسطة خط هاتفي، بحيث يستطيع الجهازان العمل معا في شكل نظام اتصال مغلق، كانت هذه التجربة جزءا من متطلبات إيجاد وسائل اتصال ذات فاعلية ومضمونة لإبقاء الصواريخ النووية الأمريكية قابلة للاستخدام حتى بعد تعرض أمريكا لضربة مدمرة .

كانت تلك الأبحاث بمثابة العمود الفقري للبنية التحتية لشبكة المعلومات العالمية المسماة بالإنترنت والتي بدأت تقدم للناس عمليا في سنة 1985م<sup>1</sup> وكان عدد المشتركين يتزايد بشكل كبير حتى أصبحت أكبر شبكة في تاريخ البشرية وبدأ ظهور الإعلام الرقمي ليشمل ظهور عدد من الصحف والمجلات الالكترونية والتي شكلت وقتها ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة

<sup>1</sup> معمري مروة . سولاف بوشاقور . تطبيق الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي فرص كبيرة وتحديات أكبر

application of artificial intelligence in digital media great opportunities and greater

challenges / جامعة الجزائر 3(الجزائر) . مجلة الدراسات الاعلامية والاتصالية . المجلد 3 . العدد 02 . جوان

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبدأ ظهور التطبيقات والمدونات الالكترونية التي فتحت آفاقا عديدة للجمهور باعتبارها وسائل إعلامية جديدة سريعة الانتشار و قليلة التكلفة.

كما ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدها مجال الإعلام والاتصال، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية والتي أحدثت new media تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام<sup>1</sup>.

## 2- مفهوم الاعلام الرقمي :

### 2-1/ مفهوم الاعلام:

**لغة:** من فعل أعلم ، يعلم ، اعلاما، وهو مشتق من أعلم يقال أعلمه اعلاما ،مثل أبلغه ابلاغاً و أخبره اخباراً ، فالإعلام و الاخبار و الايذان الفاظ تدور حول ايصال أمر مطلوب من جهة المتكلم الى المخاطب ، ويعني أيضا الاعلام تبليغ و الإبلاغ أي الاتصال يقال بلغت القوم بلاغا أي اوصلتهم الشيء المطلوب ،و البلاغ ما بلغك أي وصلتك<sup>2</sup> .

**ب- اصطلاحاً:** يعرف الإعلام كذلك بأنه عملية ديناميكية تهدف إلى توعية وتثقيف وتعليم وإقناع مختلف فئات الجماهير التي تستقبل موادها المختلفة وتتابع برامجها وقراراته.

<sup>1</sup> - معمرى مروة، مرجع سبق ذكره ، ص، 82

<sup>2</sup> - بسام عبد الرحمن المشاقفة، مرجع سبق ذكره، ص72

يقصد بالإعلام تلك " العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي فوظيفة الإعلام الإبلاغ الشرح والتفسير والتثقيف والامتناع فهو تغيير عملي لتكوين المعرفة والاطلاع والإحاطة لما يهم الإنسان في كل زاوية من زوايا محيطه وفي كل مرفق من مرافق حياته ."

## 2-2/ مفهوم الإعلام الرقمي

**أ/لغة:** الاعلام الرقمي مكون من مقطعين اثنين أولهما الاعلام ويعني اخبار وتزويد الجماهير بالمعلومات اعتمادا على قنوات اتصالية .

اما كلمة رقمي فهي تشير الى الاعتماد على تكنولوجيا الرقمية كمواقع الويب و الفيديو و النصوص وغيرها والتي تقوم بنقل كافة المعلومات من صور و أصوات رقميا<sup>1</sup> .

## ب/اصطلاحا :

- فهو يعتبر أداة من الأدوات الالكترونية الجديدة التي تعتمد على عالم الأرقام والذي يمكن ان يعتبر نتاج خلاصة الثورات الثلاث التي مر بها العالم و التي تشمل ثورة المعلومات وثورة الاتصال وثورة الحاسبات الالكترونية ، ومن خلالها تم وضع كافة الوسائل الاتصالية في اطار

1-بلحيرش مروة، أثر الاعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي ، مذكرة ماستر في علم الاتصال ، قسم علم الاجتماع ،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة 8ماي1945قالمة، 2022/2021،ص9

تكنولوجي واحد ،وبذلك فالإعلام الرقمي يمثل نقطة الفصل بين وسائل الاتصال الحديثة و الوسائل التكنولوجيا .

- كما يقوم الاعلام الرقمي على ترجمة المعلومات المختلفة وتخزينها ونقلها في هيئة سلاسل او تشكيلات رمزية، تشمل كل من الصوت والنصوص والصور و غيرها من العناصر<sup>1</sup>.

- كما تعرفه اللجنة العربية للإعلام الالكتروني بأنه "أي الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي، آلي وشبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الالكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات و المعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكانياتها في الشكل و المضمون<sup>2</sup> .

يرى الباحث مؤيد السعدي أن الاعلام الجديد هو " مجال عام يستخدم تطبيقات متعددة عبر الانترنت لا تحكمه عوامل السلطة، ومجال اجتماعي للحوار والتبادل الثقافي بين المجتمعات، ومجال تندمج فيه عناصر العملية الاتصالية وتعتمد شدة الاندماج على عنصر السرعة والزمن ،وهو أيضا مجال عام قادر على احداث التغيير في المجتمعات عبر المشاركة ،ومجال عام يسمح للمستخدم بأرادة مزاجه على وفق ما يريد و ليس وفق ما تريده الوسيلة الإعلامية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>-عبير الرحباني ، الاعلام الرقمي الالكتروني ،دار أسامة للنشر والتوزيع ،ط1،عمان ، الأردن 2012،ص40

<sup>2</sup>-عامر إبراهيم قنديلجي ، الاعلام الالكتروني ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،ط1، عمان ، الأردن، 2015،ص70.

<sup>3</sup>-مؤيد السعدي ،الاندماج الاتصالي في الاعلام الجديد ،دار النشر ألفا للوثائق ،ط1 ، 2019 ، ص19

والإعلام الرقمي هو إعلام شبكي لتركيز تطبيقاته في الإنترنت وارتباطه بمواقع محددة التعريف على الشبكات الإتاحة المحتوى في روابط متعددة وفق آليات وأدوات معينة، تساعد القارئ في الوصول إلى هذا المحتوى، مع توفير حرية التفاعل والاختيار بما يتفق مع حاجات هذا القارئ واهتماماته وتفضيله".

وبالتالي فإن الإعلام الرقمي هو المرحلة الأكثر تطورا حتى الآن على الصعيد التقني، وكل ما أضافه من مزايا عائد إلى استغلال التطور التقني ليس إلا، من حيث قدرته على ردم الفجوة المعلوماتية من خلال إتاحة المعلومة والرأي على نطاق أوسع وبكفاءة أعلى، باستثمار الوسائل الاتصالية الحديثة.

ومن جملة التعريفات السابقة يمكن القول أن الإعلام الرقمي

**ج/ التعريف الاجرائي :** هو نوع جديد من الاعلام يركز على اساسيات الاعلام التقليدي

ويختلف من حيث الأساليب واشكال المضامين الإعلامية يستخدم تقنية الأنترنت في نشر وتبادل الاخبار و المعلومات من خلال الأجهزة الالكترونية المتصلة بالأنترنت بهدف التواصل الاجتماعي و الثقافي و السياسي والإعلامي .

**3-مرادفات الإعلام الرقمي:** لا يوجد تعريف علميا محددًا حتى حين يحدد مفهوم الاعلام

الرقمي بدقة الا انه يطلق عليه مجموعة من المسميات التي تؤدي إلى نفس الهدف مثل:

الإعلام التفاعلي، وإعلام الوسائط المتعددة، والإعلام الشبكي الحي، والإعلام التشاركي وغيرها من المسميات،

-الإعلام الجديد: مجموعة من الأساليب و الأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف اشكاله من خلال أجهزة الالكترونية المتصلة او غير متصلة بالانترنت.

-الإعلام التفاعلي: interactive media جاءت هذه التسمية لتوافر حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الأنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الأنترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة، وذلك بإتاحة فرصة و المساحة امام الجمهور للتفاعل مع المواد المنشورة عبر وسائله المختلفة والتعليق عليها بشكل فوري.<sup>1</sup>

-الإعلام الشبكي : هذا النوع من الاعلام خاص بالشبكة الأنترنت ،ونتيجة الى تميز هذا الاعلام من تدفق هائل للمعلومات فقد اطلق عليه صفة اعلام معلومات ( online media ) لتوافقه بين الكمبيوتر و الاتصال معتمدا على تكنولوجيا المعلومات ،و يأخذ أيضا تسمية اعلام الوسائط التشعبية.

-إعلام المعلومات info media : للدلالة على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية و يندمج فيه.

-إعلام الوسائط التشعبية hypermedia : وصف بهذا الاسم لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية أو وصلات قاطرة، نحن هنا

<sup>1</sup> -علي خليل شقرة ،الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)،دار أسامة للنشر والتوزيع ،ط2014،ص54

معنيون بميزات خاصة بشبكة الأنترنت التي أعطت ميزة التشعبية والوصلات links لما ينشر أو يبيث داخلها.

-إعلام الوسائط المتعددة: لحالة الاندماج التي تحدث داخل الإعلام الجديد، أي بين النص والصورة والصوت.<sup>1</sup>

#### 4-عوامل ظهور الإعلام الرقمي

**العامل التقني:** المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيات الاتصالات ولاسيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الأنترنت التي تشكل حاليا وسيطا يطوى بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية، وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها.

**العامل الاقتصادي:** المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسرار حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدحوه الإسرار في تدفق المعلومات، وليس هذا المجرر كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكون المعلومات سلعة

<sup>1</sup>-د. منصور حسام، الإعلام الرقمي: مفهومه، وسائله، ونظرياته، مجلة البحوث والدراسات في الميديا الجديدة، ص

اقتصادية في حد ذاتها تتعاضد أهميتها يوماً بعد يوم، بقول آخر إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفزيونية من جانب آخر.

**العامل السياسي:** المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات و التناقضات، وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبقة جاعلة من الإعلام الرقمي قضية شائكة جدا وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية.<sup>1</sup>

## 5- خصائص وسمات الإعلام الرقمي:

5-1/ خصائص الاعلام الرقمي : ومن الخصائص التي يتميز بها الإعلام الرقمي سواء كانت تلك الخصائص إيجابية أم سلبية ،هناك كثير من الآراء المتناقضة في هذا الخصوص سوف أذكر بعض منها كالتالي :

\* تنوع وتعدد المحتوى وسهولة الوصول إليه.

\*إعلام مفتوح يقلص من السيطرة الرسمية على الإعلام ويتخطى الحدود الجغرافية بين الدول ويفعل من دور القطاع الخاص.

<sup>1</sup>- د/ منصور حسام ، مرجع سابق ذكره، ص 90.91

\* تكاليفه غير مرتفعة بسبب اعتماده على التقنية الحديثة.

\* تنوع الثقافات واختلاف التوجهات بين طرفي العملية الإعلامية

\* عدم وجود احتكار مما يوسع دائرة التنافس الإعلامي.

\* أكثر الخدمات الإعلامية الإلكترونية خدمات تفاعلية مما يحول الجمهور من متلقي إلى

شريك أساسي في صنع وصياغة المحتوى.

\* ظهور نوع جديد من الإعلام يسمى بإعلام الفرد ويقوم على شخص واحد.<sup>1</sup>

## 5-2 / سمات الإعلام الرقمي: تتعدد خصائص وسمات الإعلام الجديد بشكل متنوع حيث

يرى الدكتور سامي زهران أن الإعلام الجديد هو إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص

والصوت والصورة وحدد أبرز خصائص هذا الإعلام الجديد مشيراً إلى أن أبرز خواصه هي:

\* التفاعل بين المصدر والمتلقي فهو يتيح فرصة التعليق والنقد.

\* تحول المتلقي إلى ناشر يستطيع أن ينشر ما يريد.

\* إعلام متعدد الوسائط حيث يستعين بالصورة والكلمة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه.

\* اندماجه مع مخرجات الإعلام التقليدي واستيعابه لها.

<sup>1</sup>- نسرین حسونة، الإعلام الجديد المفهوم و الوسائل و الخصائص و الوظائف، ط1، شبكة الالوكة، الرياض، السعودية

\*سهولة الاستخدام فهو متاح للجميع وفي متناول أيديهم غير أجهزة الحاسوب الشخصية أو

أجهزة الجوال التي في أيديهم<sup>1</sup>.

وهناك العديد من السمات التي تميز الإعلام الجديد مع أنه يتشابه مع الإعلام القديم في بعض

جوانبه، إلا أنه يتميز عنه بالعديد من السمات التي يمكن إيجازها فيما يلي :

\***التفاعلية**: يمكن للمستخدمين التفاعل مع المحتوى الرقمي، مثل التعليق على المقالات أو

مقاطع الفيديو أو المشاركة في المنتديات.

\***المشاركة**: يمكن للمستخدمين بسهولة مشاركة المحتوى الرقمي مع الآخرين عبر وسائل

التواصل الاجتماعي أو البريد الإلكتروني.

\***التخصيص**: يمكن للمستخدمين تخصيص المحتوى الرقمي حسب اهتماماتهم، مثل اختيار

الأخبار أو المقالات أو مقاطع الفيديو التي يرغبون في رؤيتها.

\***التحول**: من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي، إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى

رسائل مطبوعة أو مصورة والعكس

\***تفتيت الاتصال**: وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى

جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي. وتعني أيضاً درجة تحكم في

نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

<sup>1</sup> -نسرين حسونة، مرجع سبق ذكره، ص16

\***اللاتزامنية:** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا

تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.

\***الحركية:** تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في

الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدميها، ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات

الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرة.<sup>1</sup>

\***قابلية التحويل:** وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر.

كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس

\***قابلية التوصيل:** تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغض

النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع.

\***الشيوع والانتشار:** ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل

كل طبقة من طبقات المجتمع.

\* **الكونية:** الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات

أن تتبع المسارات المعقدة.

<sup>1</sup> - عبدة الصبوي ، الإعلام الجديد و المجتمع ،المركز العربي للنشر و التوزيع ،2018،ص، 52،50

## 6/الفرق بين الاعلام الرقمي و الاعلام التقليدي :

6-1/الفروقات المهنية بين الاعلام الرقمي و الاعلام التقليدي :وتكمن اهم الاختلافات بين

الاعلام الرقمي والاعلام التقليدي :

\*المساحة الجغرافية: يمكن للموقع الإعلامي الوصول عن طريق الأنترنت الى مختلف انحاء

العالم ،على عكس عدد كبير من وسائل الاعلام التقليدي التي تكون مفيدة بحدود جغرافية

محددة.

\*عامل التكلفة : يتميز الاعلام الجديد بقلة تكاليفه كثيرا مقارنة بالإعلام التقليدي القديم. <sup>1</sup>

\*عنصر التفاعلية

## 6-2/فروقات فنية :وتتمثل فيما يلي

\*الاعلام الرقمي هو نوع جديد من الاعلام يشترك مع الاعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ

العامة والاهداف.

\*الاعلام الرقمي يتميز بانه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الاعلام الحديثة ، وهي الدمج

بين كل وسائل الاتصال التقليدي ،فهو يهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة

بطريقة اكبر.

\*تسهم شبكة الانترنت بمنح الإعلاميين فرصة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة

<sup>1</sup>-ماهر العودة ،محمود عزت ،مصطفى يوسف كافي ، الاعلام الرقمي الجديد ،ط1 ،دار الاعصار العلمي للنشر

الالكترونية من دون اللجوء الى وسائل تقليدية كمحطات البث ،المطابع وغيرها بطرق تجمع بين النص و الصورة والصوت ،وهذه تلغي الحاجز بين المتلقي والمرسل عند مناقشة المضمون الإعلامي سواء مع الإدارة الموقع او مع متلقين اخرين.<sup>1</sup>

**7/ وسائل وأدوات الإعلام الجديد:** تعددت وسائل الإعلام الجديد وأدواته، وتزداد تنوعا ونموا مع مرور الوقت ومن هذه الوسائل:

**\* الشبكات الاجتماعية:** عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني والفيديو، والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا (الفييس بوك . تويتر).

وقد حاول العرب الاستفادة من فكرة الشبكات الاجتماعية لإنشاء شبكات اجتماعية عربية، لكنها لم تصل إلى شهرة الفيس بوك تويتر ومنها :شبكة فريد أوي ،شبكة أرابز .

**\*المفضلات الاجتماعية:** وهي مواقع تسمح لك بإنشاء مفضلات وارشفتها ، وحتى مشاركتها مع باقي الأعضاء المسجلين في هذه المواقع، هي مفضلة لا ترتبط بجهازك كما هي العادة، بل هي مفضلة موجودة على شبكة الإنترنت ومن أشهر أمثلتها موقع ميغ.

**\*مواقع استضافة المدونات المجانية ومنها:** الورد بريس، بلوجر ، تمبلر.

**\*مشاركة الفيديوهات والصور:** مواقع مشاركة الفيديوهات هي مواقع إعلام جديد تتيح لك

مشاركة مقاطع الفيديو الخاصة بك وصورك مع أصدقائك على الموقع، وأشهر تلك

<sup>1</sup> -فاضل محمد البدراني ،الإعلام الرقمي في عصر التدفق الاخباري ،ط1،بيئوت ،2017،ص،35

المواقع اليوتيوب جوجل فيديو.

\*مواقع مشاركة الصور: مواقع مشاركة الصور تسمح لك برفع صور لك إلى الموقع،

ومشاركتها مع الآخرين.<sup>1</sup>

## 8/ اشكال الاعلام الرقمي :

\*النشر الالكتروني : يتم فيه استخدام التكنولوجيا الحديثة في عملية نقل وتبادل المعلومات

باستخدام الوسائط المتعددة التي تتعدد بين النص والصورة والصوت والفيديو وذلك كله بطريقة  
الالكترونية.

\*الصحف الالكترونية : تتمثل في مواقع الكترونية لها عناوين مثبتة ،تقدم خدماتها الصحفية

عبر الشبكة فتنشر من خلالها الاخبار و الوثائق المتصلة و المتعلقة بها وكذا التقارير  
الصحفية ومختلف التحقيقات و المقالات وتصدر في مواعيد محددة.

\*المدونات الالكترونية :تعتبر كأحدى التطبيقات الانترنت وتشمل المذكرات ،والمقالات و

اليوميات وغيرها باستخدام الوسائط المتعددة التفاعلية .

\*مواقع عرض المواد المرئية و المسموعة :وهي تتمثل في مواقع على الانترنت لبث وتبادل

مختلف المواد المرئية المسموعة وتبادلها .

<sup>1</sup> -د.ماهر عدوة الشمالية ، د.محمود عزت اللحام ، د.مصطفى يوسف كافي ،مرجع سبق ذكره ،ص33

\*الإعلانات الالكترونية: وتشمل خدمات النشر الإعلامي عبر مختلف المواقع على شبكة

الانترنت سعياً للانتشار.<sup>1</sup>

\*خدمات البث على الهاتف المحمول: وتشمل البث الحي على الهاتف الجوال، وكذلك بث

الرسائل الإعلامية القصيرة و الإعلانات عبر خدمتي لرسائل النصية sms و mms، وبث

الخدمات الاخبار العاجلة .

\*المواقع الشخصية: وهي تعتمد على انشاء مواقع من طرف أصحابها من اجل عرض سيرهم

الذاتية و اهتماماتهم وكذا لتمكينهم من الاتصال والتواصل مع الأصدقاء.

\*المجموعات البريدية: وهي تتمثل في مواقع تقدم خدمات التواصل عبر البريد الالكتروني بين

مجموع من الافراد والهدف من ذلك نشر ما يهتمون به من معلومات وتبادلها الوثائق فيما بينهم

\*المنتديات الالكترونية: وهي عبارة عن مواقع الكترونية تسمح لمستخدميها الأعضاء بطرح

مواضيع متنوعة تكون ذات صلة ، وتبادل الأفكار و الوثائق ويتم كل ذلك باستخدام الوسائط

المتعددة من خلال إجراءات يتم تحديدها من طرف المسؤول او صاحب المنتدى.<sup>2</sup>

\*غرف الحوارات: هي عبارة عن تطبيق للحوار عبر الانترنت يسمح بالتواصل مع شخصين او

اكثر من ذلك باستخدام الوسائط المتعددة وبصور متعددة تنظمها قواعد محددة الاستخدام

<sup>1</sup>د/ حارث عبود، مزهر العاني، الاعلام والهجرة في العصر الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن

2015، ص، 84،

<sup>2</sup> د/حارث عبود، مزهر العاني، نفس المرجع ،ص، 85،

\* خدمة الارشفة الالكترونية : مع تحول معظم الخدمات الأرشيفية الى خدمات الكترونية ،كتخزين ،مقالات كتابية في الصحف وما تنشره الصحيفة من اخبار متعددة ومتنوعة يستطيع أي شخص من خلالها ان يعود للمكتبة الأرشيفية و في أي وقت دون بذل جهد.

\* الإذاعة و التلفزيون الالكتروني :خدمات البث الحي للإذاعات و القنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على شبكة الانترنت ومن خلال "حزم البث الإذاعي والتلفزيوني" و التي تحملها الشبكة الى المتلقي مباشرة و الى مختلف المواقع .

\*بث خدمات الاخبار العاجلة.<sup>1</sup>

9/وظائف الاعلام الرقمي :

تكمن وظائف الاعلام الرقمي فيما يلي :

\*وظيفة إخبارية : من خلال العدد الهائل من المواقع الالكترونية الإخبارية و مواقع التواصل الاجتماعي ،اصبح الاعلام الجديد مصدرا مهما من مصادر الاخبار واصبح من السهولة في أي وقت ومن أي مكان الحصول على المعلومة الانية ،اذ تتوفر العديد من المواقع الإعلامية التي تقدم الاخبار وتنشر الوقائع والاحداث ،التي تقع في مختلف بقاع العالم وفي لحظة وقوعها ،كما ان اغلب القنوات التلفزيونية والمحطات الاذاعية ،أحدثت مواقع إخبارية لها على شبكة

<sup>1</sup>-د/عبد الله قاسم ،محمود باشا كريشان ، اثر الثورة المعلوماتية الإعلامية في تشر الوعي السياسي (لدى الشباب الأردني)،دار الجنان للنشر والتوزيع ،ط1،عمان ، الأردن ،2016،ص،40

الانترنت من اشكال التكامل بين الاعلام التقليدي و الاعلام الجديد <sup>1</sup>.

**\*وظيفة التوجيه:** حيث تستطيع وسائل الاعلام المختلفة اكساب الجماهير اتجاهات جديدة او

تعديل القديم منها ،ولكن هذا التعديل في ظل شروط معينة ،وهي حسن اختيار المادة الإعلامية وملاءمتها للجمهور المستقبل وتقديمها في ظروف مناسبة .

**\*وظيفة الدعاية:** تهتم الحكومات المختلفة باستخدام وسائل الاعلام في الدعاية ،ويأتي اهتمام

الحكومات من جانبها لتعريف الدول الأخرى بفلسفتها ووجهة نظرها في النواحي الداخلية

والخارجية ،ويوافق ذلك الاهتمام بما تطرحه الدول الأخرى لكي يتفادى خطر وصول شيء

لشعبها يشوش الأفكار ويعوق تنمية مواردها الموجهة وفق أيديولوجيتها النابعة من ظروفها

الخاصة .

**\*وظيفة التثقيف :** هو زيادة المعرفة بغير الأسلوب الاكاديمي المتبع في المدارس خاصة فيما

يتصل بنواحي الحياة العامة ،والتثقيف عن طريق وسائل الاعلام دون قصد او تخطيط سابق ،

اما عرضا او مقصودا فهو حصيلة اتجاه الفرد الى وسائل الاعلام وتفاعله بهدف معين وبخطة

مسبقة ويكون باتجاهين موجه من قبل مرشد ،او اتجاه حر من خلال رغبة ذاتية لدى الافراد.

<sup>1</sup>- بلقاسم السهلي ،الاعلام الرقمي الجديد بين المثالية الذكية و متغيرات الواقع ،مجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام

\***وظيفة التعارف الاجتماعي** : فوسائل الاعلام تقوي الصلة الاجتماعية بين الافراد عن طريق

اظهار نعاظفهم في أسلوب رقيق يعبر عن مشاعرهم او تقديم الشخصيات الشهيرة المحببة الى

نفوس الناس .

\***وظيفة الإعلان** :ومهمة وسائل الاعلام هنا هي تعريف الجماهير بالسلع والخدمات المختلفة

ومكانها وكذلك حثهم على تجربتها واقتنائها<sup>1</sup>.

\***وظيفة تعليمية** :توسعت دائرة استخدام الاعلام الجديد في مجال التعليم ، من خلال البرامج

التعليمية عبر شبكة الانترنت او من خلال استخدام الوسائل التعليمية الرقمية في عملية التعليم

فقد ساهمت التقنيات الرقمية الجديدة في تطوير وسائل التعليم الالكترونية والابتعاد عن الصيغ

التقليدية في التعليم باستبدال الالواح الخشبية والبلاستيكية بالألواح الرقمية الذكية المحملة ببرامج

او المقررات التعليمية المختلفة.

\***وظيفة التسلية و الترفيه** :يقوم الاعلام بهذه الوظيفة للتأثير على القراء تأثيرا نفسيا حميدا

،ولأهمية هذه الوظيفة لا تجد وسائل الاعلام غضاضة في تخصيص صفحات وبرامج و مواقع

كاملة للأخبار و المواد الحقيقية التي لا وظيفة لها سوى الامتاع ،فضلا عن الأبواب الأخرى

المعروفة كالرياضة ،والفنون ،وتتخذ الصحف خصوصا هذا النهج رغم وجود من ينتقده ،اذ

يرون ان وظيفة الترفيه قد تفسد الخبر لأنها تصرف الجماهير عن الاحداث الجادة وتقتل فيهم

<sup>1</sup>-علي عبد الفتاح كنعان ،**الاعلام والمجتمع** ،ط1،دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع ،عمان ،2010،ص ،6،5

روح النقد وتخلق بابا يهربون منه بدلا من مواجهة المشكلات الحقيقية والتفكير في القضايا

الملحة 1.

## 10/نظريات الاعلام الرقمي :

- **نظرية التحول الرقمي:** تكاد تكون النظرية الوحيدة التي اتفق عليها الباحثون في الاتصال على أنها نظرية في الإعلام الجديد، ومنطلقاتها الرئيسية تتمثل في أن وسائل الإعلام الجديد تظهر تدريجيًا نتيجة للتحول العضوي، وأن وسائل الإعلام تستجيب مثل الأنظمة الأخرى للضغوط الخارجية وتتجه إلى إعادة تنظيم نفسها وتتطور مثل الكائنات الحية لكي تزيد فرص بقائها وعندما يظهر نمط اتصالي جديد ويتطور فإنه يؤثر على مر الزمن وبدرجات متفاوتة في أنماط الاتصال القائمة، ودعمت البحوث القليلة التي تناولت هذه النظرية الأفكار الرئيسة فيها وطورت مفاهيم مثل التحول الرقمي ومفهوم إحلال وسائل الإعلام والإحلال الوظيفي 2.

- **نظرية الفجوة الرقمية:** هي نمط من فجوة المعرفة ولكن في الفضاء الإلكتروني

ويستخدم لوصف الاختلاف بين الأفراد والجماعات والدول في القدرة على الوصول واستخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة، وينظر الباحثون إلى متغير الوصول إلى الإنترنت باعتباره متغيرا

1- إبراهيم إسماعيل ، الإعلام المعاصر (وسائله، مهارته، تأثيراته، أخلاقياته)، وزارة الثقافة و القنوات و التراث ، ط1، الدوحة ، قطر ، 2014، ص48

2- محمد علي القعاري ، مدخل النظرية في دراسات الاعلام الرقمي ،مجلة علوم الاتصال ،جامعة ام درمان الإسلامية ،

السودان ، العدد6، 2020 ، ص ،25،26

وإحدى ضمن متغيرات تؤثر في الفجوة الرقمية مثل جودة الاتصال بالإنترنت وتوافر الخدمات المساندة لاستخدام الإنترنت وتكلفة الاتصال بأسعار معقولة.

-نظرية الشبكات: يطلق عليها مدخل الشبكة أو تحليل الشبكة الاجتماعية أو ممثل الشبكة

وهي كلها مستمدة من علوم الحاسب، وتم استخدامها في مجال الإعلام الجديد لتوصيف وتشخيص أشكال التشبيك الاجتماعي على الإنترنت، ولتعرف العلاقات التي تربط المواطنين بالتكنولوجيا الجديدة، ومحاولة الوصول إلى تغيرات الاجتماعية والثقافية المعاصرة في ضوء مفاهيم فردية و اللامركزية

-نظرية التلاقي: أو الدمج تسعى لتقديم فهم كامل ومخطط لظاهرة الإعلام الجديد. ويدور محتواها في جملة من الافتراضات الرئيسية أهمها أن هناك تغييرات جسيمة تحدثها تكنولوجيات الإعلام الجديدة على طبيعة التواصل البشري من حيث طرق التواصل وكافة أوجه الحياة.

-نظرية الرقمنة: تتشارك إلى حد ما مع نظرية التلاقي أو الدمج من حيث نظرتها إلى ال

تداخل بين مختلف أنواع المحتويات التي كانت إلى حد ما مفصولة في الإعلام التقليدي،

حيث تشكل الانترنت بحسب "كيلتر" شاملة لمختلف أنواع المواد الإعلامية، غير ان هذه

النظرية تهتم أكثر بالجانب التقني و الإدراكي للعالم وتأثيره على الجانب الثقافي<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>- محمد علي القعاري، مرجع سبق ذكره، ص، 26، 29.

## 11/ إيجابيات وسلبيات الاعلام الرقمي

## أ/ الإيجابيات:

- لا يتطلب تكاليف مادية كبيرة (جهاز كمبيوتر ، وخط أنترنت)
  - أعطى الناس فرصة للتعبير عن أنفسهم وتقديم تقرير عن عالم كان لم يمكن تصويره.
  - انتشار وجهات النظر المختلفة وحقائق منعت من قبل.
  - التغلب على طغيان المنافسة في مجال الاتصالات مثل المغتربين وأهليهم.
  - يساعد الصحفيين على معرفة اتجاهات الرأي العام.
  - يمكن الأفراد من إنشاء المحتوى الخاص بهم ومشاركته مع الآخرين بسهولة.
  - مساعدة الأفراد الذين يفتقرون إلى الثقة في بناء علاقات اجتماعية مباشرة.<sup>1</sup>
- ب/ السلبيات:** رغم الإيجابيات و الخصائص و السمات العديدة التي يتحلّى بها الاعلام الرقمي الا ان هناك مجموعة من السلبيات التي تواجه وتحد من تطوره وانتشاره و من أهمها:
- قلة المهارات والتكوين والمعارف في الإعلام الرقمي.
  - صعوبة الحصول على التمويل.

<sup>1</sup>- احمد عبد الغفار بسيوني ، الإعلام الرقمي الجديد، (الاعلام البديل ودوره في دعم المجتمع المدني واثر التقنيات الحديثة على تشكيل الراي العام المدونات الالكترونية ،مواقع التواصل الاجتماعي)، ط1، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ،مصر 2018، ص16،

- السرعة في البث مما يؤثر على مصداقية البيانات والمعلومات.
- انعدام القوانين الخاصة بعمل الإعلام الرقمي وخروجه عن الرقابة
- صعوبة التحقق من المعلومات على المواقع الإلكترونية.
- التأثير السلبي في الحياة الأسرية والاجتماعية.
- سهولة التعدي على الملكية الفكرية وحقوق النشر.<sup>1</sup>
- غياب التخطيط للإعلام الرقمي نوعا ما ، وعدم وضوح الرؤية المستقبلية .
- عدم توفر الإمكانيات التقنية في بعض الدول ، مما اثر على عملية تقدم وتطور الاعلام الرقمي .

1 - د.منصور حسام، مرجع سبق ذكره، ص 92

## خلاصة الفصل:

وفي ختام هذا الفصل نستنتج ان الاعلام الرقمي فرض نفسه بقوة وانتقل بالإعلام الى مستوى السيادة المطلقة من ناحية الانتشار واختراق كافة الحواجز المكانية والزمانية. ونظرا لما يتمتع به من مختلف تطبيقاته ووسائله من خصائص كالمرونة، التنوع ، الفاعلية و الحرية بالتعبير والتي سمحت للمواطن الذي تتوفر لديه تلك الوسائل ان يصبح مشاركا فعالا في العملية الاتصالية.



## الفصل الثالث : الفعالية الاتصالية

## الفصل الثالث: الفعالية الاتصالية

تمهيد

1/ مفهوم الاتصال

2/ عناصر الاتصال؛

3/ أهمية الاتصال وأهدافه

4/ وسائل الاتصال؛

5/ أنواع الاتصال

16 تعريف الفعالية الاتصالية

7/ خصائص الاتصالات الفعالة داخل المؤسسة

8/ عوامل الفعالية الاتصالية

9/ شروط فعالية اتصال المؤسسة

10/ استراتيجيات الاتصال الفعال

11/ معوقات الاتصال الفعال

خلاصة الفصل

## تمهيد:

لطالما لعب الاتصال دورا مهما في حياة البشر، ويعتبر ابرز العوامل التي انشأت علاقات اجتماعية بين الافراد والحاجة المستمرة له جعلته في تطور دائم، حيث كان عبارة عن إشارات ورموز ونقش على الحجر، ومع ازدياد موجات التطور والتقدم التكنولوجي انتشر الاتصال اكثر، ولا يستطيع الفرد الاستغناء عنه واصبح علم قائم بحد ذاته له قواعده واسسه.

تعد الفعالية الاتصالية جوهر أي عملية التواصل ناجحة وهي قدرة المرسل على ايصال رسالته الى المتلقي بوضوح ودقة، فالاتصال الفعال داخل المؤسسة يعزز التفاهم والتعاون ويساهم في تحقيق الاهداف المشترك.

وفي هذا الفصل سنوضح اساسيات مهمه عن الفعالية الاتصالية داخل المؤسسة

**1/ مفهوم الاتصال Communi Com:** تشتق كلمة اتصال من الاصل اللاتيني وتعني:

مشارك أي شائعا و مألوفاً، من خلال المفردات السابقة تستطيع أن نلم بمعنى كلمة اتصال على أنها تعني عملية نقل وتبادل المعلومات وجعل معانيها معروفة بين لتحقيق غرض ما أو الناس أثر ما .

توجد تعريفات عديدة للاتصال في صورته العامة، ومن العلماء الغربيين توجد إسهامات عديدة :

- فيعرفه تشارلز كولي عالم الاجتماع الشهير بأنه ذلك الميكانيزم الذي أمكن من خلاله للعلاقات البشرية أن تقوم وتتطور وأمكن من خلاله لرموز العقل الإنساني أن تتربط وتنتقل عبر الزمان والمكان بواسطة وسيلة للإرسال .

- ويرى شانون وويفر أن الاتصال "يمثل كافة الأساليب والطرق التي يؤثر بموجبها عقل في عقل آخر باستعمال رموز".

- ويعرف فرانك داميس الاتصال بأنه "العملية التي يتفاعل عن طريقها المرسل والمستقبل في إطار اجتماعي معين بانتزاع الاستجابة باستخدام تلك الرموز الشفهية التي تعمل كمثيرات لتلك الاستجابة".<sup>1</sup>

- ويرى الدكتور سمير حسنى، أن الاتصال "هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو المؤلفوية لفكرة أو موضوع أو قضية عن طريق انتقال المعلومات و الأفكار والآراء،

<sup>1</sup> - محمد منيرحجاب ، مرجع سبق ذكره،ص،20.

شخص أو جماعة الى اشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين.

من ويعرفه الدكتور عاطف العبد بأنه "نقل المعلومات والأفكار والاجتماعات من طرف إلى آخر من خلال عملية ديناميكية مستمرة وليس لها بداية أو نهاية"<sup>1</sup>.

## 2/ عناصر عملية الاتصالية: تتمثل العناصر الأساسية للاتصال فيما يلي:

-المصدر ( المرسل ) : وهو الشخص الذي يقوم ينقل المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو المعاني الى آخرين.

- تجريد أو استخدام الرموز: وهنا يجرى ترجمة الأفكار أو الرقبات أو الأهداف أو المعلومات الأولية إلى رموز لتتنقل معاني مشتركة.

-الرسالة : بعد أن يتم انتقاء الرموز يجرى تنظيمها على تشكل رسالة بحيث : في تخضع الشكل والمحتوى لبعض المعايير البساطة والوضوح وإمكانية الاستيعاب واللياقة والايفاء بالعرض.

- قناة الاتصال : من المهم اختيار الوسيلة الملائمة لنقل الرسالة أو المعلومات وقد تكون الوسيلة شفوية أو غير شفوية كالرسائل الكتابية أو بالهاتف أو الإذاعة والتلفزيون أو الانترنت أو بتعابير الوجه أو بالصمت أحيانا.

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب ، مرجع سبق ذكره ، ص، 20

-المستقبل: وهو الذي يتسلم الرسالة المنقولة وهو الشخص المقصود من قبل المرسل أو أي شخصي يختار لنفسه أن يكون المستقبل مثل الجمهور والتلفزيون والانترنت والمستقبل ليس شخصا سلبيا دوما بل هو شخص فاعل في معظم الحالات.

حيث يجري استقراء -تفسير الرسالة : وهنا يجري إعادة تصنيف للرسالة المعنى منها ، وقد يكون مطابقا أو مخالفا للمعنى المقصود.

-مصدر التشويش: أي تدخل يحدث في المرحلة ما بين سور الرسالة من المرسل وتسلمها من قبل المستخدم، ومن شأن ذلك أن يؤثر على درجة الفهم أو الاستيعاب أو فهم المعنى المقصود من الرسالة أو المعلومات المرسلة .

-التغذية الراجعة: حيث يصبح المستقبل هنا هو المرسل ، حيث ويصبح مصدر المعلومات يعيدها إلى المرسل أو الى آخرين.<sup>1</sup>

3/أهمية وأهداف الاتصال:

3-1/ أهمية الاتصال :تكمن أهمية الاتصال من خلال:

- عدم تقيدها بالحدود الزمانية والمكانية.

- عامل أساسي في تكوين القرارات الناجحة والتي تشكل حيز الأساس في العملية الإدارية.

<sup>1</sup> د/محمد أبو سمرة ،الاتصال الإداري و الإعلامي ، ط1،دار أسامة للنشر والتوزيع ،الأردن ،2011،ص،38

- تساعد في تحقيق الأداء الأمثل لباقي عناصر العملية الإدارية من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة وتنسيق وقيادة .

- الوقوف على ما تم إنجازه أول بأول مما يكون لها بالغ الأثر في عملية التقويم .

- معالجة المواقف الطارئة التي لم يكن لها حساب على جدول الأعمال.

- تضيق الفجوة بين التخطيط والتنفيذ.

- يوفر الاتصال الفرصة لأعلام الرؤساء بما تم انجازه أو بما لم يتم إنجازه وبالمشكلات التي

ظهرت في التنفيذ أو الانحرافات التي لم تكن في الحسبان وكيفية التغلب عليها وباقتراحات

ومشاكل المرؤوسين بصفة عامة<sup>1</sup>.

3-2/أهداف الاتصال: تتمثل فيما يلي :

- شرح اهداف وخطط المنظمة للعاملين .

- إقامة الثقة والاحترام والتفاهم بين المنظمة والمجتمع.

. نقل المعلومات والتأكد من تحقيق التعاون بين الأفراد .

- قيادة وتوجيه الأفراد والتنسيق بين جهودهم وتحفيزهم على العمل.

- تهيئة المناخ التنظيمي الجيد لتحقيق الرضا في العمل ورفع الروح المعنوية .

<sup>1</sup> د/سمير عبد الحميد علي، الإعلام و العلاقات العام في المجال الرياضي، ط2، ماهية للنشر والتوزيع، 2099، ص، 145

- تحقيق التفاهم بين العاملين وبين الأعضاء والإدارة العليا<sup>1</sup>.

- جعل الرؤساء قريبين من المرؤوسين حيث يصبحون أكثر قدرة على حل مشاكلهم وتقوية روح التعاون بينهم.

- إحداث التفاعل بين أجزاء المنظمة وأعضائها وتنسيق العمل بما يخدم المنظمة وأهدافهم.

- التنسيق بين الأفعال والقرارات فبدون الاتصال تصبح المؤسسة عبارة عن مجموعة أفراد مفصلين عن بعضهم البعض<sup>2</sup>.

#### 4- وسائل الاتصال: وسائل الاتصال كثيرة ومتنوعة لها ما تحتاجه من ادوات واجهزة او

معالجة موضوعات او ما تسعى اليه المؤسسة من اهداف والمقصود بوسيلة الاتصال ما

يستخدم في نقل الرسالة فالرموز او الشكل او اللغة تعتبر وسائل يستعملها المرسل ليعبر بها

عن رسالته التي يرغب في توجيهها الى المستقبل فالأفكار والمهارات لا تنتقل من تلقاء نفسها

بل تحتاج الى وسيلة تعبر عنها ومن المعلوم ان هناك العديد من الوسائل التي يمكن ان ، وقد

يستعملها المرسل في نقل رسالته تكون كتابيه او لفظية كالإشارات والصور والرسوم التوضيحية

وهناك ثلاث وسائل للاتصال وهي: الاتصال الشفوي، الكتابي، التكنولوجي<sup>3</sup>،

<sup>1</sup> د/ محمد الصيرفي، الاتصالات الإدارية، مؤسسة حورس الدولية الإسكندرية، 2008، ص، 17، 18،

<sup>2</sup> د/ علي عباس، اساسيات علم الإدارة، دار المسيرة للنشر والتوزيع و الطباعة ، عمان ، الأردن ، 2007، ص، 15،

<sup>3</sup> د/ حورية بريكي ، الفعالية الاتصالية في المؤسسة العمومية الجزائرية ،دراسة ميدانية بدائرة تمنون ،مذكرة تخرج لنيل شهادة

الماستر في علم الاجتماع ،تخصص تنظيم وعمل ،جامعة احمد دراية ،ادرار ، 2022/2023، ص، 44،

**4-1/الاتصالات الشفوية :** وهو الاتصال الذي يتم عن طريق تبادل الحديث بين المتصل و

المتصل به ولا يشترط فيه أن يرى الرئيس أو المرؤوسين فقد يكتفى بسماع الاصوات وهذه

الوسيلة يتم فيها تبادل الافكار والمعلومات بأقصر الطرق وتجد أن طرق الاتصال الشفوي

**أ/ المقابلات :** و المقابلة أحد الأساليب الفعالة في الاتصال ، والمقابلة الناجحة وسيلة مجدية

لنجاح من يتقنها إذ أن جانب من المهارة في الادارة يتوقف على القدرة على عمل مقابلات

مثمرة ولكي تكون المقابلة مثمرة و محققة لغاية يلزم أن تكون مرتبة تتلاءم بطريقة عرضية

وأن تهيء الظروف التي تساعد على نجاحها .

**ب/ الحديث الشفوي :** ويكون عن طريق المقابلة وجها لوجه أو عن طريق التلفون واللاسلكي

فإذا تضمن الاتصال عن طريق التلفون أو تعليمات ذات أهمية فيجب أن يلحقها تقرير كتابي

للاتصال الشفوي .

**ج / المؤتمرات والاجتماعات :** و هي أوضح الطرق وأعظمها فائدة والهدف منها هو الكشف

عن المشكلات الادارية وحلها وهي من وسائل الاتصال الضرورية التي لم يستغنى عنها

المديرين حيث تكون الفرصة متاحة تبادل وجهات النظر بين المدير و مرؤوسيه وهذا يشعر

المرؤوسين بقرب الادارة منهم . يشجعهم على العمل الجاد وعلى نجاح العملية الإدارية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> د/محمد الفاتح محمود بشير المغربي، **السلوك التنظيمي**، ط1، دار الجنان للنشر و التوزيع، الأردن، 2016، ص، 171،

4-2/ الاتصالات الكتابية : وهو الذي يتم عن طريق الكتابة ويكثر استعمال هذا الاسلوب من

الاتصال في المنظمات الكبيرة فبجانب اثبات المعلومات والوامر و التعليمات كتابتها لضمان

نقلها وسهولة الرجوع إليها ، وطرق الاتصال الكتابي متعددة ومنها :

أ/ التقارير : هي إما دورية تحوى احصائيات وبيانات تقدم في فترات دورية معينة شهرية أو

سنوية وإما تقارير عن موضوعات معينة. فمثلا التقارير التي يقدمها المعلنون إلى المدير فهي

تتضمن حقائق عن موضوع معين عرضا و تحليلا و يجب أن تكون منظمة وتلتزم بالثقة

والموضوعية في الفاظها .

ب/ الشكاوي : ويستوي في ذلك أن تكون الشكاوي بسبب سوء التوزيع في العمل بين القائمين

بالتنفيذ أو أن التنفيذ لا يتم بالصورة المطلوبة و يجب الاهتمام بالشكاوي وفحصها والقضاء

على أسبابها .

ج/ المذكرات والاقتراحات : و هذه المذكرات تكون في شكل معلومات داخلية وهي عبارة عن

المراسلات المتداولة بين أعضاء المؤسسة عبر مختلف مستويات الادارة هذا من أجل توضيح

بعض المعاني أو تفسير بعض الامور أو تقديم اقتراحات<sup>1</sup> .

<sup>11</sup> د/محمد الفاتح محمود بشير المغربي، مرجع سبق ذكره، ص، 173

4-3-الاتصالات التكنولوجية : هذا النوع يعتمد على وسائل اتصالية علمية و متطورة

تكنولوجيا و مستعملي هذا النوع من ذوي الخبرة و التكوين العلمي ، كذلك يحتاج إلى إ هناك

امكانيات مادية كبيرة ومن خطوط كثيرة في هذه الوسائل نجد <sup>1</sup>:

أ/ **التلفون** : وهو من الوسائل الاتصالية المهمة جدا ويجب أن تكون كل منشأة ذلك أن هذه

الوسيلة أصبحت من المستلزمات الأساسية في الحياة، وعن طريق تحدد المواعيد و ابلاغ

الاخبار والرسائل والبيانات وغيرها من الأمور التي تحتاج إلى سرعة في التوصيل .

ب/ **الفاكس** : جهاز ينقل صورة المواد المطبوعة أو الصور الثابتة عبر و سائل سلكية أو لا

سلكية .

ج/ **الانترنت**: شبكة خاصة بالمؤسسات تستخدم تقنيات شبكة الانترنت والشبكة العنكبوتية

العالمية وبنيتها الاساسيتان، كما تعرف الانترنت أيضا على أنها مجموعة من نظم المعلومات

التي تطبق داخل المؤسسة ، بغية جعل الموظفين قادرين على التعاون في أداء أنشطتهم

اليومية بالمؤسسة هذه الانظمة تعتمد على بروتوكولات الاتصالات عبر الأنترنت.

د/ **البريد الالكتروني** : هو برنامج معد مسبقا من قبل شركات معينة، يفيد المستخدم

في تبادل الرسائل الالكترونية بسرعة فائقة، وأقصد هنا بالرسائل الالكترونية المعلومات

والبيانات والصور . ومن أشهر مواقع الإيميلات الهوتميل والجي ميل<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> حورية بريكي، مرجع سبق ذكره، ص،47،46

<sup>2</sup> د/عبد الرزاق دلمي، علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن ،

## 5- أنواع الاتصال في المؤسسة.

يستخدم المديرون في اتصالاتهم قنوات تنظيمية يتوقف طولها على النموذج التنظيمي المستخدم و على المؤسسة، و على نمط القيادة المطبق . فنظام الاتصال للتنظيم الجغرافي يختلف عن نظام الاتصال في التنظيم الوظيفي و كذلك يختلف نظام الاتصال في المؤسسة الصغيرة حيث تكون العلاقة بين الإدارة والعاملين مباشرة عن المؤسسة الكبيرة و هكذا . و بالرغم من هذه الاختلافات فإن نظام الاتصال يمكن تصنيفه إلى:

## 5-1/الاتصال الداخلي : يركز الاتصال الداخلي على موظفي المؤسسة مهما كان وضعهم (

عامل ، إطار ) ، فهو وسيلة مميزة لتسيير الموارد البشرية داخل المؤسسة و تكملة ضرورية للاتصال التسويقي من أجل دفع وتعبئة الموظفين نحو الأهداف المسطرة من طرف الإدارة.

أ/ تعريف الاتصال الداخلي : عرفه الدكتور عزي عبد الرحمان الاتصال الداخلي بأنه "عملية هادفة تتم بين طرفين أو أكثر لتبادل المعلومات والتأثير في المواقف والاتجاهات فهو بهذا أداة تحليلية تفسيرية للسلوك البشري داخل المؤسسة. و إن المقصود بالاتصال الداخلي ليس فقط جريان العملية التي تسمح بالعمل وتوضح النشاط، بل هي كذلك انتشار الرموز والقيم التي تنقل بصفة ملائمة لتوقظ القدرات وطاقات التمهين و التبصر.

و قد يكون الاتصال من أعلى مستوى إلى أقل مستوى أو العكس، كما قد يكون في مستوى أفقي بهدف إحداث تغيير من أي نوع و يكون الاتصال إما للحصول على معلومات أو لإعطاء تعليمات أو توجيهات قصد أداء وتسهيل العمل. وبهذا يصبح أداة أولية من أدوات التأثير على

الأفراد و وسيلة فعالة لإحداث تغيير في الهيكل التنظيمي للمؤسسة. كما يمكننا القول أن الاتصال الداخلي هو جميع النشاطات الاتصالية في المؤسسة التي تختلف من مؤسسة إلى أخرى من : أحاديث رسمية إلى اجتماعات ولقاءات رسمية ، و يعتمد على وسائل متعددة مثل : جريدة ،المؤسسة الهاتف، الملصقات ... الخ<sup>1</sup>

أي أن الاتصال الداخلي هو الميكانيزم الذي من خلاله تنشأ وتتمو وتتطور فئة وحيدة و متجانسة يطلق عليها اسم شركة أو مؤسسة.

**ب/ أشكال الاتصال الداخلي:** هناك نوعين من الاتصال داخل المؤسسة هما :

**ب-1/الاتصال الرسمي:** و هو الاتصال الذي يحدث بالطرق الرسمية التقليدية المتفق عليها في محيط العمل في المنظمات المختلفة، إذ تحدد المنظمات طبيعة العمل ونوع العلاقات التي تربط الأفراد. و من ثم طبيعة الاتصال الذي يحقق في النهاية ما تسعى إليه المنظمات. يعتمد هذا النوع من الاتصال على المذكرات أو التقارير والخطابات والاجتماعات الرسمية و ما شابه ذلك ،ويأخذ الاتصال الرسمي عدة اتجاهات:

**\*الاتصال النازل:** و هذا يعني أن عملية التفاعل تبدأ من الرؤساء أو القيادات المسؤولة و تتجه إلى المرؤوسين أي من أعلى إلى أسفل كأن يصدر الرؤساء قرارات أو تعليمات إلى من هم تحت إشرافهم دون معرفة آراءهم أو اقتراحاتهم مثلاً، أو دون المطالبة بمناقشة تلك الآراء والاقتراحات.

<sup>1</sup> د/بشير العلق، نظريات الاتصال مدخل متكامل، دار البازوري العملية للنشر والتوزيع ،عمان ،2010،ص،63

\*الاتصال الصاعد: وهو عكس النوع السابق، حيث يستطيع المرؤوسون تقديم اقتراحات أو حقائق أو ربما شكاوى للرؤساء. و يلاحظ أن التفاعل في هذين النوعين في اتجاه واحد وفي كلتا الحالتين يكون رأسياً.

\*الاتصال الأفقي: هذا النوع له أهمية كبيرة لتوفير عمليات التنسيق الضرورية للعمل و هي تتم بين المستوى الواحد وتتمثل هذه الاتصالات في اجتماعات... الخ. و يساهم الاتصال الأفقي في حل المشكلات بكفاءة وفعالية نظراً لوضوح الرؤى أمام الجميع و أخذ كافة وجهات النظر في الحسبان. فهي بذلك اتصالات ايجابية بناءة تهدف إلى تبادل معلومات و أفكار و آراء وتكفل سرعة حل مشكلات العمل الروتينية وتسيير دفعة العمل اليومي.

ب-2/الاتصال غير الرسمي: ويتميز هذا النوع من الاتصال بعدم الاعتماد على الطريقة التقليدية في تبادل المعلومات أو الأفكار أو غيرها.

فقد عرفه الدكتور " أحمد زكي بدوي" الاتصال غير الرسمي في كتابه " معجم مصطلحات الإعلام" بأنه الاتصال الذي يتم فيه التفاعل بطريقة غير رسمية بين العاملين بتبادل المعلومات والأفكار أو وجهات النظر في الموضوعات التي تهمهم وتتصل بعملهم أو تبادل المعلومات من خارج منافذ الاتصال الرسمي، أو بعيداً عن خطوط تحددها وتدعمها السلطة الرسمية خلال السلم الهرمي المتدرج للتنظيم مثل اللقاءات غير الرسمية في أية مناسبة من المناسبات التي تسمح بنقل المعلومات بين الأشخاص<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> د/الفضيل دليو ، الاتصال مفاهيمه -نظرياته وسائله-، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2003، ص، 22.

## 5-2/الاتصال الخارجي:

يعرف بأنه مجموعة من الوسائل الموجهة والتي تستخدمها المؤسسة بغرض تنمية علاقاتها العامة إعلام، نشر، تقوية وتحسين صورتها في محيطها الداخلي والخارجي.

و يعرف مصطفى حجازي الاتصال الخارجي بأنه "حلقة الوصل بين المؤسسة و المجتمع المحيط بها. ففي كل الأحوال لابد من وجود مؤسسات و هيئات مختلفة قائمة لتحقيق غايات و وظائف معينة لها صلات مع أفراد المجتمع. و لا تتمكن هذه المؤسسات من القيام بأعمالها ما لم تكن متبادلة بينها و بين جماهيرها. وهذه الثقة لا تأتي عن طريق الصدقة، وإنما يجب أن تبنى على أسس متينة و خطة مدروسة بالمؤسسة تضمن لها البقاء لذلك فالاتصال الخارجي هو بناء ثقة الجمهور بالمؤسسة و المحافظة عليها".

أما الدكتور الطهطاوي فيرى أن الاتصال الخارجي يشكل همزة وصل بين المؤسسة و مختلف الهيئات والمنشآت للوصول إلى أهداف تتحقق من وراء هذه العلاقات ويساعد الجماهير على نقل وجهات نظرهم تجاه المنظمات الإدارية ونشاطها سواء كان ماديا أو معنويا والتعرف على خدمة الإدارة العامة الوقوف على ما يصادفهم من عقبات وعراقيل ولهذا يتطلب الاتصال الخارجي إتباع سياسة جد مقننة من قبل مسؤولي وموظفي المؤسسة.

حيث تسعى هذه الأخير إلى بناء علاقات ايجابية مع المحيط الخارجي و ذلك من خلال التعامل عن طريق أفرادها، حيث يعتبر كل فرد من أفراد المؤسسة الواحدة عنصرا هاما فعلا<sup>1</sup>

<sup>1</sup> د/فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص، 23.

## 6/تعريف الفعالية الاتصالية :

عرفت كالتالي : "اتصال يتم بين طرفين يتألف من عنصرين هما : ارسال رسائل واضحة واعطاء استجابة ، تسمى هذه العملية "التبادلية " أي المسؤولية المشتركة بينك و بين الطرف الآخر لضمان اتصال واضح . ويتم الاتصال عندما يرسل كل منهما رسائل واضحة مباشرة (لا تحوم حول الموضوع ) و محددة (تعطي تفاصيل كافية ليفهم طرف الآخر ما يتكلم عنه) وغير تهديدية (تجنب السخرية أو الغضب عند الحديث مع الطرف الآخر والا توقف عن الاستماع إليه ) مع الاستماع واعطاء الاستجابة في كل مرة حتى يتأكد الطرف الآخر أن رسالته وصلت إليه بالطريقة المرجوة <sup>1</sup>.

## 7/خصائص الاتصالات الفعالة داخل المؤسسة :

يعد الاتصال من العناصر المحورية في العملية الادارية والذي يجب أن يتم بجملة من الصفات المحققة لفعاليتها:

\* **المستوى القيادي:** حيث تستلزم تعلم العملية الاتصالية، وعلى المدير زيادة التفاعل وتبادل الرأي بين الادارة والعمال بحيث تكون الاتصالات ذات اتجاهيين من الأعلى إلى الأسفل، ومن الأسفل إلى الأعلى ، واشعارهم بمسئولياتهم وواجباتهم.

\* **وضوح الرسالة :** من حيث الالفاظ المستعملة والمصطلحات والتعابير اللغوية وأن تكون مختصرة ومباشرة، ووضوحها لكل المستويات إذا كانت موجهة لمستويات مختلفة .

<sup>1</sup> د/محمد فتحي، 766 مصطلح اداري، دار التوزيع والنشر الإسلامية، القاهرة، مصر، 2003، ص99

\* كتابة المعلومات و سرعة انتقالها : فالمعلومات لا بد من أن تكون كافية بحيث أن كل ما

هو وارد في الرسالة يغني المرسل إليه عن أي استزادة . وأن يضمن انتقال المعلومات في

الوقت المناسب وفي المكان المناسب و بالوسيلة المناسبة وإلى الجهة المناسبة.

\* الإقناع والتأثير: إذا كان هناك اتصال ذا طابع فعال وله رد ايجابي فإنه يقوم بلا شك على

اقناع المرسل إليه ويكون فكرة عامة عن الموضوع .

\* التناسق و التكامل: ويكون بين نظام الاتصال و بين طبيعة التنظيم الرسمي وغير الرسمي

من حيث احتياجات المنظمة وطبيعة بيئة العمل وظروفها.

\* ضرورة توفر قدر من مهارات الاتصال : بل العمل على تنميتها وتنمية القدرات الخاصة

بحسن الاستماع والإنصات والحديث لدى جميع العاملين في مختلف المستويات الإدارية.<sup>1</sup>

## 8/ عوامل فعالية الاتصال :

إن عملية الاتصال لا تحدث في فراغ ، وإنما يحكمها البيئة الاجتماعية و الثقافية والسياسية

والاقتصادية، وحيث أن الاتصال الناجح هو الذي يؤثر في الأفكار والاتجاهات والسلوك .

سوف نذكر العوامل أو الاعتبارات النجاح عملية الاتصال:

<sup>1</sup> سمية مرابط ،جيهان منصورى ،الفاعلية الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الداخلي ،دراسة حالة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،لجامعة 8ماي 1945 ،مذكرة لنيل شهادة ماستر ،جامعة8ماي 1945،قالمة 2022/2023 ص،37،36.

**1-8 / الاعتبارات الخاصة بكل من المصدر والمتلقي: يتوقف نجاح الاتصال من**

جانب كل من المصدر والمتلقي على عدة من الاعتبارات التي تؤثر في الموقف الاتصالي

وهي<sup>1</sup> :

**أ/ المهارات الاتصالية:** و يقصد بها مهارات الكتابة والتحدث من جانب ومهارات القراءة والاستماع من جانب آخر، ونعني بها قدرة الكاتب أو المتحدث بوصفه المرسل أو المصدر، على اختيار الرموز اللغوية وغير اللغوية التي تعبر عن المعاني التي يستهدفها في المقال أو الحديث ، وكذلك قدرة المتلقي أو المستقبل على القراءة أو الاستماع ، أي قدرته على تحويل الرموز التي يتلقاها إلى معان يفهمها و يدركها -

**ب/ الاتجاهات :** تؤثر اتجاهات المصدر والمتلقي على الموقف الاتصالي بشكل مباشر، وتؤثر أيضا على الحكم بنجاح الاتصال أو فشله .

**ج/ مستوى المعرفة عند كل منهما :** يؤثر مستوى المعرفة لدى المصدر في قدرته على نقل الافكار و المعاني المطلوبة، وكذلك القدرة على اختيار البدائل التي تسهم في التبسيط و الايضاح حتى يستطيع المتلقي فهمها و ادراكها . وكذلك بالنسبة للمتلقي حيث يسهم مستوى المعرفة في ادراك الرسالة ،لأنه ما لم يتوفر لديه قدرة المعرفة والمعلومات فإنه لن يختار

<sup>1</sup> د/حسن عماد مكاوي ،إيلي حسن السيد ،الاتصال ونظرياته المعاصرة ،ط1،الدار المصرية اللبنانية للنشر ، القاهرة

التعرض للرسالة من البداية، وإذا تعرض لها فلن يستطيع أن يدركها . لان الإدراك يرتبط أساسا بالمخزون المعرفي لدى الفرد.

د/ السياق الاجتماعي والثقافي: يتأثر كل منهما بالنظم الاجتماعية و الثقافية التي يعمل على

اطارها، ودوره في هذه النظم ، ومكانته ،حيث تعكس النظم الاجتماعية والثقافية أنماط

المعتقدات والقيم السائدة كما تعكس الادوار والمكانة الاجتماعية أنماط السلوك المتوقعة.

8-2/ الاعتبارات الخاصة بالرسالة : تتأثر كفاءة الرسالة في القيام بدورها على مدى الوضوح

والتبسيط الذي تتميز به، والذي يظهر أساسا باختيار العناصر - الرموز - وتكوينها أي

وضعها في بناء مثل تكوين مفردات اللغة في جمل يكون لها معنى في النهاية .

و من الامور التي يجب مراعاتها في الرسالة هو سهولة استيعابها ، ويرتبط بها خمسة متغيرات

أسلوبية حددها "جورج كلير" هي<sup>1</sup>:

• القابلية للاستماع ( الانسماعية ) أو القابلية للقراءة ( الانقرائية ) وهي صفات ترتبط بفهم

الرسالة، إذ يجب أن تحتوي الرسالة على كلمات سهلة وبسيطة و جمل قصيرة .

\*تتضمن الرسالة اهتمامات المتلقي و مصالحه ،تنوع المفردات ويعني ذلك تجنب تكرار

الكلمات.

• الواقعية: أي التعبير عن الواقع وتجنب استخدام التجريد سواء في الاحداث أو المواقف .

<sup>1</sup> د/مي عبد اله ،نظريات الاتصال ،دط1 ،ار النهضة العربية ،بيروت لبنان ،2006،ض،101،99

• القابلية للتحقق: ومعناها اشتمال الرسالة على جمل وعبارات عملية يمكن اختبارها والتأكد منها في الواقع.

8-3/ الاعتبارات الخاصة بالوسيلة : وهي تتلخص في اختيار الوسيلة المناسبة للموقف

الاتصالي، من حيث خصائصها واتفاق هذه الخصائص مع تفضيل المتلقيين وقدرات كل من المصدر و المتلقي على استخدام الوسيلة.

9/ شروط فعالية اتصال المؤسسة :

من الضروري أن ندرك بأن عملية الاتصال ليست مجرد إجراءات عادية يسهل القيام بها ، بل هي عملية فنية وعلمية أيضا، ويفترض أن تستوفي شروطها العلمية والفنية التالية<sup>1</sup>:

9-1/ التخطيط الجيد للاتصالات : فكما حللنا المشكلة أو الفكرة المطلوب نقلها تحليلا كافيا،

كلما زاد وضوحا و هذه هي الخطوة الاولى نحو الاتصال و غالبا ما يرجع فشل الاتصالات

الادارية إلى عدم كفاية التخطيط وعدم الأخذ في الحسبان أهداف واتجاهات من يستأثرون

بعملية الاتصال .بمعنى ضرورة تحديد الهدف الفعلي المطلوب من الاتصال ، ثم تحديد

الوسيلة الملائمة للاتصال و النوع الملائم له ، ثم تحديد اللغة أو الرمز الملائم والمفهوم من

قبل الطرف المرسل إليه مع تحري الدقة في ذلك ، أي عدم استعمال الرموز ذات المعاني

<sup>1</sup>صبرينة رماش ،الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ،دراسة ميدانية في المؤسسة الوطنية للكهرباء والغاز سونلغاز ،رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع ،كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية ،قسم علم الاجتماع والديمغرافيا نفرع تنمية ونسيير الموارد البشرية،جامعة منثوري ،قسنطينة ،2008/2009 ،ص،105

المزدوجة أو المتعددة أو الناقصة ثم تصميم شكل الرسالة ، وخاصة بالنسبة للرسائل المكتوبة بما يكون ملائماً للموقف .

### 9-2/ استشارة الآخرين في تخطيط الاتصالات: وذلك بالتأكد من ان المرسل قد قام بنقل ما

اراد فعلا بوضوح وذلك بمراجعة ما كتب واستشارة بعض الاشخاص إن أمكن والتأكد أنهم يفهمون ما يريد فعلا عند قراءتهم الرسالة ام لا، والتأكد اذا كان المستقبل للرسالة قد فهمها كما هي.

### 9-3/ اجادة فن الانصات : ففي الاتصال المباشر على المرسل أن يتيح للطرف الآخر الفرصة

الكافية للتعبير عن أفكاره تماما ، وأن ينصت إليه جيدا حتى يتمكن من فهم ما يريد قوله فعلا كما يقول " هاملت " «امنح كل شخص أذنك مع قليل من صوتك» ولا يتدخل إلا لإزالة التشتت في الحديث ، أو لإثارة بعض الاستفسارات التوضيحية التي تساعد على استجلاء الامور بدرجة أفضل.

### 9-4/ الحصول على التغذية العكسية: وذلك بمتابعة الاتصالات ،اذ قد تضيع الجهود

الاتصالية دون أن تتاح لنا معرفة مدى نجاح الرسالة ، و ما لم تتابع عملية الاتصال من خلال إرجاع الصدى من قبل المتلقي للتعبير عن فهم الرسالة ، لأن تتيسر معرفة مدى نجاح العملية

الاتصالية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> صبرينة رماش ،مرجع سبق ذكره ،ص106

**9-5/ معرفة الظروف المحيطة :** فهناك عوامل أخرى تؤثر في عملية الاتصال ،ويجب على

الاداري الناجح أن يكون حساسا للظروف التي يتم خلالها وأن يعمل على إزالة المؤثرات

والعوامل الخارجية السلبية .

**9-6 / استخدام وسائل اتصالية مناسبة و أكثر فهما ومصداقية من جانب المتلقي.**

**9-7/ وجوب الاخذ بعدد المستويات الادارية بعين الاعتبار عند صياغة الرسالة في حالة**

وجود تشويش لا بد من تكرار الارسال حتى يتمكن للرسالة أن تحقق انتشارا، أو استخدام قنوات

اتصالية متعددة أو استعمال متصل مثير للانتباه .<sup>1</sup>

**10/ استراتيجيات الاتصال الفعال :** تتمثل في أربع استراتيجيات أساسية وهي:

**أ/ استراتيجية انشر وتأمل :** لا تعد هذه الاستراتيجية ذات فعالية كبيرة في الاتصال حيث

الاعتقاد لدى المدير في ظلها بأن الكم الهائل من المعلومات الذي يتم إيصاله للمرؤوسين

سيحقق اتصالا ناجحا .

**ب/ استراتيجية اخبر و ارجب :** يقوم المدير ضمن حدود هذه الاستراتيجية بتقديم كم من

المعلومات يكون أقل بكثير مما هو عليه في الاستراتيجية السابقة مستهدفا بذلك تحقيق اتصال

تابع من خلالها . كما أن محتوى الرسالة في هذه الاستراتيجية يكون غنيا وواضحا.

<sup>1</sup> صبرينة رماش ،مرجع سبق ذكره ،ص،106

ج/استراتيجية تحديد ما هو مهم ثم الاستطلاع : تعد هذه الاستراتيجية من أفضل

الاستراتيجيات من حيث الفعالية لأنها تحقق أفضل تطابق ومواءمة بين كمية المعلومات

المنشودة والمنقولة و المستوى العالي لفعالية الاتصال

د/ استراتيجية التقييد ثم التعزيز : في هذه الاستراتيجية يقوم المدير بإبلاغ العاملين بما يعتقد

أنهم بحاجة إليه، لكن فقط عندما يعتقد أن الوقت ملائم لإبلاغهم .

و تعد السرية والرقابة الصارمة على المعلومات من أهم الامور باعتبار أن المعلومات هي

مصدر القوة الأساس الذي لا يفترض أن يعطى للعاملين دون الحاجة إليه<sup>1</sup>.

### 11/معوقات الاتصال الفعال :

ولأن معوقات الاتصال متنوعة ومختلفة و متجددة في طبيعتها ، فإن الضرورة تقتضي تحديد

المسؤولين عنها بدقة متناهية، من خلال تتبع مصادرها بموضوعية عالية، و عدم وضع اللوم

على جهات أو حلقات من دون دراسة و تحليل منطقيين. وتأسيسا على ذلك ، فإننا سنحاول

تشخيص عقبات الاتصال من خلال استعراض عناصر الاتصال، وهي المرسل، المستقبل ،

وطبيعة الوسيلة، والرسالة ذاتها، والتغذية العكسية، مع التأكيد على أن هذه العناصر متداخلة .

6- 1/المعوقات والمشاكل المرتبطة بالمرسل يرى روز فيلد Rosen field: أن الاتصال

الفعال يتطلب قدرا عاليا من التركيز والحكمة والمنطق والدراية من قبل المرسل ، لأن من مصلحة

المرسل أن يكون كذلك اذا ما أراد فعلا ايصال معلومات أو بيانات معينة تحقق له و للمستلم

<sup>1</sup> د/بشير العلق، مرجع سبق ذكره، ص، 140، 141

أهداف معينة. وعلى هذا الأساس ، فإن أي خلل أو اخفاق متعمد أو غير متعمد من قبل المرسل إلى فشل عملية الاتصال . ومن أبرز المشاكل والمعوقات التي يكون مردها للمرسل الآتي:

أ/ الحالة النفسية للمرسل : وتعد مسؤولة عن حوالي 50% من معوقات الاتصال ومشاكله وفق أحدث الدراسات في هذا المجال.

ب / الافتراضات والاحكام الخاطئة أو المضللة لدى المرسل : حيث يتصور المرسل أو يعتقد أو يكون لديه ادراك خاطئ بأن رسالته مفهومة وواضحة ، أو أنها ينبغي أن تكون كذلك . ، دون أن يدرك ان هذا الانطباع قد لا يكون موجودًا بنفس المعنى لدى المستلم .

ج/ الاستخدام الخاطئ لتوقيت ارسال الرسالة : حيث تعد هذه المشكلة من أبرز واخطر مشاكل و معوقات الاتصال فالتوقيت السيء لإرسال الرسالة نتيجة لضغوط العمل أو الإهمال أو عدم تقدير قيمة الوقت من الناحية التوقيت ، قد يرسل انطباعات أو رسائل خاطئة للمستلم او يجبر المستلم على اعطاء تفسيرات متناقضة أو معلومة .

د/ عدم كفاءة المرسل أو و افتقاره بمهارات الاتصال : حيث يحصل أحيانا أن لا يكون مصدر الاتصال ( المرسل ) ملما بشكل كاف بأاساسيات الاتصال ومهاراته، خصوصا في الاتصال اللفظي الذي يعتمد على التعابير اللفظية أو لغة الجسد.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> د/بشير العلق، مرجع سبق ذكره ،ص،142

هـ/ التفاوت في السلطة الوظيفية: حيث يخشى الكثير من المرؤوسين (مرسلي الرسائل

الادارية ) إرسال أو بث الكثير من المعلومات والبيانات والمقترحات والرسائل خوفا من عدم

رضا أو ردود الفعل السلبية من قبل الرؤساء في بعض الاحيان .

6-2/ المعوقات والمشاكل المرتبطة بوسيلة الاتصال : يمكن اجاز هذه المعوقات والمشاكل

كالاتي :

أ/الاختيار الخاطئ للوسيلة .

ب/تعد المسافة التنظيمية أو تعدد المستويات الادارية في المنظمة .

ج/ ازدحام و اختناق قنوات (وسائل) الاتصال.

د/ سوء أو ضعف وسيلة الاتصال .

6-3/المعوقات والمشاكل المتعلقة بمضمون الرسالة :

كثيرة هي المعوقات والمشاكل المتعلقة بمضمون الرسالة ، حيث يكون قسم منها متعمدا و

الأخر غير متعمد ويمكن ايجاز ابرز هذه المعوقات بالاتي :

\*لغة الرسالة.

\*هدف الرسالة.

\*اسلوب كتابة الرسالة.

\*اسلوب نطق الرسالة أو توصيلها.

\* أسلوب نطق الرسالة أو توصيلها .

#### 6-4/المعوقات والمشاكل المتعلقة بالتغذية العكسية :

تعد التغذية العكسية من أهم عناصر العملية الاتصالية قد تعلق الأمر بالانتفاع من الاتصال ذاته، وتقييم عملية الاتصال أو متابعة مدى تأثيرها على المستلم، وبالتالي فإن معوقات التغذية العكسية تقسد الاتصال برمته .ويمكن إيجاز معوقات التغذية العكسية ومشاكلها الرئيسية الآتي:

\* الافتقار إلى متابعة سير عملية الاتصال وعدم الاكتراث بالنتائج المرجوة منها .<sup>1</sup>

\* افتراض المرسل بأن التغذية العكسية غير ضرورية، وهذا ما يحصل في ظل الإدارة

الدكتاتورية التي تفترض التزام العرض بالتعليمات (الرسائل) دون أي مناقشة.

\*تركيز المرسل على الاهداف والحاجات التي يسعى لبلوغها دون أدنى اهتمام بدوافع المستقبل وأهدافه وتطلعاته.

\*ضعف البنى التحتية للاتصال ، أو سوء تصميمها بحيث تكون باتجاه واحد وليس باتجاهين.

\*عدم إعطاء اهتمام كاف بالرسائل غير اللفظية أو التلميحات التي تعطي مؤشرات عن وصول الرسالة من عدمها.

\*تعالى مرسل الرسالة على المستلم (النظرة الفوقية الضارة) وعدم استعداد المرسل للاستئناس

بآراء المستلم أو وجهات نظره بخصوص ما ورد في الرسالة .

<sup>1</sup> د/بشير العلق ، مرجع سبق ذكره ،ص،123،121

و تحصل حالات كهذه في الادارة البيروقراطية أو الادارة الديكتاتورية التعسفية، حيث لا يكون لرأي المستهدفين بالاتصال أية قيمة تذكر .

6-5- معوقات مشتركة عامة :يمكن إيجاز هذه المعوقات بالآتي :

\* افتقار مستلمي الرسائل لمهارات الانصات، والتحليل ، والاستقراء ،و المنطق ، و هي

مهارات في غاية الأهمية لفهم الاتصال وآلياته ،وتقدير أهميته.

\* العقبات الادارية الناتجة عن ضعف الهياكل التنظيمية أو جهودها ما يضعف عملية التدفق

السليم للرسائل ، شفوية كانت أو تحريرية.

\*التفسير الخاطئ لمضمون الرسالة ، وتعتمد تشويها من قبل الافراد أو قنوات الاتصال ، أو

تصفية مضمون الرسالة، أو تفسيرها بشكل مجزأ أو حذف أجزاء منها أو إخفائها لأي سبب

كان .

\*الاختلافات الفكرية والذهنية و الإدراكية لمرسل الرسالة ومستلمها ، وتباين الثقافات والخبرات

والرؤى بينهما.

\*تداخل و تشابك المصالح والاتجاهات بين المرسل و المستقبل ، مثل التداخل في العوامل

الثقافية، والاجتماعية ،والنفسية، والاقتصادية ،والتكنولوجية وغيرها .<sup>1</sup>

<sup>1</sup> د/بشير العلق ،مرجع سبق ذكره ،ص،124،129

## خلاصة الفصل

من خلال هذا الفصل يتضح لنا ان الاتصال عنصرا اساسيا في المؤسسة ولا يمكن الاستغناء عنه ، فالالاتصال داخل المؤسسة يجب ان يسعى لتحقيق اهداف تتجاوز مجرد توصيل رسائل بين مرسلين ومستقبلين لفهم الرسالة حتى يصبح اتصال فعال ،وقد زادت أهمية الاتصال من خلال توسيع الخدمات و التركيز عليه فأساليب الاتصال المعتمدة من طرف المنظمة تساهم بشكل كبير في نقل المعلومات وتحديد نجاح الاتصال ، وان الفعالية الاتصالية تلعب دورا حاسما في تعزيز التواصل الفعال وبناء علاقات ناجحة بين افراد المؤسسة.



## الفصل الرابع : الأداء الوظيفي

## الفصل الرابع : الاداء الوظيفي

تمهيد الفصل.

1/ مفهوم الأداء الوظيفي.

2/ أهمية واهداف الأداء الوظيفي.

3/ العناصر المكونة للأداء الوظيفي.

4/ محددات الأداء الوظيفي.

5/ ابعاد وأنواع الأداء الوظيفي .

6/ العوامل المؤثرة في فعالية الأداء الوظيفي.

7/ عملية تقييم الأداء الوظيفي.

خلاصة الفصل .

## تمهيد :

لقد لقي موضوع الأداء الوظيفي اهتماما كبيرا من قبل الباحثين و المفكرين في مجالات متعددة وذلك لأهميته على مستوى الفرد و المؤسسة بأنواعها سواء اقتصادية اجتماعية تعليمية.

ولقد اجمع المفكرون ان الاهتمام بأداء الفرد في المنظمة واعطائه العناية اللازمة يصل بالمؤسسة الى اسمى أهدافها وبطبيعة الحال تسعى كل المنظمات و المؤسسات الى انجاز اعمالها بكفاءة عالية وذلك من اجل الوصول الى تحقيق الأهداف المخطط لها مسبقا .

فالأداء الوظيفي هو الكيفية التي يقوم بها كل موظف في عمله و القيام بالمهام والمسؤوليات الموجهة اليه وهذا ما نتطرق اليه في هذا الفصل من تعريف الأداء الوظيفي و محدداته وابعاده واهميته والعوامل المؤثرة فيه وعملية تقييمه.

## اساسيات حول الأداء الوظيفي:

لقي مفهوم الأداء الوظيفي اهتمام الكثير من المنظمات على اختلاف أنواعها وقد تعددت تعريف الباحثين لمفهومه وذلك تبعاً لاختلاف توجهاتهم و منطلقاتهم الفكرية ونظرتهم للعنصر البشري وأهميته داخل المنظمة وهذا ما أظهرته جل المدارس الإدارية المفسرة للأداء الوظيفي

### 1- مفهوم الأداء الوظيفي :

- لغة: يعرف الأداء في قاموس المنجد "تسديد أو دفع ما هو واجب ومستحق وادى عمل ما عليه، قام بما هو ملزم به"<sup>1</sup>

يراد بالأداء الوظيفي لغة: "إتمام، إجراء، إنجاز، تحقيق، تنفيذ عمل، وجملة من هذه المعاني تستند في الأصل إلى ما يسمى الأداء من الكلمة الإنجليزية *performe*، و الذي اشتق بدوره من الكلمة الفرنسية *performer* والتي تعني تنفيذ مهمة أو تأدية عمل " ويقصد بالأداء في معجم المصطلحات الاجتماعية "القيام بأعباء الوظيفة من مسؤوليات وواجبات وفق للعمل المطلوب من العامل والمدرّب"<sup>2</sup>

بمعنى ان المقصود من كلمة أداء هو إنجاز وإتمام الاعمال والمهام.

1- المنجد في اللغة العربية، دار المشرق، بيروت، ط2، 2001، ص14

2- مجيد الكرخي، موازنة الأداء، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص141

## اصطلاحا :

\*يعرفه حسن راوية الأداء الوظيفي "يشير الأداء الوظيفي الى درجة تحقيق واتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد وهو يعكس الكيفية التي يحقق بها الفرد متطلبات الوظيفة ، وغالبا ما يحدث لبس وتداخل بين الأداء والجهد ، فالجهد يشير الى الطاقة المبذولة ، اما الداء فيقاس على أساس النتائج التي حققها الفرد " <sup>1</sup>.

\*يعرفه الشريف انه "سلوك وظيفي هادف لا يظهر نتيجة قوى او ضغوطات نابغة من داخل الفرد فقط ولكنه نتيجة تفاعل وتوافق بين القوى الداخلية والقوى الخارجية المحيطة به ".  
 \* يعرفه سيزلاقي وولاس بانه " مجموعة السلوكيات الإدارية ذات العلاقة المعبرة عن قيام الموظف بأداء مهامه وتحمل مسؤولياته، وتتضمن جودة الأداء ، وحسن التنفيذ و الخبرة الفنية المطلوبة في الوظيفة فضلا عن الاتصال والتفاعل مع بقية أعضاء المنظمة ، وقبول مهام جديدة والابداع والالتزام بالنواحي الإدارية للعمل والسعي نحو الاستجابة لها بكل حرص وفعالية" <sup>2</sup>.

1-راوية حسن ،السلوك التنظيمي ،الإسكندرية ،الدار الجامعية 2008،ص216  
 2-خليف نبيل امين ،نموذج مقترح لتطوير الأداء الوظيفي لمعلمي مدارس التعلم الأساسي في دولة الامارات العربية ، أطروحة دكتوراه ،فلسفة التربية ، تخصص إدارة تربوية ، جامعة عمان ، 2007،ص12.

\*يعرفه ابراهام بانه : "السلوك الذي يتخذه الفرد في أدائه للأنشطة و المهام المختلفة في عمله ،

وهذا المفهوم يركز على الاتجاه السلوكي للأفراد ويوضح ان الأداء الفرد يمكن ان يقاس من

خلال نوع السلوك الذي يتخذه اتجاه النشاطات المختلفة للعمل"<sup>1</sup>.

وعليه تشير المفاهيم السابقة ان الأداء هو سلوك الفرد اتجاه اهداف المنظمة ويمكن ان يظهر

سلوكه من خلا نشاطه وانجازاته ومسؤولياته الوظيفية ، فهو بذلك محصلة تفاعل عناصر

متداخلة أهمها رغبته بالعمل ، قدرته على انجاز العمل ، ادراكه لتفاصيل عمله والتزامه اتجاه

ارباب عمله .

من خلال التعاريف التي تطرقنا لها والدراسات السابقة التي تناولت مفهوم الأداء الوظيفي

يمكننا تعريفه تعريفا اجرائيا كالآتي:

"هو عبارة عن كمية الجهد المبذول من قبل الفرد ومدى التزامه بمسؤولياته المهنية من اعمال

وانشطة ومختلف الوظائف التي تستند اليه والتي تتطلب منه إدراكا ووعيا كبيرين لدوره ومقدرته

ورغبته لتنفيذ مختلف الاعمال بكفاءة عالية، واي تقصير في تنفيذ تلك الاعمال ينعكس علي

تحقيق المؤسسة لأهدافها."

1-حمدي ، نظيمة احمد رحيم ، درجة التفويض توفير السلطة لدى عمداء الكليات الاكاديمية في الجامعات الأردنية وعلاقتها بكل من الثقة التنظيمية والأداء الوظيفي لدى رؤساء الأقسام، أطروحة دكتوراه، تخصص الأصول والإدارة التربوية

، جامعة عمان، 2011، ص، 70،

## 2- أهداف واهمية الأداء الوظيفي :

يعد موضوع الأداء الوظيفي من الموضوعات الهامة لاي منظمة ،وهذا للأهمية البالغة له داخل المنظمة ، ولعل أهميته تظهر تحديدا فيما يقدمه من اعمال يساهم من خلالها في رفع مستوى انتاجياتها وتحقيق اهدافها ، وقد ازدادت أهميته في السنوات الخيرة خاصة وان العديد من الدراسات اظهر أهمية المورد البشري في تحقيق اهداف المنظمة حيث اعتبر من اهم الموارد التي تسعى من خلالها المنظمة تنميتها واستثمارها وتوجيه جهوده لخدمة سياسة اهداف المنظمة ، خاصة وان الافراد من عمال و موظفين هم الحلقة الرئيسية في نجاح المؤسسة الجامعية، ومن هنا تبرز أهميته بشكل كبير في المنظمة من خلال:

\*ارتباطه بدورة حياة المنظمة في مختلف مراحلها بداية بظهورها الى مرحلة البقاء والاستمرارية الى غاية بلوغ مرحلة الريادة.

\*قدرة المنظمة على تخطي مرحلة ما من مراحل النمو والدخول في مرحلة اكثر تقدم يتوقف على مستويات الأداء بها.

\*تحسين الأداء الوظيفي يساهم في تعزيز وزيادة قيمة المخرجات مقارنة بكلفة المدخلات المستخدمة<sup>1</sup>.

1-المطيري عبيد صياح، اثر توفير مستلزمات نظام المعلومات الإدارية في تحسين كفاءة العمل الإداري في الأمانة العامة لمجلس وزراء الكويتي ، رسالة ماجستير تخصص نظم المعلومات الإدارية ، كلية الاعمال ، جامعة عمان ، 2015 ، ص33،32

\*يساهم في تحسين ظروف العمل من خلال زيادة أجور العاملين وخلق أجواء مساعدة العمل.

كما يضيف "فهد فيصل" ان أهمية الأداء الوظيفي تكمن في النقاط التالية :

\*يعد الأداء مقياسا لمدى قدرة الموظف على أداء العمل المكلف به في الحاضر، وكذلك أداء

اعمال أخرى مختلفة قد يكلف بها في المستقبل.

\*تربط المنظمات في الغالب بالحوافز التي تقدمها للعاملين بأدائهم وهذا ما يولد الدافعية لدى

العاملين لزيادة انتاجياتهم ومحاولة تحيينها.<sup>1</sup>

\*يرتبط الأداء بالحاجة الى الاستقرار والشعور بالأمان في العمل، واذا ما حدثت اية تعديلات

في انظمة الإدارة او حتى تغيير في الإدارة نفسها فان العاملين من ذوي الأداء المتدني يكونون

مهتدين بالاستغناء عن خدماتهم.

كما اشارت دراسات في مجال ادارة الموارد البشرية ان الأداء الفعال يشمل زاويتين رئيسيتين

هما: الكفاءة الانتاجية و استعداد الافراد للتقدم ، وهو يسعى الى تحقيق المزايا الاتية<sup>2</sup> :

\*تفادي المحسوبية

\*تنمية المنافسة بين الافراد

\*تشجيع المنافسة بين الأقسام المختلفة لزيادة انتاجيتها

1- المطيري عبيد صباح، مرجع سبق ذكره، ص34

2-حميدي ، مرجع سبق ذكره، ص78

\*إمكانية قياس إنتاجية وكفاءة الأقسام المختلفة

\*تسهيل تخطيط القوى العاملة

\*المحافظة على مستوى عالي او مستمر للكفاءة الإنتاجية

\*مساعدة المشرفين المباشرين في تفهم العاملين تحت اشرافهم

\*تزويد الادارة بمعلومات مفصلة تلقي الضوء على السياسات المستقلة لاختيار والتدريب والنقل

والترقية وغيرها .

### 3-العناصر المكونة للأداء الوظيفي :

لعل اختلاف اغلب الباحثين في تحديد العناصر المكونة لمفهوم الأداء الوظيفي دليل على

اختلاف توجهاتهم الفكرية حوله ، فقد رأى "السلمي" ان الأداء الوظيفي يتحقق من خلال توفر

مجموعة من العناصر والتمثلة في المورد البشري ، الأجهزة و الأدوات والموارد و الأموال ،

والتكنولوجيا (المعلومات -الأساليب -الطرق ) ويتم تحقيق هذه العناصر في اطار تنظيم يتحدد

وفقا لما يأتي : الهيكل التنظيمي ،السياسات والقواعد ، النظم والإجراءات <sup>1</sup>.

وعليه يمكن القول ان العناصر التي حددها السلمي تعتبر حجر الأساس الذي تنطلق منه أي

منظمة ، فلا يمكن لاي منظمة تريد ان تمارس نشاطها بكفاءة وفعالية دون وجود مورد بشري

مؤهل لذلك وحتى وان وجد لا يمكن لهذا المورد من تأدية مهامه ووظائفه و مسؤولياته دون

<sup>1</sup>-خليف نبيل امين ، مرجع سبق ذكره ، ص13

توفر أجهزة وأدوات نساعدته في انجاز مهامه كما ان أهمية المعلومات وسرعة تدفقها تلعب دورا

كبيراً في تحقيق مفهوم الأداء الوظيفي الفعال وعليه فان توفر المفاهيم والإجراءات الإدارية

السابقة الذكر يساهم في تحقيق أداء وظيفي داخل المنظمة .

في مقابل اشارت دراسات أخرى الى مفهوم الأداء الوظيفي يتكون من ثلاث عناصر أساسية

هي :

**\*الموظف :** يمكن فهمه من خلال جملة الخبرات و المعارف والمهارات التي يمتلكها الفرد

والتي تؤهله لتنفيذ مختلف الاعمال الموكلة له .

**\*الوظيفة:** وما تتصف به من متطلبات وتحديات وفرص عمل .

**\*الموقف :** ويمكن فهمه من خلال البيئة التنظيمية و ما تحويه من مناخ تنظيمي ملائم ،

شبكة اتصالات وكذا مختلف القواعد التنظيمية الضابطة لسلوك العاملين والتي تشكل احد

الأساليب المساهمة في تحقيق فاعلية في الأداء .

كما اشارت دراسات أخرى لوجود عناصر تتعلق تحديداً بقدرات العامل وقابليته لتنفيذ الاعمال

التي تقع على عاتقه و تحت مسؤولياته لتركز تحديداً على العناصر المكونة لمفهوم الأداء

الوظيفي والتي تتمثل فيما يلي <sup>1</sup> :

1-سليمان ،سناء محمد احمد ، اثر اخلاقيات الاعمال على الأداء الوظيفي ، دراسة حالة بنك القاهرة للأعمال ، رسالة

ماجستير في الإدارة ، كلية الاعمال ، جامعة عمان ، 2014، ص، 33،37

\*المعرفة بمتطلبات الوظيفة: وتشمل المعارف والمهارات الفنية ، المهنية، الخلفية العامة

للوظيفة والمجالات المرتبطة بها.

\*نوعية العمل : يتمثل في مدى ما يدركه الفرد في عمله الذي يقوم به وما يمتلكه من رغبات

ومهارات وقدرة على تنظيم وتنفيذ العمل دون الوقوع في أخطاء .

\*كمية العمل المنجز: أي مقدار العمل الذي يستطيع الموظف إنجازه في الظروف العادية

للعمل ومقدار وسرعة إنجازه.

\*المثابرة و الوثوق : وتشمل الجدية و التفاني في العمل وقدرة الموظف على تحمل المسؤولية

وإنجازه للأعمال في اوقاتها المحددة ومدى حاجة هذا الموظف للإرشاد والتوجيه من قبل

المشرفين .

كما أضاف الساكت بعض العناصر التي اعتبرها مكون فعال في مفهوم الأداء الوظيفي والتي

تعد اهم ابعاد الثقافة التنظيمية في المؤسسة و تتمثل في ما يلي<sup>1</sup> :

\*الالتزام الوظيفي: هو الارتباط الوظيفي الذي يربط الفرد بالمنظمة التي يعمل فيها يعمل

الالتزام الوظيفي على تحقيق اهداف المنظمة وذلك من خلال توحيد جهود العاملين وفق سياسة

المنظمة.

1-الساكت ،لبنى زياد خالد ، اثر ضغوطات العمل على الأداء الوظيفي ، دراسة تطبيقية على مجموعة الاتصالات الأردنية

،رسالة ماجستير في الإدارة ، كلية الاعمال ، جامعة الأردن ،2014،ص31،30

\***الولاء الوظيفي:** يشكل احد عناصر المهمة في تحقيق اهداف المنظمة و يتشكل بناء على

اعتبارات أهمها فتح المجال للعامل للمشاركة في اتخاذ القرارات الإدارية المهمة .

\***الانضباط الوظيفي:** يشير الى تصرف العاملين في المنظمة بشكل يراعي قواعد ومعايير

السلوك المحددة وانه قد تم بقبول من العاملين (الانضباط الذاتي) او يفرض من قبل الإدارة

لمنع الاخلال بالقواعد المراعية للسلوك والأداء في المنظمة وضرورة وضوح التعليمات و

الأوامر والتصرفات من قبل الإدارة.

#### 4-محددات الأداء الوظيفي :

أظهرت اغلب الدراسات المتناول لموضوع الأداء الوظيفي على انه الأثر الصافي لجهود الفرد

والذي تبدأ بقدراته و ادراكه للدور و المهام الموكل له ،ولذا نجد ان مفهوم الاداء يتحقق انطلاقا

من تفاعل ثلاثة عناصر اساسية تتعلق تحديدا بالعامل و بما ينتجه من اعمال وبما يتمتع به

من مهارات وخبرات مسبقة حول انجاز اعماله ، كما ترتبط بقدرته على ادراك وظيفته وعليه

يمكن تقسيم المحددات من حيث علاقتها بالعامل او مدى سيطرته عليها الى قسمين :القسم

الأول يتمثل في محددات التي تتعلق بالعامل كشخص ويطلق عليها المحددات الداخلية ،

والقسم الثاني يتعلق بالبيئة المحيطة اي خارج سيطرة العامل ويطلق عليها المحددات

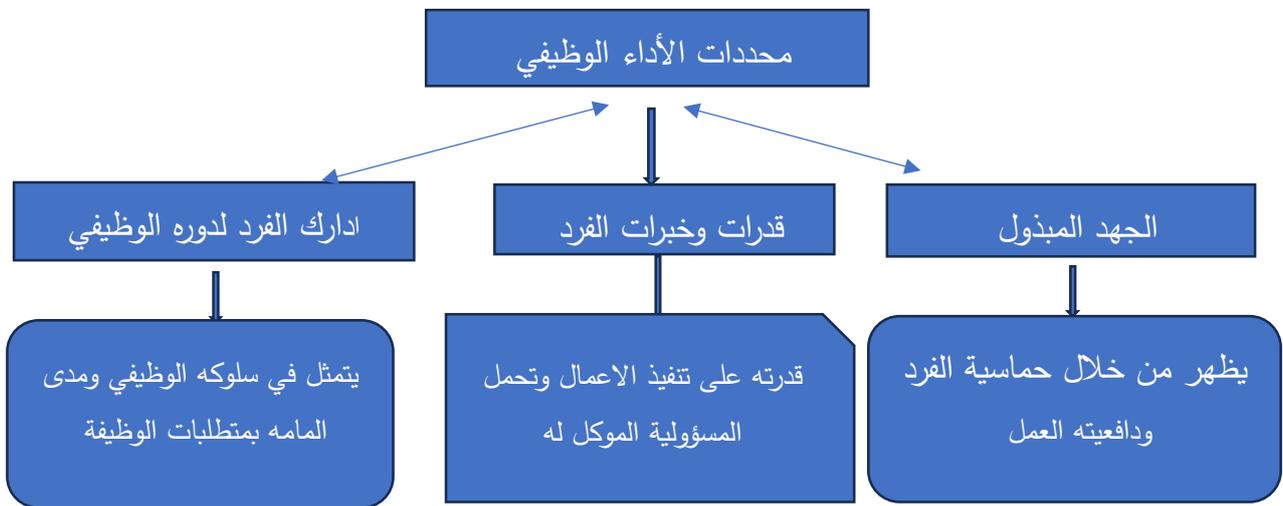
الخارجية .<sup>1</sup>

1-احمد ،فريد حسن ، الاتصال الإداري وتأثيره على أداء المنظمة،دراسة ميدانية في كلية الإدارة والاقتصاد ، العراق ،

المجلة الاكاديمية العالمية للاقتصاد،2019،ص 34

وقد اتضح في الكثير من التعاريف للأداء الوظيفي ان محدداته تظهر من خلال نتائج العلاقة المتداخلة بين كل من الجهد المبذول الذي يقوم به الموظف في أداء مهام عمله و هو يختلف عن أداء العمل نفسه لارتباطه بقوة الدافعية ، حيث يرتبط الجهد بمعيار المكافآت التي يتلقاها الموظف والتي يعتبر من اكثر المحفزات لزيادة حجم الأداء.

ويشكل العنصر الثاني دورا مهما في قياس أداء الفرد لمهامه فقدرات الفرد وخبراته السابقة تحدد درجة فاعلية الجهد المبذول ويشمل ذلك كل من التعليم و التدريب و الخبرات إضافة الى عامل المعرفة التامة بدور كل فرد داخل المؤسسة ومدى المامه بعمله والذي ينعكس جليا على سلوكه الوظيفي و التزامه وكذا انضباطه في العمل ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي :



الشكل 1-محددات الأداء الوظيفي من اعداد الطالبات بناء على الدراسات السابقة

## 5- ابعاد وأنواع الأداء الوظيفي:

5-1- ابعاد الأداء الوظيفي : نعني بالأبعاد أداء الفرد للعمل بالأنشطة والمهام المختلفة التي

يتكون منها عمله ، ويمكننا ان نميز ثلاثة ابعاد للأداء وهي<sup>1</sup> :

5-1-1- كمية الجهد : تعبر عن مقدار الطاقة الجسمانية و العقلية التي يبذلها الفرد خلال فترة

زمنية وتعتبر المقاييس التي تقيس سرعة الأداء او كميته خلال فترة زمنية معينة معبرة عن البعد الكمي للطاقة المبذولة .

5-1-1-ب- الجهد المبذول : ويعني مستوى الأبداع للأعمال ، قد لا يهتم كثيرا بسرعة الأداء

وكميته بقدر ما يهتم بنوعيته وجودة الأداء ويندرج تحت المعيار النوعي للجهد ، هناك الكثير من المقاييس التي تقيس درجة مطابقة الإنتاج لمواصفات المطلوبة والتي تقيس درجة خلو الأداء من الأخطاء وتقيس درجة الابداع و الابتكار في الأداء .

5-1-1-ج- نمط الأداء : يقصد به الأسلوب او الطريقة التي نبذل بها الجهد في العمل ، أي

الطريقة التي تؤدي بها أنشطة العمل فعلى اساس نمط الأداء يمكن قياس الترتيب الذي يمكن قياس الترتيب الذي يمارسه الفرد في أداء حركات او أنشطة معينة او مزيج هذه الحركات والأنشطة اذا كان العمل جسمانيا بالدرجة الأولى ، كما يمكن أيضا قياس الطريقة التي يتم الوصول بها الى حل او قرار لمشكلة معينة او أسلوب الذي يتبع في اجراء بحث او دراسة.

<sup>1</sup>سلطان، محمد سعيد أنور ، السلوك التنظيمي، الدار الجامعية الجديدة ، الإسكندرية ، 2003، ص220

## 5-2- أنواع الأداء الوظيفي في المؤسسة

بناء على ما تم عرضه حول مفهوم وعناصر الأداء الوظيفي اشارت العديد من الدراسات في مجال الإدارة الى نوعين من الأداء وقد تم تحديده وفقا لمعيار التقييم التي تم وضعه و الذي يتمثل تحديدا في<sup>1</sup> :

5-2-1- حسب معيار المصدر: وفقا لهذا المعيار يمكن تقسيم الأداء الى نوعين من الأداء :

\*الأداء الذاتي (الداخلي): يطلق على هذا النوع من الداء أداء الوحدة ، أي انه ينتج ما تملكه المؤسسة من الموارد فهو ينتج أساسا مما يلي :

-الأداء البشري: وهو أداء الافراد المؤسسة الذي يمكن اعتبارهم موردا استراتيجي قادر على صنع القيمة وتحقيق الأفضلية التنافسية من خلال تسير مهاراتهم .

-الأداء التقني : يتمثل في قدرة المؤسسة على استعمال استثماراتها بشكل فعال .

-الأداء المالي :يمكن في فعالية تهيئة واستخدام الوسائل المالية المتاحة .

\*الاداء الخارجي : هو الأداء الناتج عن المتغيرات التي تحدث في المحيط الخارجي فالمؤسسة لا تتسبب في احداثه ولكن المحيط الخارجي هو الذي يولده ، فهذا النوع بصفة عامة يظهر في النتائج الجيدة التي تتحصل عليها المؤسسة ، وكل هذه التغيرات تنعكس على الأداء سواء

1- صونبة عزوز ، اثر الثقافة التنظيمية على مستوى الأداء الوظيفي ، مجلة أبحاث نفسيو تربوية ، المجلد 09 ، العدد 04 ،

بالإيجاب او بالسلب ، وهذا النوع من الأداء يفرض على المؤسسة تحليل نتائجها ، وهذا مهم اذا تعلق الامر بالمتغيرات الكمية اين يمكن قياسها و تحديد اثرها .

### 5-2-ب- حسب معيار الشمولية :

\***الأداء الكلي** : يتجسد من خلال الإنجازات التي تساهم بها جميع عناصر ووظائف المؤسسة لتحقيق أهدافها ،ولا يمكن نسب إنجازها لعنصر معين دون باقي العناصر الاخرى وفي اطار هذا النوع من الأداء يمكن الحديث عن مدى وكيفيات بلوغ المؤسسة لأهدافها الشاملة كالاستمرارية والنمو .

\***الأداء الجزئي** : وهو الذي يتحقق على مستوى الأنظمة الفرعية عكس الأداء الكلي الذي يتشكل نتيجة تداخل أداء مختلف الأنظمة الفرعية.

### 5-2-ج- حسب معيار الطبيعة : يمكن تقسيم هذا المعيار الى ما يلي :

\***الأداء الاقتصادي** : يعتبر الاداء الاقتصادي المهمة الأساسية التي تسعى المنظمات الاقتصادية الى بلوغها ويتمثل في الفوائض الاقتصادية التي تجنيها المنظمة من وراء تعظيم نواتجها (الإنتاج ، الربح، القيمة المضافة ، رقم الاعمال، المردودية ،...) وتدني استخدام مواردها (رأسمال ،العمل ،المواد الأولية ،التكنولوجيا،...) <sup>1</sup>.

1-صونية عزوز ،مرجع سبق ذكره ،ص275،270

\***الاداء الاجتماعي** : تعد الأهداف الاجتماعية التي ترسمها المنظمة اثناء عملية التخطيط

كانت قبل ذلك قيودا وشروطا فرضها عليها افراد المنظمة وافراد المجتمع الخارجي ولتحقيق هذه

الأهداف يجب ان تتزامن مع تحقيق الأهداف الاخرى وخاصة الاقتصادية منها فلا يتحقق

الأداء الاقتصادي الا بتحقق الأداء الاجتماعي .

\***الأداء التكنولوجي** : يكون للمؤسسة أداء تكنولوجي عندما تكون قد حددت اثناء عملية

التخطيط أهدافا تكنولوجية كالسيطرة على مجال تكنولوجي معين ، وفي اغلب الاحيان تكون

الأهداف التكنولوجية التي ترسمها المؤسسة أهدافا استراتيجية نظرا لأهميتها التكنولوجية .

\***الأداء السياسي** : يتجسد الأداء السياسي من خلال بلوغ المنظمة أهدافها السياسية التي قد

تحصل بها على مزايا معينة<sup>1</sup> .

## 6- العوامل المؤثرة في فعالية الأداء الوظيفي

أجمعت جل الدراسات السابقة التي تناولت العوامل المؤثرة على فعالية الأداء الوظيفي في

المؤسسة الى وجود عوامل داخلية تؤثر على أداء الفرد ونتاجيته في المؤسسة ، كما أظهرت

ذات الدراسات ان للفرد والمنظمة دور مهم فيها ،نذكر منها:<sup>2</sup>

6-1/عوامل إدارية تنظيمية : وتتلخص فيما يلي:

- غياب المناخ المناسب الداعم للعمل والإنتاجية في المؤسسة .

1-صونية عزوز ،مرجع سبق ذكره ،ص280

-حدوث صراعات بين الموظفين ورؤسائهم وبين الموظفين انفسهم.

-عدم تحديد المهام الوظيفية بدقة .

-الاشراف السيء.

-النقص في التدريب .

-عدم تحديد واجبات الموظف.

-نقص الموارد المادية والظروف المناسبة للعمل .

6-2/عوامل بيئية خارجية :وتتلخص فيما يلي :

-الصراع بين القيم والاتجاهات التي يحملها الموظف ،وبين القيم والاتجاهات السائدة في

المجتمع .

-الأحوال الاقتصادية وظروف سوق العمل .

-التشريعات الحكومية .

-السياسات النقابية .

-الاضطراب السياسي.<sup>1</sup>

6-3/ عوامل تتعلق بالموظف: تتمثل في النقاط التالية :

1-أسامة زيد ،يوسف بليسي ،جودة الحياة الوظيفية واثرها على الأداء الوظيفي للعاملين في المنظمات غير الحكومية في

قطاع غزة ، رسالة ماجستير في اجارة الاعمال ، غزة ،كلية التجارة ،الجامعة الإسلامية ،2012،ص،26،25.

-نقص في رغبته ودافعيته للعمل.

-ضعف في شخصيته او قصور في قدراته العقلية .

-التغيب المستمر عن العمل .

-مشكلات عائلية.

وقد اضيف عاملين اساسين يؤثران في أداء العامل و انتاجيته في المؤسسة ،حيث تمثل قي العوامل الفنية كالتقدم التكنولوجي و الهيكل التنظيمي وطرق واساليب العمل ،تأثر تأثير كبير ومباشر في كفاءة المنظمة والافراد وطرق واساليب العمل حيث تؤثر جميعها في إنتاجية المنظمة ،كما تساهم العوامل الإنسانية كالمعرفة والتعليم والخبرة والتدريب على المهارة وتحديد كل ظروف العمل المادية والاجتماعية وكذا حاجات ورغبات الفرد في رفع مستوى الأداء ،وقد تتسبب في انخفاض مستوى أدائه اذا لم يتم تفعيل مختلف العناصر المذكورة.<sup>1</sup>

## 7- عملية تقييم الأداء الوظيفي في المؤسسة

### 7-1/ مفهوم عملية تقييم الأداء :

يعد مفهوم الأداء من المفاهيم الأساسية في مجال الموارد البشرية كما يعتبر من اكثر الوسائل الموجه للأداء سعيا منها لتحقيق اهداف المؤسسة بكفاءة عالية ،فقد عرف مفهوم تقييم الاداء العديد من التسميات التي اظهرتها المعاجم الأجنبية ،فقد نجده يعبر عن مفهوم القياس كما

1-رضا هشام حمدي ، تنمية مهارات الاتصال والقيادة الإدارية ،ط1، دار الراجية للنشر والتوزيع ،عمان ،2010،ص73

نجده باسم نظام تقييم الكفاءة كنتيجة تعبيره عن كفاءة الأداء ، كما تم تسميته أيضا نظام تقارير الكفاءة او نظام تقييم العاملين .

تشكل عملية تقييم الأداء الوظيفي احد الوظائف المتعارف عليها في إدارة الافراد والموارد البشرية في المنظمات الحديثة ، حيث يعمل نظام تقييم على تحديد مدى كفاءة أداء العاملين لمهامهم ، كما تتطلب عملية التقييم مزاولة الافراد أعمالهم لتسهيل عملية التقييم<sup>1</sup>. ويرى الطائي بان عملية التقييم تعد بمثابة مدخل رقابي لأداء العاملين والذي يعمل على رصد الانحرافات التي يمكن ان تحدث نتيجة أداء غير مرغوب فيه او أخطاء قد يرتكبها العامل او الموظف اثناء عملية التنفيذ ، وهذا ما يستلزم من الإدارة التحرك السريع لتصحيح وتصويب ذلك الانحرافات لتفادي المشاكل التي قد تنجر عنها<sup>2</sup> .

## 7-2/الهدف من عملية تقييم الأداء :

ان الهدف أي مؤسسة مهما كان مجال عملها هو تحقيق الاستقرار الداخلي للمؤسسة وتوسعي نحو توجيه جهود عمالها لتحقيق أهدافها ، وعليه فان عملية التقييم ساهمت بشكل كبير في إدارة أداء الموظفين في المؤسسة ، وساعدت بشكل كبير رؤساء المنظمة في اكتشاف الأخطاء التي ترتكب اثناء انجاز الاعمال والتقليل من وقوعها ومحاولة معالجتها فور وقوعها

1-ماهر احمد ،إدارة الموارد البشرية ، الدار الجامعية الإسكندرية ، مصر 2004،ص،284

2-الطائي،يوسف حجيم ،إدارة الموارد البشرية قضايا معاصرة في الفكر الإداري ،ط1ان دار صفاء للنشر والتوزيع ،عمان

،فالهدف من التقييم هو ترشيد وتدريب العاملين للأداء الجيد بدون أخطاء، وان تكون إيجابية وبناءة<sup>1</sup>.

### 7-3/أهمية عملية تقييم الأداء :

يتمثل أساسا في ايجاد مناخ ملائم من الثقة والتعامل الأخلاقي الذي يبعد احتمال تعدد شكاوي العاملين اتجاه المنظمة ، كما يساهم في رفع مستوى أداء العاملين واستثمار قدراتهم بما يساعدهم على التقدم والتطور فضلا على الدور الذي يمارسه في تقييم برامج وسياسات إدارة الموارد البشرية كون نتائج العملية يمكن ان تستخدم كمؤشرات للحكم على دقة هذه السياسات<sup>2</sup>

### 7-4/معايير تقييم الأداء :

يقصد بمعايير تقييم الأداء الأساس الذي ينسب اليه الفرد وبالتالي يقارن للحكم عليه او هي المستويات التي يعتبر فيها الأداء جيدا و مرضيا ،وان تحديد هذه المعايير امر ضروري لنجاح عملية تقييم الأداء حيث انها تساعد في تعريف العاملين بما هو مطلوب منهم بخصوص تحقيق الأهداف المنظمة ،وتوجيه المديرين الى الأمور التي ينبغي ان تؤخذ بعين الاعتبار لتطوير الأداء.

وقد اختلف الباحثون في تحديد المعايير فمنهم من خصص مجموعة من المعايير لكل مستوى تنظيمي ومنهم من قدم مجموعة معايير يمكن تطبيقها على جميع الوظائف او الاعمال

3-باشري ، نفيسة محمد ، السلوك التنظيمي ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، 2017،ص297

1-كافي ،مصطفى يوسف ،إدارة الموارد البشرية من منظور اداري تنموي ،تكنولوجي عولمي ، منكرة مجمع العربي للنشر والتوزيع ،عمان ،2014،ص223

الإدارية، ومن الأمثلة تلك المعايير العمل، القيادة، الإبداع، الأداء، حجم العمل، القدرة على اتخاذ القرارات، القدرة على حل المشاكل وتفويض السلطات.<sup>1</sup>

كذلك تنحصر اهم المعايير المعتمدة من قبل الإدارة في عملية التقييم و التي تشترط ان تكون موضوعية قدر الإمكان، واكثر هذه المعايير موضوعية هي معايير نواتج الأداء تليها مباشرة معايير سلوك الأداء ثم معايير الصفات الشخصية، اما النوع الأول من هذه المعايير فيركز على أداء المرؤوسين من حيث كمية وجودة منتج معين كعدد الوحدات السليمة المنتجة مثلا، في حين يعتمد النوع الثاني منها على معايير غير مباشرة كونها لا تمس نواتج الأداء بل تمس الأسلوب والسلوك المعتمد عليه للتوصل الى النتائج بينما يشير النوع الثالث و الأخير الى إمكانية الاعتماد على بعض المعايير الشخصية عندما يتعذر الوصول الى معايير نواتج او سلوك الأداء كالانتباه والدافعية للعمل.

ان الالمام بطبيعة هذه المعايير يتيح للمؤسسة فرصا عديدة لاستخدام الأسلوب او الطريقة المناسبة من جملة التشكيلات المختلفة المتاحة امامها قصد اعتمادها في تقييم أداء جميع العاملين بها.<sup>2</sup>

2-خالد عبد الرحيم الهيتي، إدارة الموارد البشرية، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، 2005، ص202

1-خالد عبد الرحيم الهيتي، مرجع سبق ذكره، ص203

## 7-5 طرق وخطوات تقييم الأداء الوظيفي :

أ/ طرق تقييم الأداء الوظيفي : هناك عدة طرق لتقييم الأداء الوظيفي واثاره المباشرة على نجاح

او فشل استراتيجية المؤسسة وهذا بتتوع الطرق المعتمدة منها :

أ-1/ الطرق التقليدية لقياس تقييم الأداء : هناك الاساليب المقارنة و الاساليب غير المقارنة :

\*الاساليب المقارنة: وهي تعتمد على مقارنة أداء العاملين كل منهم بالآخر وهذا يخلق روح

المنافسة بينهم وهناك ثلاث طرق للمقارنة بين الموظفين :

1- طريقة الترتيب : تتمثل هذه الطريقة في قياس وتقييم الرئيس بترتيب مرؤوسيه حسب الكفاءة

كل منهم وهذه الطريقة سهلة اذا كان عدد الموظفين قليلا وصعب اذا كان عددهم كبيرا وتتميز

الطريقة بالبساطة وسهولة التطبيق لكن هذه الطريق يصعب تطبيقها اذا زاد عدد الموظفين .

2- طريقة المقارنة المزدوجة : يمكن اتباع هذه الطريقة لتقييم أداء الموظف العام ككل وهي

تحقيق قدرا اعلى من الموضوعية ،حيث تعتمد على مقارنة كل موظف بموظف اخر يؤخذ على

هذه الطريقة ان نجاحها يتوقف على صغر عدد الموظفين المطلوب تقييمهم وكذلك عجزها من

الكشف عن الظروف بين الأشخاص الذين يكونون في رتب متقاربة.<sup>1</sup>

3- طرق التوزيع الاجباري : هذه الطريقة يقيم الرئيس مجموعة من المرؤوسين حسب موقعها

على ما يشبه منحنى التوزيع الطبيعي ،حيث تتركز الظواهر حول الوسط وتقل عند الأطراف

1- احمد أبو السعود محمد ،الاتجاهات الحديثة لقياس وتقييم أداء الموظفين ،منشأة المعارف ،الإسكندرية ،2008 ،

،وهكذا يكون معظم المرؤوسين في المستوى واقلهم في المستويين الأعلى و الأدنى و يوزع الرئيس مرؤوسيه وفقا لنسب يحددها.

\*الأساليب غير المقارنة :يمكن تقسيمها الى ما يلي :

1-طرق الأسلوب الروائي :وهي طريقة تتطلب قياس الرئيس المباشر بكتابة مقال يتضمن كافة انطباعاته عن كل المرؤوسين.

2-طرق مقاييس التقديرات: وهي طريقة محاولة تحقيق الموضوعية في قياس مراتب الجدارة او الاستحقاق في عدة سمات شخصية حيث تقاس درجة الفرد بمجموعة افراد قد اختبروا ليمثلوا مختلف درجات سمعة معينة فيأخذ هذا الفرد درجة او رتبة الشخص الذي هو اكثر شبها في السمعة الي يتم قياسها.

3-طرق القوائم :يوجد نوعان رئيسيان في هذه القوائم هي المرجحة والاختيار الاجباري وفي هذه الطرق نجد ان الرئيس لا يقيم أداء مرؤوسيه ولكنه فقط يسجله .<sup>1</sup>

أ-2/ الطرق الحديثة لقياس وتقييم الأداء :

\*طريقة الاحداث الحرجة :تعتمد هذه الطريقة على تقييم الاحداث الجوهرية التي قام بها العامل فيتم تسجيل وقت متى وأين ولماذا حدث هذا التصرف .

<sup>1</sup>-احمد أبو السعود محمد ،مرجع سبق ذكره ،ص63

\*طريقة الاختيار الاجباري :يتم اعداد استمارة للتقويم تحتوي على مجموعات عديدة من

العبارات كل تحتوي على اربع عبارات اثنتان تمثلان الصفات غير المرغوبة

\*طريقة الإدارة بالأهداف : والتي تركز هذه الطريقة على الأداء المستقل الى جانب الأداء

الماضي ويشترك الرئيس و المرؤوس في تحديد الأهداف الواجب الوصول اليها .<sup>1</sup>

\*طريقة الملاحظات السلوكية :والتي يتم تحديد الابعاد السلوكية المتوقعة للأداء الا ان المقيم

هنا يقوم بملاحظة سلوك الافراد العاملين ويرتبهم على خمسة اوزان لكل بعد بدلا من وزن واحد

وتتميز هذه الطريقة بانها نركز على السلوك الملاحظ بدلا من المتوقع .<sup>2</sup>

### ب/خطوات التقييم الأداء الوظيفي :

**الخطوة الأولى :** التعرف على طبيعة العمل المراد تقييم أداء العاملين فيه وهو ما يعني تحليل

ووصف وتصنيف وتقييم الوظائف.

**الخطوة الثانية :**تحديد أسس ومعايير التقييم و اعلام المقيمين بها ولا بد ان تكون هذه المعايير

واضحة كما ونوعا في اذهان الطرفين من عاملين ومشرفين.

**الخطوة الثالثة :** اطلاع المرؤوسين ومناقشيه بالتقرير وادائه .

2-محمد الصريفي،إدارة الموارد البشرية،شبكة الجلال للطباعة العامرية،الإسكندرية،2006،نص،229،233

1-عمار بن عيشي،اتجاهات التدريب وتقييم أداء الافراد،دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان، الأردن،2015،ص،55

**الخطوة الرابعة:** اتخاذ الإجراءات المناسبة لتصحيح المسار وتلاقي أي خروج عن المعايير

المحددة.<sup>1</sup>

<sup>2</sup>- نوري منير، تسيير الموارد البشرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص، 346، 345

## خلاصة الفصل :

لقد حظيت مسألة تحسين الأداء الوظيفي و تطويرها وبخاصة في ارتباطها بموضوع الاعلام الرقمي باهتمام إدارة الموارد البشرية وعلماء الادارة لاتصاله بمستقبل العنصر البشري في المنظمات ، ويعتبر من الموضوعات التي نالت اهتماما كبيرا من قبل المنظرين والاداريين في المجالات الإدارية ، اذ انه يعد الوسيلة الوحيدة لتحقيق اهداف العمل بالمنظمات ، ومن هنا يلاحظ ان غالبية المسؤولين الإداريين يعطون موضوع الأداء و العوامل المؤثرة فيه اهمية كبيرة نظرا لان الأداء لإدارتهم ما هو الا انعكاس للأداء الفردي داخلها.

ويمكن القول ان المورد البشري هو العنصر التنظيمي الوحيد القادر من خلال أدائه على استيعاب المفاهيم و الأفكار الجديدة التي تساعد على استغلال الميزات و مواجهة التحديات التي تفرضها الظروف البيئية باعتباره المحرك الأساسي لكل أنشطة المنظمة .

## الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج

### الدراسة الميدانية

## الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

1/نشأة الخدمات الجامعية في الجزائر

2/مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة

3/ الدراسة الاستطلاعية

4/ مناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة

5/نتائج الدراسة

6/ اقتراحات وتوصيات

**تمهيد**

إن الدراسة الميدانية وسيلة هامة للوصول إلى الحقائق الموجودة في مجتمع الدراسة، إذ عن طريق الميدان يصبح بالإمكان جمع البيانات و تحليلها لتدعيم الجانب النظري و تأكيده، و في هذا الفصل المنهجي سنحاول إعطاء فكرة حول مجال الدراسة البشري ، المكاني ، الزماني ، و يتم التحقق من الفروض باستخدام مجموعة من الأدوات العلمية التي تتسجم مع طبيعة البيانات المنتقاة، و قد اشتملت على مقياسين متبعين في ذلك منها يتفق و طبيعة الدراسة و الذي يتمثل عموما في المنهج الوصفي الارتباطي، و عليه سنحاول دراسة هذا الموضوع انطلاقا من الدراسة الاستطلاعية الأولى التي حاولنا من خلالها الإلمام بحيثيات الموضوع ، كل ذلك تمهيدا للدراسة الأساسية التي أنصبت على عينة الدراسة المتمثلة في **موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة** ، حيث أن الهدف من الدراسة الميدانية هو التحقق من صحة الفروض المعتمدة.

**1/نشأة الخدمات الجامعية في الجزائر**

**1-1/الديوان الوطني للخدمات الجامعية في الجزائر :** تعتبر مديرية الخدمات الجامعية الهيكل المحلي للديوان الوطني للخدمات الجامعية التابع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي وهي مؤسسة عمومية تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي ،ذات الطابع الإداري .

يشرف على الخدمات الجامعية الديوان الوطني للخدمات الجامعية الذي انشأ في سنة 1995 ، وتم اعادت هيكلته سنة 2003 ، بوضع مراكز و هياكل محلية تسمى مديريات الخدمات الجامعية ،حيث مديريات الخدمات الجامعية على المستوى المحلي تقوم بعملية الرقابة و التسيير على الاقامات الجامعية .

**1-2/مهام الديوان الوطني للخدمات الجامعية :** ومن المهام الديوان الوطني للخدمات الجامعية :

\*متابعة ومراقبة أنشطة مديريات الخدمات الجامعية والاقامات الجامعية.

\*يسهر على استعمال الرشيد للموارد و الوسائل الموضوعة تحت تصرف مديريات الخدمات الجامعية و الاقامات.

\*يتولى تنظيم عملية الوقاية الصحية في الوسط الطلابي.

\*يضع نظاما إعلاميا ووثائقيا لفائدة الطلبة داخل الاقامات الجامعية ويقوم بتدريبه.

\*يعد ويقترح مخطط التنمية و توسيع شبكة المنشآت الأساسية و التجهيزات .

**1-3/مهام مديريات الخدمات الجامعية :** من اهم مهام مديريات الخدمات الجامعية :

\*تلبية حاجات الطلبة في مجال الخدمات الجامعية لاسيما : الايواء ،الاطعام ،النقل ، الوقاية الصحية، الأنشطة الثقافية و العلمية ،الرياضية و الترفيهية ،واقترح عناصر استراتيجية للتكفل بهذه الحاجيات.

\*السهر على القوانين و الإجراءات المتعلقة بالخدمات الجامعية و المنح و المساهمة في اثرائها

\*تطوير وترقية الأنشطة الثقافية و العلمية و الرياضية و الترفيهية الموجهة للطلبة

\*التكفل ببرنامج النقل الجامعي و السهر على ترشيده .

## 2/مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة

2-1/التعريف بالمديرية الخدمات الجامعية بالجلفة : أنشئت مديرية الخدمات الجامعية

بالجلفة بموجب القرار الوزاري الصادر في 24 ديسمبر 2005 المتمم للقرار الوزاري الصادر

22 ديسمبر 2004 و المتضمن انشاء مديريات الخدمات الجامعية وتعين مقرها و الاقامات

التابعة لها ولواحقها، وهي مؤسسة ذات طابع اداري تتمتع بالاستقلالية المالية و الإدارية.

تقع مديرية الخدمات الجامعية في حي بربيج بالجلفة ، تشتمل على 474 عامل موزعة على

الإقامة الجامعية ،بها 09 اقامات جامعية و 02 مطعم جامعي تتولى متابعتها ومراقبة سيرها

وكذا تنسيق نشاطاتها وهي موزعة وفقا لعدد الطلبة و بالقرب من المؤسسات الدراسية تعمل

على تقديم عدة خدمات جامعية لفائدة الطلبة ،وفد أوكلت لها مهام أساسية تتمثل في :

-تطبيق السياسة الوطنية في مجال الخدمات الجامعية.

-علام وتوجيه الطلبة .

-توفير الخدمات للطلبة فيما يخص الايواء والاطعام ،النقل ، المنح.

-الوقاية الصحية.

-الأنشطة بمختلف اشكالها.

التكفل بالطلبة الأجانب.

2-2/ الهيكل التنظيمي لمديرية الخدمات الجامعية بالجلفة:



الشكل رقم 02: من اعداد الطالبات بناء على ملحق مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة

**3- الدراسة الاستطلاعية :**

بدأت الدراسة الاستطلاعية بداية من شهر مارس ، و ذلك بمديرية الخدمات الجامعية بالجلفة حيث تم ضبط عينة الدراسة و المقدره بـ 47 موظف ، وهم الذين تم اختيارهم بطريقة عشوائية من الموظفين المتواجدين في مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة .

**3-1- دراسة خصائص عينة الدراسة**

ونوضح ذلك من خلال عرض و تحليل البيانات ، و الجداول و الأشكال البيانية التالية  
توضح ذلك:

**أولاً : التحليل الوصفي لنتائج الاستبيان**

يهدف الإلمام بجميع جوانب موضوع الدراسة سنقوم بعرض تفصيلي لأهم الخصائص الشخصية و الوظيفية لدى الموظفين بمديرية الخدمات الجامعية بالجلفة محل الدراسة، من خلال البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة ، وبعد تفريغ الاستمارات حصلنا على النتائج التالية :

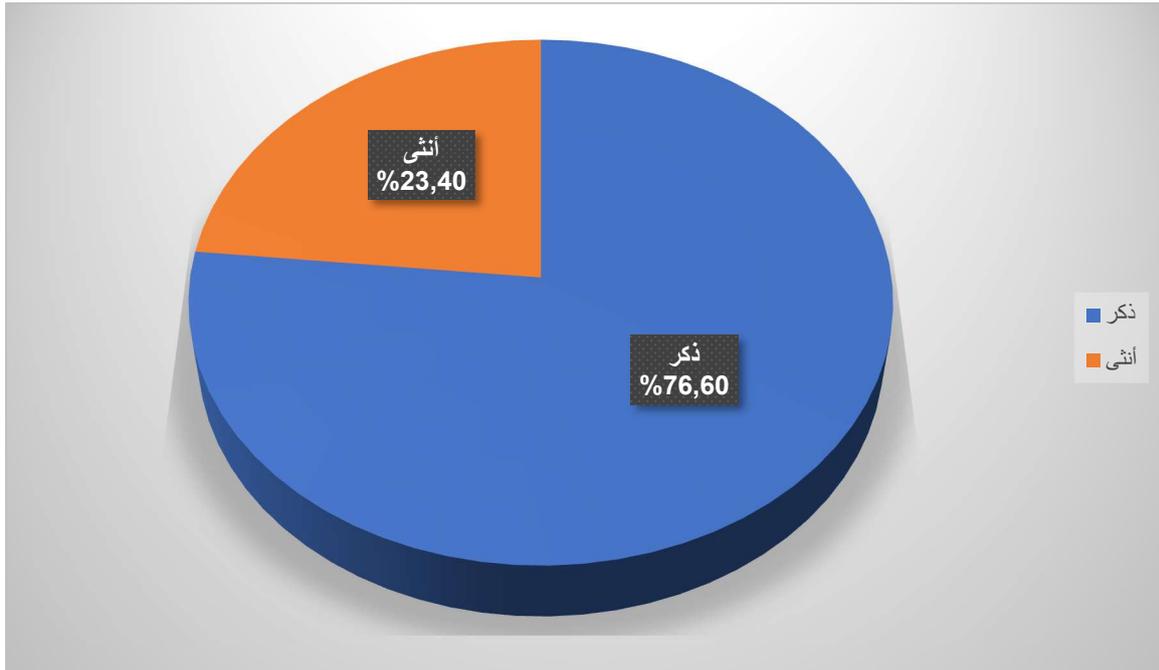
**المحور الأول : تحليل البيانات الشخصية**

**1- توزيع عينة الدراسة حسب الجنس:** يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب الجنس :

الجدول 01: توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

النسب المئوية	التكرار	الجنس
76.6%	36	ذكر
23.4%	11	أنثى
100%	47	المجموع

الشكل رقم 01 توزيع عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

**التعليق:** يتضح من خلال معطيات الجدول رقم 01 و الشكل رقم 01 ان نسبة 76.6% من

عينة الدراسة هم ذكور ، و نسبة 23.4% هم اناث ، أي ارتفاع نسبة العاملين من جنس

الذكر في مؤسسة الخدمات الجامعية بالجلفة مقابل نسبة الاناث وهذا راجع لطبيعة الاشغال

التي تجرى بالمؤسسة فهي تتطلب حركة دائمة بين الاحياء الجامعية و العمل في أوقات خارج

الدوام وهذا يتطلب جهدا كبيرا.

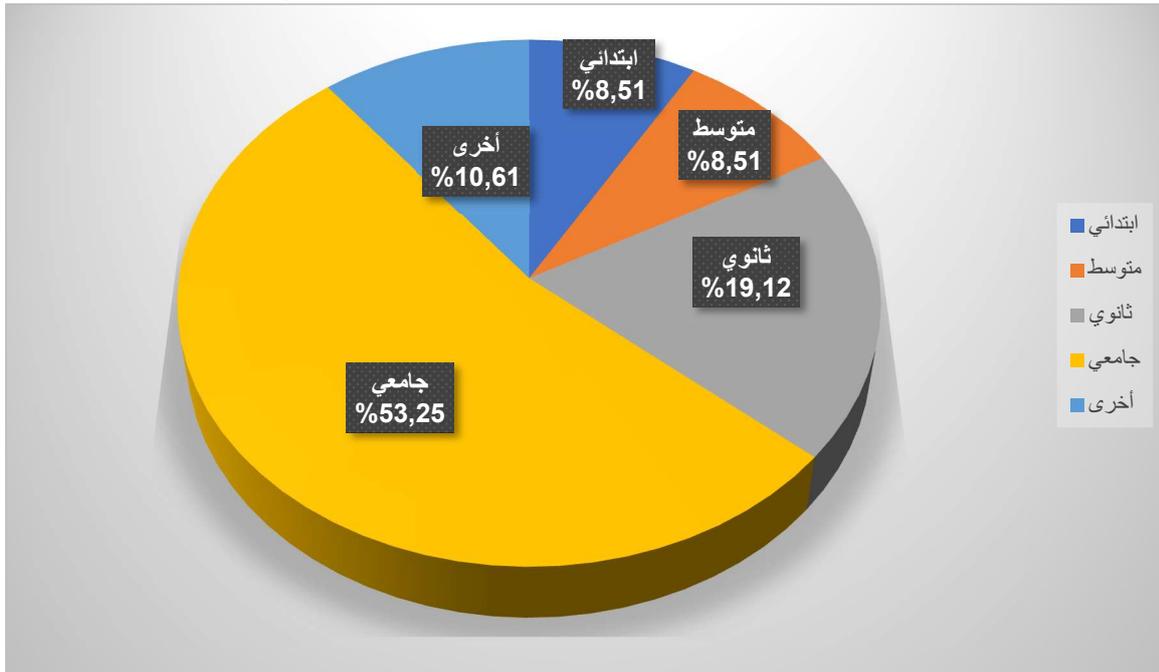
## 2- توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي: يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج

المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي :

## الجدول 02: توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسب المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
%8.5	4	ابتدائي
%8.5	4	متوسط
%19.1	9	ثانوي
%53.2	25	جامعي
%10.6	5	أخرى
%100	47	المجموع

الشكل رقم 02 توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

**التعليق:** يتضح من خلال الجدول (02)؛ و الشكل (02)؛ أن عينة الدراسة تتشكل من

الجامعيين بنسبة مئوية بلغت (53.2%) ؛ في حين كانت نسبة مستوى ثانوي في عينة الدراسة

(19.1%) ، أما أصحاب الشهادات الأخرى فكانت نسبتهم المئوية (10.6%) ، في حين أن

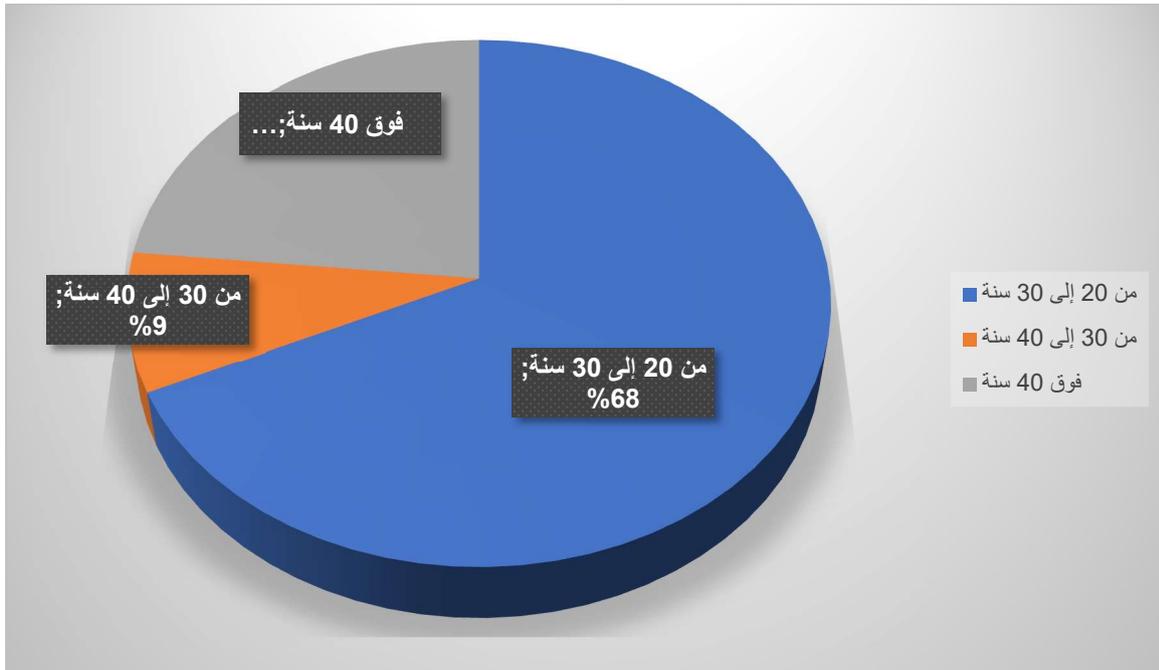
أصحاب المستوى المتوسط و الثانوي بلغت نسبتهم المئوية (8.5%) لكل منهما ، من خلال قرأتنا لمعطيات الجدول نجد ان نسبة الحاصلين على الشهادة الجامعية هي المسيطرة على العينة المستجوبة ،وعليه نستنتج ان المؤسسة تعتمد على الكفاءات و الإطارات ذات القدرات العالية و المعارف اللازمة لشغل هذه الوظائف .

3- توزيع عينة الدراسة حسب السن: يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب السن.

الجدول 03: توزيع عينة الدراسة حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
68.1%	32	من 20 إلى 30 سنة
8.5%	4	من 30 إلى 40 سنة
23.4%	11	فوق 40 سنة
100%	47	المجموع

الشكل رقم 03 : توزيع عينة الدراسة حسب السن



المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

**التعليق :** من خلال الجدول و الشكل رقم04:نلاحظ ان اكثر من 60 % من افراد العينة أعمارهم

تتراوح بين (20سنة-30سنة) ،وهذا راجع لقرار الرئيس ادماج حاملي الشهادات ،وليه نسبة 23.4

% ما فوق 40سنة،وهذا يدل على توفر طاقة شبانيه تساعد على مواكبة العصر الرقمي .

#### 4- توزيع عينة الدراسة حسب الأقدمية في العمل:

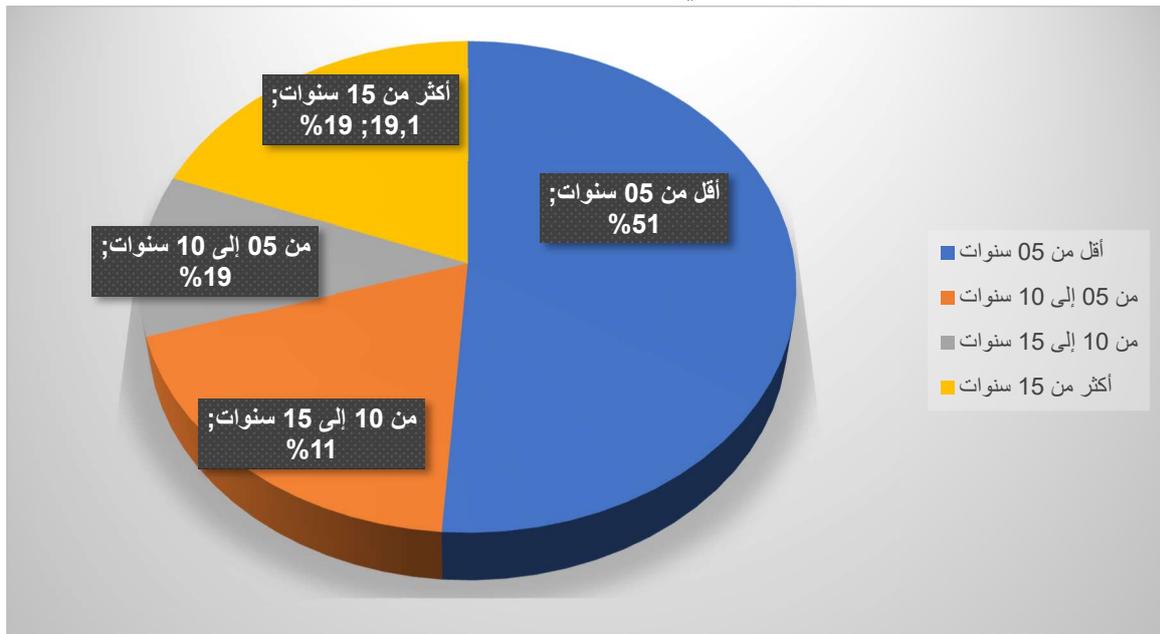
يلخص الجدول والشكل التاليين النتائج المتحصل عليها بخصوص توزيع عينة الدراسة حسب

الأقدمية في العمل.

الجدول 04 :توزيع عينة الدراسة حسب الأقدمية في العمل

النسبة المئوية	التكرار	الأقدمية في العمل
51.1%	24	أقل من 05 سنوات
19.1%	9	من 05 إلى 10 سنوات
10.6%	5	من 10 إلى 15 سنوات
19.1%	9	أكثر من 15 سنوات
%100	47	المجموع

الشكل رقم04 : توزيع عينة الدراسة حسب الأقدمية في العمل



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

**التعليق:** يتضح من خلال الجدول (04)؛ و الشكل (04)؛ أن فئة الأقدمية في العمل الغالبة

على عينة الدراسة هم من تقل خبرتهم عن 5سنوات ،بنسبة تفوق 50 %،ونجد ما بين 5سنوات و15سنة لهم نفس النسبة مع من لهم اكثر من 15 سنة ،وهذا راجع لنسبة الشباب التي تستحوذ على اكثر من نصف عمال المديرية .

**ثانيا : التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة**

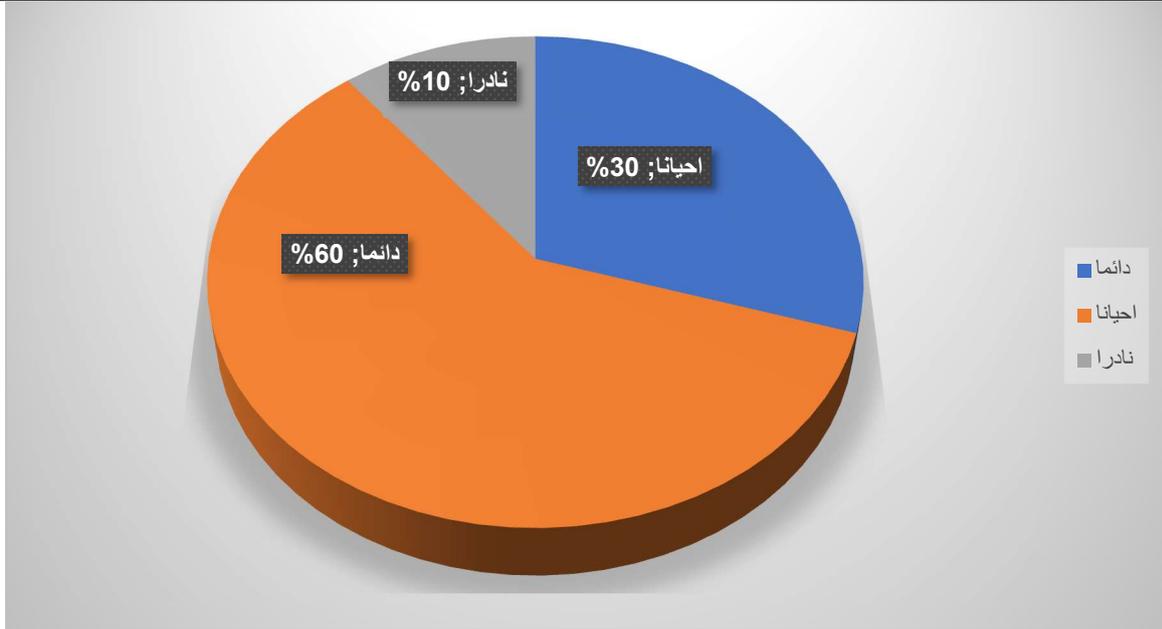
**\* المحور الثاني : الخدمات التي يقدمها الاعلام الرقمي لموظفي الخدمات الجامعية بالجلفة**

**الجدول 05 :اعتماد مديريةية الخدمات الجامعية بفروعها على وسائل الاعلام الرقمي في**

الاعمال اليومية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
59.6	28	دائما
29.8	14	أحيانا
10.6	5	نادرا
%100	47	المجموع

الشكل رقم 05 : توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



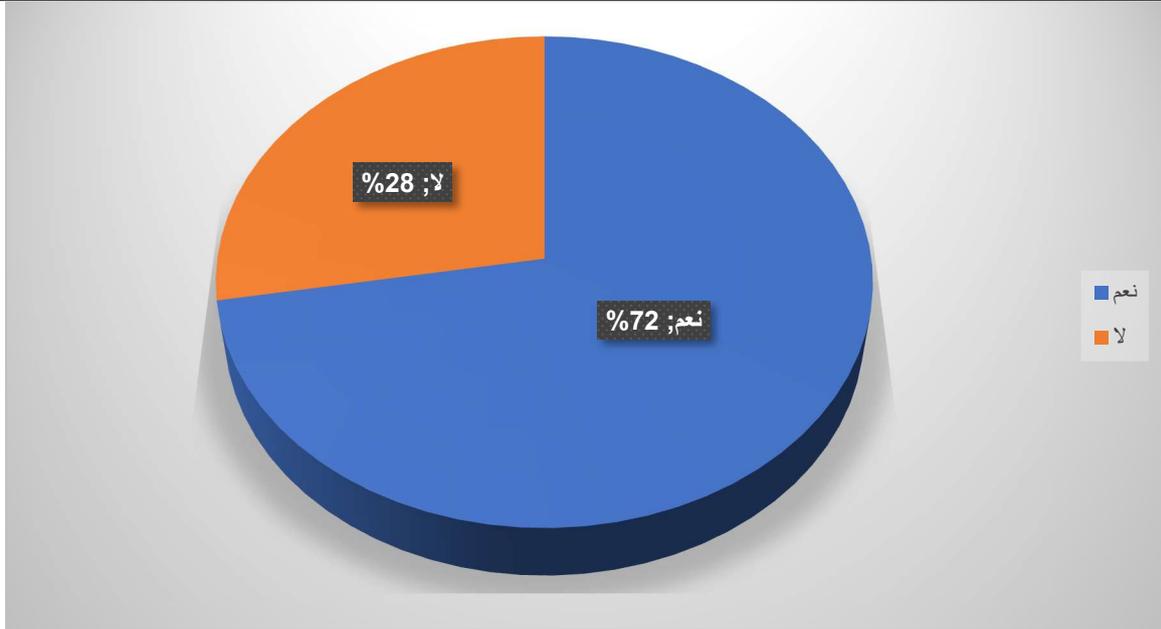
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

**التعليق :** نجد نسبة 59.6 % من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة يعتمدون دائما على وسائل الاعلام الرقمي في الاعمال اليومية ونجد هذا في اقسام المنح والنقل والاطعام . في حين 29.8 % أنها احيانا تعتمد على ذلك ونجد هذا في اقسام الموارد البشرية، بينما نجد نسبة 10.6 % من موظفي المديرية نادرا ما يعتمدون على الاعلام الرقمي في مهامهم.

**الجدول 06:** مدى تعميم الرقمنة على جميع اقسام وفروع مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
72.3%	34	نعم
27.7%	13	لا
100%	47	المجموع

الشكل رقم 06 : توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



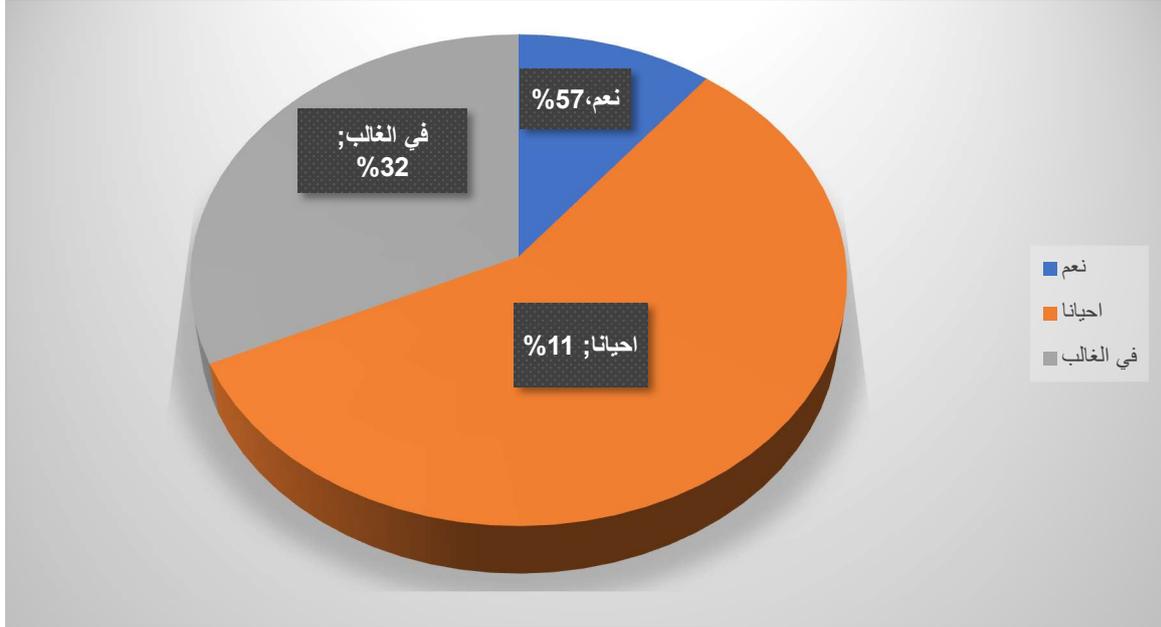
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

يرى 72.3% من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة أنه تم تعميم الرقمنة على جميع اقسام وفروع مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة . في حين 27.7% منهم لا يرون ذلك.

**الجدول 07** : التحول الرقمي للمؤسسة من المعاملات التقليدية الى الرقمنة يجعلها تواكب مستجدات العصر.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	27	57.4%
أحيانا	5	10.6%
في الغالب	15	31.9%
المجموع	47	100%

الشكل رقم 07 : توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



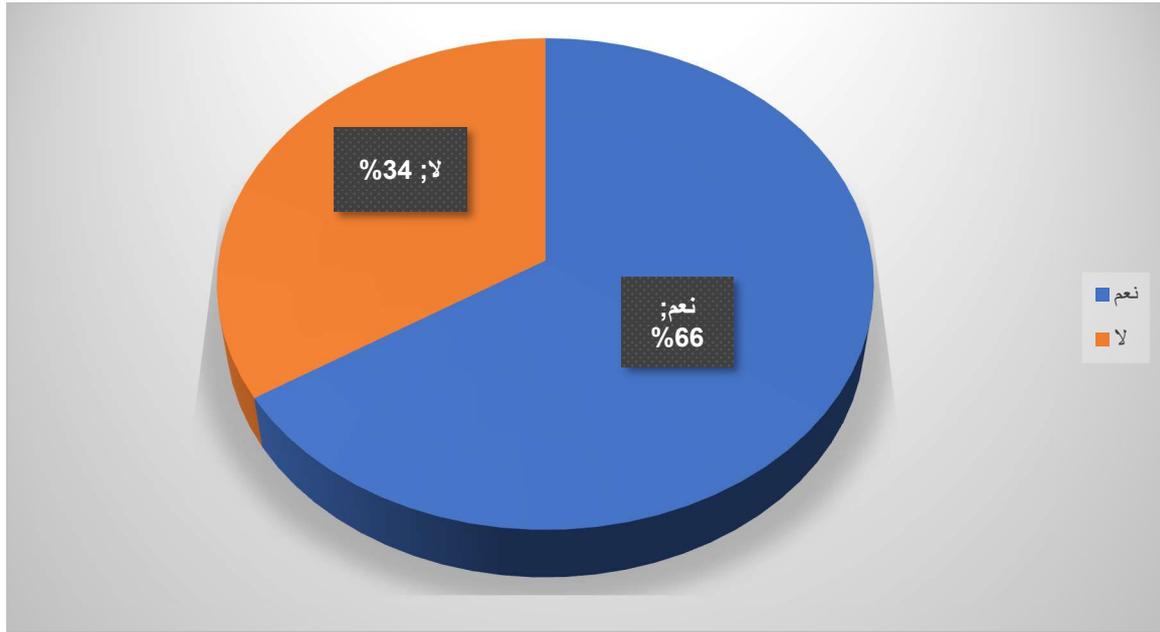
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

**التعليق :** نرى ما نسبة 57.4 % من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة يرى أن التحول الرقمي للمؤسسة من المعاملات التقليدية الى الرقمنة يجعلها تواكب مستجدات العصر. في حين 31.9 % يرون أنها في الغالب تحقق ذلك ، بينما يرى 10.6 % منهم يرى أن التحول الرقمي للمؤسسة من المعاملات التقليدية الى الرقمنة أحيانا يجعلها تواكب مستجدات العصر.

**الجدول 08:** البرامج والتطبيقات الرقمية الالكترونية التي تستخدمها المؤسسة سريعة وسهلة الاستعمال بالنسبة لمستخدميها.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
66.0%	31	نعم
34.0%	16	لا
100%	47	المجموع

الشكل رقم 08: توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



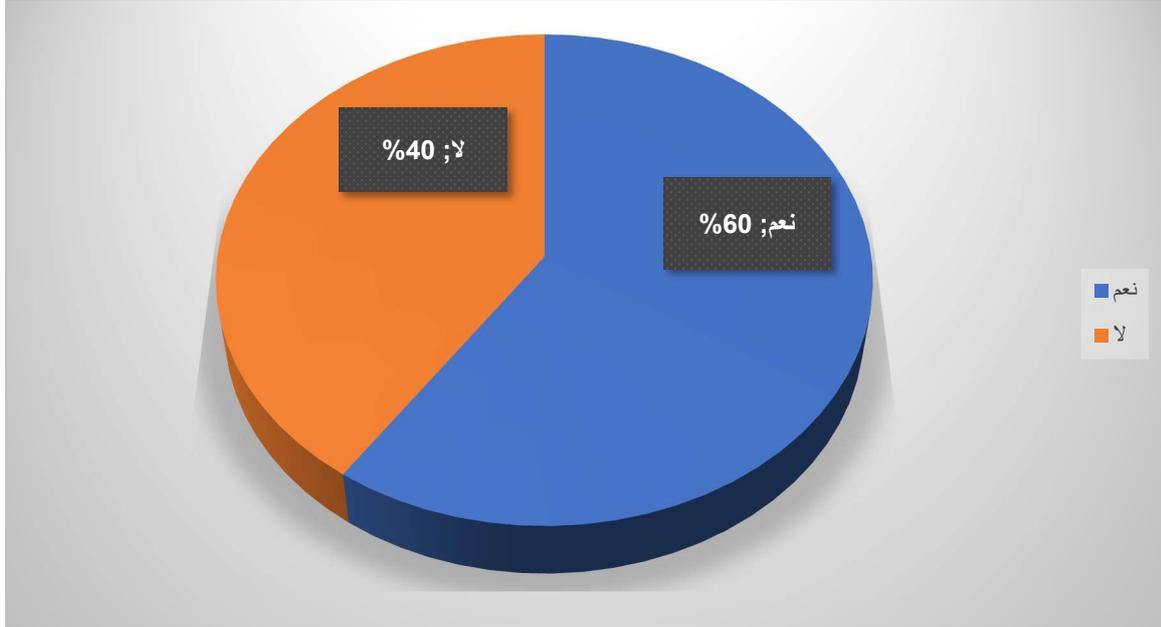
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

يرى 66 % من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة أن البرامج والتطبيقات الرقمية الالكترونية التي تستخدمها المؤسسة سريعة وسهلة الاستعمال بالنسبة لمستعملها. في حين 34 % يرون أنها غير سريعة بل تعيق خدماتهم التقليدية اليومية .

الجدول 09: ثقة في التعاملات الالكترونية الرقمية كبديل عن التعاملات التقليدية الورقية للموظفين .

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
59.6%	28	نعم
40.4%	19	لا
100%	47	المجموع

الشكل رقم 09 : توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



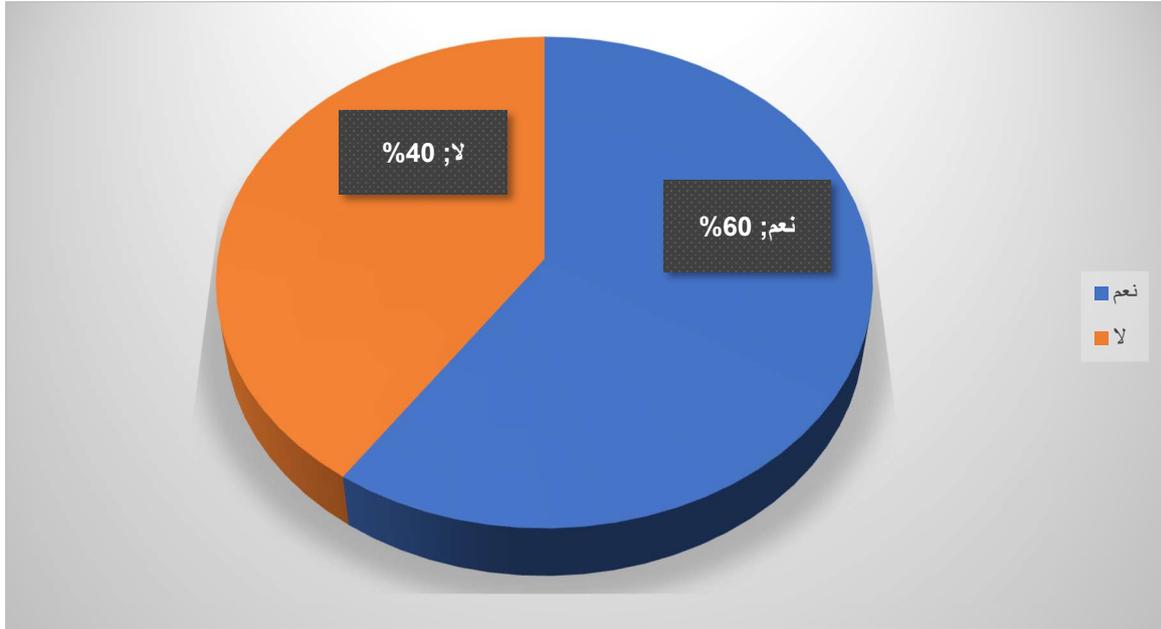
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

**التعليق:** يرى 59.6% من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة أن للموظفين ثقة في التعاملات الالكترونية الرقمية كبديل عن التعاملات التقليدية الورقية ، في حين ان 40.4% يرون أنه ليس هناك للموظفين ثقة في التعاملات الالكترونية الرقمية كبديل عن التعاملات التقليدية الورقية .

**الجدول 10 :** قيام مديرية الخدمات الجامعية بنشر العروض التحضيرية عبر أرضية الاعلام الرقمي.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
59.6%	28	نعم
40.4%	19	لا
100%	47	المجموع

الشكل رقم 10 : توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

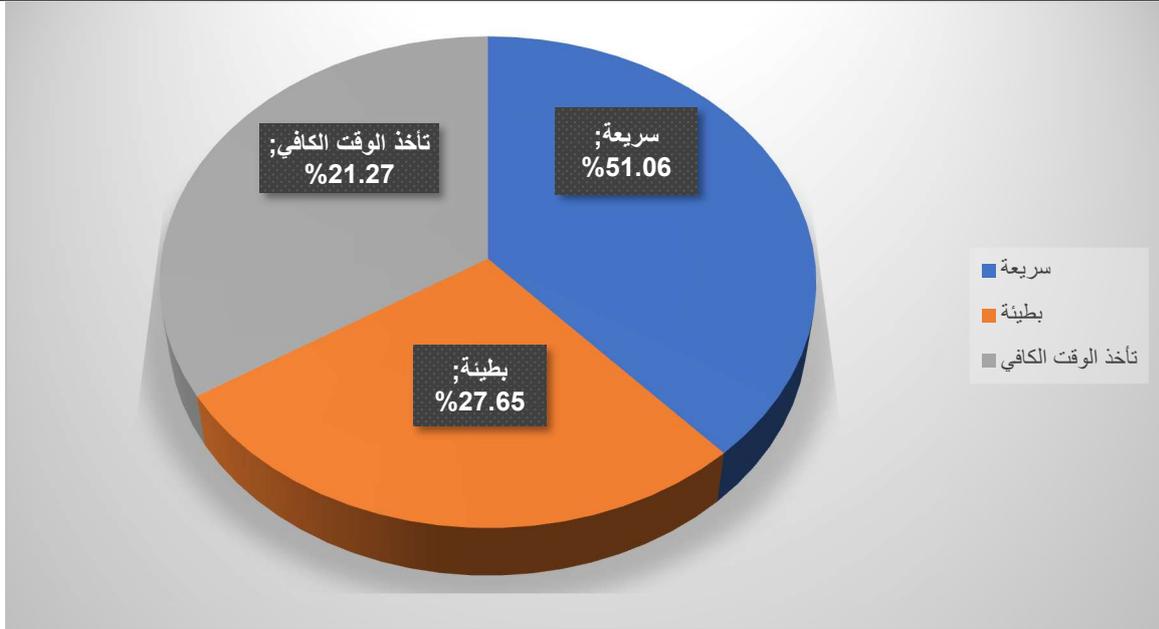
**التعليق:** يرى 59.6 % من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة أن مديرية الخدمات الجامعية تقوم بنشر العروض التحضيرية عبر أرضية الاعلام الرقمي ، في حين ان 40.4 % يرون أنه مديرية الخدمات الجامعية لا تقوم بنشر العروض التحضيرية عبر أرضية الاعلام الرقمي .

### - المحور الثالث : توظيف الإعلام الرقمي في تحقيق الفعالية الاتصالية

**الجدول 11 :**المعلومات التي تصدرها المؤسسة للعاملين بواسطة وسائل الاتصال الرقمية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
51.06%	24	سريعة
27.65%	13	بطيئة
21.27%	10	تأخذ الوقت الكافي
100%	47	المجموع

الشكل رقم 11 : توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

**التعليق:** من خلال الجدول والشكل نلاحظ ان اغلبية المبحوثين بنسبة تقدر بأكثر من 50 اجابوا ان المعلومات التي تصدرها المؤسسة بواسطة وسائل الرقمية تصل بسرعة للعاملين ،اما ما نسبته 21.27% تأخذ الوقت الكافي ونسبة 27.65% تصل ببطيء و السبب في ذلك ليس الى بطئ وسيلة الاتصال في حد ذاتها ،وانما الى عدم القيام بعض المسؤولين في المستويات الإدارية في المؤسسة بإرسال المعلومات في الوقت المناسب وبالتالي تصل متأخرة ،كما اقر بعض المبحوثين ان المعلومات تبقى محتكرة من مستويات تنظيمية معينة دون مبرر او معلوم نتيجة سبب التماطل وهناك من يرى ان السبب راجع الى غياب سياسة اتصالية في المؤسسة تحدد مهام الاتصالية و المسؤولية المنوطة بكل مسؤول في ارسال المعلومات الى العاملين في الوقت اللازم وبالتالي فان هذه المعلومات مهمة تظهر خلل في عملية تنظيم وإدارة العملية الاتصالية وتحديد المهام و المسؤوليات مما يؤدي الى تدني الفعالية الاتصالية.

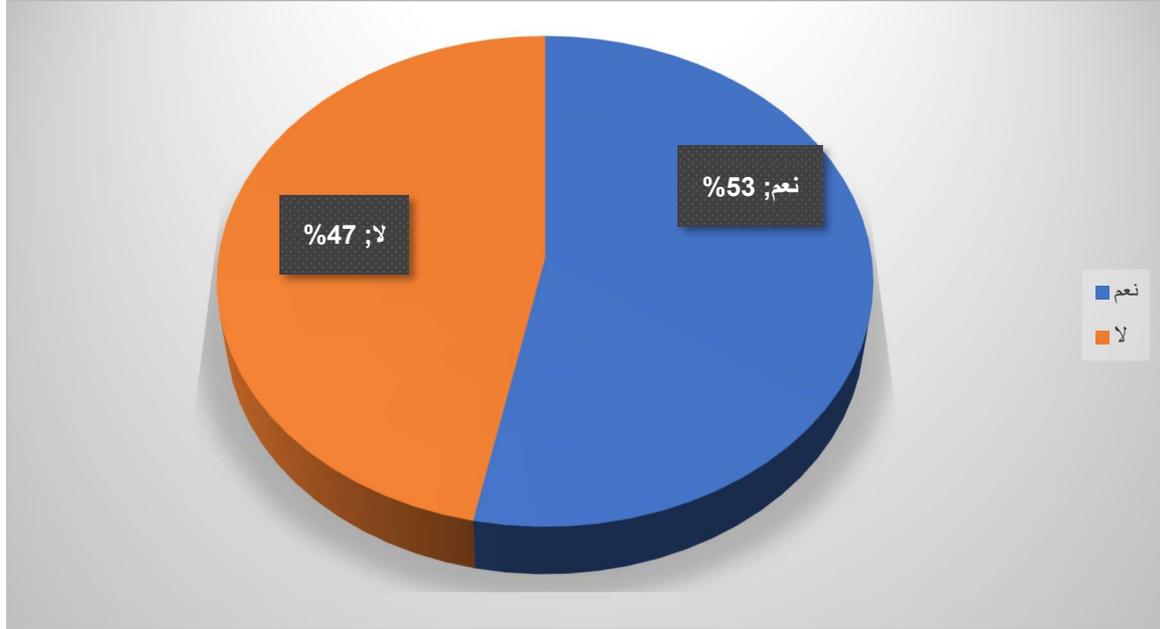
**الجدول 12:** المعلومات التي تنقل من المسؤولين الى العاملين بواسطة وسائل الاعلام الرقمي

تخدم أغراض العمل المراد انجازه

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
53.2%	27	نعم
46.8%	20	لا
%100	47	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

الشكل رقم 12: توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



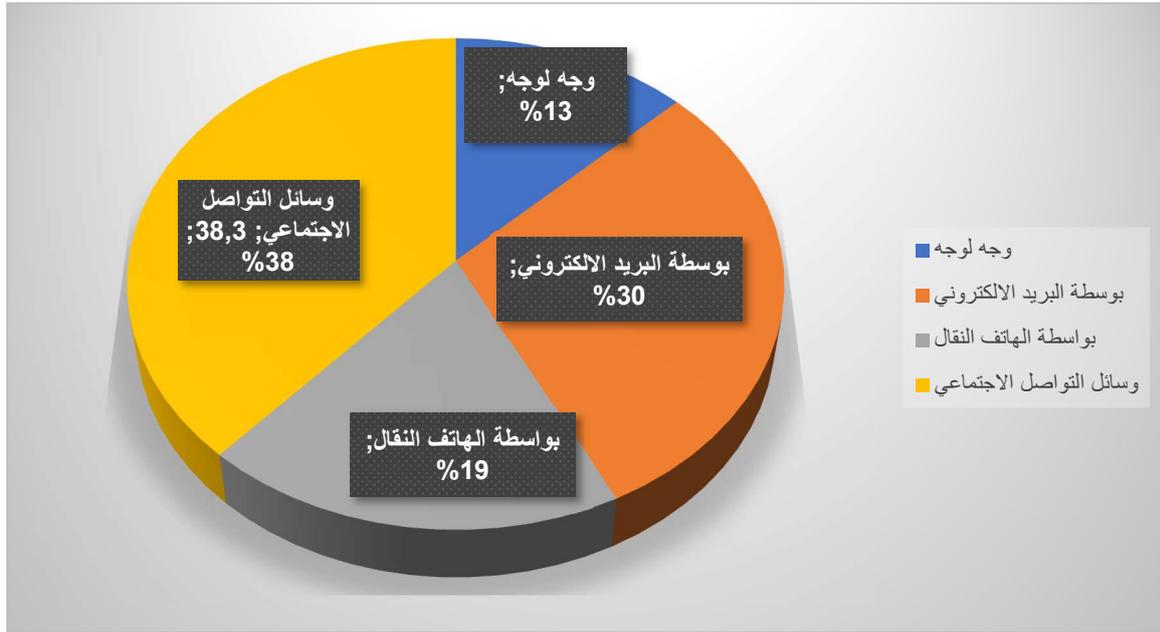
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

**التعليق:** يرى 53.2% من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة أن المعلومات التي تنقل من المسؤولين الى العاملين بواسطة وسائل الاعلام الرقمي تخدم أغراض العمل المراد انجازه . في حين أن 46.8% منهم لا يرون ذلك .

**الجدول 13:** الوسيلة الاتصالية الأكثر فعالية التي يستخدمها الموظف في الاتصال بزملائه

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
12.8%	6	وجه لوجه
29.8%	14	بوسطة البريد الالكتروني
19.1%	9	بواسطة الهاتف النقال
38.3%	18	وسائل التواصل الاجتماعي
%100	47	المجموع

الشكل رقم 13 : توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

**التعليق:** يرى 38.3 % من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة أن

الوسيلة الاتصالية الأكثر فعالية التي يستخدمها الموظف في الاتصال بزملائه هي وسائل

التواصل الاجتماعي في حين 29.8 % يرون أن الوسيلة الاتصالية الأكثر فعالية التي

يستخدمها الموظف في الاتصال بزملائه هي البريد الإلكتروني ، بينما يرى 19.1 % منهم

أن الوسيلة الاتصالية الأكثر فعالية التي يستخدمها الموظف في الاتصال بزملائه هي الهاتف

النقال ، في حين يرى 12.8 % منهم أن الوسيلة الاتصالية الأكثر فعالية التي يستخدمها

الموظف في الاتصال بزملائه هي وجه لوجه .

بالتالي نستنتج ان نمط الاتصال الأكثر فعالية المستخدم من طرف اغلبية المبحوثين هو

الاتصال عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي و البريد الإلكتروني وهذا ما يضمن عملية

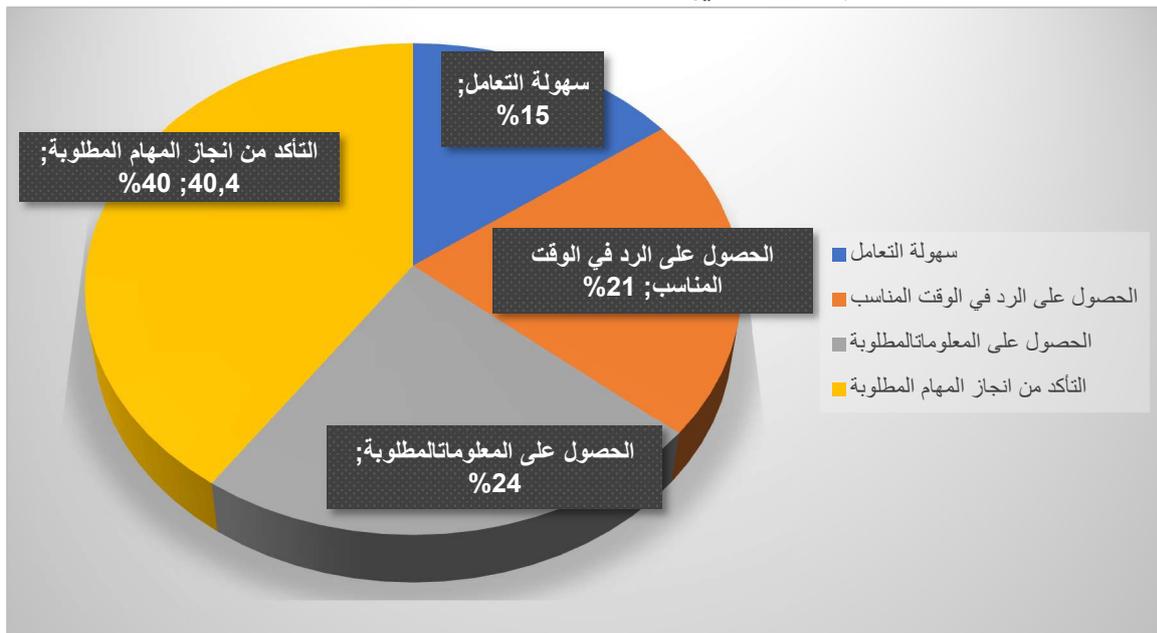
ارسال المعلومات واستقبالها واثبات تبادلها فيما بين الزملاء ، كما انهم يرون ان هذه الوسيلتين

تختصران المسافة والوقت مع إمكانية ارسال المعلومات في ملفات رقمية الى عدة اشخاص في نفس الوقت دون عناء طبعها والتتقل بها داخل المؤسسة في شكل اوراق.

**الجدول 14:** سبب اختيار شكل الاتصال الأكثر فعالية الذي يستخدمه الموظف في اتصال مع زملائه .

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
14.9%	7	سهولة التعامل
21.3%	10	الحصول على الرد في الوقت المناسب
23.4%	11	الحصول على المعلومات المطلوبة
40.4%	19	التأكد من انجاز المهام المطلوبة
100%	47	المجموع

الشكل رقم 14 : توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



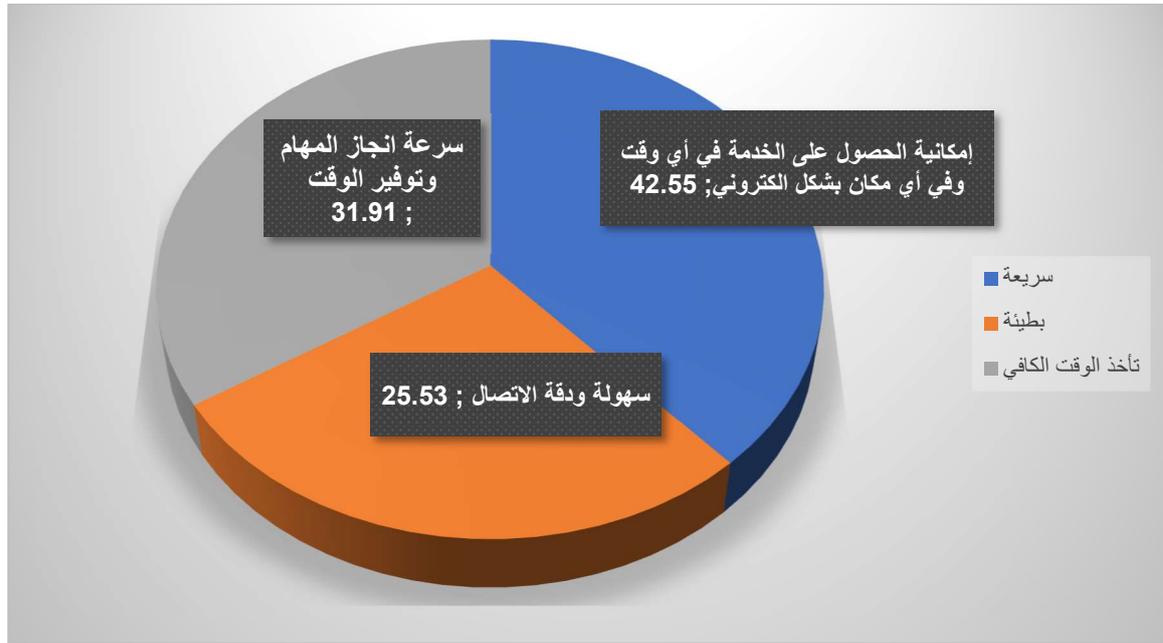
المصدر: م ن إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

**التعليق:** يرى 40.4 % من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة أن سبب اختيار شكل الاتصال الأكثر فعالية الذي يستخدمه الموظف في اتصال مع زملائه هو التأكد من انجاز المهام المطلوبة في حين 23.4 % يرون أن سبب اختيار شكل الاتصال الأكثر فعالية الذي يستخدمه الموظف في اتصال مع زملائه هو الحصول على المعلومات المطلوبة ، بينما يرى 21.3 % منهم أن سبب اختيار شكل الاتصال الأكثر فعالية الذي يستخدمه الموظف في اتصال مع زملائه هو الحصول على الرد في الوقت المناسب .

**الجدول رقم 15:** السبب الرئيسي الذي يدفع العاملين لاستخدام الوسائل الاتصالية الرقمية الحديثة في عملية الاتصال

الإجابة	التكرار	النسب
سهولة ودقة الاتصال	12	25.53%
سرعة انجاز المهام وتوفير الوقت	15	31.91%
إمكانية الحصول على الخدمة في أي وقت و في أي مكان بشكل الكتروني	20	42.55%
المجموع	47	100%

الشكل رقم 15: توزيع العينة حسب الإجابة على الفقرة



المصدر: من اعداد الطلبات بالاعتماد على حساب النسب

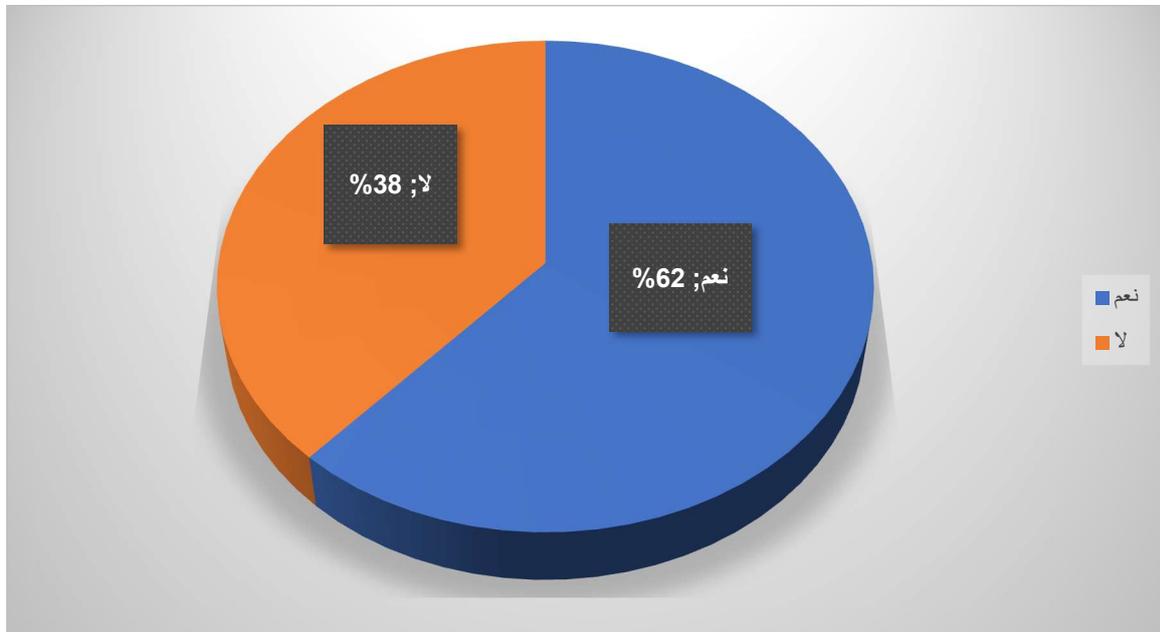
**التعليق:** من خلال معطيات الجول والنسب المتحصل عليها نجد ان اكثر من 42% يرجعون السبب الرئيس لاستخدام الوسائل الاتصالية الرقمية في العملية الاتصالية هو إمكانية الحصول على الخدمة في أي وقت وفي أي مكان بشكل الكتروني ، في حين ما يقارب نسبة 32% سرعة انجاز المهام وتوفير الوقت ،وما نسبته 25.53% يرجعون السبب الى سهولة ودقة المعلومات ، وكل هذه الاسباب هي أسباب رئيسية تخدم العملية الاتصالية .

المحور الرابع : الآليات الواجب توفرها لتحقيق التكامل بين الاعلام الرقمي و الأداء الوظيفي

الجدول 16: استطاع الاعلام الرقمي تسهيل عمل الموظفين بمديرية الخدمات الجامعية وتقديم خدمات بصورة أسرع و أحسن.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
61.7	29	نعم
38.3	18	لا
%100	47	المجموع

الشكل رقم 16: توزيع عينة الدراسة حسب النسب



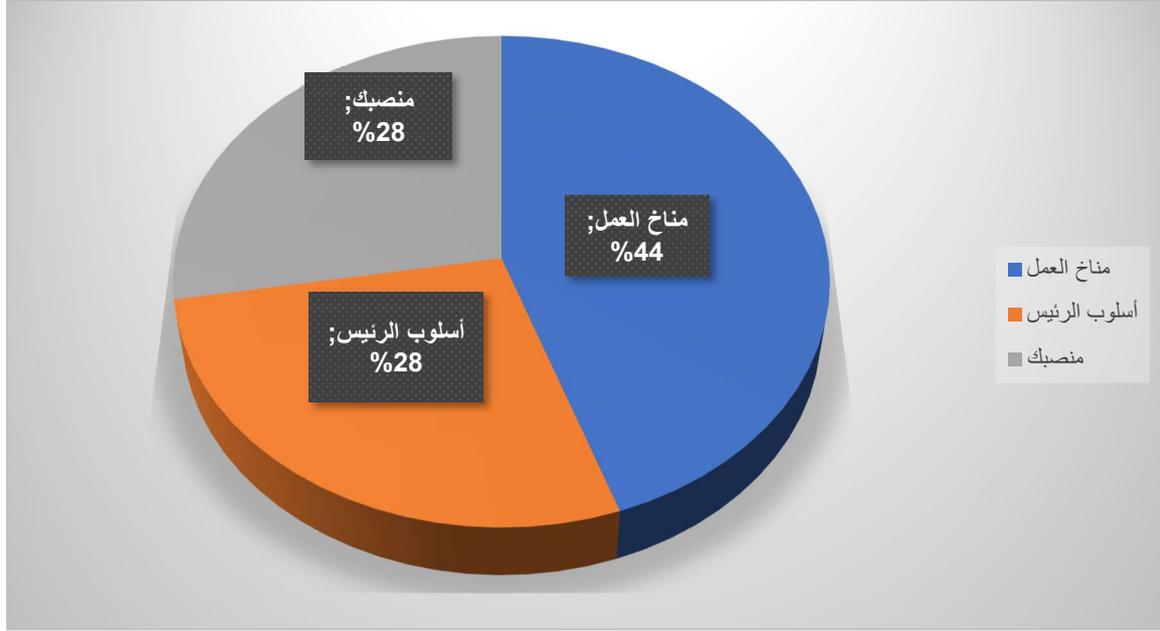
المصدر من اعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

يرى 61.7 % من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة أن الاعلام الرقمي استطاع تسهيل عمل الموظفين بمديرية الخدمات الجامعية وتقديم خدمات بصورة أسرع و أحسن. في حين 38.3 % يرون عكس ذلك .

الجدول 17: ما يؤثر في فعالية أداء موظفي مؤسسة الخدمات الجامعية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
44.7	21	مناخ العمل
27.7	13	أسلوب الرئيس
27.7	13	منصبك
%100	47	المجموع

الشكل رقم 17: توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



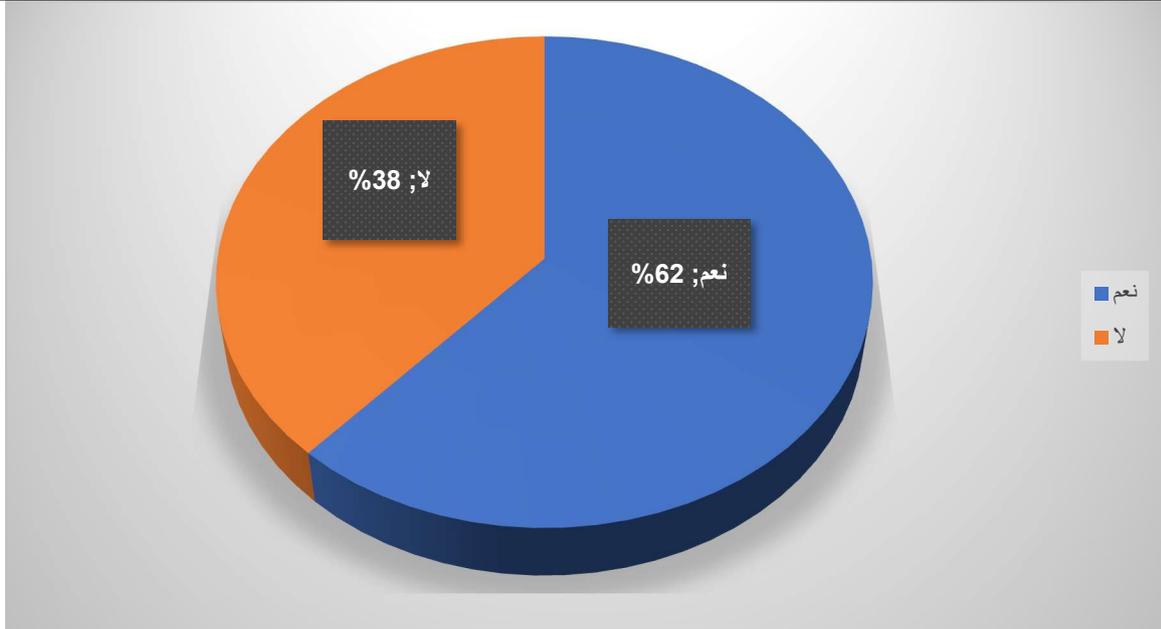
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

يرى 44.7% من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة أن الذي يؤثر في فعالية أداء موظفي مؤسسة الخدمات الجامعية مناخ العمل. في حين أن 27.7% منهم يرون أن الذي يؤثر في فعالية أداء موظفي مؤسسة الخدمات الجامعية أسلوب الرئيس ، بينما 27.7% الباقية يرون أن الذي يؤثر في فعالية أداء موظفي مؤسسة الخدمات الجامعية منصبك .

الجدول 18 :يمكن المزاوجة بين الأسلوب الرقمي والتقليدي للإعلام في الأداء الوظيفي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
61.7	29	نعم
38.3	18	لا
100%	47	المجموع

الشكل رقم 18 : توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



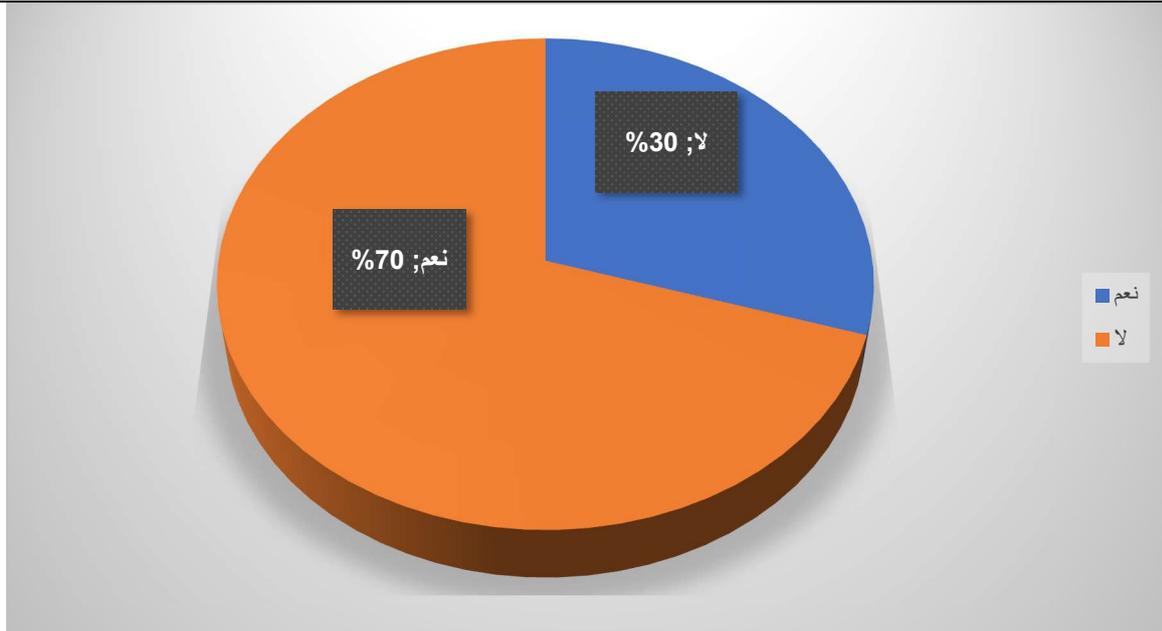
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

التعليق : يرى ما نسبة 62 % من المبحوثين إمكانية المزوجة بين الأسلوب الرقمي و التقليدي في الأداء الوظيفي وهذا ما يسهل من تنفيذ العديد من الإجراءات الإدارية و يختصر الوقت وكذا يسرع من وتيرة العمل و يقلل الأخطاء المحتمل وقوعها سواء على مستوى الأسلوب الرقمي او التقليدي ، في حين ترى نسبة 38 % انه لا يمكن المزوجة بين الاعلام الرقمي والتقليدي ويمكن ان يعود السبب لسلبيات الناتجة عن تكنولوجيا الاتصال الحديثة كضعف تدفق شبكة الانترنت مما يصعب من سير الحسن للمعاملات الإدارية و يآثر بضرورة على قرارات مهم في مؤسسة .

**الجدول 19:** يساهم الموقع الالكتروني الرسمي للمديرية في تقديم الجديد لتطوير الأداء الوظيفي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
70.2	33	نعم
29.8	14	لا
100%	47	المجموع

الشكل رقم 19 : توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



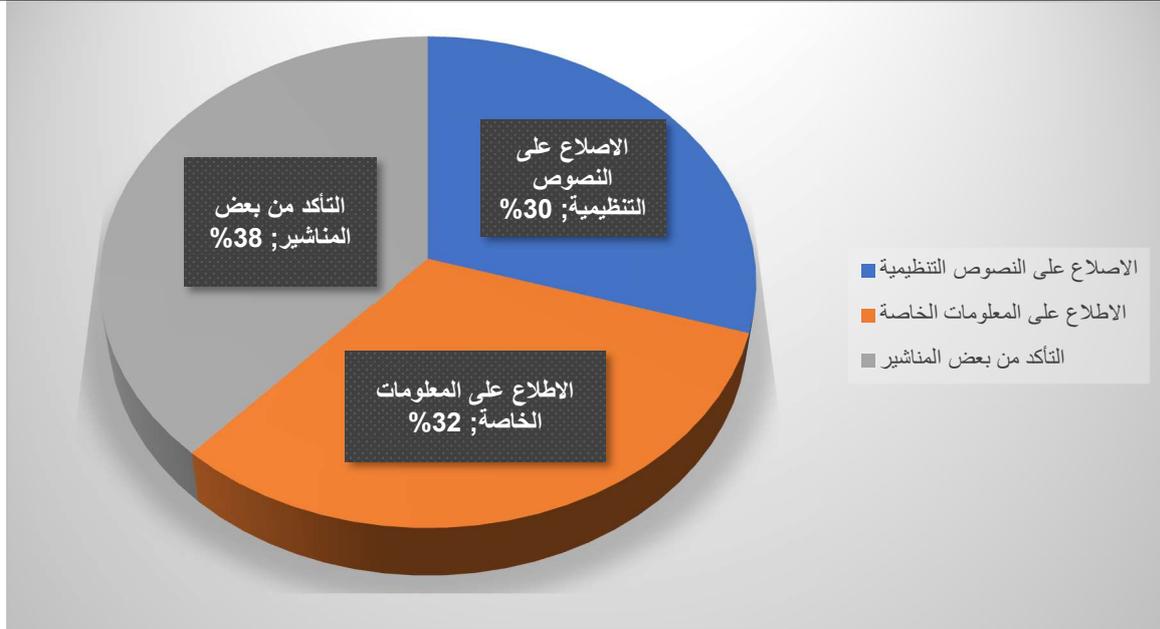
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

**التعليق:** يرى 70.2 % من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة أن الموقع الإلكتروني الرسمي للمديرية لا يساهم في تقديم الجديد لتطوير الأداء الوظيفي في حين 29.8 % يرون أن الموقع الإلكتروني الرسمي للمديرية يساهم في تقديم الجديد لتطوير الأداء الوظيفي .

**الجدول 20:** اهم المجالات التي يتيحها لهم الموقع لتحسين أدائهم الوظيفي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
29.8	14	الاطلاع على النصوص التنظيمية
31.9	15	الاطلاع على المعلومات الخاصة
38.3	18	التأكد من بعض المناشير
%100	47	المجموع

الشكل رقم 20 : توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



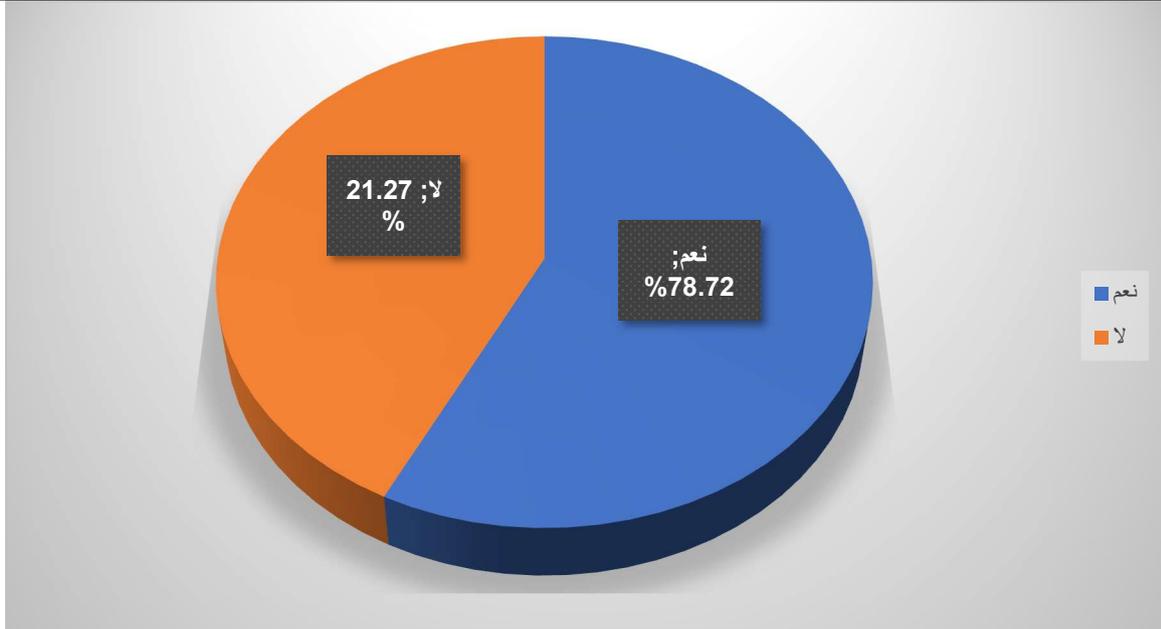
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

**التعليق:** يرى 38.3% من أفراد عينة الدراسة موظفي مديريةية الخدمات الجامعية بالجلفة أن أهم المجالات التي يتيحها لهم الموقع لتحسين أدائهم الوظيفي هي التأكد من بعض المناشير ، في حين أن 31.9% منهم يرون أن أهم المجالات التي يتيحها لهم الموقع لتحسين أدائهم الوظيفي هي الاطلاع على المعلومات الخاصة ، بينما 29.8% الباقية يرون أن أهم المجالات التي يتيحها لهم الموقع لتحسين أدائهم الوظيفي هي الاطلاع على النصوص التنظيمية .

**الجدول 21:** الاعلام الرقمي مرن يخدم منظومة العمل

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	37	78.72%
لا	10	21.27%
المجموع	47	100%

الشكل رقم 21 : توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



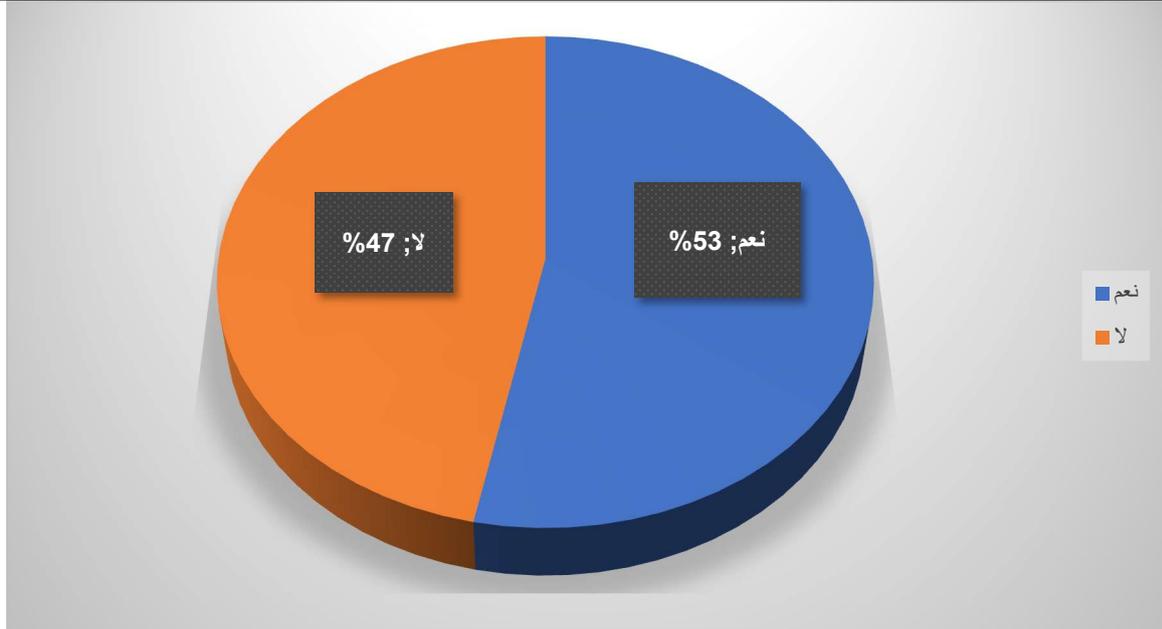
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

التعليق: يرى 57.4 % من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة يرون أن الاعلام الرقمي مرن يخدم منظومة العمل في حين 42.6 % لا يرون أن الاعلام الرقمي مرن يخدم منظومة العمل

الجدول 22: الاعلام الرقمي يمكنك من التعامل مع المشاكل التنظيمية في حال عدم وجود اطار قانوني للمشكلة

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
53.2	25	نعم
46.8	22	لا
%100	47	المجموع

الشكل رقم 22 : توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



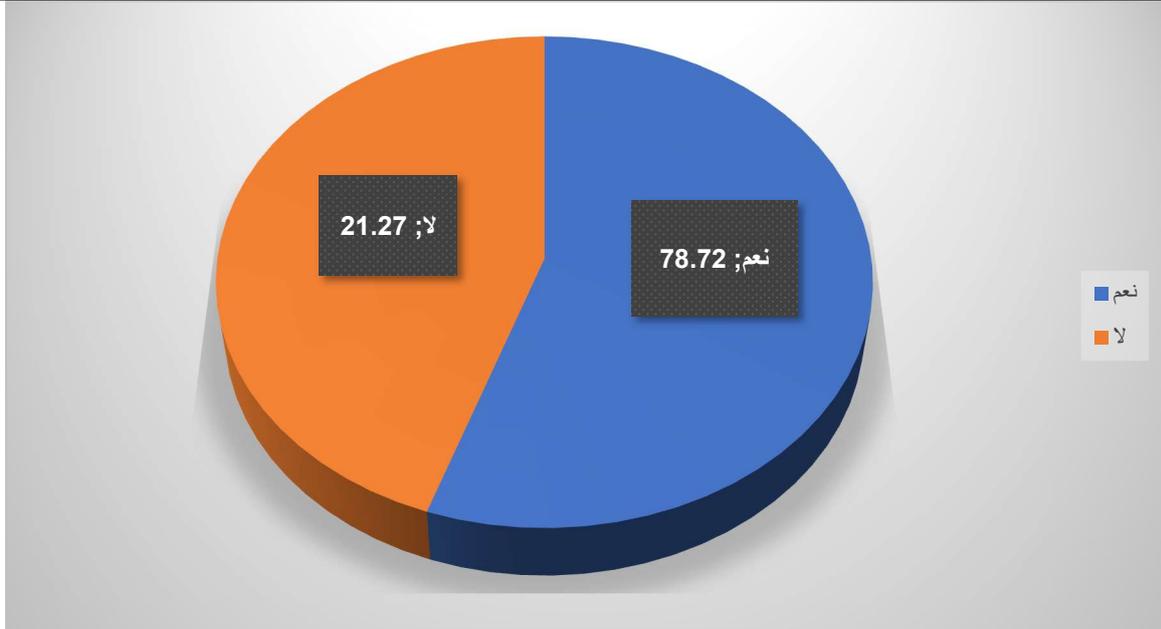
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

التعليق: يرى 53.2% من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة يرون أنه الاعلام الرقمي يمكنهم من التعامل مع المشاكل التنظيمية في حال عدم وجود اطار قانوني للمشكلة في حين 46.8% لا يرون ان الاعلام الرقمي يمكنهم من التعامل مع المشاكل التنظيمية في حال عدم وجود اطار قانوني للمشكلة .

الجدول 23:قلت المشاكل التنظيمية داخل المؤسسة نتيجة انتهاجكم للأسلوب الرقمي

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
78.72%	37	نعم
21.27%	10	لا
100%	47	المجموع

الشكل رقم 23 : توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة على الفقرة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على حساب النسب

التعليق: يرى 78.72% من أفراد عينة الدراسة موظفي مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة يرون

أن المشاكل التنظيمية داخل المؤسسة نتيجة انتهاج الأسلوب الرقمي قلت في حين 21.27

% لا يرون المشاكل التنظيمية داخل المؤسسة نتيجة انتهاج الأسلوب الرقمي قلت.

## 4/مناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة :

\*مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الأولى: "يعمل الاعلام الرقمي على زيادة فعالية الأداء

الوظيفي لموظفي الخدمات الجامعية بالجلفة". بعد دراستنا الميدانية للإعلام الرقمي ودوره في

تحقيق الفعالية الاتصالية و الأداء الوظيفي نجد صحة الفرضية الأولى وهذا من خلال ما

حققه الاعلام الرقمي من تطور على مستوى اقسام المديرية و رقمنة اغلب مصالح المديرية منها

:مصلحة المنح ، الاطعام ، النقل .

\*مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الثانية: "يؤدي استخدام او توظيف الاعلام الرقمي على

مستوى الخدمات الجامعية دورا بارزا في تحسين الفعالية الاتصالية لدى موظفي الخدمات

الجامعية" ،على ضوء البيانات السابقة يمكن القول ان الدور الفعال الذي لعبه الاعلام الرقمي

في تحقيق الفعالية الاتصالية وربط جميع المصالح داخل المديرية ومع فروعها والديوان الوطني

للخدمات الجامعية من خلال الاجتماعات والمراسلات والعروض التحضيرية التي تتم عن طريق

وسائل الاعلام الرقمي هذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية .

\*مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الثالثة: "من اجل تحقيق التكامل بين الاعلام الرقمي

والأداء الوظيفي وجب توفير العناصر التقنية مثل العتاد و الحاسوب والبرامج وشبكات الاتصال

بشكل عام ".على ضوء دراستنا للبيانات السابقة يمكن القول ان تحقيق التكامل بين الاعلام

الرقمي والأداء الوظيفي لا يكمن فقط في توفير العناصر التقنية بل يتعدى ذلك الى برمجة

دورات تكوينية متخصصة في مجال الاعلام الرقمي لفائدة الموظفين على امل تدعيم قاعدتهم

المعرفية من جهة و تعويدهم على كفاءات التعامل مع هذا العتاد من جهة أخرى و بالتالي تحقيق أداء وظيفي سليم.

## 5/ نتائج الدراسة :خلصت نتائج الدراسة الميدانية المطبقة على العينة الدراسة الى مجموعة

من النتائج ،من ابرزها واهمها ما يلي :

\*العنصر الذكوري يشكل نسبة كبيرة بمؤسسة الخدمات الجامعية مقارنة بالعنصر النسوي، هذا

ما يفسر العمل بمديرية الخدمات الجامعية بفروعها يتطلب جهدا ووقتا كبيرا.

\*يشكل الشباب الفئة الأكبر على مستوى الهيكل الإداري للمديرية، حيث يعتبرون من الأجيال

التي عاصرت وعاشت تطور التكنولوجيا والإعلام والاتصال الحديثة والدليل اتقانهم لبرمجيات

الاعلام التفاعلي بأنواعه .

\*الموظفين الإداريين في المؤسسة الخدمات الجامعية يواكبون التطورات الحاصلة في مجال

التكنولوجيا و تطبيقاتها خاصة وانها تدخل ضمن مهامهم و انشطتهم الامر الذي يؤكد على

ثقل وضرورة هذه التكنولوجيات داخل الهياكل و المصالح الإدارية مهما تنوعت أهدافها

واستراتيجياتها التنظيمية .

\*اغلبية موظفين من أعضاء العينة اقروا بمساهمة الاعلام الرقمي في تحقيق وتحسين فعالية

اتصالية على مستوى مديرية الخدمات الجامعية.

\*ترى اغلبية العينة ان الاعلام الرقمي وتطبيق التقنيات الرقمية و التغيير من التعاملات التقليدية

الى المعاملات الرقمية اسهم في تحقيق الفعالية الاتصالية واحداث تغيير في الأداء الوظيفي

من حيث تبادل المعلومات .

\*النسبة الأكبر من عينة الدراسة ترى بان مواقع التواصل الاجتماعي هي الاكثر فعالية عن باقي الأساليب الرقمية الأخرى ، تليها بعد ذلك البريد الالكتروني خاصة في مجال الارساليات الإدارية الرسمية .

\*المزاوجة بين الاعلام الرقمي والاعلام التقليدي مرغوبة بشدة داخل الهياكل الإدارية الخاصة بمديرية الخدمات الجامعية، ذلك لان الأولى تعكس السرعة والمرونة والثانية تمثل الرسمية والتأكيد الاجرائي والتنظيمي .

\*اغلبية الموظفين من الأعضاء العينة يرون ان الاعلام الرقمي مرن يخدم منظومة العمل ويعمل على تحقيق أداء وظيفي من خلال:

\*ما يساهم به الموقع الالكتروني الرسمي للمديرية في تقديم الجديد لتطوير الأداء الوظيفي من اجل الاطلاع على اهم المناشير و البيانات التي يحتاجها العمال في تحقيق أداء وظيفي سليم \* يمكن من التعامل مع المشاكل التنظيمية في حال عدم وجود اطار قانوني للمشكلة .

\*تؤكد الدراسات على وجود تغيير اجابي وهذا من خلال التغلب بنسبة كبيرة على المشاكل التنظيمية داخل المؤسسة نتيجة انتهاجها للأسلوب الرقمي.

## 6/التوصيات والاقتراحات :

- \*العمل على الاستعانة بالمهندسين و التقنيين في مجال الاعلام الالي و المعلوماتية بهدف تطوير القاعدة الرقمية للمديرية الخدمات الجامعية بفروعها لا سيما ان فروعها تحتاج بنسبة 100% للإعلام الرقمي من اجل ترقية خدمات الطالب الجامعي من خلال تكييفها لتصبح اكثر مرونة وبساطة في تحقيق فعالية اتصالية وأداء وظيفي وكذلك حماية المعطيات السرية للمؤسسة من خطر القرصنة .
- \*على المسؤولين في إدارة المؤسسة اقتناء البرامج الرقمية التي تخدم فعليا الاحتياجات المهنية و التي تساهم بطريقة فعلية في عملية رقمنة البيانات واستعمالها أيضا في العملية الاتصالية \*اشراك جميع العاملين في استخدام المنصات الرقمية التي تضعها المؤسسة تحت تصرفهم و تعميم استخدامها في كل مصالح واقسام المؤسسة .
- \*تشجيع الأفكار الجديدة و المبتكرة في مجال الاعلام الافتراضي من خلال تنظيم ملتقيات العلمية التي تركز على الأمور المرتبطة بالإدارة الالكترونية و التنظيم المؤسساتي بشكل مكثف ومستمر .
- \*برمجة دورات تكوينية متخصصة في مجال الاعلام الرقمي لفائدة الموظفين على امل تدعيم قاعدتهم المعرفية من جهة و تعويدهم على كفايات التعامل مع هذه الوسائط من جهة أخرى و بالتالي تحقيق أداء وظيفي سليم .

الخاتمة

الخاتمة :

تناولت دراستنا موضوعا هاما في مجال الاتصال والعلاقات العامة حيث كشفت دور الاعلام الرقمي في تحقيق الفعالية الاتصالية والأداء الوظيفي داخل المؤسسة ، فاصبح قاسما مشتركا في اغلب المؤسسات سواء عمومية او خاصة ،حيث بات من الواضح ان المؤسسات في الوقت الحالي تستمد قوتها من كفاءة العنصر البشري الأكثر استخداما و ممارسة لتكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة فعملت جاهدة على تحقيق التكامل بين الاعلام الرقمي والفعالية الاتصالية والأداء الوظيفي .

انطلاقا من النتائج المحققة بعد اجراء الدراسة الميدانية نستخلص دور الاعلام الرقمي في الانتقال من أساليب التقليدية للإعلام الى الالكترونية عن طريق استخدام وسائل و تقنيات الاعلام الرقمية في العملية الاتصالية ،حيث ان الرقمنة أصبحت ظاهرة عالمية ،مما أدى الى ولادة نظام عالمي للربط البيني لشبكات الكمبيوتر ،وهذا بالرغم من ان الرقمنة لم يتم تعميمها في مديرية الخدمات الجامعية للجلفة بنسبة كاملة ،الا ان ذلك لم يمنع اسهامات الرقمنة وتقنيات الاعلام الرقمية المستخدمة في المؤسسة من تحقيق فعالية اتصالية ،وذلك من خلال دقة وسرعة وصول المعلومات وتبادلها في أي وقت في اشكالها الرقمية سواء بواسطة المنصات الرقمية او البريد الالكتروني او الهاتف النقال .

كما اكدت الدراسات على وجود تغيير إيجابي في المؤسسة من خلال استخدام التقنيات الرقمية ليس فقط على مستوى العملية الاتصالية وانما على مستوى فعالية الأداء الوظيفي للمؤسسة ،وتم الكشف عن نسيج العلاقات المهنية الذي اظهرته أسباب اختيار مجتمع الدراسة للاتصالات الشخصية وجها لوجه.

## قائمة المصادر والمراجع

### قائمة المصادر والمراجع

#### \*المصادر والمعاجم

1/ بسام عبد الرحمن المشاقبة، معجم المصطلحات العلاقات العامة، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014 .

2/ محمد جمال الفار ،معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع ،الأردن ،2014،

3/ محمد فتحي ،766 مصطلح اداري، دار التوزيع والنشر الإسلامية ،القاهرة ،مصر، 2003

4/المنجد في اللغة العربية ،دار المشرق ، بيروت ، ط2، 2001.

5/ أحمد مختار عمر ،معجم اللغة العربية المعاصرة ،ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع ،مصر ،القاهرة ،2008.

6/ حجاب محمد منير ، المعجم الإعلامي ،ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ،2004،

7/ بدوي احمد زكي ،مصطفى محمد كمال ،معجم مصطلحات القوة العامة ،ط1، مؤسسة شباب الجامعة ،مصر ،1984.

#### \*الكتب:

1. إبراهيم إسماعيل ، الاعلام المعاصر (وسائله ،مهارته، تأثيراته ،اخلاقياته )،وزارة

الثقافة و القنوات والتراث ،ط1، الدوحة ،قطر ،2014،

2. احمد أبو السعود محمد ،الاتجاهات الحديثة لقياس وتقييم أداء الموظفين ،منشأة

المعارف ،الإسكندرية ،2008.

3. احمد عبد الغفار بسيوني ، الاعلام الرقمي الجديد ،(الاعلام البديل ودوره في دعم

المجتمع المدني واثر التقنيات الحديثة على تشكيل الراي العام المدونات الالكترونية

،مواقع التواصل الاجتماعي)،ط1، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ،مصر

،2018.

4. باشري ، نفيسة محمد ، السلوك التنظيمي ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ،2017،

## قائمة المصادر والمراجع

5. بشير العلق، نظريات الاتصال مدخل متكامل، دار اليازوري العملية للنشر والتوزيع، عمان، 2010،
6. حارث عبود، مزهر العاني، الإعلام والهجرة في العصر الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015،
7. حزي بشار، الاتصال التنظيمي، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020،
8. حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية للنشر، القاهرة، 1988،
9. خالد عبد الرحيم الهيبي، إدارة الموارد البشرية، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، 2005،
10. د. منصور حسام، الإعلام الرقمي: مفهومه، وسائله، ونظرياته، مجلة البحوث والدراسات في الميديا الجديدة،
11. راوية حسن، السلوك التنظيمي، الإسكندرية، الدار الجامعية 2008،
12. رضا هشام حمدي، تنمية مهارات الاتصال والقيادة الإدارية، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2010،
13. سلطان، محمد سعيد أنور، السلوك التنظيمي، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، 2003،
14. سمير عبد الحميد علي، العلاقات العام في المجال الرياضي، ط2، ماهية للنشر والتوزيع، 2009،
15. صونية عزوز، اثر الثقافة التنظيمية على مستوى الأداء الوظيفي، مجلة أبحاث نفسيو تربوية، المجلد 09، العدد 04، 2018،
16. الطائي، يوسف حليم، إدارة الموارد البشرية قضايا معاصرة في الفكر الإداري، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان،
17. عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015،

## قائمة المصادر والمراجع

18. عبد الرزاق ديلمي ، علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2019 ،
19. عبد الله قاسم محمود باشا كريشان ، اثر الثورة المعلوماتية الإعلامية في نشر الوعي السياسي (لدى الشباب الأردني)، دار الجنان للنشر والتوزيع ، ط1، عمان ، الأردن ، 2016،
20. عبيدة الصبطي ، الإعلام الجديد و المجتمع ، المركز العربي للنشر و التوزيع ، 2018،
21. عبير الرحباني ، الإعلام الرقمي الإلكتروني ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1، عمان ، الأردن 2012،
22. عبير الرحباني ، الإعلام الرقمي الإلكتروني ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1، عمان ، الأردن 2012 .
23. علي خليل شقرة ، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1، 2014،
24. علي عباس ، اساسيات علم الإدارة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع و الطباعة ، عمان ، الأردن ، 2007،
25. علي عبد الفتاح كنعان ، الإعلام والمجتمع ، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2010،
26. عمار بن عيشي ، اتجاهات التدريب وتقييم أداء الافراد ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2015،
27. فاضل محمد البدراني ، الإعلام الرقمي في عصر التدفق الاخباري ، ط1، بيؤوت ، 2017،
28. الفضيل دليو ، الاتصال مفاهيمه -نظرياته وسائله-، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2003.
29. كافي ، مصطفى يوسف ، إدارة الموارد البشرية من منظور اداري تنموي ، تكنولوجي عولمي ، منكبة مجمع العربي للنشر والتوزيع ، عمان ، 2014،

## قائمة المصادر والمراجع

30. ماهر احمد ،إدارة الموارد البشرية ، الدار الجامعية الإسكندرية ،مصر 2004،
31. ماهر العودة ،محمود عزت ،مصطفى يوسف كافي ، الإعلام الرقمي الجديد ، ط1، دار الاعصار العلمي للنشر ،2015،
32. مجيد الكرخي، موازنة الأداء، دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان ،ط1، 2015
33. محمد أبو سمرة ،الاتصال الإداري و الإعلامي ، ط1،دار أسامة للنشر والتوزيع ،الأردن ،2011،
34. محمد الصيرفي ،إدارة الموارد البشرية ،شبكة الجلال للطباعة العامرية ،الإسكندرية ،2006.
35. محمد الصيرفي ،الاتصالات الإدارية ،مؤسسة حورس الدولية الإسكندرية،2008،
36. محمد الفاتح محمود بشير المغربي ،السلوك التنظيمي،ط1،دار الجنان للنشر و التوزيع ،الأردن ،2016،
37. محمد منير حجاب ،الاتصال الفعال للعلاقات العامة ،دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة،ط1،2007.
38. مؤيد السعيد ،الاندماج الاتصالي في الاعلام الجديد ،دار النشر ألفا للوثائق ، ط1 ، 2019 .
39. مي عبد اله ،نظريات الاتصال ،ط1 ،دار النهضة العربية ،بيروت لبنان ،2006،
40. نسرين حسونة ،الاعلام الجديد المفهوم و الوسائل و الخصائص و الوظائف ، ط1،شبكة الالوكة ،الرياض ،السعودية ،2014،

### \*المجلات :

1. احمد ،فريد حسن ، الاتصال الإداري وتأثيره على أداء المنظمة ،دراسة ميدانية في كلية الإدارة والاقتصاد ، العراق ، المجلة الاكاديمية العالمية للاقتصاد ،2019

## قائمة المصادر والمراجع

2. بلقاسم السهلي ،الاعلام الرقمي الجديد بين المثالية الذكية و متغيرات الواقع ،مجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام ،المجلد 04 ،العدد 01، جوان 2021 ،
3. محمد علي الفعاري ،مدخل النظرية في دراسات الاعلام الرقمي ،مجلة علوم الاتصال ،جامعة ام درمان الإسلامية ، السودان ، العدد6، 2020 ،
4. معمري مروة . سولاف بوشاقور . تطبيق الذكاء الاصطناعي في الاعلام الرقمي فرص كبيرة وتحديات اكبر The application of artificial intelligence in digital media great opportunities and greater challenges / جامعة الجزائر 3(الجزائر) . مجلة الدراسات الاعلامية والاتصالية . المجلد 3 . العدد 02 . جوان 2023

### \* المذكرات :

1. أبو قمر ،محمد محمود ،اثر جودة بيئة العمل على الأداء الوظيفي ، دراسة تطبيقية على مجموعة اتصالية اردنية، رسالة ماجستير ، جامعة عمان ، الأردن ، 2015.
2. أسامة زيد ،يوسف بليسي ،جودة الحياة الوظيفية واثرها على الأداء الوظيفي للعاملين في المنظمات غير الحكومية في قطاع غزة ، رسالة ماجستير في اجارة الاعمال ،غزة ،كلية التجارة ،الجامعة الإسلامية ، 2012.
3. بكوش لطيفة ،مساهمة التسيير على أساس الأنشطة في تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ،دراسة حالة "مجمع صيدال" ،أطروحة لنيل شهادة دكتوراه ،جامعة محمد خيضر ،بسكرة ، 2016.
4. بلحيرش مروة ،اثر الاعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي ، مذكرة ماستر في علم الاتصال ، قسم علم الاجتماع ،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة 8ماي 1945قالمة ، 2021/2022.
5. حمدي ، نظيمة احمد رحيم ، درجة التفويض توفير السلطة لدى عمداء الكليات الاكاديمية في الجامعات الأردنية وعلاقتها بكل من الثقة التنظيمية والأداء الوظيفي

## قائمة المصادر والمراجع

- لدى رؤساء الأقسام، أطروحة دكتوراه، تخصص الأصول والإدارة التربوية، جامعة عمان، 2011.
6. حورية بريكي، الفعالية الاتصالية في المؤسسة العمومية الجزائرية، دراسة ميدانية بدائرة تمنون، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، تخصص تنظيم وعمل، جامعة احمد دراية، ادرار، 2023/2022،
7. خليف نبيل امين، نموذج مقترح لتطوير الأداء الوظيفي لمعلمي مدارس التعليم الأساسي في دولة الامارات العربية، أطروحة دكتوراه، فلسفة التربية، تخصص إدارة تربوية، جامعة عمان، 2007.
8. الساكت، لبنى زياد خالد، اثر ضغوطات العمل على الأداء الوظيفي، دراسة تطبيقية على مجموعة الاتصالات الأردنية، رسالة ماجستير في الإدارة، كلية الاعمال، جامعة الأردن، 2014.
9. سليمان، سناء محمد احمد، اثر اخلاقيات الاعمال على الأداء الوظيفي، دراسة حالة بنك القاهرة للأعمال، رسالة ماجستير في الإدارة، كلية الاعمال، جامعة عمان، 2014.
10. سمية مرابط، جيهان منصوري، الفاعلية الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الداخلي، دراسة حالة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، لجامعة 8ماي 1945، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة 8ماي 1945، قالمة 2023/2022.
11. صبرينة رماش، الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، دراسة ميدانية في المؤسسة الوطنية للكهرباء والغاز سونلغاز، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا ن فرع تنمية ونسيير الموارد البشرية، جامعة منثوري، قسنطينة، 2009/2008.

12. مراكشي محمد لمين، دور نظام الحوافز في تحسين الأداء للموارد البشرية  
،دراسة حالة عينة من المؤسسات الصناعية الجزائرية،رسالة دكتوراه في علوم  
التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة سعد دحلب ،البليدة ،2012.
13. المطيري عبيد صياح، اثر توفير مستلزمات نظام المعلومات الإدارية في  
تحسين كفاءة العمل الإداري في الأمانة العامة لمجلس وزراء الكويتي ، رسالة  
ماجستير تخصص نظم المعلومات الإدارية ، كلية الاعمال ، جامعة عمان ، 2015.

# الملاحق

جامعة زيان عاشور الجلفة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم الاعلام والاتصال

استمارة استبيان حول :

دور الاعلام الرقمي في تحقيق الفعالية الاتصالية والأداء الوظيفي داخل  
المؤسسة -دراسة ميدانية مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة-

اشراف الأستاذ:

من اعداد الطالبات :

\*الدكتور :عامر حمادي

\*بن صادق منال

\*جعيد ايمان

\*هورة خديجة

اخي الكريم ،اختي الكريمة :

تهدف هذه الدراسة الى محاولة ابراز دور الاعلام الرقمي في تحسين الفعالية الاتصالية والأداء الوظيفي داخل المؤسسة ،ويشرفنا ان نضع بين ايديكم استمارة بحث ميداني لاستكمال متطلبات لنيل شهادة ماستر على هذا الأساس نرجو منكم المساهمة بآرائكم في هذا الموضوع بعد قراءتكم الجيدة لكل عبارة والاجابة على السؤال .

كما نحطيكم علما ان المعلومات المتحصل عليها سوف تستخدم في أغراض البحث العلمي فقط .

في الأخير تقبلوا منا فائق الشكر والاحترام على تعاونكم في انجاز هذا البحث.

السنة الدراسية: 2024 /2023

## الملاحق

### المحور الأول : البيانات الشخصية

- الجنس:  ذكر  انثى
- المستوى التعليمي:  ابتدائي  متوسط  ثانوي
- جامعي  آخر
- السن من (20-30)  من (30-40)  فوق 40
- الاقدمية في العمل : اقل من 5سنوات  من 5-10سنوات
- من 10-15 سنة  اكثر من 15سنة

### المحور الثاني :الخدمات التي يقدمها الاعلام الرقمي لموظفي الخدمات الجامعية بالجلفة

1/هل تعتمد مديرية الخدمات الجامعية بفروعها على وسائل الاعلام الرقمي في الاعمال اليومية ؟

دائما  أحيانا  نادرا

2/هل تم تعميم الرقمنة على جميع اقسام وفروع مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة؟

نعم  لا

3/هل التحول الرقمي للمؤسسة من المعاملات التقليدية الى الرقمنة يجعلها تواكب مستجدات

العصر؟

## الملاحق

نعم  أحيانا  في الغالب

4/ هل البرامج والتطبيقات الرقمية الالكترونية التي تستخدمها المؤسسة سريعة وسهلة الاستعمال بالنسبة لمستخدميها ؟

نعم  لا

5/ هل للموظفين ثقة في التعاملات الالكترونية الرقمية كبديل عن التعاملات التقليدية الورقية؟

نعم  لا

6/ هل تقوم مديرية الخدمات الجامعية بنشر العروض التحضيرية عبر ارضية الاعلام الرقمي؟

نعم  لا

المحور الثالث : توظيف الاعلام الرقمي في تحقيق الفعالية الاتصالية

7/ هل المعلومات التي تصدرها المؤسسة للعاملين بواسطة وسائل الاتصال الرقمية ؟

سريعة  بطيئة  تأخذ الوقت الكافي

8/ هل المعلومات التي تنقل من المسؤولين الى العاملين بواسطة وسائل الاعلام الرقمي تخدم

أغراض العمل المراد انجازه ؟

نعم  لا

9/ ما هي الوسيلة الاتصالية الأكثر فعالية التي يستخدمها الموظف في الاتصال بزملائه ؟

## الملاحق

وجه لوجه

بواسطة البريد الالكتروني

بواسطة الهاتف النقال

- وسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، التويتر، انستغرام...)

-أخرى :اذكرها .....

10/هل سبب اختيار شكل الاتصال الأكثر فعالية الذي يستخدمه الموظف في اتصال مع

زملائه هو ؟

- سهولة التعامل .

- الحصول على الرد في الوقت المناسب .

- الحصول على المعلومات المطلوبة .

- التأكد من انجاز المهام المطلوبة من العامل.

11/ماهي الأسباب الرئيسية التي تدفع العاملين لاستخدام الوسائل الاتصالية الرقمية الحديثة

في عملية الاتصال؟

-سهولة ودقة الاتصال .

-سرعة انجاز المهام وتوفير الوقت .

-إمكانية الحصول على الخدمة في أي وقت وفي أي مكان بشكل الكتروني .

-أخرى اذكرها :.....

المحور الرابع: الآليات الواجب توفرها لتحقيق التكامل بين الاعلام الرقمي و الأداء الوظيفي

12/ هل استطاع الاعلام الرقمي تسهيل عمل الموظفين بمديرية الخدمات الجامعية وتقديم خدمات بصورة أسرع وأحسن؟

نعم  لا

13/ ما الذي يؤثر في فعالية اداء موظفي مؤسسة الخدمات الجامعية؟

مناخ العمل  أسلوب الرئيس  منصبك

14/ هل يمكن المزاوجة بين الأسلوب الرقمي والتقليدي للإعلام في الأداء الوظيفي؟

نعم  لا

لماذا؟ السبب .....

15/ هل يساهم الموقع الالكتروني الرسمي للمديرية في تقديم الجديد لتطوير الأداء الوظيفي؟

نعم  لا

16/ ماهي اهم المجالات التي يتيحها لهم الموقع لتحسين أدائهم الوظيفي؟

-الاطلاع على النصوص التنظيمية الخاصة بالعمل.

-الاطلاع على المعلومات الخاصة بالحساب المهني .

-التأكد من بعض المناشير الخاصة بمصلحتي.

- أخرى : .....

17/ هل ترى ان الاعلام الرقمي مرن يخدم منظومة العمل ؟

نعم  لا

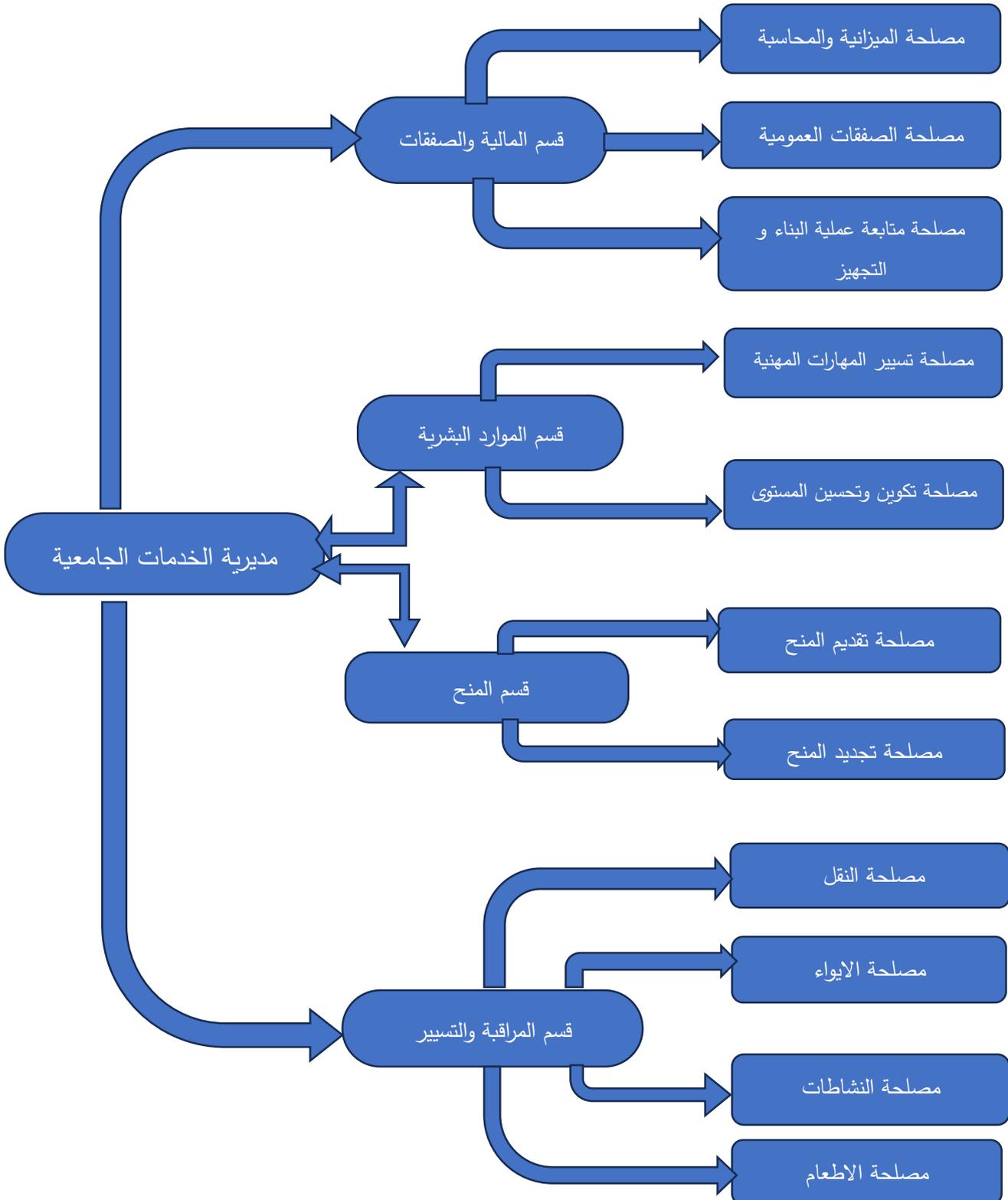
18/هل ترى ان الاعلام الرقمي يمكنك من التعامل مع المشاكل التنظيمية في حال عدم وجود

اطار قانوني للمشكلة ؟  نعم  لا

19/ هل قلت المشاكل التنظيمية داخل المؤسسة نتيجة انتهاككم للأسلوب الرقمي؟

نعم  لا

## 2-2/ الهيكل التنظيمي لمديرية الخدمات الجامعية بالجلفة:



وتشمل مديرية الخدمات الجامعية على الاقامات التالية:

-الإقامة الجامعية بريبيح

-الإقامة الجامعية شنوف لخضر

-الإقامة الجامعية قرود ام الخير + مطعم مركزي

-الإقامة الجامعية زيتوني العياشي

-الإقامة الجامعية الامل للبنات

-الإقامة الجامعية شقرة بن صالح

-الإقامة الجامعية زعفران سليمان

-الإقامة الجامعية مصيطفى امباركة

-الإقامة الجامعية قويسم محمد +مطعم مركزي

### الملحق 03: قائمة الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان

الدرجة العلمية	الأساتذة
أستاذ محاضر بكلية العلوم الاجتماعية والانسانية جامعة زيان عاشور الجلفة	الدكتور صدارة محمد
أستاذة محاضرة بقسم الاعلام والاتصال جامعة زيان عاشور الجلفة	الدكتورة قنيفي سهام
أستاذ مساعد بقسم الاعلام والاتصال جامعة زيان عاشور الجلفة	الدكتور محمدي البشير

المحور الأول : تحليل البيانات الشخصية

الصفحة	عنوان الجدول والشكل	رقم
123	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	01
124	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	02
125	توزيع عينة الدراسة حسب السن	03
126	توزيع عينة الدراسة حسب الأقدمية في العمل	04

المحور الثاني : الخدمات التي يقدمها الاعلام الرقمي لموظفي الخدمات الجامعية بالجلفة

127	اعتماد مديرية الخدمات الجامعية بفروعها على وسائل الاعلام الرقمي في الاعمال اليومية	05
128	مدى تعميم الرقمنة على جميع اقسام وفروع مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة	06
129	التحول الرقمي للمؤسسة من المعاملات التقليدية الى الرقمنة يجعلها تواكب مستجدات العصر .	07
130	البرامج والتطبيقات الرقمية الالكترونية التي تستخدمها المؤسسة سريعة وسهلة الاستعمال بالنسبة لمستخدميها.	08
131	ثقة في التعاملات الالكترونية الرقمية كبديل عن التعاملات التقليدية الورقية للموظفين	09
132	قيام مديرية الخدمات الجامعية بنشر العروض التحضيرية عبر أرضية الاعلام الرقمي.	10

المحور الثالث : توظيف الإعلام الرقمي في تحقيق الفعالية الاتصالية

133	المعلومات التي تصدرها المؤسسة للعاملين بواسطة وسائل الاتصال الرقمية	11
135	المعلومات التي تنتقل من المسؤولين الى العاملين بواسطة وسائل الاعلام الرقمي تخدم أغراض العمل المراد انجازه	12

135	الوسيلة الاتصالية الأكثر فعالية التي يستخدمها الموظف في الاتصال بزملائه	13
137	سبب اختيار شكل الاتصال الأكثر فعالية الذي يستخدمه الموظف في اتصال مع زملائه .	14
138	السبب الرئيسي الذي يدفع العاملين لاستخدام الوسائل الاتصالية الرقمية الحديثة في عملية الاتصال	15

المحور الرابع : الآليات الواجب توفرها لتحقيق التكامل بين الاعلام الرقمي و الأداء الوظيفي

139	استطاع الاعلام الرقمي تسهيل عمل الموظفين بمديرية الخدمات الجامعية وتقديم خدمات بصورة أسرع و أحسن.	16
140	ما يؤثر في فعالية أداء موظفي مؤسسة الخدمات الجامعية	17
140	يمكن المزاجية بين الأسلوب الرقمي والتقليدي للإعلام في الأداء الوظيفي	18
141	يساهم الموقع الالكتروني الرسمي للمديرية في تقديم الجديد لتطوير الأداء الوظيفي	19
142	اهم المجالات التي يتيحها لهم الموقع لتحسين أدائهم الوظيفي	20
143	الاعلام الرقمي مرن يخدم منظومة العمل	21
144	الاعلام الرقمي يمكنك من التعامل مع المشاكل التنظيمية في حال عدم وجود اطار قانوني للمشكلة	22
145	قلت المشاكل التنظيمية داخل المؤسسة نتيجة انتهاككم للأسلوب الرقمي	23

## الفهرس

الشكر

الاهداء

مقدمة

- 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها : ..... 9
- 2- الفرضيات : ..... 11
- 3- أسباب اختيار الموضوع : ..... 11
- 4- أهمية الدراسة : ..... 13
- 5- اهداف الدراسة : ..... 13
- 6- مفاهيم ومصطلحات الدراسة : ..... 14
- 7- الدراسات السابقة : ..... 21
- 8- حدود الدراسة : ..... 29
- 9- منهج الدراسة : ..... 30
- 10- مجتمع البحث وعينة الدراسة : ..... 31
- 11- أدوات جمع البيانات : ..... 33
- الفصل الثاني : ماهية الاعلام الرقمي ..... 37
- 1- نشأة وتطور الإعلام الرقمي : ..... 39
- 2- مفهوم الاعلام الرقمي : ..... 40
- 3- مرادفات الإعلام الرقمي : ..... 43
- 4- عوامل ظهور الإعلام الرقمي ..... 45

46	5- خصائص وسمات الإعلام الرقمي:
46	5-1 / خصائص الاعلام الرقمي :
47	5-2 / سمات الإعلام الرقمي :
50	6- الفرق بين الاعلام الرقمي و الاعلام التقليدي :
51	7- وسائل وأدوات الإعلام الجديد:
52	8/ اشكال الاعلام الرقمي :
54	9/وظائف الاعلام الرقمي :
57	10/نظريات الاعلام الرقمي :
59	11/إيجابيات وسلبيات الاعلام الرقمي
61	خلاصة الفصل:
63	الفصل الثالث: الفعالية الاتصالية
64	تمهيد:
65	1/ مفهوم الاتصال
66	2/عناصر عملية الاتصالية:
67	3/أهمية وأهداف الاتصال:
67	3-1 / أهمية الاتصال :تكمّن أهمية الاتصال من خلال:
68	3-2/أهداف الاتصال: تتمثل فيما يلي :
69	4- وسائل الاتصال:
73	5-انواع الاتصال في المؤسسة.
77	6/تعريف الفعالية الاتصالية :
77	7/خصائص الاتصالات الفعالة داخل المؤسسة :
78	8 / عوامل فعالية الاتصال :

81	9/ شروط فعالية اتصال المؤسسة :
83	10/ استراتيجيات الاتصال الفعال : تتمثل في أربع استراتيجيات أساسية وهي :
84	11/ معوقات الاتصال الفعال :
89	خلاصة الفصل
92	الفصل الرابع : الاداء الوظيفي
94	1- مفهوم الأداء الوظيفي :
97	2- أهداف وأهمية الأداء الوظيفي :
99	3- العناصر المكونة للأداء الوظيفي :
102	4- محددات الأداء الوظيفي :
104	5- ابعاد وأنواع الأداء الوظيفي :
104	5-1- ابعاد الأداء الوظيفي :
105	5-2- أنواع الأداء الوظيفي في المؤسسة
107	6- العوامل المؤثرة في فعالية الأداء الوظيفي
109	7- عملية تقييم الأداء الوظيفي في المؤسسة
117	خلاصة الفصل :
	الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الواسة الميدانية
116	تمهيد
117	1/ نشأة الخدمات الجامعية في الجزائر
118	2/ مديرية الخدمات الجامعية بالجلفة
120	3- الدراسة الاستطلاعية :
120	3-1- دراسة خصائص عينة الدراسة
145	4/ مناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة :

---

---

146	.....5/ نتائج الدراسة
148	.....6/ التوصيات والاقتراحات :
151	.....الخاتمة
152	.....قائمة المصادر والمراجع
	.....الملاحق
169	..... فهرس الاشكال والجداول :