



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة زيان عاشور بالجلفة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم المكتبات وعلوم الإعلام والاتصال



دور استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال الداخلي بالمؤسسات الإعلامية

دراسة حالة بمؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري

مذكرة تخرج مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبات:

الأستاذ المشرف:

د. العقاب خليل

❖ خيثر نادية

❖ صغير عمار يسرى

❖ ميلودي وهيبة

لجنة المناقشة

د . سعيدي منصور..... رئيسا جامعة الجلفة

د . العقاب خليل..... مقرا و مشرفا..... جامعة الجلفة

د . رقاب محمد مناقشا جامعة الجلفة

السنة الجامعية: 2024/2023



شكر وعرفان ...

إن الشكر و الحمد أولا و أخيرا للعلم فوق كل شيء علم الله الذي علم الإنسان ما لم يعلم أما بعد :

نتقدم بجزيل الشكر و أسمى عبارات الامتنان إلى كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل و نخص بالشكر الأستاذ الفاضل **العقاب خليل** الذي تفضل بالإشراف على بحثنا هذا و لم يبخل علينا بمسوحه و توجيهاته كما نتقدم بالشكر لكل أساتذتنا الأفاضل الذين مهدوا لنا الطريق كما نشكر كل من قدم المساعدة سواء من قريب أو من بعيد و لا ننسى أن نتوجه بجزيل الشكر لعمال مؤسسة التلفزيون الجزائري لحسن معاملتهم و توجيهاتهم و أرقى عبارات التقدير نتقدم بها إلى عمالنا التي لم تكن لنجز هذا العمل دون دعمهم المعنوي و المادي

و في الأخير نحمد الله حمدا كثيرا طيبا مليقا بعظمته و جلاله و نسأله أن يمدد خطانا و أن يرزقنا العلم النافع فننتفع به خيرنا.

نادية يسريوهيبة



ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي بمؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري على خلفية نظرية الاستخدامات والإشباع حيث تمثلت أهداف الدراسة في محاولة معرفة مدى استخدام هذه التكنولوجيا و كيفية تأثيرها على العملية الاتصالية داخل المؤسسة و اراء الجمهور الداخلي حولها و كذا معرفة المعوقات التي تواجهها مؤسسة التلفزيون الجزائري عند استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، استخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة كونه الأنسب لموضوع دراستنا، واستخدمت الاستبيان والملاحظة كأداتي لجمع المعلومات اللازمة و بعد إجراء الدراسة على عينة تتكون من 40 موظفا بالقناة السادسة توصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج مفادها أن مؤسسة التلفزيون الجزائري تشجع على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة و أن الموظفين يستخدمونها بشكل يومي للقيام بوظائفهم كما أنهم يجدون أنها يسرت و حسنت عملية الاتصال بالمؤسسة و أنه لا توجد معوقات حقيقية تحول دون العمل بهذه التكنولوجيا.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الاتصال الحديثة / الاتصال الداخلي

Abstract:

This study aims to understand the impact of using modern communication technology on internal communication within the Algerian Public Television institution against the background of the Uses and Gratifications theory. The study objectives were to attempt to determine the extent of using this technology and its impact on the communication process within the institution, to gather internal audience opinions about it, and to identify the obstacles faced by the Algerian Television institution when using modern communication technology. The study utilized a case study methodology as it was the most suitable for our research topic, and questionnaires and observation were used as tools to collect the necessary information. After conducting the study on a sample of 40 employees at the Sixth Channel, the study reached a set of results indicating that the Algerian Television institution encourages the use of modern communication technology, employees use it daily to perform their duties, they find it convenient and improving the communication process within the institution, and there are no significant obstacles hindering the use of this technology.

Key words : modern communication technology \ internal communication

فهرس الموضوعات

.....3.....	شكرو عرفان:
.....4.....	ملخصالدراسة:
.....أ.....	مقدمة:

الإطار المنهجي

.....09.....	1/ الإشكالية
.....10.....	2/ فرضيات الدراسة
.....10.....	3/ أسباب اختيار الموضوع
.....11.....	4/ أهمية وأهداف الدراسة
.....12.....	5/ منهج الدراسة
.....12.....	6/ أداة الدراسة
.....13.....	7/ مجتمع الدراسة وعينته
.....14.....	8/ تحديد مفاهيم الدراسة
.....19.....	9/ الدراسات السابقة

الإطار النظري

.....24.....	الفصل الأول:تكنولوجيا الاتصال الحديثة
.....25.....	تمهيد الفصل
.....26.....	المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا الاتصال الحديثة
.....26.....	المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة
.....29.....	المطلب الثاني: نشأة تكنولوجيا الاتصال الحديثة
.....30.....	المطلب الثالث: خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة
.....35.....	المطلب الرابع: مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة
.....37.....	المبحث الثاني: وسائط و عوامل تكنولوجيا الاتصال الحديثة
.....37.....	المطلب الأول: جهاز الهاتف
.....40.....	المطلب الثاني: جهاز الحاسوب
.....42.....	المطلب الثالث: الانترنت، الإنترنت والاكسترنات
.....44.....	المطلب الرابع: فاكس الانترنت
.....46.....	خلاصة الفصل:
.....47.....	الفصل الثاني:
.....47.....	الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية
.....48.....	تمهيد الفصل:

.....49.....	المبحث الأول: ماهية الاتصال الداخلي
.....49.....	المطلب الأول: مفهوم الاتصال الداخلي
.....50.....	المطلب الثاني: أهمية وأهداف الاتصال الداخلي
.....53.....	المطلب الثالث: أنواع الاتصال الداخلي
55	المطلب الرابع: شبكات وأساليب الاتصال الداخلي
.....60.....	المبحث الثاني: المؤسسة الإعلامية
.....60.....	المطلب الأول: ماهية المؤسسة الإعلامية
.....65.....	المطلب الثاني: دورة حياة المؤسسات الإعلامية ونشاطها
.....68.....	خلاصة الفصل:
	الإطار التطبيقي
.....74.....	□ تقديم مؤسسة التلفزيون
.....81.....	□ تحليل و تفسير البيانات
.....115.....	□ النتائج العامة للدراسة
120	الخاتمة:
.....121.....	قائمة المصادر والمراجع
130.....	الملاحق
146.	فهرس الجداول

مقدمة

مقدمة:

تكنولوجيا الاتصال الحديثة تحمل أهمية كبيرة في تعزيز التنمية وتحقيق حياة أفضل للمجتمعات. فهي تُعتبر عنصراً أساسياً في عملية التطوير لمختلف قطاعات المجتمع، وتلعب دوراً أساسياً في تحقيق مستوى الرفاهية للأفراد والجماعات. ولذلك، بدأت الدول في التخطيط لتفعيل هذا الدور واستخدام تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال في مختلف القطاعات، بهدف تحقيق النتائج المرجوة والمخطط لها. يتباين توظيف هذه التكنولوجيات الحديثة باختلاف الوسائل التي تتبعها كل مؤسسة وفقاً لنشاطها، والمؤسسات الجزائرية لم تبقَ بعيدة عن هذا التطور، حيث دخلت تكنولوجيا الاتصال الحديثة إلى صميم نشاطاتها اليومية.

لاسيما المؤسسات الإعلامية التي هي في حاجة لاستخدام هذه التكنولوجيات، اذ تلعب هذه الأخيرة دوراً بالغاً في تحسين صورة المؤسسة الإعلامية وتوطيد علاقاتها مع جمهورها، حيث يتجلى تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالمؤسسة في مختلف أنشطتها الاتصالية إلى جانب تحسين الأداء الوظيفي لعمالها.

ومن هذا المنطلق وجهت دراستنا للتعلم في أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي بالمؤسسة الإعلامية، من خلال طرح الإشكالية في السطور التالية.

حيث قسمنا دراستنا إيفصلين: فأما الأول خصصناه للحديث عن تكنولوجيا الاتصال الحديثة الذي قسمناه بدوره إلى مبحثين حيث تطرقنا في المبحث الأول الى ماهية تكنولوجيا الاتصال الحديثة واحتوى هذا المبحث أربع مطالب كالتالي:

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المطلب الثاني: نشأة تكنولوجيا الاتصال الحديثة

مقدمة

المطلب الثالث: خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المطلب الرابع: مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة

ثم تطرقنا في المبحث الثاني من هذا الفصل إلى أشكال تكنولوجيا الاتصال الحديثة حيث تضمن هو الآخر أربع مطالب، فأما الأول تناولنا فيه جهاز الهاتف كشكل من أشكال تكنولوجيا الاتصال الحديثة، ثم عرضنا جهاز الحاسوب في المطلب الثاني، بعدها تناولنا كل من الانترنت، الانترنت والاكسترنيت في المطلب الثالث، أما آخر مطلب تعرضنا فيه إلى جهاز فاكس الانترنت ثم ختمنا الفصل الأول بخلاصة موجزة.

أما ثاني فصل الذي جاء تحت مسمى الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية والذي استهلنا فيه بتمهيد للفصل ثم تطرقنا إلى ماهية الاتصال الداخلي في المبحث الأول حيث قسمناه إلى أربع مطالب كالتالي: مفهوم الاتصال الداخلي في أول مطلب، ثم أهمية وأهداف الاتصال الداخلي في ثاني مطلب، وتعرضنا إلى أنواع الاتصال الداخلي في المطلب الثالث، أما المطلب الرابع فتناولنا فيه شبكات وأساليب الاتصال الداخلي.

بعدها عرضنا المبحث الثاني الذي تطرقنا فيه إلى المؤسسة الإعلامية انطلاقاً من الماهية في أول مطلب من هذا المبحث، بعدها عرجنا إلى المطلب الثاني الذي تضمن دورة حياة المؤسسة الإعلامية ونشاطاتها، ثم الفصل الثالث الذي تناولنا فيه الجانب الميداني للدراسة و الذي عرفنا فيه بمؤسسة التلفزيون الجزائري و نشأتها ثم حللنا نتائج الاستبيان و اختبرنا الفرضيات بعد ذلك قمنا بعرض النتائج العامة للدراسة.

الإطار المنهجي

1/ الإشكالية:

تلعب تكنولوجيا الاتصال الحديثة دورا بارزا داخل المؤسسة، إذ تتميز بتطورها السريع وتجديدها المستمر لكافة جوانب المؤسسة الحديثة عامة والصناعة الإعلامية خاصة، حيث تحول الإعلام في العالم من إعلام تقليدي يعتمد على الوسائل الإعلامية التقليدية إلى إعلام جديد يتطلب تقنيات ومعدات حديثة ومتطورة، ولذلك بات امتلاك المؤسسات الإعلامية لتكنولوجيا الاتصال أمرا ضروريا لمواكبة التطور الحالي.

يمثل استخدام التكنولوجيات الحديثة إحدى ركائز ودعائم المؤسسة الإعلامية في مختلف مراحل البث وهندسة الصوت والصورة، كما أصبحت التكنولوجيات المستخدمة حلا للعديد من المشاكل والعراقيل الإدارية التي تعيق الصناعة الإعلامية، حيث سهلت تكنولوجيا الاتصال الحديثة المستخدمة في المؤسسات الإعلامية سرعة وصول المعلومة وتدققها.

ونسعى من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في الاتصال الداخلي بالمؤسسة الإعلامية في مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري.

وعلى ضوء ذلك نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما دور استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي بمؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية نذكرها كالآتي:

- ما واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري؟

- ما تأثير المبحوثين في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي بمؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري؟

- ما معوقات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عملية الاتصال داخل مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري؟

2/ فرضيات الدراسة:

- يستخدم موظفو التلفزيون الجزائري تكنولوجيا الاتصال الحديثة بشكل يومي لإنجاز أعمالهم .
- يخلق استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة نوعا من التواصل الإيجابي و الفعال بين موظفي مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري .
- يعتبر عدم توفر الوسائل اللازمة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة عائقا يحول دون استخدامها بشكل مستمر في مؤسسة التلفزيون الجزائري .

3/ أسباب اختيار الموضوع:

أ. الأسباب الموضوعية:

- ❖ السعي لإبراز واقع الاتصال الداخلي في ظل استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالمؤسسة الجزائرية.
 - ❖ الكشف عن واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال بالمؤسسة الإعلامية.
 - ❖ الرغبة في معرفة التحولات والتغيرات الكبيرة داخل المؤسسة الإعلامية في ظل التطور التكنولوجي الحالي.
- ب. الأسباب الذاتية:
- ❖ الاهتمام الشخصي بهذا النوع من المواضيع كونها تخدم التخصص.

❖ حداثة الموضوع وقلة التطرق إليه من قبل الباحثين لا سيما فيما يخص المؤسسة الإعلامية.

❖ إشباع فضولنا ورغبتنا في البحث والتقصي عن معلومات علمية لإثراء رصيدنا المعرفي.

4/ أهمية وأهداف الدراسة:

أ. أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية دراستنا فيما يلي:

- تبحث هذه الدراسة في واقع تكنولوجيا الاتصال الحديثة وكيفية استخدامها داخل مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري.
- تساهم في إبراز أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي للمؤسسة الإعلامية قيد الدراسة.
- تبرز هذه الدراسة كيفية مساهمة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل الأداء بالمؤسسة الإعلامية .
- تعتبر هذه الدراسة إسهاما علميا مضافا لمجال علوم الإعلام والاتصال.

ب. أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة الوصول للأهداف الآتية:

- محاولة إبراز أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي للمؤسسة محل الدراسة.

- محاولة الكشف عن مدى استخدام عينة الدراسة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة.
- محاولة التعرف على أنماط وعادات عينة الدراسة في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري.
- تحاول هذه الدراسة البحث عن جميع العراقيل التي تعيق عملية الاتصال الداخلي في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري.

5/ منهج الدراسة:

للإجابة عن الاشكالية المطروحة في دراستنا الحالية حول موضوع "أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي بالمؤسسة الإعلامية، ارتأينا إلى استخدام منهج دراسة الحالة الذي وجدناه الأنسب لدراستنا هذه والذي يعرف بأنه: منهج يهتم بمعرفة و تحليل جميع جوانب الظاهرة المدروسة وإخضاعها للدراسة الدقيقة.¹

وتقوم دراسة الحالة بتحليل الحالة بناء على مجموعة من الأسئلة البحثية و تستخدم أدوات مختلفة لجمع المعلومات و هدفها الأساسي هو توفير فهم مفصل و شامل و توصيل الاستنتاجات بطريقة منطقية و مقنعة

6/ أداة الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات و المعطيات اللازمة.

¹ محمد مبارك الصاوي، منهجية البحث العلمي -أسس وطريقة كتابته، د- ط، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1992، ص30

7/ مجتمع الدراسة وعينته:

يعرف مجتمع البحث على أنه " كل الأشخاص و الحالات و الوثائق أو المضامين و المواد الإعلامية التي تجري بحثا عليها من أجل الخروج بنتائج تتعلق بها و تعمم عليها".¹

كما يعرف أيضا على أنه " المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يهدف الباحث الى دراسته و يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته".²

تم الاعتماد في هذه الدراسة على عمال القناة السادسة التابعة للتلفزيون العمومي الجزائري الذين يقدر عددهم ب 60 عاملا.

عينة الدراسة :

تشير عينة الدراسة الى مجموعة جزئية مميزة و منتقاة من مجتمع الدراسة ، فهي مميزة من حيث أن لها نفس خصائص المجتمع ، و منتقاة من حيث أنها يتم انتقاؤها من مجتمع الدراسة ، وفق اجراءات و أساليب محددة.³

كما تعرف أيضا " هي اختيار واعي تراعى فيه قواعد و اعتبارات علمية معينة لكي تكون نتائجها قابلة للتعميم على المجتمع الأصلي".⁴ كما تعرف على أنها " يقوم الباحث باختيار هذه العينة اختيارا حرا على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها ، فالباحث في مثل هذه الحالة يقدر حاجته الى المعلومات و يختار عينة بما تحقق له الغرض.

¹ محمد منير حجاب ، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2007 ، ص 29

² محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب ، مصر ، 2000 ، ص 130

³ محمد وليد البطش ، مناهج البحث العلمي : تصميم البحث و التحليل الاحصائي ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ،

عمان ، 2009 ، ص 96

⁴ محمد منير حجاب ، مرجع سابق ، ص 31

ولقد لجأنا الى العينة القصدية من منطلق طبيعة دراستنا فقد أردنا إجراء مسح شامل لصغر مجتمع الدراسة لكن تمت الإجابة على 40 استمارة فقط.

8/ تحديد مفاهيم الدراسة:

مفهوم التكنولوجيا:

لغة: أصل كلمة تكنولوجيا إغريقي و يعني لغة الحديث و المناقشة حول المسائل الفنية و الحرفية ولم تظهر هذه الكلمة في اللغة الإنجليزية إلا في القرن السابع عشر، حيث تفيد القواميس بأن معنى التكنولوجيا :المعالجة النظامية للفن أو جميع الوسائل التي تستخدم للإنتاج الأشياء الضرورية لراحة الإنسان واستمرارية وجوده.¹

اصطلاحاً:حسب "محمد فتحي عبد الهادي" كلمة التكنولوجيا تشير بصفة عامة إلى الوسائل و الأجهزة التي يستخدمها الإنسان في توجيهاته، وأن التكنولوجيا بشكل عام هي الاستخدام المفيد لمختلف مجالات المعرفة. كما تعرف على أنها نتاج نشاط علمي بحيث يتم استخدامه في المجالات التطبيقية و الإنتاجية في صورة وسائل إنتاجية تباع و تشتري بمقتضى عقود تجارية.²

ويعرفها محمد منير بأنها: فن لاستغلال المهن والحرف استغلالاً عقلياً عن طريق الدراسة العلمية.³

¹مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري"مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة"، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص44

²رضوان بلخيري،مدخل على وسائل الإعلام و الاتصال نشأتها وتطورها، ط1، الجزائر، جسور للنشر و التوزيع، 2014

³محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثاني، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص696

التعريف الإجرائي:

التكنولوجيا هي مجموع التقنيات والمهارات والمعدات والبرمجيات التي تستخدم في مجالات مختلفة وفي العديد من جوانب الحياة لتسهيل عمليات الإنتاج والصناعة والخدمات وتحقيق الأهداف المرجوة.

مفهوم الاتصال:

لغة: تعني كلمة الاتصال communication التعبير والتفاعل من خلال بعض الرموز لتحقيق هدف معين وتتطوي على عنصر القصد والتدبير، وهذه الكلمة مشتقة من الأصل اللاتيني، بمعنى المشاركة وتكوين العلاقة أو بالمعنى الشائع أو المؤلف، كما أرجع البعض هذه الكلمة إلى الأصل common بمعنى "عام" أو مشترك ومن هذه المفاهيم يوضح لنا أن الاتصال عملية تتضمن المشاركة، التفاهم حول "موضوع، فكرة لتحقيق هدف، برنامج"¹.

اصطلاحاً: يمكن إيجاز مفهوم الاتصال على أنه : تبادل مشترك للحقائق أو الأفكار أو الآراء أو المعلومات مما يتطلب عرضاً واستقبالاً، يؤدي إلى التفاهم بين كافة العناصر بغض النظر عن وجود أو عدم وجود انسجام ضمني، فهو عملية تفاعل اجتماعي معلوماتي هادف.²

يعرف أيضاً الاتصال أنه وظيفة دقيقة ومحددة، ألا وهي المشاركة في تبادل الحقائق والأفكار والآراء، أي الترويج لفكرة أو موضوع أو سلعة أو خدمة، عن طريق إنتقال المعلومات أو الأفكار أو المواقف من شخص (فرد أو جماعة) باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم لدى الطرفين المرسل والمستقبل.³

¹مي عبد الله، نظريات الاتصال، ط2، دار النهضة العربية، بيروت، 2006، ص22

²فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص24

³بشير العلاق، نظريات الاتصال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص14

التعريف الإجرائي:

هو عملية إيصال ونقل المعلومات والأفكار والآراء والمشاعر بين طرفين أو أكثر في مختلف المستويات داخل مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري.

مفهوم الاتصال الداخلي: هو عملية يتم عن طريقها إيصال المعلومات من أي عضو في الهيكل التنظيمي إلى عضو آخر بمقصد إحداث التغيير. فهو العملية التي دف إلى تجميع وتوفير أو إنتاج البيانات و المعلومات اللازمة لاستمرار حياة المنظمة وقيامها بوظائفها المختلفة.¹

ويعرفه محمد فهمي العطروري:"بأنه عملية يتم عن طريقها إيصال المعلومات، سواء كانت معلومات علمية أو تعبيرية ومن أي عضو في الهيكل التنظيمي في المؤسسة إلى عضو آخر.²

التعريف الإجرائي:

هو عملية نقل المعلومات والبيانات والأفكار والآراء بمختلف الوسائل بين الأفراد الداخليين للمؤسسة من أجل تحقيق الأهداف المسطرة.

مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة : تعرف تكنولوجيا الاتصال الحديثة أكاديميا بأنها "القطع الحرفية والخدمية التي تعمل على نقل واستقبال وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات بوسائل إلكترونية³."

¹ عبد المعطي محمد عساف، السلوك الإداري التنظيمي في المنظمات المعاصر، دار زهران لنشر و التوزيع، 1999، ص 214

² محمد فهمي العطروري، العلاقات الإدارية في المؤسسة والشركات، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة، 2001، ص 32

³ فاروق سيد حسين، تكنولوجيا شبكات الحاسبات الآلية، هلا للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 103.

وتعرف أيضا بأنها: "كل أداة أو وسيلة تساعد في إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات، يعني كل الآلات والأجهزة والوسائل الخاصة التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها.

كما تعرف أيضا: على أن مجموع التقنيات الأساسية المستخدمة في نظم المعلومات المبنية على الحاسوب وتطبيقاتها العملية، وتتضمن الأجهزة والمكونات المادية، البرمجيات وقواعد البيانات وشبكات الاتصال.¹

التعريف الإجرائي:

من خلال ما تقدم يمكن تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في دراستنا بأنها مجموع الأدوات والأجهزة الموصولة بالحاسب التي تستخدم في الإنتاج وتسجيل البيانات وتخزينها وتبادلها وهندسة الصوت والصورة مما تساعد في عملية الاتصال والتواصل وتطوره داخل المؤسسة.

مفهوم المؤسسة الإعلامية: تعرف المؤسسة بأنها: "نمط ثابت من السلوك الإنساني مؤلف من تفاعلات اجتماعية مركبة ضمن إطار من القيم الهامة له.²

المؤسسة الإعلامية لا يختلف مفهومها عن مفهوم المؤسسة عموما، إلا من حيث الوظيفة، حيث تنتج المؤسسة الإعلامية أخبارا ومعلومات وبرامج ترفيهية وغيرها في حين تنتج المؤسسة في مفهومها العام سلع وخدمات مختلفة.

¹ منير طبي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل المؤسسة..دوافع الاستخدام وفعالية الوظيفة، مجلة إضاءات، الجامعة القاسمية، الإمارات العربية المتحدة، 2018، ص163

² زهرة بلحاجي، الإذاعة الجزائرية وتحقيق مبدأ الحق في الإعلام، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2006_2007، ص21

التعريف الإجرائي:

مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري هي مؤسسة عمومية حكومية إعلامية مختصة في بث وعرض مختلف البرامج الإخبارية والثقافية من خلال استخدام التكنولوجيات والوسائل الحديثة لإنتاج المادة الإعلامية التي تخاطب مختلف فئات الجمهور الجزائري.

9/ الدراسات السابقة:

الدراسة الاولى: تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية "أ نموذجاً" للباحثة لبنى عبد الله العلاوين، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الآداب، قسم الإعلام، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير 2009.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية. حيث اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي كونه المنهج المناسب لهذه الدراسة كما اعتمدت على الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: أن لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة أثر في مجال كفاءة الأداء.

تتشترك هذه الدراسة مع دراستنا في متغيرات الدراسة مما جعلنا نتطرق إليها في بحثنا لتحديد إشكالية الدراسة وصياغة فروضها، ولأنها تتشابه مع دراستنا أيضا في المنهج المستخدم وأداة الدراسة.

الدراسة الثانية: " دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية بولاية ورقلة". للباحث بشير كاوجة، رسالة ماجستير نظم المعلومات والمعلومات و مراقبة التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2014.

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم و تحليل واقع الاتصال الداخلي بالمستشفيات العمومية ومدى استغلالها لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال وكذلك لتحسين الاتصال الداخلي.

وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي لأنه مناسب لتقرير الحقائق والتعريف بمختلف المفاهيم ذات الصلة بالموضوع، أما الجانب التطبيقي فقد اعتمد الباحث على منهج

دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف بور قلة بغية تحليل واقع استخدام وسائل الاتصال الداخلي للمؤسسة قيد الدراسة.

أسفرت الدراسة على مجموعة من النتائج أهمها:

- فعالية الاتصال الداخلي تزيد باستخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتطورة و بالإضافة إلى توفير تدريب متخصص للموظفين للتعامل مع هذه الوسائل المتطورة.
- من خصوصيات الاتصال الداخلي هو التأثير بنوع و مدى استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- تحسن الاتصال الداخلي للمستشفيات من خلال استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المتطورة و هذا ما يثبت صحة الفرضية الأخيرة القائلة بأن استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المتطورة تعمل على تحسين الاتصال الداخلي للمستشفيات.

الدراسة الثالثة: "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في تفعيل الاتصال الداخلي"،
للدكتور بغداد بأي عبد القادر، مقال منشور بالعدد السابع من مجلة تنوير، 2018.

هدفت الدراسة إلى التعرف على آليات تحسين وتفعيل الاتصال المؤسسي الداخلي من خلال تسليط الضوء على تأثيرها على الإنتاجية حيث تطرقت الدراسة في اشكالياتها إلى التساؤل الجوهرية التالي: ما هي آثار وأدوار تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة وميكانيزمات الاتصال الداخلي على عصنة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟

وتوصلت الدراسة في الأخير إلى أن تفعيل الاتصالات الداخلية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بات عاملا مهما من عوامل نجاح مردودية المؤسسة وتطورها، مع ضرورة تغيير الأساليب الإدارية التقليدية في المؤسسة الجزائرية.

تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في العدد من المفاهيم والمتغيرات التي ساهمت في ضبط مفاهيم الدراسة وصياغة فروضها وبلورة اشكالياتها.

الدراسة الرابعة: أثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الإذاعة وجمهورها، للباحثة تسعديت قدوار: رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال_جامعة الجزائر 3، 2010_2011.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع تعرض الشباب للإذاعة في ظل استخدامهم للتكنولوجيا الحديثة المتاحة لهم والإشباعات المحققة عند التعرض.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي واعتمدت الاستمارة والمقابلة كأداة من أدوات جمع البيانات للحصول على المعلومات، وتم اختيار العينة القصدية في هذه الدراسة نظرا لكبر مجتمع البحث.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها أن استخدام الشباب لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال يحتل حيزا هاما للنشاطات اليومية للشباب . بالإضافة إلى استماع الشباب إلى العديد من الإذاعات يكشف لنا مدى ارتباط الشباب بالإذاعة.

تتشابه هذه الدراسة ودراستنا الحالية في الهدف الذي جاءت لأجله الدراستين وهو الكشف عن اثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، لكن يكمن الاختلاف في أن هذه الدراسة تهدف إلى معرفة الإشباعات الناتجة عن استخدام تكنولوجيا الاتصال في حين تهدف دراستنا إلى الكشف عن أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي للمؤسسة الإعلامية.

الفصل الأول:

تكنولوجيا الاتصال الحديثة

تمهيد الفصل:

كان الأساس في ثورة الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات هو التلاقي و التزاوج الذي تم بين عتاد و أجهزة الكمبيوتر و البرمجيات و كذا شبكات الاتصالات، وعلى مدى نصف القرن العشرين و بداية الألفية الثالثة ارتقت هذه التكنولوجيا خلال سلسلة من النقلات النوعية صوب الأصغر و الأسرع و الأكفأ، و الأسهل استخداما. وأخذت صناعة المعلومات وإنتاجها ونقلها إلى أي مكان في العالم بعدا إضافيا زاد من أهمية إيجاد نظم معلومات متطورة تواكب هذه التكنولوجيا الاتصالية الحديثة، بهدف الإفادة منها بأعلى درجات الفعالية. وكذا تطورت من خلاله الأبحاث التابعة له خاصة في مجال علوم الإعلام والاتصال، ولم يستثنى ذلك الاتصال في المؤسسة . فالمؤسسة بدورها من مهامها دمج أساليب الاتصال داخلها ، حتى تستطع مواكبة ومسايرة بعض المشاكل لإعادة بعض التوازن المفقود بها سعيا لتحقيق الانسجام التام ، وعلى هذا النحو أصبح الاتصال الداخلي في المؤسسة يحظى باهتمام جميع المسيرين ، مهما كانت طبيعة هذه الأخيرة.

إن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تشهد مؤخرا تقدما وتطورا كبيرا نتيجة للثورة الاتصالية التي يشهدها العالم اليوم، والتي بدورها ألغت كافة الحواجز الجغرافية والزمنية بين الأفراد والمؤسسات والمجتمعات.

ومحور هذه الثورة الاتصالية الحديثة يعتمد على كل الأدوات والأجهزة وكذا الأنظمة الحديثة مثل: الشبكات و الأجهزة التي أصبحت أداة أساسية لتخزين المعلومات، وعليه اتجهت العديد من المؤسسات إلى استثمار هذه التكنولوجيات الحديثة، وفي مقدمتها تكنولوجيا الاتصال لما توفره من سرعة ودقة عالية.

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا الاتصال الحديثة

نتيجة للتطور الذي أحدثته تكنولوجيا الاتصال الحديثة في جميع المجالات عموماً وفي النشاط المؤسسات خاصة والتي تستخدمها هذه الأخيرة في عملية السير الداخلي لكافة شؤونها وخصوصاً عملية التواصل فيما بين الموظفين، ولهذا سنحاول التعرف على ماهية تكنولوجيا الاتصال الحديثة انطلاقاً من مفهومها ونشأتها وصولاً إلى خصائصها وأهم مزاياها وعيوبها.

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة

أولاً: مفهوم التكنولوجيا

تعد التكنولوجيا من أكثر الألفاظ شيوعاً و استخداماً في عصرنا- حتى من قبل المواطن العادي- مما زاد في اللبس و الغموض اللذين يكتنفانه. حتى أصبح له معاني كثيرة و مفاهيم مختلفة و متناقضة حسب مستخدم اللفظ. فقد تعددت التعاريف التي أعطيت لهذا المصطلح إلا أنه ما زال الغموض يشوبه إلى حد كبير، فالكثير يستخدمونه دون العناية بتحديد معناه أو مضمونه¹.

ومن ناحية المدلول اللغوي " يرجع أصل كلمة تكنولوجيا Technology إلى اليونانية التي تتكون من مقطعين هما Techno وتعني التشغيل الصناعي، و الثاني Logos أي العلم أو المنهج، لذا تكون بكلمة واحدة هي علم التشغيل الصناعي،² كما يلاحظ أنه هناك اختلاط- خاصة في اللغة الفرنسية - بين لفظ تقنية Technique و لفظ تكنولوجيا ".
Technologie و الأول لفظ قديم و الثاني حديث نسبياً، والتقنية هو الأسلوب (أو الطريقة) الذي يستخدمه الإنسان في انجاز عمل أو عملية ما، أما التكنولوجيا فهي "علم الفنون

¹ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و صناعة الاتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص15.

² محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009، ص13

والمهن *La métiers et arts des science* " و دراسة خصائص المادة التي تصنع منها الآلات و المعدات، فقد ظهر استخدام لفظ التكنولوجيا في العصور الحديثة و بالأخص بعد ظهور الثورة الصناعية عندما بدأت الآلة تأخذ مكانتها البارزة في مجال الإنتاج الصناعي¹.

و هناك من يعرفها بأنها " هي الجهد المنظم الرامي إلى استخدام نتائج البحث العلمي في تطوير أساليب أداء العمليات الإنتاجية بالمعنى الواسع الذي يشمل الخدمات الإدارية أساليب جديدة يفترض أنها أجدى للمجتمع " .²

كما تم تعريفها على أنها " دراسة للوسائل الفنية التي تشمل كل موضوعات الثقافة المادية، و هي لذلك تتضمن كل ما يقدمه العالم الطبيعي من أمور مادية.³

حسب محمد فتحي عبد الهادي كلمة التكنولوجيا تشير بصفة عامة إلى الوسائل و الأجهزة التي يستخدمها الإنسان في توجيهاته، وأن التكنولوجيا بشكل عام هي الاستخدام المفيد لمختلف مجالات.

كما تعرف على أنها نتاج نشاط علمي و بحيث يتم استخدامه في المجالات التطبيقية والإنتاجية المعرفة في صورة وسائل إنتاجية تباع و تشتري بمقتضى عقود تجارية.

فهي مجموعة المعارف والخبرة المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية و التنظيمية والإدارية التي يستخدمها الإنسان في أداء عمل ما أو وظيفة في مجال حياته اليومية لإشباع الحاجات المادية والمعنوية سواء مستوى الفرد أو المجتمع.⁴

¹ محمد علم الدين، مرجع سابق، ص17

² جمال أبو شنب، العلم والتكنولوجيا والمجتمع منذ البداية الى الآن، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1999، ص28

³ علي غربي و يمينة نزار، التكنولوجيا المستوردة، مخبر علم الاجتماع و الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2002، ص17

⁴ فريد محمود عزت، القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية، ط1، القاهرة، العربية لنشر و التوزيع، 2002، ص558

ثانياً: مفهوم الاتصال

يمكن إيجاز مفهوم الاتصال على أنه : تبادل مشترك للحقائق أو الأفكار أو الآراء أو المعلومات مما يتطلب عرضاً واستقبالاً، يؤدي إلى التفاهم بين كافة العناصر بغض النظر عن وجود أو عدم وجود انسجام ضمني، فهو عملية تفاعل اجتماعي معلوماتي هادف.¹

وعرفه الطنوبي "بأنه ظاهرة اجتماعية تتم غالباً بين الطرفين لتحقيق هدف أو أكثر لأياً منهما أو لكلاهما ويتم ذلك من خلال نقل معلومات أو حقائق أو آراء بينهما بصورة شخصية أو غير شخصية وفي اتجاهات متعكسة بما تحقق تفاهم متبادل بينهما² ."

ويعرفه خضير كاضم حمود: "عملية نقل رسالة من شخص إلى آخر في المنظمة يتم ذلك باستخدام اللغة أو الإشارات أو المعاني أو المفاهيم للتأثير على السلوك .كما يمكن اعتبار الاتصال هو انتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء والمشاعر أيضاً.

عموماً هو عملية نقل أو تبادل المعلومات والأفكار والآراء بين العمال بحيث يؤثر المرسل ويتأثر المستقبل، ويترتب على ذلك تغيير في السلوك³ .

¹فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص24

²محمد سلمان العميان، السلوك التنظيمي من منظمات العمال، دار وائل للنشر، 2003، ص237

³خضير كاضم حمود، السلوك التنظيمي، الطبعة الأولى، الجامعة الهاشمية، 2002، ص21

ثالثاً: مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة

يعرفها محمد منير حجاب على أنها: الأدوات و النظم التي تساعد على القيام بالاتصال وتتمثل هذه الأدوات أساسيا في الحاسبات الإلكترونية.

كما يعرفها أيضا على أنها: مجمل المعارف و الخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والإدارية والتنظيمية، المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات¹.

وتعرف أيضا على أنها: القطع الحرفية والخدمية التي تعمل على نقل واستقبال وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات بوسائل الكترونية.²

المطلب الثاني: نشأة تكنولوجيا الاتصال الحديثة

يمكن تقسيم المراحل التي مرت بها التكنولوجيا الاتصال عبر العصور المختلفة إلى المراحل التالية:

➤ تكنولوجيا الاتصال في المرحلة الشفاهية:

ويطلق عليها أيضا مرحلة ما قبل التعلم، وكانت وسيلة الاتصال الرئيسية فيها هي الكلمة المنطوقة، والحاسة الأساسية هي حاسة السمع، ثم أتى تطور اللغة لكي يعطي القوة للاتصال الإنساني.

ونتيجة لأن الأفراد كانوا يحصلون على معلومات أساسا عن طريق الاستماع إلى الآخرين، فرض عليهم أسلوب حصولهم على المعلومات أن يؤمنوا بما يقوله الآخرون بشكل عام، لأن تلك هي نوعية المعلومات الوحيدة المتوفرة لهم. ونتيجة لما كان ينتشر في ذلك الوقت أي

¹ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، الد الثاني، 2003، ص674

² فاروق سيد حسين، تكنولوجيا شبكات الحاسب الألي، القاهرة، هلا لنشر و التوزيع، 2002، ص103

نوعية الوسيلة اقترت الناس من بعضهم، و اتسموا بالعاطفة، وكانت الشائعة هي أول شكل من أشكال الاتصال.

➤ تكنولوجيا الاتصال في المرحلة الكتابية

حيث كانت الكتابة هي الوسيلة الأساسية لتعبير وأصبحت حاسة البصر هي الحاسة الرئيسية وأضفت الكتابة صفة الدوام على الكلمة المنطوقة، وظهرت الكتب المنسوخة ومهنة الوراقة، ودور حفظ الكتب، و ازدهار الخط المخطوط كوسيلة إعلامية وشكلت عمليات بيعه تجارة مزدهرة.

وبمعرفة الكتابة والنسخ على وسائط متعددة ومختلفة تغير أسلوب التعبير والإنشاء، كما تغير أسلوب تخزين المعرفة، وسهل الكلام البشري المنطوق الذي تجسد في شكل مخطوط أو مكتوب لإقامة تنظيمات إدارية وأشكال مختلفة من العلاقات.¹

➤ تكنولوجيا الاتصال في المرحلة الطباعية

وفيها عرف الإنسان الطباعة أي تجسيد المخطوطات في شكل مادي يتم استنساخه يدويا، ويعود السبق في معرفة الطباعة إلى الفينيقيين الذين كان لهم فضل اختراع الورق، وقد بدأت الطباعة على القوالب الخشبية ثم الفخار، حتى اختراع يوحنا جومبتنبرغ الحروف الطباعية المسبوكة من معدن عام 1445 وبعدها انتشرت الطباعة في أوروبا ومنها إلى العالم كله.

وتعززت سيطرة حاسة البصر، وحول المطبوع الأصوات إلى رموز مجردة، أي إلى حروف مما شكل عملية تجر يد منظم للحروف أو الرموز البصرية. كما ساهم تعدد النسخ المتطابقة من المطبوع الواحد، انتشار المطبوع على الانتشار الجماهيري للكتب و الآلات والجرائد مما حقق ديمقراطية الإعلام ونقلها من احتكار العلماء والحكام إلى الجماهير العادية، كما ساعد

¹حسن عماد مكاوي، محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات الاتصال، ط1، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009، ص47

أيضا على نشر الفردية لأنه شجع المبادرة الفردية والاعتماد على الذات كوسيلة اتصال وكأداة شخصية للتعليم، وهنا يرى مارشال ما كلوهان أن جميع الأشكال الميكانيكية قد برزت من فكرة الحروف المتحركة حيث كان الحرف نموذجا لكل آلة، وهذا ما أدى إلى سيطرت التكنولوجيا والمنطق السطري.

➤ تكنولوجيا الاتصال في المرحلة الإلكترونية

وهي مرحلة بدأت في منتصف القرن التاسع عشر واستمرت حتى أوائل التسعينيات من القرن العشرين، وقد بدأت بتجارب و اكتشافات واختراعات في الاتصالات السلكية واللاسلكية والإنتشار للأجهزة الاتصالية والجمهورية التي تشكل لب الثورة الاتصالية يطلق عليها مرحلة الاتصالات السلكية واللاسلكية أو ثورة الاتصالية أو الانفجار الاتصالي أو مرحلة الدوائر الإلكترونية.

فقد شهدت هذه الفترة نموا متزايد السرعة في وسائل الاتصال وأساليب خاصة في مجال بث الإشهارات المسموعة والمرئية، تناظرية في البداية ثم رقمية بعد ذلك، حيث تعاقبت الاكتشافات العلمية والتجارب الواردة بعد الأخرى بسرعة متزايدة وبشكل تميز باعتماد كل وسيلة جديدة على ما سبقها وتكامل معها.

فقد ظهرت التليغراف، التليفون، الفوتوغراف، ثم التصوير الفوتوغرافي، فالراديو فالفيلم السينمائي، ثم الإذاعة المرئية (التلفزيون)، ويظهر التليكس بعد ذلك، وتبدأ أنظمة الاتصالات عبر القارات ممثلة في الكابل البحري، ثم الأقمار الصناعية ويظهر التلفزيون السلكي والإرسال التلفزيوني المستعين بالأقمار الصناعية بشكل غير مباشر ثم مباشر بعد

ذلك، وتوظف أشعة الليزر والألياف البصرية وخلال تلك الفترة إغفال الفيديو كاسيت، والفيديو ديسك والفاكس والأسطوانة المدمجة¹.

➤ تكنولوجيا الاتصال في المرحلة الرقمية

بدأت هذه المرحلة في منتصف الثمانينات ومازالت مستمرة حتى الآن وهي تتميز بسمة أساسية هي المزج بين أكثر من تكنولوجيا معلوماتية، و اتصالية تمثلها أكثر من وسيلة، ففي البداية استخدمت شبكات الهاتف لنقل بيانات الكمبيوتر باعتبارها خدمت خاصة تقدمها هيئة الاتصالات لعدد محدود من العملاء كشركات الطيران والبنوك وغيرها، ونظر لأن هذه الشبكات قد صممت أصلا لنقل الصورة لا البيانات فقد كانت الخدمة رؤية ومعدل تدفق البيانات محدودة للغاية، وقد تم بعد ذلك تصميم إشارة رقمية تعمل على نقل المعلومات عن طريق البيانات المكتوبة بدلا من الصوت.

وهذه الإشهارات الرقمية أقل عرضة لتشويش، كما يتميز الاتصال الرقمي بالنشاط والقوة التي تجعل الاتصال مؤسسا ومصانا كوحدة متكاملة عالية الجودة. كما تتسم الشبكة بقدر عال من الذكاء، حيث يمكن أن يصمم النظام الرقمي لكي يراقب أوضاع القناة channel بصفة مستمرة، كذلك يستطيع التحكم في الصدى echocontrol، كما يتسم بالشمول².

المطلب الثالث: خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة

لكل شيء خاصة وسمة تميزه عن غيره من الأشياء وبها يعرف دون غيره وهكذا بالنسبة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وما أتحدثنا به من خدمات جليلة لها أيضا خصائص وسمات تعرف بها، ومن أبرز هذه الخصائص:

¹مكاوي، علم الدين، مرجع سابق، ص51

²هارون منصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتبادل النظرية والتطبيقية، ط1، الجزائر، الألفية للنشر والتوزيع، 2012، ص33

✓ التفاعلية: interactive

وذلك لوجود سلسلة من الأفعال الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه، وكذلك المستقبل ومثال ذلك بعض الوسائل التي يوجد فيها التفاعل بين المستخدم والمرسل مثل : الهاتف، التلفاز التفاعلي والمؤتمرات عن بعد والكمبيوتر الشخصي الذي يستخدم في الاتصال وكذلك البريد الإلكتروني.... إلخ¹.

حيث يؤثر المشاركون في العملية الاتصالية على أدوار الآخرين وأفكارهم ويتبدلون معهم المعلومات ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وقد ساهمت هذه الخاصية في ظهور نوع جديد من مننديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل والمتفاعل عن بعد، مما يجعل المتلقي متفاعلا مع وسائل الاتصال تفاعلا إيجابيا.²

✓ اللاتزامنية: anychnanization

وتعني إمكانية إرسال الرسائل و استقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون الحاجة لتواجد المستقبل للرسالة³.

¹ حديد يوسف، براهمة نصيرة، تكنولوجيا الاتصال الحديثة و اختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الحضرية الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 17 /ديسمبر 2014، ص 263.

² محمد الفاتح حمدي وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الاستخدام والتأثير، ط1، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2011، ص 7

³ حديد يوسف، مرجع سابق، ص 263

✓ قابلية الحركة: mobility

فهناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان في أثناء حركته مثل: الهاتف النقال، جهاز اليدوي يوضع في الجيب، تليفون السيارة أو الطائرة، التليفون المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة لتصوير المستندات، وجهاز فاكسميلي يوضع في السيارة وحاسب آلي نقال مزود بطابعة.

✓ قابلية التحويل: convertbilty

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس، وهي طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية. كما هو الحال في أنظمة التيلتكس، التي تقدم خدمات ورسائل مطبوعة على شاشات التلفزيون وذلك لتلبية لرغبات الزبائن التي أضحت تتميز بالتعدد والتنوع وبيبرز هذا أيضا في أنظمة الدبلجة والترجمة للموارد المرئية كما هو الحال في بعض المحطات التلفزيونية¹.

✓ قابلية التوصيل والتركيب: Connectivity

لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت الأنظمة واتخذت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المختصة في صناعة أدوات الاتصال ومن الأمثلة الدالة على ذلك، وحدات الهوائي المقعر، التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه².

¹ عبد الباسط عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الإتصال في إنتاج الإذاعي والتلفزيوني، دراسة تطبيقية وميدانية، د.ط، المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص 262.

² مؤيد عبد الجبار الحديثي، العولمة الإعلامية، ط 1، عمان، الأهلية للنشر والتوزيع، 2002، ص 54.

✓ الشبوع والانتشار:

و يعني به الانتشار المنهجي لنظام الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع لا ليكون حكرا على الاثرياء فقط و إنما ليشمل كل فئات و طبقات المجتمع يأتي ذلك بدعم الأثرياء لتلك النظم الجديدة. لكي تشمل القادرين على استخدامها وغير القادرين فقد انقضى عصر الانعزال، و من لم يتقن فنون العصر الجديد سيحكم عليه بالانقراض بالمعنى التاريخي للكلمة.¹

✓ الكونية والعالمية: globalizati

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دونية ، حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة، كتعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيا عبر الحدود الدولية ذهابا وإيابا من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في جزء على الألف من الثانية إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في مكان ما في العالم . كان النمط الإنتاجي في السابق لتكنولوجيا الاتصال هو ظهور مراكز توزيع إلى أعداد من الجماهير لا ترتبط بوحدة زمانية ولا مكانية ، بينما النمط الحالي لتكنولوجيا الاتصال الراهنة يتميز بالتوجه إلى جماهير قليلة محدودة جغرافيا من خلال مراكز اقليمية مختلفة توازن بين المركز والأطراف.²

✓ التعقيد و كثافة الاستخدام

تكنولوجيا الاتصال و بالذات المتقدمة منها تتسم بكثافة استخدام رأس المال والتعقيد الشديد وإرتفاع التكلفة، و هي لكل ذلك تأخذ صبغة احتكارية، حيث تتركز عادة في أيدي بناء القوة و النفوذ السائد في المجتمع.³

¹ عبد الباسط عبد الوهاب، مرجع سابق، ص264

² عبد الباسط عبد الوهاب، مرجع سابق، ص264

³ مؤيد عبد الجبار الحديثي، مرجع سابق، ص60

الفصل الأول: تكنولوجيا الاتصال الحديثة

وأيا كانت أنواع و مجالات استخدام تكنولوجيا الاتصال فإن هذه التكنولوجيا تتميز بعدة خصائص من المفيد هنا التعرض لها ، و يمكن بلورة هذه الخصائص فيما يلي:¹

- إن هذه التكنولوجيا صممت لتسهيل الاتصال في اتجاه واحد و أن قدرتها على تحقيق التغذية العكسية والمشاركة ضئيلة نسبيا وهي في ذلك تعتمد على الاستجابة الفردية عن طريق البريد، التلفون، الاتصال الشخصي، بحوث الجمهور "الاستبيان" و بعبارة أخرى فإن هذه التكنولوجيا رغم ميلها للانتشار و الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الافراد إلا أنه يغلب عليها الطابع الفردي و ليس الجماعي .
- التطور المتسارع في هذه التكنولوجيا في اتجاه اختصار عامل المسافة و الزمن .
- تتسم تكنولوجيا الاتصال بالمرونة والقابلية للتطوير و التأقلم
- تكنولوجيا الاتصال الحديثة تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى، ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات و يؤدي هذا التركيز إلى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية.
- تأخذ تكنولوجيا الاتصال الحديثة، بسبب تكلفتها وتعدد طاوعا تنافسيا استهلاكيا فهي في حاجة إلى استهلاك جماهيري واسع يحقق لها عائدا يغطي نفقاتها و بالتالي يلعب عامل الربح والتمويل المالي والرغبة في الزواج، دورا مهما في طريقة إدارة و توظيف هذه التكنولوجيا.²

¹ عبد الفتاح عبد النبي، تكنولوجيا الاتصال و الثقافة (بين النظرية و التطبيق)، د.ط، القاهرة، العربي للنشر و التوزيع، 1990،

ص82

² عبد الفتاح عبد النبي، مرجع سابق، ص83

المطلب الرابع: مزايا وعيوب تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المزايا: وتتخلص هذه المزايا في: عملها على جلب الراحة والرفاهية للمستخدمين لما توفر لهم من جهد ووقت ومال، وذلك عن طريق جمعها بين مجالي الاتصال عن بعد والكمبيوتر كما حدث من استهلاك الورق خصوصا بظهور الكتاب الإلكتروني والصحيفة الإلكترونية، وتقدم التقنيات الرقمية الحديثة عشرات القنوات وتتيح فرصة كبيرة لبث برامج غير ترفيهية مثل خدمات المعلومات والبرامج التعليمية، كما أنها تزيد من المعرفة والتعليم فبواسطتها يستطيع القائم بالاتصال توصيل خدمات التعليم والإسهام في علاج أوجه قصور التعليم التقليدي الرسمي، علاوة على أن عالمية الإعلام يمكن أن تمثل ساحة الاحتكاك الحضاري ووسيلة لتنمية وعي إنسان هذا العصر، وساهمت التكنولوجيا في رفع مستوى جودة المنتج الإعلامي النهائي من خلال ما تتسم به من مرونة وسرعة وقدرة إنتاجية، ومن مزاياها سرعتها الفائقة في نقل و استقبال المعلومات والبيانات فهي تتيح سرعة بمعدل ألف ضعف دفعة واحدة¹.

وعموما فإن أهم المزايا أن التكنولوجيا الاتصال الحديثة قدمت لمستخدميها أبعاد ثلاث هي:

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

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

¹ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الأنترنت، عالم الكتب، مصر، 2007، ص 52.

البعد الخاص بالوسيلة وعلاقتها بالمتلقي: حيث أتاحت ثورة الاتصال للمتلقي درجة من التفاعل الإيجابي مع هذه التكنولوجيات كالتلفزيون الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمتلقي بالتدخل في اختيار البرامج.¹

وكما لا يخلو أي اختراع من عيوب فإن التكنولوجيا الاتصالية الحديثة تتطوي على سلبيات جمة.

العيوب: وأهمها أن هذه التكنولوجيات أقل اجتماعية وعاطفية وحميمية كما أنه على الرغم مما قدمته من خبرة عالية في مجال حرية التعبير إلا أن هذه الحرية تقيدت بقيود سياسية فليس هناك ضمان بأن تكنولوجيا الاتصال الحديثة سوف تؤدي إلى عصر جديد مختلف ينطوي على مزيد من حرية التعبير فهناك العديد من المؤشرات التي تشير إلى العكس كما أن اللاجماهيرية تؤدي إلى انقسام الجمهور العريض الواحد على عدد كبير من الجماعات الصغيرة ذات الاتجاهات المتباينة التي تؤدي إلى تقليص الخبرات المشتركة لمعظم أفراد المجتمع والتكنولوجيا الحديثة من شأنها أن تنتهك خصوصياتنا وتتصلص على ما يحدث داخل منازلنا كما أنها توسع الهوة المعرفية بين من يملكون التكنولوجيا الاتصالية الحديثة ومن يفتقرون إليها ناهيك عن الغزو الثقافي والمعرفي وانهيار قيم وعادات الشعوب.²

¹إياد شكري البكري، تقنيات الاتصال بين زمنين، دار الشروق، الأردن، 2003، ص 25

²عبد الباسط عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 269

المبحث الثاني: وسائط وعوامل تكنولوجيا الاتصال الحديثة

عندما نتحدث عن آليات الاتصال الجديد، فإننا نذكر أنها متعددة من حيث الأشكال والأساليب، ومن حيث الأدوات والقنوات المستخدمة وسنتحدث في هذا المطلب عن أهمها و الأكثر تواترا في الاستخدام.

المطلب الأول: جهاز الهاتف

الهاتف من أهم وسائل الاتصال الصوتي ومن أقدمها وأكثرها انتشارا بين الناس، لدرجة أنه من النادر أن تجد بيتا أو مؤسسة لا تمتلك خطا هاتفيا وخاصة في المجتمعات المتقدمة والغنية، والهاتف ليس أداة للتواصل بين الأفراد والجماعات ولكنها أداة تلعب دورها في الإنتاجية والتسويق وإيصال الخدمات للكثير من المؤسسات وتنتشر الاتصالات الهاتفية التقليدية في كل بلاد العالم حاليا وتتبع مؤسسات الاتصالات القطاع العام (الحكومي) في معظم الدول النامية، وقد تطور الهاتف في حجمه وشكله ومزاياه وإمكاناته عدة مرات وأصبح هناك شبكات هاتفية في بعض الدول المتقدمة.¹

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

***طريقة الاتصال المباشر** : من متحدث على الهاتف " A إلى متحدث آخر على الهاتف "B" سواء كان الهاتفان في نفس المدينة أو متباعدان.

¹ عبد الرحمن سوالمية، استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة و انعكاساتها على نمط الحياة في المجتمع الريفي، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 21، 2015، ص 191

*طريقة الاتصال غير المباشر : وذلك عن طريق ربط الخط الهاتفي مع وسيلة أخرى من وسائل الاتصال ونقل المعلومات مثل: التلكس والحواسيب وغيرها.¹

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

المطلب الثاني: جهاز الحاسوب

يعتبر الحاسوب جزء من عصر الثورة المعلومات، حيث يعد اختراعه من أهم الإنجازات التكنولوجية الحديثة التي كان لها تأثير على جميع المستويات، وذلك لأن هذا الأخير له دة عالية في تبسيطه للكثير من الأعمال، وكذا توفير الجهد الفكري والعضلي، كما أصبح من أولويات المؤسسات في إنجاز مشاريعها.

¹محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص195

²عبد الرحمن سوالمية، مرجع سابق، ص191

تعريف جهاز الحاسوب: إن كلمة Computer مشتق من Compute بمعنى يحسب، ويعرف الحاسوب بأنه آلة حاسبة إلكترونية ذات سرعة عالية ودقة متناهية يمكنها معالجة البيانات وتخزينها ، واسترجاعها وفقا لمجموعة من التعليمات والأوامر للوصول للنتائج المطلوبة.¹ كما يقصد بالحاسب الآلي مجموعة من الآلات تدار إلكترونيا. وتقوم بمجموعة مترابطة من العمليات، وذلك على ضوء البيانات التي يتم إدخالها إلى الحاسب، و لتصنيفها وتحليلها وإجراء العمليات الحسابية عليها، كل ذلك وفق تعليمات أو أوامر محددة بغرض الحصول على نتائج معينة 2تفيد في تحقيق أغراض خاصة².

من خصائص الحاسوب سرعة إنجاز العمليات سرعة دخول البيانات واسترجاع المعلومات القدرة على تخزين المعلومات، دقة النتائج والتي تتوقف أيضا على دقة المعلومات المدخلة للحاسوب، تقليص دور العنصر البشري خاصة في المصانع التي تعمل آليا ، سرعة إنجاز العمليات الحسابية والمنطقية المتشابكة ، إمكانية عمل الحاسوب وبشكل متواصل دون تعب، تعدد البرمجيات والبرامج التي تسهل استخدام الحاسوب دون الحاجة إلى دراسة علم الحاسوب وهندسة الحاسوب،إمكانية اتخاذ القرارات وذلك بالبحث عن كافة الحلول لمسألة معينة وأن يقدم أفضلها وفقا للشروط الموضوعية والمتطلبات الخاصة بالمسألة.³

المطلب الثالث: الانترنت، الإنترنت والاكسترنات

أولا: الانترنت internet

الانترنت: هي شبكة اتصالات عالمية تربط الآلاف من شبكة الكمبيوتر بعضها ببعض، عن طرق خطوط التليفونات أو خطوط الشبكة الرقمية أو الألياف البصرية أو عن طريق الأقمار

¹مجد الهاشمي، تكنولوجيا الاتصال الجماهيري، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع 2012، ص226

²منال هلال المزاهرة، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ط1، عمّان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2014، ص102

³محمود علم الدين، مرجع سابق، ص16

الصناعية، ويستخدمها الملايين من مستخدمي الكمبيوتر حاليا على مدار الساعة في معظم أنحاء العالم، خاصة في الجامعات ومعاهد البحث العلمي والشركات الكبرى والبنوك والمؤسسات.

كما تعرف بأنها: شبكة ضخمة من أجهزة الحاسب الآلي المرتبطة ببعضها البعض والمنتشرة حول العالم.¹

في تعريف آخر: الانترنت هي شبكة عالمية مكونة من الشبكات المتصلة مع بعضها البعض وهذا يتضمن الملايين من شبكات الشركات والحكومات والمنظمات وهي البنكية تتشكل الأنترنت من كمبيوترات فيمعلومات ومستخدمين يقومون بإرسال واستقبال هذه المعلومات ومن بنية تكنولوجية لإيجاد ونقل ومشاهدة أو الاستماع لهذه المحتويات.²

ويعرفها البعض الآخر بأنها الطريق السريع للمعلومات، ولكن الصحيح أن خط المعلومات السريع هو البنية التحتية للمعلومات الوطنية والتي تعتبر من التقنيات التي تسمح بإرسال واستلام الصوت والصورة معا.³

وقد تم التعريف بها في الكتاب الصادر عن برنامج التنمية التابع للأمم المتحدة عام 1994، أنها: "شبكة اتصالات دولية تتألف من مجموعة من شبكات الحواسيب، تربط بين أكثر من 35 ألف شبكة، من مختلف شبكات الحاسوب في العالم، وتؤمن الاشتراك فيها حوالي 33 مليون مستخدم بين المجاميع أو الرمز، وهناك أكثر من 100 دولة في العالم لديها نوع من الارتباط في إمكانية الوصول إلى الشبكة."⁴

¹ جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال: الوظائف الهياكل، الأدوار، دط، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص 177

² محمد الطاهر، التسويق الإلكتروني، دط، الأردن، ديوان الحامد للنشر والتوزيع، 2005، ص 38

³ جمال العيفة، مرجع سابق، ص 177

⁴ عبد الرحمن سوالمية، مرجع سابق، ص 191

ثانياً: الإنترنت Intranet

الإنترنت: هي شبكة داخلية مستقلة بحد ذاتها، ويمكن اعتبارها شبكة تعاونية تشاركية، أو شبكة مؤسسات تربط بين مستخدميها باستخدام تقنيات الإنترنت، فهي مبنية على أساس البروتوكولات IP/TCP المستخدمة في شبكة الأنترنت كما أنها كثيرة الشبه بها من الناحية البنوية، إلا أنها تتميز بأنها تعد من سلطات الإنترنت المحدودة، فهي تمكن المستخدمين من الاتصال فيما بينهم بحرية ولكن ضمن قطاعات محكومة بسماحيات وصول قابلة للتحكم . كما تعرف الأنترنت Intranet هي شبكة حاسبات آلية خاصة توظف تقنيات الأنترنت ولكن بصورة محدودة، حيث يقتصر التعامل داخل الشبكة على بعض أوكل موظفي المؤسسة، بحيث لا يستطيع مستخدمو الإنترنت العاديين الوصول إلى المعلومات المخزنة به .

وتعرف أيضا على أنها: شبكة تعمل داخليا (داخل المؤسسة) لكنها تستخدم معايير الأنترنت مثل: الـ HTML وغيرها، وبالتالي الإنترنت هي إنترنت صغيرة ولكن للاستعمالات الداخلية للمؤسسة فقط.¹

ثالثاً: الإكسترنيت

هي شبكة حاسبات آلية تستخدم تقنيات الإنترنت في ربط المسؤولين داخل المؤسسة بأطراف من خارج المؤسسة كعض كبار العملاء، ومسؤولي المؤسسات الأخرى.

ونظرا لأن الإكسترنيت شبكة غير عامة فهي تتطلب إدخال كلمة السر password حتى يمكن الدخول إليها، والتعامل معها، وذلك بغرض حماية بياناتها من أي تعامل مصرح به .

كما تعرف أيضا :الإكسترنيت (الشبكة الخارجية) هي شبكة داخلية يسمح لبعض شركاء العمل الخارجيين بالدخول لها الأسباب إستراتيجية وعادة ما يكون الوصول للمعلومة فيها

¹حسام الملحم، عمار خير بك، شبكات الأنترنت بنيتها الأساسية وانعكاساتها على المؤسسات، ط1 ، 2000، ص15

جزئياً مثل دخول مندوبي شركات السياحة والسفر إلى نظام حجز تذاكر السفر على رحلات شركات الطيران العالمية والمحلية، وتعرف أيضاً: بأنها المشاركة في معلومات الأنترنت أي بين أنترانت الشركة وشركائها التجاريين.¹

المطلب الرابع: فاكس الإنترنت

تعتبر خدمات فاكس الإنترنت Fax Internet services طريقة فعالة لتوفير الوقت وتقليل التكاليف عند الإعتماد على طرق الاتصال بجهاز الفاكس. فمعظم الشركات والمؤسسات اليوم تدير جزءاً كبيراً من أعمالها بواسطة جهاز الفاكس، إلا أن هذه الوسيلة على مدى فاعليتها وقدمها في الاستخدام، إضافة إلى الثقة التي تحظى بها تحمل المؤسسات والشركات عبئاً مالياً كبيراً إذا ما قورنت بوسائل اتصال عصر الإنترنت كالبريد الإلكتروني email والتخاطب المرئي Conferencing Video وفاكس الإنترنت.

وتسهم خدمة فاكس الإنترنت في توفير أداة اتصال متطورة لتسيير شؤون الأعمال اليومية بتكلفة أقل وذلك لأنها تعتمد على نمط اتصال وربط يختلف عن الأسلوب التقليدي المتبع في الاتصال باستخدام خطوط الهاتف العادي خاصة إذا ما كان الهدف هو الاتصالات الدولية.

يستخدم فاكس الإنترنت تقنية تعرف باسم Protocol over Internet Fax واختصاراً FoIP وهذه تمثل الطريقة التي يتفاهم بها جهاز الحاسوب بجهاز الفاكس، حيث تقوم هذه الطريقة بتحويل البيانات المراد إرسالها عبر الحاسوب إلى بيانات يمكن لجهاز الفاكس طباعتها وبالعكس، ففي هذه الحالة تتحرك.

¹ عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد، محاضرات في هندسة الإعلان والإعلان الإلكتروني، دط، الدار الجامعية، 2005،

الفصل الأول: تكنولوجيا الاتصال الحديثة

البيانات عبر شبكة الاتصال التي تمثلها الإنترنت على هيئة حزم سواء في حالة الإرسال أو الاستقبال مما يجنبها استخدام خطوط الاتصال البعيدة كالخطوط الدولية فيقلل بذلك التكاليف إلى حد أدنى يمكن من خلاله المقارنة، وهو الأمر الذي يفيد قطاع الأعمال بشكل رئيسي.

وتبين معظم الإحصائيات نسب التباين بين استخدام الفاكس التقليدي وفاكس الإنترنت، ففي حين تتخفف معدلات الإنفاق المالي على الأعمال التي تتجزأ بواسطة فاكس الإنترنت بسبب انخفاض كلفة الورق المستخدم، وانخفاض كلفة الاتصالات، علاوة على تكاليف الصيانة والاستبدال بأجهزة جديدة، تبقى الكلفة القياسية لاستخدام الفاكس التقليدي مرتفعة.¹

¹ عارف الرويعي، فاكس الإنترنت.. أسلوب متطور في التواصل الرقمي، مقال بصحيفة أسواق العرب، منشور بتاريخ: 24 أكتوبر 2007، متاح على الخط: <https://www.alarab.co.uk/pdf/2007/10/24-10/p08.pdf>

خلاصة الفصل:

لقد أخذت صناعة المعلومات وإنتاجها وسهولة نقلها من و إلى أي مكان في العالم بعدا إضافيا زاد من أهمية إيجاد أنظمة معلومات متطورة تواكب هذه التكنولوجيا الاتصالية الحديثة، بغرض الإستفادة منها بفعالية أكبر، ومحور هذه الثورة الاتصالية الحديثة يعتمد على كل الأدوات والأجهزة وكذا الأنظمة الحديثة، ونتيجة للتطور الذي أحدثته تكنولوجيا الاتصال الحديثة في جميع المجالات عامة وفي نشاط المؤسسات خاصة والتي تستخدمها هذه الأخيرة في عملية التسيير الداخلي لكافة أنشطتها وبالأخص عملية التواصل فيما بين أفرادها الداخليين.

ومن هذا المنطلق سنحاول تقديم لمحة عن الاتصال الداخلي بالمؤسسة الإعلامية في الفصل التالي.

الفصل الثاني:

الاتصال الداخلي في المؤسسة
الإعلامية

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

تمهيد الفصل:

لقد أدركت المؤسسات أهمية الاتصال، كونه يعتبر أساس النظام الإجتماعي وعماد العلاقات المهنية فيها، ذلك انه يربط بين أعضاء المؤسسة بغرض نشر المعلومات، الحقائق والأفكار.

لذا أصبح من الضروري الاهتمام بالاتصال الداخلي والعمل على تحسينه وتطويره في المؤسسة وتبنيه كنظام ليساهم في تحقيق النجاح والفعالية. وينطبق ذلك على المؤسسة الإعلامية .

حيث لا يمكن للموظفين والمدراء تأدية مهامهم بشكل جيد ما لم يكن للاتصال الداخلي فعالية من خلال أنظمة اتصالات جيدة بالمؤسسة، لأن إهمال الاتصال الداخلي قد يؤثر على أداء الموظفين وبالتالي مردودية المؤسسة.

ومن هذا المنطلق سنتعرض في هذا الفصل إلى الاتصال الداخلي بالمؤسسة الإعلامية انطلاقا من ماهية الاتصال الداخلي وأساليبه وصولا إلى ماهية المؤسسة الإعلامية ونشاطاتها.

المبحث الأول: ماهية الاتصال الداخلي

تتوقف الحالة المعنوية للأفراد في مختلف المؤسسات، وكذلك إنتاجيتهم على مدى فعالية وكفاءة الاتصال الداخلي فيها، ومن هذا المنطلق سنتعرف في هذا المطلب على ماهية الاتصال الداخلي انطلاقاً من المفهوم مروراً بالأهمية والأهداف وصولاً إلى أنواع الاتصال الداخلي.

المطلب الأول: مفهوم الاتصال الداخلي

يقصد بالاتصال الداخلي عملية نقل وتبادل المعلومات الخاصة بالمؤسسة داخلها وخارجها وهو وسيلة لتبادل الأفكار والاتجاهات والرغبات والآراء بين أعضائها، وذلك يساعد على الارتباط والتماسك، ومن خلاله يحقق المسؤول أو معاونوه التأثير المطلوب في تحريك الجماعة نحو الهدف، ويعتبر الاتصال أيضاً أداة هامة لإحداث التغيير في السلوك البشري.¹

ويعرفه إبراهيم أبو عرقوب بأنه: "عبارة عن اتصال المنطوق والمكتوب يتم داخل المؤسسة على المستوى الفردي والجماعي، ويساهم في تطوير أساليب العمل وتقوية العلاقات الاجتماعية بين الموظفين".²

في حين يعرفه فؤاد شريف على أنه: "مجموعة من الإجراءات والطرق والوسائل والترتيبات التي تكفل إنتاج وتوصيل واستخدام البيانات اللازم توفيرها لاتخاذ قرارات سليمة الاتجاه صحيحة التوقيت".³

¹ منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2001، ص22.

² إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار محمد لابي، الأردن، 1993، ص163.

³ فؤاد شريف، نظام الاتصال وعملية الإدارة، المعهد القومي للإدارة العليا، القاهرة، الطبعة الثانية، 1967، ص07.

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

وفي تعريف آخر هو مجموعة الإجراءات التي تقوم إدارة المؤسسة بوضعها من أجل تدعيم التبادل والتفاعل بين أعضائها لتسهيل العمل المشترك. فينبغي إيجاد درجة عالية من الفهم عن طريق التريديد الدقيق للأفكار.¹

أما محمد فهمي العطروري "فيعرف الاتصال داخل المؤسسة بأنه عملية تتم عن طريقها إيصال المعلومات ، سواء كانت معلومات علمية أو تعبيرية ومن أي عضو في الهيكل التنظيمي في المؤسسة إلى عضو آخر ، وقد يكون الاتصال من مستوى اقل والعكس ، أو في مستوى أفقي ، يهدف إلى إحداث تغيير من أي نوع ، ويكون الاتصال إما للحصول على معلومات وبيانات أو لإعطاء تعليمات وتوجيهات بقصد أداء وتسير العمل وعلى ذلك يصبح الاتصال أداة من الأدوات التأثير على الأفراد ووسيلة فعالة لإحداث التغيير في سلوكهم".²

وعليه فالالاتصال الداخلي هو عملية تبادل وتفاعل أفراد المؤسسة فيما بينهم من مختلف المستويات الإدارية بغرض الحصول على المعلومات أو مشاركتها مع الآخرين، أو بغرض الأوامر والتعليمات، أو بقصد تبادل الأفكار والآراء .

المطلب الثاني: أهمية وأهداف الاتصال الداخلي

أولاً: أهمية الاتصال الداخلي

إن الاتصال في المنظمات الناجحة ليس مجرد ما بعد الفكرة، الاتصال هو عملية جوهرية للإبداع ولبقاء أي منظمة، فهذه الأخيرة تجمع الناس معا للعمل تجاه أهداف عامة، والاتصال هو الخيط الذي يربطهم في مهامهم اليومية وهو الذي يمكنهم من تحديد أهدافهم ومشاركته بالمعرفة والتشجيع من فرد لآخر .

¹بغداد باي عبد القادر، دور تكنولوجيا المعلومات الحديثة و تفعيل الاتصال الداخلي في عصرنة المؤسسات، مجلة تنوير، العدد السابع، سبتمبر 2018، ص173

²محمد فهمي العطروري، العلاقات الإدارية في المؤسسة والشركات، عالم الكتب، الطبعة الاولى، القاهرة 1960 ، ص341

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

ويمكن تلخيص أهمية الاتصال الداخلي في النقاط التالية :

- الاتصال ضروري لنقل المعلومات والبيانات والإحصاءات والمفاهيم التي تبنى عليها القرارات .
- يسهم في إحكام المتابعة والسيطرة على الأعمال التي يمارسها أعضاء المنظمة وذلك من خلال المقابلات والتقارير التي تنقل باستمرار بين الأفراد عبر المستويات المتعددة للمنظمة، وبذلك يتمكن المدير من الوقوف على نقاط الضعف الخاصة بأداء الأفراد والسعي لمعالجتها بشكل يضمن كفاءة في أداء المنظمة.
- يؤدي الاتصال دورا مهما في توجيه وتغيير السلوك الفردي والجماعي للعاملين في المنظمة .
- تظهر أهمية الاتصال الداخلي أيضا من خلال تأكيد بعض النظريات القيادية على مبدأ المشاركة كأساس للقيادة الناجحة .
- الاتصال نشاط إداري واجتماعي ونفسي داخل المنظمة، حيث يسهم في نقل المفاهيم والآراء والأفكار عبر قنوات رسمية لخلق التماسك بين مكونات المنظمة وبالتالي تحقق أهدافها¹.

تبرز أهمية الإتصال الداخلي في المؤسسة في المجالات التالية:

- إتخاذ القرارات :** حيث يلعب الإتصال دورا هاما في إتخاذ القرار إذ عن طريقه يمكن تسهيل عملية إيصال المعلومات و البيانات الصحيحة التي تأتي من الخارج و التي تساعد على إختيار أفضل البدائل للوصول لأرشد القرارات .

¹ علي عياصرة ومحمد العوده الفاضل، الاتصال الإداري وأساليب القيادة الإدارية في المؤسسات التربوية، ط1، الأردن، دار الحامد، 2006، ص 27

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

التوجيه : حيث يستطيع المدير وباستخدام الوسائل المتاحة له أن يوجه ويحدد للعاملين أهداف المؤسسة والإمكانات التي تضعها تحت تصرفهم لمساعدتهم على تحقيق هذه الأهداف .

التنسيق : حيث يقصد به التوفيق بين الأنشطة المختلفة في المؤسسة وهذا يتم بوجود قنوات اتصال جيدة في المؤسسة¹.

ثانيا: أهداف الاتصال الداخلي

يعتبر الاتصال بالنسبة لأية جماعة كالأوعية الدموية والأعصاب بالنسبة لجسم الإنسان، فهذه الأخيرة تنقل الغذاء والإحساسات التي تجعله يحس بالبيئة المحيطة به، و بالمثل فالاتصال يسمح للمعلومات والخبرات، والأفكار ووجهات النظر بالانسياب بين مختلف أفراد الجماعة، بما يضمن استمرارها وبقائها وتقدمها، والاتصال الداخلي له عدة أهداف أهمها مايلي:²

أهداف خاصة بالعاملين:

- خلق الرضا والإرتياح بين العاملين؛
- زيادة التفاهم والثقة؛
- الإرتقاء بمعنويات العاملين من خلال إشراكهم في عملية تسيير الإدارة بإبداء آرائهم في المواضيع المطروحة.

أهداف خاصة بالقيادة: وتدور مجملها حول تمكين القائد من التعرف على ما يحدث داخل المؤسسة بصورة صادقة لمساعدته على إتخاذ قرارات سليمة مما يسهل عملية التوجيه

¹محمد فهمي العطروري، مرجع سابق، ص341

²رضوان بلخيري، مدخل إلى الاتصال المؤسسي، ط1، الجزائر، دار قرطبة للنشر والتوزيع، 2015، ص 9

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

والإشراف والتأثير على العاملين وبالتالي تحقيق التنسيق الكامل بين أنشطة الإدارة المختلفة داخل المؤسسة .

أهداف خاصة بالجمهور:

- ترسيخ صورة المؤسسة في ذهنه؛
- تعريفه بإنتاجها وخدماتها؛
- التعرف على رأيه في المؤسسة وكذا إقتراحاته للتحسين من خدماتها.

المطلب الثالث: أنواع الاتصال الداخلي

يشمل الاتصال الداخلي نوعان وهما:¹

1) الاتصال الرسمي:

وهو الاتصال الذي يكون في إطار الأسس والقواعد التي تحكم المؤسسة فهو الذي يتم في إطار التنظيم أي له إجراءات وقواعد رسمية يسير وفقها وتكون واضحة ومبينة لجميع أفراد المؤسسة لأنها غالبا ما تكون موثقة بصورة مكتوبة فهو يعتمد على المذكرات أو التقارير أو الاجتماعات الرسمية أو الخطابات أو ما شابه ذلك، والجدير بالذكر ان الاتصال الرسمي قد يكون صاعدا او نازلا او افقيا بين العاملين ويتم عبر التسلسل التنظيمي للمؤسسة وهذا التنظيم هو الذي يحدد المسؤوليات وتقسيم العمل والعلاقات الوظيفية داخل المؤسسة ويتصف الاتصال الرسمي عادة بما يلي: قانوني، مكتوب، يتعلق بالعمل مباشرة و يتم داخل التنظيم ويتعلق به وهو ملزم للأطراف أما أهدافه فتتمثل في:

¹ ربحي مصطفى عليان، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم ، الطبعة الاولى، دار الصفاء ،عمان،1999، ص77

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

نقل الاقتراحات والتوجيهات والتقارير والأوامر والتعليمات وإعلام كل فئات المؤسسة بالأهداف المراد الوصول إليها و فيما يخص التأثير على العمال فيتجلى عندما تتحكم المستويات العليا في العملية الاتصالية وعندما تكون مبادرتها مقبولة لديهم.

كما يعتمد الاتصال الرسمي على وسائل عديدة منها: الخطابات، المنشورات بكافة أنواعها، التقارير، المذكرات، الأوامر، القرارات الإدارية ويتخذ الاتصال الرسمي ثلاثة اشكال مختلفة وهي:¹

الإتصال النازل: وهي الاتصالات التي تبدأ من اعلي التنظيم الى أسفله أي من مستوى إداري أعلى الى مستوى إداري أدنى وهي غالبا ما تستخدم في الأمر والتوجيه والتعليم وتكون وسائلها شفوية كالأوامر الشفهية المناقشة، المحاضرات، المذكرات... الخ.

وهذا النوع من الاتصال يمكن المدير من نقل أفكاره الى المستويات الدنيا التي يقع على عاتقها تنفيذ الأوامر والقرارات.

الاتصال الصاعد: ويتم هذا الاتصال من المستويات الدنيا الى المستويات العليا في المؤسسة وعلى الرغم من انتشار الاتصال النازل إلا ان الاتصال الصاعد لا يقل أهمية عنه لأنه يعبر عن مدى انسجام الموظفين والعمال في ما بينهم، وتكون المادة المنقولة او المرسله من القاعدة الى القيادة عبارة عن التقارير وشكاوي واقتراحات وملاحظات وعلى الرغم من اهميتها هذا الاتصال إلا أنه توجد مشكلات وعقبات في بلدية السوفلية تحول دون تحقيقه.

الاتصال الأفقي: وهو اتصال يتم بين أفراد المؤسسة لهم نفس المستوى تقريبا الاتصال بين الموظفين أو الاتصال بين رؤساء الأقسام أو بين المدراء أي نفس المستوى الرسمي للمؤسسة ويتم هذا الاتصال بين الموظفين بغية تحقيق التعاون وحل المشكلات وتبادل

¹ ربحي عليان مصطفى، مرجع سابق، ص78

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

الأفكار والمعلومات شفهيًا وبطريقة مباشرة أي دون عوائق إدارية وهو بذلك يكون أقرب إلى الاتصال الرسمي ومن وسائله: اللقاءات، تبادل الزيارات، الاجتماعات.

(2) الاتصال الغير رسمي:

هذا الاتصال لا يخضع للقواعد والإجراءات والقوانين الإدارية مثبتة ومكتوبة ورسمية كما هو الحال في الاتصال الرسمي، ويتم غالبًا خارج القنوات الرسمية داخل التنظيم من خلال الاتصالات الشخصية واللقاءات والحفلات والرحلات والاجتماعات الغير رسمية ويجب على المؤسسة استغلال الاتصال الغير الرسمي ايجابيا وعدم السماح له بالتأثير سلبيًا على التغيير من خلال التشويش بأشكالها لمختلفة كالإشاعات الكاذبة وغيرها.¹

المطلب الرابع: شبكات وأساليب الاتصال الداخلي

إن عملية الاتصال الداخلي يفترض أن لا تتم بصورة عشوائية، هي عملية منظمة و واسعة النطاق و مركبة ومتداخلة، و لذلك يجب أن تتم وفق أسس و قواعد و أنظمة و مبادئ محددة، كما أنها تحتاج إلى أنظمة وسياسات و أدوات و مهارات متنوعة.

1. شبكات الاتصال الداخلي

تقوم المؤسسات مهما كانت طبيعة عملها بتأمين شبكة الاتصالات التي تربط مختلف أقسامها وفروعها ببعضها البعض بطريقة تؤدي إلى الانسجام في عملها والسرعة في أداء هذا العمل للسهولة فيه ، مما يجعل الإدارة قادرة على السيطرة على سائر أطراف الاتصال في المؤسسة بصورة معينة من الاتصال المستمر والمباشر.

¹ ربحي عليان مصطفى، مرجع سابق، ص78

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

وقد تعددت المفاهيم المعطاة لمعنى الشبكات ، لأنها ليست محصورة في مجال الاتصال وإنما أصبحت في كافة جوانب الحياة ، نذكر من تلك المفاهيم ما يلي¹ :

- التفاعل بين أكثر من وحدة أو مصدر للمعلومات؛
- هي تنظيم منسق لوحدات منفصلة ومتداخلة بغرض تحقيق بعض الأهداف بكفاءة أكبر مما لو تم تحقيقها بواسطة أية وحدة من الوحدات المنفردة.

ومنه فالشبكة هي تنظيم يجمع بين فردين أو أكثر تقوم على أساس تبادل المعلومات بشكل منظم عن طريق الاتصال لتحقيق الأهداف المسطرة ، وتكمن أهمية الشبكات في قدراتها على حل المشكلات المتعلقة بالاتصالات والمعلومات وخدماتها المختلفة.

أما شبكات الاتصال داخل المؤسسة ، فهناك من يقسمها إلى قسمين : "مركزية ولا مركزية" وهناك من يقسمها إلى الشبكات المفتوحة العضوية ، وشبكات القطاع العام والخاص ، محلية ووطنية، إقليمية ودولية وذلك حسب حاجة الجهاز وطبيعة عمله، وهناك من يضيف إلى الشبكات المركزية واللامركزية وشبكات مختلطة وشبكات تحت إشراف مركزي².

الشبكات المركزية: تعرف المركزية بأنها تجمع صلاحيات إتخاذ القرارات في إدارة بين شخص وعدد محدود من المديرين ، أي أن المدير هو الذي يملك حق إتخاذ القرارات وفرضها على الآخرين والشبكة المركزية تتألف من مركز رئيسي ونقاط اتصال فرعية تمثل الجهات المختلفة المشتركة في الشبكة . ومعنى ذلك أن كل الأطراف عليها أن تلجأ إلى المركز في أي عمل تقوم به، باعتبار أن المركز يملك الحق في توجيهه وإتخاذ القرارات. وتعمل هذه الشبكة في المؤسسة على تخفيض تكاليف الاتصالات الإدارية من قوى

¹عبد الله بن إبراهيم العمار وآخرون، واقع الاتصالات الكتابية في الأجهزة الحكومية، مكتبة فهد الوطنية، الطبعة الأولى، الرياض، 1995، ص30

²عبد الله بن إبراهيم العمار وآخرون، مرجع سابق، ص30

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

عاملة وآلات ومعدات وتجهيزات وغيرها، كما يساعد على الاستخدام الأمثل للعاملين ويقلل من ازدواجية العمل من خلال الأدوار وربط كل عامل بالمركز التابع له.

من أبرز عيوبها: الحد من فرصة الاتصال بين الأطراف أو الفروع فيما بينها مباشرة دون الاتصال مع المركز، وهذا ما يعيق وصول الرسائل للجهة التي تخصها بالإضافة إلى احتكار لكل الإمكانيات المادية والتقنية وسيطرته على الإمكانيات البشرية لخدمة الأطراف الأخرى¹.

وبالرغم من عيوبها إلا أن لها مميزات تتمثل فيما يلي:

- سهولة التنسيق وتوحيد السياسات والممارسات في الإدارات المختلفة،
- صحة القرارات المتخذة نتيجة إستغلال الخدمات الإستشارية المتخصصة؛
- تكوين فريق متعاون مع متخذي القرار على مستوى الإدارة العليا؛
- عدم حدوث ازدواجية في القرارات،
- توحيد النماذج والأشكال والمعاملات والأوراق في إدارات وأقسام المؤسسة.²

2. أساليب الاتصال الداخلي

لكل مؤسسة ولديها وسائل اتصالية خاصة بها تعتمد عليها في نقل واستقبال المعلومات المختلفة وهناك عدة وسائل في الاتصال الداخلي للمؤسسات وهي كالتالي:³

¹ عبد الله بن إبراهيم وآخرون، مرجع سابق، ص31

² المرجع نفسه، ص31

³ محمد علي شمس الدين وإسماعيل محمد الفقي، السلوك الإداري مدخل نفسي اجتماعي للإدارة التربوية، ط1، الأردن، دار الفكر،

2007، 276

1/ الوسائل المكتوبة:

يتم الاتصال الكتابي عن طريق الكلمة المكتوبة التي يصدرها المرسل إلى المستقبل ويمكن القول عنها بأنها القنوات الأكثر دقة في نقل المعلومات وعليه لا بد أن يتم الاتصال الكتابي بالبساطة والوضوح والدقة و يتم ذلك بوسائل أهمها:

- أ. **التقرير:** يحرر من طرف مسؤول داخل المؤسسة ويكون مكتوبا بعد عقد اجتماع عمل أو اجتماع إعلامي، يعمل على توصيل المعلومات من المشاركين في الاجتماع إلى بقية المستخدمين وبهذا يتم الخروج بمقترحات للمشاكل المطروحة في المؤسسة.
- ب. **الإعلان:** من الوثائق الداخلية التي تستعملها المؤسسة في تعليماتها الضرورية للسير الحسن لمصالحها والإعلان هو وثيقة رسمية تحمل إمضاء أو تاريخ.
- ت. **المذكرة:** هي المعلومات او التعليمات الإدارية الموزعة على عدد كبير ومحدد من المسؤولين وتتعلق **بتنظيم العمل، الأجر، الحوافز الاجتماعية و عامة المدونة الإعلامية** هي كل ما يتعلق بتغيير جديد في المؤسسة.
- ث. **دليل المنظمة:** ويشمل على نبذة عن المنظمة وتطورها ونشاطها وإدارتها والممارسات الادارية البارزة التي تعد منبع فخرها ومواعيد العمل والانجازات وكل ما يهم العاملين في المؤسسة.

2/ الوسائل الشفوية:

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

- أ. الاجتماعات: وسيلة تشجع الحوار المباشر وتبادل المعلومات بين أطراف الاجتماع ونميز بين نوعين من الاجتماعات: اجتماع تبادل الخبرات والاجتماع الإعلامي.
- ب. المحاضرات: وهي لقاءات تنظمها الإدارة بمشاركة إطارات المؤسسة أو شخصيات من خارجها.
- ت. الهاتف: يعتبر الاتصال الهاتفي من الوسائل الهامة في الوقت الحاضر ويتميز هذا الأسلوب من انخفاض تكلفته فهو سيد الاتصالات الشفوية بدون منازع.
- ث. المقابلة: تكون بالاتصال المباشر بين الأشخاص وهي مبنية على الحوار.
- ج. الوسائل التكنولوجية: وهي التي تجمع بين الصوت والصورة بفضل التقدم التكنولوجي وظهور تقنيات متطورة في مجال الإعلام والاتصال.¹

¹ محمد علي شمس الدين وإسماعيل محمد الفقي، مرجع سابق، ص 277

المبحث الثاني: المؤسسة الإعلامية

المؤسسات الإعلامية هي مؤسسات تقدم خدمات لمختلف الجماهير وفي عدة مجالات اجتماعية واقتصادية وثقافية وهي نظام اجتماعي يقوم على عمل مشترك بغرض تحقيق أهداف محددة سابقا. وبهذا الصدد سنتطرق في هذا المبحث الى ماهية المؤسسة الإعلامية في أول مطلب، تعريجا الى دورة حياتها ونشاطها في ثاني مطلب.

المطلب الأول: ماهية المؤسسة الإعلامية

1 مفهوم المؤسسة الإعلامية وخصائصها

أولا: مفهوم المؤسسة الإعلامية

ينطبق مفهوم المؤسسة على المؤسسة الإعلامية إلا أنها تختلف في طبيعة عملها والذي هو الإعلام إلى جانب أنها تحتاج إلى مهارات صناعية ومهارات إدارية إلى جانب المهارات الإعلامية المتخصصة مثل (البرامج، المونتاج، التصوير، الإرسال الإذاعي، التحرير الصحفي، الإخراج) وهي إما أن تكون مؤسسة صحفية وإذاعية أو تلفزيونية¹.

ويمكن أيضا تعريف المؤسسة الإعلامية بأنها مجموعة من الأفراد القائمين بالوظائف والجهود في مؤسسة ويمتلكون القدرة على التسيير، وتقوم الإدارة على ما يسمى بالتسلسل الهرمي للسلطة والقيادة، مهامها هي جمع الحقائق من الواقع في مختلف المجالات وعرضها للجمهور².

¹ قصعة خديجة، دور الوسائط الالكترونية في حفظ ارسيف-المؤسسات الإعلامية-التلفزيون الجزائري دراسة حالة، رسالة

ماجستير، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2009، ص13.

² محمد جيلالي بونعامة، مظاهر التغيير التي تعيشها المؤسسات في ظل الوسائط الجديدة، مجلة كلية الفنون والاعلام، الجزائر،

العدد الاول، 2015، ص 64.

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

فالمؤسسة الإعلامية هي تنظيم يجمع أشخاص ذو كفاءة عالية ومنتوعة لها طابع قانوني واجتماعي تعمل على صيانة ثقافة المجتمع ونقلها إلى الأجيال القادمة وفق قيم أخلاقية وقواعد سلوكية مبنية على اقتناع الجمهور بها. كما أن لها بعدين، بعد معنوي يتعلق بمضمون الرسالة الإعلامية، وبعد مادي يتعلق بتحويل الإعلام إلى صناعة ذات ربح مادي.¹

في تعريف آخر هي كيان اجتماعي منسق بحدود واضحة نسبيا، يمارس وظائف اتصالية على أسس مستمرة من أجل تحقيق أهداف محددة².

"وتعرف أيضا على أنها مجموعة من النشاطات المتميزة يقوم بها أشخاص يؤدون بعض الأدوار وفقا لبعض القواعد، وتتميز المؤسسة الإعلامية بأنها تم بإنتاج وتوزيع المعرفة (كالإعلان والثقافة) وتعتبر همزة وصل بين أفراد المجتمع، حيث توفر قنوات تربط بين الناس وتربط كل فرد. كذلك تقتصر المؤسسة الإعلامية على المجال العام لأن القضايا التي تعالجها هي قضايا عمومية (حيث لا تعالج مسائل شخصية)، التي يلتف حولها الرأي العام.³

ثانيا: خصائص المؤسسة الإعلامية

تتمثل خصائص المؤسسة الإعلامية فيما يلي:⁴

- منظمات موجهة بالمعلومات أي تعتمد عليها اعتمادا كاملا .
- منظمات عضوية من خلال التفاعل مع جماهيرها.

¹ جما محمد أبو شنب، السياسات الإعلامية، دار المعرفة، القاهرة، 2008، ص 84

² عبد الفتاح الكنعان، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 12

³ محمد منير حجاب، مدخل للصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 13

⁴ عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 14

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

- مؤسسات رشيقة تعتمد على قليل من الكفاءات وبمهارات عالية وتسعى إلى تقليل المصروفات .
- زيادة درجة التعقيد وخاصة من حيث التنوع في مهارات مستوى الحرفية وتتسم بالتنوع في المهارات دون تشابه فيها.
- التحول من الهياكل الرأسية التقليدية طبقاً للوظائف والمسؤوليات إلى الهياكل الأفقية طبقاً لفرق العمل الحرة في التصرف والتعاون فزادت أهمية الخبرة والمعرفة.
- تسعى للتعلم المستمر من حيث التكنولوجيا والمتغيرات العصرية والثقافات المتباينة فيزداد عندها رأس المال الفكري والمعرفة .
- الميل إلى التحالفات أو الاندماج بغرض المنافسة.
- أنها مؤسسات ثقافية خدماتية بالدرجة الأولى .
- أن العمل الثقافي هو منبع لوسائل الاتصال.

2 أهداف ووظائف المؤسسة الإعلامية

أولاً: أهداف المؤسسة الإعلامية

المقصود بأهداف المؤسسة هي تلك النتائج التي تطمح المؤسسة إلى تحقيقها بجهد أفرادها وإمكانياتها المتاحة وعلى سببي المثال: فإن محطة الإذاعة في بلد نام تسيطر عليها الحكومة وتوجهها، وتهدف في العادة إلى ربط الإذاعة بالتنمية الشاملة للمجتمع يمكن ان يكون لها جملة من الأهداف يمكن ذكرها كالتالي:¹

¹ محمد فريد عزت، ادارة المؤسسات الاعلامية، د ط، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1994 ، ص23

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

- لتحفيز الجمهور ولتحريك البلد سياسيا تجاه وحدة قومية أو لتثير الجمهور ضد غدر خارجي او لتحفيز جماعة من اجل نشاط تنموي ذاتي
- لترشيد الجمهور حول الخدمات الاجتماعية المتاحة، وتعلن عن إحداه هامة تهم الجمهور
- لتعليم الجمهور حيث يمكن أن تقدم برامج تعليمية غير رسمية فيما يتعلق بحقول مهارات المعرفة أو حقول مهارات العمل
- لتغيير السلوك وخاصة بالنسبة للأماكن الريفية المعزولة
- الترفيه والتسلية.

ثانيا: وظائف المؤسسة الإعلامية

- تطلع المؤسسات الإعلامية لوظائف أساسية، بعدها نشاطا فرديا وجماعيا، يشمل كل الأفكار والحقائق والبيانات والمشاركة فيها، وهذه الوظائف تتمثل في الآتي:
- الوظيفة الإعلامية والإخبارية:** وتتمثل في جمع الأنباء والرسائل وتخزينها ومعالجتها ونشرها والبيانات والصور والحقائق والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والقومية والدولية، والتصرف تجاهها عن علم ومعرفة، والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات الصائبة .
- وظيفة التنشئة الاجتماعية:** وتتحصر هذه الوظيفة توفير رصيد مشترك من المعرفة يمكن الأفراد من أن يعملوا كأعضاء ذوي فعالية في المجتمع الذي يعيشون فيه، ودعم التآزر والوعي الاجتماعيين، وبذلك تتوفر المشاركة النشطة في الحياة العامة.

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

وظيفة خلق الدوافع: ويقصد بذلك أن المؤسسة الإعلامية تسهم في دعم الأهداف المباشرة والنهائية لكل مجتمع، وتشجيع الاختبارات الشخصية والتطلعات ودعم الأنشطة الخاصة بالأفراد والجماعات، والتي تنتج نحو تحقيق الأهداف المتفق عليها.

وظيفة الحوار والنقاش: يسهم الإعلام في توفير وتبادل الحقائق اللازمة لتوضيح مختلف وجهات النظر حول القضايا العامة، وتوفير الأدلة الملائمة والمطلوبة لدعم الاهتمام والمشاركة على نحو أفضل بالنسبة لكل الأمور التي م الجميع محليا وقوميا وعالميا.

وظيفة التربية: تتمثل في نشر المعرفة على نحو يعزز النمو الثقافي، وتكوين الشخصية واكتساب المهارات والقدرات في مراحل العمركافة.

الوظيفة الترفيهية: وتتمثل في إذاعة التمثيليات الروائية والرقص والفن والأدب والموسيقى والأصوات والصور دف الترفيه والإمتاع على الصعيدين الشخصي والجماعي.¹

¹ جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال الوظائف الهياكل الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص09

المطلب الثاني: دورة حياة المؤسسات الإعلامية ونشاطها

1 مراحل دورة حياة المؤسسات الإعلامية

تشبه دورة حياة المؤسسة الإعلامية بدورة حياة الكائنات الحية بما فيها الإنسان، فهي تولد ثم تتطور في النشأة النمو ثم تنتهي وهناك مراحل لدورة حياة المؤسسات الإعلامية هي¹ :

مرحلة الميلاد: هي مرحلة تكوين أو تأسيس المؤسسة فتكون أهدافها غامضة، والهيكل التنظيمي بسيط، وعدد العاملين قليل، والمواد غير مستخدمة بكفاية.

مرحلة النمو: تبدأ مؤشرات الأداء في الظهور، وتستمر عملية الابتكار والتجديد، تبدأ المؤسسة في اكتساب الخبرات، واستثمار مزيد من الموارد لتلبية متطلبات النمو.

مرحلة النضج: يبدأ الهيكل التنظيمي في الاستقرار، تتضح اللوائح والقواعد والإجراءات الخاصة بالعمل، زيادة الاهتمام بالكفاءة والاستقرار، يزيد نماء الهيكل التنظيمي، القرارات تكون مركزية، تتشكل لدى المؤسسة مجموعة من المهارات .

رحلة الجمود: مرحلة يصاب فيها الهيكل بعدم المرونة والتعقيد ويميل إلى التلقائية تنخفض معدلات الابتكار إلى الحد الأدنى، وتبدأ مؤشرات الأداء في الثبات والانخفاض التدريجي وتكون للمؤسسة ثلاث بدائل :بتجديد دماء المؤسسة وتعني تبني سياسات مبتكرة في كل المجالات بغرض استعادة نموها. والحفاظ على الحد الأدنى من معدلات البقاء وقد تطول الفكرة أو تقصر .

مرحلة التدهور: تبدأ الجماهير في التناقض نتيجة المنافسة وتوسع الإدارة لاستعادة التقويروى روبين أيضاً أن المؤسسات ليست لها نطاق حياة موروث وإنما هناك عوامل تتحكم في حياة المؤسسة الإعلامية هي :

¹عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص57

- منظمين لهم رغبة في البقاء الفعال
- وضع خطط وأهداف طويلة وقصيرة المدى
- وضع هياكل تنظيمية مرنة وفاعلة
- التكيف مع البيئة

2 نشاط المؤسسات الإعلامية

إن نشاط أي مؤسسة هو ثمرة الجهد الإنساني سواء كان عقليا أو عضليا، و يرتبط نشاط أي مؤسسات ولذا فإن محصلة النشاط من المنتظر أن تكون ثمرة النتائج التي تطمح إليها المؤسسة من خلال أهدافها المعلنة.

وفي المجال الإعلامي فإن نشاط المؤسسة الإعلامية يختلف بالوسائل وإن كان يتفق بالأهداف ذلك أن الطبيعة التقنية لكل وسيلة إعلامية تفرض شكلا مختلفة بعضها عن البعض الآخر.¹

فطبيعة الجريدة اليومية تختلف عن المجلة وعن الكتاب ومن ثم فإن هذه الوسائل الإعلامية تختلف فيما بينها اختلافات في الدرجة وإن اتفقت في الهدف كذلك فإن هذه الرسائل المطبوعة تختلف عن البرامج الإذاعية أو التلفزيونية وإن كانت تلتقي في الهدف.

والنشاط في أي مؤسسة ليس شكلا واحدا من الأعمال بحيث يؤدي كل موظف فيها واجبة حسب تخصصه مهما نظر إلى هذه الوظيفة من منظار الأهمية أو الاحترام أو عدمهما وإن رؤية نشاط المؤسسة على اعتبار أنه عمل تكاملي يتيح فرصة لتأدية كل عامل لدوره بكفاءة مع إحساس بالمسؤولية والتقدير له.

¹ مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات صناعة الاعلام، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص72

الفصل الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة الإعلامية

وهناك نشاطات أخرى للمؤسسة الإعلامية نذكر منها :

نشاط صحفي: ويقوم به الكتاب والصحفيون والمراسلون والرسامون .

نشاط صناعي: ويتمثل في تشغيل ماكينات الطباعة وأجهزة الجمع وماكينات التصوير والتجليد ويتولاه المهندسون والفنيون والعمال .

نشاط تسويقي: ويتمثل في بيع المساحات الإعلانية وتوزيع الصحف والمجلات ويتولاه خبراء في التسويق والعلاقات العامة .

نشاط مالي وإداري: ويتولاه المحاسبون والإداريون¹.

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق ، ص72

خلاصة الفصل:

وما يمكن قوله في نهاية هذا العرض أن العالم يمر بمرحلة تكنولوجية اتصالية جديدة لتحقيق الهدف النهائي وهو خدمة وتطوير حياة الإنسان، على اعتبار أن التكنولوجيا الحديثة هي تلك التي تستفيد من الابتكارات في ميدان العلم والتقنية، لهذا فإن صفة الحداثة تبقى صفة مؤقتة، فبعد سنوات قليلة ستصبح هذه التكنولوجيات والتي تتعلق بشبكة الانترنت والهندسة المعلوماتية، والعمل التعاوني عن بعد والإدارة الإلكترونية ستصبح بعد سنين قليلة من الأمور العادية، وبالتالي يجب على كل دولة تخطيط سياستها لمواكبة التحديثات المستقبلية، ولا يفوتنا التفكير أن التحديث سيضمحل التحديث في الخصائص وكذا في التأثيرات وبالتالي لا بد من تبني برامج ناجحة من شأنها دراسة مشاريع التبنى من أجل التحديث على قاعدة متينة.

كما أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أضحت ضرورة حتمية في كل مؤسسة باختلاف أنواعها ونشاطاتها. نظرا لما تحمله من تقنيات وأساليب سهلت من عملية الاتصال بين أفراد المؤسسة الواحدة، فلا يمكن للموظفين والمدراء تأدية مهامهم بشكل جيد ما لم يكن للاتصال الداخلي فعالية من خلال أنظمة اتصالات جيدة بالمؤسسة، لأن إهمال الاتصال الداخلي قد يؤثر على أداء الموظفين وبالتالي مردودية المؤسسة.

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية بمؤسسة التلفزيون

العمومي الجزائري

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية بمؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري

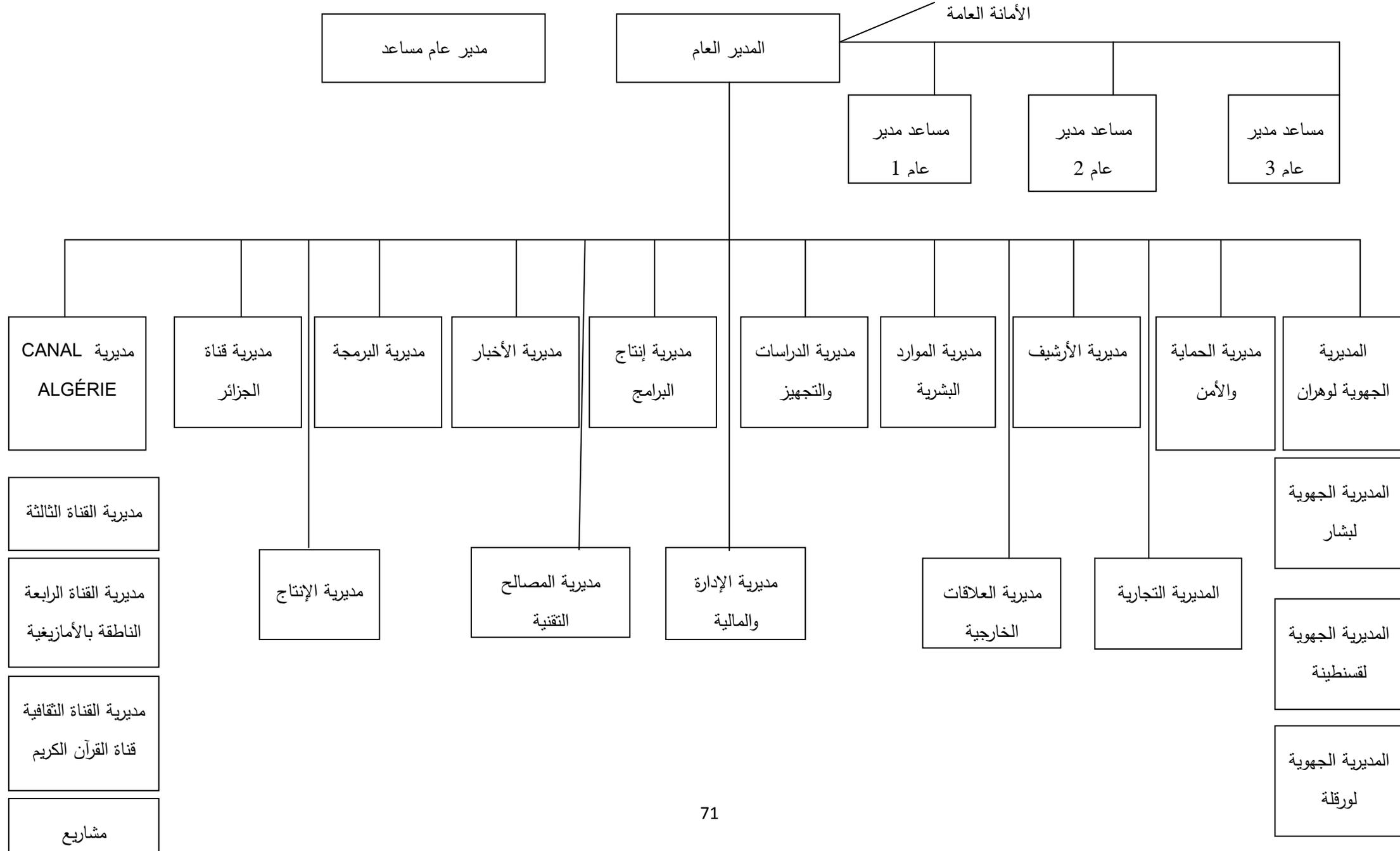
- تقديم مؤسسة التلفزيون
- تحليل و تفسير البيانات
- النتائج العامة للدراسة
- اقتراحات وتوصيات

تمهيد

تعد التكنولوجيا الحديثة احد مجالات الحياة المهمة والمجال الإعلامي بشكل خاص جدا، مما فرض وجودها على الساحة الإعلامية، وعليه فإن تسليط الضوء على التكنولوجيات الحديثة وخصائصها وكذا استخداماتها دخل مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري هو احد المواضيع المهمة والضرورية في الوقت الراهن، وهو ما تناوله في الجانب النظري من هذه الدراسة وبالتالي سنقوم باستعراض الجانب التطبيقي من الدراسة والذي كان بأحد المؤسسات الإعلامية الجزائرية، والتي تتمثل في مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري، والتي تتوافق بشكل أساسي مع موضوع دراستنا، اذ تتوافق هذه الدراسة مع الموضوع بشكل تام من ناحية استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، غير ان الحصول على الموافقة لبدء الدراسة كان صعبا نوعا ما وهذا بالنظر لطبيعة العمل الإعلامي والأشغال التي يقوم بها الإعلاميون إضافة الى الضغوطات الإدارية في كافة المؤسسات الجزائرية.

بعد التطرق الى الجانب النظري لموضوع بحثنا إضافة إلى وضع الإجراءات المنهجية و الميدانية اللازمة للدراسة و تحديد المقاربة العلمية التي تم اعتمادها في الدراسة و كذا بعد استرجاع الاستثمارات التي تمت الإجابة عنها و تفرغ البيانات من أجل الإجابة عن التساؤلات التي تم طرحها في بداية البحث و لأجل نفي أو إثبات الفرضيات .

1- الهيكل التنظيمي الحالي لمؤسسة التلفزيون الجزائري



2- التعريف بمؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري

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

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

تم بسط السيادة على المؤسسة الوطنية للتلفزيون في 28 أكتوبر 1962 .

عرفت عدة تحولات إلى مؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني ثم إلى مؤسسة الإذاعة و التلفزيون إلى غاية صدور المرسوم رقم 86-147 المؤرخ بـ 01 جويلية 1986، والذي بموجبه أنشأت المؤسسة العمومية للتلفزيون حيث يتواجد مقرها بـ 21 شارع الشهداء الجزائر العاصمة. فهي مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري، تملك الشخصية المعنوية و تأخذ وزارة الاتصال على عاتقها مسؤولية تسييرها وتحديد ميزانيتها.

يضمن التلفزيون الجزائري التغطية على كامل التراب الوطني و هذا من أجل الوصول بأهدافه الاجتماعية و الثقافية إلى كل شرائح الجزائر العميقة، إذ تتركز اهتمامات التلفزيون الجزائري كقناة عمومية على البرامج المتنوعة ذات البعد الوطني و المحلي في الدرجة الأولى، و كذا المجتمع الدولي و مختلف قضاياها الراهنة، التي تحرص أن تقدمها إلى الجمهور الجزائري بشفافية كاملة.

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

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

3- النشأة ومراحل التطور

إن إقامة إعلام وطني كان لابد من أن يمر عبر النظر في مختلف التشريعات والنصوص الإعلامية الفرنسية التي كانت تسيطر القطاع السمعي ال بصري وقد كشفت بصرحة غداة الاستقلال عن تناقضها مع طبيعة المرحلة ومع تطلعات المجتمع الجزائري الجديد والدولة الجزائرية الجديدة بالإضافة إلى ضرورة إعادة بناء الإعلام بصفه عامة والقطاع السمعي البصري بصفة خاصة وتدعيم مختلف البني القاعدية والتوسع فيها بالشكل الذي يساعد على خدمة أهداف الأمة وفي مقدمتها القضاء على التخلف وتحقيق التنمية مع إعادة هيكلة مختلف مؤسسات الإعلام بالشكل الذي يسمح لها بالانخراط في المجهود الوطني وتحقيق أهداف المجتمع في إعلام وطني مستقل عن ما كان يسييره فقط أنماط الاستعمار الفرنسي بحيث يكون له القدرة على التعبير عن اهتمامات الدولة المسلطة ورغباتها الإعلامية¹.

المرحلة الأولى: 1962-1965

هذه المرحلة رغم قصرها فإنها كانت بمثابة الإرهاصات الأولى لإقامة إعلام وطني يستجيب الحاجيات المواطن والوطن، ويساهم كغيره من القطاعات الأخرى في مسيرة التنمية وأهم ما يميز هذه المرحلة هو العمل على تحرير الإعلام من السيطرة الفرنسية من حيث الملكية والإدارة والإشراف.

¹كويب حفصة، طور قطاع السمعي البصري في الجزائر، 2: 73-3125 نظرة تاريخية قانونية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، ص41-42.

المرحلة الثانية: 1965 - 1976

تميزت هذه المرحلة بإصدار مراسيم جديدة في مجال الإعلام، وألغى بالقوانين الفرنسية التي كانت تنظم النشاطات الإعلامية التي تم تمديد العمل بها بعد الاستقلال لأسباب طرفية ففي عام 1967 تم إلغاء سيران النصوص الفرنسية في مجال الإعلام التي مدد سريان مفعولها بموجب القانون 62-157 الصادر في ديسمبر، وقد عبر رئيس مجلس الثورة هواري بومدين " عن أسباب إلغاء القوانين التنظيمية الجزئية التي تمس جميع القطاعات الإعلامية، فالسياسة الإعلامية التي اتبعت خلال هذه المرحلة تميزت بالكثير من الغموض على الصعيد القانوني أو على الصعيد الميداني، إذ أنه إلى غاية 1976 لم يكن هناك قانون للإعلام ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية كما في ذلك

القطاع السمعي البصري وهذا الفراغ القانوني كانت له انعكاسات سلبية من غير شك على نشاط وسائل الإعلام، الأمر الذي جعل أحد المختصين يصف هذه المرحلة بالسبات الشتوي *La période d'hibernation*.

المرحلة الثالثة: 1976 - 1990

شهدت هذه المرحلة بداية الاهتمام الفعلي بقضايا الإعلام ووسائله ومنها وسائل الإعلام السمعية البصرية، خصوصا في استكمال بناء مختلف المؤسسات والهيكل السياسية والاقتصادية وبدأت المعالم السياسية والإعلامية في القطاع تتضح مع صدور الميثاق الوطني عام 1976، حيث أشار إلى الدور الاستراتيجي لوسائل الإعلام في خدمة أهداف التنمية، كما دعا إلى ضرورة إصدار قوانين وتشريعات تحدد تحديدا سليما دور الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما في مختلف المشاريع الوطنية، والاهتمام بالتكوين في مجال الإعلام، وتوفير الإطار الإعلامية اللازمة المواكبة الخطط التنموية وإشباع مختلف حاجات الجماهير في إعلام موضوعي وحيد وعرفت بداية الثمانينيات مناقشة أول مشروع لملف السياسة الإعلامية في الجزائر منذ الاستقلال، وتم تحديد بأن

مفهوم الجزائر للإعلام جزء لا يتجزأ عن السلطة السياسية المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني وأداة من أدواتها في أداء مهمات التوجيه والرقابة والتنشيط ، وتم تحديد وظائف الإعلام في المجتمع الجزائري على النحو التالي:

- التربية والتكوين والتوجيه.

- التوعية والتجنيد.

- التعبئة.

- الرقابة الشعبية.

- التصدي للغزو الثقافي.

كما عرفت المرحلة صدور أول قانون للإعلام في الجزائر عام 1982 في ظل الحزب الواحد ضمن الخطوط العامة للميثاق الوطني ودستور عام 1976.

المرحلة الرابعة: 1990 - 2007

بدأت هذه المرحلة منذ 1990 بصدور الدستور الجديد نص في مادته 40 على التعددية وحرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي (الأحزاب)، وتميزت هذه المرحلة بصدور العشرات من الصحف خاصة بعد صدور قانون الإعلام لعام 1990، والذي أكد على حرية إنشاء العناوين الصحفية المستقلة إلا أن قطاع السمعي البصري ومنه التلفزيون بقي تحت ملكية ووصاية الدولة.

وصدر منذ 1990 مشروعان تمهيديان القانون الإعلام سنة 1998 وسنة 2002 وقد تناولوا القطاع السمعي البصري بشيء من التوسع والتركيز، ولكن يبدو أن حساسية القطاع وخاصة التلفزيون جعل الدولة مترددة في تحريره وفتحه للاستثمارات الخاصة والمستقلة بعدم إصدار قانون جديد للإعلام.

4- التنظيم الإداري:

لمحة تاريخية:

في فترة الاستعمار: تحمل اسم مؤسسة الإذاعة والتلفزة الفرنسية.

المرسوم رقم 67- 243 أكتوبر 1962: مؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني ثم إلى مؤسسة الإذاعة والتلفزيون.

المرسوم رقم 86- 147 جويلية 1986: المؤسسة العمومية للتلفزيون.

المرسوم الوزاري المؤرخ في 01 جويلية 1987: بعد إعادة الهيكلة المؤسسة الأم إلى 04 مؤسسات: 1- المؤسسة الوطنية للتلفزة، 2- المؤسسة الوطنية للإذاعة، 3- المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزي، 4- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري.

عرفت المؤسسة الوطنية للتلفزة أهم التحولات بعد صدور المرسوم التنفيذي لسنة

1991 رقم 91- 101 الذي ينص على أن:

1- المؤسسة الوطنية للتلفزة تصبح مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري وصناعي

.EPIC

3 وظائف الخدمة العمومية للمؤسسة يحددها دفتر المهام الذي يحدد واجبات

المؤسسة وأهمها المتعلقة بالتعبير عن كل التيارات الفكرية، ووجهات النظر في

ظل احترام مبدأ العدالة في الطرح والشفافية والحرية¹.

5- مهام ووظائف المؤسسة الوطنية للتلفزيون:

طبقا للمرسوم التنفيذي 91-101 فإن المؤسسة وباعتبارها الخدمة العمومية فإنها

تتضمن كل النشاطات كالإعداد والإثراء والإنتاج والتوزيع للبرامج من كامل التراب الوطني

¹ سلامي اسعيداني، فقيري ليلي، التجربة الجزائرية في ملكية وسائل الاعلام السمعي بصري، التلفزيون الجزائري

ENTV نموذجا، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، ص8.

لأجل غايات محددة في الإعلام والتثقيف والترفيه، وعلى المؤسسة ضمان تعددية واستقلالية المعلومة (الإعلام) وتشجيع الاتصال الاجتماعي من قبل الحكومة والهيئات التابعة لها وعليه فإن المؤسسة وفي نفس الإطار يجب أن تقوم بالمهام والوظائف الآتية:

- تغطية كل نشاطات الحكومة.
- تغطية الحملات الانتخابية.
- نقل مناقشات البرلمان.
- تغطية نشاطات الأحزاب السياسية والجمعيات والنقابات.
- بث وتغطية البرامج ذات الطابع الثقافي والديني.
- بث البرامج ذات الطابع المتخصص في الأحوال الجوية.
- إضافة إلى الأشرطة الوثائقية، والتحقيقات المتعلقة بمختلف جوانب الحياة الوطنية والدولية، ويلزم كذلك دفتر الشروط ومرسوم المؤسسة بأن تبث على الأقل جريدين مصورتين في اليوم.
- في مجال البرمجة، فسواء كانت البرمجة منتجة من قبل المؤسسة أو إنتاجا مشتركا أو مستوردا، يجب أن تكون متنوعة وموجهة إلى جميع شرائح الجمهور.

الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية:

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية، حيث سنقوم بتبيان حدود الدراسة، كما إننا سنقوم بشرح كيفية إعداد وبناء أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان، وهذا بتبيان مجتمع وعينة الدراسة وتبيان الأداة المستخدمة لجمع البيانات والأساليب المستعملة في معالجة البيانات التي تم جمعها.

حدود الدراسة.

تم انجاز هذا البحث ضمن الحدود والأبعاد التالية:

الحدود المكانية:

شملت الدراسة التطبيقية مؤسسة التلفزيون الجزائري بالقناة السادسة ، حيث تم اختيارها كمحل للدراسة الحالية في محاولة لدراسة أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي بمؤسسة إعلامية.

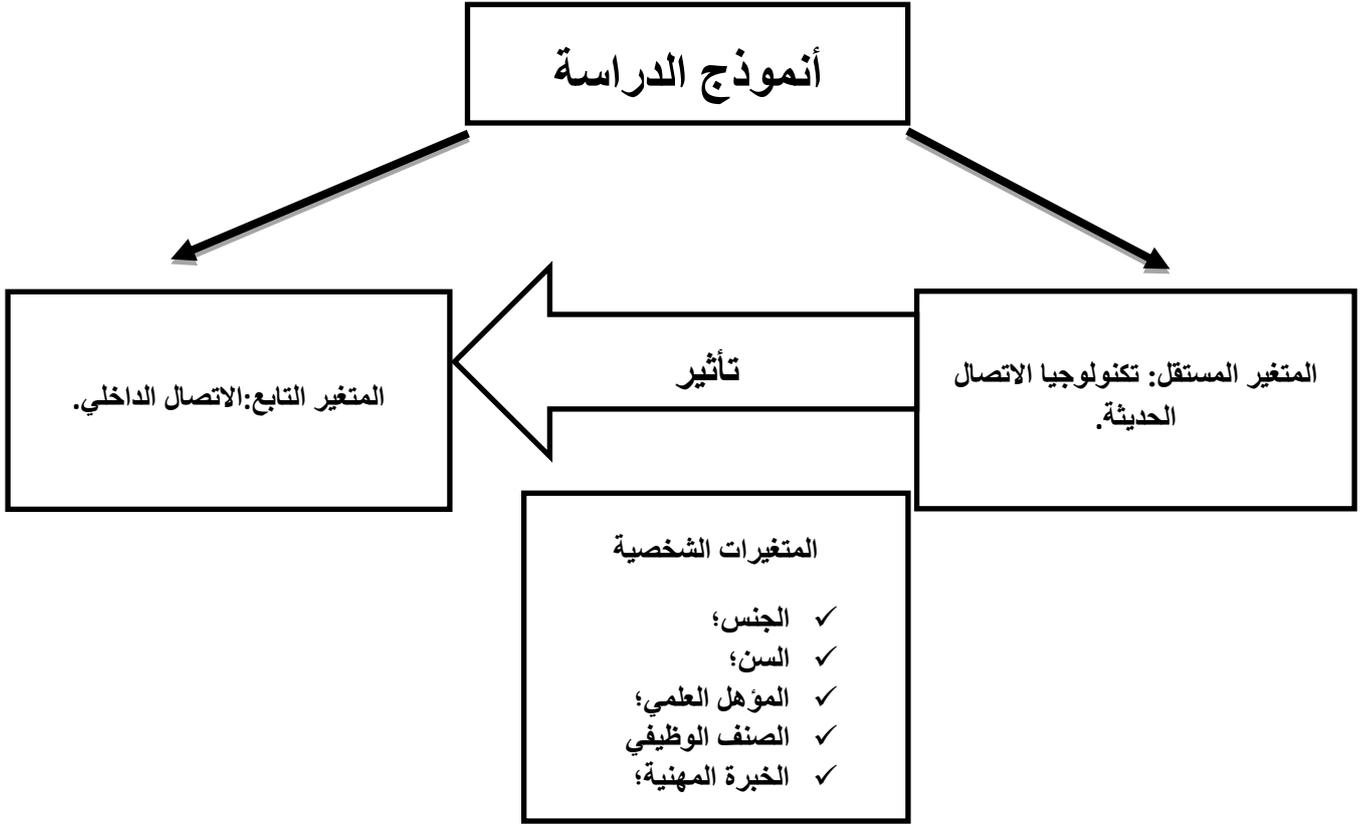
الحدود الزمانية:

امتدت الدراسة المنجزة من 3 إلى 25 أبريل 2024

الحدود العلمية:

يتمثل البعد النظري للدراسة في الجوانب الفكرية والمعرفية لكل تكنولوجيا الاتصال الحديثة و الاتصال الداخلي بمؤسسة إعلامية ، وبحيث بناء على مضمون مشكلة الدراسة وأهدافها وفرضياتها، واعتمادا على الدراسات السابقة والأدبيات المتعلقة بموضوع الدراسة، فقد تم تصميم نموذج فرضي يوضح العلاقة المنطقية بين متغيرات الدراسة تعبيرا عن الحلول المفترضة للإجابة على الأسئلة البحثية، ويبين الشكل رقم 01 أنموذج المستخدم في هذه الدراسة.

الشكل رقم (II-01): يوضح أنموذج الدراسة.



متغيرات الدراسة: المصدر: من إعداد الطلبة

✓ المتغير المستقل: وهو

✓ المتغير الذي نريد قياس أثره على المتغير التابع بحيث يتمثلي استخدام تكنولوجيا

الاتصال الحديثة

✓ المتغير التابع: وهو المتغير الذي نريد قياس مدى تأثيره بالمتغير المستقل والمتمثلي

في الاتصال الداخلي

المتغيرات الشخصية: في هذه الدراسة تم الاعتماد على بعض الخصائص الديمغرافية

شملت: الجنس، السن، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي، سنوات الخبرة المهنية.

1. أداة الدراسة.

اقتصرت الدراسة على الاستبيان الذي يعتبر كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة، ولتحقيق أهداف الدراسة ومعرفة أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي بمؤسسة اعلامية، قمنا بإجراء دراسة تطبيقية على مستوى مؤسسة التلفزيون الجزائري، وقد استهدفت هذه الدراسة مجموعة من الموظفين في المؤسسة محل الدراسة، بحيث قمنا بصياغة استبيان والذي يتكون من جزأين:

الجزء الأول: يتضمن البيانات الشخصية للمستجوبين والتي تتمثل في: الجنس، السن، المؤهل العلمي المسمى الوظيفي، الخبرة المهنية؛

الجزء الثاني: يضم متغيرات الدراسة.

يضم هذا العنصر مجمل المحاور التي شكلت أداة الدراسة الممثلة في الاستبيان وهي كالآتي:

المحور الأول: استخدام تكنولوجيا الاتصال بمؤسسة التلفزيون ويتكون من (10 عبارات)؛

المحور الثاني: تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي بمؤسسة التلفزيون (15 عبارة)؛

حيث تم استخدام مقياس ليكارت الثلاثي لقياس درجة إجابات المستجوبين على عبارات الاستبيان حيث يعتبر هذا المقياس من أكثر المقاييس شيوعا بحيث يطلب فيه من المبحوث أن يحدد درجة موافقته أو عدم موافقته على خيارات محددة وهذا المقياس مكون غالبا من ثلاثة خيارات متدرجة يشير المبحوث إلى اختيار واحد منها وهي موضحة كما يلي:

الجدول رقم (II-01): يوضح مقياس ليكارت الثلاثي.

الاستجابة	موافق	محايد	غير موافق
الدرجة	1	2	3
مجال درجة الموافقة	1,80_1,00	2,60_1,81	3,40_2,61
	موافقة عالية جدا	موافقة متوسطة	موافقة منخفضة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على: محمد خير سليم أبو زيد. (2010). التحليل الاحصائي للبيانات باستخدام برمجية SPSS. عمان الأردن: دار جرير للنشر والتوزيع. صفحة 27.

1. الأساليب المتبعة في معالجة بيانات الدراسة.

بعد قيامنا بجمع المعلومات من الاستبيانات الموزعة قمنا بتفريغها ومعالجتها من خلال البرنامج الإحصائي الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS طبعة 25، وقد تم استخدام المعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية، لوصف بيانات العينة من حيث خصائصها؛
- المتوسطات الحسابية، لمعرفة درجة موافقة عمال البنك على كل محور من محاور الدراسة؛
- الانحراف المعياري لقياس تشتت الإجابات ومدى انحرافها عن متوسطها الحسابي؛
- اختبار الارتباط لدراسة قوة ومعنوية العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع؛
- اختبار T-Test لدراسة مدى مساهمة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي بمؤسسة التلفزيون الجزائري؛

• اختبار Anova لدراسة الفروقات

صدق وثبات أداة الدراسة.

لقياس مدى ثبات أداة الدراسة "الاستبيان" تم استخدام اختبار ألفا كرونباخ، وذلك لقياس مستوى الثبات والذي يعد أحد أهم الاختبارات الإحصائية لتحليل بيانات الاستبيان لإضفاء الشرعية عليها، حيث على ضوء نتائج هذا الاختبار يتم تعديل الاستبيان أو قبوله، ويستخدم هذا الاختبار لتحديد فيما إذا كانت أسئلة الاستبيان صحيحة على إثر أجوبة المستجوبين على الأسئلة وقياس الثبات الكلي والاتساق الداخلي لعباراته، وتكون أصغر قيمة مقبولة ألفا كرونباخ هي 0.6 وكلما تزيد القيمة تكون أفضل، فكانت قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان ولكل محور كما في الجدول الموالي :

الجدول رقم (II-02): يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان.

المحاور	الأبعاد	معامل ألفا كرونباخ
الأول	تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري (11 فقرات)؛	7790,
الثاني	تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري (14 فقرة)؛	8970,
جميع عبارات الاستبيان (25 عبارة).		7950,

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق: بالنظر إلى النتائج المسجلة في الجدول أعلاه رقم (II-02) يتبين لنا أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع محاور ومجالات الدراسة كانت مقبولة وهي تتراوح بين (0.779 و0.897)، أما قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان فقد بلغت 0,795 وهي نسبة ثبات مقبولة مما يدل على أن عبارات الاستبيان تتسم بالتناسق الداخلي وبالموثوقية وهذا ما يجعلها صالحة للدراسة والتحليل واستخلاص النتائج.

1. وصف وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية.

في هذا المبحث سنتطرق إلى الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق المتغيرات الشخصية، ومحاولة تحليل وتفسير محاور الدراسة واختبار الفرضيات، تليها مناقشة وتحليل نتائج الدراسة.

1. الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق المتغيرات الشخصية.

يتضمن هذا المطلب الوصف الإحصائي لعينة الدراسة، حيث نهدف من خلال الفرع الأول إلى التعرف على توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس، أما الفرع الثاني خصص لمعرفة السن الغالب على عينة الدراسة، فحين الفرع الثالث خصص لدراسة المؤهلات العلمية لعينة الدراسة، الفرع الرابع نهدف من خلاله إلى معرفة الوظيفة التي يتصف بها أفراد عينة الدراسة، بينما خصص الفرع الخامس لتحديد الخبرة المهنية.

الفرع الأول: توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

نهدف من خلال هذا الفرع إلى التعرف على توزيع أفراد عينة الدراسة إلى فئة الذكور والإناث كما هو موضح في الجدول أدناه:

الجدول رقم (II-03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة %
الصف	ذكر	24	60%
	أنثى	16	40%
	المجموع	40	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق والتفسير: يشير التحليل الإحصائي الوصفي لعينة الدراسة إلى أن عدد الذكور فيها يساوي 24 مفردة أي ما يعادل نسبة 60%، في حين كان عدد الإناث 16 مفردات بما يعادل نسبة 40%، إذ يتبين لنا أن إجمالي نسبة الذكور المستجوبين في الدراسة يفوق نسبة الإناث كما هو موضح في الجدول والشكل أعلاه و يعود هذا الارتفاع في نسبة الذكور إلى أن موظفي المؤسسة أغلبهم من الذكور فأغلب الإعلاميين و التقنيين و عمال الصيانة و المخرجين ذكور فالإناث غالبا لا يقومون بالعمل التقني و يقتصر عملهم على التشغيل أو التحرير .

الفرع الثاني: توزيع أفراد العينة حسب السن.

نهدف من خلال هذا الفرع إلى تحديد خاصية السن التي تتصف بها عينة الدراسة كما هي موضحة في الجدول أدناه:

الجدول رقم (II-04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن.

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية %
السن	من 23-33 سنة	18	5%
	من 34 سنة - 44 سنة	17	55.5%
	أكثر من 45 سنة	05	40%
	المجموع	20	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أفراد العينة الذين أعمارهم من 23 - 33 سنة قد بلغت نسبتهم 45% فحين الذين تتراوح أعمارهم بين 34 سنة - 44 سنة قد بلغت نسبتهم المئوية 42.5%، فحين نجد فئة الأعمار أكثر من 45 سنة بلغت ما يعادل 12.5% وهذا راجع إلى أن أغلب الموظفين في القناة من الشباب فبسبب توجه القناة السادسة و جمهورها المستهدف فإن موظفيها من الشباب مما يمنح القناة نوعا من المصداقية كما يمنح الشباب فرصة لإثبات كفاءتهم بالإضافة إلى الحصول على الخبرة.

الفرع الثالث: توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.

نهدف من خلال هذا الفرع إلى تحديد الوظيفة التي تتصف بها عينة الدراسة كما هي موضحة في الجدول أدناه:

الجدول رقم (II-05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية %
المؤهل	تقني	07	17.5%
	ثانوي	03	7.5%
	جامعي	13	32.5%
	دراسات عليا	17	42.5%
	المجموع	40	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : من الجدول أعلاه نجد أن الفئة المستجوبة التي تمتلك مستوى تقني بلغت 07 مفردات أي ما يعادل نسبة 17.5%، فحين نجد الفئة التي مستوى ثانوي بلغت 03 مفردات أي ما يعادل نسبة 7.5%، في حين نجد الفئة التي تمتلك مستوى جامعي بلغت نسبتهم 32.5% أي ما يعادل 13 مفردة، فحين الفئة التي تمتلك مستوى دراسات عليا كانت هي الغالبة على عينة الدراسة حيث بلغت نسبتهم 42.5% بـ 17 مفردة وهذا بسبب اشتراط القناة للشهادة الجامعية بالنسبة للوظائف الإعلامية كما أن العمل الإعلامي يمتاز بالصعوبات فكل من يتخصص فيه يكون على معرفة بها وهذه المعرفة تأتي من الدراسة المتواصلة للتخصص و هذا ما يفسر كون أغلب الموظفين ذوي شهادات عليا.

الفرع الرابع: توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة.

نهدف من خلال هذا الفرع إلى تحديد الوظيفة التي تتصف بها عينة الدراسة كما هي موضحة في الجدول أدناه:

الجدول رقم (II-06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة.

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية %
الوظيفة	إعلامي	15	37.5%
	محرر	13	32.5%
	تقني	12	30%
	المجموع	40	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : من الجدول أعلاه نجد أن الفئة المستجوبة التي تشغل منصب إعلامي 15 مفردة أي ما يعادل نسبة 37.5%، فحين نجد الفئة التي تشغل منصب محرر 13 مفردات أي ما يعادل نسبة 32.5%، فحين نجد الفئة التي تشغل منصب تقني 12 مفردة بما يعادل 30% وهذا بسبب طبيعة المؤسسة الإعلامية فالعمل الإعلامي هو أكثر ما يتم التركيز عليه بمؤسسة التلفزيون الجزائري و بسبب تعدد القنوات و تعدد البرامج المقدمة فإن أغلب موظفي المؤسسة من الإعلاميين و المحررين.

الفرع الخامس: توزيع أفراد العينة حسب الخبر المهنية.

نهدف من خلال هذا الفرع إلى معرفة مدة الخبرة المهنية المكتسبة لعينة الدراسة داخل المؤسسة كما هو موضح في الجدول أدناه:

الجدول رقم (II-07): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية.

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
سنوات الخبرة المهنية	أقل من 03 سنوات	09	22.5%
	من 03 سنوات - أقل من 10 سنوات	23	57.5%
	أكثر من 10 سنة	08	20%
	المجموع	40	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : من الجدول أعلاه نجد أن الفئة التي تمتلك خبرة اقل من 03 سنوات قدر بـ 09 مفردات بنسبة 22.5%، والفئة التي تمتلك خبرة من 03 سنوات -10 سنوات قدرت بـ 23 مفردة أي بنسبة 57.5%، ونجد الفئة التي تمتلك خبرة تفوق 10 سنوات قدرت بـ 08 مفردات أي بنسبة 20%، لينضح لنا أن الطابع الغالب لدى أفراد العينة الذين لديهم خبرة من 03 سنوات - 10 سنوات و يعود هذا إلى اشتراط الخبرة على الموظفين بمختلف الوظائف فحتى الموظفين الجدد بالمؤسسة لديهم خبرة لا تقل عن السنيتين في مجالاتهم و تحرص المؤسسة على توظيف الخبرات من أجل تأطير الموظفين الذين هم أقل خبرة و لتقديم أعمال متقنة لجماهيرها و للحفاظ على صورتها الجيدة و سمعتها التي تتسم بالاحترافية .

المطلب الثاني: تحليل وتفسير محاور الدراسة

قبل عرض وتحليل النتائج المتعلقة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والاتصال الداخلي بمؤسسة التلفزيون الجزائري، لابد من تحليل وتفسير محاور التي شكلت الدراسة.

بحيث نهدف إلى معرفة اتجاهات إجابات أفراد العينة ومتوسط الإجابات حول عبارات متغيرات الدراسة.

الفرع الأول: تحليل إجابات المبحوثين حول المحور الأول «استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمؤسسة التلفزيون الجزائري».

سنوضح من خلال هذا العنصر تحليل متوسط استجابة أفراد العينة، الانحراف المعياري لكل من عبارة من عبارات المتغير المستقل استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمؤسسة التلفزيون الجزائري.

الجدول رقم (II-08): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الأولى.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
01	هل تستخدم تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عملك اليومي	1,5000	,87706	موافقة عالية جدا

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة لأول بمتوسط حسابي 1.5 وانحراف معياري 0.87706 وتقابلها درجة موافقة عالية جدا مما يبين أن أفراد 87.5% من أفراد العينة يستخدمون تكنولوجيا الاتصال خلال أدائهم لمهام اليومية فهذه التكنولوجيا جزء لا يتجزأ من عملهم كتقنيين أو إعلاميين أو غيرهم فيستخدمون وسائل التكنولوجيا بشتى أنواعها كالحواسيب لتحرير البرامج أو لإنتاجها أو لتصميم الاستديوهات و الهاتف و الأنترنت من أجل التواصل و التنسيق بين الإدارات عند الحاجة و الفاكس لإرسال الطلبات أو الشكاوي...إلخ

الجدول رقم (II-09): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثانية.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
02	هل توفر المؤسسة التدريبات اللازمة لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة؟	2,0250	,15811	موافقة متوسطة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثانية بمتوسط حسابي 2.02 وانحراف معياري 0.15811 أي أن نسبة 97.5% من المبحوثين يقولون أن المؤسسة لا توفر أية تدريبات و هذا لأن المؤسسة لا تعتبر التكوين في مجال تكنولوجيا الاتصال ضروريا بالإضافة إلى أنها لا تعتمد على تقنيات معقدة و لم يشترك الموظفون من عدم قدرتهم على استعمال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عملهم فهذه المعرفة تأتي مع الخبرة و المؤسسة توظف الخبرات بالدرجة الأولى.

الجدول رقم (II-10): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثالثة.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
04	هل تعتبر أن البنية التحتية التكنولوجية في المؤسسة كافية لدعم استخدام التكنولوجيا الحديثة؟	2,0250	,97369	موافقة متوسطة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الرابعة بمتوسط حسابي 2.02 وانحراف معياري 0.15811 وتقابلها درجة موافقة متوسطة مما يبين أن 62.5% من أفراد العينة يجدون أن البنية التحتية لمؤسسة التلفزيون الجزائري كافية لاستخدام التكنولوجيا الحديثة لكنها ليست جيدة و هذا يعود لاستخدامهم اليومي و المتواصل لهذه التكنولوجيا فعلى حد قولهم إنهم يستخدمونها لإنجاز كل المهام لكن بعض الوسائل أصبحت بحاجة إلى التجديد كما أنه يجب على المؤسسة توفير المزيد من الوسائل للموظفين مثل الحواسيب التي لا تكون كافية أحيانا عندما يكون هناك الكثير من العمل الذي يجب أن يجهز في نفس الوقت.

الجدول رقم (II-11): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الرابعة.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
05	هل تستخدم وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة (البريد الإلكتروني، مواقع التواصل) بانتظام للتواصل مع الزملاء ؟	1,15	53349,	موافقة عالية جدا

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق والتفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الخامسة بمتوسط حسابي 1.15 وانحراف معياري 0.53349 وتقابلها درجة موافقة عالية جدا مما يبين أن 85% من أفراد العينة يؤكدون أنهم يستخدمون تكنولوجيا الاتصال الحديثة بانتظام خلال عمليات التواصل مع الزملاء الآخرين نظرا لما توفره من

مزايا من اختصار للجهد و الوقت كما أن المجموعات الخاصة بعمال المؤسسة على تطبيقات المراسلة تلتطف الجو و تحسن العلاقات بين الزملاء

الجدول رقم (II-12): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الخامسة.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
06	هل تشجع الإدارة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في جميع العمليات؟	2250,1	53048,	موافقة عالية جدا

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة السادسة بمتوسط حسابي 1.2250 وانحراف معياري 0.53048 وتقابلها درجة موافقة عالية جدا مما يبين أن 85% أفراد العينة يؤكدون إدارة المؤسسة تشجع على الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة خلال جميع مراحل وعمليات أداء مهامهم نظرا لما توفره من ربح للوقت والجهد و تقليل شدة الضغط على الموظفين و بالتالي رفع جودة الأداء الوظيفي و اكتساب خبرة لاستعمال هذه التكنولوجيا و الذي يدفع بدوره لتحسين صورة المؤسسة

الجدول رقم (II-13): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة السادسة.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
07	هل يتم استخدام منصات التواصل الاجتماعي لنشر المحتوى الإعلامي	0250,2	97369,	موافقة متوسطة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة السابعة بمتوسط حسابي 2.0250 وانحراف معياري 0.97369 وتقابلها درجة موافقة متوسطة مما يبين أن 47.5% من أفراد العينة يؤكدون إن المؤسسة لا تعتمد بالشكل الكافي على منصات التواصل الاجتماعي لنشر المحتوى الإعلامي و يجدون أن على المؤسسة فعل ذلك نظرا لما توفره هذه الوسائل الحديثة من ضمان نشر ضمن نطاق واسع يستهدف شرائح مختلفة و بالتالي رفع نسب المشاهدة

الجدول رقم (II-14): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة السابعة.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
08	هل تستخدم تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عملية التنسيق بين الفرق في الوظائف المختلفة ؟	1,1500	,53349	موافقة عالية جدا

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثامنة بمتوسط حسابي 1.15 وانحراف معياري 0.53349 وتقابلها درجة موافقة عالية جدا مما يبين أن 77.5% من أفراد العينة يؤكدون إنهم المؤسسة تعتمد تكنولوجيا الاتصال الحديثة للتنسيق بين فرق العمل في وظائف مختلفة عند الحاجة مثلا عند التنسيق بين الإعلاميين و التقنيين لتغطية الأحداث السياسية أو الرياضية أو للتنسيق بين مختلف المحطات الجهوية للمؤسسة وهذا لتقليل التكلفة بالطريقة التقليدية للتواصل و التنسيق بين الموظفين أو بين الإدارات تكلفتها باهظة و تستغرق وقتا طويلا

الجدول رقم (II-15): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثامنة.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
9	هل يتم استخدام التكنولوجيا الحديثة في تحليل البيانات الإحصاءات المتعلقة بنسب المشاهدة؟	1,2250	,53048	موافقة عالية جدا

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات اجابات أفراد العينة حول العبارة التاسعة بمتوسط حسابي 1.2250 وانحراف معياري 0.53048 وتقابلها درجة موافقة عالية جدا مما يبين أن 90% من أفراد العينة يؤكدون ان المختصين بالمؤسسة يستخدمون تكنولوجيا الاتصال الحديثة لتحليل البيانات الخاصة بنسب المشاهدة نظرا لما توفره من احصائيات دقيقة و توفير للجهد كما أن العمل التقني بأنواعه حاليا لا يمكن إنجازه دون الاعتماد على وسائل التكنولوجيا الحديثة.

الجدول رقم (II-16): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة التاسعة.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
10	هل توفر المؤسسة وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة الكافية للقيام بمختلف الوظائف الإعلامية و التقنية ؟	2,0250	,97369	موافقة متوسطة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة العاشرة بمتوسط حسابي 1.2250 وانحراف معياري 0.53048 وتقابلها درجة موافقة متوسطة أي أن 52.5% من أفراد العينة يؤكدون أن مؤسسة التلفزيون الجزائري تسعى لتوفير مختلف التكنولوجيات الحديثة للاتصال لضمان القيام بمختلف الوظائف لكن نسبة مقاربة من العينة يقولون أن الوسائل

المتوفرة بالمؤسسة غير كافية و يعود هذا الاختلاف لاختلاف الوظائف فالإعلامي مثلا لا يحتاج لوسائل متطورة لأداء عمله فيرى أن الوسائل كافية لكن التقني من جهة أخرى يحتاج لوسائل أكثر تطورا للقيام بعمله فيرى أن الوسائل المتوفرة غير كافية

الفرع الثاني: تحليل إجابات المبحوثين حول المحور الثاني «تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري».

سنوضح من خلال هذا العنصر تحليل متوسط استجابة أفراد العينة، الانحراف المعياري لكل من عبارة من عبارات المتغير التابع للاتصال داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري.

الجدول رقم (II-17): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة العاشرة.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
11	هل ترى أن استخدام التكنولوجيا الحديثة أدى إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية في المؤسسة؟	1,1500	,53349	موافقة عالية جدا

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق والتفسير: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الحادية عشر بمتوسط حسابي 1.15 وانحراف معياري 0.53349 وتقابلها درجة موافقة عالية جدا أي أن 67.5 % من أفراد العينة يؤكدون أن استخدام التكنولوجيا الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري خلق نوع من الفارق في الرفع من الكفاءة الإنتاجية كونه قد أزاح عدة صعوبات و اختصر وقت إنجاز المهام و حسن عمليات الاتصال و التنسيق في المؤسسة.

الجدول رقم (II-18): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الحادية عشر.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
12	هل ساعدت التكنولوجيا الحديثة في تقليص الوقت المستغرق لإنجاز المهام؟	1,2250	,53048	موافقة عالية جدا

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق والتفسير: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثانية عشر بمتوسط حسابي 1.22 وانحراف معياري 0.53048 وتقابلها درجة موافقة عالية جدا مما يبين أن 97.5% من أفراد العينة يؤكدون أن استخدام التكنولوجيا الحديثة رجع عليهم بالنفع لاستغلال الأمتل للوقت في إنجاز المهام الموكلة فمثلا عملية تحرير البرامج كانت تأخذ عدة ساعات للمراجعة و التدقيق و بفضل استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة أصبحت لا تتجاوز الساعة

الجدول رقم (II-19): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثانية عشر.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
13	هل تعتبر أن استخدام التكنولوجيا الحديثة قد ساهم في تسهيل عملية التواصل في المؤسسة	2,0250	,97369	موافقة عالية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثالثة عشر بمتوسط حسابي 2.0250 وانحراف معياري 0.97369 وتقابلها درجة موافقة عالية مما يبين أن 77.5% من أفراد العينة يؤكدون أن استخدام التكنولوجيا الحديثة يساهم في تسهيل عملية التواصل فمن خلال البريد الإلكتروني أو حتى مجموعات الدردشة أصبح تواصل الموظفين مع بعضهم البعض أكثر سهولة و حتى تواصل الإدارة مع الموظفين أضحى أسرع و أبسط

الجدول رقم (II-20): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثالثة عشر.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
14	هل أدى استخدام التكنولوجيا الحديثة إلى تحسين دقة و جودة الأعمال	1,1500	,53349	موافقة عالية جدا

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الرابعة عشر بمتوسط حسابي 1.15 وانحراف معياري 0.53349 وتقابلها درجة موافقة عالية جدا مما يبين أن 60% من أفراد العينة يؤكدون أن استخدام التكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى الرفع من مستوى الدقة و ضمان تحسين جودة العمل المطلوب داخل المؤسسة فمثلا أستديوهات البرامج أصبحت أكثر جمالا بفضل استخدام برامج التصميم المتطورة كما أن الاعتماد على منصات التواصل خلق نوعا من التفاعلية مع الجمهور الذي أصبح ينتقد أو يشكر الأعمال المقدمة باستمرار مما يدفع المؤسسة إلى مواصلة رفع مستوى الأعمال

الجدول رقم (II-21): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الرابعة عشر.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
15	هل تعتبر أن التكنولوجيا الحديثة تساعد في تحقيق أهداف المؤسسة بشكل أكثر فعالية؟	1,2250	,53048	موافقة عالية جدا

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الخامسة عشر بمتوسط حسابي 1.2250 وانحراف معياري 0.53048 وتقابلها درجة موافقة عالية جدا مما يبين أن 72.5 % من أفراد العينة يؤكدون أن التكنولوجيا الحديثة للاتصال تساهم بدرجة كبيرة في تحقيق الأهداف المنشودة ضمن الاستراتيجية الكلية للمؤسسة حيث أن هذه التكنولوجيا تضمن للمؤسسة الانتشار على نطاق أوسع و الوصول إلى جمهور أكبر و تمكنا من التعرف على جماهيرها المختلفة بشكل أفضل كما أنها تقلص حجم التنظيمات الإدارية و تساهم في تحسين عملية التخطيط و تبسط صنع القرارات.

الجدول رقم (II-22): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الخامسة عشر.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
16	هل تعتبر أن تكنولوجيا الاتصال تؤثر إيجابيا على بيئة العمل؟	2,2500	,89872	موافقة متوسطة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة السادسة عشر بمتوسط حسابي 2.25 وانحراف معياري 0.89872 وتقابلها درجة موافقة متوسطة ف 65% من أفراد العينة يؤكدون أن التكنولوجيا الحديثة تسهم بشكل فعال في التأثير على محيط العمل إيجابيا ومن شأنه التأثير على أداء الموظفين حيث أن استعمال هذه التكنولوجيا خلق نوعا من التواصل التلقائي و المتبادل بين أفراد المؤسسة أين يتم حل المشاكل بين الموظفين من طرف زملائهم عن طريق التواصل الجيد و هذا بدوره وفر جوا أفضل للعمل من دون الضغوطات و المشاعر السلبية

الجدول رقم (II-23): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة السادسة عشر.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
17	هل تساهم تكنولوجيا الحديثة في تحسين العلاقة بين الإدارة و الجمهور الداخلي للمؤسسة ؟	1,1500	,53349	موافقة عالية جدا

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات اجابات أفراد العينة حول العبارة السابعة عشر بمتوسط حسابي 1.15 وانحراف معياري 0.53349 وتقابلها درجة موافقة عالية جدا مما يبين أن 85% من أفراد العينة يؤكدون أن التكنولوجيا الحديثة تأثر على العلاقات بين الموظفين والإدارة حيث يتم اعتمادها لمعرفة آراء الجمهور و احتياجاتهم دون الإفصاح عن هويتهم مما يجنبهم التوتر و الأجواء السلبية حيث أن الإدارة تشجع جمهورها الداخلي على الإفصاح عن رغباتهم و المشاكل التي يواجهونها عن طريق البريد الإلكتروني أو عن طريق إنشاء استبيان إلكتروني و إرساله للموظفين حتى تتمكن الإدارة من معرفة ما يجب العمل عليه و تحسينه.

الجدول رقم (II-24): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة السابعة عشر.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
18	هل ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين عملية الاتصال التصاعدي بالمؤسسة ؟	1,2000	,51640	موافقة متوسطة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثامنة عشر بمتوسط حسابي 1.20 وانحراف معياري 0.5164 وتقابلها درجة موافقة متوسطة بنسبة 55% أجابوا بأن تكنولوجيا الاتصال تحسن عملية الاتصال التصاعدي إلى حد ما حيث أن رسائل و شكاوي الموظفين أصبحت تصل إلى الإدارة مباشرة بشكل أسرع و أكثر شفافية دون الحاجة إلى المرور بوسطاء كما أنها خلصتهم من التوتر و الخجل عند مطالبة الإدارة بشيء ما

الجدول رقم (II-25): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثامنة عشر.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
20	هل تواجه صعوبات في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة ؟	2,5500	,74936	موافقة جد منخفضة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة العشرون بمتوسط حسابي 2.55 وانحراف معياري 0.74936 وتقابلها درجة موافقة جد منخفضة بنسبة 7% فقط مما يبين أنمعظم أفراد العينة 85%يؤكدون أنهم لا يواجهون أي صعوبات خلال استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وهذا نظرا لكون أغلبهم من الشباب المتمرسين على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في حياتهم اليومية و ليس لأداء وظائفهم فقط كما أنهم أصحاب خبرة بموجب شروط مؤسسة التلفزيون الجزائري

الجدول رقم (II-26): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة التاسعة عشر.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
22	هل تجد أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة في حاجة إلى صيانة مستمرة؟	1,3000	,72324	موافقة متوسطة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق والتفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثانية والعشرون بمتوسط حسابي 1.3 وانحراف معياري 0.72324 وتقابلها درجة موافقة متوسطة حيث أن 47% من أفراد العينة يؤكدون أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري بحاجة إلى صيانة دورية مستمرة لحد ما بسبب الأعطال التقنية و بسبب قدم الأجهزة مما يتسبب في تأخر الأعمال و انخفاض جودتها أحيانا .

الجدول رقم (II-27): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة العشرون.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
23	هل هناك نقص في دعم الموارد اللازمة لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالمؤسسة ؟	8,2	,72324	موافقة منخفضة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق والتفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثالثة والعشرون بمتوسط حسابي 2.8 وانحراف معياري 0.72324 وتقابلها درجة موافقة منخفضة مما يبين أن 22.5% فقط من أفراد العينة يجدون ان هناك نقصا في بعض من أدوات وموارد تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري و يعتقدون أن المؤسسة بحاجة لاقتناء وسائل جديدة أما أغلبية العينة 45% فأكدت بأنه لا يوجد أي نقص و أن المؤسسة توفر الوسائل اللازمة.

الجدول رقم (II-28): اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة

الواحد و العشرون.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
24	هل تجد أن جودة شبكة الانترنت بالمؤسسة تؤثر سلبا على إمكانية استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة ؟	2,5500	,74936	موافقة منخفضة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق و التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الرابعة والعشرون بمتوسط حسابي 2.8 وانحراف معياري 0.72324 وتقابلها درجة موافقة منخفضة حيث أن 15% فقط من أفراد العينة يجدون أن جودة شبكة الانترنت سيئة و أنها تتسبب في عدم إمكانية استخدام تكنولوجيا الاتصال بشكل جيد أما أغلبية أفراد العينة 67.5% فأكدوا أن جودة شبكة الانترنت جيدة و تمكنهم من استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة ووسائلها المختلفة لأداء وظائفهم دون مواجهة أية صعوبات فنادرا ما تنقطع شبكة الانترنت أو تصبح ضعيفة في المؤسسة .

الجدول رقم (II-29): اتجاهات إجابات أفراد العينة على المحاور.

المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
المحور الأول	1,3	7234,	موافقة عالية جدا
المحور الثاني	1,1750	44650,	موافقة عالية جدا

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه اتجاهات إجابات أفراد العينة حول عبارات المحور الأول بلغت متوسط حسابي 1.3 وانحراف معياري 0.7234 وتقابلها درجة موافقة عالية جدا مما يبين أن أفراد العينة ان هناك استخدام لتكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري، أما من خلال إجابات أفاد العينة على عبارات المحور الثاني بلغ متوسط حسابي 1.17 وانحراف معياري 0.44650 وتقابلها درجة موافقة عالية جدا مما يؤكد أفراد العينة ان هناك تأثير لاستخدام لتكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري.

الجدول رقم (II-30): العلاقة بين توفر وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتشجيع الإدارة على استخدامها.

المجموع	هل تشجع الإدارة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في جميع العمليات				هل توفر المؤسسة وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة الكافية للقيام بمختلف الوظائف الإعلامية و التقنية ؟
	محايد	غير موافق	موافق	موافق	
18	01	03	14	موافق	تكنولوجيا الاتصال الحديثة
03	00	00	03	غير موافق	الاتصال الحديثة
19	01	02	16	محايد	الكافية للقيام بمختلف الوظائف الإعلامية و التقنية ؟
40	02	05	33	المجموع	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق: من خلال الجدول المزدوج أعلاه نلاحظ ان هناك علاقة إيجابية بين توفير مؤسسة التلفزيون الجزائري لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتشجيع الإدارة على استخدامها و تشجيع موظفيها على استخدامها لها حيث نجد ان هناك موافقة بـ 33 درجة لتشجيع الإدارة على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في جميع العمليات مع توفير مؤسسة التلفزيون الجزائري لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المقابل، كما أن هناك عدم موافقة بـ 05 درجات بأنه لا تشجع الإدارة على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في جميع العمليات مع توفير مؤسسة التلفزيون الجزائري لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المقابل، ونجد هناك عدم 02 درجتين محايدتين تشجع الإدارة على استخدام

تكنولوجيا الاتصال الحديثة في جميع العمليات مع توفير مؤسسة التلفزيون الجزائري لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المقابل.

الجدول رقم (II-31): العلاقة بين توفير المؤسسة لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال مع الزملاء

المجموع	استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال مع الزملاء			هل توفر المؤسسة وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة الكافية للقيام بمختلف الوظائف الإعلامية و التقنية ؟
	محايد	موافق	موافق	
18	02	16	موافق	تكنولوجيا الاتصال الحديثة
03	00	03	غير موافق	الاتصال الحديثة
19	01	18	محايد	الاتصال الحديثة
40	03	37	المجموع	الكافية للقيام بمختلف الوظائف الإعلامية و التقنية ؟

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق: من خلال الجدول المزود أعلاه نلاحظ ان هناك علاقة إيجابية بين توفير مؤسسة التلفزيون الجزائري لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخدام الموظفين لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال مع الزملاء حيث نجد ان هناك موافقة بـ 37 درجة على استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التواصل مع الزملاء وذلك بتوفير مؤسسة التلفزيون الجزائري لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المقابل، ونجد

هناك 03 درجات محايدة يتم استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التواصل مع الزملاء وذلك بتوفير مؤسسة التلفزيون الجزائري لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المقابل.

الجدول رقم (II-32): العلاقة بين توفير المؤسسة لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل اليومي

المجموع	استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل اليومي			هل توفر المؤسسة وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة الكافية للقيام بمختلف الوظائف الإعلامية و التقنية ؟
	محايد	موافق		
18	03	15	موافق	تكنولوجيا الاتصال الحديثة
03	01	02	غير موافق	الاتصال الحديثة
19	06	13	محايد	الاتصال الحديثة
40	10	30	المجموع	الكافية للقيام بمختلف الوظائف الإعلامية و التقنية ؟

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق: من خلال الجدول المزدوج أعلاه نلاحظ ان هناك علاقة إيجابية بين توفير مؤسسة التلفزيون الجزائري لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخدام الموظفين لها خلال عملهم اليومي حيث نجد ان هناك موافقة بـ 30 درجة على استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة العمل اليومي وذلك بتوفير مؤسسة التلفزيون الجزائري لوسائل

تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المقابل، ونجد هناك 10 درجات محايدة على يتم استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التواصل مع الزملاء وذلك بتوفير مؤسسة التلفزيون الجزائري لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المقابل.

الجدول رقم (II-33): العلاقة بين استخدام التكنولوجيا الحديثة أدى إلى زيادة

الكفاءة الإنتاجية في المؤسسة ومساعدة التكنولوجيا الحديثة على تحقيق أهداف المؤسسة.

المجموع	مساعدة التكنولوجيا الحديثة على تحقيق أهداف المؤسسة			هل ترى أن استخدام التكنولوجيا الحديثة أدى إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية في المؤسسة
	محايد	غير موافق	موافق	
37	01	03	32	موافق
03	01	02	01	محايد
40	02	05	33	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق: من خلال الجدول المزدوج أعلاه نلاحظ ان هناك علاقة إيجابية العلاقة بين استخدام التكنولوجيا الحديثة أدى إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية في المؤسسة ومساعدة التكنولوجيا الحديثة على تحقيق أهداف المؤسسة، حيث نجد هناك 33 درجة موافقة يرون بأن استخدام التكنولوجيا الحديثة أدى إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية في المؤسسة وذلك مما يؤدي إلى تحقيق أهداف المؤسسة، كما نجد أنه هناك 03 درجات محايدة على استخدام التكنولوجيا الحديثة أدى إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية في المؤسسة وذلك مما يؤدي إلى تحقيق أهداف المؤسسة.

الجدول رقم (II-34): العلاقة بين مساهمة تكنولوجيا الاتصال في تحسين العلاقة بين الإدارة والجمهور وبين تأثير تكنولوجيا الاتصال على بيئة العمل.

المجموع	هل تعتبر أن تكنولوجيا الاتصال تؤثر إيجابيا على بيئة العمل			موافق	محايد	موافق	موافق	موافق	موافق
	موافق	محايد	موافق						
37	21	06	10	موافق	موافق	موافق	موافق	موافق	موافق
03	01	00	02	محايد	محايد	محايد	محايد	محايد	محايد
40	22	06	12	المجموع	المجموع	المجموع	المجموع	المجموع	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق: من خلال الجدول المزدوج أعلاه نلاحظ ان هناك علاقة إيجابية العلاقة بين

مساهمة تكنولوجيا الاتصال في تحسين العلاقة بين الإدارة والجمهور وبين تأثير

تكنولوجيا الاتصال على بيئة العمل حيث نجد هناك موافقة بـ 37 درجة على مساهمة

تكنولوجيا الاتصال في تحسين العلاقة بين الإدارة والجمهور الداخلي للمؤسسة و بين

تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على العلاقة على بيئة العمل، كما نجد أنه هناك 03

درجات محايدة تساهم تكنولوجيا الاتصال في تحسين العلاقة بين الإدارة والجمهور

الداخلي للمؤسسة و بين تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على العلاقة على بيئة العمل.

الجدول رقم (II-35): العلاقة بين م ساعدة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تقليص الوقت المستغرق لإنجاز المهام ومساهمة تكنولوجيا الاتصال تؤثر إيجابيا على بيئة العمل.

المجموع	هل ساعدت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تقليص الوقت المستغرق لإنجاز المهام			هل تعتبر ان تكنولوجيا الاتصال تؤثر إيجابيا على بيئة العمل
	محايد	غير موافق	موافق	
12	01	03	08	موافق
6	00	00	06	غير موافق
22	01	02	19	محايد
40	02	05	33	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق: من خلال الجدول المزدوج أعلاه نلاحظ ان هناك علاقة إيجابية العلاقة بين م ساعدت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تقليص الوقت المستغرق لإنجاز المهام ومساهمة تكنولوجيا الاتصال تؤثر إيجابيا على بيئة العمل، حيث نجد ان هناك موافقة ب 33 درجة على مساعدة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تقليص الوقت المستغرق لإنجاز المهام من منطلق أنها تؤثر على بيئة العمل بينما هناك موافقة بدرجتين يرون أحيانا تساعد تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تقليص الوقت المستغرق لإنجاز المهام من منطلق أنها تؤثر على بيئة العمل.

النتائج العامة للدراسة :

- نتائج الدراسة بناء على خصائص مجتمع البحث:

- 60% من المبحوثين هم ذكور
- 45% من المبحوثين لا يتجاوز سنهم الثالثة و الثلاثين
- 45% من المبحوثين جامعيين
- 35% من المبحوثين إعلاميون
- 52.5% من المبحوثين تمتد خبرتهم من 3 إلى 10 سنوات

نتائج الدراسة بناء على المحور الأول:

- واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بمؤسسة التلفزيون الجزائري :

- 87% من المبحوثين يستخدمون تكنولوجيا الاتصال في عملهم اليومي
- المؤسسة لا توفر أي تدريبات لاستخدام تكنولوجيا الاتصال
- تستخدم تكنولوجيا الاتصال للتواصل بين زملاء العمل كما أكد 85% من المبحوثين
- الإدارة تشجع على استخدام تكنولوجيا الاتصال على حد قول 85% من المبحوثين
- تستخدم تكنولوجيا الاتصال في نشر المحتوى الإعلامي و لإحصاء و تحليل نسب المشاهدة و كذا للتنسيق بين مختلف الوظائف بالمؤسسة
- المؤسسة توفر وسائل تكنولوجيا الاتصال اللازمة للقيام بمختلف الوظائف كما أفاد 52.5 من المبحوثين

نتائج الدراسة بناء على المحور الثاني :

- تأثيرات استخدام تكنولوجيا الاتصال بمؤسسة التلفزيون الجزائري :

- استخدام تكنولوجيا الاتصال زاد من الكفاءة الإنتاجية في المؤسسة على قول 67.5% من المبحوثين

- ساعدت تكنولوجيا الاتصال في تقليص الوقت لإنجاز المهام كما أجاب 97.5% من المبحوثين
- ساهم استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة في تسهيل عملية التواصل (77.5%)
- تساعد تكنولوجيا الاتصال المؤسسة على تحقيق أهدافها بشكل أكثر فعالية (72.5%)
- تؤثر تكنولوجيا الاتصال بشكل إيجابي على بيئة العمل في المؤسسة (65%)
- يحسن استخدام تكنولوجيا الاتصال في تحسين العلاقة بين الإدارة و الجمهور الداخلي (85%)
- ساهمت تكنولوجيا الاتصال في تحسين عملية الاتصال التصاعدي بالمؤسسة إلى حد ما (55%) حيث أن الاقتراحات و الشكاوي و غيرها من المتطلبات أصبحت تصل من الموظفين إلى الإدارة بشكل أسرع و أكثر شفافية
- معظم موظفي مؤسسة التلفزيون الجزائري لا يواجهون صعوبات في استخدام تكنولوجيا الاتصال (85%)
- لا يوجد نقص في دعم الموارد اللازمة لتكنولوجيا الاتصال (45%)
- جودة شبكة الأنترنت بالمؤسسة جيدة ولا تؤثر سلبا على استخدام تكنولوجيا الاتصال (67.5%)
- معيقات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسسة التلفزيون الجزائري
- المؤسسة لا توفر أية تدريبات من أجل إتقان استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة (97%)
- تكرر المشاكل التقنية (47%)

إثبات أو نفي الفرضيات:

➤ اختبار الفرضية الأولى: موظفو التلفزيون الجزائري يستخدمون تكنولوجيا الاتصال

الحديثة بشكل يومي لإنجاز أعمالهم

- 77.5% أجابوا بأنه يتم استعمال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التنسيق بين

مختلف الوظائف

- 87% أكدوا بأنهم يستخدمون تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عملهم اليومي

- 85% أكدوا بأن الإدارة تشجع على استعمال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في

جميع العمليات

- 85% أجابوا بأنهم يستعملون وسائل التكنولوجيا الحديثة من أجل التواصل فيما

بينهم

إذا الفرضية التي تقول أن موظفي التلفزيون الجزائري يستخدمون تكنولوجيا الاتصال

بشكل يومي لإنجاز أعمالهم فرضية صحيحة

➤ اختبار الفرضية الثانية: يخلق استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة نوع من

التواصل الإيجابي و الفعالين موظفي التلفزيون الجزائري

- 65% من المبحوثين أكدوا أن استخدام تكنولوجيا الاتصال يؤثر بشكل إيجابي

على بيئة العمل

- 55% من المبحوثين أكدوا أن تكنولوجيا الاتصال قد ساهمت في تحسين

مستوى الاتصال التصاعدي بالمؤسسة إلى حد ما

- 77.5% أكدوا أن استخدام التكنولوجيا الحديثة سهل عملية التواصل داخل

المؤسسة

• 85% أكدوا أن استخدام التكنولوجيا الحديثة للاتصال يساهم في تحسين

العلاقة بين الإدارة و الجمهور الداخلي للمؤسسة

إذا الفرضية التي تقول أن استخدام تكنولوجيا الاتصال يساهم في التواصل

الإيجابي بين الموظفين فرضية صحيحة و مثبتة

➤ اختبار الفرضية الثالثة: يعتبر عدم توفر الوسائل اللازمة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة عائقا يحول دون استخدامها بشكل مستمر في مؤسسة التلفزيون الجزائري.

• 62.5% أجابوا بأن البنية التحتية التكنولوجية في المؤسسة كافية لدعم

استخدامات التكنولوجيا الحديثة إلى حد ما

• 52.5% أكدوا بأن المؤسسة توفر وسائل تكنولوجيا الاتصال الكافية للقيام

بمختلف الوظائف الإعلامية و التقنية

• 87.5% أكدوا بأنهم يستخدمون تكنولوجيا الاتصال في عملهم اليومي

إذا الفرضية التي تقول أن مؤسسة التلفزيون لا تتوفر على الوسائل الكافية من أجل

استخدام التكنولوجيا الحديثة للاتصال بشكل يومي فرضية خاطئة

بناء على ما تم عرضه من نتائج نقدم بعض الاقتراحات التي يمكن أن تجعل

تكنولوجيا الاتصال تساهم بشكل أفضل في تحسين الاتصال الداخلي بمؤسسة

التلفزيون العمومي :

-الحرص على تزويد المؤسسة بالوسائل الحديثة لتكنولوجيا الاتصال لتسهيل عمل

الموظفين

-القيام بنشاطات داخلية تشجع من خلالها استعمال تكنولوجيا الاتصال الحديثة

-
- توظيف كفاءات متخصصة في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستعمال
الأخيرة لتحسين صورة المؤسسة
- عدم إهمال الجماهير الداخلية للمؤسسة والحرص على التواصل المستمر معهم
من خلال وسائل التكنولوجيا الحديثة مما يخلق جوا إيجابيا في المؤسسة
- توفير التدريب للموظفين وتسخير مختلف الموارد لذلك.

إن تطور التكنولوجيا الذي ظهر في مجتمعاتنا والوسائل والتكنولوجيات التي أتاحتها، فتح العديد من الفرص بفضل إمكانية مشاركة المعلومات بين جميع مستخدمي هذه التقنيات، مع فرص التفاعل. إذ تعد هذه التقنيات، بمختلف أنواعها، أحد وسائل الاتصال التي انتشرت في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية، وأصبحت هي أيضاً خياراً مهماً للعديد من المؤسسات من أجل تعزيز التواصل بين أفرادها. لذا، سعت هذه المؤسسات للاستفادة من هذه التكنولوجيا والاستثمار فيها، وجعلها أحد الوسائل الرئيسية لنقل محتواها الاتصالي لجمهورها، خاصة فيما يتعلق بالتواصل مع الجمهور الداخلي.

و من بين المؤسسات التي تبنت هذه التكنولوجيا مؤسسة التلفزيون الجزائري و من خلال ما تم عرضه يمكننا اعتبار أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تلعب دورا لا يمكن الاستغناء عنه حيث أنه يتم استخدامها لممارسة مختلف النشاطات و الوظائف الاتصالية، الإعلامية و التقنية بفضل تسريعها لوتيرة العمل و تقليلها الضغط و الجهد مما ينتج عنه تحسن الأداء الوظيفي كما أنها تسهل عملية الاتصال بأنواعها المختلفة و تحسن العلاقة بين الإدارة و الموظفين و تجب الإشارة إلى أن طريقة و مدى استخدام هذه التكنولوجيا بالمؤسسة يظهر طبيعة بيئة العمل بها لهذا يجب الاهتمام بها بدرجة أكبر كما يجب أن تحرص المؤسسة على التشجيع المستمر للموظفين للتعرف على هذه التكنولوجيا و تسخير الموارد البشرية و المادية لدراستها و حسن استعمالها لأن استخدامها عشوائيا قد يعود بالضرر على المؤسسة .

قائمة المصادر

و المراجع

1. لمراجع باللغة العربية:

أ. الكتب:

1/ إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي ، دار محمد لاوي، الأردن، 1993.

2/ إياد شكري البكري، تقنيات الاتصال بين زمنين، دار الشروق، الأردن، 2003

3/ بشير العلق، نظريات الاتصال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009

4/ جمال أبو شنب، العلم والتكنولوجيا والمجتمع منذ البداية الى الآن ، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1999

5/ جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال الوظائف الهياكل الأدوار ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر

6/ جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال: الوظائف الهياكل، الأدوار ، دط، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010

7/ جمال محمد أبو شنب، السياسات الإعلامية، دار المعرفة، القاهرة، 2008

8/ حسام الملحم، عمار خير بك، شبكات الأنترنت بنيتها الأساسية وانعكاساتها على المؤسسات، ط1 ، 2000

9/ حسن عماد مكاوي، محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات الاتصال ، ط1 ، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009

10/ خضير كاضمحمود، السلوك التنظيمي، الطبعة الأولى، الجامعة الهاشمية ، 2002

- 11/ ربحي مصطفى عليان، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم ، الطبعة الاولى، دار الصفاء،عمان،1999
- 12/ رضوان بلخيري، مدخل إلى الاتصال المؤسسي ، ط 1 ،الجزائر، دار قرطبة للنشر والتوزيع، 2015
- 13/ رضوان بلخيري، مدخل إلى وسائل الإعلام و الاتصال نشأتها وتطورها ، ط 1 ،الجزائر، جسر للنشر و التوزيع،2014
- 14/ مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات صناعة الاعلام ، ط 1 ، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015
- 15/ عبد الباسط عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في إنتاج الإذاعي والتلفزيوني، دراسة تطبيقية وميدانية، د.ط، المكتب الجامعي الحديث، 2005.
- 16/ عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد، محاضرات في هندسة الإعلان والإعلان الإلكتروني، دط، الدار الجامعية، 2005
- 17/ عبد الفتاح الكنعان، إدارة المؤسسات الإعلامية ، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان،2013
- 18/ عبد الفتاح عبد النبي، تكنولوجيا الاتصال و الثقافة (بين النظرية و التطبيق) ، د.ط، القاهرة، العربي للنشر و التوزيع، 1990
- 19/ عبد الله بن إبراهيم العمار وآخرون، واقع الاتصالات الكتابية في الأجهزة الحكومية، مكتبة فهد الوطنية، الطبعة الأولى، الرياض، 1995
- 20/ عبد المعطي محمد عساف، السلوك الإداري التنظيمي في المنظمات المعاصر، دار زهران لنشر و التوزيع، 1999

- 21/ علي عياصرة ومحمد العودة الفاضل، الاتصال الإداري وأساليب القيادة الإدارية في المؤسسات التربوية، ط1، الأردن، دار الحامد، 2006
- 22/ فاروق سيد حسين، تكنولوجيا شبكات الحاسبات الآلية ، هلا للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002 .
- 23/ فاروق سيد حسين، تكنولوجيا شبكات الحاسب الآلي ، القاهرة، هلا لنشر و التوزيع، 2002
- 24/ فريد محمود عزت، القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية ، ط1، القاهرة، العربية لنشر و التوزيع، 2002
- 25/ فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010
- 26/ فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010
- 27/ فؤاد شريف، نظام الاتصال وعملية الإدارة ، المعهد القومي للإدارة العليا، القاهرة، الطبعة الثانية، 1967
- 28/ مجد الهاشمي، تكنولوجيا الاتصال الجماهيري، ط 1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع 2012
- 29/ مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري "مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة"، ط 1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014
- 30/ محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات ، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009

- 31/ محمد الطاهر ، التسويق الإلكتروني ، دط، الأردن، ديوان الحامد للنشر والتوزيع،
2005
- 32/ محمد الفاتح حمدي وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة ، الاستخدام
والتأثير، ط1، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2011
- 33/ محمد سلمان العميان، السلوك التنظيمي من منظمات العمال ، دار وائل للنشر،
2003
- 34/ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، مصر،
2007.
- 35/ محمد علي شمس الدين وإسماعيل محمد الفقي، السلوك الإداري مدخل نفسي
اجتماعي للإدارة التربوية، ط1، الأردن، دار الفكر، 2007
- 36/ محمد فريد عزت، ادارة المؤسسات الاعلامية ، دط، دار العربي للنشر والتوزيع،
القاهرة، 1994
- 37/ محمد فهمي العطروري،العلاقات الإدارية المؤسسات والشركات، عالم الكتب، الطبعة
الأولى، القاهرة، 2001
- 38/ محمد مبارك الصاوي، منهجية البحث العلمي -أسس وطريقة كتابته ، دط، القاهرة،
المكتبة الأكاديمية، 1992
- 39/ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية ، المجلد الثاني، دار الفجر للنشر
والتوزيع، القاهرة، 2003
- 40/ محمد منير حجاب، مدخل للصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010

- 41/ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية ، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع،
العدد الثاني، 2003
- 42/ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و صناعة الاتصال الجماهيري ، العربي
للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.
- 43/ منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال ، المكتب الجامعي الحديث، مصر،
2001.
- 44/ منال هلال المزاهرة، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، ط 1 ، عما، دار المسيرة للنشر
والتوزيع والطباعة، 2014
- 45/ مؤيد عبد الجبار الحديثي، العولمة الإعلامية ، ط 1 ، عمان، الأهلية للنشر والتوزيع،
2002
- 46/ مي عبد الله، نظريات الاتصال، ط 2، دار النهضة العربية، بيروت، 2006
- 47/ هارون منصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتبادل النظرية والتطبيقية ، ط 1 ،
الجزائر، الألمعية للنشر والتوزيع، 2012
- 48/ عبد الحميد حفيوي، التلفزيون الجزائري واقع و افاق، المؤسسة الوطنية للكتاب،
الجزائر 1985 ص 35
- ب. المجلات والدوريات:
- 1/ بغداد باي عبد القادر، دور تكنولوجيا المعلومات الحديثة و تفعيل الاتصال الداخلي
في عصرة المؤسسات، مجلة تنوير، العدد السابع، سبتمبر 2018

2/ حديد يوسف، براهيمة نصيرة، تكنولوجيا الاتصال الحديثة و اختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الحضرية الجزائرية ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 17 /ديسمبر 2014.

3/ عبد الرحمن سوامية، استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة و انعكاساتها على نمط الحياة في المجتمع الريفي ، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 21، 2015

4/ علي غربي و يمينة نزار، التكنولوجيا المستوردة، مخبر علم الاجتماع و الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2002

5/ محمد جيلالي بونعامة، مظاهر التغيير التي تعيشها المؤسسات في ظل الوسائط الجديدة، مجلة كلية الفنون والاعلام، الجزائر، العدد الاول، 2015

6/ منير طبي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل المؤسسة..دوافع الاستخدام وفعالية الوظيفة، مجلة إضاءات، الجامعة القاسمية، الإمارات العربية المتحدة، 2018

ت. المذكرات والرسائل الجامعية:

1/ زهرة بلحاجي، الإذاعة الجزائرية وتحقيق وتحقق مبدأ الحق في الإعلام ، رسالة ماجيستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2007_2006

2/ قصعة خديجة، دور الوسائط الالكترونية في حفظ ارشيف-المؤسسات الاعلامية- التلفزيون الجزائري دراسة حالة ، رسالة ماجيستير، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2009.

كوبيب حفصة، طور قطاع السمعي البصري في الجزائر، 2: 73- 3125 نظرة /3
تاريخية قانونية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، ص 41- 42.

/4 سلامي اسعيداني، فقيري ليلي، التجربة الجزائرية في ملكية وسائل الاعلام السمعي
بصري، التلفزيون الجزائري ENTV نهودجا، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر.

ث. المواقع الالكترونية:

1/ قاموس البراق للمعجم العربي، متوفر على الموقع الالكتروني:

<https://www.alburaq.net/meaning/>

/2 عارف الرويعي، فاكسا لإنترنت.. أسلوبّ متطور في التواصل الرقمي ، مقال بصحيفة
أسواق العرب، منشور بتاريخ: 24 أكتوبر 2007، متاح على الخط:

<https://www.alarab.co.uk/pdf/2007/10/24-10/p08.pdf>

II. المراجع باللغة الأجنبية:

1/ Berton Philippe et Proulx Serge, **L'explosion de la communication;
introduction aux théories et aux pratiques de la communication**, 2012

الملاحق

جامعة زيان عاشور بالجلفة



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علم المكتبات و علوم الإعلام و الاتصال



تخصص: اتصال وعلاقات عامة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

في إطار إعداد دراسة علمية حول موضوع اثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخلي بمؤسسة إعلامية -دراسة ميدانية ب التلفزيون الجزائري- لأجل الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة بجامعة زيان عاشور -الجلفة- نضع أمامكم هذه الاستبانة بغية الحصول على المعلومات المنشودة لهذا الغرض. لذا نرجو من حضرتكم التكرم بتعبئة هذه الاستبانة ووضع عامة X أمام الاجابة المتوافقة مع رأيكم، مؤكداً لكم أن جميع البيانات تستخدم لغرض البحث العلمي وبسرية تامة، شكراً على تعاونكم مسبقاً
من إعداد الطلبة :تحت اشراف :

-خيثرنادية. د. العقاب خليل.

-صغير عمار يسرى.

-ميلودي وهبية.

السنة الجامعية 2024/2023

القسم الأول: البيانات الشخصية

الخاصية	توزيع الخاصية
الجنس	ذكر <input type="checkbox"/> أنثى <input type="checkbox"/>
السن	44 سنة <input type="checkbox"/> أكثر من 45 سنة <input type="checkbox"/> 33-30 <input type="checkbox"/> من 34
المؤهل العلمي	ثانوي <input type="checkbox"/> تقني <input type="checkbox"/> تقني سامي <input type="checkbox"/> جامعي <input type="checkbox"/> دراسات عليا <input type="checkbox"/>
الصف الوظيفي	إعلامي <input type="checkbox"/> محرر <input type="checkbox"/> تقني <input type="checkbox"/>
الخبرة المهنية	أقل من 3 سنوات <input type="checkbox"/> من 3 إلى أقل من 10 سنوات <input type="checkbox"/> أكثر من 10 سنة <input type="checkbox"/>

القسم الثاني: محاور الاستبيان

الرقم	السؤال	موافق	غير موافق	محايد
المحور الأول: استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة				
01	هل تستخدم تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عملك اليومي؟			
02	هل توفر المؤسسة التدريبات اللازمة لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة؟			
03	إن كانت الإجابة نعم فما نوع التدريبات المقدمة؟			
04	هل تعتبر أن البنية التحتية التكنولوجية في المؤسسة كافية لدعم استخدام التكنولوجيا الحديثة؟			
05	هل تستخدم أدوات الاتصال الحديثة (مثل البريد الإلكتروني، الدردشة الفورية) بانتظام في التواصل مع الزملاء؟			

			06 هل تشجع الإدارة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في جميع العمليات؟
			07 هل يتم استخدام منصات التواصل الاجتماعي لنشر المحتوى الإعلامي؟
			08 هل تستخدم تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عملية التنسيق بين الفرق في الوظائف المختلفة؟
			09 هل يتم استخدام التكنولوجيا الحديثة في تحليل البيانات والإحصاءات المتعلقة بنسب المشاهدة؟
			10 هل توفر المؤسسة وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة الكافية للقيام بمختلف الوظائف الإعلامية والتقنية؟
المحور الثاني: تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري			
			11 هل ترى أن استخدام التكنولوجيا الحديثة أدى إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية في المؤسسة؟
			12 هل ساعدتك التكنولوجيا الحديثة في تقليل الوقت المستغرق لإنجاز المهام؟
			13 هل تعتبر أن استخدام التكنولوجيا الحديثة قد ساهم في تسهيل عملية التواصل في المؤسسة؟
			14 هل أدى استخدام التكنولوجيا الحديثة إلى تحسين دقة و جودة الأعمال
			15 هل تعتبر أن التكنولوجيا الحديثة تساعد في تحقيق أهداف المؤسسة بشكل أكثر فعالية؟
			16 هل تعتبر أن تكنولوجيا الاتصال تؤثر إيجابيا على بيئة العمل؟
			17 هل تساهم تكنولوجيا الحديثة في تحسين العلاقة بين الإدارة و الجمهور الداخلي للمؤسسة؟
			18 هل ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين عملية الاتصال التصاعدي بالمؤسسة؟
			19 إن كانت الإجابة نعم فكيف ساهمت في ذلك

			هل تواجه صعوبات في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة ؟	20
			إذا كانت الإجابة بنعم ما نوع هذه الصعوبات	21
			هل تجد أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة في حاجة إلى صيانة مستمرة؟	22
			هل هناك نقص في دعم الموارد اللازمة لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالمؤسسة؟	23
			هل تجد أن جودة شبكة الأنترنت بالمؤسسة تؤثر سلبا على إمكانية استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة ؟	24
			إذا كانت الإجابة بنعم فسر ذلك	25

FREQUENCIES VARIABLES=الجنس السن المؤهل الصنف الخبرة

/ORDER=ANALYSIS.

Fréquences

Statistiques

		الجنس	السن	المؤهل	الصنف	الخبرة
N	Valide	40	40	40	40	40
	Manquant	0	0	0	0	0

Table de fréquences

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	24	60,0	60,0	60,0
	أنثى	16	40,0	40,0	100,0
Total		40	100,0	100,0	

السن

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 33-23 سنة	18	45,0	45,0	45,0
	من 44-34 سنة	17	42,5	42,5	87,5
	أكثر من 45 سنة	5	12,5	12,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

المؤهل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	تقني	7	17,5	17,5	17,5
	تقني سامي	3	7,5	7,5	25,0
	ثانوي	13	32,5	32,5	57,5
	جامعي	17	42,5	42,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

الصف

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	إعلامي	15	37,5	37,5	37,5
	محرر	13	32,5	32,5	70,0
	تقني	12	30,0	30,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

الخبرة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 3 سنوات	9	22,5	22,5	22,5
	من 3 - 10 سنوات	23	57,5	57,5	80,0
	أكثر من 10 سنوات	8	20,0	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

DESCRIPTIVES VARIABLES=Q1 Q2 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 Q9 Q10 Q11 Q12 Q13 Q14 Q15 Q16 Q17 Q18 Q20 Q21 Q22 Q23

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
1. هل تستخدم تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عملك اليومي؟	40	1,00	3,00	1,5000	,87706
2. هل توفر المؤسسة التدريبات اللازمة لإستخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة؟	40	2,00	3,00	2,0250	,15811
4. هل تعتبر أن البنية التحتية التكنولوجية فى المؤسسة كافية لدعم إستخدام التكنولوجيا الحديثة؟	40	1,00	3,00	2,0250	,97369
5. هل تستخدم وسائل تكنولوجيا الإتصال الحديثة (البريدالإلكتروني،مواقع التواصل) بانتظام للتواصل مع الزملاء؟	40	1,00	3,00	1,1500	,53349
6. هل تشجع الإدارة إستخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة فى جميع العمليات؟	40	1,00	3,00	1,2250	,53048
7. هل يتم إستخدام منصات التواصل الإجتماعي لنشر المحتوى الإعلامي؟	40	1,00	3,00	2,0250	,97369
8. هل تستخدم تكنولوجيا الإتصال الحديثة فى عملية التنسيق بين الفرق فى الوظائف المختلفة؟	40	1,00	3,00	1,1500	,53349
9. هل يتم إستخدام التكنولوجيا الحديثة فى تحليل البيانات و الإحصاءات المتعلقة بنسب المشاهدة؟	40	1,00	3,00	1,2250	,53048
10. هل توفر المؤسسة وسائل تكنولوجيا الإتصال الحديثة الكافية للقيام بمختلف الوظائف الإعلامية و التقنية؟	40	1,00	3,00	2,0250	,97369
11. هل ترى أن إستخدام التكنولوجيا الحديثة أدى إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية فى المؤسسة؟	40	1,00	3,00	1,1500	,53349

هل ساعدت التكنولوجيا الحديثة في 12. تقليل الوقت المستغرق لإنجاز المهام؟	40	1,00	3,00	1,2250	,53048
هل تعتبر أن استخدام التكنولوجيا 13. الحديثة قد ساهم في تسهيل عملية التواصل في المؤسسة	40	1,00	3,00	2,0250	,97369
هل أدى استخدام التكنولوجيا الحديثة 14. إلى تحسين دقة و جودة الأعمال	40	1,00	3,00	1,1500	,53349
هل تعتبر أن التكنولوجيا الحديثة 15. تساعد في تحقيق أهداف المؤسسة بشكل أكثر فعالية؟	40	1,00	3,00	1,2250	,53048
هل تعتبر أن تكنولوجيا الإتصال 16. تؤثر إيجابيا على بيئة العمل؟	40	1,00	3,00	2,2500	,89872
هل تساهم تكنولوجيا الحديثة في 17. تحسين العلاقة بين الإدارة و الجمهور الداخلي للمؤسسة؟	40	1,00	3,00	1,1500	,53349
هل ساهمت تكنولوجيا الإتصال 18. الحديثة في تحسين عملية الإتصال التصاعدي بالمؤسسة؟	40	1,00	3,00	1,2000	,51640
هل تواجه صعوبات في استخدام 20. تكنولوجيا الإتصال الحديثة؟	40	1,00	3,00	2,5500	,74936
هل تجد أن تكنولوجيا الإتصال 22. الحديثة في حاجة إلى صيانة مستمرة؟	40	1,00	3,00	1,3000	,72324
هل هناك نقص في دعم الموارد 23. اللازمة لإستخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة بالمؤسسة؟	40	1,00	3,00	1,1750	,44650
هل تجد أن جودة شبكة الأنترنت 24. بالمؤسسة تؤثر سلبا على إمكانية إستخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة؟	40	1,00	3,00	2,5500	,74936

المحور الأول	40	1,00	3,00	1,3000	,72324
تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري	40	1,00	3,00	1,1750	,44650
N valide (liste)	40				

CORRELATIONS

/VARIABLES=A1 A2

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Corrélations

		المحور الأول	تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري
المحور الأول	Corrélacion de Pearson	1	,644**
	Sig. (bilatérale)		,002
	N	40	40
تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري	Corrélacion de Pearson	,644**	1
	Sig. (bilatérale)	,002	
	N	40	40

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

ANOVA

المحور الأول

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergroupes	1,666	1	,153	,795	,475
Intragroupes	44,334	39	,202		
Total	46,000	40			

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري	40	1,1750	,44650	,07060

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

	t	Ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 % Inférieur
تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري	16,644	40	,000	1,17500	1,0322

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

Intervalle de confiance de la différence à 95 %

Supérieur

تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل مؤسسة التلفزيون الجزائري	1,3178
---	--------

T-TEST

/TESTVAL=0

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=A1

/CRITERIA=CI(.95).

Test T

Remarques

Sortie obtenue		04-JUN-2024 17:27:58
Commentaires		
Entrée	Données	D:\ SEGHIR YOUSRA .sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	40
	Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante
Observations utilisées		Les statistiques de chaque analyse sont basées sur les observations ne comportant aucune donnée manquante ou hors plage pour aucune variable de l'analyse.
Syntaxe		T-TEST /TESTVAL=0 /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=A1 /CRITERIA=CI(.95).

Ressources	Temps de processeur	00:00:00,02
	Temps écoulé	00:00:00,17

Statistiques sur échantillon uniques

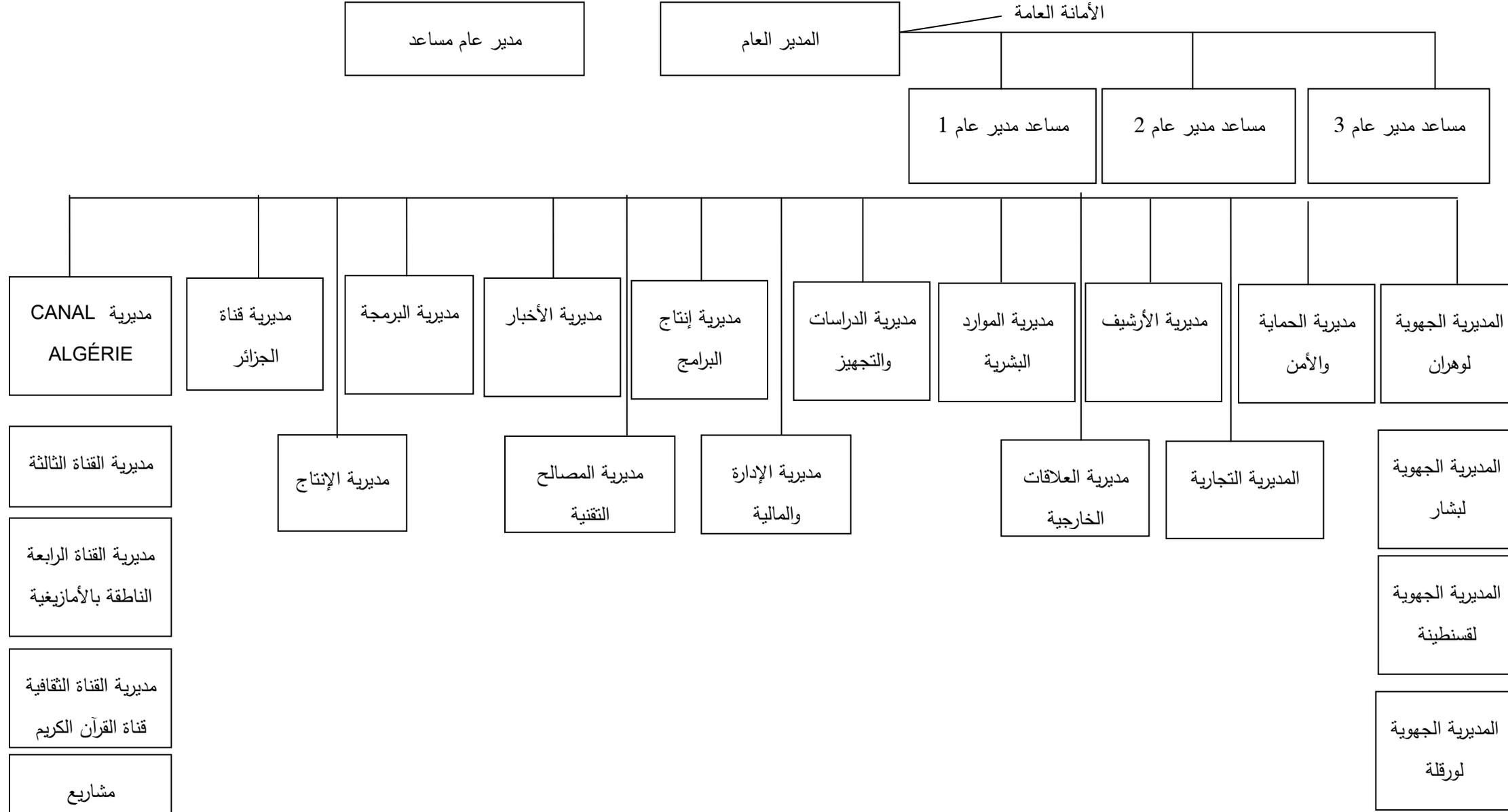
	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
المحور الأول	40	1,2578	,21453	,11435

Test sur échantillon unique

Valeur de test = 0

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
المحور الأول	11,368	40	,000	1,30000	1,0687	1,5313

1- الهيكل التنظيمي الحالي لمؤسسة التلفزيون الجزائري



فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
83	مقياس ليكارت الثلاثي	01
84	نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان	02
86	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	03
87	توزيع أفراد العينة حسب السن	04
88	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	05
89	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	06
90	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	07
91	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الأولى	08
92	اتجاهات إجابات العينة حول العبارة الثانية	09
92	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الرابعة	10
93	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الخامسة	11
94	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة السادسة	12
95	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة السابعة	13
95	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثامنة	14
96	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة التاسعة	15
97	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة العاشرة	16
98	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الحادية عشر	17
99	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثانية عشر	18
99	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثالثة عشر	19
100	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الرابعة عشر	20
101	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الخامسة عشر	21
102	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة السادسة عشر	22
103	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة السابعة عشر	23
104	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثامنة عشر	24

الصفحة	العنوان	الرقم
104	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة العشرون	25
105	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثانية والعشرون	26
106	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الثالثة والعشرون	27
107	اتجاهات إجابات أفراد العينة حول العبارة الرابعة والعشرون	28
108	اتجاهات إجابات أفراد العينة على المحاور	29
109	العلاقة بين توفر وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتشجيع الإدارة على استخدامها	30
110	العلاقة بين توفير المؤسسة لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاتصال مع الزملاء	31
111	العلاقة بين توفير المؤسسة لوسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل اليومي	32
112	العلاقة بين استخدام التكنولوجيا الحديثة أدى إلى زيادة الكفاءة الإنتاجية في المؤسسة ومساعدة التكنولوجيا الحديثة على تحقيق أهداف المؤسسة	33
113	العلاقة بين مساهمة تكنولوجيا الاتصال في تحسين العلاقة بين الإدارة والجمهور وبين تأثير تكنولوجيا الاتصال على بيئة العمل	34
114	العلاقة بين مساعدة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تقليص الوقت المستغرق لإنجاز المهام ومساهمة تكنولوجيا الاتصال تؤثر إيجابيا على بيئة العمل	35