

# وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

## جامعة غرداية



قسم علوم الإعلام والاتصال

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

العلاقة بين استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في المؤسسات الخاصة والصورة

الذهنية لدى جمهورها

(دراسة حالة المؤسسة التعليمية الخاصة تاونزة العلمية\_غرداية\_)

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الأستاذ:

د/ طواليبة محمد

إعداد الطالبتين:

- نجار منال

- بن حليلة حسينة

### لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة غرداية	بقور صابر
مشرفا ومقررا	جامعة غرداية	طواليبة محمد
مناقشا	جامعة غرداية	صيتي أبو بكر

الموسم الجامعي: 1442-1443 هـ / 2021-2022 م



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



قسم علوم الإعلام والاتصال

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

العلاقة بين استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في المؤسسات الخاصة والصورة

الذهنية لدى جمهورها

(دراسة حالة المؤسسة التعليمية الخاصة تاونزة العلمية\_غرداية\_)

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الأستاذ:

د/ طواليبة محمد

إعداد الطالبتين:

- نجار منال

- بن حليلة حسينة

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة غرداية	بقور صابر
مشرفا ومقررا	جامعة غرداية	طواليبة محمد
مناقشا	جامعة غرداية	صيتي أبو بكر

الموسم الجامعي: 1442-1443 هـ / 2021-2022 م





## الإهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات والصلاة والسلام على أشرف خلق الله سيدنا

محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه إلى يوم الدين أما بعد

أهدي هذا العمل إلى والدي وإلى روح أمي رحمها الله

كما أهديه إلى زوجي الذي كان سندا لي في دراستي وأولادي آدم ولقمان

وإلى كل أخواتي وأخي وكل الأهل والأقارب

وإلى كل شخص كان سندا لي ولو بكلمة طيبة

حسينة





## الإهداء

الحمد لله الذي أنار طريقي بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى وأجملنا بالعافية،  
أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى أعلى ما أملك في هذه الدنيا، إلى من وضعت  
الجنة تحت أقدامها، والتي أرجو أن أكون قد نلت رضاها إلى معنى الحنان  
والتفاني، إلى أعلى الحباب "أمي" الغالية حفظها الله ورعاها.

إلى من أدين له بحياتي إلى من سانديني وكان شمعة تحترق لتضيء طريقي، إلى من  
أكن له مشاعر التقدير والاحترام والذي أنار دربي بالإرشاد، الذي حمل همي  
وأسند ظهري "أبي" حفظه الله ورعاها.

إلى من أتقاسم معهم الحياة بجلوها ومرها، إلى من اعتبرهم أعز ما أنعم الله علي  
بهم إخوتي كل باسمه، إلى كل من ساعدني في مشواري الدراسي لتجاوز الصعوبات  
من قريب أو من بعيد وإلى أهل العلم والمعرفة.

منال



## شكر وعرّفان

بسم الله الرحمن الرحيم والحمد لله المنان الكريم، الذي خلق الإنسان وعلمه البيان  
وأنطق لسانه بآيات الذكر والقرآن ونصلي ونسلم على مبعوث العناية الإلهية والهداية  
الربانية النبي محمد صلى الله عليه وسلم.

الحمد والشكر كله لله على فضله ونعمه التي لا تعد ولا تحصى على توفيقه لنا لتمهيد  
دروبنا وأهمننا الصبر في إنجاز وإتمام هذه المذكورة.

ونسأل الله مزيدا من النجاح والتوفيق في نجاحات مقبلة بإذنه تعالى كما نتقدم بخالص  
الشكر والعرّفان والامتنان للأستاذ المشرف "طوالبية محمد" والذي تفضل بالإشراف  
على هذه المذكورة ولم يبخل علينا بتوجيهاته وآرائه القيمة، وبالإضافة الى توجيهه الشكر  
الى لجنة المناقشة والتي ستقيم هذا العمل، والشكر موصول الى كل معلم أفادنا بعلمه  
من أول المراحل الدراسية حتى هذه اللحظة.

ونجدد الشكر الى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد حتى ولو بدعاء فجزاهم الله عنا  
خير الجزاء وجعل ذلك في ميزان حسناتهم.

## ملخص الدراسة:

تناولت دراستنا والتي جاءت بعنوان العلاقة بين استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة والصورة الذهنية لدى جمهورها دراسة لعينة من الجمهور الخارجي (أي أولياء التلاميذ) لمؤسسة تاونزة العلمية بمدينة غرداية، حيث تمحورت إشكالتنا حول التعرف على العلاقة بين توظيف مؤسسة تاونزة العلمية للتكنولوجيات الحديثة للاتصال وبين صورتها الذهنية لدى أولياء التلاميذ، والوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة لرسم صورتها لدى جمهورها من خلال كمية الرضى أو عدمه لخدمات المؤسسة، وهذا لإظهار التأثير الذي تحدثه هذه الوسائل الاتصالية الحديثة في توجيه رأي الجمهور.

اعتمدنا في دراستنا على منهج المسح الاجتماعي باستخدام الاستبيان من خلال إعداد استمارة إلكترونية، بالإضافة الى المقابلة، وقد كانت دراستنا على عينة من أولياء تلاميذ المؤسسة التربوية الخاصة تاونزة العلمية بمدينة غرداية، حيث كانت العينة العشوائية البسيطة البالغ حجمها 60 مفردة، كما قمنا بعرض وتحليل نتائج هذه الدراسة من خلال جداول وأشكال بيانية توضحها.

توصلنا في الأخير إلى نتائج أهمها أن:

- أهمية تكنولوجيات الاتصال الحديثة لتشكيل صورة ذهنية جيدة لدى جمهور المؤسسة.
- أن المؤسسة تستعمل وسائل اتصالية متعددة للتواصل مع الجمهور الخارجي أي أولياء التلاميذ وبعض هذه الوسائل مواقع التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني، تطبيق classe dojo.
- مساعدة تكنولوجيات الاتصال الحديثة على تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة المدروسة.

## الكلمات المفتاحية:

تكنولوجيات الاتصال الحديثة - الصورة الذهنية - المؤسسة الخاصة - الجمهور.



## Résumé

Notre étude, qui s'intitule 'la relation entre l'utilisation des technologies modernes de communication et l'image mentale de son public, portait sur l'étude d'un échantillon du public externe (c'est-à-dire les parents d'élèves) de l'établissement d'enseignement privé Tawenza Scientifique dans la ville de Ghardaïa, où notre problème centré sur l'identification de la relation entre l'utilisation de la Fondation scientifique Tawenza pour les technologies modernes de communication et son image stéréotypée parmi les parents des élèves, et les moyens sur lesquels l'institution s'appuie pour peindre son image auprès de son public à travers le degré de satisfaction ou manque de celui-ci avec les services de l'institution, et c'est pour montrer l'effet qu'ont ces moyens modernes de communication sur l'orientation de l'opinion publique.

Dans notre étude, nous nous sommes basées sur la méthode d'enquête sociale utilisant le questionnaire en préparant un formulaire électronique, en plus de l'entretien, et notre étude a porté sur un échantillon des parents des élèves de l'établissement d'enseignement privé Tawenza Scientifique dans la ville de Ghardaïa, où l'échantillon aléatoire simple de 60 individus, nous a également présenté et analysé les résultats Cette étude est illustrée par des tableaux et des graphiques.

En fin de compte, nous avons atteint les résultats les plus importants qui sont:

- L'importance des technologies modernes de communication pour former une bonne image mentale du public de l'institution.
- L'établissement utilise plusieurs moyens de communication pour communiquer avec le public externe ; c'est-à-dire les parents d'élèves. Certains de ces moyens sont les sites de réseaux sociaux, le courrier électronique, l'application classe de JO.
- Les technologies de communication modernes aident à l'amélioration de l'image mentale de l'organisation étudiée.

**Les mots clés :** technologies de communication modernes, l'image mentale, l'établissement privé, public.

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
—	— البسمة
—	— الإهداء
—	— كلمة شكر وعرفان
—	— ملخص الدراسة باللغة العربية
—	— ملخص الدراسة باللغة الانجليزية
—	فهرس المحتويات
—	قائمة الجداول
—	قائمة الأشكال
—	قائمة الملاحق
2-3	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة</b>	
06	1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
07	2- فرضيات الدراسة
07	3- أهداف الدراسة
08	4- أهمية الدراسة
09	5- أسباب اختيار الموضوع
09	6- حدود الدراسة
10	7- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
14	8- مجتمع الدراسة وعينتها

15	9-الدراسات السابقة
21	10- مفاهيم الدراسة ومصطلحاتها
21	11-صعوبات الدراسة
<b>الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة</b>	
24	<b>1\تكنولوجيات الاتصال الحديثة</b>
-	تمهيد
24	1-1\ مفهوم تكنولوجيات الاتصال الحديثة
27	1-2\ وسائل تكنولوجيات الاتصال الحديثة
46	1-3\ القيمة الاجتماعية لتكنولوجيات الاتصال الحديثة
48	1-4\ دراسة قيمة لتكنولوجيات الاتصال الحديثة
54	<b>2\ الصورة الذهنية للمؤسسة</b>
-	تمهيد
55	2-1\ مفهوم الصورة الذهنية
60	2-2\ أنواع الصورة الذهنية
61	2-3\ وظائف الصورة الذهنية
62	2-4\ العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية
64	<b>3\ العلاقة بين استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة وتشكيل الصورة الذهنية</b>
-	تمهيد
64	3-1\ مفهوم العلاقات العامة
65	3-2\ العلاقات العامة واستخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة
76	3-3\ تأثير وظائف الوسائل الاتصالية الجديدة على تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة
78	3-4\ استراتيجيات تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

82	تمهيد
83	1/ نبذة تعريفية عن المؤسسة التربوية الخاصة تاونزة العلمية وهيكلها التنظيمي
86	2/ خدمات المؤسسة التربوية وأهم إنجازاتها
88	3/ مدرسة تاونزة العلمية في بعض وسائل الاعلام
89	4/ وسائل الاتصال المستعملة من طرف مؤسسة تاونزة العلمية
90	5/ عرض وتحليل النتائج
90	5-1/ الأدوات الإحصائية
90	5-2/ اختبار صدق وثبات الاستبيان
91	5-3/ عرض وتحليل أسئلة أداة الاستبيان ونتائجها
114	5-4/ عرض وتحليل أسئلة المقابلة مع مدير العلاقات العامة ونتائجها
121	6/ النتائج العامة للدراسة
124	7/ مناقشة الفرضيات على ضوء نتائج الدراسة
127	خاتمة
129	قائمة المراجع
140	الملاحق

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
13	يوضح قائمة التنقيط حسب ليكارت الخماسي	1
14	يوضح مقياس تحديد الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي	2
43	يبين الفرق بين شبكتي الإنترنت والأنترنت	3
46	يبين الفرق بين الإنترنت والأنترنت والإكسترنات	4
90	يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة	5
91	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	6
92	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	7
94	يمثل نمط تواصل المؤسسة مع الأولياء	8
95	يمثل تواصل الأولياء مع المؤسسة بصفة منتظمة	9
97	يمثل رأي الأولياء حول تنظيم مؤسسة تاونزة ملتقيات إرشادية لهم	10
98	يمثل رأي المبحوثين حول الطريقة التي يفضلها الأولياء في الاتصال بالمؤسسة	11
100	يمثل رأي المبحوثين إذا ما كانت المؤسسة تُطلعهم بشكل دائم على المستجدات الخاصة بأبنائهم	12
101	يمثل رأي المبحوثين حول قيامهم بدعوة أصدقائهم إلى نقل أبنائهم لمؤسسة تاونزة العلمية	13
103	يمثل رأي المبحوثين في العراقيل التي يمكن أن تمنع أو تعطل التواصل مع المؤسسة	14
103	يبين رأي المبحوثين في تدخل المؤسسة لحل مشكلة التنمر الذي يحدث بين التلاميذ في بعض الأحيان	15
104	يبين موقف الأولياء من تدخل المؤسسة في حل مشكلة التنمر التي تحدث بين التلاميذ في بعض الأحيان	16

105	يبين موقف الباحثين حول الأثر الذي تركته تجربة التعليم الخاص في الجزائر وأثرها على التربية والتعليم	17
107	يوضح نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للصورة الذهنية لمؤسسة تاونزة العلمية لدى أولياء التلاميذ	18

### قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
92	يوضح توزيع العينة حسب الجنس	1
93	يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	2
95	يوضح نمط تواصل المؤسسة مع الأولياء	3
96	يوضح رأي الباحثين حول تواصل الأولياء بالمؤسسة بصفة منتظمة	4
98	يوضح رأي الباحثين حول تنظيم المؤسسة ملتقيات ارشادية لأولياء التلاميذ	5
99	يوضح رأي الباحثين حول الطريقة التي يفضلونها في التواصل مع المؤسسة	6
101	يوضح رأي الباحثين حول إذا ما كانت المؤسسة تُطلعهم بشكل دائم على المستجدات الخاصة بأبنائهم	7
102	يوضح رأي الباحثين حول دعوتهم لأصدقائهم الى نقل أبنائهم لمؤسسة تاونزة العلمية	8
104	يوضح رأي الباحثين حول تدخل المؤسسة في حل مشكلة التنمر الذي يحدث بين التلاميذ في بعض الأحيان	9

## قائمة الملحق

الصفحة	عنوان الملحق	اسم الملحق
141	استمارة الدراسة الاستطلاعية حول المؤسسة المبحوثة	1
142	نمو مدرسة تاونزة العلمية 2007 – 2022	2
143	الهيكل التنظيمي لمؤسسة تاونزة العلمية	3
144	وسائل الإتصال المستعملة من طرف مؤسسة تاونزة العلمية	4
145	استبانة موجهة لجمهور المبحوثين	5
149	مقابلة موجهة لمدير العلاقات العامة والإعلام	6
151	مخرجات برنامج SPSS	7

# مقدمة



عرفت تكنولوجيايات الاتصال الحديثة تطورا كبيرا منذ مطلع القرن الواحد والعشرين حيث شهدت وسائل الاتصال تطورا ملحوظا حتى يومنا هذا، وهو الحدث الذي يعرف بثورة تكنولوجيايات الاتصال الحديثة، أدت إلى سرعة انتشار المعلومات واختصارها للمسافات، ما جعل التواصل بين الأفراد في تطور أو بين المؤسسات والأفراد أكثر سهولة فشبكات الاتصال تعد من الأساسيات التي يهتم بها المجتمع وهذا بعد زيادة اللجوء إليها لتسهيل الخدمات في الحياة اليومية، ونذكر من هذه التكنولوجيايات الأرقام الصناعية، الحواسيب، الهواتف الذكية... إلخ، فهي ساهمت في تسريع وتيرة التواصل واختصار الوقت وبأقل تكلفة وجهد .

أما من جهة المؤسسات فقد استفادت كثيرا من هذه الثورة الرقمية خاصة في مجال الاتصال وهذا ما مكّن المؤسسات من التواصل مع جمهورها الخارجي والداخلي على السواء من أجل ترسيخ أفضل انطباع لدى المتلقين وتحسين انتاجها وخدماتها، ومن إيجابيات هذه التكنولوجيايات هو تحديد المشاكل والحد من الأزمات التي تحدث في أي لحظة وهذا ما نلاحظه في المؤسسات الخاصة فهي تعود ملكيتها للأفراد ولها نظام وقانون خاص، وهي تلجأ في نظام عملها لاستخدام شبكات التواصل من أجل مساندة كل الأحداث الحاصلة في محيطها وتعمل دائما على المحافظة على صورتها عند جمهورها.

ولهذا فالمؤسسات الخاصة تعمل جاهدة على أهمية دراسة صورتها لدى جمهورها واتخاذ أساليب واستراتيجيات تضمن تكوين صورة حسنة حسب ما هو مخطط له مسبقا وذلك باستخدام وسائل اتصال متطورة من أجل الأداء الجيد الذي يتطابق مع متطلبات الجماهير، فتكوين صورة ذهنية جيدة هو الهدف الأول للمؤسسة من أجل ضمان سير حسن لها.

قسمننا الدراسة الى:

**إطار منهجي:** اشتمل على الإشكالية والأسئلة الفرعية وفرضيات الدراسة أهدافها وأهميتها، المنهج المعتمد وأدوات جمع البيانات وحدود الدراسة، وتطرقنا الى المفاهيم الأساسية للدراسة وأهم الدراسات السابقة التي لها علاقة بدراستنا.

**إطار نظري:** جاء في ثلاثة عناوين رئيسية تضمن الأول على تكنولوجيايات الاتصال الحديثة وينقسم الى أربعة عناوين فرعية: مفهوم تكنولوجيايات الاتصال الحديثة، وسائل تكنولوجيايات الاتصال الحديثة، القيمة الاجتماعية لتكنولوجيايات الاتصال الحديثة، دراسة قيمة لتكنولوجيايات الاتصال الحديثة.

والعنوان الثاني الرئيسي تضمن الصورة الذهنية للمؤسسة، وينقسم الى أربعة عناوين فرعية: مفهوم الصورة الذهنية، أنواعها، وظائفها والعوامل المؤثرة في تكوينها.

والعنوان الثالث الرئيسي والأخير تناول العلاقة بين استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة وتشكيل الصورة الذهنية وينقسم الى أربعة عناوين فرعية: مفهوم العلاقات العامة، العلاقات العامة واستخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة، تأثير وظائف الوسائل الاتصالية الجديدة على تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة، استراتيجيات تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

**إطار تطبيقي:** قمنا فيه أولاً بتقديم المؤسسة المستهدفة (مدرسة تاونزة العلمية - غرداية - الجزائر) وعرض مختلف نشاطاتها وإنجازاتها ثم قمنا بعرض وتحليل النتائج المتحصل عليها من الاستبيان والمقابلة، بعد ذلك تحققنا من صحة الفرضيات وأجبنا عن التساؤلات الفرعية والإشكالية الرئيسية.

# الفصل الأول

الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

1/ إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

2/ فرضيات الدراسة

3/ أهداف الدراسة

4/ أهمية الدراسة

5/ أسباب اختيار الموضوع

6/ حدود الدراسة (المكانية، الزمنية والبشرية)

7/ منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

8/ مجتمع الدراسة (البحث والعينة)

9/ الدراسات السابقة

11/ مفاهيم ومصطلحات الدراسة

10/ صعوبات الدراسة

## 1/ إشكالية الدراسة وتساؤلاتها :

ان تكنولوجيايات الاتصال الحديثة تعتبر من الوسائل التي أضفت تغيرا عميقا في المجتمع والمؤسسات، أي أنها حققت منعرجا حاسما في حياة الإنسانية وهذا لاقتحامها ميادين عدة وأيضا لسهولة استخدامها وسرعة نقلها للمعلومات وتخزينها، حيث أصبحت الحاجة لتكنولوجيايات الاتصال الحديثة تزداد أكثر فأكثر من قبل المجتمعات والمؤسسات وهذا من أجل مواكبة الوتيرة التنموية، فقد أصبحت الوظائف الإدارية تعتمد على التعاملات الرقمية من أجل كسب الوقت والجهد وأيضا وضع مكانة المؤسسة في الأوساط الخارجية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة ملاحظات الجمهور حول الخدمات واستطلاع الرأي العام ومعرفة مدى الرضى المحقق، وهذا بالاستجابة الفورية للردود والاستفسارات، فبناء صورة ذهنية التي ترغب فيها المؤسسة لنفسها سواء من الداخل أو الخارج، وهذا ما يسهل لها في بناء صورة ذهنية حولها ويكون بالتعرف على ما يفكر فيه الجمهور تجاه هذه المؤسسة وهو الهدف الأساسي الذي تسعى لتحقيقه المؤسسات التي تريد النجاح في محيطها، ومن العناصر التي تساهم في تحسينها حول المؤسسة هي استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في كل أعمالها، وهذا ما نجده في المؤسسة التربوية تاونزة العلمية من استخدامها لهذه الوسائل وتأثيرها على الصورة الذهنية للمؤسسة وهو ما يزيد من فعالية أداء المؤسسة، وعليه كانت إشكالية دراستنا على النحو التالي:

هل هناك علاقة بين توظيف مؤسسة تاونزة العلمية للتكنولوجيايات الحديثة للاتصال وبين صورتها الذهنية لدى أولياء التلاميذ؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي تكنولوجيايات الاتصال الحديثة التي تستخدمها مؤسسة تاونزة للتواصل مع جمهورها؟
- ماهي الاستراتيجيات التي تستخدمها مؤسسة تاونزة في رسم صورتها لدى جمهورها؟
- هل هناك علاقة بين رضى الأولياء وتحسين المؤسسة لخدماتها؟
- هل هناك علاقة في التكلفة التي تفرضها المؤسسة وما تحققه من تحسن في المستوى العلمي للتلاميذ؟

- هل هناك علاقة بين النظام الداخلي للمؤسسة وتوجهات الأولياء؟

## 2/ فرضيات الدراسة:

أ- فرضية رئيسية:

- تكنولوجيايات الاتصال لا تساهم في تحسين صورة المؤسسة التعليمية بالقدر الذي يقوم به المستوى التعليمي.

ب- فرضيات فرعية:

- هناك علاقة بين المستوى العلمي للأولياء والرضى عن مؤسسة تاونزة العلمية.

- هناك علاقة بين قيمة الصورة الذهنية والجنس.

- تكون الصورة الذهنية ايجابية لدى الأمهات بينما تكون سلبية لدى الآباء.

- هناك علاقة بين المعدلات التراكمية للتلاميذ والصورة الايجابية عن المؤسسة.

## 3/ أهداف الدراسة:

أ-أهداف خاصة بالمحيط:

- على مستوى المؤسسات التربوية الخاصة هو تحسيس المدارس الخاصة في غرداية بقيمة استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة من أجل رسم صورة ذهنية حسنة لدى الجمهور.

- معرفة كيفية مساهمة تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في تطوير أداء المؤسسات الخاصة مما يؤدي الى تحسين صورتها لدى جمهورها.

- محاولة الكشف عن الدور الذي تلعبه تكنولوجيايات الاتصال الحديثة داخل مؤسسة تاونزة العلمية.

- محاولة فهم العلاقة بين استمرارية المؤسسات التربوية الخاصة وبين صورتها لدى جمهورها ومحيطها.

ب- أهداف خاصة بالمؤسسة:

- إثراء المكتبة الجامعية.
- ربط الجامعة بالمحيط الاجتماعي والاقتصادي.

ج- أهداف خاصة بالباحث:

- التحصل على شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة.

د- أهداف خاصة بالبحث العلمي:

- التعميم على كل الحالات المشابهة التي ندرسها.
- إضافة قيمة علمية جديدة للبحث العلمي.

4/ أهمية الدراسة:

يمكن إضافة قيمة حقيقية للبحث العلمي على مستوى الماستر من خلال النتائج التي توصلنا إليها وهي تعكس العلاقة الوطيدة بين علوم الاعلام والاتصال والعلوم الاقتصادية من جهة وبين علوم الاعلام والاتصال وعلم النفس والاجتماع من جهة أخرى، وعليه فإن إثبات العلاقة بين المتغيرين موضوع دراستنا سيحدد القيم التالية:

- القيمة الاقتصادية لتكنولوجيات الاتصال الحديثة.
- الرفع من مستوى جودة التعليم بفضل هذه الوسائل.
- فهم توجهات الجمهور.

- تأثير الصورة الذهنية لوسائل الاتصال على صناعة القرار.

وان التفاعل بين علوم الاعلام والاتصال والعلوم الأخرى سينتهي الى إبراز حقيقة علمية ثابتة تعطي قيمة معينة للمعرفة الانسانية.

## 5/ أسباب اختيار الموضوع:

### أ- أسباب ذاتية:

- الإهتمام والرغبة في التعرف على دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين صورة المؤسسات الخاصة.
- محاولة منا المساهمة في إنجاز دراسة علمية تبقى موضع إفادة للطلبة مستقبلا.
- الارتباط المباشر لموضوع الدراسة بمجال تخصصنا.
- الميل المشترك للطالبتين نحو هذه الموضوعات.

### ب- أسباب موضوعية:

- التطور الكبير لتكنولوجيا الاتصال وتزايد استخداماتها داخل المؤسسات التربوية الخاصة.
- الإسهام في دراسة إحدى الموضوعات العلمية التي تزداد الحاجة إلى تتبعها مثل تكنولوجيا الاتصال الحديثة والتطور الذي يأتي في كل يوم بجديد.
- توفر عدد كافي من المراجع التي تساعدنا في إنجاز المذكرة.

## 6/ حدود الدراسة

تتضمن مجالات الدراسة تحديد أطرها المكانية، الزمنية والبشرية، وتحديد مجال البحث ضرورة منهجية، تستوجبها مسألة ارتباط النتائج بالإطار الزماني والمكاني والبشري للظاهرة المدروسة، وتحديد مسار البحث وخطواته المنهجية من جهة أخرى.

### أ. المجال المكاني:

نظرا لأهمية دراستنا المتعلقة بمدى العلاقة بين استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في المؤسسات الخاصة والصورة الذهنية لدى جمهورها، قمنا باختيار مؤسسة تاونزة العلمية بمدينة غرداية، باعتبارها مؤسسة تربوية خاصة، وأن من بين المبادئ التي تبنتها هذه المؤسسة هي السعي لتكوين صورة



ذهنية حسنة في الجمهور عموماً وأولياء التلاميذ خصوصاً، بالإضافة إلى التطوير ومواكبة التكنولوجيا الحديثة في تسيير خدماتها.

وفي هذا الصدد فقد كان اختيار هذه المؤسسة لعدة أسباب نذكر منها على الخصوص أسباب علمية مناسبة لدراستنا ولاسيما الميدانية منها، حيث أن لهذه المؤسسة خلية خاصة بالاتصال والعلاقات العامة والتي تعتبر حلقة وصل بين المؤسسة وبين الجمهور الداخلي والخارجي وتنويعها لاستخدام الوسائل التقليدية والتكنولوجيا الحديثة وهذه الخلية هي المسؤولة على تقديم خدمات إتاحة الاطلاع على أنشطة المؤسسة والتواصل مع الجمهور لبناء وإبراز صورة حسنة لديهم، وأخرى عملياً تتمثل أساساً في معرفتنا للمؤسسة ومن ثم سهولة الوصول إليها وبالتالي إلغاء عاملي الزمن وبعد المسافة ولو نسبياً.

#### ب. المجال الزمني:

تمتد الحدود الزمانية للدراسة من شهر نوفمبر سنة 2021 إلى نهاية شهر ماي من سنة 2022 للموسم الجامعي 2021-2022.

#### ج. المجال البشري:

وتشمل الحدود البشرية أولياء تلاميذ المدرسة الخاصة تاونزة العلمية.

#### 7/ منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات :

##### أولاً - منهج الدراسة:

هو أسلوب للتفكير والتنفيذ، يعتمد الباحث لإنجاز بحثه لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها للوصول إلى نتائج بحثه، ويتم ذلك وفق مجموعة من الخطوات التي تؤدي كل منها إلى الخطوة الموالية<sup>1</sup>.

وقبل الوصول إلى المنهج المستخدم لا بد من الإشارة إلى أن لكل منهج شروط ومتطلبات وقدرات محدودة في البحث، تفرض على الباحث استعمالها في حالات معينة، وإن عملية اختيار منهج على

<sup>1</sup> - كمال دشلي، منهجية البحث العلمي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، سوريا، 2016، ص 53.

آخر، ومن أجل الإجابة على إشكالية بحثنا والتأكد من صحة التساؤلات المطروحة تم الاعتماد في هذا البحث على منهج المسح الاجتماعي وهو حسب نظرنا أكثر ملائمة لموضوع الدراسة من أجل التعرف على العلاقة بين استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في المؤسسات الخاصة والصورة الذهنية لدى جمهورها.

ويعد المنهج المسحي من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية ويهتم بدراسة الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها في مجتمع معين بقصد تجميع الحقائق واستخلاص النتائج اللازمة وبيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة، ولا يقتصر منهج المسح على استخدام أسلوب واحد في عملية جمع البيانات وإنما يلجأ إلى استخدام مختلف الأساليب<sup>1</sup>.

ويعرف سمير محمد المنهج المسحي " بأنه جهد علمي للحصول المنظم على البيانات والمعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث خلال فترة زمنية كافية للدراسة، وهو يستند على الطرق الكمية والإحصائية في عرض النتائج"<sup>2</sup>.

وكما يعرفه الباحث محمد زيان عمر أيضا أنه "دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي دون أي تدخل من قبل الباحث، أي دراسته الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية"<sup>3</sup>.

## ثانيا- أدوات جمع البيانات

### أ- المقابلة:

يعرف المجلسن المقابلة بأنها " عبارة عن محادثة موجهة يقوم بها فرد مع آخر أو أفراد آخرين، بهدف الحصول على المعلومات لاستخدامها في بحث علمي أو الاستعانة بها في التشخيص والتوجيه والعلاج "<sup>4</sup>.

1- أحمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار وائل للنشر، عمان، 2003، ص124.

2- سمير محمد حسين، بحوث الاعلام الأسس والمبادئ، دار الفكر العربي، القاهرة، 1976، ص127.

3- أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص286.

4- طه عبد العالي نجم، مناهج البحث الإعلامي، جامعة الإسكندرية، مصر، [د.ت.ط]، ص30.

وللحصول على المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة قمنا بإجراء مقابلة علمية لجمع المعلومات من قبل المكلف بخلية الإعلام والعلاقات العامة وهو رئيس خلية العلاقات العامة لمؤسسة تاونزة العلمية، حيث كانت مقابلة مقننة والتي كانت بتاريخ 10 ماي 2022 على الساعة (8:00) صباحا.

### ب- الاستبيان:

يعتبر الاستبيان من الأدوات المهمة في جمع البيانات والمعلومات خاصة في البحوث المسحية، فهو كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر، بمعنى أوضحه وعرفه، والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر.

أما الاستبيان في البحث العلمي هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتتقدم الى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن البيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة<sup>1</sup>.

وانطلاقا من استخدامنا للمنهج المسحي في الدراسة ولجمع أكبر عدد من المعلومات والبيانات عن مجتمع البحث، وبالإضافة الى الأدوات السالفة الذكر، اخترنا الاستبيان كأداة رئيسية للحصول على البيانات حول الظاهرة المدروسة، من خلال تقديم مجموعة من الأسئلة الموجهة الى عينة البحث والتي نرى بأنها تغطي موضوع الدراسة خاصة بعد تحكيمها من طرف الأستاذ المشرف طوابية محمد وقد تم الأخذ بعين الاعتبار ملاحظاته واقتراحاته، ثم قمنا بإعادة صياغة بعض الأسئلة وإلغاء بعضها وإعادة النظر في ترتيبها ثم تصميمها في شكلها النهائي (أنظر الملحق رقم 04)، حيث صممنا استبيان إلكتروني وتم توزيعه من قبل القائمين والمسؤولين على المجموعات في المواقع التي يتم التواصل عبرها مع أولياء التلاميذ والذين يمثلون عينة الدراسة في الفترة الممتدة من 2022/04/17 إلى 2022/05/04، وبعد تجميعها قمنا بتحليل الاستبيان عن طريق برنامج الاختبارات الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS . Statistics v 22

<sup>1</sup> - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص220.

وقد تم تقسيم الاستبيان إلى (03) محاور كالتالي:

**المحور الأول:** يحتوي على البيانات الشخصية للمبحوثين ويتكون من (02) بيانات وهي الجنس والمستوى التعليمي.

**المحور الثاني:** يحتوي على (07) أسئلة مغلقة تم استخدامها في شكل محدود ودقيق حيث سمحت للمبحوثين بتطبيق اجابتهم المنتظمة المتمثلة ب (نعم أو لا)، و(04) أسئلة مفتوحة والغاية منها الكشف عن مدى استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة من طرف أولياء التلاميذ.

**المحور الثالث:** يتكون من (11) سؤال والغاية منه الكشف عن صورة مؤسسة تاونزة لدى أولياء التلاميذ.

وقد كانت إجابات كل فقرة وفق مقياس ليكارت الخماسي كما هو موضح في الجدول رقم (01) حيث تم تحديد مجال المتوسط الحسابي من خلال حساب المدى ( $4=5-1$ ) ثم نقسمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية ( $0.8=5/4$ ) ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي (01) وذلك لتحديد الحد الأدنى لهذه الخلية وهكذا أصبح طول الخلايا كالتالي:

الجدول رقم (01): يوضح قائمة التقيط حسب ليكارت الخماسي

الأهمية	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبتين.

كما تم وضع مقياس ترتيبي لهذه الأرقام لإعطاء الوسط الحسابي مدلولاً باستخدام المقياس الترتيبي الأهمية وذلك للاستفادة منها فيما بعد عند تحليل النتائج، وسنوضح ذلك من خلال الجدول رقم (02).

الجدول رقم (02): مقياس تحديد الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي

الأهمية	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما

المتوسط الحسابي	من 01 - 1.79	من 1.8 - 2.59	من 2.6 - 3.39	من 3.4 - 4.19	من 4.2 - 5
درجة	منخفضة	متوسطة	عالية		

المصدر: من إعداد الطالبتين.

## 8/ مجتمع الدراسة (العينة والبحث)

### أ- مجتمع الدراسة

يقصد بها "جميع المفردات الظاهرة المراد دراستها سواء أكانت هذه المفردات بشرا أم مؤسسة أم أنشطة تربوية وغير ذلك"<sup>1</sup>، فمجتمع البحث في دراستنا هو المؤسسة التعليمية الخاصة وهي مؤسسة التربية والتعليم تاونزة العلمية الخاصة وبالخصوص جمهورها الخارجي وهم أولياء تلاميذ المؤسسة، وقد قمنا بدراسة استطلاعية لتحديد المجتمع الأصلي للدراسة أنظر للملحق رقم 01 والذي قدرنا عددهم في كل الأطوار التعليمية الثلاث ب 725 ولي، وهو ما يمثل عدد التلاميذ ويقابله ولي أمره.

### ب- تحديد حجم العينة

تعرف العينة على أنها فئة تمثل مجتمع البحث (Population Research) أو جمهور البحث، أي جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث<sup>2</sup>.

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة العشوائية البسيطة للجمهور الخارجي لمؤسسة تاونزة العلمية والذي يقصد به الأولياء، وباعتبار أن مجتمع دراستنا يحتوي على مجموعة كبيرة من المفردات فإننا لا

<sup>1</sup> - سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ط 1، جامعة تكريت كلية الأدب، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة: الجمهورية اللبنانية، 2017، ص 43.

<sup>2</sup> - رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته العملية، دار الفكر، دمشق، 2000، ص 305.

نستطيع دراستها ككل، لذلك لجأنا الى أخذ 60 عينة لإجراء الدراسة عليها وللحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بها، وقد أدرجنا في العينة متغيرات الدراسة من الجنس والمستوى الدراسي.

## 9/ الدراسات السابقة :

تعد الدراسات السابقة من الأسس المهمة للبحث العلمي نظرا لأهميتها في مساعدة الباحث في تدعيم أفكاره وبناء دراسة على أسس صحيحة ولهذا قمنا بالبحث عن دراسات مشابهة لدراستنا وقد اخترنا منها.

الدراسة الأولى: وهي دراسة بعنوان "واقع العلاقات العامة في المؤسسة التربوية الخاصة: دراسة حالة مؤسسة تاونزة العلمية بني يزقن ولاية غرداية " من إعداد الطالب باحماني مصطفى، وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، شعبة: اتصال وعلاقات عامة، بجامعة غرداية، تمت مناقشتها سنة 2018.

### - الإشكالية:

ما هو واقع العلاقات العامة في المؤسسة التربوية الخاصة "تاونزة العلمية" بمدينة بني يزقن ولاية غرداية؟

### - فرضيات الدراسة:

- للعلاقات العامة مكانة هامة ضمن الهيكل التنظيمي لمؤسسة التربية الخاصة تاونزة العلمية لمدينة بني يزقن.

- العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية لها دور في التخطيط الاستراتيجي.

- مصلحة العلاقات العامة بمؤسسة تاونزة العلمية لها دور في تحقيق أهداف المؤسسة.

- مؤسسة تاونزة العلمية توظف جميع وسائل الاتصال المتاحة للاتصال بجمهورها للاتصال الداخلي.

- الاتصال النازل هو أكثر الاتصالات استعمالا داخل مؤسسة الدراسة.

### - المنهج والأدوات المستعملة:

اعتمد الباحث على منهج دراسة الحالة والذي يرى أنه الأسلوب الذي يقوم على جمع البيانات والمعلومات عن حالة فردية واحدة أو عدد محدود من الحالات، واستعان البحث على أدوات البحث العلمي: المقابلة، الاستمارة، الملاحظة.

- النتائج العامة للدراسة: توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

1- العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة العلمية تحظى بأهمية هامة ولها مكانتها التي تستحقها كإدارة مستقلة ضمن الهيكل التنظيمي في المؤسسة.

2- إدارة العلاقات العامة تساهم في صناعة القرار داخل المؤسسة وذلك من خلال مساهمتها في تحديد إستراتيجية وأهداف المؤسسة.

3- إدارة العلاقات العامة تستخدم جميع الوسائل الاتصال المتاحة للتواصل مع الموظفين خاصة وسائل الاتصال الحديثة حيث يعتبر سكايب أكثر استخداما وأنها الوسيلة الرسمية للتواصل بين موظفي المؤسسة وأيضا الهاتف ومواقع التواصل الاجتماعي وهذا لا يعني أن الإدارة تستغني عن وسائل الاتصال التقليدية بل تستخدمها عند وجود مشكلة أو عطب في إحدى وسائل الاتصال الحديثة.

4- إدارة المؤسسة تفتح مجال لتلقي الشكاوى والاقتراحات لجميع الموظفين في مختلف المجالات وبمختلف الطرق سواء الاتصال بالمدير مباشرة أو عن طريق شكاوى أو اقتراح مكتوب أو في اجتماعات وندوات، والإدارة بدورها تقوم بالرد عن شكاوى أو اقتراح عن طريق جلسات فردية أو في اجتماعات وندوات عن طريق رد مكتوب والمتمثلة في الإعلانات والتعليمات.

5- أن المؤسسة تستخدم جميع مستويات الاتصال سواء الاتصال الصاعد والمتمثل في تلقي الشكاوى والاقتراحات من قبل الجمهور الداخلي والخارجي أو الاتصال النازل والمتمثل في ردود عن الشكاوى والاقتراحات والتعليمات التي تصدرها الإدارة للموظفين أو الاتصال الأفقي والمتمثل في تواصل المصالح فيما بينها.

6- أغلب المبحوثين وبنسبة 93.5% تقدم لهم تحفيزات أثناء أدائهم للعمل وهذا راجع إلى إتباع المؤسسة سياسة تحفيز الموظفين وإرضائهم وهذا من أجل مواصلة العمل والإنتاجية على أحسن وجه.

7- أن إدارة العلاقات العامة في المؤسسة تواجه جملة من العراقيل ولعل من أهمها ضعف الميزانية المخصصة لأنشطة المؤسسة وهذا راجع إلى طبيعة المؤسسة كونها مؤسسة تربوية خاصة يتم تمويلها من طرف المحسنين ورجال الأعمال.

8- أن 47% من الباحثين يقدمون اقتراحاتهم مكتوبة للإدارة ويرجع ذلك إلى استعمال ما يسمى ببطاقة stop card.

9- أن نسبة 93.5% من آراء الباحثين يرون أن مدير العلاقات العامة محوري في المؤسسة.

10- أن أغلب الباحثين وبنسبة 80.4% لهم علاقة حسنة مع الإدارة والتي تسودها الاحترام والتفاهم والثقة المتبادلة.

#### -نقد الدراسة السابقة الأولى:

تعتبر هذه الدراسة جزء من دراستنا حيث تناولت واقع العلاقات العامة في مؤسسة تاونزة بينما دراستنا تتحدث عن عنصر من عناصر العلاقات العامة والتي من ضمنها تدرج الصورة الذهنية للمؤسسة وأيضا تتشارك في الجزء التطبيقي لدراسة المؤسسة التربوية الخاصة تاونزة العلمية.

كما تتشابه الأدوات المنهجية لهذه الدراسة مع دراستنا في استخدام الاستبيان والمقابلة، وبغض النظر عن الاختلاف الموجود بين الدراستين أفادتنا هذه الدراسة في الإحاطة بالموضوع فيما يخص الصورة الذهنية والعلاقات العامة وأيضا من الجانب التطبيقي من خلال الجزء المخصص للتعريف بالمؤسسة.

الدراسة الثانية: وهي دراسة بعنوان "أهمية إدارة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات التربوية الخاصة: مدرسة تاونزة العلمية بولاية غرداية نموذجاً"، من إعداد الطالبتين: زينب مصباح، نوال لعور، وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، شعبة: اتصال وعلاقات عامة، بجامعة غرداية، تمت مناقشتها سنة 2019.

- الإشكالية:



كيف تساهم إدارة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة التربية والتعليم الخاصة تاونزة العلمية بولاية غرداية؟

### - المنهج والأدوات المستعملة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على منهج دراسة الحالة والذي يرويه الأنسب، ومن الأدوات المساعدة في أداء الدراسة الميدانية هي الملاحظة، المقابلة، الاستبيان.

### - نتائج الدراسة: توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

- 1- تعتمد مدرسة تاونزة العلمية للتربية والتعليم الخاصة على وسائل اتصالية تقليدية وحديثة.
- 2- تستخدم البرامج الوقائية من أجل تحسين صورتها الذهنية وآليات مختلفة للتعريف على صورتها كالاستبيانات، سبر الآراء، الاجتماعات، الندوات مع الجماهير المستهدفة.
- 3- يتمتع رجل العلاقات العامة بمهارات مختلفة منها الاتصالية وأخرى إقناعية والتي تتجلى في سلوكياته وتصرفاته.
- 4- لا تتمتع المؤسسة التربوية الخاصة تاونزة العلمية بشهرة واسعة في أوساط جماهيرها محليا وهذا على الرغم من الجهود المبذولة من طرف إدارة العلاقات العامة.
- 5- يحمل الجماهير صورة ذهنية حسنة عن المدرسة وهذا بالرغم من قلة شهرتها.
- 6- من بين أهم الأسباب والمشاكل التي تعترض المدرسة من أجل تحسين صورتها هي الأزمات والإشاعات المثارة حولها.

### - نقد الدراسة السابقة الثانية:

تختلف هذه الدراسة مع دراستنا في بعض النقاط منها: مجتمع البحث فقد تم دراسة الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي للمؤسسة بحيث قمنا بدراسة الجمهور الخارجي فقط، أما من جانب الموضوع يختلف فقد تم دراسة موضوع إدارة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة ولكن أفادنا من الجانب

النظري والتطبيقي أيضا في المعلومات حول المؤسسة أيضا استفدنا منها في كيفية صياغة أسئلة الاستبيان والمقابلة.

الدراسة الثالثة: وهي دراسة بعنوان "التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال ودورها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الإعلامية: المؤسسة الوطنية للصحافة - النصر - قسنطينة نموذجاً"، من إعداد الطالب: سدحان عبد الأمين، مذكرة مكملة للحصول على شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: اتصال وعلاقات عامة، في جامعة محمد بوضياف، المسيلة، نوقشت في سنة 2018.

#### - الإشكالية:

ما مدى مساهمة التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي؟

#### - الفرضيات:

- هناك علاقة بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال والصورة الذهنية للمؤسسة الإعلامية.
- توظيف التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال ضرورة لا بد منها في المؤسسة.
- للتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال أثر كبير على الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة.
- تعتبر التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال التي تعتمد عليها مؤسسة النصر حاليا كافية لترسيخ صورة ذهنية جيدة عنها لدى جماهيرها.

#### - المنهج والأدوات المستعملة:

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي باعتباره المنهج المناسب الذي يعطي مصداقية وموضوعية أكثر للنتائج المتوصل إليها، والأدوات العلمية المستخدمة في الجانب التطبيقي هي الملاحظة، الاستبيان والمقابلة.

- نتائج الدراسة: توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

(1) جميع التطبيقات التكنولوجية الحديثة للإعلام والاتصال تقدم برامج تساعد في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة النصر كما يتبين أن المؤسسة تهتم بجميع وسائل الاتصال وهذا ما تدعو إليه الحاجة من أجل تلميع صورتها.

(2) تؤمن المؤسسة بضرورة تحسين صورتها وسمعتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي من خلال التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.

(3) أظهرت الدراسة أن الهدف من الصورة الذهنية الممتازة يساهم في جذب المتعاملين وزيادة عدد المتابعين ويحقق ولاء للمؤسسة.

(4) بينت الدراسة أن التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال تساعد في تحسين صورة المؤسسة الذهنية كما أدت دورها بفاعلية كبيرة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

(5) بينت الدراسة أن الدعاية والإشاعة من بين الوسائل التي تعمل على تشويه الصورة الذهنية للمؤسسة.

(6) أوضحت الدراسة أن التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال من أهم العوامل لبناء صورة ذهنية جيدة للمؤسسة لدى جماهيرها الداخلية والخارجية.

(7) أوضحت الدراسة أن المؤسسة تحاول القيام بعملية التواصل المستمر مع جماهيرها من أجل فهم احتياجاتهم وتلبية رغباتهم، وتنفهم جماهيرها ولا تمارس عليهم أي نوع من الإغراء.

- نقد الدراسة السابقة الثالثة:

اتفقت الدراستين على دراسة تكنولوجيات الاتصال ودورها في تحسين الصورة الذهنية من حيث العنوان، ولكن الدراستين اختلفتا من حيث المنهج المعتمد حيث أن هذه الدراسة استخدمت المنهج الوصفي في حين استخدمنا المنهج المسحي، واختلفت أيضا اختلاف بسيط وهو أن هذه الدراسة درست تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين صورة المؤسسة أما دراستنا فهي العلاقة بين استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في المؤسسات الخاصة والصورة الذهنية لدى جمهورها.

### 10/ مفاهيم ومصطلحات الدراسة

✓ المفهوم الإجرائي للاستخدام: هي توظيف تكنولوجيات الاتصال في العلاقة بين المؤسسات والأولياء.

✓ المفهوم الاجرائي لتكنولوجيات الاتصال الحديثة: هي الوسائل التي تستخدمها مؤسسة تاونزة العلمية في التواصل مع أولياء التلاميذ.

✓ المفهوم الإجرائي للصورة الذهنية: هي الأحكام التصورية التي يشكلها أولياء التلاميذ على مؤسسة تاونزة العلمية وقسمناها لمؤشرين إما تكون إيجابية أو سلبية.

✓ المفهوم الإجرائي للمؤسسات الخاصة: هي مجموع المعارف المطابقة وفق المقررات الوزارية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية في مختلف المستويات ابتدائي، متوسط، ثانوي وتعود ملكيتها لفرد أو مجموعة من الأفراد.

✓ المفهوم الإجرائي للجمهور: هم أولياء تلاميذ مؤسسة تاونزة العلمية.

### 11/ صعوبات الدراسة :

واجهنا في دراستنا بعض المشاكل والصعوبات إذ لا يخلو أي عمل من وجود عراقيل أثناء البحث خاصة من الجانب التطبيقي ومن أهم هذه الصعوبات نذكر منها:

- اتساع مجال تكنولوجيات الاتصال الحديثة وقلة المراجع المتعلقة بالصورة الذهنية.
- صعوبة رد المبحوثين على أسئلة الإستبيان وذلك بعد عدة محاولات رغم التطمينات التي أعطيت لهم.

## الفصل الثاني

### الإطار النظري للدراسة

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

### 1 \ تكنولوجيايات الاتصال الحديثة

1-1 \ مفهوم تكنولوجيايات الاتصال الحديثة

1-2 \ وسائل تكنولوجيايات الاتصال الحديثة

1-3 \ القيمة الاجتماعية لتكنولوجيايات الاتصال الحديثة

1-4 \ دراسة قيمة لتكنولوجيايات الاتصال الحديثة

### 2 \ الصورة الذهنية للمؤسسة

2-1 \ مفهوم الصورة الذهنية

2-2 \ أنواع الصورة الذهنية

2-3 \ وظائف الصورة الذهنية

2-4 \ العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية

### 3 \ العلاقة بين استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة وتشكيل الصورة الذهنية

3-1 \ مفهوم العلاقات العامة

3-2 \ العلاقات العامة واستخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة

3-3 \ تأثير وظائف الوسائل الاتصالية الجديدة على تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة

3-4 \ استراتيجيات تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة

## 1 \ تكنولوجيايات الاتصال الحديثة

## تمهيد:

عندما كان الإنسان قادراً على الكلام شهد الإنسان أول ثورة اتصال، ففي المرة الأولى التي استطاع فيها جمع ثمار ابتكاراته واكتشافاته عن طريق الصوت، ثم اخترع السومريون أقدم طريقة للاتصال، وجاءت ثورة الاتصال الثانية. كتابة العالم، الكتابة المسمارية المكتوبة على الصلصال حوالي 3600 قبل الميلاد تحافظ هذه الألواح على الفكر السياسي والاجتماعي والفلسفي المبكر، بينما ارتبطت الثورة الثالثة في الاتصال بظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي والتي اخترعها جوتنبرج ثم بدأت ثورة الاتصالات الرابعة في القرن التاسع عشر مع ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال الجماهيري مثل الإذاعة والتلفزيون، كانت ثورة الاتصالات الخامسة في النصف الثاني من القرن العشرين، وذلك تماشياً مع الاندماج بين ظاهرة انفجار المعلومات والمعرفة وثورة الاتصالات، مما نتج عنه تقنيات اتصال حديثة تتمثل بشكل رئيسي في الآلات الحاسبة وملحقاتها والبرمجيات المتقدمة والشبكات اللاسلكية، مما أدى إلى المزيد من السيطرة على المعلومات من حيث التجميع والمعالجة والتخزين، حيث يمثل ظهور تقنيات الاتصال الحديثة نقطة تحول حاسمة في حياة الإنسانية، حيث أدخلتنا إلى مرحلة جديدة تختلف بشكل ملحوظ عن المرحلة السابقة من التطور البشري، وأصبحت هذه التقنيات مطلباً أساسياً في حياة الناس وفي جميع جوانب حياتهم في مختلف المجالات وهي طريقة جديدة للإدارة الحديثة، حيث نجد العديد من المؤسسات سواء كانت عامة أو خاصة في العالم تستخدم تقنيات الاتصال الحديثة في أنشطتها اليومية لما تقدمه من سرعة ودقة وجودة متميزة، مما يدعم قنوات الاتصال المستخدمة للتواصل مع الفروع والإدارات، فضلاً عن مختلف الجهات الفاعلة الداخلية والخارجية على حد سواء.

## 1-1 \ مفهوم تكنولوجيايات الاتصال الحديثة

لتحديد مفهوم تكنولوجيايات الاتصال لابد أن نرجع على تعريف تكنولوجيايات الاتصال، حيث يرى "روين" و "برنت" أنها: أي أداة أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات<sup>1</sup>.

وتعتبر كلمة حديثة التي تضيف الى تكنولوجيايات الاتصال نسبية، لأنها تتوقف على مدى تطور المجتمع وعلى المدى الزمني فما هو حديث في زمن معين قديم في زمن آخر.

إلا أن أغلب التعاريف تشير الى أن تكنولوجيايات الاتصال الحديثة هي تلك التكنولوجيا التي تجمع بين الاتصال عن بعد والكمبيوتر<sup>2</sup>.

وهناك مفهوم آخر لتكنولوجيايات الاتصال الحديثة وهو: أنها كافة الجهود التي يقوم بها الإنسان وطرق التفكير التي يعتمد عليها من أجل القيام بنقل المعلومات والمعرفة ومختلف المهارات، وذلك عن طريق الاعتماد على الأجهزة والوسائل والأدوات التكنولوجية الحديثة من خلال القيام بنقل الرسائل من المرسل الى المستقبل من خلال وسيلة أو جهاز إلكتروني وقد ساهمت كافة الوسائل الحديثة في توصيل الرسائل بوضوح، وبطرق مختلفة وفتحت الباب أمام فهمها بطرق متعددة، وذلك من أجل تحقيق أهداف محددة، ومن أبرز المبتكرات التي ظهرت لنا الأقمار الصناعية، الألياف الضوئية، الوسائط المتعددة وشبكات المعلومات خاصة شبكة الأنترنت<sup>3</sup>.

وتتميز تكنولوجيايات الاتصال الحديثة بتشابها في العديد من السمات مع الوسائل التقليدية الى أن هناك سمات مميزة للتكنولوجيايات الاتصالية الراهنة بأشكالها المختلفة مما يلقي بضلاله ويفرض تأثيراته على الوسائل الجديدة، ويؤدي الى تأثيرات أكثر حدة بمجموعة هذه المميزات والخصائص تساعد

1- حسن عماد مكاي، تكنولوجيايات الاتصال في عصر المعلومات، ط2، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1997، ص 63.

2- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ج2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 805.

3- مصطفى بوناي، عادل زكرياء، استخدام تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2019\2020، ص 20.



في تقديم أفضل الخدمات من معالجة المعلومات الرقمية والمكتوبة والصوتية ومعالجتها وتخزينها ونشرها بواسطة مجموعة من الأجهزة الإلكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية والأقمار الصناعية والحاسبات الشخصية وأجهزة التلفزيون والفيديو تكس والتلكست والكابلات المحورية والألياف الضوئية وأقراص الفيديو بأنواعها والبريد الإلكتروني وشبكة الأنترنت والهواتف المحمولة بمختلف أجيالها<sup>1</sup> ، فالتطور الناتج عن التكنولوجيا الاتصالية الحديثة أضفى عليها العديد من المميزات والخصائص أهمها<sup>2</sup>:

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

**2. اللاتزامنية (Asynchronization)** وتعني إمكانية ارسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة الى مستقبلها في أي وقت دون الحاجة لتواجد المستقبل للرسالة<sup>3</sup>.

**3. اللاجماهيرية (Démystification)** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن توجه الى فرد أو الى جماعة معينة وليس الى جماهير ضخمة كما كان في الماضي وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة الى المستقبل<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - محمد شومان، عوامة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي، م28، ع2، مجلة عالم الفكر، الكويت، أكتوبر- ديسمبر، 1999، ص 161.

<sup>2</sup> - خالد منصر، علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة باتنة، مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012، ص 53.

<sup>3</sup> - يوسف حديد، تكنولوجيا الاتصال الحديثة واختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الحضرية الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع 17، جامعة جيجل، الجزائر، 2014، ص 263.

<sup>4</sup> - فيصل عبد الأمير، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق، عمان، 2005، ص 25.

4. التوجه نحو التصغير (Miniaturisation) تتجه رسائل الاتصال الجماهيرية في ظل هذه الثورة الى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان الى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم مع ظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك عكس مستهلك العقود الماضية الذي اتسم بالسكون والتجانس، ومن الأمثلة على هذه الوسائل الجديدة: تلفزيون الجيب، الهاتف النقال، الحاسوب النقال المزود بطابعة إلكترونية<sup>1</sup>.

5. قابلية التحويل (Convertibilité) إمكانية تحويل المعلومات من وسيط الى آخر، وذلك باستخدام تقنيات تسمح لها بالتحويل مثل تحويل رسالة مسموعة الى رسالة مطبوعة أو رسالة مقروءة الى رسالة ورقية مطبوعة<sup>2</sup>.

6. الشبوع والانتشار ونعني به التوسع المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم في داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها طرف ثم تتحول الى ضرورة، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية<sup>3</sup>.

وعموما فإن التفاعلية، اللاجماهيرية، اللاتزامنية، قابلية التحويل، الشبوع والانتشار، التوجه نحو التصغير من أبرز سمات التكنولوجيات الحديثة التي ساهمت بنسبة كبيرة في زيادة الاتجاه نحو الإعلام المتخصص ولا مركزية الاتصال التي تعتمد على تقديم رسائل متعددة تخاطب الحاجات الفردية الضيقة والجماعات المتجانسة بدلا من الرسائل الموحدة التي خاطب الجماهير الكبيرة وهذه الخصائص التي تميز التكنولوجيا الاتصالية الحديثة التي جعلتها تمارس تأثيرات كبيرة سواء على الوسائل الاتصالية أو على الجمهور أو على المجتمع ككل<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - محمد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، دار الهدى، الجزائر، 2006، ص 25.

<sup>2</sup> - عبد الرحمان سواليمة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع 21، جامعة باتنة، 2015، ص 189.

<sup>3</sup> - حورية بولعويدات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007\2008، ص 83.

<sup>4</sup> - محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار السحاب، القاهرة، 2005، ص 176.

## 1-2 \ وسائل تكنولوجيايات الإتصال الحديثة:

إن تطور تكنولوجيايات الإتصال وانتشارها بصورة كبيرة جعلها تدخل جميع مجالات الحياة الاجتماعية ومنها المؤسسات بمختلف أنواعها وبغض النظر عن نشاطاتها، حيث أن متطلبات العمل باتت تختم بالضرورة استخدام هذه التكنولوجيايات التي تتمثل أساسا في جهاز الحاسوب ومنظومة الشبكات<sup>1</sup>.

## 1-2-1 \ التلفون السلكي أوالهاتف النقال

التلفون من أهم وسائل الإتصال الصوتي وأكثرها انتشارا بين الناس، لدرجة أنه من النادر أن نجد مؤسسة لا تمتلك خطا هاتفيا، والهاتف ليس أداة للتواصل بين الأفراد والجماعات فقط، بل أداة تلعب دورها في الإنتاجية والتسويق وإيصال الخدمات للكثير من المؤسسات، وقد تطور الهاتف في حجمه وشكله ومزاياه وإمكانياته، وهناك طريقتين للإتصال :

- **طريقة الإتصال المباشر:** من متحدث إلى متحدث آخر على الهاتف، سواء كان الهاتفان في نفس المكان أو متباعدا.
- **طريقة الإتصال غير المباشر:** وذلك عن طريق ربط لط الهاتفين مع وسيلة أخرى من وسائل الإتصال ونقل المعلومات المراد إرسالها<sup>2</sup>.

## 1-2-2 \ الحاسب الإلكتروني

الحاسوب عبارة عن جهاز إلكتروني يقوم بمهمات متعددة، بناء على ما يتم برمجته وإدخاله من المعلومات وتخزينها في ذاكرته بتخزين التعليمات الخاصة بالبرامج التطبيقية للقيام بمعالجة تلك المعلومات، وذلك بتنفيذ الأوامر وإخراج الحل أو المعلومات المطلوبة بسرعة شديدة، ويقوم الحاسوب بإتباع تعليمات

<sup>1</sup> - هارون السخري، سحبان عبد الحكيم، استخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية: دراسة ميدانية لمؤسسة المصرف الجزائري للعناد الكهربائي والغازي ب تقرت، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص تكنولوجيا الإتصال الحديثة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014\2015، ص35.

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص195.

ويؤدي مهمات مخططة ومبرمجة مسبقا، فهو جهاز مبرمج يتكون من وحدات مادية هي الأجهزة HARD WARE والتي تشكل أجزاء الحاسوب مثل أجهزة الإدخال (لوحة المفاتيح، أجهزة التخزين كالأقراص)، وأجهزة إخراج كالطابعات IMPREMANTE، ويتكون أيضا من وحدات غير مادية (البرمجيات التطبيقية) SOFT WARE والتي يتم بها تشغيل وإدارة الأجهزة المستخدمة لاسيما الحاسوب، وتشمل نظم وبرامج تشغيل الحاسوب وبرامج التطبيقات مثل معالجة النصوص والنشرات الإلكترونية وغيرها، كما تساعد على تسهيل التعامل مع إمكانيات تكنولوجيا الاتصال الأخرى، ويشتمل الحاسوب (الكمبيوتر) على ثلاث مكونات أساسية تتمثل في المدخلات والمعالجة والمخرجات.

يمتاز الحاسوب بعدة خصائص أهمها<sup>1</sup>:

- الدقة في أداء العمليات.
- السرعة العالية التي تساعد على توفير الوقت في أداء العمليات.
- المرونة على تأدية العديد من الأعمال وعدم الاقتصار على أداء عمل واحد فقط.
- السعة الكبيرة في تخزين كميات كبيرة من البيانات والسرعة في استرجاعها عند الطلب.
- قابلية التوسع والنمو في ذاكرته الأصلية والذاكرات الثانوية التي تلحق به وإضافة ملحقات مساعدة<sup>2</sup>.
- كما يمتاز الحاسوب بأن له عدة أنواع وعلى أساس عدد من الخصائص مثل: الحجم والسعة والقدرة ومجالات التطبيق والسعر، وتصنف أجهزة الحاسوب المتوفرة حاليا الى كبير Mainframe ومتوسطة Mini وصغيرة Micro، وعلى الرغم من هذا التصنيف الشائع حاليا إلا أنه أصبح من الصعوبة التمييز بين هذه الأنواع الثلاثة طبقا للخصائص السابقة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص 52.

<sup>2</sup> - ماهر عودة الشمالية وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، دار الإعمار للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 110.

<sup>3</sup> - وهيبه غراممي، تكنولوجيا المعلومات في المكتبات، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012، ص 19.

## 1-2-3 \ الشبكات Les Reseaux

الشبكة هي عبارة عن مجموعة من أنظمة الحاسوب المتصلة بعضها البعض، أو أنها عبارة عن مجموعة من الأجهزة التي يتم ربطها باستخدام أسلاك الاتصال ولا تقتصر الشبكة على المعدات أو الأجهزة المستخدمة فقط، وإنما تحتاج إلى أنظمة برمجية لإدارة هذه المعدات جراء الاتصال، وعليه تعتبر الشبكة عبارة عن مجموعة من المحطات مرتبطة ببعضها بواسطة مجموعة من المسارات، والشبكة يمكن عرضها في شكل بياني للشبكة يدعى Topologie du réseau التي يحدد مكان تواجد المحطات وطريقة الربط بين هذه المحطات<sup>1</sup>.

هناك فوائد كبيرة لاستخدام الشبكات تصب جميعها في كثير من المجالات وخاصة تكامل البيانات، ويمكن إيجازها في مجموعة من النقاط<sup>2</sup>:

- ✓ **التشارك في البرامج والأنظمة:** حيث تؤمن الشبكة التشارك في البرمجيات والأنظمة الموجودة الخادم الرئيسي، وكذا قواعد البيانات المشتركة لمختلف الأقسام مما يزيد من سرعة تنفيذ أعمال المؤسسة وتحسين أدائها.
- ✓ **توفير تجهيزات مشتركة:** تساهم الشبكات في استثمار اقتصادي مثل: الطابعات - الراسمات - المساحات، مما يوفر على المؤسسة كلفة اقتناء هذه الأجهزة الإضافية.
- ✓ **قواعد بيانات مشتركة:** التعامل مع نفس قواعد البيانات في المؤسسة بنفس الوقت يعمل على التحديث الفوري للمعلومات بشكل لحظي مما يمنع التضارب بين المعلومات لمختلف الأقسام.
- ✓ **المرونة والسرعة في تبادل الملفات والمعلومات والبريد:** ما يسمح بربح الجهد والوقت والتكلفة وهذا ما يزيد في المردودية.
- ✓ **المخاطبة والمناقشة:** تسهيل عملية الاتصال في القسم ذاته أو بين أقسام مختلفة.

<sup>1</sup> - مراد شلبي، وائل أبو مغلي، مقدمة إلى الشبكات، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص19.

<sup>2</sup> - موسى يونس نائر، شبكات الحاسوب، دار راتب الجامعية للنشر والتوزيع، بيروت، 1994، ص19.

✓ حماية وأمن المعلومات: تتمتع معظم الشبكات بمواصفات أمان عالية تحمي الملفات من الدخلاء غير المصرح لهم، وفرض القيود على الأشخاص المصرح لهم<sup>1</sup>. وعموما توجد ثلاث شبكات رئيسية مستخدمة في المؤسسات، وقد تتواجد كلها أو بعضها حسب إمكانات كل مؤسسة، وهذه الشبكات هي: الأنترنت، الإنترنت، الإكسترانت.

### 1-2-3-1 \ شبكة الأنترنت Internet:

تعد الأنترنت إحدى أهم إنجازات تكنولوجيا شبكات الكمبيوتر في عالمنا المعاصر، بل ربما هي أكثرها قوة فقد بات بإمكان أي شخص استخدام الإنترنت التي لا تحتاج إلى شفرات أو أجهزة كمبيوتر خاصة، إضافة إلى إمكانية الولوج إليها من أي مكان في العالم الذي وصلت الإنترنت إلى أقطابه كلها<sup>2</sup>.

الأنترنت عبارة عن شبكة ضخمة من شبكة الحاسوب الممتدة عبر الكرة الأرضية بكافة دولها إذ تستخدم الشبكة هذه الأيام أكثر من 400 مليون مستخدم من جميع أنحاء العالم وهي اتفاقية عملاقة بين ملايين الحواسيب المرتبطة مع بعضها البعض ولهذا يطلق عليها الشبكة العنكبوتية وهي شبكة عالمية مفتوحة تجعل المشترك قادرا على الوصول إلى آلاف المصادر والخدمات المختلفة في مجال المعلومات.

إن شبكة الإنترنت ساعدت على تقليل درجة الاعتماد على القنوات الفضائية والإذاعات والصحف الكبيرة، وهي تقوم اليوم بإنجازات اتصالية مهمة.

وتسهم التكنولوجيا الحديثة للاتصال وخاصة الإنترنت ومتغيرات العصر، كونه غير مركزي ييسر للأفراد إمكانيات إنتاج الخطابات والمشاركة في الاتصال العمومي، وما يميزه أيضا أنه لا يتعلق فقط بما يسمى " الكثرة المعلوماتية" ، ولكن بتعميم القدرة على الكلام للأفراد ويسهم في تشكيل فضاء عمومي

<sup>1</sup> - عامر إبراهيم قندلجي وآخرون، مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار اليازوري العلمية، عمان، 2009، ص 599.

<sup>2</sup> - سميرة رابح بوعيشة، الدعوة الإسلامية عبر الأنترنت، رسالة ماجستير قسم الدعوة والإعلام، جامعة الأمير عبد القادر، 2003، ص 32.

أكثر انفتاحا للتواصل، ونظرا لما تمتاز به استعمالات الإنترنت من تعدد الوسائط، والنصية الفائقة، والتزامنية والتفاعلية<sup>1</sup>.

وأصبحت معظم المؤسسات تستخدم الحاسبات الآلية المرتبطة بشبكة الإنترنت في أداء أعمالها المتنوعة، لتأثيرها الإيجابي على الأداء، حيث إن المؤسسات تعمل ضمن بيئة تحتوي على متغيرات عديدة تتصل بالسياسة والاقتصاد والاجتماع والتكنولوجيا، مما يحتم دراسة هذه المتغيرات دراسة متأنية ووافية والعمل على عدم الاكتفاء بإدراكها فحسب بل التنبؤ أيضا بما سوف يحدث في المستقبل القريب أو البعيد على حد سواء، وحتى تقوم المؤسسة بذلك لا بد لها من جمع المعلومات والمعارف من كل المصادر المتاحة للوصول الى النتائج التي تفيد في اتخاذ القرارات الصحيحة، وتعتبر هذه العملية شاقة ومكلفة الى حد كبير، وفي كثير من الأحوال كانت تضطر المؤسسات الى الاستعانة بجهات بحثية أو مستشارين متخصصين، مع العلم أن هذا الإجراء يكلف الكثير من النفقات الى جانب الوقت المستغرق، ومن هذا المنطلق نجد أن شبكة الإنترنت قد أحدثت ثورة هائلة في توفير الكم الضخم من المعلومات الشبه الوافية والشاملة المحتاج إليها في كافة المهام والمتغيرات التي تواجهها المؤسسات المختلفة<sup>2</sup>.

وتتمثل أهم خدمات الإنترنت في:

**1- البريد الإلكتروني E-Mail :** وهو اختصار ل Electronique Mail وهو عبارة عن نظام للتراسل الإلكتروني، أي إرسال واستقبال الرسائل الالكترونية، ولاستخدامها يشترط وجود برنامج بريد إلكتروني وعنوان بريد إلكتروني للمرسل إليه يمكن من خلاله إرسال الرسائل وقواعد البيانات والصور والتسجيلات الصوتية والبرامج وغير ذلك من البيانات، وتجدد الإشارة الى أن أول موقع أوجد لهذه الخدمة المتميزة هو موقع شركة ميكروسوفت Micro soft أطلقت عليه اسم "هوت مايل Hot Mail"<sup>3</sup>، ويتميز البريد

<sup>1</sup> - عبد الأمين سدحان، التكنولوجيايات الجديدة للإعلام والاتصال ودورها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الإعلامية: المؤسسة الوطنية للصحافة -النصر- قسنطينة نموذجاً، مذكرة مكملة للحصول على شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017\2018، ص 37.

<sup>2</sup> - محمد محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001، ص 257.

<sup>3</sup> - محمد بشير، الانترنت للمبتدئين، دط، دار المعرفة، الجزائر، 2002، ص 33-34.

الالكتروني بإمكانية إرسال الرسالة الى عدد لا نهائي من المتلقين في نفس الوقت وبسرعة فائقة، وإمكانية أن تتضمن الرسالة نصوصا كتابية وصور ومقاطع فيديو وخرائط وملفات.... الخ، ولذلك يعتبر من الوسائل الهامة والغير مكلفة في كل المجالات الالكترونية<sup>1</sup>.

**2- خدمة بروتوكول نقل الملفات:** تعد خدمة نقل الملفات من الخدمات المهمة في شبكة الإنترنت، إذ أن هناك الملايين من ملفات الحاسوب المتاحة للاستخدام العام من خلال الشبكة كالصور والصوت والكتب وغيرها، والتي يمكن لمستخدم الشبكة نقلها بالرجوع الى الحاسوب المزود بالخدمة التي يرتبط به، ويفضل عادة استخدام بروتوكول الملفات المخزنة لأنه أسرع وأبسط بكثير من البروتوكول نقل الملفات في عدة مجالات مثل توصيل الوثائق إلكترونيا ونقل التزويد، وملفات الفهارس من مكتبات أخرى<sup>2</sup>.

**3- المدونات:** وظهرت المدونات في عام 1997 وكان جون بارغر هو أول من صاغ هذا المصطلح، الا أن المدونات لم تنتشر على شبكة الإنترنت إلا بعد عام 1999، إذ بدأت خدمة الاستضافة في السماح للمستفيدين بإنشاء المدونات المختصة بصورة سريعة وسهلة نسبيا، وذلك عندما طور " بيرا لابس " برنامجا مختصا بالتدوين وجعله متاحا مجانا لمستخدمي الإنترنت مما أتاح لأي فرد إمكانية الدخول على موقع الكتروني معين، وهو أحد أشكال المنظومة التفاعلية الالكترونية الأكثر أهمية، إذ هو موقع شخصي على الإنترنت، يتضمن آراء ومواقف حول مسائل متنوعة، ويعد تطبيقا من تطبيقات الإنترنت يعمل عن طريق نظام إدارة المحتوى، وعبارة عن صفحة على الشبكة تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتبطة ترتيبا زمنيا تصاعديا، ينشر عدد منها يتحكم فيه مدير المدونة، ويتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة تمكن القارئ من الرجوع الى تدوينة معينة في وقت لاحق، عندما تعود غير متاحة على الصفحة الرئيسة للمدونة<sup>3</sup>.

**4- خدمة المحادثة Internet Relay Chat IRC:** وهي عبارة عن اتصال يتم بين شخصين أو أكثر ويتم من خلالها تبادل الحديث بشكل مباشر، ولذه المحادثة ثلاثة أنواع وهي المحادثة الكتابية أو الصوتية أو حتى عن طريق الصوت والصورة معا، وتتم هذه العملية عن طريق برامج معينة يجتمع من

<sup>1</sup> - سعيد البطوطي، التسويق السياحي، ط1، مكتبة الانجلو مصرية، مصر، 2015، ص368.

<sup>2</sup> - عبد الأمين سدحان، مرجع سبق ذكره، ص 38.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 38-39.



خلالها المستخدمون من أنحاء متفرقة حول العالم لتبادل الكلمات المكتوبة والمنطوقة وهناك عدد كبير من مواقع المحادثة التي تحوي ما يعرف بغرف المحادثة " Chat Room " وكل غرفة من هذه الغرف تبحث في موضوع مختلف يقود الفرد باختيار الغرفة التي تبحث بالموضوعات التي تناسبه، وبعد كثير من الباحثين أن هذه الخدمة تأتي في المرحلة الثانية من حيث كثرة الاستخدام بعد البريد الإلكتروني<sup>1</sup>.

**5- خدمة المؤتمرات عن بعد :** تعد المؤتمرات عن بعد وسيلة حديثة تستخدم الاتصال الإلكتروني بين ثلاثة أشخاص فأكثر في مكانين مختلفين أو أكثر، وتمتد المعلومات والبيانات والآراء التي يقدمها المشاركون في المؤتمر عبر المسافات البعيدة، بحيث لا يحتاج أي طرف من أطراف العملية الاتصالية في هذه الوسيلة الى استخدام الاتصال المواجهي لتحقيق أهداف الاجتماع، وقد وجدت الحاجة لاستخدام تكنولوجيا عقد المؤتمرات عن بعد حينما ازدادت تكاليف وسائل النقل والرغبة في تطوير نظم الإدارة وزيادة فعاليتها إذ أصبحت المؤتمرات عن بعد جزءا من صناعة الاتصال الحديث، وقد تطورت الأجهزة والمعدات اللازمة لعقد المؤتمرات عن بعد بسرعة كبيرة فقد أدركت العديد من المؤسسات أهمية هذه الخدمة لتوفير الوقت والمال والجهد، ويمكن استخدام المؤتمرات عن بعد في ممارسة نشاط العلاقات العامة في كل مواقف الأعمال والمشروعات والخطط وإدارة الأزمات الطارئة أو عقد المؤتمرات الصحفية بما يحقق الأهداف المرسومة لنشاط العلاقات العامة، وغالبا ما تتجه المؤتمرات عن بعد للجماهير الخارجي للمنظمة من أجل توضيح سياسة ما أو تصحيح صورة ذهنية أو شرح مؤقت يخص المؤسسة أو المنظمة، حيث يكون لكل مشترك في المؤتمر منفذ خاص يتصل مباشرة عبر خطوط اتصال سلكية أو لاسلكية بحاسب الكتروني مركزي، ويقوم هذا الحاسب المركزي بتحرير الرسائل الى المشتركين جميعا أو الى شخص واحد أو أكثر من بين المشاركين في المؤتمر، ومن ثم يتم تخزين نشاط المؤتمر واطاحته لكل المشاركين كدليل على إجراءات عمل المؤتمر، ومن الممكن استخدام بيانات ومعلومات خارجية توظف لدعم المشاركين في المؤتمر أو لكية تمثل نقطة بداية للمؤتمر، ومن الممكن أن تكون هذه المعلومات عبارة عن بريد إلكتروني ويمكن حصر عمل هذا النوع من المؤتمرات عن بعد في هدف عام مشترك يكون

<sup>1</sup> - عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص37-38.

دور الحاسب الإلكتروني فيه إتاحة تبادل المعلومات بين المشتركين والحفاظ على الملفات وإعداد البيانات<sup>1</sup>.

**6- تلفونات الإنترنت:** حيث بالإمكان الحصول على برنامج الهاتف والتحدث الى الناس عبر الإنترنت، وذلك من خلال تثبيت بطاقة الصوت والميكروفون في الجهاز وأحدث خدماتها الهاتف المرئي الذي يوفر إمكانية رؤية المتحدث بكل سهولة في أي وقت أو مكان<sup>2</sup>.

**7- موقع المنظمة على الإنترنت :** مع الأعداد الغفيرة من الملايين الذين ينتقلون من موقع الى آخر على شبكة الإنترنت فإن وجود الموقع الإلكتروني أصبح الآن يمثل أداة جوهرية وحيوية للاتصال، إذ يمكن للموقع الإلكتروني أن يحسن ويطور من الصور الذهنية للمنظمة، كما يحقق المزيد من الاتصالات للجمهور المستهدف وقد يستخلص هذا الجمهور الاستنتاجات السيئة وغير المرغوب فيها بسبب غياب وعدم تمثيل المنظمة في الموقع الخاص بها، وحيث أن الموقع الإلكتروني يشكل جزءا حيويا من صورة المنظمة وسمعتها لذلك فمن الضروري أن يكون هذا الموقع على أعلى درجات المهنية والاحتراف حتى لو اضطرت المنظمة للاستعانة بصمم موقع محترف ومتخصص للقيام بذلك، وينظر الى محتويات الموقع الإلكتروني على الإنترنت على أنها تمثل مجالا من مجالات اهتمامات العلاقات العامة حيث يتضمن ذلك إنشاء صفحات متخصصة على الموقع لنقل البيانات الصحفية التي تصدر عن المنظمة فضلا عن تحميل الصور والمعلومات والبيانات المتعلقة بالمنظمة بشكل عام، لقد أصبح الكثير من الصحفيين اليوم يبدؤون بالموقع الإلكتروني لأية مؤسسة في حال رغبتهم معرفة بعض المعلومات منها، لذلك فإن الموقع يجب بأن يستثمر الإمكانيات التفاعلية للإنترنت كما أنه يسمح بتبادل مشترك للرسائل والاتصالات (ذات الاتجاهين) إذ أن الاستماع الى وجهات نظر الجمهور المستهدفة لا يقل في أهميته وجدواه عن التحدث اليهم<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - موسى باقر، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن- عمان، 2014، ص 45-46.

<sup>2</sup> - إيمان عزيزية وآخرون، تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة في اتخاذ القرار المؤسسي: دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر مديرية قلمة نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة 8 ماي، 1945، قلمة، 2018\2019، ص 26.

<sup>3</sup> - موسى باقر، مرجع سبق ذكره، ص 43-44.

**8- الوصول والمشاركة في قواعد البيانات :** يعتبر البحث في قواعد البيانات من التطبيقات التي يتزايد توافرها على الشبكات الحالية، وفي البداية نظمت قواعد البيانات المبحوثة كقواعد بيانات فردية، حيث يستخدم كل منها على حاسب آلي واحد فقط، إلا أن هذه النظرة قد تغيرت بالتدرج بإدخال نظم قواعد البيانات الموزعة، حيث تكون القاعدة الواحدة ممثلة منطقياً إلا أنها توزع مادياً على حاسبات عديدة، حيث تم استبعاد حاجة المستخدمين في البحث المباشر مع الحاسب الآلي المحملة على حاسبات مضيضة والوصول إليها عن بعد عن طريق الشبكات، وبذلك تسمح هذه المجموعة من المعايير المطورة بإمداد نتائج إجابات عن تساؤلات المستخدم النهائي، ويتسم هذا النمط من البحث في قاعدة البيانات بالمرونة والكفاءة العالية<sup>1</sup>، ويمكن للمؤسسة الاستفادة من هذه الخدمة على مستويين:

**قاعدة بيانات داخلية:** تضم المعلومات الخاصة بالمؤسسة، والتي يسمح بتداولها في نطاقها فقط (أي بين الموظفين) من خلال الشبكة الداخلية للمؤسسة

**قاعدة بيانات خارجية:** يعطي حق الولوج إليها لأطراف خارجية للوصول لمعلومات عن المؤسسة.

**9- خدمة النسيج المعلوماتي الدولي WWW (World Wide Web):** وهو نظام معلوماتي عالمي مؤلف من كم هائل من النصوص والصور والعينات الصوتية، ولقطات الفيديو، وهذه بدورها متصلة ومتراصة محلياً وعالمياً بدرجات وتنسيق متفاوتين، ولقد تم تشبيهه بنسيج العنكبوت ومن هنا كانت التسمية، وتوفر هذه الخدمة قدراً من المرونة والديناميكية والتفاعل مع المستخدم، وباختصار يستطيع المستخدم من خلال برنامج مجاني يدعى متصفح أو مستعرض Browser، تصفح محتويات هذا النسيج عن طريق تتبع الوصلات التشعبية أو البحث أو اختيار المواقع التي يرغب زيارتها<sup>2</sup>، وتساعد هذه الخدمة المستخدمين سواء داخل المؤسسة أو خارجها من الوصول إلى قواعد المعلومات في بيئة لا مركزية.

**10- تبادل البيانات إلكترونياً:** يتمثل في تبادل البرامج والمعلومات بين حاسب آلي وآخر مباشرة حيث يركز على تبادل المعلومات المقدمة في الوثائق الإدارية المرتبطة بالأعمال، وأصبح لهذه الخدمة

<sup>1</sup> - محمد محمد الهادي، مرجع سبق ذكره، ص 47-48.

<sup>2</sup> - صالح محمد سعادة، مقدمة إلى الأنترنت، ط 1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 23.

شهرة كبيرة وانتشار واسع، فعندما يستخدم الموظف نظم البيانات المتطابقة فسوف يجني عدة مزايا من هذا المدخل، والتي تشتمل على توفير التكلفة وزيادة السرعة وتأمين أمن النظام بفعالية وكفاءة عالية<sup>1</sup>.

**11- النشر على الويب :** تعتبر خدمة النشر على الويب غاية في الأهمية لأغراض تعاضد الأعمال، فبرمجيات التطبيق والخوادم والبرامج الأخرى للنشر عبر الويب وتطوير الموقع الشبكي صارت تمكن المؤسسات من نشر أي تقرير أو وثيقة على المواقع الشبكية للإنترنت والأنترنت والإكسترنات لمشاهدتها والتعليق عليها، كما يمكن بث رسائل وأخبار المشروع وإرسالها الى صناديق البريد الإلكتروني، وعليه إن النشر عبر وسب الإنترنت قد أصبح أسلوبا أكثر كفاءة وفعالية للاتصال والتواصل بين الأفراد والمؤسسات بالمقارنة مع الطرق الورقية السابقة<sup>2</sup>.

**12- شبكات التواصل الاجتماعي :** فقد أتاح الجيل الثاني للإنترنت أو ما يعرف بـ "ويب 2.0" فرصا أكبر وأعظم للاتصال من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية التي مكنت المستخدمين من مشاركة المعلومات وتبادلها ونشرها، وخلق نوعا جديدا من التواصل مبني على التفاعل سواء بين أصحاب المواقع ومستخدميها أو بين المستخدمين فيما بينهم، والشبكات الاجتماعية Social Networking Service حسب قاموس (ODLIS) هي: خدمة إلكترونية (تستند الى الويب) تسمح للمستخدمين بإنشاء ملف شخصي أو تنظيمي والاتصال بأفراد آخرين بغرض التواصل والتعاون أو مشاركة المحتوى معهم<sup>3</sup>.

ومن أمثلة شبكات التواصل الاجتماعي نجد: موقع فيسبوك Facebook، تويتر Twitter ، انستغرام Instagram ، سكايب Skype ، جيميل Gmail ، وغيرها الكثير من الأمثلة التي لا تحصر، ونظرا للانتشار والرواج الكبير الذي عرفته شبكات التواصل الاجتماعي، لجأت العديد المؤسسات في

<sup>1</sup> - محمد محمد الهادي، مرجع سبق ذكره، ص 50.

<sup>2</sup> - بشير عباس العلاق، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2007، ص 72-73.

<sup>3</sup> - قاموس متاح على الخط: عن المكتبات والمعلومات بواسطة Joan M.Reitz .

عديد الميادين الى التواجد عبر هذه الشبكات لما تزخر به من مجتمع كبير ومتنوع، فكان التوجه إليها واستعمالها سبيلا وقناة جذب للاستفادة من مختلف مزاياها.

وفي الوقت الحاضر من المهم للمؤسسة أن تكون قادرة وسبابة لاغتنام الفرص قبل منافسيها، وامتلاك شبكة اجتماعية يسمح لها بأن تكون أكثر مرونة مقارنة بهم، وهذا ما سيمكنها من امتلاك ميزة تنافسية تجابه بها المنافسين، ناهيك عن ان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالمؤسسة سيمكنها من بناء هيكل متكامل يريد فيه المساهمون الاستثمار أكثر وتقاسم المعلومات بسهولة، بينما عدم امتلاكها لشبكات التواصل الاجتماعي سيعرضها لصعوبة سريان عناصر المؤسسة ما يخلق العديد من العراقيل.

وحسب Jean-François-Ruis شبكات التواصل الاجتماعي بالمؤسسة هي وسيلة حقيقية للمنافسة، ومع أنه لا توجد الكثير من المؤسسات التي تملكها إلا أنه في القريب العاجل ستدرك هذه المؤسسات أهميتها وستحقق عدة فوائد عند استخدامها<sup>1</sup>.

وتلتصق بالمؤسسات التي تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي، الصفات التالية:

- **المؤسسة الممتدة** : تمنح الشبكة الاجتماعية إمكانية التواصل مع باقي المؤسسات، وبهذا المفهوم نحن نطلق من مرحلة متقدمة بحيث يمكن للمساهمين الداخليين والشركاء الخارجيين لأن يكونوا على نفس الشبكة مما يستلزم إدماج أكثر من شبكة ممتدة بعيدا عن كل الحدود.

- **المؤسسة غير المادية** : بفضل الشبكات الاجتماعية يمكن للمؤسسة التواجد بدون حدود، أو تجهيزات مادية أي بشكل افتراضي أين يكمن للمساهمين التواصل والقيام بالاجتماعات من أي مكان في العالم<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - Jean François-Ruiz: **Les Réseaux Sociaux D'entreprise**, le livre blanc,

PP 8-9, sur le site [www.le212.info/FILLE](http://www.le212.info/FILLE) date d'accès 16/04/2022.

<sup>2</sup> - زينب مهية، تأثير استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة على العمليات الإدارية بالمؤسسة: دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر تبسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، تخصص الإعلام والاتصال في التنظيمات، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2019\2020، ص 124.

- المؤسسة المرقمنة : تسمح الشبكة الاجتماعية برقمنة المؤسسة، وذلك عن طريق رقمنة اتصالاتها بحيث يمكن من خلال الشبكة الاجتماعية البحث على تاريخ الاتصالات المعلوماتية والاستفادة.

فالعديد من المؤسسات والجهات سواء حكومية أو غير حكومية لديها الآن حسابات وصفحات احترافية على مواقع التواصل الاجتماعي، يوجه التواصل فيها الى الأفراد أو العملاء المهتمين بهذه المؤسسات، مما يتيح التواصل وطرح الآراء وتلقي الأخبار والمعلومات ذات الثقة من هذه الحسابات، وهنا تظهر ضرورة وأهمية فتح قنوات اتصال بين المؤسسات والمحيط، باعتماد هذه الحسابات وسوف يساعد ذلك على اندماج هذه المؤسسات في البيئة الافتراضية وتعزيز تواجدها فيها، والتواصل مع أكبر عدد ممكن من المستهدفين، والحصول على آرائهم ومقترحاتهم في الوقت، حول أي منتج أو قرار<sup>1</sup>، وإن تواجد استخدام المؤسسات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أدى الى بناء قاعدة اجتماعية وعلاقة مباشرة مع العملاء خاصة أن بعض المؤسسات لا تقدم خدمات ومنتجات مباشرة، لذلك على المؤسسات توفير مختلف السبل للتواصل مع الجهات التي تتعامل معها<sup>2</sup>.

### 1-1-3-2-1 \ فوائد شبكة الإنترنت بالمؤسسة :

مما لا شك فيه أن الإنترنت تمثل تكنولوجيا جديدة مهمة للغاية، ولا عجب أن تستحوذ الشبكة على اهتمام العديد من الرياديين، والمديرين، ورجال الأعمال بالمؤسسة خاصة في ظل فوائدها التي لا تحصر، والتي سنذكر منها:

- ضاعفت الإنترنت من فرص الوصول والحصول على المعلومات والمعرفة، وكذا تخزينها وتوزيعها.

- زيادة آفاق وعمق تخزين المعلومات والمعرفة.

- التقليل من التكاليف وزيادة جودة ونوعية المعلومات.

<sup>1</sup> - إبراهيم أحمد الدوي، شبكات التواصل الاجتماعي، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر (د.ع.ن)، (د.س.ن)، ص 09.

<sup>2</sup> - زينب مهية، مرجع سبق ذكره، ص 124.

- تقلل من المستويات الإدارية، وتمكن من سرعة وقرب في الاتصالات بين الإدارة العليا والإدارات ذات المستويات الأقل<sup>1</sup>.

ويضيف عامر إبراهيم قنديلجي وإيمان فاضل السامرائي في ذات السياق النقاط التالية:

- تضمن الإنترنت اتصال مباشر بين الأطراف المعنية بعمل وإدارة المؤسسات، من دون وجود وسطاء وجهات تؤخر وتعقد من إجراءات التواصل، وعلى أساس ما تقدم فإن تكنولوجيا الإنترنت تؤمن وصول مباشر، واسترجاع مباشر للمعلومات من عدة آلاف من المؤسسات والجهات المشاركة المنتشرة في مناطق مختلفة من العالم.

- خدمات على مدار الساعة، أي متواصلة ومستمرة حيث أن الإنترنت ومواقع الشبكة متاحة 24 ساعة في اليوم.

- تؤمن الإنترنت نمو وزيادة في الاتصالات والمراسلات التي تحتاجها المؤسسات، بما في ذلك خدمات البريد الإلكتروني والمؤتمرات واللقاءات الحوارية الإلكترونية المباشرة<sup>2</sup>.

### 1-2-3-2 \ شبكة الأنترنت Intranet :

الأنترنت (Intranet) هي شبكة محلية داخلية مستقلة بحد ذاتها، ويمكن اعتبارها شبكة تعاونية (تشاركية) أو شبكة مؤسسات تربط بين مستخدميها باستخدام تقنيات الإنترنت، فهي مبنية على أساس البروتوكولات TCP/IP\* المستخدمة في شبكة الإنترنت كما أنها كثيرة الشبه بها من الناحية البنوية، إلا أنها تتميز بأنها تحد من سلطات الإنترنت اللامحدودة، فهي تمكن المستخدمين من

<sup>1</sup> - عامر إبراهيم قنديلجي، علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، ط3، دار المسيرة، عمان، 2008، ص152.

\*TCP/IP: Transmission Control Protocol / Internet Protocol.

<sup>2</sup> - عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، شبكات المعلومات والاتصالات، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص149-150.

الاتصال فيما بينهم بحرية ولكن ضمن قطاعات محكومة بسماحيات وصول قابلة للتحكم، وتجري غالبا عملية بناء وإدارة شبكة الإنترنت في مؤسسة ما من قبل شركات متخصصة أو مؤسسات معينة تسمى أحيانا بالشركات الراعية أو الممولة، ويمكن لهذه الشبكة الاتصال مع شبكة الإنترنت العالمية مما يسمح بالاتصال بين مختلف البنى المادية للأنظمة الحاسوبية بين المستخدمين اتصالا آنيا<sup>1</sup>.

كما تعرف الأنترانت هي شبكة حاسبات آلية خاصة توظف تقنيات الإنترنت ولكن بصورة محدودة، حيث يقتصر التعامل داخل الشبكة على بعض أو كل موظفي المؤسسة، بحيث لا يستطيع مستخدمو الإنترنت العاديين الوصول الى المعلومات المخزنة به<sup>2</sup>.

### 1-2-3-2-1 \ مميزات الأنترانت:

تشير هذه الشبكة الى تطبيق التقنيات التي توظفها الإنترنت على نطاق الشبكة الخاصة بالمنظمة أو الشركة أو المؤسسة، أي تكوّن المنظمة إنترانتها المصغر الخاص بها لتلبية احتياجاتها. بهدف بناء مثل هذه الشبكات الى تأمين وصول موظفي المنظمة الى مختلف مصادر المعلومات الخاصة بها بسهولة وفاعلية وبأرخص التكاليف، كما أن شبكة الأنترانت تتميز بالعديد من المزايا نذكر منها :

- الاتصال بين الأفراد والجماعات عبر الشبكة.

- السرعة العالية لتمرير البيانات، كما يمكن استخدامها في تبادل المعلومات الصوتية الفيديوية بمستويات أداء مطلوبة.

<sup>1</sup> - حسام الملحم، عمار خير بك، شبكات الإنترنت بنيتها الأساسية وانعكاساتها على المؤسسات، ط1، دار الرضا للنشر والتوزيع، 2000، ص15.

<sup>2</sup> - عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد، محاضرات في هندسة الإعلان والإعلان الإلكتروني، ط1، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، 2016، ص394.



- تقنيات الأنترنت أثبتت قوتها والاعتماد عليها.
- تكاليف البناء تعتبر قليلة مقارنة بتقنيات الشبكات الخاصة.
- إمكانية اتصال المؤسسة مع غيرها من المؤسسات التي تتبع نفس المواصفات القياسية<sup>1</sup>.

### 1-2-3-2 \ إيجابيات الأنترنت:

- تعتبر الأنترنت وسيلة لتجميع المعلومات والمعرفة في مكان رئيسي داخل المؤسسة مما يمثل مصدر للمعلومات وخبرات المؤسسة متاح لكل من الإدارة والموظفين حيث يستطيع المدراء الحصول على المعلومات وتحليلها عن طريق برامج ذكية وبالتالي تساعده في اتخاذ القرارات بشكل سريع وفعال ومفيد لها لتحقيق أهدافها لذا يمكن تلخيص فوائد الشبكات المحلية للأنترنت فيما يلي :
- مشاركة مصادر الشبكة من طابعات وأجهزة الفاكس والملفات والمجلدات بين كل المستخدمين في الشبكة.
- كفاءة الاتصال والتنسيق بين مختلف الأقسام والفروع مما يسهل عملية الإدارة والتحكم بكل النشاطات والعمليات داخل المؤسسة وخارجها.
- الوصول الى المعلومات المطلوبة بشكل سريع وفعال من قبل المستخدمين في المؤسسة.
- تعتبر الأنترنت وسيلة فعالة لإجراء عمليات التدريب ونشر المعرفة والوعي والإرشادات المتعلقة بالعمل والمنتجات في المؤسسة.
- تعتبر الأنترنت وسيلة اتصالات بين الموظفين وبمختلف الأقسام وبتكلفة بسيطة جدا مقارنة باستخدام أجهزة أخرى كالفاكس أو أجهزة التلفزيون.

<sup>1</sup> - منية بوتبوتة، حنان بن بلي، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر: دراسة ميدانية بالوكالات التجارية لولاية جيجل، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2016\2017، ص98-97 .

- تساعد الأنترنت في عمليات المراقبة والتحكم بالأجهزة والموظفين<sup>1</sup>.

### 1-2-3-2-3 \ أغراض استخدام شبكة الأنترنت في المؤسسة :

تستخدم شبكة الأنترنت المؤسسات للعديد من الأغراض تتلخص في:

- نشر وثائق المنظمة إلكترونياً.

- تطبيقات العمل الجماعي، وذلك لإمكانية التعامل بلغة (HTML) \*، مع الاستثمارات الإلكترونية مما سهل تنفيذ الكثير من المعاملات عبر الشبكة مثل إجراء الاستبيانات، كما يمكن استخدام هذه التقنية لجدولة عمل المجموعات وفي تطبيقات أكثر تقدماً لمجموعات العمل Group Ware .

- توزيع البرمجيات يمكن من استخدام شبكات الإنترنت لتوزيع البرامج الجديدة أو ترقية القديم وذلك بوضعها في مزود الشبكة وإتاحة الوصول إليها لموظفي المنظمة ليستخدموها للحاجة.

- مع شيوع استخدام الأنترنت، سيصبح البريد الإلكتروني وسيلة رئيسية للاتصال، خاصة بالنسبة للاتصالات التي تجري بين فرد ومجموعة أفراد One-to-many.

- تنمية الصلات الأفقية بين زملاء العمل، والحد من السلطات غير المبررة لبعض المراكز البيروقراطية بالمنظمة<sup>2</sup>.

- إن المعلومات الموجودة على الأنترنت يمكن تحديثها وتعديلها بسرعة مما يبقي الموظفين على اتصال بالمعلومات الحديثة والمعدلة بوقت قصير .

\*HTML: Hyper Text Market Language

<sup>1</sup>- خضر مصباح إسماعيل طيطي، إدارة المعرفة التحديات والتقنيات والحلول، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، 2010، ص158.

<sup>2</sup>- منية بوتبوتة، حنان بن بلي، مرجع سبق ذكره، ص 99.

– تسخير جميع خدمات الأنترنت وتقنيات الويب لمستخدميها، ومن هذه الخدمات: خدمات الاتصال ونقل المعلومات، وخدمات البحث على الموارد المعلوماتية المتوفرة في الشبكة، والمشاركة في استخدامها والإفادة منها<sup>1</sup>.

### 1-2-3-2-4 \ الفرق بين شبكتي الأنترنت والأنترنت:

الأنترنت	الإنترنت	
ملوكة بالكامل للمؤسسة التي تستضيفه	غير مملوك لأحد	الملكية
لا يمكن الدخول إليها إلا للعاملين في المؤسسة ولهم كلمة المرور	أي شخص يمكنه الدخول إليه والتجول في شتى المواقع المطروحة	إمكانية الدخول
يعمل في موقع واحد فقط ولا يمكن الوصول إليه من أي مكان	يمكن الوصول إليه من أي مكان	كيفية الوصول إليه
يحتوي على الموضوعات والمعلومات التي وافقت عليها المؤسسة بحيث تصبح ذات أهمية لإنجاز أعمال المؤسسة وقد تحتوي على موضوعات سرية	قد تحتوي على صفحات غير لائقة أو معلومات غير دقيقة أو سخيفة ولا يمكنها أن تحتوي على معلومات سرية	نوعية المعلومات
يمكنك التغيير	لا يمكنك التغيير	مدى قدرتك على تغيير ما تحتويه
في حدود المؤسسة	لا حدود لها	من حيث الاتساع

جدول رقم (03) يبين الفرق بين شبكتي الإنترنت والأنترنت<sup>2</sup>

<sup>1</sup> – زينب مهية، مرجع سبق ذكره، ص 128.

<sup>2</sup> – منية بوتبوتة، حنان بن بلي، مرجع سبق ذكره، ص 100.

## 1-2-3-3 \ شبكة الإكسترانت Extranet :

لقد عاب البعض استقلالية نظام الأنترنت وبعده عن الأطراف الخارجية، فنجاح مشروع ما لن يأتي إلا بعلاقة متشابكة واتصال دائم مع المحيط الخارجي من موزعين وعملاء...، وهكذا وتبعاً لهذه النظرة فإن الأنترنت كانت لا بد أن تتسع لتشمل أطراف خارجية قد تكون لصيقة بالمؤسسة، وبالفعل أصبحت هذه الشبكة الداخلية مفتوحة على المحيط الذي تتعامل معه المؤسسة، وتتشكل شبكة الإكسترانت عند ربط شبكة الأنترنت الخاصة بفروع المؤسسة بواسطة شبكة الأنترنت، وبذلك فالإكسترانت "عبارة عن شبكة أنترنت داخلية توسعت وامتدت خدماتها الى مستخدمين خارجيين محولين من خارج المؤسسة بأن يكون لهم وصول واستخدام محدد الى شبكات المؤسسة الداخلية، فالإكسترانت بذلك هي شبكة معلومات تستخدم شبكة الإنترنت العالمية ولكن بصورة تحقق الخصوصية والأمان المطلوب داخل الشبكة لتبادل المعلومات الخاصة بين المؤسسات مع بعضها البعض لمنع محاولات الدخول غير الشرعي الى ملفات وبرامج ونظم قواعد الشبكة<sup>1</sup>.

## 1-2-3-3-1 \ مزايا شبكة الإكسترانت :

تتمتع شبكة الإكسترانت بمجموعة من المزايا منها :

- المشاركة في المعلومات بجهود أقل.
- الحصول على المعلومة بجهود أقل.
- التقليل من تكلفة الطباعة والبريد.
- التواصل عن بعد<sup>2</sup>.
- عامل مهم في تخفيض التكاليف من خلال تدفق المعلومات وسرعة نقلها والمقدرة على توفير المرونة والعمق في عملية التزويد .

<sup>1</sup> - زينب مهية، مرجع سبق ذكره، ص 131-132.

<sup>2</sup> - منية بوتيتوتة، حنان بن بلي، مرجع سبق ذكره، ص 101-102.

- تتميز هذه الشبكة بأنها توفر الأمن المطلوب داخل الشبكة لتبادل المعلومات الخاصة بين المؤسسات مع بعضها، ووضع بعض الصلاحيات في تبادل هذه المعلومات بينهم<sup>1</sup>.

### 1-2-3-3-2 \ مجالات استخدامات الإكسترنات في المؤسسات :

إن خدمات شبكة الإكسترنات هي نفسها خدمات شبكة الأنترنت ما عدا أنها موجهة الى جمهور أوسع، وتمثل في:

✓ تسهيل عمليات تبادل المعلومات واقتناء ما يحتاجه المستفيدون لدى المؤسسات المعنية بالإكسترنات.

✓ خدمات التوظيف، حيث تستخدم الإكسترنات لربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة كالجامعات ومعاهد ومراكز التدريب وما شابهها مع سوق العمل المتخصصة بغرض تقديم خدمة متعددة المنافع لكل من الطرفين إذ تجد الموارد البشرية المؤهلة فرصة للعمل المناسب في الوقت المناسب.

✓ أصبحت شبكات الإكسترنات الخارجية هذه من أكثر التقنيات الرائجة في الوقت الحاضر لما تقدمه من تقليص في التكاليف والبنى التحتية اللازمة لإقامة الشبكات ذات الوظائف الخاصة، الى جانب التسهيلات الكبيرة التي تقدمها في العمليات الإدارية والتفاعل مع العمليات التي يتولاها العملاء .

✓ التشارك مع المؤسسات الأخرى فيما يتعلق بالمشروعات والأنشطة المتعلقة بالتطوير المشترك.

✓ هنالك تطبيقات عملية متعددة تتولاها شبكة الإكسترنات، والتي يمكن أن يتم استثمارها في الواقع العملي للمؤسسات، مثل: الوصول والتعامل عن بعد، والربط بين المركز والفروع، وتبادل المعلومات إلكترونياً<sup>2</sup>.

### 1-2-3-4 / الفرق بين الإنترنت والأنترانت والإكسترنات:

<sup>1</sup> - مروة بوقلي، معمري فلة، تكنولوجيايات الاتصال وتطبيقاتها في المؤسسة الخدمانية الجزائرية: دراسة ميدانية بمؤسسة الصندوق صالون الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء بأم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2014\2015، ص 38-39.

<sup>2</sup> - عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، مرجع سبق ذكره، ص 66-67.

كثرت المصطلحات التي تشير الى معانٍ متقاربة بين مصطلح الإنترنت (Internet) والأنترانت (Intranet) والإكسترانت (Extranet) وكلها عبارة عن شبكات أو خدمات شبكية متشابهة تفصل بينها حدود دقيقة وديناميكية تتغير معاييرها من يوم لآخر استناداً الى ما يستجد في العالم التقني المعاصر، حيث وضع الجدول التالي أهم الفروق التي تميز كل واحدة من هذه الشبكات.

المواصفات	الإنترنت	الأنترانت	الإكسترانت
طبيعة الوصول	عام	خاص	شبه عام
المستخدمين	أي شخص يمكنه الوصول إليها	وصول الأشخاص المسموح لهم فقط	ذوي العلاقات من خارج مؤسسة الأعمال - منشأة أخرى
المعلومات	مجزئة	مملوكة	مشتركة بين مجموعة مؤسسات أو مع ذوي العلاقات

مصدر<sup>1</sup>: عصام محمد البحيصي

جدول رقم (04) يبين الفرق بين الإنترنت والأنترانت والإكسترانت

### 1-3/ القيمة الاجتماعية لتكنولوجيايات الاتصال الحديثة:

لقد ساهم التطور العلمي والتكنولوجي في تحقيق رفاهية الأفراد ومن بين التطورات التي تحدث باستمرار تلك المتعلقة بتكنولوجيايات المعلومات والاتصال الحديثة وما تبلغه من أهمية من ناحية توفير خدمات الاتصال بمختلف أنواعها، وخدمات التعليم والتثقيف وتوفير المعلومات اللازمة للأشخاص والمنظمات، حيث جعلت من العالم قرية صغيرة يستطيع أفرادها الاتصال فيما بينهم بسهولة وتبادل المعلومات في أي وقت وفي أي مكان، وتعود هذه الأهمية لتكنولوجيايات المعلومات والاتصال الى الخصائص التي تمتاز بها هذه الأخيرة، بما فيها الانتشار الواسع وسعة التحمل سواء بالنسبة لعدد الأشخاص المشاركين

<sup>1</sup> - عصام محمد البحيصي، تكنولوجيايات المعلومات الحديثة وأثرها على القرارات الإدارية في منظمات الأعمال، مجلة الجامعة الإسلامية، ع 1، فلسطين، 2006، ص 155.

أو المتصلين أو بالنسبة لحجم المعلومات المنقولة، كما أنها تتسم بسرعة الأداء وسهولة الاستعمال وتنوع الخدمات .

- ان توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يعتبر أداة قوية لتجاوز الانقسام الإنمائي بين البلدان الغنية والفقيرة والإسراع ببذل الجهود بغية دحر الفقر والجوع، والمرض والأمية، والتدهور البيئي.

- يمكن لتكنولوجيا الاتصال توصيل منافع الامام بالقراءة والكتابة والتعليم والتدريب الى أكثر المناطق انعزالا<sup>1</sup>.

- من خلال تكنولوجيا الاتصال الحديثة يمكن للمدارس والجامعات والمستشفيات الاتصال بأفضل المعلومات والمعارف المتاحة، ويمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال نشر الرسائل الخاصة بحل العديد من المشاكل المتعلقة بالأشخاص والمنظمات وغيرها.

- ان تكنولوجيا الاتصال الحديثة تساهم في التنمية الاقتصادية، حيث تؤدي الثورة الرقمية الى نشوء أشكال جديدة تماما من التفاعل الاجتماعي والاقتصادي وقيام مجتمعات جديدة.

- تعمل تكنولوجيا الاتصال الحديثة على زيادة قدرة الأشخاص على الاتصال وتقاسم المعلومات والمعارف، وترفع من فرصة تحول العالم الى مكان أكثر سلما ورخاء لجميع سكانه.

ومن هذا يتضح أن لتكنولوجيا الاتصال الحديثة دور هام في تعزيز التنمية البشرية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وذلك لما لهذه الأخيرة من خصائص متميزة وأكثر كفاءة من وسائل الاتصال التقليدية، فتكنولوجيا الاتصال الحديثة واسعة الانتشار تتخطى بذلك الحدود الجغرافية والسياسية للدول لتصل الى أي نقطة من العالم عجزت أن تصل إليها وسائل الاتصال القديمة، كما أنها تمتاز بكثرة وتنوع المعلومات والبرامج التثقيفية والتعليمية لكل مختلف شرائح البشر ومتاحة في أي مكان وزمان وبتكلفة منخفضة، ففهي تعد مصدر هام للمعلومات سواء للأشخاص أو المنظمات بمختلف

<sup>1</sup> - ماهر عودة الشمايلة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 98.

أنواعها أو للحكومات، كما أنها تلعب دورا هاما في تنمية العنصر البشري من خلال البرامج التي تعرض من خلالها كبرامج التدريب وبرامج التعليم وغيرها.

لهذا يكون من الضروري الاهتمام بهذه التكنولوجيات وتطويرها واستخدامها بشكل فعال مع تدريب وتعليم الأفراد على استعمالها وتوعيتهم بأهميتها في التنمية والتطور من خلال إبراز أهميتها على الصعيد الجزئي والكلّي<sup>1</sup>.

#### 1-4 \ دراسة قيمة لتكنولوجيات الاتصال الحديثة

##### 1-4-1 \ إيجابيات تكنولوجيايات الاتصال الحديثة

تتميز تكنولوجيايات الاتصال الحديثة بتشابهها في العديد من السمات مع الوسائل التقليدية إلا أن هناك سمات مميزة لتكنولوجيايات الاتصال الحديثة، بأشكالها المختلفة مما يلقي بظلاله ويفرض تأثيراته على الوسائل الجديدة ويؤدي الى تأثيرات أكثر جدة، هذه المميزات والخصائص تساعد في تقديم أفضل الخدمات من معالجة المعلومات الرقمية والمكتوبة والصوتية ومعالجتها وتخزينها ونشرها بواسطة مجموعة من الأجهزة الالكترونية والبريد الإلكتروني وشبكة الإنترنت والهواتف المحمولة بمختلف أجيالها، وأبرز إيجابيات التكنولوجيايات الاتصال الحديثة هي<sup>2</sup> :

- تعمل تكنولوجيايات الاتصال الحديثة على توفير وتقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، ذلك أن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي الذي جاء نتاجا للتطور غير المسبوق في تكنولوجيايات الاتصال الحديثة الذي استفاد منه الاتصال الرقمي وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها التي غطت كل المجالات، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيايات الاتصال وأهمها سعة التخزين<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - ماهر عودة الشمالية وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 99-100.

<sup>2</sup> - محمد شومان، عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي، ط1، مجلة عالم الفكر، الكويت، 1999، ص 92.

<sup>3</sup> - محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط2، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 52.



- ظهور الحاسب الشخصي والتوسع في استخداماته، ويتيح هذا الحاسب قائمة ضخمة من الخدمات والمعلومات سواء للاستخدام الشخصي أو إمكانية الاستفادة من المعلومات التي تقدمها شبكات المعلومات<sup>1</sup>.

- قدمت تكنولوجيايات الاتصال الحديثة من خلال الحديثة من خلال الأجيال الجديدة للهاتف والفاكس فرصة المشاركة في الندوات خلال طرح تساؤلات أو مناقشة بعض الموضوعات، كما اتسعت دائرة التعليم المفتوح أو التعليم عن بعد التي بدأت بالجامعات، وتقديم المحاضرات من خلال الإنترنت<sup>2</sup>.

- تعمل على جلب الراحة والرفاهية للمستخدمين لما توفره لهم من جهد ووقت ومال، وذلك عن طريق جمعها بين مجالي الاتصال عن بعد والكمبيوتر<sup>3</sup>.

- يؤثر تطبيق تكنولوجيايات الاتصال الحديثة تأثيرا إيجابيا على مستوى الأداء والإنتاج في المؤسسة بشرط وجود درجة من التوافق بين ظروف المؤسسة واستراتيجيات تطبيق تكنولوجيا الاتصال<sup>4</sup>.

- جلب الراحة والرفاهية لمستخدميها وذلك لما توفره من جهد ووقت ومال، فمعظم هذه الوسائل قد قلصت المسافات والجهد وكذلك الوقت وسمحت بإنجاز الوظائف في راحة دون بذل جهد كبير.

- الارتباط العالمي أي قدرتها على ربط عدد كبير من الناس في مختلف بقاع العالم وبأقل التكاليف فبفضلها أصبح العالم قرية صغيرة.

<sup>1</sup>- إياد شاعر البكري، تقنيات الاتصال بين زمنين، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص 26.

<sup>2</sup>- محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 55.

<sup>3</sup>- عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني: دراسة تطبيقية ميدانية، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، 2005، ص 265.

<sup>4</sup>- حسيبة مجدوب، لطيفة العايب، توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في المؤسسات الخدمية الجزائرية: دراسة ميدانية بمطار فرحات عباس، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017\2018، ص 54.

- تشكل تكنولوجيايات الاتصال الحديثة دور حيويًا في حياة الأفراد والمجتمعات ولا غنى عنه بأي نشاط تمارسه، بمعنى لا يمكن الاستغناء عنه في أي عمل تقوم به سواء في المجال الاجتماعي أو الثقافي أو الاقتصادي أو التعليمي.
- تكنولوجيايات الاتصال الحديثة تزيد من المعرفة والعلم، وبواسطتها يمكن للقائم بالاتصال أن يوصل خدمات التعليم والمساهمة في الرفع من مستوى المتلقي، ولكونها تسهل عملية نقل المعارف دون عناء وتكلفة، مما زاد الإقبال عليها في مجال التعليم والتخصص في مختلف المجالات.
- نظرًا لكونها عالمية وسريعة الانتشار، فهي تمثل ساحة حيوية للاحتكاك الحضاري ووسيلة لتنمية الإنسان في هذا العصر الذي يمكنه من التعرف على حضارات الشعوب المختلفة، مما يساهم في التنمية الثقافية والتثقيفية لدى الأفراد، ذلك أن الدفع المتسارع لها أدى إلى تغيير النظم الثقافية التقليدية على نتائج اجتماعية غير متوقعة.
- التفاعل مع الأفراد بتوفير المعلومات لهم بطريقة ديناميكية ومستمرة مما يجعلهم في تواصل دائم مع مختلف المستجدات الحاصلة في العالم.
- تقدم يد العون للبشرية من خلال توفير قدر كبير من التسهيلات في تخزين المعلومات ونقلها، كما يمكن بفضلها إدارة الأعمال ودراسة العالم واستكشافه<sup>1</sup>.
- عملت تكنولوجيايات الاتصال على الزيادة في سرعة أعداد الرسائل الإعلامية وفي القدرات العالية من حيث تحويلها إلى أشكال مختلفة من مطبوعة إلى مرئية ومن مرئية إلى مطبوعة، وفي القدرة على نشرها وتوزيعها وتخطي حاجزي الزمان والمكان.

<sup>1</sup> - حياة بغداددي، ورددي عبد النور، تأثير وسائل تكنولوجيايات الاتصالات الحديثة على أداء الموارد البشرية في المؤسسات التربوية الجزائرية (المدرسة)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية، تخصص إدارة الموارد البشرية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019\2020، ص 28-29-30.

- القضاء على زمن الانتظار وضياح الوقت، فيتيح استخدام تكنولوجيايات الاتصال من قبل المؤسسة والجمهور خلق التفاعل بطريقة مباشرة، وبالتالي كسب الوقت<sup>1</sup>.

وعموما فإن أهم المزايا أن تكنولوجيايات الاتصال الحديثة قدمت لمستخدميها أبعادا ثلاث هي:

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

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

- **البعد الخاص بالوسيلة وعلاقتها بالمتلقي:** حيث أتاحت ثورة الاتصال للمتلقي درجة من التفاعل الايجابي مع هذه التكنولوجيايات، كالأترنت الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمتلقي بالتدخل في اختيار البرامج<sup>2</sup>.

#### 1-4-2 \ سلبيات تكنولوجيايات الاتصال الحديثة:

مما لا شك فيه أن ظهور وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة أحدثت طفرة في المجتمع ونتاجت عنها سلوكيات مختلفة، سواء كانت ايجابية أو سلبية، فبعض الناس ترى أن تأثير التكنولوجيا على المجتمع يرجع الى كيفية استخدامها، ويرى البعض الآخر أنه على الرغم من إيجابيات وسائل الاتصال الحديثة فإن سلبياتها طغت على إيجابياتها ويمكن ذكر سلبياتها في النقاط الآتية<sup>3</sup>:

- عدم القدرة على التحكم في التدفق الهائل للمعلومات التي تنتجها تكنولوجيايات الاتصال الحديثة، ما يؤثر سلبا على المحتوى المقدم الذي قد لا يخضع للرقابة.

<sup>1</sup> - مروة بوقلي، معمري فلة، مرجع سبق ذكره، ص 41-42.

<sup>2</sup> - شريف درويش اللبان، تكنولوجيايات الاتصال... المخاطر والتأثيرات الاجتماعية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000، ص 187.

<sup>3</sup> - فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 268.

- التأثيرات الصحية لتكنولوجيايات الاتصال الحديثة على الجانب البيولوجي، والفيزيولوجي، والنفسي للأفراد فالكثير من الأمراض كان سببها الاستخدام المفرط لهذه التكنولوجيايات مثل (الاكتئاب، العزلة، الإرهاق، ضعف البصر، ضغط الدم) وهذا ما أثبتته العديد من الدراسات الغربية في هذا المجال<sup>1</sup>.
- تحد من استخدام القدرات الفكرية خصوصا في مجال التعليم حيث أصبح الطلاب والتلاميذ يعتمدون عليها في حل المسائل دون اللجوء الى الاعتماد على التفكير والذكاء<sup>2</sup>.
- عدم قدرة الدول السيطرة على الشبكة العنكبوتية وهذا يهدد أمنها وسيادتها فالأنترنت تسمح لجميع الأفكار والمعتقدات مهما كانت رديئة أن تدخل الى الشبكة ويمكن لأي أحد أن يعمم أفكاره ويدعوا إليها<sup>3</sup>.
- لقد ساهمت تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في مجال الاتصال في انحدار اللغة العربية، وزرعت العديد من المصطلحات التي أصبحت تروج في الأحاديث العامة، كما ساعدت أيضا على شيوع الكتابات الركيكة والتعبيرات الغامضة غير محددة المعنى مما ساهم في ضحالة الفكر<sup>4</sup>.
- إن خطورة تكنولوجيايات الاتصال الحديثة تتجسد من خلال تفكيك الثقافات، الغزو الثقافي، التلويث الثقافي، إفساد الثقافات الوطنية ومسائل الهوية الثقافية، لأنه وبكل بساطة أن هذه التكنولوجيايات الحديثة لا تعبأ بانتقاداتنا وأخلاقياتنا ولا تنتظر حتى نكمل تأقلمنا ونقدنا وتفنيدينا لسلبياتها، بل هي تتقدم دون أن ننتظر متهيئين لها، والثابت أن تكنولوجيايات الاتصال الحديثة هي نتاج ثقافي غربي ظهرت لتلبي حاجات موضوعية لصيقة ببنیان وثقافة هذه المجتمعات ولم تراعي ما هو

<sup>1</sup> - آمنة عيادي، فاطمة كاتب، دور تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة في المؤسسة الخدمانية: المديرية الولائية للأمن بأم البواقي نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015\2016، ص 47-48.

<sup>2</sup> - حياة بغدادي، ورددي عبد النور، مرجع سبق ذكره، ص 31.

<sup>3</sup> - الهاشمي مجد، تكنولوجيايات وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 256.

<sup>4</sup> - لطيفة بن عبد الحفيظ، حميدا تني ندي، مساهمة تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في تطوير العملية التعليمية: دراسة ميدانية بكلية العلوم والتكنولوجيايات بجامعة 8 ماي 1945 قالة، تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة 8 ماي 1945، قالة، 2020\2021، ص 64.

موجود في مجتمعاتنا من أعراف وتقاليد ومبادئ وقيم جاء بها الدين الإسلامي، وهذا ما جعلها تشكل خطرا كبيرا على هذه المقومات.

- لم يعد هناك مجال لحياة الفرد الخاصة كجسمه وعائلته وممتلكاته وقيمه، في ظل التطوير الهائل لتكنولوجيات الاتصال الحديثة فقد تمت تعريته في جل ما يميزه كفرد له سره ومكشوفة في الحياة وقد تحولت قيمة الانسان في خضم ذلك الى وضعيات من المرئيات المكشوفة على وسائل الاتصال، وإذا تأملنا في الثقافات التي سبقتنا ومنها تلك التي ننتمي إليها فإننا نجدها قد سنت حدودا بين المواضيع الخاصة الشخصية والمعروضة على الرأي العام.

- عدم وجود عدالة في التعليم نتيجة طغيان التكنولوجيا على العملية التعليمية، مما أدى الى ظلم بعض المناطق الفقيرة التي لا تتحمل تكلفة الأجهزة<sup>1</sup>.

- بالرغم ما قدمته تكنولوجيا الاتصال الحديثة من خبرة عالية في مجال حرية التعبير إلا أن هذه الحرية تقيدت بقيود سياسية، فليس هناك ضمان بأن تكنولوجيا الاتصال الحديثة سوف تؤدي الى عصر جديد مختلف ينطوي على المزيد من حرية التعبير.

- ان التفتيت أو اللاجماهيرية تؤدي الى انقسام الجمهور العريض الواحد على عدد كبير من الجماعات الصغيرة ذات الاتجاهات المتباينة التي تؤدي الى تقليص الخبرات المشتركة لمعظم أفراد المجتمع<sup>2</sup>.

وأمام إيجابيات وسلبيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة لا يفوتنا التذكير بأن الاستخدام الواعي هو الذي يجعلنا نستفيد من إيجابياتها ونبتعد عن سلبياتها أو نقلل فرص الوقوع فيها<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>- فانت قرين، سعاد بويدون، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل المؤسسة الإعلامية: دراسة ميدانية بإذاعة جيجل نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2016\2017، ص 61-62-63.

<sup>2</sup>- شابحة دواوي، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تنمية المهارات الإعلامية لدى الصحفي الجزائري: شبكات التواصل الاجتماعي والهاتف النقال نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال، جامعة المسيلة، 2013\2014، ص 62.

<sup>3</sup>- مجد الهاشمي، مرجع سبق ذكره، ص 226.

## 2/ الصورة الذهنية للمؤسسة

## تمهيد

تكمن أهمية الصورة الذهنية إلى الحقيقة المهمة وهي إدراك الشخص للعام الذي يعيش فيه و إدراك العلاقة بين الأشياء والذي يعد محدود ،فلا نستطيع الإحاطة بكل ما يدور حولنا وهذا لقلّة الإمكانيات التي يكتسبها الإنسان فيلجأ إلى إنشاء أو خلق صورة ذهنية عن العالم الخارجي وعن الآخرين فيستخدمها ويعتمد عليها ، وأن الصورة تساعد في تشكيل تصورات الفرد ومعرفته واتجاهاته وتوقعاته وسلوكياته واستجاباته للقضايا العامة وحتى حياته، فيمتلك الأفراد العديد من الصور للعديد من الأشياء مثل بلدان أو أشخاص آخرين قد لا يعرف الناس عنها شيء، ولكن إذا تعرضوا لكثير من المعلومات حول هذا الموضوع فإن صورة تلك الأشياء بمرور الوقت تتشكل وتتأصل في العقل، ومع مرور الأيام يجد صعوبة يجد صعوبة في تراكم المعلومات لمدة زمنية ،أي أنها لا تبقى ثابتة و أنها تتسم بالفاعل والمرونة الدائمة فهي تقبل التغيير في حال ما توفرت العوامل المساعدة على ذلك.

ونظرا لأهمية الصورة الذهنية في العلاقات العامة في أنها تمثل تواصل الجهد المستمر في كسب ثقة الجماهير المستهدفة المختلفة وبناء موقف إيجابي في أذهانهم عن المنظمة فتحفزهم لدعمها ماديا ومعنويا، فالمنظمة تسعى جاهدة للمحافظة على صورتها الذهنية لدى جمهورها، وتسعى أيضا لبناء سمعة طيبة ودائم، وأهمية الصورة الذهنية تظهر بشكل خاص من خلال تأثيرها على الرأي العام السائد فيما يتعلق بالمنظمة، وتلعب الصورة دورا مهما في تكوين وتوجيه الرأي العام لأنها مصدر آراء الناس ومواقفهم وسلوكياتهم.

## 2-1/ تعريف الصورة الذهنية:

يعد مصطلح الصورة الذهنية من الدراسات المتعلقة بالعلاقات العامة لما لها من أثر مهم، وأهمية كبيرة في نجاح العلاقات العامة، وأيضاً لما لها من أهمية في تطوير صورة طيبة لنمو المؤسسات. فقد بدأ استخدام مصطلح الصورة الذهنية image عندما أصبح لمهنة العلاقات العامة تأثير كبير على الحياة الأمريكية مع بداية النصف الثاني من هذا القرن ، وقد كان لظهور كتاب (تطوير صورة المنشأة ) للكاتب الأمريكي لي بريستول Lee Bristol عام 1960 أثر كبير في نشر مفهوم صورة المنشأة بين رجال الأعمال ، وما لبث هذا المصطلح أن تزايد استخدامه في المجالات التجارية والسياسية والإعلامية والمهنية، وقد تبلور هذا المصطلح في مجال العلاقات العامة الدولية بشكل واضح في عام 1965 حينما ظهر كتاب (السلوك الدولي) الذي اشترك في تأليفه هربرت كليمان Kelman مع مجموعة من زملائه من علم النفس، ولقد اهتمت العلاقات العامة بدراسة صورة الشخصيات القيادية والمنظمات والشركات والمؤسسات المختلفة للتعرف على نظرة الجماهير لهذه الشخصيات أو المنظمات ومعرفة العناصر الإيجابية والسلبية في هذه الصورة للتأكيد على العناصر الإيجابية وعلاج الأسباب التي أدت إلى تكون الاتجاهات السلبية إن وجدت، كما اهتم خبراء العلاقات العامة بدراسة العوامل المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية وتطورها في ظل وسائل الاتصال الجماهيرية وتعدد الرسائل التي يتعرض لها إنسان القرن الحادي والعشرين<sup>1</sup>.

## 2-1-1/ تعريفها لغة:

في اللغة العربية ينقسم مفهوم الصورة الذهنية الى مفردتين: الصورة، والذهنية، والصورة تعني الشكل الذي يتميز به الشيء، وهي تعني أيضاً (الصورة بكسر الصاد لغة في الصور جمع صورة، وصوره تصويراً

<sup>1</sup> - علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص3.

فتصور، وتصورت الشيء توهمت صورته فتصور لي) ويذكر معجم لسان العرب لابن منظور أن الصورة (ظاهر الشيء وهيئته وحقيقة الشيء وصفته)<sup>1</sup>.

أما مفردة الذهنية فإنها تشير إلى الذهن، والذهن هو العقل، كذلك (الفطنة والحفظ)، وبهذا فإن الذهن يطلق على الإدراك والتفكير الاستدلالي عن طريق إنشاء العلاقات، وفي إطار ما تقدم فإن الجمع بين مفردتي الصورة والذهنية يقود إلى إنشاء مصطلح الصورة الذهنية الذي هو لغة: صورة الشيء وتصوره في هيئته وحقيقته وظاهره يكونها الذهن في ضوء إدراكه واستدلاله للأشياء<sup>2</sup>.

هي الشكل والتمثال الجسم والصورة بمثابة خياله في الذهن أو العقل، ويعرفها قاموس ويبستر بأنها "تشير إلى التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هي إحياء أو محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة، وهي أيضا استرجاع لما اختزنته الذاكرة لما أدركته الحواس<sup>3</sup>.

## 2-1-2/ اصطلاحا:

هي الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة، وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو الإشاعات والأقوال غير موثقة، لكنها في النهاية تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم، إذا كان مصطلح الصورة الذهنية لا يعني بالنسبة لمعظم الناس سوى شيء عابر أو غير حقيقي أو حتى مجرد وهم<sup>4</sup>.

## ومن تعريفاتها:

<sup>1</sup> - موسى باقر، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2013، ص 52

<sup>2</sup> - موسى باقر، مرجع سبق ذكره، ص 52.

<sup>3</sup> - خديجة جلطي، قسوس أحلام، آليات الاتصال الداخلي ودوره في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية: دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر بمستغانم، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018/2019، ص 56.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه ص 56.



وردت تعريفات عديدة عن الصورة الذهنية جميعها تؤكد على أن الصورة عادة ما تتكون من خلال ما يراه أو يسمعه أو من خلال التجربة والتنشئة وبالتالي يتصرف الشخص تجاه الأشخاص أو الأشياء وفقاً للتصور الذهني الموجود لديه ومن تلك التعريفات، ورد تعريف كلمة image في قاموس ويبستر الدولي في طبعته الثانية وردت بأنها "تشير إلى التقدم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هو إحياء أو محاكاة لتجربة حسية، وهي أيضاً استرجاع لما اختزنه الذاكرة أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو السمع أو اللمس أو الشم أو التذوق"<sup>1</sup>.

وهناك من يعرفها بأنها "تعبير يستخدم لوصف مجموعة المعتقدات التي يحملها الفرد عن شيء معين" ويعرفها جفكيز "بأنها الانطباع الصحيح والحقيقي، إلا أنها الانطباع الذي تكون عند الأفراد بغض النظر عن كونه صحيحاً أم لا"<sup>2</sup>.

وهناك معنى أكثر شيوعاً لهذا المصطلح ورد أيضاً في قاموس ويبستر في طبعته الثالثة بأنه "مفهوم عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة يشير إلى اتجاه هذه الجماعة الأساسي نحو شخص معين أو نظام ما، أو طبقة بعينها، أو جنس بعينه أو فلسفة سياسية، أو قومية معينة وأي شيء آخر"<sup>3</sup>.

وتتوقف قوة الصورة أو ضعفها عند الأفراد الذين تتكون لديهم تبعاً لدرجة الاتصال بينهم وبين المؤسسات المختلفة ومدى اهتمامهم بهذه المؤسسات أو تأثرهم بنشاطها، ويمكن التعرف على هذه الصور وقياس التغيرات التي تطرأ عليها رغم أن هذه التغيرات تكون غالباً بطيئة، كما أن الصور التي تتكون عن أشياء بعيدة تكون غالباً ضعيفة وقابلة للتغير<sup>4</sup>.

وقد نشأ الاهتمام بالصورة الذهنية في عصرنا هذا من حقيقة مؤداها أن الناس يفترض أن تكون لديهم صورة صحيحة عن أشياء كثيرة كالولايات المتحدة الأمريكية، أو الإتحاد السوفيتي أو الشعوب الأفريقية، أو اتحاد عمال صناعية معينة، أو شركة س أو ص.... وغيرها، لكنهم إذا ما تلقوا معلومات

<sup>1</sup>- ناهض فاضل، زيدان الجواري، العلاقات العامة والصورة الذهنية، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص16.

<sup>2</sup>- المرجع نفسه، ص16.

<sup>3</sup>- علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط1، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 1983، ص4.

<sup>4</sup>- علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، 1983، نفس المرجع، ص10.

كثيرة عنها وتكونت صورة معينة في أذهانهم فإنه يصعب تغيير هذه الصور تغييراً حاسماً في الظروف العادية، فصورة العربي أو الإسرائيلي عند الشعب الأمريكي تكونت نتيجة للدور الذي مارسه لفترة طويلة وسائل الاتصال الجماهيرية في الولايات المتحدة ونتيجة للأحداث التي شهدتها المنطقة العربية ونقلها هذه الوسائل، فهذه الصورة يصعب تغييرها بين يوم وليلة فمن الضروري أن يبذل الأفراد جهداً مميزاً لأنهم بصدد الانقلاب على القيم التي اتفق عليها وقد يؤدي هذا الاستقلال في التفكير إلى الانحراف بهم عن فكر أصدقائهم الذين لهم إلى حد ما أصدقاء لأنهم شركاء في نفس التفكير والميول والاتجاهات والمصالح والاهتمامات، ولذلك فإن عملية تغيير الصور تكون في بعض الحالات مؤلمة، وقد تحدث صدعا في العلاقات بين الأصدقاء، وقد تؤدي إلى توتر العلاقات بينهم، كما أن بعض الأشخاص في ظروف عمرية أو صحية أو في ظل صراع عاطفي يرفضون أي محاولة لتغيير الصور التي تكونت لديهم على الرغم من أن ذلك قد يؤدي إلى التضحية بفقد هؤلاء الذين يلحون عليهم لإحداث التغيير، فالإنسان في أغلب الأحوال يميل إلى التمسك بما لديه من صور، كما أنه يتعصب لهذه الصور ويتحيز لها، فلا يقبل التعرض لأي رسالة لا تتفق معه، وهو يدرك محتوى الرسائل التي يتعرض لها على نحو يتفق مع الصور التي كونها، كما أنه يتذكر المواقف والتفاصيل التي تدعم الصورة الذهنية التي تكونت في وقت ما، واستقرت وأصبحت ذات أثر كبير في تقديره لما يحدث بعد ذلك، ورؤيته للواقع وتخيله للمستقبل<sup>1</sup>.

### خصائص الصورة الذهنية:

تبنى الصورة الذهنية على خبرات الإنسان السابقة من لحظة الميلاد وربما قبل ذلك والإنسان مازال جنينا في بطن أمه، وتقوم بدور هام ومحوري في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل سلوك الأفراد، وهناك العديد من الخصائص المختلفة التي تتسم بها الصورة الذهنية نذكر منها ما يلي:

- **عدم الدقة:** ذهب كثير من الباحثين إلى أن الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة ولعل مرجع ذلك أساساً هو أن الصورة الذهنية مجرد انطباعات لا تصاغ بالضرورة على أساس علمي موضوعي، بل تعد تبسيطاً للواقع، كما أن الصورة الذهنية لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي، ولكنها تعبر في معظم الأحيان عن

<sup>1</sup> - علي عوجة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، مرجع سبق ذكره، ص 10.

جزئية من الواقع الكلي، لا سيما وأن الأفراد عادة يلجئون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع المعلومات الكاملة.

**- المقاومة للتغيير:** فالصورة الذهنية تميل إلى الثبات ومقاومة التغيير، وتعدد العوامل التي تحدد وتؤثر في كم وكيف التغيير المحتمل في الصورة الذهنية، وبعض هذه المتغيرات يتعلق بالصورة ذاتها، وبعضها الآخر يتعلق بالرسائل الواردة من خلالها.

**- التعميم وتجاهل الفروق الفردية:** تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه ونظرا لذلك فالأفراد يفترضون بطريقة آلية أن كل فرد من أفراد الجماعة موضوع الصورة تنطبق عليه صورة الجماعة ككل على الرغم من وجود اختلافات وفروق فردية، والأفراد يستسهلون في إصدار الحكم على الأفراد من خلال تصنيفهم من جماعات أخرى، ويترتب على ذلك أن الفئات والجماعات والمهن المختلفة يكون عنها الجمهور صورة ذهنية تتسم بالتعميم وتتجاهل الفروق والاختلافات التي قد تكون بعض الأحيان جوهرية وأساسية.

**- التنبؤ بالمستقبل:** تسهم الصورة الذهنية في التنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور تجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة، فالصورة الذهنية المنطبقة لدى الأفراد حول الموضوعات والقضايا والأشخاص يمكن أن تنبئ بالسلوكيات التي قد تصدر عن الجماهير مستقبلا.

**- تخطي حدود الزمان والمكان:** تتسم الصورة الذهنية بتخطيها لحدود الزمان والمكان، فالفرد لا يقف في تكوينه لصورة الذهنية عند حدود معينة بل يتخطاها ليكون صورا عن بلده ثم العالم الذي يعيش فيه، وعلى مستوى الزمان فالإنسان يكون صور ذهنية عن الماضي، ويكون صورا عن الحاضر، إضافة إلى المستقبل، وبذلك يتضح أن الإنسان يكون صورا ذهنية عن الأزمنة والأماكن المختلفة وفق لمعارفه ومدرجاته ومشاهداته إضافة إلى قدرته على التخيل والاستنتاج<sup>1</sup>.

وهناك عدة سمات وخصائص أخرى للصورة الذهنية وذلك على النحو الآتي:

<sup>1</sup> - وائل عبد الله محمد، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لديوان الضرائب الاتحادية، بحث تكميلي مقدم لنيل درجة الماجستير في الإعلام الأمني، الخرطوم، 2016/2015، ص 67، 68.

- 1- الصورة عملية ديناميكية متفاعلة تمر بمراحل متعددة تتأثر كل مرحلة بما يسبقها وتؤثر فيما يلحق بها، كما أنها متطورة ومتغيرة وتأخذ أشكالاً عديدة وقوالب مختلفة.
- 2- الصورة الذهنية عملية معرفية فهي تمر بمراحل العمليات المعرفية من إدراك وفهم وتذكر، وتخضع للمتغيرات والعوامل التي تخضع لها العمليات المعرفية أو تتأثر بها.
- 3- الصورة الذهنية عملية نفسية مما يعني كونها عمليات داخلية لها أبعاد شعورية إلى جانب أبعادها المعرفية.
- 4- الصورة الذهنية تتكون وتتطور في إطار ثقافي معين أي أنها لا تنشأ في فراغ وإنما تتأثر بكل الظروف المحيطة بها<sup>1</sup>.

## 2-2/ أنواع الصورة الذهنية:

يمكن تصنيف الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور تجاه المنظمة إلى الأنواع التالية:

**الصورة المرآة:** هي الصورة التي ترى المنظمة أنها الصورة التي يحملها الجمهور تجاهها، وترى نفسها من خلالها، وهذه الصورة يمكن أن تكون مختلفة تماماً عما يعتقده المسؤولون في المنظمة وذلك بسبب ضعف المعرفة في اتجاهات الجمهور نحو المنظمة.

**الصورة الحالية:** وهي الصورة التي يحملها الجمهور تجاه المنظمة والتي يمكن أن تكون مبنية على الخبرة والمعرفة الجيدة للمنظمة أو يمكن أن تركز على معلومات مشوهة أو بيانات قليلة وغير صحيحة عن المنظمة.

**الصورة المرتجاة (المرغوبة):** هي الصورة التي ترغب المنظمة أن تكونها في نفسها في أذهان الجماهير، وهي غالباً ما تكون انطباعات جديدة غير معروفة للجمهور، وتسعى المنظمة لتكوينها.

<sup>1</sup> - المشهداني محمد جواد زين الدين، العلاقات العامة في المؤسسات السياحية، ط1، دار أجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص117-118.

الصورة المثالية: هي أمثل صورة يمكن أن يحملها الجمهور تجاه المنظمة مع الأخذ في الاعتبار المنافسة في المنظمات المختلفة والتي تسعى للتأثير على الجماهير.

الصورة المتعددة: تتكون عندما يتعرض الجمهور لنموذجين مختلفين للمنظمة يعطي كل منها انطبعا مختلف عنها، ومن الطبيعي الا يستمر هذا التباين في الانطباعات، فإما أن يتحول الى صورة إيجابية وسلبية تبعا لشدة تأثير كل منها على أفراد الجمهور<sup>1</sup>.

أما فيليب موريل فقد صنف الصورة الذهنية إلى أربعة أنواع أخرى هي:

- 1- الصورة المؤسسية: وتكون على المستوى الوطني.
  - 2- الصورة المهنية: وترتبط بطبيعة نشاط منظمة الأعمال.
  - 3- الصورة العلائقية: وتشكل في ضوء التواصل مع الجمهور.
  - 4- الصورة العاطفية: وتقوم على أساس الود والتعاطف بين المنظمة والجمهور<sup>2</sup>.
- 2-3/ وظائف الصورة الذهنية:

هناك مجموعة من الوظائف المتصلة بالصورة الذهنية تتمثل في الآتي:

- 1- تساعد الصورة الذهنية للفرد في التكيف مع ظروف الحياة وذلك من خلال اختصار جهد الفرد بما تقدمه من أطر جاهزة تكفل له التعامل مع الآخر والتنبؤ بسلوكه دون إمكان في خصائصه الفردية.
- 2- تقدم للفرد معيارا تقييما للحكم على صحة ما يصل إليه من معلومات.
- 3- تستخدم كأداة للدفاع عن الذات، وذلك أن الصور تتيح للفرد فرصة تبرير كثير من أفعاله.

<sup>1</sup> محمد مرضي الشمري، العلاقات العامة والإعلام، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص43-44.

<sup>2</sup> درار خالد محمد، عبد المالك الدناي، العلاقات العامة الأسس النظرية والممارسة المهنية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2019، ص248.

- 4- تزيد الصورة الذهنية من تقدير الذات، نتيجة عضوية الفرد في الجماعة محددة، فالصورة الإيجابية عند الجماعة التي ينتمي إليها الفرد يمكن أن تزيد من تقديره لذاته، ومن شعوره بالرضا عن نفسه.
- 5- تؤدي الصورة الإيجابية إضفاء الشرعية على إيديولوجية الجماعة وتبرر توجهاتها وممارساتها وتدافع عنها، وتؤكد على هويتها الاجتماعية كما تؤكد الشعور بالتفوق لدى أعضائها<sup>1</sup>.

## 2-4/ العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية:

هناك عوامل عديدة مؤثرة في تكوين الصورة الذهنية لدى الإنسان، أبرزها الأسرة و المؤسسة التربوية و التعليمية، والإنتاج المعرفي والثقافي، ويضاف لها وسائل الإعلام المختلفة التي تؤدي دورا أكثر فاعلية وخطورة لاسيما بعد التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال و المعلومات ، وما حدث من نمو كبير في صناعة الرسائل الإعلامية التي أصبحت أهم الوسائل في نقل الصور ، والآراء و الأفكار وتدعيم الصور الموجودة أصلا في أذهان الناس ، وقد تبين من خلال الدراسات و البحوث أن 70% من الصور التي يبينها الفرد في عالمه تستمد من وسائل الاتصال التي يتعامل معها<sup>2</sup>.

ويرى بعضهم أن العوامل المؤثرة في الصورة الذهنية كما يأتي:

### 1- عوامل شخصية: وتتمثل في:

- السمات الذاتية للشخصية المستقبلية للمعلومات (التعليم، الثقافة، القيم).
- قدرة الفرد على تفسير المعلومات الخاصة بالمنظمة، ودرجة دافعيته، واهتمامه بالمعلومات المقدمة من المنظمة.

### 2- عوامل اجتماعية: وتتمثل في:

- تأثير الجماعات الأولية على الفرد المستقبل للمعلومات.
- تأثير قادة الرأي على اتجاهات الجماهير.

<sup>1</sup> - خالد درار، عبد المالك الدنان، مرجع سبق ذكره، ص235.

<sup>2</sup> - يزن أكرم النوافلة، الدور الاتصالي للعلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الصيادلة: شركة الحكمة الأردنية للأدوية نموذجاً، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2020، ص20.

- تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد، والقيم السائدة فيه.

### 3- عوامل تنظيمية: ويتمثل أهمها فيما يأتي:

- الأعمال الحقيقية للمنظمة، سياساتها ومنتجاتها.
- الرسائل الاتصالية الخاصة بالمنظمة، والمنقولة عبر وسائل الاتصال المختلفة.
- نوع الوسائل الاتصالية المستخدمة لنقل الرسائل.
- الأعمال الاجتماعية التي تقوم بها المنظمة لخدمة المجتمع<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - خلف لاني الحلبا الحماد، الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 43.

### 3\ العلاقة بين استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتشكيل الصورة الذهنية

تمهيد:

تعتبر وظيفة العلاقات العامة مهمة للغاية في التعريف بالمؤسسة وإعطائها صورة وسمعة إيجابية على المستويين الداخلي والخارجي، حيث أنها أحد العوامل الرئيسية لنجاحها. يطلق عليه اسم رقمي لأنهم يدركون جيداً أن آليات تطوير وظيفة العلاقات العامة وفقاً للمتطلبات الحالية ستفيد أولاً بسمعة المؤسسة وتعزز خدماتها، خاصة وأن العلاقات العامة الحديثة تقوم على إدارة السمعة الإلكترونية للمؤسسة ويتمثل في بناء جسر تواصل أو تفاعل معروف بين المؤسسة وجمهورها، ويجد هذا الأخير مزايا الاتصال الرقمي عبر الإنترنت ويسهل للغاية تلبية احتياجاته وإيصال رغباته للمسؤولين، حيث أن هذه الوسائل يتم عبرها حرية الرأي ومع الكثير من حرية الاستخدام.

#### 3-1\ مفهوم العلاقات العامة

- تعريف ساليغان الأستاذ بمعهد العلاقات الأمريكي يقول: " أن العلاقات العامة هي وظيفة الإدارة التي تقيس وتقوم وتنبأ بالأداء والاتجاهات ورد الفعل المتوقع من جمهور المؤسسة والجمهور الخارجي، وهي التي تتحكم في عملية الاتصال بين المؤسسة وجمهورها تحقيقاً للمنفعة المتبادلة لهما وللمجتمع"<sup>1</sup>.

- كما يعرفها أيضا المعهد البريطاني أن العلاقات العامة " هي الجهود المخططة والمرسومة يقصد منها إقامة التفاهم المستمر بين المنظمة وجمهورها"، يوضح هذا التعريف أن العلاقات العامة هي جهد مدروس ومخطط قائم على أسس عملية من الدراسة والتحليل والتخطيط ويتصف بالاستمرارية كما لا يقتصر على إقامة التفاهم المتبادل بين البيئة وجمهورها فقط، بل يتضمن أيضا المحافظة على التفاهم المتبادل مما يستدعي استمرار هذه الجهود العملية، خاصة وأن الممارسة الرياضية تتسم دائما بالمفاجئة والأداء

<sup>1</sup> - إيمان الحاج علي محمد حسين، اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام تكنولوجيا الاتصال: دراسة وصفية تحليلية على عينة من ممارسي العلاقات العامة بالجامعات السودانية، رسالة ماجستير في علوم الاتصال، تخصص العلاقات العامة والاعلان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2017، ص100.



المتطور نتيجة اعتماده واستغلاله ومسايرته للتطور الحاصل في التكنولوجيا<sup>1</sup>.

- ويتفق الباحثون والعاملون في مجال العلاقات العامة على اختلاف نشاطاتهم وتنوعها على أن العلاقات العامة هي "علم وفن تشكيل الرأي العام في الاتجاه المطلوب بالطرق التي تراعي مصالح الجمهور، وكذلك يتفقون على نقاط مشتركة من خلال تعريف العلاقات العامة نوردها فيما يلي:

✓ العلاقات العامة في الأساس وظيفة تواصلية اتصالية، وهذه الوظيفة بطبيعتها ذات اتجاهين: مرسل ومستقبل.

✓ العلاقات العامة تهتم بتحقيق حالة من التفاهم المشترك بين المؤسسات والأفراد المعنيين لتحافظ على ديمومتها.

✓ للعلاقات العامة وظيفة توضيحية فهي تقوم بتحليل وتفسير القضايا التي تظهر في الوسط المحيط بالمؤسسة ودراسة ما يترتب عليها من عواقب محتملة بالنسبة للمؤسسة والأفراد.

✓ تهتم العلاقات العامة بمساعدة المؤسسات على تصور وتنفيذ أهداف من شأنها أن تحظى بالرضا والقبول الاجتماعي وبذلك تحقق توازنا بين مصالح المؤسسة ومسئوليتها تجاه المجتمع<sup>2</sup>.

### 3-2 \ العلاقات العامة واستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة

تزايد اهتمام المؤسسات المعاصرة بممارسة وظيفة العلاقات العامة، ولم يعد من الممكن إغفال هذه الوظيفة في الهيكل الإداري لأي مؤسسة، رغم اختلاف درجة الاهتمام بها وإدراك مفهومها الحقيقي بين مؤسسة وأخرى أو بين دولة وأخرى، والعلاقات العامة هي وظيفة إدارية مميزة تساعد على إقامة ودعم خطوط اتصال وفهم متبادل وتعاون مشترك بين هيئة وجماهيرها، وتساعد الإدارة على حل مشاكلها وتبقيها على علم بنبض الرأي العام، كما أنها ترصد الاتجاهات وتتوقعها وتستخدم البحوث

<sup>1</sup> - نجاوة لونيس، أهمية العلاقات العامة في الرباطات الجهوية في حل المشكلات الإدارية التي تواجه رؤساء الفرق للكرة الطائرة: دراسة ميدانية بالرابطة الجهوية لكرة الطائرة، مذكرة ماجستير في الإدارة والتسيير الرياضي، جامعة بجاية، 2011\2012، ص 13.

<sup>2</sup> - نزار ميهوب، مدخل الى العلاقات العامة، ط2، سلسلة المعهد العربي للعلاقات العامة، 2008، ص 32-33.

والاتصال وفق ما يسير أخلاقه لتنفيذ مهامها.

كما أدت التطورات المتلاحقة في التكنولوجيا الرقمية ومن أهمها الإنترنت، الى تغيير ما يمكن أن يطلق عليه طبيعة المجال العام الذي يعيش فيه الأفراد، حيث أصبح لديهم القدرة على التعبير عن آرائهم في قضايا السياسة العامة، وقد انعكست هذه التطورات على مجال ممارسة العلاقات العامة كوظيفة إدارية واتصالية للمؤسسات والمنظمات المختلفة، وأصبح لزاما على ممارسي العلاقات العامة إعادة التفكير فب استراتيجياتهم الاتصالية في ضوء التطور الحاصل في التكنولوجيا الرقمية ومن أهمها الإنترنت، وتأتي أهمية شبكة الإنترنت من تلك التطورات السريعة التي تشهدها سواء في خصائصها الفنية كوسيلة اتصال أو في مستخدميها<sup>1</sup>.

وتعد شبكة الإنترنت أكثر قدرة على التأقلم مع مجال العلاقات العامة من مجالات الصحافة والإعلان، فالعلاقات العامة ذات وظيفة إقناعيه ولا تخضع لقواعد الصحافة الموضوعية، ومحتوى رسالة أو برنامج العلاقات العامة يتم منحه لوسائل الإعلام والجمهور دون مقابل، أي يتلقى الجمهور الرسالة من الشبكة، وقد أضافت شبكة الإنترنت بعدا آخر للعلاقات العامة، فقد وفرت تلك الشبكات أدوات وقنوات اتصالية لممارس العلاقات العامة، كما نجحت في ضبط الطريقة التي يتم بها توزيع معلومات العلاقات العامة للإعلام، فحلت خدمات البريد الإلكتروني محل قناة اتصال البريد الورقي<sup>2</sup>.

وتعد شبكة الأنترنت العمود الفقري الأساسي المهم لانتشار تطبيقات تكنولوجيا الاتصال، وأصبحت بشكل خاص ضرورة حيوية وملحة لإدارات العلاقات العامة في المؤسسات على اختلاف أنواعها، فالتطور في مجال تكنولوجيا الاتصال أدى الى التأثير في أعمال العلاقات العامة وأداء ممارسيها وكذلك في عملية تعليم العلاقات العامة، وعزز من ذلك أن الإنترنت تمكن إدارات العلاقات العامة من تحقيق رصد آراء ومدخلات فئات الجمهور ومتابعة المعلومات والأخبار الخاصة بالمؤسسة، والتواصل والتفاعل معهم.

<sup>1</sup> - كريمة حاج أحمد، العلاقات العامة وتطبيقاتها للتكنولوجيات الحديثة في المؤسسات الاتصالية: مؤسسة أوريدو للاتصالات نموذجاً، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في المدرسة الدكتورالية للعلوم الاجتماعية والانسانية، تخصص الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2017\2018، ص 170.

<sup>2</sup> - كريمة حاج أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 170-171.

إن الإنترنت أضحت وسيلة اتصال مهمة العلاقات العامة في تواصلها مع الجمهور وبشرط تجديد المعلومات المتاحة على موقع المؤسسة بصورة مستمرة وتدعيم ذلك الموقع بأدوات البحث وتعريف الجمهور باسم الموقع من خلال الإشارة إليه في مطبوعات وإصدارات المؤسسة وربطه بمواقع أخرى في نفس مجال عمل أو اهتمام المؤسسة الى جانب وجود مركز إعلامي فعال على الموقع يضم البيانات والمعلومات والصور وإجابات الأسئلة الشائعة<sup>1</sup>.

### 3-2-1 \ أهمية استخدام العلاقات العامة لتكنولوجيات الاتصال الحديثة في المؤسسة:

إن العلاقات العامة كما عرفها قاموس أكسفورد بأنها: "الفن القائم على أسس عملية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي، لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع"<sup>2</sup>.

وعليه فقد أحدث استخدام العلاقات العامة لتطبيقات التكنولوجيا الحديثة ثورة هائلة في عالم العلاقات العامة، بحيث لم يقتصر تأثيرها على تغيير طرق التواصل الموجودة في هذا المجال فحسب، بل ساعدت على تغيير ملامح هذه العلاقات وتطويرها، وتقدم شبكة الانترنت باعتبارها التكنولوجيا الأكثر استخدام من طرف العلاقات العامة، حسب الباحثين فرصا عديدة وعظيمة للعلاقات العامة يمكن ذكرها على النحو التالي:

✓ تعرف دوائر العلاقات العامة على اتجاهات الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة بطرق متعددة وفورية مثل: خدمات البريد الإلكتروني أو المواقع الإلكترونية أو عبر مواقع الإعلام الجديد.

✓ إيصال المعلومة الصحيحة للجمهور بشرائحه المختلفة سواء عبر المراسلات الإلكترونية أو عبر النشر على موقع المؤسسة أو بواسطة النشرات الإخبارية الإلكترونية الدورية وغيرها.

✓ المساهمة في تسويق صورة المؤسسة وتعزيز سمعتها على المستويين المحلي والدولي، خاصة في ظل تميز وسيلة الانترنت بتخطيه للحواجز الجغرافية والثقافية، حيث نجد أن المؤسسات تهتم بأن تنشر على

<sup>1</sup> - منصور تحسين، هيا تحسين منصور، أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني، دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، مج 41، مل 2، 2014، ص 802.

<sup>2</sup> - كريمة حاج أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 176.

الانترنت بلغات متعددة.

✓ إذا كان من أهداف ووظائف العلاقات العامة العمل على مواجهة الأزمات التي تتعرض لها المؤسسة بل والعمل على التنبؤ بهذه الأزمات قبل وقوعها، فإن الانترنت تساهم في تحقيق هذا الأمر عبر المتابعة المستمرة لتوجهات وردود الفعل المحيطة بالمؤسسة.

✓ إقامة علاقات جيدة ومتفاعلة مع وسائل الاعلام والصحافيين، حيث يعطي المؤسسة إمكانيات غير محدودة للتواصل الفوري وتوفير أي معلومات مطلوبة بأشكال مختلفة، سواء صور أو نصوص أو فيديو أو غير ذلك.

✓ توفير معلومات وإحصائيات وغير ذلك، مما يلزم لتجهيز أي مواد إعلامية أو مطبوعات أو تصاميم أو التنسيق للفعاليات والأنشطة المختلفة.

✓ الانترنت وسيلة فعالة في دراسات وأبحاث العلاقات العامة للتعرف على الرأي العام وانطباعاته عن المؤسسة، إضافة لإمكانية استخدامه بصورة فعالة في التقييم الفوري لبرامج وخدمات العلاقات العامة، ونلاحظ ذلك في استخدام أساليب الاستطلاع الإلكتروني وغيره<sup>1</sup>.

ولقد أصبحت العلاقات العامة في المؤسسات أكثر فعالية وكفاءة من ذي قبل، بسبب ما قدمته التكنولوجيا من سهولة في الاتصالات، كما أنها قللت التكلفة والوقت لموظفي العلاقات العامة والمستهلكين، ولهذا نجد أن المؤسسات في الماضي كانت تعتمد على الوسائل التقليدية للترويج عن خدماتها ومنتجاتها، لكن الوضع تغير حالياً حيث يستفيد أجهزة العلاقات العامة من الانترنت استفادة قصوى، بحيث يمكنها الحصول على أكبر من المعلومات وبصورة سريعة تجعل العملية الاتصالية التي تقوم بموجبها العلاقات العامة مع جماهيرها متطورة وتحاكي أساليب عصر المعلومات<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - منصور تحسين، هيا تحسين منصور، مرجع سبق ذكره، ص 802.

<sup>2</sup> - كريمة حاج أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 177-178.

### 3-2-2 \ الأشكال الاتصالية الالكترونية التي تعتمد عليها العلاقات العامة الحديثة

**1- البريد الالكتروني Email:** يعتبر البريد الالكتروني من الوسائل الهامة للعلاقات العامة فهو يوفر السرعة والتبادل بين الآخرين بالإضافة للقدره على إرسال المعلومات التي تهدف الى توصيلها للجمهور بسرعة وسهولة، كما يتم استخدام البريد الالكتروني اليوم في معظم عمليات تبادل المعلومات الشخصية والتجارية والإعلانية والدعاية وعمليات البيع الكامل بالإضافة الى توفير خدمة ودعم العملات، وتعتبر كل عملية اتصال تجارية تقوم بها المؤسسة أو المنظمة تعزيزاً أو إضعافاً لعلاقتها وسمعتها فهو وسيلة قوية للمحتفظه على اسم المنتج والمنظم، فكل رسالة بريدية الكترونية لها تأثيرها على اسم المنظمة بحيث تنعكس طبيعة علاقات المؤسسة بأكملها مع العميل في العلاقات العامة عبر البريد الإلكتروني سواء أكان الاتصال جاداً أو رسمياً أو جافاً أو العكس كل هذا يعكس شخصية المنظمة لدى العملاء،<sup>1</sup> لذا يعتبر البريد الالكتروني من الأمور والوسائل الهامة في إصدار المعلومات الخاصة بالمؤسسة بشكل فعال حيث يكون التعريف بمنتجات وأنشطة المنظمة عبر البريد من الوسائل الجيدة للغاية كما أنه يوفر طريقة شخصية.

**2- البوابات الالكترونية Les Barrières électroniques:** تعتبر البوابة المخزون الذي يأخذ منه المتصفح ما يحتاج إليه من خدمات ومعلومات ولها العديد من الأنواع فمنها الأفقية، العمودية، المؤسساتية حيث تساعد هذه البوابات على تسهيل الاتصال بين الباحثين الأكاديميين والمشرفين عليهم دون الحاجة للتنقل أو اللقاء المباشر، كما تسهل عمليات البحث وتساعد على التعليم والتثقيف، وتعرف أهميتها كثيراً في مجال التعليم العالي والبحث العلمي وتعتمد في تصميمها أساساً على صفحات الويب، والغرض الأساسي من استخدام هذه البوابات توفير مصادر متعددة للمعلومات لكي يستخدمها عدد كبير من مستخدمي شبكة المعلومات بشكل فعال،<sup>2</sup> فهذه الخدمة تستفيد منها المؤسسات حيث يعمل مسؤول العلاقات العامة من خلال هذه البوابات التي أتاحت المعلومات اللازمة الخاصة بمؤسسته

<sup>1</sup> - حسن شفيق، الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، دار الفكر والفن للنشر والتوزيع، د.ب، 2008، ص 269-279.

<sup>2</sup> - فوزي شروق سامي، تكنولوجيا الإعلام الحديث، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص 206-209.

لجماهيرها، كما تسهل التفاعل والتواصل الدائم معهم فيما يخص طلباتهم ورغباتهم ووجهات نظرهم حول ما أنتجه وتقدمه المؤسسة.

**3- المواقع الالكترونية Les Sites Web:** هي عبارة عن صفحات عبر الويب يتم إنشاؤها من طرف أفراد، هيئات، منظمات اجتماعية، مؤسسات اقتصادية أو حكومية كالوزارات يتم من خلال هذه المواقع نشر كل ما يتعلق بصاحبها ونشاطاته، حيث تقوم المؤسسات بإنشاء هذه المواقع حتى تعرف بالمؤسسة ومنتجاتها أو خدماتها محاولة بذلك التواصل مع محيطها الخارجي والقيام بعملية، حيث تتيح هذه المواقع العديد من الخدمات لمستخدميها كالتواصل، ترك التعليقات والانشغالات، ربط الموقع بالبريد الالكتروني والمواقع الاجتماعية، ومواقع أخرى يحددها صاحب الموقع، فهي عموماً مواقع عبر صفحات الويب يهدف بها مسؤول العلاقات العامة للتعريف بمؤسسته وتسهيل التواصل الفعال.

**4- المجموعات الإخبارية:** هي عبارة عن مجموعات يتم فيها تبادل المعلومات والآراء مع أشخاص في جميع أنحاء العالم يتم الوصول إليهم من خلال برنامج لقراءة الأخبار واستخدام المجموعات الإخبارية كوسيلة لنشر الرسائل الخاصة والكثير من المجموعات الإخبارية المرتبطة ببعضها البعض وترفض مجادلات الغرباء التبدل في محادثاته ورفض مثل هذه الحادثات يمكن أن يؤثر على سمعة المؤسسة، وعندما يتم استخدام المجموعات الإخبارية فهي توفر فرص ناجحة لإشراك الجمهور المناسب المهتم والنشط الذي يلعب دور هام في تكوين الرأي العام، وهناك بعض البرامج التي تسمح للمؤسسات بإرسال المعلومات الأساسية مثل الاعلانات المباشرة الى المجموعات الإخبارية بشكل تلقائي، ويجب أن يتوفر للمسؤول عن هذه الرسائل من قبل المؤسسات الحذر حتى لا يأتي بنتائج عكسية وتكون هذه المحاولات والاتصالات أسرع الطرق لتحطيم سمعة المؤسسة عبر الشبكات<sup>1</sup>.

**5- صفحات الويب Les pages web:** حيث يمكن إدراج قوائم المناقشة في صفحات الويب كما يمكن أيضاً تضمين إحدى صفحات الويب داخل صفحة أخرى، ومسؤول العلاقات العامة يمكنه

<sup>1</sup> - حسن شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 272-273.

استخدام قوة صفحات الويب والعديد من بروتوكولات الانترنت من خلال فهم وإدراك كاملين لقدرات الأنترنت بما يوفر لديه ميزات اتصال رائعة<sup>1</sup>.

**6- مواقع الدردشة والحوار الاجتماعي Les Sites de chat:** تقوم هذه المواقع على مبدأ الحرية الفكرية والديمقراطية في المشاركة والتواصل بين الجمهور، فهي عبارة عن دردشة أو حوار بين الأفراد تجمع بينهم شواغل وهواجس مشتركة، حيث يقررون الائتلاف ضمن مجموعة افتراضية ليتحدثوا وليتبادلوا الآراء حول موضوع أو قضية ما، فيشكلون بهذا المعنى جماعة يتواصل الأعضاء فيها بشكل أفقياً، إذ أن كل عضو هو في وقت واحد مرسل ومستقبل<sup>2</sup>، وهي مواقع تتيح العديد من الخدمات والمميزات لمستخدميها حيث يمكن التواصل بأشكال مختلفة بالصوت والصورة والفيديو والنص (تعدد الملتيميديا)، تختلف وتنوع مواقع الدردشة ومنها: (Pal Talk) (Skype) (MSN) (Yahoo)... وغيرها فهي عبارة عن نوافذ يستطيع مسؤول العلاقات فيها الحديث وتبادل الملفات والصور مع الجمهور الداخلي والخارجي.

**7- الرسائل الفورية SMS:** تعد الرسائل الفورية من التطبيقات الآخذة في التطور حيث يجب على موظف العلاقات العامة أن يبقي هذا البرنامج نشطاً دائماً وانه يعطي عنوانه للصحفيين الذين يمكنهم الاستفسار والتحقق من بعض الحقائق من الموظف حينما يكتب عن مؤسستهم، وتعتبر الرسائل الفورية من أساليب الاتصال الجيدة للغاية لموظفي العلاقات العامة حيث تسمح بالاتصال المباشر من طرف آخر في اللحظة نفسها وقد يتصور البعض أن خدمة الرسائل القصيرة تستخدم فقط للتسلية ولكن الحقيقة غير ذلك تماماً ففي العديد من دول العالم يمكن أن تأتي لتلفونك العديد من الخدمات في شكل رسائل SMS وذلك مثل لأحداث الأخبار، أسعار البورصة<sup>3</sup>.

**8- لوحات الإعلانات أو الشريط الإعلاني الإلكتروني Panneau d'annonces:** تلجأ الكثير من الشركات والمؤسسات والمنظمات بالدفع لصاحب موقع ما على الشبكة حتى يضع لوحات إعلانية

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 274-275.

<sup>2</sup> - إبراهيم عبد الرزاق انتصار، الساموك صغد حسام، الإعلام الجديد.. تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ط1، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، بغداد، 2011، ص 67.

<sup>3</sup> - حسن شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 274-275.

خاصة بهذه المنظمة على موقعه أو ما يسمى بالشريط الإعلاني المتحرك داخل الموقع وهذه الإعلانات تساعد على تعزيز العلاقة بين المنظمة التي يعمل بها موظف العلاقات العامة وبين الموقع الذي ترعاه<sup>1</sup>.

**9- الصحافة الالكترونية La Presse électronique:** يتم ممارستها عبر خط مباشر وفي أعقاب البداية الأولى للصحافة الالكترونية عبر عديد من الباحثين على إجراء عديد من البحوث والدراسات التي تركز الضوء على الاختلافات بين الصحافة المطبوعة والالكترونية في محاولة استكشاف طبيعة الوسيلة الالكترونية الجديدة ومدى تفردا في الخصائص والسمات والمزايا التي تقدم للجمهور<sup>2</sup>، تتسم الصحف الالكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية التي تنطلق من قدرات شبكة الأنترنت كوسيلة اتصال حديثة، حيث أصبحت وسيطا إعلاميا فعلا، مكنت الأفراد والمؤسسات من إرسال واستقبال المعلومات عبر أية مسافة وفي أي زمان أو مكان<sup>3</sup>، إذ شهدت الصحافة الإلكترونية نموا متزايدا وسريعا في إقبال العديد من المؤسسات في استخدامها وهذا للخصائص والمميزات العديدة التي تتسم بها لذا يمكن لمسؤول العلاقات العامة أن يستغل هذه الصحف في عمله حتى يضمن الوصول الى أغلب الشرائح ونشر علامة المؤسسة ومنه العمل على سمعتها الإيجابية، أما أهم خصائصها هي كالتالي:

- إمكانية إرسالها وتعرض القارئ لها طوال اليوم.
- إمكانية متابعة الجديد من الأخبار الصحفية في أي وقت.
- إمكانية إنتاجها على طلب المستخدم.
- إمكانية تعديلها لتلبي حاجات المستخدم لأنها لا تحتاج الى توزيع جماهيري تقليدي حيث يمكن تجهيز الأخبار التي يختارها المستخدم وتكون جاهزة فور دخوله الموقع<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - حسن شفيق، مرجع سبق ذكره، ص 275-277.

<sup>2</sup> - درويش اللبان شريف، الصحافة الالكترونية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص 41.

<sup>3</sup> - رياض شتوح، الإشكالات القانونية المترتبة عن استخدام وسائط الإعلام الجديد، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الدولي الثاني بجامعة بسكرة، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر الفرص والتحديات، 25\26 نوفمبر، 2014، ص 7.

<sup>4</sup> - إبراهيم عبد إنتصار، مرجع سبق ذكره، ص 27-28.



**10- مواقع التواصل الاجتماعي Les réseaux sociaux:** مواقع ظهرت مع الجيل الثاني للويب تتيح فرصة التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم اهتمام أو شبكات انتماء<sup>1</sup>، وحسب الباحثين بويد وأليسون يرى " أن المواقع الاجتماعية هي صنف من المواقع تقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الواب تتيح للأفراد ملمح متاح للعموم يتم من خلالها بناء علاقات اجتماعية، لهذا يفضل الباحثين تسميتها بمواقع الشبكات الاجتماعية social network sites<sup>2</sup>، وتلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في كسب الجمهور وإدارة السمعة، وهذا لأن كل الاحصائيات أثبتت مدى اهتمام المستخدمين بها والعدد الكبير الذي تضمن منهم، لذا استغلال مسؤول العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، تويتر، مايستيس، اليوتيوب، انستغرام... الخ، في التعريف بالمؤسسة ومحاولة نشرها على أكبر قدر بين المستخدمين يجعلها محل اهتمام وتركيز من قبلهم، ويكون هذا عن طريق تخصيص صفحة خاصة بالمؤسسة عبر مختلف مواقع التواصل التي يرى أنها محل اهتمام من جمهوره الخاص<sup>3</sup>.

ومن أشهر هذه الشبكات ما يلي:

■ **فيسبوك (Facebook):** هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في فيفري عام 2004م في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب يدعى مارك زوكبيرج، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار حتى عام 2007، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع فيسبوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية الى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في الأول من جويلية

<sup>1</sup> - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011، ص 31.

<sup>2</sup> - الصادق الحمامي، كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية! إحدى عشر مسألة أساسية، نص عرض في ندوة الشبكات الاجتماعية الافتراضية والشباب الإماراتي: الواقع والتحديات، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، 2012، ص 17.

<sup>3</sup> - محمد الطماوي جابر، العلاقات العامة وتطبيقاتها العلمية، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2005، ص 17.

2010 نصف مليار شخص يزورها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، وتحتل شبكة فايسبوك حاليا من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (جوجل ومايكروسوفت) وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 800 مليون شخص.

■ **تويتر (Twitter):** هي إحدى الشبكات الاجتماعية التي انتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد) واتخذ من العصفور رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات) من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، ويتنافس مستخدمو تويتر بعدد المتابعين لهم، كما تتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (RSS)\* عبر الرسائل النصية.

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام 2006 عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام 2007<sup>1</sup>.

■ **واتساب (Whats app):** انتشر استخدام الواتساب بين الشباب بسهولة التعامل معه من خلال الهاتف المحمول وإمكانية تشكيل مجموعات التواصل وتحويل الرسائل النصية والصور وإمكانية الحفظ، بل أصبحت الوسيلة الشعبية للتواصل الاجتماعي والمؤثر الفاعل على السلوك الفردي

\*RSS: Rich Site Summary

<sup>1</sup> - ZIMMERMAN Jan، **Le marketing sur internet pour les nuls**، 3ème éditions، Edition First-Grund، Paris، 2012، p151.

والجماعي<sup>1</sup>، ويساهم الواتساب كذلك في تداول الأخبار وفي التعليم والاجتماعات والتوعية والدعوة والإرشاد.

■ **انستغرام (Instagram):** يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، انستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة لأنها شبكة إجتماعية وكانت بدايته عام 2010 حينما توصل الى تطبيق يعمل على التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها وإرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية<sup>2</sup>.

■ **لنكد ان (Linkrdin):** يضم الموقع قرابة 150 مليون حساب محترف ومحترفة في مجالات متنوعة ومختلفة يتشاركون في مجموعات اهتمام، خاصية متميزة في الموقع هي خاصية التزكيات، فبإمكان مديرك أو زملائك السابقين في وظيفة معينة شغلتها تزكيتك عن عملك في الشركة<sup>3</sup>.

■ **يوتيوب (Youtube):** هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (جوجل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزوره الملايين من البشر يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو التي لم يتمكن مراسلوها من الحصول عليها، تأسس موقع يوتيوب 2005 في ولاية (كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق (تشاد هرلي، وستيف تشن، وجاود كريم) وهم موظفون سابقون في شركة (Paypal) ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، وقامت (جوجل) بشراء الموقع مقابل (1.65) مليار دولار أمريكي ويعتبر اليوتيوب موقعا غير ربحي خلوه تقريبا من الإعلانات، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسبا كبيرا لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه وتأسيسه، بحيث أصبح اليوتيوب عندما نذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي التي تحتل موقعا مهما على شبكة الأنترنت<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص 63-66.

<sup>2</sup> - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، المرجع نفسه، ص 67.

<sup>3</sup> - مبارك زودة، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية: قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، ص 142.

<sup>4</sup> - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص 67.

وفي هذا الخصوص هناك عدة استخدامات للشبكات الاجتماعية يمكن للمؤسسات استغلالها في هذا الإطار، وذلك عن طريق قسم العلاقات العامة وهي:

- خلق الوعي بالعلامة التجارية ورسم وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة.
- إدارة سمعة المؤسسة عبر الإنترنت.
- التواصل بشكل أعمق مع الجمهور والتفاعل معه والوصول الى قطاع عريض من الجمهور.
- تعتبر هذه الوسائل بمثابة أداة لإدارة علاقة العملاء والشركات من بيع المنتجات والخدمات.
- التعرف على كافة معلومات التكنولوجيا الحديثة.
- التعرف على آخر ما توصل إليه المنافسون.
- تشجيع الجماهير للتعبير عن اقتراحاتهم وآرائهم بشأن الخدمات المقدمة من تحسين أو تغيير<sup>1</sup>.

### 3-3 \ تأثير وظائف الوسائل الاتصالية الجديدة على تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة

تؤدي وسائل الاتصال الجديدة دورا مهما في تشكيل الصور الذهنية لدى الجماهير عن المنظمات، حيث يعتبر النافذة التي يطل منها الجمهور على الأحداث والقضايا وعلى الأنشطة المختلفة للمؤسسات، وتقوم وسائل الاتصال بدور مهم وجوهري في المجتمع، ويحصل الفرد على المعلومات ويتكون لديه آراء ومواقف من هذه الوسائل التي تساعد في تكوين تصور للعالم الذي يعيش فيه، وتعد وسائل الاتصال من عوامل الادراج المعرفي لدى الجمهور، لأنها تقوم بتقديم المعلومات وتوجيهها بالطريقة التي يرغب فيها.

إن مفهوم المؤسسة يرتبط بردود الصورة الذهنية التي تكونها عند الجمهور الداخلي والخارجي، ورغم عدم وضوح عملية الاتصال، إلا أن عملية الاتصال ينبغي أن تعبر تعبيرا صادقا عن الواقع، كما انها لا بد أن تسمو بأعمالها الى الدرجة التي تحظى باحترام الجمهور، فإن كان الواقع سيئا أو تشوبه بعض الشوائب، فينبغي تنقية هذا الواقع وتدارك ما به من أخطاء بدلا من محاولة إخفائها أو تزييفها، كما

<sup>1</sup> - كريمة حاج أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 179.

ينبغي أن تسهم في مواجهة المشكلات التي تؤثر على الجمهور من خلال الأعمال البناءة والجهود الحقيقية الهادفة التي تحقق الخير للمنظمة، كما أن تحسين الصورة الذهنية عن المنظمة يكون بتقديم دلائل بالإنجازات التي تمت وإقناع الجماهير عن طريق وسائل الاعلام بذلك، وسعي المؤسسات الى رسم صورة ذهنية إيجابية عنها لدى الأفراد، إذ أن الصورة الذهنية لأي مؤسسة هي بمثابة الشخصية للإنسان، وتعتمد هذه المؤسسات على وسائل الاتصال المختلفة في نشر هذه الصورة وذلك عن طريق إعلان الصورة الذهنية<sup>1</sup>.

وثمة من يضع عملية إنتاج الصور الذهنية في مقدمة وظائف وسائل الاتصال الحديثة وهي ثلاث وظائف أساسية:

1. الأولى تتمثل في كونها أداة أساسية يتم من خلالها إنتاج المعرفة الاجتماعية واستهلاكها، وهي بذلك تكون مسؤولة عن تجهيز القاعدة التي تبني المعرفة الاجتماعية واستهلاكها، وتزويد الصور والأفكار التي يحتاجها الجمهور أي أن الوظيفة الثقافية الأولى لوسائل الاتصال الجديدة هي التوفير والبناء الانتقائي للمعرفة الاجتماعية.

2. أما الوظيفة الثانية في هذه الحدود، فهي أن تعكس وتسهم في تحقيق التعددية التي يتصف بها المجتمع المعاصر، وهنا ترتب وتنظم الأنواع المختلفة من المعرفة الاجتماعية تبعاً لسياقات المرجعية ضمن خرائط الواقع الاجتماعي المفضلة مما يوضح انتقائية وسائل الاتصال التي تقوم على قواعد معيارية.

3. والوظيفة الثالثة هي أن تنظم وتقود وتجمع معاً ما قامت بتمثيله انتقائياً وما صنفته انتقائياً، وهنا ينبغي أن تبدأ ببناء بعض الوحدة أو الانسجام الخيالي أو درجة من الاتساق والترابط، ويتضح هنا مدى الدور الذي تلعبه الايديولوجيا في هذه الوظيفة وفي الوظائف الثلاث عموماً<sup>2</sup>.

ولذلك فإننا نؤكد على ضرورة تكامل جميع الجهود والنشاطات المختصة بالصورة، فمثلاً أن جودة الخدمة وصوراً لدى الجمهور الخارجي ينتج عنها رضا الجماهير ويحسنون الظن بالمؤسسة التي تقدم خدمة ذات جودة عالية، ومع تحسن الصورة يصبح من السهل تكوين جماهير يرضون عن المؤسسة ويشكلون

<sup>1</sup>- عبد الأمين سدحان، مرجع سبق ذكره، ص 47.

<sup>2</sup>- عبد الرزاق انتصار إبراهيم، صفد حسام الساموك، مرجع سبق ذكره، ص 80.

انطبعا إيجابيا<sup>1</sup>.

### 3-4 \ استراتيجيات تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة

الاستراتيجية في معناها العام هو التكتيك أو الأسلوب الواجب اتباعه في مواجهة موقف معين، فهي بذلك تعتبر منهجا للتفكير يعتمد على التنسيق والتنظيم السليم، بغية الوصول الى الهدف وانتقاء الوسيلة المناسبة<sup>2</sup>.

ومن الاستراتيجيات التي تسعى المؤسسة اليها في تحسين صورتها الذهنية ما يلي:

#### 1. استراتيجية التكذيب:

فإن عملية التغيير أو تعديل هدف الخبير الدعائي تعني تغيير هدف الخبير الدعائي تعني تغيير مواقف الناس السابقة أو تعديلها من معارض أو محايد الى مؤيد من خلال استغلال موضع التناقض والكذب لدى الخصم لشله دعايته وتكذيبه والتقليل من شأنها.

#### 2. استراتيجية تخفيض درجة الهجوم:

محاولة تخفيف الضغط على المؤسسة من خلال تقوية مشاعر الجمهور الإيجابية تجاهها، لتتوازن مع المشاعر السلبية المرتبطة بالفعل الخاطيء، فالمؤسسة قد تصف خصائصها أو أفعالها الإيجابية التي عملتها في الماضي.

#### 3. استراتيجية إجراء التصحيح:

قد تعد المؤسسة بتصحيح المشكلة، وهذا الإجراء يمكن أن يأخذ شكل إعادة الحالة الموجودة قبل العمل السيء، والوعد بمنع تكرار هذا الفعل مرة أخرى.

#### 4. استراتيجية الاعتراف بالذنب:

<sup>1</sup> - عبد الأمين سدحان، مرجع سبق ذكره، ص 48.

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب، المداخل الأساسية للعلاقات العامة... المداخل الاتصالي، ط4، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2006، ص78.

الاستراتيجية العامة الأخيرة لإعادة الصورة هي الاعتراف بالخطأ، واستجداء العفو، إلا أن العائق المحتمل لهذه الاستراتيجية هو أنها قد تعري الضحايا بإقامة الدعاوي ضد المؤسسة.

## 5. استراتيجية الصمت:

الصمت أو التجاهل يمثل استراتيجية للتعامل مع الهجوم على المؤسسة، خاصة إذا كان مستوى الهجوم ضعيفاً، والوسيلة المستعملة في الهجوم ليس لها انتشار واسع.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - عبد الأمين سدحان، مرجع سبق ذكره، ص 50.

## الفصل الثالث

### الإطار التطبيقي للدراسة



### الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

- 1/ نبذة تعريفية عن المؤسسة التربوية الخاصة تاونزة العلمية وهيكلها التنظيمي.
- 2/ خدمات المؤسسة التربوية وأهم إنجازاتها.
- 3/ مدرسة تاونزة العلمية في بعض وسائل الاعلام.
- 4/ وسائل الاتصال المستعملة من طرف مؤسسة تاونزة العلمية
- 5/ عرض وتحليل النتائج.
- 5-1/ الأدوات الإحصائية
- 5-2/ صدق وثبات الإستبيان
- 5-3/ عرض وتحليل أسئلة أداة الاستبيان ونتائجها.
- 5-4/ عرض وتحليل أسئلة المقابلة مع مدير العلاقات العامة ونتائجها.
- 6/ النتائج العامة للدراسة.
- 7/ مناقشة الفرضيات على ضوء نتائج الدراسة

## تمهيد

بعد تطرقنا إلى الدراسة النظرية المتعلقة بكل من تكنولوجيات الاتصال الحديثة والصورة الذهنية والعلاقة بين استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة وتشكيل الصورة الذهنية واستعراض أهم الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع، ومعالجتنا لإشكالية البحث، تم التطرق إلى الجانب التطبيقي، وذلك لمحاولة معرفة تأثير استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في المؤسسة التربوية الخاصة تاونزة العلمية وصورتها النمطية المتشكلة لدى جمهورها الخارجي أي أولياء تلاميذ المؤسسة، ومن خلال هذا الفصل الخاص بالجانب التطبيقي لهذه الدراسة تناولنا نبذة تعريفية عن مؤسسة تاونزة العلمية وهيكلها التنظيمي وأهم خدماتها وإنجازاتها المحققة ومواقع التواصل التي تستخدمها للتواصل مع الجمهور الخارجي وأخيرا المعالجات الإحصائية التي اعتمدنا عليها في التحليل ثم إبراز أهم النتائج المتحصل عليها من خلال الاستبيان والمقابلة التي كانت على مستوى مدرسة التربية والتعليم الخاصة تاونزة العلمية بولاية غرداية ثم تطرقنا للنتائج العامة للدراسة.

## 1/ نبذة تعريفية عن المؤسسة التربوية الخاصة تاونزة العلمية وهيكلها التنظيمي:

مدرسة تاونزة العلمية مؤسسة تربوية خاصة معتمدة من وزارة التربية الوطنية الجزائرية برقم اعتماد: 2010/12م، تأسست يوم الاثنين 19 رمضان 1428هـ الموافق ل 01 أكتوبر 2007 بولاية غرداية / الجزائر، و " تاونزة " لها عدة معاني باللغة العربية ومنها معنى " الأمل " حيث تسعى لأن تكون بصيص أمل للأمة الإنسانية جمعاء، من خلال الاستثمار في الإنسان والتحسين المستمر في العملية التربوية والتعليمية ومنطلقها في ذلك القيم الأصيلة والتعليم المتميز الممتع، المواكب لكل ما توصل إليه التربويون من وسائل وأساليب في التدريس والتسيير الإداري وتكنولوجيا التعليم.

تشرف المؤسسة على التعليم التحضيري، الابتدائي، المتوسط والثانوي لبنين والبنات، وتسعى الى الإسهام في رفع الأداء التربوي وتحقيق جودة التعليم محليا ووطنيا من خلال مجموعة متكاملة من البرامج والأنشطة الصفية واللاصفية داخل المدرسة وخارجها من أجل الرقي بها الى مستويات أحسن وتحقيق نتائج أفضل بصقل مواهب الطلاب المختلفة وإغناء رصيدهم المعرفي وإكسابهم مهارات القرن الواحد والعشرين.

**رسالتها:** تربية وتعليم طالب مؤمن، كفء في أدائه، فعال في محيطه، يعيش عصره، منفتح على العالم، باستخدام أحدث مناهج التدريس واستراتيجياته، وأقوى الشراكات المحلية والدولية.

**قيمتها:** التميز، التعلم، الابتكار، التعاون، الانفتاح، الانضباط، تقبل النقد.

**شعارها:** مدرسة تاونزة العلمية ... الإنسان أغلى ما نملك / مدرسة تاونزة العلمية ... بوابة أمل لتعليم متميز.

**رؤيتها (2019-2024):** بناء منظومة متكاملة للتميز المؤسسي والبيداغوجي والحصول على الاعتراف الدولي بها في 2024.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - صفحة رسمية لمؤسسة تاونزة العلمية، الرابط : <https://www.facebook.com/tawenzaschool>، يوم التصفح

29	التحضيرى	725	عدد المتعلمين
314	الابتدائى		
220	المتوسط		
137	الثانوى		
83			عدد الطاقم الإجمالى
31			عدد الأفواج (فترة عادية)
41			عدد الأفواج (فترة كورونا)



2022/2021

2007/2008



86	عدد المتعلمين (تحضيرى + ابتدائى)
08	عدد الطاقم الإجمالى
04	عدد الأفواج التعليمية

المصدر<sup>1</sup>: من الوثائق الرسمية لمؤسسة تاونزة العلمية

ملحق رقم (01) يبين نمو مدرسة تاونزة العلمية 2007 – 2022

<sup>1</sup> - إلياس الحاج موسى مدير العلاقات العامة والإعلام والتعاون الخارجى بمؤسسة تاونزة العلمية، مطوية إلكترونية (دليل مدرسة تاونزة العلمية)، [ilyes85hm@yahoo.fr](mailto:ilyes85hm@yahoo.fr)، يوم 2022/05/12.



المصدر<sup>1</sup>: من الوثائق الرسمية لمؤسسة تاونزة العلمية

ملحق رقم (02) يبين الهيكل التنظيمي لمؤسسة التربية والتعليم الخاصة تاونزة العلمية

2/ خدمات المؤسسة التربوية وأهم إنجازاتها:

<sup>1</sup> - إلياس الحاج موسى مدير العلاقات العامة والإعلام والتعاون الخارجي بمؤسسة تاونزة العلمية، مطوية إلكترونية، مرجع سبق ذكره.

## من بين خدمات المؤسسة ما يلي:

- ✓ تربية المتعلم في بيئة إيجابية تركز الأخلاق والقيم.
- ✓ التعليم بطرق حديثة وأساليب إبداعية مبتكرة.
- ✓ برمجة مخيمات تحضيرية لأقسام الشهادة في الأطوار الثلاث.
- ✓ تنظيم مخيمات تعليمية للتمكن من اللغات الأجنبية.
- ✓ رحلات علمية ميدانية لتقريب الكفاءات وترسيخها.
- ✓ تدريس الإعلام الآلي واللغات الأجنبية ابتداء من الأطوار الثلاثة.
- ✓ تدريس البرمجة والروبوت لتنمية الشغف بالعلوم التطبيقية.
- ✓ المشاركة في المنافسات الطلابية الوطنية والدولية.
- ✓ برامج متكاملة تخدم الشخصية المتوازنة للطالب.
- ✓ تشخيص حالات صعوبات التعلم ومعالجتها بيداغوجيا.
- ✓ المتابعة النفسية المستمرة للمتعلمين في جميع الأطوار.
- ✓ فضاءات ترفيهية متنوعة.
- ✓ التواصل الفعال بين الولي والمدرسة من خلال الإشعارات الكتابية والمنصات الرقمية.
- ✓ اشراك الأولياء في العملية التعليمية.
- ✓ برمجة لقاءات تواصلية لشرح المناهج التربوية لأمهات الطور الابتدائي.
- ✓ استفادة الأولياء من تكوينات متخصصة خلال الموسم الدراسي.
- ✓ برمجة لقاءات أسبوعية لاستقبال الأولياء من طرف الأساتذة.
- ✓ اطلاع الأولياء على مستجدات المدرسة من خلال القنوات الإعلامية المتعددة.<sup>1</sup>

ومن بين إنجازات المؤسسة ما يلي:

<sup>1</sup> - صفحة رسمية لمؤسسة تاووزة العلمية، الرابط: <https://www.facebook.com/tawenzaschool>، يوم التصفح

- ✓ تمثيل مدرسة تاونزة العلمية للجزائر في المحافل الدولية وآخرها الأولمبياد الدولي الرابع للغة الإنجليزية المقام بعمان / الأردن سنة 2019.
- ✓ حيازة جوائز وألقاب وطنية وآخرها تكريمات وجوائز من السيد والي ولاية غرداية ورئيس المجلس الشعبي الولائي والسيد مدير التربية للولاية وبعض الوزراء بمناسبة تحقيق المراتب الأولى في الشهادات الوطنية الثلاث (ابتدائي، متوسط، ثانوي) على مستوى الولاية، وأيضا حيازة جائزة أفضل مشروع جزائري صانع للأمل سنة 2018.
- ✓ حيازة جوائز وألقاب دولية وآخرها الحصول على المرتبة الثانية في أولمبياد اللغة الإنجليزية (جائزة أحسن عمل جماعي) المقام بالأردن سنة 2019، وأيضا حيازة جائزة خاصة لفريق المدرسة في الملتقى العلمي الآسيوي الخامس المقام بكوريا الجنوبية سنة 2018.
- ✓ عضويات المدرسة في المنظمات الوطنية والدولية ومن بينها:
- (1) انضمام المدرسة كعضو في الجمعية الجزائرية لترقية تدريس الرياضيات وتكنولوجيا الإعلام A<sup>2</sup>DEMTI بالجزائر العاصمة.
- (2) انضمام المدرسة كعضو في المنظمة العالمية لاستثمار أوقات الفراغ بالعلوم والتكنولوجيا (milset) في اجتماع الهيئة العامة للمنظمة بكوريا الجنوبية.
- (3) انتخاب مدرسة تاونزة العلمية بالجزائر عضوا في الهيئة الإدارية الجديدة للجمعية العربية للروبوت في اجتماع الهيئة العامة للجمعية بالأردن.
- ✓ المشاركة في الملتقيات والمعارض الوطنية خلال مسيرتها التربوية 2007-2019 وآخرها مشاركة المدرسة بجناح خاص لها عرض تجربتها في مجال التربية والتعليم في الصالون الدولي للكتاب تحت شعار "الكتاب كنز لا يفنى" في أكتوبر سنة 2017.
- ✓ المشاركة في المؤتمرات والمعارض الدولية خلال مسيرتها التربوية 2007-2019 وآخرها الحضور في المؤتمر العربي الرابع للروبوت والذكاء الاصطناعي تحت شعار "نحو تميز تكنولوجي" المقام بالدوحة / قطر في فيفري 2016<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - إلياس الحاج موسى مدير العلاقات العامة والإعلام والتعاون الخارجي بمؤسسة تاونزة العلمية، مطوية إلكترونية، مرجع سبق ذكره.

## 3/ مدرسة تاونزة العلمية في بعض وسائل الاعلام:

- ✓ مقال نشر في جريدة تحت عنوان: "مهدي براهيمو عيسى ... شاب جزائري يخترع تقنية تدريس جديدة".
- ✓ مقال نشر في جريدة جنوب نيوز تحت عنوان: "التلميذ النابغة أيمن ل جنوب نيوز: طالعت في هذه السنة الدراسية أزيد من 500 كتاب وأطمح أن أصبح طيارا".
- ✓ مقال نشر في جريدة الشروق 14 ماي 2014 تحت عنوان: "موقع "تاونزة" يتوج بالدرع الإلكترونية لأحسن المواقع العربية".
- ✓ مقال نشر في جريدة الشروق 24 أكتوبر 2018 تحت عنوان: "مدرسة تاونزة بغرداية تمثل الجزائر في ملتقى الابتكارات بكوريا الجنوبية".
- ✓ مقال نشر في جريدة الرائد في أكتوبر 2018 تحت عنوان: في الفترة الممتدة ما بين 18 الى 23 أكتوبر الحالي "مدرسة تاونزة العلمية تمثل الجزائر في الملتقى العلمي الآسيوي الخامس في كوريا الجنوبية".
- ✓ مقال نشر في جريدة الجنوب نيوز في 20 مارس 2016 تحت عنوان: "مدرسة تاونزة العلمية بغرداية تتحصل على عضوية الجمعية العربية للروبوت".
- ✓ مقال نشر في جريدة المساء في 29 جانفي 2019 تحت عنوان: "مدرسة تاونزة العلمية بغرداية ... أمل في تعليم مختلف".
- ✓ مقال نشر في جريدة تحت عنوان: مدير العلاقات العامة والإعلام بمدرسة تاونزة العلمية إلياس الحاج موسى "نعمل على استغلال المنصة التعليمية الرقمية خارج فترات الأزمة الصحية وإغلاق المدارس".
- ✓ مقال نشر في جريدة الاتحاد في 11 جانفي 2020 تحت عنوان: "غرداية مدرسة تاونزة العلمية تكرم طلبتها المتفوقين"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - إلياس الحاج موسى مدير العلاقات العامة والإعلام والتعاون الخارجي بمؤسسة تاونزة العلمية، مطوية إلكترونية، مرجع سبق ذكره.



## 4/ وسائل الاتصال المستعملة من طرف مؤسسة تاونزة العلمية



## للتواصل والاستفسار

إلياس الحاج موسى

مدير العلاقات العامة والإعلام والتعاون الخارجي

مدرسة تاونزة العلمية / غرداية - الجزائر

 [www.tawenza-school.org](http://www.tawenza-school.org)

 [info@tawenza-school.org](mailto:info@tawenza-school.org)

 [www.fb.com/tawenzaschool](http://www.fb.com/tawenzaschool)

 [www.youtube.com/c/TawenzaScientificSchoolTV](http://www.youtube.com/c/TawenzaScientificSchoolTV)

 **00213667640932**

 **00213663067382**

المصدر: من الوثائق الرسمية لمؤسسة تاونزة

ملحق رقم (03) يبين وسائل الاتصال المستعملة من طرف مؤسسة تاونزة العلمية

## 5/ عرض وتحليل النتائج:

5-1/ الأدوات الإحصائية:

لدراسة الموضوع الحالي ومعالجة الجوانب التحليلية لقد قمنا باستعمال عدة طرق بعدما قمنا بتفريغ وتحليل الإستبيان من خلال البرنامج الإحصائي SPSS، وذلك باستخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- النسب المئوية والتكرارات.

- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري: القيمة الأكثر استخداما من بين مقاييس التشتت الإحصائي لقياس مدى التعثر الإحصائي أي أنه يدل على مدى امتداد مجالات القيم ضمن مجموعة نتائج الإستبيان.

- ألفا كرونباخ: (Cronbach's Alpha) لمعرفة ثبات فقرات الإستبيان.

5-2/ اختبار صدق وثبات الإستبيان:

بغرض الوقوف على صدق وثبات الإستبيان اتبعنا الخطوات التالية:

1. تحكيم الاستبيان: عرضنا الإستبيان على الأستاذ المشرف الذي قام بالتحكيم.

2. ثبات الاستبيان: أجرينا اختبارا لقياس الثبات للإستبيان باستعمال معامل ألفا كرومباخ (Cronbach's Alpha) وبلاستعانة ببرنامج SPSS وكانت النتائج كالتالي: (أنظر الملحق رقم 06).

الجدول رقم (05): يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة.

عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
18	0.68

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات spss.

يتضح من خلال الجدول رقم (05) أن معاملات الثبات للإستبيان ككل بلغ (0.68) وهي قيمة جيدة من الناحية الإحصائية في مثل هذه الدراسات وكذلك فإن معاملات ألفا كرومباخ لجميع المحاور مقبولة إحصائياً، وبذلك يكون قد تم التأكد من صدق وثبات إستبيان الدراسة المتعلقة بالعلاقة بين استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الخاصة والصورة الذهنية لدى جمهورها، مما يكسب الإستبيان مصداقية كبيرة لتحقيق ما تتطلبه الدراسة، وهذا ما يجعلها صالحة ومناسبة لجميع البيانات الخاصة بالدراسة، وبالتالي إمكانية تعميم نتائج الاستبيان على كل مجتمع الدراسة.

### 5-3/ عرض وتحليل أسئلة أداة الاستبيان ونتائجها:

أولاً: عرض وتحليل أسئلة أداة الإستبيان: مع الجمهور الخارجي أي أولياء تلاميذ مؤسسة التربية والتعليم الخاصة تاونزة العلمية.

### I. عرض وتحليل البيانات العامة والشخصية للمبحوثين :

#### 1: عرض وتحليل النتائج المتعلقة بخاصية الجنس:

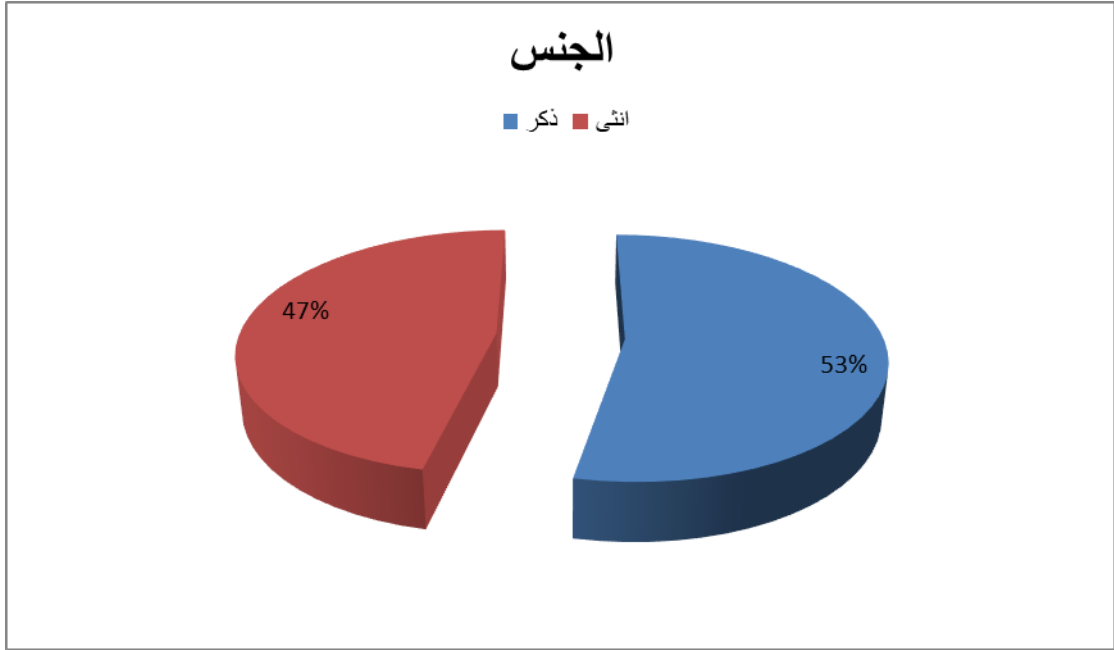
الجدول رقم (06): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	32	53%
أنثى	28	47%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) والذي يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس حيث تفوق نسبة الذكور عن الإناث وتقدر بـ 53% وهذا مما يعني أن المبحوثين من الأولياء الذكور لهم اتصال دائم وربما حتى بالمقابلات المباشرة بالمؤسسة مما جعل غالبيتهم يستجيب بالنسبة للأنثى التي ليس لها اتصال وثيق بالمؤسسة.

الرسم البياني رقم (01): يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول السابق

- من خلال البيانات الواردة نستنتج برجوح الكفة للولي الذكر بنسبة أكبر 53% عن الأنثى وهذا لا يعني انعدام الاهتمام للأم بابنها، والأم هنا لا يمكن أن يُقدر مستوى تضحياتها لأجل أبنائها وفي كل المجالات وإنما هنا نتحدث عن إيصال المعلومة بين الولي والمؤسسة، مما يعني أن المجتمع على التقريب يُلقي ذلك على كاهل الذكر لأنه المعني الأول بالخروج والاتصال بمن هو خارج المنزل.

## 2- عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالمستوى التعليمي:

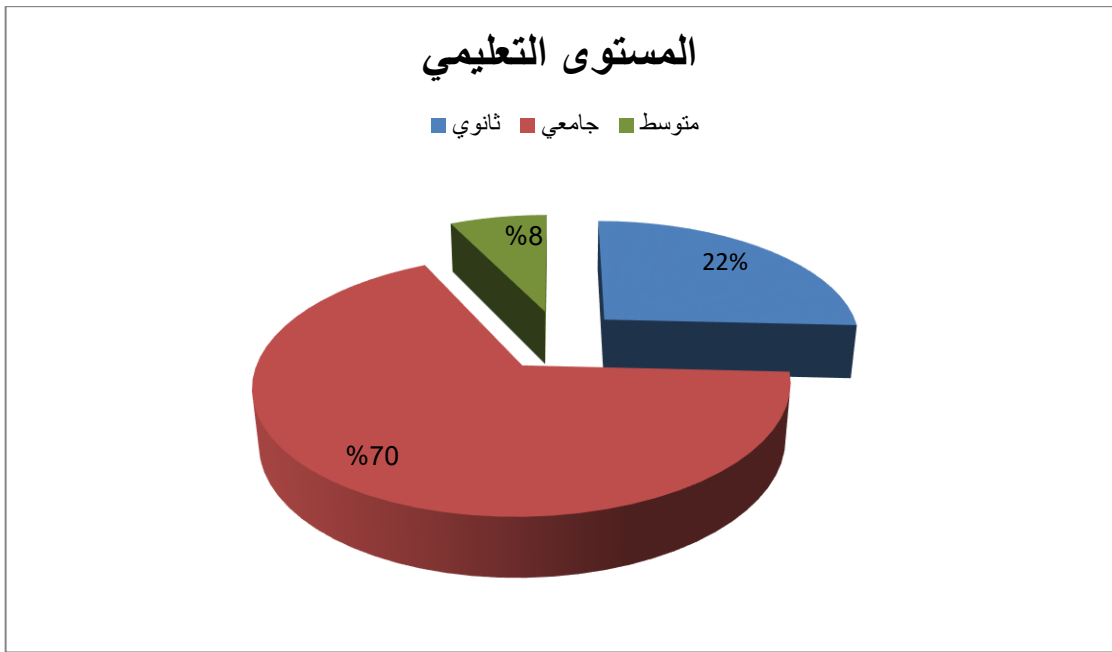
الجدول رقم (07): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
متوسط	5	8%
ثانوي	13	22%
جامعي	42	70%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات مستخرجة من spss.

يتضح من خلال الجدول رقم (07) والمتعلق بالمستوى الدراسي لأولياء التلاميذ أن النسبة الكبيرة لذوي المستوى الجامعي والمقدرة بـ 70%، ونرى أنها الفئة الأكثر حرصا على تعليم أبنائها في المؤسسات الخاصة لكون هذه المؤسسات قيامها بمتابعة الابن والرفع من مستواهم الدراسي، وبغض النظر أن الجدول لم يبين في المستوى الجامعي من أي جهة الأم أو الأب ولكن هذا المستوى يلعب دورا أساسيا على الأسرة وينعكس أيضا على التحصيل العلمي للأبناء ومساعدتهم في إثراء القاموس اللغوي لديهم، كما تعزز هذه النسبة مصداقية نتائج الدراسة لما لهذه الفئة من قدرات علمية تساعد على الإجابة الموضوعية لعبارات استمارة الاستبيان، بينما فئة الثانوي والمتوسط يمثلان الربع والعشر من الأولياء.

الرسم البياني رقم (02): يوضح توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول السابق

- من نتائج البيانات أعلاه نستخلص بأن فئة الأولياء ذوي المستوى الجامعي أعلى نسبة بالنسبة للمستويات الأخرى مما يدل ربما:
- الحرص على التعليم الممنهج والأكاديمي.

- التماسهم ضعف منظومة التعليم العمومي.

- القدرة المادية لهذه الفئة.

أما فئة الأولياء ذوي المستويات الثانوي التي تقدر 22% والمتوسط بنسبة 8% ويعود ذلك ربما:

- تفتن الأولياء للعلم الذي فقده.

- القدرة المادية.

- إثارة أبنائهم على نيلهم المراتب العليا من العلوم.

## II. عرض وتحليل وجهات نظر المبحوثين حول المحور الأول : مدى استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة

من طرف أولياء التلاميذ :

الجدول رقم (08): يمثل نمط تواصل المؤسسة مع الأولياء

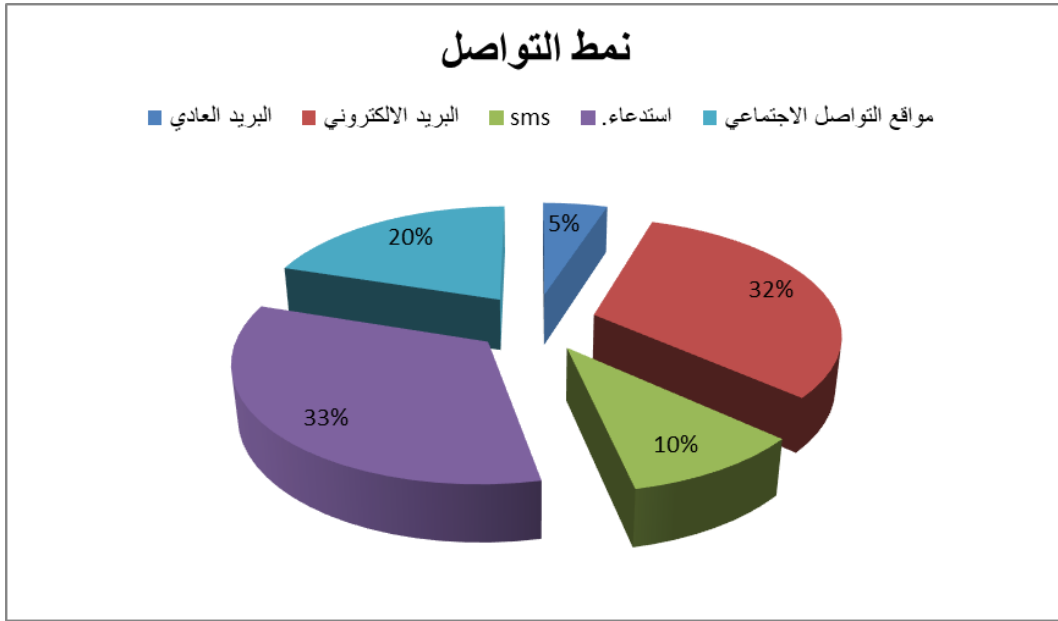
السؤال الاول	التكرار	النسبة
البريد العادي	3	5%
البريد الالكتروني	19	32%
SMS	6	10%
الاستدعاء	20	33%
مواقع التواصل الاجتماعي	12	20%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات مستخرجة من SPSS.

إحصائياً، نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يعبر عن نمط تواصل الأولياء مع المؤسسة التربوية أن الاستدعاء هو الأكثر استعمالاً ويمثل تقريباً الثلث والذي يقدر بـ 33%، ورغم أن الجدول لم يبين طريقة الاستدعاء المستخدم الكترونياً أو كتابياً ولكن يعني أنه عبارة عن تواصل ملموس له وقعه على التلميذ من طرف المؤسسة للربط بينها وبين الولي ولتأكيد هذا الرابط بين المعلم والولي فإن البريد

الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي كقيل لإنجاح هذه العملية واللذان يمثلان نسب متقاربة من حيث احصائيات الجدول تقريبا الثلث ويعتبران وسيلة اتصال تحقق سرعة التواصل التي لا تتعدى الدقيقة واختصار المسافة وتعد هذه من أفضل مميزاتها، بينما SMS والبريد العادي يعتبران من وسائل التواصل العادية والتي تستعمل بقله وهذا على حسب العصر المعاش حاليا والذي أصبح يستعمل الوسائل الحديثة بكثرة وأيضا على المؤسسة اختيار الوسيلة الأنسب وذلك حسب الموقف المراد إيصاله للولي.

الرسم البياني رقم (03): يوضح نمط تواصل المؤسسة مع الأولياء



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول السابق

- لقد أصبح من الضروري استثمار تقنيات التواصل في الربط بين المدرسة وأولياء الأمور بحيث تزود وسائل التواصل مثل الاستدعاء، البريد الإلكتروني، البريد العادي، مواقع التواصل الاجتماعي في استمرار المراسلات المختصرة أو الملاحظات المستمرة بين المدرسة وولي الأمر، ويعد الاستدعاء والبريد الإلكتروني الأكثر استعمالا من طرف المؤسسة وهذا لأنها الأداة الناجعة والمستخدم بكثرة في المؤسسات للوصول الى الأهداف المرجوة.

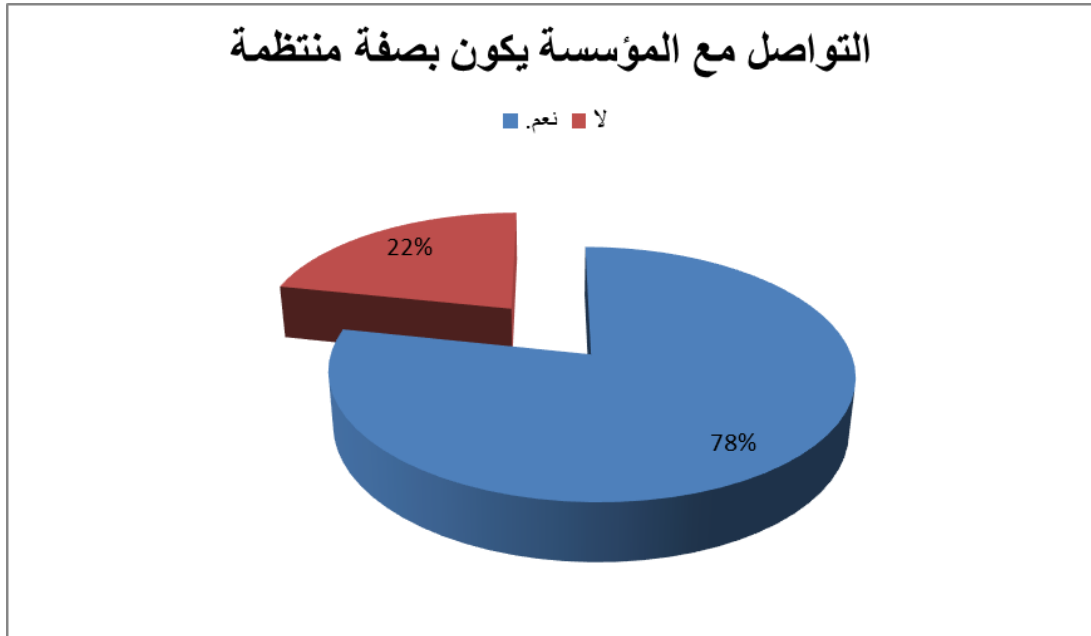
الجدول رقم (09): يمثل تواصل الأولياء مع المؤسسة بصفة منتظمة

السؤال الثاني	التكرار	النسبة
نعم	47	78%
لا	13	22%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتان بناء على معطيات مستخرجة من SPSS.

إحصائياً، نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه، الذي يعبر عن نمط تواصل الأولياء مع المؤسسة التربوية، أن أكثر من ثلاثة أرباع الباحثين يتواصلون بصفة منتظمة مع مدرسة أبنائهم رغم مشاغلهم اليومية، ورغم أن الجدول لم يبين طريقة التواصل (مباشر أو افتراضي) إلا أن الكثافة والانتظام أساسيان في فهم العلاقة بين المؤسسة وجمهورها. بينما هناك خمس العينة تقريباً يفتقدون هذا النمط من التنظيم والكثافة، وهذا يرجع لأسباب عديدة، نحاول فهمها في هذه الدراسة، وربما يوجد فيهم من لا يتواصل مع المؤسسة على الإطلاق، فما هو تفسير هذا التوجه.

الرسم البياني رقم (04): يوضح رأي الباحثين حول تواصل الأولياء بالمؤسسة بصفة منتظمة



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول السابق



- إن علم النفس التربوي يقسم فئة الأولياء إلى نوعين الولي القلق الذي يمتلك هوس نحو تعليم أبنائه وحرصه الشديد على تحصيل مستويات عليا في التعليم؛ والولي اللامبالي الذي لا يبدي اهتماما واضحا اتجاه العملية التعليمية التي يتعرض لها أبنائه، ويبدو من خلال إسقاط هذا التقسيم النظري على النتائج أعلاه أن استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة بكثافة وعلى نحو مدروس من قبل المؤسسة يزيد في تحفيز الفئة الأولى، ما يخلق تواصل منتظم وقوي بين الطرفين، كما يمكن أن يشجع الفئة الثانية على التواصل وإن كان قليلا في البداية، وهذا ما يفسر النسبة العالية لنمط التواصل المنتظم بين مؤسسة تاويزة وجمهور الأولياء.

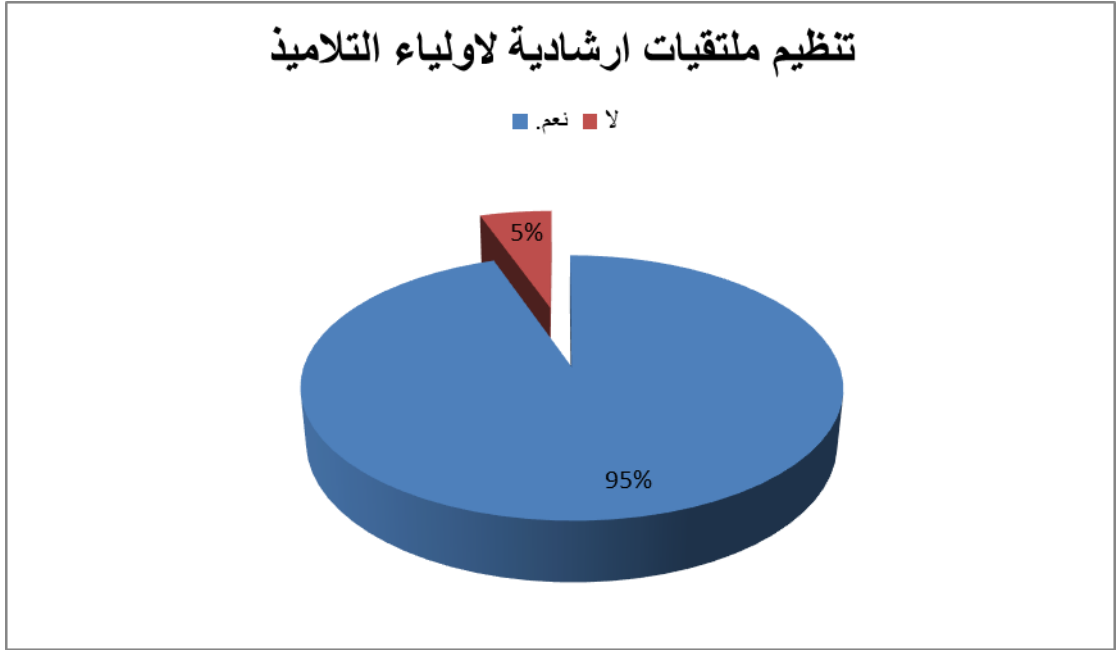
الجدول رقم (10): يمثل رأي الأولياء حول تنظيم مؤسسة تاويزة ملتقيات إرشادية لهم

السؤال الثالث	التكرار	النسبة
نعم	57	95%
لا	3	5%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات مستخرجة من SPSS.

إحصائيا، نلاحظ من خلال الجدول التوضيحي حول رأي الأولياء في تنظيم المؤسسة ملتقيات إرشادية حيث تمثل نسبة عالية والذين يتوافقون مع الفكرة يقدر ب 95%، ومن خلال هذه الملتقيات والتي تقدم لهم خدمات تعتمد على برامج وقائية وتربوية وعلاجية للتلميذ لمساعدته في التغلب على المشكلات التي تعترض أبنائهم والاندماج في البرامج التعليمية المنظمة من طرف المؤسسة، بينما الأقلية بنسبة 5% يعارضون الفكرة ويرون أنها غير ضرورية.

الرسم البياني رقم (05): يوضح رأي المبحوثين حول تنظيم المؤسسة ملتقيات إرشادية لأولياء التلاميذ



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول السابق

- إن العملية التربوية بكل أبعادها معادلة متفاعلة العناصر تتقاسم أدوارها أطراف عدة أهمها الأسرة والبيت والمجتمع وأنه يتوجب على هذه العناصر التعاون فيما بينها لتأدية الرسالة التربوية على أكمل وجه لالتماس الأهداف المرجوة من أجل تحقيق التوافق والقدرة الإنتاجية الأكاديمية المناسبة، ومن خلال إسقاط هذه النتائج يتضح أن استخدام المؤسسة للملتقيات الإرشادية للأولياء والتي تمثل أهمية قصوى في سير عملية التربية والتعليم لأبنائهم والتي تشركهم وتخولهم بعض المسؤوليات وتزيدهم من التفاعل مع المؤسسة أكثر وربما يتحمس المعارضون لفكرة الانضمام الى هذه الملتقيات مستقبلا.

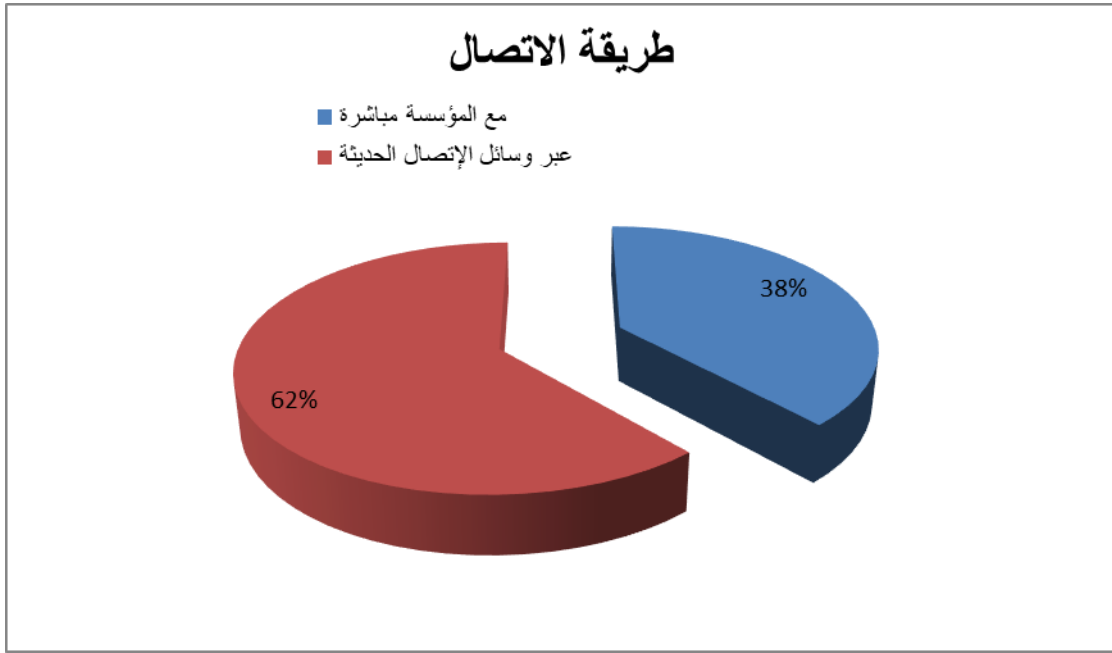
الجدول رقم (11): يمثل رأي المبحوثين حول الطريقة التي يفضلها الأولياء في الاتصال بالمؤسسة

السؤال الرابع	التكرار	النسبة
مع المؤسسة مباشرة	23	38%
عبر وسائل الاتصال الحديثة	37	62%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات مستخرجة من SPSS.

إحصائياً، وحسب معطيات بيانات الجدول أعلاه والمتعلق بالطريقة التي يفضلها غالباً الأولياء بالاتصال بالمؤسسة والتي أخذت نسبة تقريبا ثلثين والتي تقدر ب 62% وذلك اختصاراً للوقت والمسافة وأقل جهد ممكن هي عبر وسائل الاتصال الحديثة، أما الثلث الآخر والذي يقدر ب 38% ويعتمد على التواصل المباشر مع المؤسسة وربما لظروف قاهرة تُلزمهم ذلك.

الرسم البياني رقم (06): يوضح رأي المبحوثين حول الطريقة التي يفضلونها في التواصل مع المؤسسة



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول السابق

- وعليه نستنتج أن عملية التواصل الإلكتروني بين المؤسسة والأولياء كفيلة بتسهيل نقل المعلومة للأولياء أو العكس في أقل وقت ممكن، مما تحقق أهداف نبيلة وغايات سامية لكلا الطرفين وضماناً لسير العملية التربوية في طريق متسق وموحد يحقق النفع للمتعلم وبالتالي يحقق الخير للمجتمع، أما بالنسبة للتواصل المباشر بالمؤسسة فهو كفيل بتوطيد العلاقة الميدانية بإطارات التعليم مما يجعل التلميذ والولي والأستاذ كيان واحد في تسهيل التنسيق للمنظومة التربوية والتعليمية لأبنائهم ومن أهمها:
- المتابعة الميدانية عن قرب للأبناء.
- توفر الوقت ووسائل التنقل.

- حاجة الابن للمتابعة الميدانية.

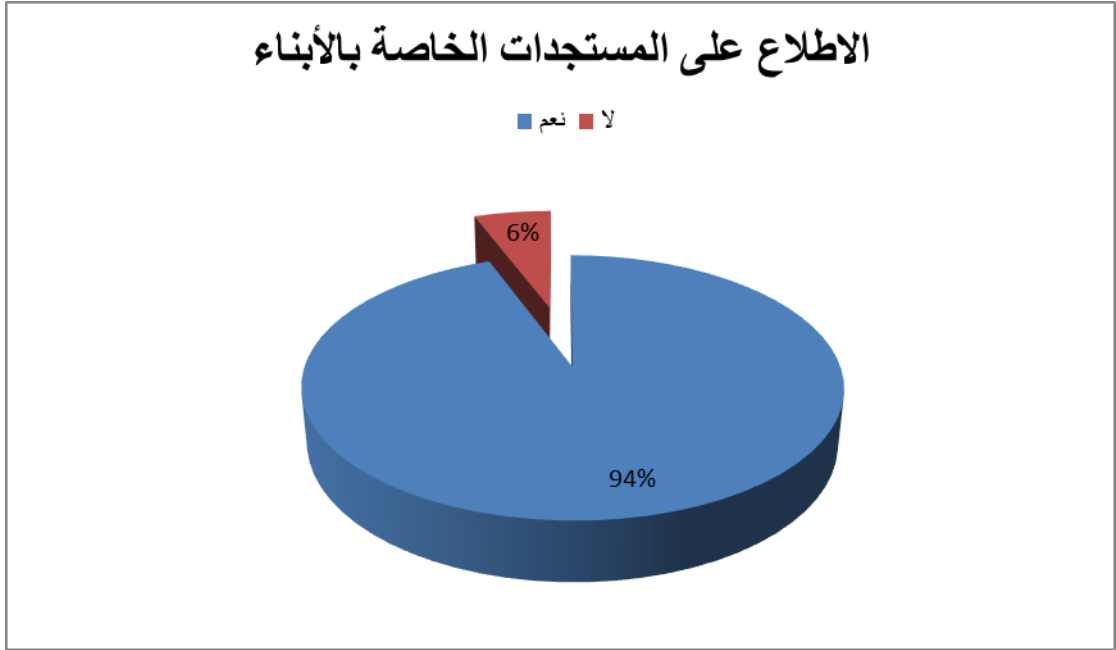
الجدول رقم (12): يمثل رأي المبحوثين إذا ما كانت المؤسسة تُطَلِّعهم بشكل دائم على المستجدات الخاصة بأبنائهم

السؤال الخامس	التكرار	النسبة
نعم	53	94%
لا	7	6%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات مستخرجة من SPSS.

من خلال الجدول رقم 12 والمبين أعلاه نجد أن نسبة 94% من المبحوثين يرون أن المؤسسة فعلا تطلّعهم بشكل دائم على المستجدات الخاصة بالأبناء وهذا ما يعزز الثقة بين الأسرة والمدرسة بحيث تتاح فرصة معرفة كيفية تدريس الأبناء ومتابعة سير العملية التربوية عن قرب، ورغم أن الجدول لم يظهر الوسيلة المستعملة في التواصل باعتبار أن المؤسسة تتكفل باستعمال الوسيلة الأنجع والمتوفرة لكلا الطرفين لإحداث تواصل فعال، في حين أن نسبة 6% يقرون بانعدام إطلاع المؤسسة لهم بالمستجدات وهذا ما يفسر اللامبالاة من طرف الأولياء أو عدم توفر وسائل الربط بينهم.

الرسم البياني رقم (07): يوضح رأي المبحوثين حول إذا ما كانت المؤسسة تُطَلِّعهم بشكل دائم على المستجدات الخاصة بأبنائهم



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول السابق

- ويبدو من خلال النتائج أعلاه أن المؤسسة لها دور فعال في تبادل الرأي والمشورة حول أمور العملية التربوية والتعليمية وذلك لتحقيق مردود جيد للتلاميذ من خلال إطلاع الأولياء بالمستجدات، أما الأولياء الذين يمثلون عدد قليلا في عدم إطلاع المؤسسة لهم بالمستجدات فهذا راجع لانعدام اهتمامهم بالعملية التربوية لأبنائهم أو عدم توفر الوقت لهم أو لانعدام الوسائل.

الجدول رقم (13): يمثل رأي المبحوثين حول قيامهم بدعوة أصدقائهم إلى نقل أبنائهم مؤسسة تاونزة العلمية

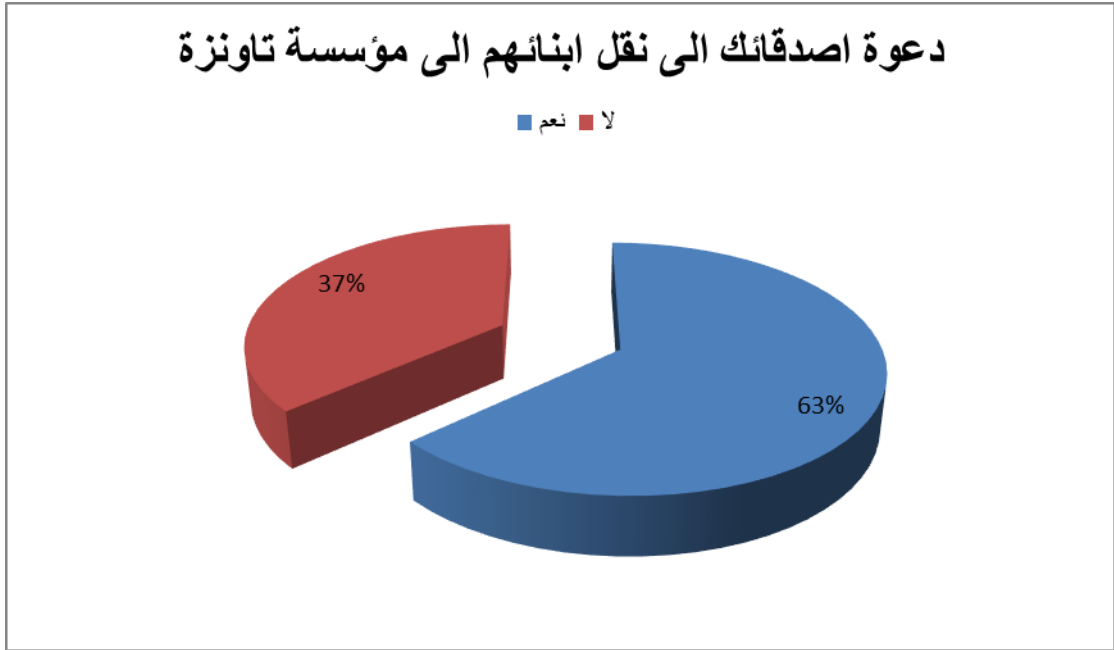
السؤال السادس	التكرار	النسبة
نعم	38	63%
لا	22	37%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات مستخرجة من SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 والذي يمثل قيام الأولياء بدعوة الأصدقاء لنقل أبنائهم الى المؤسسة حيث كانت النسبة المرتفعة والتي تمثل ثلثين بنعم وباعتبار أن للمؤسسة جوانب تتميز بها عن سائر

المؤسسات لما لها من صيت في المجتمع حول الاهتمام بالابن نفسيا، علميا وروحيا، أما المجيبين بلا فهم بنسبة قليلة وهي تمثل الثلث من المبحوثين بحيث انعدام وضوح الرؤيا عن المؤسسة وما تقوم به أو اعتباره أمر خاص بالأسرة وعدم التدخل فيه.

الرسم البياني رقم (08): يوضح رأي المبحوثين حول دعوتهم لأصدقائهم الى نقل أبنائهم لمؤسسة تاونزة العلمية



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول السابق

- ونستنتج من خلال الجدول أعلاه والشكل البياني أن الأولياء يقومون بالطبع بدعوة أصدقائهم لنقل أبنائهم لمؤسسة تاونزة العلمية نظرا للسمعة الحسنة في التحصيل العلمي والتربوي والأخلاقي للأبناء نسبة للمؤسسات العمومية، لما تمتاز به من الجدية والأكاديمية في طريقة التدريس واستعمال الوسائل الحديثة والذي من شأنه أن يؤدي الى عنصر الفعالية في الأداء.
- وإضافة للسؤال المفتوح والذي يعبر عن إجابة المبحوثين وتبريرهم في حالة الإيجاب أو النفي فإن الأغلبية تؤيد فكرة دعوة الأصدقاء لانضمام أبنائهم للمؤسسة وذلك لما وجدوه من إيجابيات لا بأس بها مقارنة مع غيرها، بينما يرى الأقلية أن تكاليف التمدريس ليست في متناول الجميع وأن المنظومة التربوية هي نفسها فلا جدوى من تغيير المؤسسة من الرسمي الى الخاص.

جدول رقم (14): يمثل رأي المبحوثين في العراقيل التي يمكن أن تمنع أو تعطل التواصل مع المؤسسة

السؤال السابع	التكرار	النسبة
يوجد عراقيل	33	55%
لا يوجد عراقيل	27	45%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات مستخرجة من SPSS.

إحصائياً، نلاحظ أنه بالتقريب نصف آراء الأولياء بنسبة 55% يقول بوجود عراقيل تمنعهم من التواصل مع المؤسسة وذلك لأسباب يرونها معقولة من ضمنها ضعف الإنترنت، بُعد المسافة، عدم التوافق في توقيت الدراسة وتوقيت عمل الولي لانشغاله فيه وعدم الرد على الاستفسارات والإجابة عليها في وقت متأخر، والآخر بنسبة 45% يرون العكس وأنه لا وجود لعراقيل وأن المؤسسة تقوم بتوفير كل الخدمات وربما وجود قوة تدفق للإنترنت وقرب المسافة أو توفر وسيلة للنقل بالنسبة للتواصل المباشر.

الجدول رقم (15): يبين رأي المبحوثين في تدخل المؤسسة لحل مشكلة التنمر الذي يحدث بين التلاميذ في بعض الأحيان

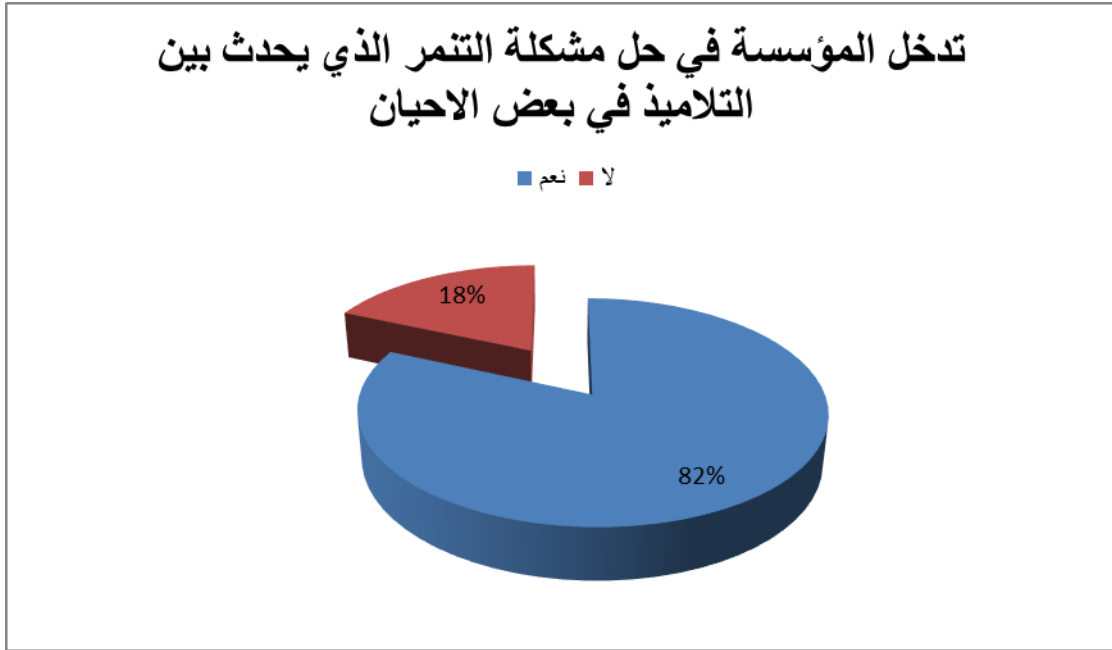
السؤال السابع:	التكرار	النسبة
نعم	49	82%
لا	11	18%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات مستخرجة من SPSS

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة عالية من المبحوثين قد أدلوا بأن للمؤسسة دور كبير في الحد من ظاهرة التنمر المدرسي ويبدوا وأن للمؤسسة من خلال بعض القوانين الجديدة في محاربة هذه الظاهرة

الخطيرة، بينما يرى البعض الآخر والذي يمثل نسبة 18% أنه عدم اكتراث المؤسسة لهذه الظاهرة أو نقص من عدم التفاعل معها وانعدام الجدوية في اتخاذ الحلول المرضية.

الرسم البياني رقم (09): يوضح رأي المبحوثين حول تدخل المؤسسة في حل مشكلة التنمر الذي يحدث بين التلاميذ في بعض الأحيان



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول السابق

- نستنتج من خلال الجدول والشكل أعلاه تدخل المؤسسة في اتخاذ حلول لمشكلة التنمر الذي يعتبر في صالح التلاميذ ولحمايتهم من أخطاره النفسية فإنه على إدارة المؤسسة القيام بتوجيه الطفل المتنمر وإصلاح نفسية الذي تعرض للتنمر، لأنه إذا لم يُتخذ حلاً فإن التنمر سيحمل العديد من النتائج السلبية التي تعود خصوصاً على كل من الشخص المتنمر والشخص المتنمر عليه وعموماً على المدرسة.

الجدول رقم (16): يبين موقف الأولياء من تدخل المؤسسة في حل مشكلة التنمر التي تحدث بين التلاميذ في بعض الأحيان

السؤال الثامن	التكرار	النسبة
---------------	---------	--------



مؤيد	45	75 %
معارض	15	25 %
المجموع	60	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات مستخرجة من spss

- حسب الجدول يتضح أن الأولياء الذين يلاحظون أنه هناك تدخلات من طرف المؤسسة لمنع التنمر وبلغت الإجابات ثلاثة أرباع المبحوثين كمؤيدين لما تقوم به المؤسسة للحد من الظاهرة لأنه لا يمكن إستئصال هذه الظاهرة من جذورها وخاصة ونحن في عصر التكنولوجيا الرهيب الذي يمكن أن يحتمل التلاميذ الضغط النفسي مما يعود سلباً على أخلاقهم والهدوء النفسي، أما فئة المبحوثين الذين يرون أن تدخلات المؤسسة للحد من الظاهرة منعدمة أو غير كافية أو غير عادلة فتقدر بالربع فعلى المؤسسة كونها أكثر حزمًا وصرامة في مثل هذه الأمور واتخاذ طريقة الحياد ودراسة الموقف من الألف الى الياء لعدم الوقوف في أخطاء تجعل من التلميذ ضحية لمثل هذه الظواهر.

الجدول رقم (17): يبين موقف المبحوثين حول الأثر الذي تركته تجربة التعليم الخاص في الجزائر وأثرها على التربية والتعليم

السؤال التاسع	التكرار	النسبة
لها أثر ايجابي	42	70 %
ليس لها أثر ايجابي	18	30 %
المجموع	60	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات مستخرجة من spss

حسب الجدول أعلاه رقم (18) يتضح لنا بأن الأولياء يؤيدون تجربة التعليم الخاص في الجزائر وأن لها أثر ايجابي وملحوس على أبنائهم وذلك بنسبة 70 %، أما من لا يرون في هذه التجربة أثر ايجابي فبلغت نسبتهم 30 %، ونستخلص أن الأولياء الذين تركت فيهم تجربة التعليم الخاص انطباع ايجابي من خلال إجاباتهم والتي تدعم هذا المشروع واقتراح تعميم تجربة التعليم الخاص لما لها من إيجابيات عديدة من بينها جودة التعليم الجيد والهادف من خلال استعمال الوسائل الحديثة المساعدة في تسهيل الخدمات، وأيضا حماية ومراقبة التلاميذ من الوقوع في الآفات الاجتماعية واللاأخلاقية. وأما الأولياء الذين صرحوا بأنه

ليس لها أثر إيجابي لظنهم أنها لم تصل للمستوى المطلوب من ناحية التعليم ويجب وجود رقابة وصرامة أكثر في المستقبل لتحسين الخدمة، وأيضا من السلبيات الأسعار الباهظة وهذا ما يشكل عزوفا لدى الكثير من الأولياء لعدم ادخال أبنائهم للتعليم الخاص.

- فعموما إن التعليم الخاص لما له من إيجابيات لا حصر لها فإن الإداريين يبذلون قصارى جهدهم لما يواجهون من تحديات في عالم مكتظ (عصر العولمة)، وفي هذا العصر يصعب التحكم في كبح جماح الإنسان إذا لم يوجد تربية وتعليم بمناهج مدروسة وصرامة للتصدي لما يمكن أن يواجه الفرد في مستقبله، فنحن نثمن مبادرة مؤسسة تاونزة العلمية ومثيلاتها في الجزائر ونضمن المستقبل لأبنائنا تحت إطارها، ونضع رأي أحد الأولياء في قوله: بطبيعة الحال هذا التعليم من المفروض أن يُعمم على جميع الولايات لأنه مستقر ولا يشهد أي اضطرابات من جهة المعلمين والأبناء ويضمنون تعليم متميز وراق الى جانب حمايتهم من الآفات الاجتماعية المنتشرة في المؤسسات العمومية.

### III. عرض وتحليل وجهات نظر الباحثين حول المحور الثاني : صورة مؤسسة تاونزة العلمية لدى أولياء التلاميذ

1. المتوسط الحسابي: وهو من الطرق التي تمكن من معرفة وجهات نظر لعينة الدراسة في كل فقرة من فقرات المحور وكذا الاتجاه العام الذي يتخذه المحور، وبالاعتماد على مقياس لديكارت الخماسي تزيد درجة موافقة العينة على الفقرات كلما زاد المتوسط الحسابي لها وبذلك تقل كلما قلت قيمته.

2. الانحراف المعياري: كلما اقتربت قيمته من الصفر كلما قل التشتت وزاد تجانس الأفراد حول استجاباتهم واتفاقهم على قيمة المتوسط الحسابي، والقاعدة العامة المستخدمة في تفسير قيمة الانحراف المعياري والتي تعتمد على فترات الثقة للمتوسط الحسابي.

الجدول رقم (18): يوضح نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للصورة الذهنية لمؤسسة تاونزة العلمية لدى أولياء التلاميذ

المؤشرات الإحصائية			
الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	تكاليف الدراسة في مؤسسة تاونزة مناسبة	3.2000	.93519
02	المستوى التنظيمي للمؤسسة والخدمات التي تقدمها جيد	3.9833	.81286
03	هناك فرق واضح بين التعليم الحكومي العام والتعليم الخاص	4.0167	.94764
04	هناك تحسن مستمر في مستوى التحصيل العلمي للتلاميذ في تاونزة	3.7000	1.01347
05	ما يقدم للتلاميذ خارج البرنامج الدراسي من نشاطات إضافية جيد	4.2333	.69786
06	توجد عراقيل حقيقية في التواصل مع المؤسسة الخاصة	2.4500	1.06445
07	أهتم بالتفاصيل الدقيقة عند تعليم أبنائي في مؤسسة خاصة	4.6167	.55515

08	هناك تنمر داخل مؤسسة تاونزة يعيق عملية التعليم	2.8167	1.20016	درجة متوسطة
09	هناك تحسن في مستوى العلمي للتلاميذ في مؤسسة تاونزة	3.9833	.77002	درجة مرتفعة
10	تكاليف الدراسة التي تفرضها المؤسسة يتناسب مع ما تحقق من تحسن في المستوى العلمي للتلاميذ	3.3833	.88474	درجة متوسطة
11	أعتر بتدريس أبنائي في مؤسسة تاونزة	4.1833	.72467	درجة مرتفعة
	المتوسط الاجمالي للمحور الثاني	3.68	0.43	درجة مرتفعة

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات مستخرجة من spss.

تشير بيانات الجدول رقم (19) وفقاً لآراء عينة الدراسة إلى ما يلي:

- أن محور الصورة الذهنية جاء بشكل عام مرتفع وذلك بوسط حسابي عام قدره (3.68) وانحراف معياري قدر ب (0.43).

- تفاوتت تقديرات أفراد العينة حول المحور الثاني، حيث يظهر من ترتيب هذه الفقرات على أساس أهميتها أن العبارة السابعة "أهتم بالتفاصيل الدقيقة عند تعليم أبنائي في مؤسسة خاصة" احتلت المرتبة الأولى من تلك الفقرات بأعلى متوسط حسابي قدره (4.71) وانحراف معياري (0.55) وهذا ما يعطيها درجة موافقة مرتفعة وهذا ما يفسر عدم وجود التباين في آراء المجيبين بالنظر لقيمة الانحراف المعياري المسجلة، في حين جاءت في المرتبة الثانية العبارة "ما يقدم للتلاميذ خارج البرنامج الدراسي من نشاطات إضافية جيد" بمتوسط حسابي قدره (4.23) وانحراف معياري قدره (0.69) وهذا ما يعطينا درجة موافقة مرتفعة، كما يفسر عدم وجود تباين في آراء عينة الدراسة بالنظر لقيمة الانحراف

المعياري المسجلة، في حين جاءت في المرتبة الثالثة العبارة " أعتز بتدريس أبنائي في مؤسسة تاونزة " بمتوسط حسابي قدره (4.18) وانحراف معياري قدره (0.72) وهذا ما يعطينا درجة موافقة مرتفعة، كما يفسر عدم وجود تباين في آراء عينة الدراسة بالنظر لقيمة الانحراف المعياري المسجلة، في حين جاءت في المرتبة الرابعة العبارة " هناك فرق واضح بين التعليم الحكومي العام والتعليم الخاص " بمتوسط حسابي قدره (4.01) وانحراف معياري قدره (0.94) وهذا ما يعطينا درجة موافقة مرتفعة ، كما يفسر عدم وجود تباين في آراء عينة الدراسة بالنظر لقيمة الانحراف المعياري المسجلة، في حين جاءت في المرتبة الخامسة كل من العبارتين " المستوى التنظيمي للمؤسسة والخدمات التي تقدمها جيد " " هناك تحسن في مستوى العلمي للتلاميذ في مؤسسة تاونزة " بمتوسط حسابي قدره (3.98) وانحراف معياري قدره (0.77) وهذا ما يعطينا درجة موافقة مرتفعة ، كما يفسر عدم وجود تباين في آراء عينة الدراسة بالنظر لقيمة الانحراف المعياري المسجلة، في حين جاءت في المرتبة السادسة العبارة " هناك تحسن مستمر في مستوى التحصيل العلمي للتلاميذ في تاونزة " بمتوسط حسابي قدره (3.70) وانحراف معياري قدره (1.01) وهذا ما يعطينا درجة موافقة مرتفعة، كما يفسر وجود تباين في آراء عينة الدراسة بالنظر لقيمة الانحراف المعياري المسجلة، في حين جاءت في المرتبة السابعة العبارة " تكاليف الدراسة التي تفرضها المؤسسة يتناسب مع ما تحقق من تحسن في المستوى العلمي للتلاميذ " بمتوسط حسابي قدره (3.38) وانحراف معياري قدره (0.88) وهذا ما يعطينا درجة موافقة متوسطة، كما يفسر عدم وجود تباين في آراء عينة الدراسة بالنظر لقيمة الانحراف المعياري المسجلة، في حين جاءت في المرتبة الثامنة العبارة " تكاليف الدراسة في مؤسسة تاونزة مناسبة " بمتوسط حسابي قدره (3.20) وانحراف معياري قدره (0.93) وهذا ما يعطينا درجة موافقة متوسطة، كما يفسر وجود تباين في آراء عينة الدراسة بالنظر لقيمة الانحراف المعياري المسجلة، في حين جاءت في المرتبة التاسعة العبارة " هناك تنمر داخل مؤسسة تاونزة يعيق عملية التعليم " بمتوسط حسابي قدره (2.81) وانحراف معياري قدره (1.20) وهذا ما يعطينا درجة موافقة متوسطة ، كما يفسر وجود تباين في آراء عينة الدراسة بالنظر لقيمة الانحراف المعياري المسجلة، في حين جاءت في المرتبة الأخيرة العبارة " توجد عراقيل حقيقية في التواصل مع المؤسسة الخاصة " بمتوسط حسابي قدره (2.45) وانحراف معياري قدره (1.06) وهذا ما يعطينا درجة موافقة منخفضة، كما يفسر وجود تباين في آراء عينة الدراسة بالنظر لقيمة الانحراف المعياري المسجلة.

- ونستنتج من خلال نتائج المحور الثاني ما يلي:

- بالنسبة للتكاليف الدراسية في مؤسسة تاونزة العلمية يعتبرها الأولياء متوسطة عموماً، وفي الحقيقة هي مكلفة بعض الشيء لأنها بطبيعة الحال خاصة وأنها غير مدعمة من الدولة فهنا يلقي على عاتقها كل تكاليف المؤسسة من أجرة للأساتذة والمؤطرين وما إلى ذلك، والولي ذو الدخل البسيط أو المتوسط لا يمكنه تغطية هذه التكاليف خاصة وإن كان له أكثر من ابن.

- أما المستوى التنظيمي في المؤسسة فيعتبر جيد من جانب التسيير والنشاطات وغيرها من الأمور التنظيمية، فهذه كملاحظة عامة أن الإنسان دائماً إذا ما أدار ملكه بيده فستجده يتفاني في إتقان ما بين يديه من أعمال أما إذا كان الملك لغيره فتجده لا يبالي أتقن أم لا من دون إدراج الأخلاق والعقيدة طبعاً، وبهذه الأمور التنظيمية الموجهة والمدروسة طبعاً تلمس النتيجة والتوفيق وبذلك يجلب الجمهور إليها.

- إن هناك فرق واضح بين التعليم الحكومي العام والتعليم الخاص حيث أن التعليم الحكومي العام مجاني وتكفل الدولة بتكاليفه ونفقاته أما التعليم الخاص فنفقاته تدفع من قبل الأولياء بصفة رسوم مدرسية سنوياً، وتختلف قيمها باختلاف نظم المؤسسة وجودتها، وفي التعليم الحكومي العام لا توضع شروط للطالب لقبوله بخلاف المستوى الدراسي، أما في المؤسسات الخاصة فتوضع شروط يجب توفرها في الطالب لقبوله، ومن حيث التعليم المتقن فإننا نجد أن التعليم الخاص له كفاءة ثابتة لأنه يسعى دائماً لتحقيق أعلى المستويات في التعليم وذلك بانتقاء الأساتذة الأكفاء أصحاب التجربة واهتمام الإداريين طبعاً مما جعل الأمر مكلفاً وكان سبباً في ارتفاع ميزانيتها، وإن المنظومة التربوية موحدة بين التعليم الخاص والعام إلا أن في التعليم الخاص ما يضاف إليه من مناهج ربما علمية أو تربوية أو عقائدية.

- من الملاحظ عموماً في المدرسة أن هناك تحسن مستمر على مستوى التحصيل العلمي للطلاب وهذا من المعلوم بطبيعة الحال أنه كلما تقدم الإنسان في عمل ما أتقنه وأجاده وكما تقول الحكمة (خوض التجربة بالحياة أساس التعلم).

- إن ما يخص النشاطات الإضافية للمؤسسة لمهم إلى حد كبير وكما يقال في المثل (العقل السليم في الجسم السليم) ففي المؤسسة ما يثري هذا الجانب من نشاطات ومسابقات ثقافية، تحفيزية، فكرية ورياضية.

- بحسب آراء الأولياء وبالأغلبية لا وجود لعراقيل في التواصل بالمؤسسة، كلما اقتضت الحاجة لذلك فبوسائل التواصل المختلفة وُجد الحل لهذا الإشكال.

- لا مجال للشك أن المؤسسة الخاصة لا تترك التفاصيل الدقيقة إلا وقد طرحتها وخاصة ما يخص التحصيل العلمي والتربوي، وبالتبع فإن الأولياء يهتمون بها-أي يهتمون بكل صغيرة وكبيرة فيما يخص تعليم أبنائهم لأن المؤسسة تفرض عليهم ذلك بطريقة غير مباشرة.

- إن التنمر بصفته ظاهرة خطيرة يمكن أن تعيق عملية التحصيل العلمي، وعموما فالتنمر يوجد في أغلبية المؤسسات عامة أو خاصة ومنها مؤسسة تاونزة العلمية ولا مخرج لهذا المشكل إلا بدراسة مجدية للحد من الظاهرة، فقد كان للمؤسسة دور في التصدي لها إلا أنه غير كاف على حسب آراء الأولياء.

- تمر الأيام والشهور والسنين والإنسان يزداد علما واكتسابا للمعارف، والتجربة خير معلم في تطوير المناهج التعليمية في المؤسسة من حسن إلى أحسن فإن التحصيل العلمي تزداد ثماره يوما بعد يوم وسنة بعد سنة ومادام الإنسان يسيّر الأمور بحكمة فإن الأمس لم ولن يكون كالليوم، واليوم لم ولن يكون كالغد.

- إن ما يقدر بالنصف من آراء الأولياء قد أقرّوا أن تكاليف الدراسة يتناسب مع ما تحقّقه من تحصيل علمي للتلاميذ، فيما يرى النصف الآخر أن تكاليف التمدرس باتت باهظة مع انعدام التحسن في التحصيل العلمي، وهذا ما يفسر لنا أن هناك فئة من التلاميذ لهم مستوى لا بأس به فقد استفادوا من منهجية التعليم في المؤسسة وتحسن بفضلها مستواهم التحصيلي، أما الفئة الأخرى فلم تؤثر فيهم المنهجية التعليمية للمؤسسة وبذلك يكون تحصيلهم العلمي معتبر.

- مؤسسة تاونزة العلمية لها سمعة قوية في المجتمع من حيث اتخاذ المناهج والسبل الكفيلة في التحصيل العلمي للأبناء، ويتشرف كل أب أن ينخرط فيها ابنه، ففي أحضان المؤسسة المستقبل التعليمي مضمون

وغالبية الأولياء يعتزون بانتساب أبنائهم إليها، وفق الله جميع أبناء الأمة إلى ما فيه خيرهم وصلاح الأمة.

ثانيا: نتائج الاستبيان المتحصل عليها:

النتائج الخاصة بالمحور الأول: مدى استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة من طرف أولياء التلاميذ:

استنادا للنتائج المعروضة في الجداول والتي تم تحليلها نستنتج:

- أن هناك تباين في استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة من طرف الأولياء حيث يتم استخدامها في كل الأعمال الخاصة بالمؤسسة وخاصة للتواصل مع الأولياء، فهم يفضلون التواصل عبر الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بنسبة تقدر ب 52% فذلك أحسن وأسرع لهم وخاصة مع طبيعة عملهم وانشغالاتهم.

- أما عن تواصل الأولياء مع المؤسسة فإنه وبنسبة كبيرة منهم من يتواصل مع المدرسة بصفة منتظمة بنسبة تقدر ب 78% بغض النظر عن وسيلة الاتصال المستعملة وهذا من أجل المتابعة المستمرة للمسار الدراسي لأبنائهم.

- فيما يخص رأي الأولياء حول تنظيم مؤسسة تاونزة لملتقيات إرشادية للأولياء فهذه المبادرة تلقى دعما واستحسانا كبيرين من طرف الأولياء سواء الأب أو الأم وما يقدر بنسبة 95% وهذا من أجل توضيح أي فكرة أو موضوع وطرحه ومناقشته مع كلا الطرفين.

- وعن الطريقة التي يفضلها الأولياء في الاتصال بالمؤسسة فكانت الأولوية للاتصال عبر وسائل الاتصال الحديثة بنسبة تقدر ب 62% وهذا من أجل الاطلاع على كل الأمور الخاصة بأبنائهم بأقل جهد واختصارا للوقت أيضا، فقد خصصت المؤسسة لكل طور مجموعة خاصة ومغلقة عبر الفيسبوك وأيضا عبر تطبيق classe de jo والذي يجمع الأساتذة بالأولياء.



- أما عن المؤسسة فهى تقوم بإطلاع الأولياء بنسبة تقدر ب 94% على كل ما يهم أبناءهم وعلى كل المستجدات الخاصة بهم، هذا من أجل متابعتهم أكثر وعن كتب وذلك عن طريق تطبيقات وسائل التواصل الحديثة وأيضاً عبر الإيميل من أجل تسهيل عملية المتابعة.

- وفيما يخص دعوة الأصدقاء لضم أولادهم للمؤسسة الخاصة بتأونة العلمية فقد عبّر الكثير من الأولياء عن إعجابهم بها بنسبة تقدر ب 63% وهذا للمستوى الذى تقدمه فى التدريس وذلك باستعمال الوسائل الحديثة، وهذا ما حفز الأولياء لدعوة أصدقائهم.

- العراقيل التى يمكنها أن تعترض أو تعطل التواصل مع المؤسسة فمعظم الأولياء كانت آراؤهم بنسبة تقدر ب 45% وتدور حول نقص تدفق الإنترنت وانقطاعها فى بعض الأحيان وهو ما يعيق التواصل مع المؤسسة.

- وحسب ما هو واضح فى النتائج والنسبة المؤيدة بكثرة التى تقدر ب 82% فإن المؤسسة تعمل جاهدة لحل مشكلة التنمر الذى يحدث بين التلاميذ من أجل تهدئة الوضع بينهم وعدم التعرض لصدمة نفسية ولحمايتهم من أخطار الظاهرة.

- أما عن الأثر الذى تركته تجربة التعليم الخاص فى الجزائر نلاحظ أن هناك ترحيب بالفكرة من معظم الأولياء والذى يقدر بنسبة 75% وخاصة وأن أبناءهم يدرسون فى ظروف حسنة مما ترك فىهم أثراً إيجابياً من حيث الاهتمام إلا أن بعضهم يشكون من غلاء المصاريف المدفوعة.

### المحور الثانى: الصورة ذهنية لمؤسسة تأونة لدى أولياء التلاميذ:

استناداً لما هو مبين فى الجدول والنتائج المتحصل عليها فإن أكثر ما يهم الأولياء وما يشغل بالهم فى دراسة أبناءهم والصورة الذهنية المأخوذة عن هاته المؤسسة هى:

- أن الأولياء يهتمون بالدرجة الأولى بالتفاصيل الدقيقة فى تعلم أولادهم فى مؤسسة تأونة وهذا من أجل تدارك النقائص التى تخصهم.

- أما الأمر الثانى ما يقدم للتلاميذ خارج البرنامج الدراسى من أجل اكتساب مهارات واكتشاف القدرات التى لديهم وهذا ما يزيد من تحسين صورة المؤسسة لدى الأولياء.

- وفيما يخص اعتزاز الأولياء بتدريس أبنائهم في مؤسسة تاونزة فهنا يتبين لنا أن لهم صورة إيجابية وجيدة حول هاته المؤسسة ولهذا يفتخرون بانضمام أبنائهم إليها.
- وفي ملاحظة الفرق بين التعليم الحكومي العام والتعليم الخاص وهو ما ترك انطبعا جيدا لدى الأولياء حول التعليم في المؤسسات الخاصة، فهي من حيث التنظيم والانضباط تقدم خدمات جيدة بنسبة مرتفعة.
- أما عن رأي الأولياء حول التحسين المستمر في مستوى التحصيل العلمي فجلهم لاحظوا تحسنا مستمرا نتيجة للاهتمام من طرف المؤسسة وهذا ما يشكل صورة إيجابية لديهم.
- أما عن تكاليف الدراسة التي تفرضها المؤسسة إذا ما كانت تتناسب مع ما يتحقق من تحسن في المستوى العلمي للتلاميذ فكانت بعض الأجوبة سلبية لأن التكاليف كبيرة ومهما كان هذا المستوى التعليمي المقدم. ولهذا يجب على المؤسسة إعادة النظر في التكاليف التي فرضتها من أجل إرضاء الأولياء.
- أما عن التنمر فهناك من لم يلاحظ هذه الظاهرة داخل المؤسسة نظرا لاحتواء القائمين بالموقف وحله وهذا ما يجعل التلاميذ يدرسون بأريحية ويترك انطبعا جيدا عند الأولياء.
- أما العراقيل التي يجدها الأولياء في المؤسسة فقد ذكروا أهمها: ضعف في الانترنت، وعدم الرد على الرسائل المطروحة، ولهذا يجب النظر في هذه المشكلة واحتوائها من أجل تحسين صورة المؤسسة أكثر.

#### 5-4/ عرض وتحليل أسئلة المقابلة مع مدير العلاقات العامة والإعلام ونتائجها:

في إطار جمع البيانات والمعلومات حول موضوع الدراسة قمنا بإجراء مقابلة علمية مع السيد الحاج موسى إلياس مدير العلاقات العامة والإعلام بمؤسسة التربية والتعليم الخاصة تاونزة العلمية، وملخص المقابلة على النحو التالي:

(1) ما هي أهم الأهداف التي تسعى مؤسسة تاونزة العلمية الى تحقيقها؟

حيث صرح أن هناك رؤية استراتيجية للمدرسة تجدد كل ثلاث سنوات وهي بناء منظومة متكاملة للتميز المؤسسي والبيداغوجي والحصول على الاعتراف الدولي بها في 2024 ومن هذه الرؤية تنبثق منها أهداف استراتيجية والتي تكون متغيرة ولها مدة زمنية معينة، كما أضاف أيضا من أهم الأهداف البحث وتطوير المناهج الدراسية، والرفع من كفاءة الأساتذة وإيجاد الفرص لهم لتنمية قدراتهم العلمية أكثر، وتكييف المناهج الجديدة ومواكبة أهم التقنيات التربوية التي من خلالها تحقق الأهداف المرجوة، والتواصل مع المؤسسات الرائدة في مجال التعليم والاستفادة من خبرات التجارب السابقة، ورصد الفرص في مجال التربية والتعليم، والمشاركة في المؤتمرات والمحافل الدولية (مؤتمر القمة العالمية في التعليم، مسابقة قطار المعرفة)، وخلق بيئة إيجابية في المؤسسة داخليا مع الموظفين والتلاميذ وكذلك البيئة الخارجية للمدرسة مع أولياء التلاميذ والمحيط الخارجي لها.

(2) ماهي أهم الإستراتيجيات التي تعتمد عليها مؤسستكم لتحقيق أهدافها؟

حيث أجب أن تحقيق أي هدف يبدأ من هدف استراتيجي ثم هدف تشغيلي ثم هدف إجرائي ومن هذا الهدف الإجرائي ينقسم الى مجموعة من الأنشطة وهذه الأنشطة تقسم الى نشاط عنده مسؤول خاص به وعنده بداية تاريخ النشاط ونهايته وعنده تكلفة مالية للنشاطات المنظمة بطبيعة الحال اذا كان ذلك النشاط يتطلب ميزانية مالية وعنده أيضا مؤشر للقياس لمعرفة تحقق الهدف أم لا، وهذه هي الاستراتيجيات التي تعتمد عليها المؤسسة من خلال إدارة العلاقات العامة على سبيل المثال أو من خلال إدارة الموارد البشرية أو من خلال الإدارة البيداغوجية أي في مختلف الإدارات التي يمثلها الهيكل التنظيمي للمؤسسة والتي تشترك فيما بينها لتحقيق أهداف المؤسسة، كما أضاف أيضا أنه هناك عدة استراتيجيات تنتهجها المؤسسة لبناء وتعزيز وتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها الداخلي ومن بينها الاستراتيجية الداخلية التي تنقسم لقسمين: الشق الوظيفي ويشمل الأجور، المنح، الامتيازات، الترقية في العمل، واندماج الطاقات في المؤسسة واحساسها بالولاء، والقسم الثاني هو الشق الاجتماعي وذلك من خلال تنظيم رحلات، مخيمات، أنشطة اجتماعية، كما توجد أيضا الاستراتيجية الخارجية التي تهدف الى اشراك الأولياء في العمل (الزيارات الميدانية) واستضافتهم ونقل خبراتهم، كما أنها تسعى

لتطبيق استراتيجية التعلم النشط معناها هو عرض الدرس من قبل مجموعة من التلاميذ ويكون الأستاذ مجرد موجه ويكون باستدعاء الأولياء وملاحظتهم لأبنائهم.

(3) ما هو الدور الذي تلعبه تكنولوجيات الاتصال الحديثة في ممارسة المؤسسة لنشاطاتها؟ وهل تحسن من صورة المؤسسة لدى جمهورها؟

وذكر أن لها دورا فعلا خاصة في العصر الحالي الذي يعتمد على التكنولوجيا والتطورات الاتصالية التي أصبحت من الضروريات التي لا يمكن الاستغناء عنها وأن المدرسة تعتمد على هذه التكنولوجيات الاتصالية كليا تقريبا من خلال السعي للوصول الى هدف عدم التعامل على الأوراق المكتوبة وعلى سبيل المثال التسجيلات المدرسية تتم عن بعد من خلال توفير المؤسسة رابط تسجيل إلكتروني وأيضا التواصل مع الأولياء من خلال إرسال إشعارات تكون مكتوبة أحيانا ولكن يتم تصويرها ووضعها في مواقع التواصل مع الأولياء ومن أمثلة هذه المواقع تطبيق classe de jo وهي منصة خاصة بالأولياء لمتابعة سلوك الأبناء مع الأسرة، وكما أضاف أيضا أن إدارة العلاقات العامة تستخدم الإيميل للتواصل مع مختلف المؤسسات وطينا ودوليا لتسهيل الخدمة وتحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور من خلال استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة.

(4) هل تقوم المؤسسة بتوظيف خبراء مختصين في مجال تكنولوجيات الاتصال الحديثة؟ وما هي أهمية دورها؟

وشرح أن لديهم بالفعل خبراء مختصين في مجال تكنولوجيات الاتصال الحديثة في المؤسسة من خلال الاعتماد على مستشارين خارجيين في هذا المجال سواء كأفراد أو مؤسسات من أجل التحسين المستمر لهذا المجال الحيوي والاستراتيجي والاعتماد على عجلة ديمينج للتطوير والتحسين المستمر في الإدارة والتي ترمز الى (PDCA) ومعنى هذه الرموز (P-Plan) وتعني خطط أي تحديد الأهداف وجمع البيانات اللازمة لتحقيق النتائج) و (D=Do) وتعني نفذ أي تنفيذ الخطة وجمع البيانات وتحليلها) و (C=Check) وتعني قيم أي التحقق والتدقيق ومراجعة النتائج الفعلية وفقا لما تم تخطيطه) و (A= Act) وتعني تحسين أي المباشرة لتحسين الخدمة بما يحقق توقعات العميل).

5) ما هي أهم وسائل تكنولوجيايات الاتصال الحديثة التي تعتمدون عليها للتواصل مع الجمهور الخارجي؟  
وقد بيّن أن أهم الوسائل المعتمد عليها من طرف المؤسسة هي الايميل أو عبر مواقع التواصل

الاجتماعي (واتساب-مسنجر) أو من خلال القنوات الإعلامية الرسمية للمؤسسة (صفحة في الفاييسبوك، قناة في اليوتيوب، صفحة في تويتر، صفحة في الانستغرام) وكما قال أن المؤسسة متواجدة ولها صفحة خاصة بها في جميع وسائل التواصل الاجتماعي ومن خلالها يتم التفاعل مع الجمهور الخارجي.

6) هل تواجهون صعوبات في التواصل مع الجمهور الخارجي؟

وحسب قول مسؤول العلاقات العامة أنه لا توجد صعوبات عموماً لأن الجمهور عندما تكون له منصة واضحة وقناة إعلامية واضحة يتواصل عبرها مع المؤسسة فلا يوجد ما يشكل عائقاً أو صعوبة في التواصل، ولكن أضاف أنه توجد صعوبة واحدة من جهة المؤسسة وهي صعوبة تنظيم وفلتره وتصنيف الكم الكبير من الرسائل الوارد من المعلومات الذي يصل للمؤسسة من خلال جميع القنوات عن طريق الفاييسبوك، انستغرام، الايميل وصعوبة الرد عليها كاملة وعدم معرفة المهمة منها بسبب عددها الكبير ولهذا يمكن أن نقول عدم وجود عون متفرغ للرد على جميع استفسارات ورسائل الجمهور.

7) ما هو الانطباع الذي تسعى أن ترسخه مؤسسة تاونزة العلمية في أذهان جمهورها؟

حيث أشار أن الانطباع الذي تسعى إليه هو جودة التعليم أو الابتكار في التعليم.

8) هل يفضل جمهوركم التواصل الشخصي المباشر أم التواصل عبر تكنولوجيايات الاتصال الحديثة؟ وما هو تعليقكم في الحالتين؟ وفي تقديرك أيهما أكثر تأثيراً؟

وحسب رأي مدير العلاقات العامة يرى أن الجمهور يفضل التواصل عبر وسائل الاتصال الحديثة باعتبار الوقت الحالي هو عصر التكنولوجيايات الرقمية يعني وجود أولياء وحتى أساتذة يفضلون التواصل مباشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي حيث أن المؤسسة خصصت مجموعة خاصة ومغلقة لكل طور في الفاييسبوك أو تطبيق classe de jo تجمع أساتذة القسم مع أولياء التلاميذ المتدربين بالمؤسسة

ومن خلال هذه المنصتين يمكن للولي متابعة وضعية تدرس ابنه من خلال التواصل واستفسار أي أستاذ، وكما أضاف أيضا توجد فئة تفضل التواصل المباشر مع الإدارة أو الأستاذ لفهم التفاصيل أكثر، كما أن المؤسسة خصصت كل أسبوع ساعة لكل أستاذ لاستقبال الولي سواء الأم والأب للسؤال حول وضعية تدرس التلميذ، يعني أن المؤسسة وفرت كلا الجانبين ولم تغفل أي جانب لتسهيل التواصل مع الأولياء، وفي تقديره أن كلا الجانبين مهم.

(9) ما هي تصوراتكم المستقبلية لاستخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في مؤسسة تاونزة العلمية؟ وفي تصوره يمكن تسهيل العمل الإداري والبيداغوجي من خلال الاستخدام الأمثل لهذه الوسائل لتحقيق الجودة المطلوبة والتوازن في المعلومات المقدمة والأنظمة المعمول بها من طرف كل خلية في المؤسسة.

(10) ما هي المقترحات التي تقدمونها لتعزيز دور تكنولوجيات الاتصال الحديثة في بناء صورة ذهنية حسنة عن المؤسسة؟

وفي اقتراحه هنا تدخل في العلاقات العامة الرقمية وأن لها دور مهم جدا في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة من خلال الترويج لأنشطة المؤسسة أو من خلال التواصل الفعال مع الجمهور، وكما أضاف مقترحا آخر وهو تفعيل واستخدام أكثر لتكنولوجيات الاتصال الحديثة لكي تكون للمؤسسة صورة ذهنية واسعة الانتشار لأن مثل هذه الوسائل من مميزاتا أنها تساعد في الانتشار الواسع لهوية المدرسة ولا تبقى منحصرة فقط في حيز معين.

### نتائج المقابلة:

استنادا على ما جاء في إجابات المقابلة مع مدير العلاقات العامة والإعلام بمؤسسة التربية والتعليم الخاصة تاونزة العلمية يمكن استخلاص النتائج التالية:

- أن أهم الأهداف التي تسعى مؤسسة تاونزة العلمية لتحقيقها هي وجود رؤية مسطرة والتي تتجدد كل ثلاث سنوات ألا وهي بناء منظومة متكاملة للتميز المؤسسي والبيداغوجي والحصول على الاعتراف

الدولي بها في 2024، ومن بين الأهداف أيضا البحث وتطوير المناهج الدراسية والرفع من كفاءة الأساتذة وإيجاد الفرص لهم لتنمية قدراتهم العلمية أكثر، وتكييف المناهج الجديدة ومواكبة أهم التقنيات التربوية التي من خلالها تحقق الأهداف المرجوة، والتواصل مع المؤسسات الرائدة في مجال التعليم والاستفادة من خبرات التجارب السابقة، ورصد الفرص في مجال التربية والتعليم، والمشاركة في المؤتمرات والمحافل الدولية، وخلق بيئة إيجابية في المؤسسة داخليا مع الموظفين والتلاميذ وكذلك البيئة الخارجية للمدرسة مع أولياء التلاميذ والمحيط الخارجي لها.

- أن أهم الاستراتيجيات التي تعتمد عليها المؤسسة لبناء وتعزيز وتحسين الصورة الذهنية لدى جمهورها الداخلي والتي تنقسم الى قسمين الشق الوظيفي ويشمل الأجور، المنح، الامتيازات، الترقية في العمل، واندماج الطاقات في المؤسسة واحساسها بالولاء، والقسم الثاني هو الشق الاجتماعي وذلك من خلال تنظيم رحلات، مخيمات، أنشطة اجتماعية، كما توجد أيضا الاستراتيجية الخارجية التي تهدف الى اشراك الأولياء في العمل (الزيارات الميدانية) واستضافتهم ونقل خبراتهم، كما أنها تسعى لتطبيق استراتيجية التعلم النشط معناها هو عرض الدرس من قبل مجموعة من التلاميذ ويكون الأستاذ مجرد موجه ويكون باستدعاء الأولياء وملاحظتهم لأبنائهم.

- أكدت النتائج أن الدور الذي تلعبه تكنولوجيات الاتصال الحديثة في ممارسة المؤسسة لنشاطاتها هو دور فعال وخاصة في الوقت الحالي والذي يعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا والتطورات الاتصالية والتي أصبحت من الضروريات التي لا يمكن الاستغناء عنها وأن المدرسة تعتمد على هذه التكنولوجيات الاتصالية كليا تقريبا من خلال السعي للوصول الى هدف عدم التعامل مع الأوراق المكتوبة وذلك لاستخدام المؤسسة تطبيق classe de jo والتي يتم عبرها التواصل مع الأولياء لمتابعة سلوك التلميذ مع الأسرة، أيضا تستخدم إدارة العلاقات العامة الإيميل للتواصل مع مختلف المؤسسات وطنيا ودوليا لتسهيل الخدمة وتحسين صورة المؤسسة لدى الجمهور من خلال استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة.

- أن المؤسسة لديها خبراء مختصين في مجال تكنولوجيايات الاتصال الحديثة من خلال الاعتماد على مستشارين خارجيين في هذا المجال سواء كأفراد أو مؤسسات من أجل التحسين المستمر لهذا المجال الحيوي والاستراتيجي والاعتماد على عجلة ديمينج للتطوير والتحسين المستمر في الإدارة.

- أن أهم وسائل تكنولوجيايات الاتصال الحديثة التي تعتمد عليها مؤسسة تاونزة العلمية هي الإيميل ومواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر والانستغرام للتواصل مع الجماهير والتعريف بالمؤسسة وأيضا استخدامها للتطبيقات الالكترونية كتطبيق classe de jo، مما يعني أن المؤسسة قد واكبت التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال من خلال استعمالها لهذه الوسائل والتي سهلت لها مهمة التواصل مع الجمهور الخارجي والتفاعل معه.

- أوردت النتائج أن المؤسسة لا تواجه صعوبات عموما في التواصل مع الجمهور الخارجي ولكن توجد صعوبة واحدة وهي صعوبة الرد على الكم الكبير من الرسائل الوارد للمؤسسة عبر جميع القنوات التي تربط المؤسسة بالجمهور وعدم معرفة المهمة منها لكثرتها وهذا لعدم وجود عون متفرغ للرد على جميع استفسارات ورسائل الجمهور.

- الانطباع الذي تسعى مؤسسة تاونزة العلمية أن ترسخه في أذهان جمهورها هو جودة التعليم أو الابتكار في التعليم من خلال انتهاجها للوسائل التكنولوجية المساعدة في تطوير خدماتها ونشاطاتها.

- أسفرت النتائج أن الجمهور أي أولياء التلاميذ يفضل التواصل عبر وسائل الاتصال الحديثة لما لها من إيجابيات في ربح الوقت واقتصار الجهد والمسافة مما جعل المؤسسة تخصص تطبيق classe de jo ومجموعات خاصة في الفاييسبوك لكل طور للتواصل فيه بين الأساتذة والأولياء، وهناك أيضا قلة من الأولياء يفضل الاتصال المباشر وزيارة المؤسسة للاستفسار أكثر على وضعية ابنه، حيث أن المؤسسة وفرت كل الوسائل المتاحة والمساعدة في التواصل مع الأولياء.

- من التصورات المستقبلية التي تسعى إليها مؤسسة تاونزة العلمية لاستخدامها تكنولوجيايات الاتصال الحديثة أنها تساعد في تسهيل العمل الإداري والبيداغوجي من خلال الاستخدام الأمثل لهذه الوسائل



لتحقيق الجودة المطلوبة والتطور والتميز في الخدمات والتوازن في المعلومات المقدمة والأنظمة المعمول بها من طرف كل خلية في المؤسسة.

- أكدت النتائج أنه لتعزيز دور تكنولوجيات الاتصال الحديثة في بناء صورة ذهنية حسنة عن المؤسسة تدخل في العلاقات العامة الرقمية والتي لها دور في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة من خلال الترويج لها ولأنشطتها أو من خلال التواصل الفعال مع الجمهور، وأيضا تفعيل أكثر لهذه التكنولوجيات الاتصالية والتي من خلالها يمكن تكوين صورة ذهنية واسعة الانتشار كون هذه الوسائل من مميزاتا أنها تساعد في الانتشار الواسع لهوية المؤسسة واتساع نطاقها.

## 6/ النتائج العامة للدراسة:

يتمثل هذا الجزء من الدراسة في عرض لأهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة الميدانية مستخدمين فيها أداتي المقابلة والاستبيان مستهدفين الجمهور الخارجي للمؤسسة والذي يتمثل في أولياء التلاميذ والمسؤول بالعلاقات العامة والإعلام والتي عاجلنا من خلالها العلاقة بين استخدام التكنولوجيات الاتصالية الحديثة بمؤسسة تاونزة العلمية وتشكل صورتها لدى جمهورها محاولين من خلالها الإجابة عن الفرضيات المقترحة في الإشكالية وكذا التساؤلات والتي يمكن حصرها فيما يلي:

- تهدف المؤسسة لتحقيق الرؤية المسطرة والمتجددة كل ثلاث سنوات وهي بناء منظومة متكاملة للتميز المؤسسي والبيداغوجي والحصول على الإعراف الدولي بها في 2024.

- أظهرت النتائج أن الدور الذي تلعبه تكنولوجيات الاتصال الحديثة في ممارسة نشاطات المؤسسة أن لها دور فعال وإيجابي وخاصة في الوقت الحالي والذي يعتمد بشكل كبير على التكنولوجيات الاتصالية التي لا يمكن الإستغناء عنها في تسيير أمور الحياة وخاصة في تسيير خدمات المؤسسات للوصول لأهدافها المنشودة.

- تستخدم المؤسسة محل الدراسة وسائل التكنولوجيات الاتصالية الحديثة للتواصل مع الجمهور الخارجي أي أولياء التلاميذ ومن بين هذه التقنيات والوسائل مواقع التواصل الاجتماعي (-Facebook)

لعملية التواصل مع الولي والتفاعل معه بكل سلاسة وسرعة وفي أقل وقت ممكن.

- يتواصل الأولياء بالمؤسسة بصفة منتظمة عبر الوسائل التكنولوجية الحديثة وهذا يسمح للمؤسسة بتفادي الفوضى والرسائل المرسله العشوائية.

- أهم الاستراتيجيات التي تعتمد عليها المؤسسة لبناء وتحسين الصورة الذهنية لدى جمهورها الخارجي وهو إشراك الأولياء في العمل وتكوين ملتقيات إرشادية وزيارات ميدانية لنقل خبراتهم مما يشكل استحسانا ورضاً ودعماً كبيراً لديهم لإطلاعهم على المستجدات والمواضيع التي تهم التلميذ.

- يفضل الأولياء التواصل بالمؤسسة عبر الوسائل التكنولوجية الحديثة لما لها من مميزات عديدة وذلك تسهيلاً لتلقي أخبار المؤسسة عبرها ومتابعة الأبناء عن كثب في وقت قصير وبأقل جهد ممكن.

- أن مؤسسة تاونزة العلمية لديها خبراء مختصين في مجال تكنولوجيات الاتصال الحديثة من خلال الاعتماد على مستشارين خارجيين في هذا المجال سواء كأفراد أو مؤسسات من أجل التحسين المستمر لهذا المجال الحيوي والاستراتيجي والاعتماد على عجلة ديمينج للتطوير والتحسين المستمر في الإدارة.

- يقوم المبحوثين أي الأولياء بدعوة الأصدقاء لضم أولادهم للمؤسسة وهذا للسمعة الجيدة التي تتميز بها والإعجاب بها من خلال جودة المستوى الدراسي والتربوي والأخلاقي المقدم من طرف المؤسسة واستخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في التدريس والذي من شأنه أن يُمكن من تحفيز الطلبة وهذا يؤدي الى عنصر الفعالية.

- العراقيل التي يمكن أن تعترض وتعطل التواصل مع المؤسسة هو نقص تدفق الأنترنت وانقطاعها أحيانا مما يشكل صعوبة بالاتصال بالمؤسسة.

- أظهرت النتائج مع المبحوثين أن تكاليف مؤسسة تاونزة العلمية مناسبة وغير مُبالغ فيها.

- المؤسسة تسعى جاهدة لحل مشكلة التنمر بين التلاميذ في المؤسسة وتوفير جو آمن للتعلم والإبداع وهذا ما يشكل تأييداً من قبل الأولياء.

- توصلت دراستنا إلى أن الأثر الذي تركته تجربة التعليم الخاص في الجزائر يمثل أثرا إيجابيا ويستحسن تعميمه على جميع الولايات لما له من إيجابيات منها أنه مستقر ولا يشهد أي إضرابات من المعلمين وتلقي الأبناء لتعليم متميز وراقٍ يمكنهم من التميز في المسار الدراسي وأيضا متابعة التلميذ وحمايته من الآفات الاجتماعية، ولما لها من إيجابيات ولكن يقابلها بعض السلبيات من بينها التكلفة المرتفعة التي تفرضها المؤسسة في الدخول لمثل هذه المؤسسات الخاصة.
- أوضحت النتائج أن المبحوثين أي الأولياء يهتمون بالدرجة الأولى بالتفاصيل الدقيقة في متابعة مسيرة تعلم أبنائهم في مؤسسة تاونزة العلمية وهذا من أجل الاطلاع أكثر على مستجداتها.
- أكدت النتائج بأن الأولياء مؤيدون لفكرة تقديم برامج خارج البرنامج الدراسي من طرف المؤسسة وهذا من أجل اكتشاف القدرات والمواهب الكامنة لدى التلميذ ما يزيد من تحسين صورتها لديهم.
- أظهرت النتائج أن الأولياء يرون بأن المستوى التنظيمي لمؤسسة تاونزة العلمية والخدمات التي تقدمها جيد ومنه نستنتج أن هناك بالطبع علاقة بين النظام الداخلي وتوجهات الأولياء.
- هناك فرق واضح بين التعليم الحكومي العام والتعليم الخاص وهو ما يوضح أن هناك انطباع جيد أكثر حول التعليم في المؤسسة الخاصة وهذا من حيث التنظيم والاستقرار ومتابعة التلاميذ وحمايتهم.
- تكاليف الدراسة التي تفرضها المؤسسة يتناسب مع ما تحقق من تحسن مستمر في المستوى العلمي للتلاميذ ونستنتج أن لهما علاقة وطيدة بينهما.
- اعتزاز وافتخار الأولياء بتدريس أبنائهم في مؤسسة تاونزة العلمية وهذا يتبين أن لديهم صورة إيجابية حول المؤسسة.
- أكدت النتائج أن الأولياء يرون أن هناك تحسن مستمر في التحصيل العلمي للأبناء وذلك نتيجة للاهتمام الكبير من طرف المؤسسة في تربية وتعليم التلاميذ واستخدام أحدث مناهج التدريس، وهذا ما يشكل صورة ذهنية جيدة لدى الأولياء.

- من صعوبات التواصل مع الجمهور الخارجي أي الأولياء من جهة المؤسسة أنه توجد صعوبة تنظيم وتصنيف الكم الهائل من الرسائل الوارد من المعلومات الذي يصل للمؤسسة من خلال جميع القنوات عن طريق الفاييسبوك، انستغرام، الايميل وصعوبة الرد عليها كاملة وعدم معرفة المهمة منها بسبب عددها الكبير ولهذا يمكن أن نقول عدم وجود عون متفرغ للرد على جميع استفسارات ورسائل الجمهور، وهذا ما قد يشكل عائقا في التواصل مع الأولياء وربما تدمرهم ولهذا يجب على المؤسسة النظر في هاته المشكلة وحلها من أجل تحسين صورة المؤسسة أكثر.

- تسعى مؤسسة تاونزة العلمية لترسيخ انطباع جودة التعليم أو الابتكار في التعليم في أذهان جمهورها.  
- أكدت النتائج أنه لتعزيز دور تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في بناء صورة ذهنية حسنة عن المؤسسة تدخل في العلاقات العامة الرقمية والتي لها دور في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة من خلال الترويج لها ولأنشطتها أو من خلال التواصل الفعال مع الجمهور، وأيضا تفعيل أكثر هذه التكنولوجيايات الاتصالية والتي من خلالها يمكن تكوين صورة ذهنية واسعة الانتشار كون هذه الوسائل من مميزاتا أنها تساعد في الانتشار الواسع لهوية المؤسسة واتساع نطاقها.

- من التصورات المستقبلية التي تسعى إليها مؤسسة تاونزة العلمية لاستخدامها تكنولوجيايات الاتصال الحديثة أنها تساعد في تسهيل العمل الإداري والبيداغوجي من خلال الاستخدام الأمثل لهذه الوسائل لتحقيق الجودة المطلوبة والتطور والتميز في الخدمات والتوازن في المعلومات المقدمة والأنظمة المعمول بها من طرف كل خلية في المؤسسة.

## 7/ مناقشة الفرضيات على ضوء نتائج الدراسة:

### أ- الفرضية الرئيسية:

تكنولوجيايات الاتصال لا تساهم في تحسين صورة المؤسسة التعليمية بالقدر الذي يقوم به المستوى التعليمي.

إن القائمين على التحصيل العلمي للطلبة في مؤسسة تاونزة العلمية دور كبير في نجاح المنظومة الموجهة للتلاميذ، فبفضل الأساتذة الأكفاء والمؤطرين في هذه المؤسسة والنظم الموجهة للتلاميذ والانتقال على الله، فقد وُفقت في منهجيتها التي اعتمدها، ومما زادها تطورا استعمالها واستغلال تكنولوجيات الاتصال الحديثة في توجيهها الأكاديمي فهي مكتملة لهذا النجاح وهذا من خلال الاستبيان حول آراء الأولياء وموقفهم الإيجابي، مما يضيف على المؤسسة موقفا إيجابيا للمحافظة على الصورة الحسنة لدى جمهورها، ويتضح لنا من خلال هذا التوجه للمؤسسة أن الفرضية محققة.

### ب- الفرضيات الفرعية

– هناك علاقة بين المستوى العلمي للأولياء والرضى عن مؤسسة تاونزة العلمية.

من خلال نتائج الإستبيان تبين أنه بالفعل توجد علاقة بين المستوى العلمي للأولياء والرضى عن المؤسسة فمعظم الأولياء مستواهم التعليمي جامعي وهو ما كوّن لديهم نوعا من الرضى والقناعة بدراسة أبنائهم في مؤسسة تاونزة العلمية، وعليه فإن الفرضية محققة.

– هناك علاقة بين قيمة الصورة الذهنية والجنس.

يمكننا القول بعد الاطلاع على نتائج الاستبيان أنه يوجد علاقة وذلك باختلاف الصورة الذهنية لدى الأب وليست نفسها لدى الأم، ومنه نستنتج أن الفرضية محققة.

– تكون الصورة الذهنية إيجابية لدى الأمهات بينما تكون سلبية لدى الآباء.

بينت النتائج من خلال الاستبيان أن كلاهما لهما صورة ذهنية إيجابية حول المؤسسة فكلا الجنسين قدم آراء تعكس صورة المؤسسة، ولذلك فإن الفرضية غير محققة.

– هناك علاقة بين المعدلات التراكمية للتلاميذ والصورة الإيجابية عن المؤسسة.

يتضح لنا من خلال النتائج المستخلصة من خلال الجدول (18) أن المعدلات المتحصل عليها تترك أثر ايجابي أو صورة إيجابية على ما تقدمه المؤسسة من خلال الاهتمام بالتلاميذ والحرص عليهم. وعليه نقول بأن الفرضية محققة.

الخاتمة

---

خاتمة

## الخاتمة:

يعتبر توظيف تكنولوجيات الاتصال الحديثة من أهم الاستراتيجيات الاتصالية التي يجب أن تعمل بها المؤسسات التعليمية من أجل تسيير أسرع وأفضل للخدمة المقدمة، وهذا ما يتطلبه سوق العمل لتوفير الخدمات في ظل المنافسة بين المؤسسات، ويؤدي استخدام هذه الوسائل من جهة أخرى إلى رسم صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور، يمكنها أن تبقى في أذهانهم لمدة طويلة من الزمن مما يساعد في تقديم خدمة عمومية حقيقية للجماهير.

فمن خلال ما توصلنا إليه في دراستنا نستطيع القول بأن تكنولوجيات الاتصال الحديثة لها دور في تسيير الأعمال البيداغوجية والإدارية من جهة، وتحسين الاتصال مع المحيط من جهة أخرى، وهذا من شأنه أن يؤدي إلى تحسين الصورة الذهنية لدى كل الأطراف المتعاملة مع المؤسسة (الداخلية والخارجية) فتنشأ بذلك الرضا والاستحسان. وهذان الهدفان يمكن اعتبارهما من أهم أهداف العلاقات العامة على الإطلاق.

إن مؤسسة تاونزة العلمية تعتمد كثيرا على هذه التكنولوجيات فهي تساهم في أداء المؤسسة الخاصة وربطها بجمهورها ومحيطها، وأيضا لتتمكن من الصمود في وجه المنافسة الخاصة ومحيطها ولتتمكن من وضع قدميها على قاعدة صلبة، لذا يجب على تاونزة العلمية معرفة طبيعة الانطباعات والصورة التي يحملها الجمهور عنها، فهي تعمل جاهدة من أجل تحسين المستوى الدراسي الذي يتلقاه التلاميذ وربط الأولياء بها عن طريق توظيف هذه الوسائل الاتصالية الحديثة توظيفا براغماتيا عن طريق إعلامهم بكل ما يخص مسار أبنائهم الدراسي ونشاطاتهم البيداغوجية والترفيهية وهذا ما ترك انطبعا جيدا حول المؤسسة لدى كل المتعاملين معها رغم ارتفاع تكاليف الدراسة والأعباء الأخرى.

وفي الأخير وبعد اختبار صحة الفرضيات يمكننا القول بأن تكنولوجيات الاتصال الحديثة واستخدامها استخداما صحيحا وفعالا من قبل مؤسسة تاونزة العلمية ساهم في تحسين صورتها لدى جمهورها وهذا ما أعطى للمؤسسة تلك السمعة الجيدة في محيط فيه الكثير من المنافسة القوية.



# قائمة المراجع

## قائمة المراجع:

### ❖ الكتب:

- 1- أبو قحف عبد السلام، طارق طه أحمد، محاضرات في هندسة الإعلان والإعلان الإلكتروني، ط1، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، 2016.
- 2- البطوطي سعيد، التسويق السياحي، ط1، مكتبة الانجلو مصرية، مصر، 2015.
- 3- البكري إياد شاكر، تقنيات الاتصال بين زمنين، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
- 4- الحكيم فواز منصور، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، دار أسامة للنشر، عمان، 2011.
- 5- الحلبا الحماد خلف لافي، الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 6- الدوي إبراهيم أحمد الدوي، شبكات التواصل الاجتماعي، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر (د.ع.ن)، (د.س.ن).
- 7- الرفاعي أحمد حسين، مناهج البحث العلمي، ط3، دار وائل للنشر، عمان، 2003.
- 8- الشاعر عبد الرحمن بن ابراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 9- الشماليه ماهر عودة وآخرون، تكنولوجيا الاعلام والاتصال، ط1، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 10- الشمري محمد مرضي، العلاقات العامة والإعلام، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016.
- 11- العلاق بشير عباس، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقاله، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2007.
- 12- اللبان شريف درويش، الصحافة الالكترونية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.

- 13- اللبان شريف درويش، تكنولوجيا الاتصال... المخاطر والتأثيرات الاجتماعية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000.
- 14- المشهداني سعد سلمان، مناهج البحث الإعلامي، ط 1، جامعة تكريت كلية الأدب، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة: الجمهورية اللبنانية، 2017.
- 15- الملحم حسام، عمار خيربك، شبكات الإنترنت بنيتها الأساسية وانعكاساتها على المؤسسات، ط 1، دار الرضا للنشر والتوزيع، 2000.
- 16- الهادي محمد محمد، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001.
- 17- انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفا حسام الساموك، الإعلام الجديد تكوين الأداء والوسيلة، ط 1، مكتبة الإعلام والمجتمع، بغداد، 2011.
- 18- باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن- عمان، 2014.
- 19- بشير محمد، الانترنت للمبتدئين، د، ط، دار المعرفة، الجزائر، 2002.
- 20- بن مرسللي أحمد، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- 21- بن مرسللي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- 22- ثائر موسى يونس، شبكات الحاسوب، دار راتب الجامعية للنشر والتوزيع، بيروت، 1994.
- 23- جابر محمد الطماوي، العلاقات العامة وتطبيقاتها العلمية، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2005.

- 24- جواد زين الدين المشهداني محمد، العلاقات العامة في المؤسسات السياحية، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
- 25- حجاب محمد منير، الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
- 26- حجاب محمد منير، المداخل الأساسية للعلاقات العامة... المداخل الاتصالي، ط4، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2006.
- 27- حجاب محمد منير، الموسوعة الإعلامية، ج2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 28- حسين سمير محمد، بحوث الاعلام الأسس والمبادئ، دار الفكر العربي، القاهرة، 1976.
- 29- دشلي كمال، منهجية البحث العلمي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، سوريا، 2016.
- 30- دويدري رجاء وحيد، البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته العملية، دار الفكر، دمشق، 2000.
- 31- سامي فوزي شروق، تكنولوجيا الإعلام الحديث، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
- 32- سعادة صالح محمد، مقدمة الى الأنترنت، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.
- 33- شطاح محمد، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، دار الهدى، الجزائر، 2006.
- 34- شفيق حسن، الإعلام التفاعلي ثورة تكنولوجية جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، دار الفكر والفن للنشر والتوزيع، د.ب، 2008.
- 35- شلباية مراد، وائل أبو مغلي، مقدمة إلى الشبكات، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 36- شومان محمد، عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي، ط1، مجلة عالم الفكر، الكويت، 1999.

- 37- طيطي خضر مصباح إسماعيل، إدارة المعرفة التحديات والتقنيات والحلول، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، 2010.
- 38- عبد الأمير فيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق، عمان، 2005.
- 39- عبد الحميد محمد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، ط2، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 40- عبد الوهاب عبد الباسط محمد، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني: دراسة تطبيقية ميدانية، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، 2005.
- 41- عجوة علي، العلاقات العامة والصورة الذهنية، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 42- عجوة علي، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط1، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 1983.
- 43- علم الدين محمود، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار السحاب، القاهرة، 2005.
- 44- علم الدين محمود، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.
- 45- غرامي وهيبه، تكنولوجيا المعلومات في المكتبات، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012.
- 46- فاضل ناهض، زيدان الجواري، العلاقات العامة والصورة الذهنية، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 47- قندلجي عامر إبراهيم، إيمان فاضل السامرائي، شبكات المعلومات والاتصالات، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

- 48- قندلجي عامر إبراهيم وآخرون، مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، دار اليازوري العلمية، عمان، 2009.
- 49- قندلجي عامر إبراهيم، علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، ط3، دار المسيرة، عمان، 2008.
- 50- مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 51- محمد درار خالد، عبد المالك الدناني، العلاقات العامة الأسس النظرية والممارسة المهنية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2019.
- 52- مكايي حسن عماد، تكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1997.
- 53- ميهوب نزار، مدخل الى العلاقات العامة، ط2، سلسلة المعهد العربي للعلاقات العامة، 2008.
- 54- نجم طه عبد العالي، مناهج البحث الإعلامي، جامعة الإسكندرية، مصر، [د.ت.ط].

## ❖ الأطروحات والرسائل الجامعية:

- 55- الحاج علي محمد حسين ايمان، اتجاهات ممارسي العلاقات العامة نحو استخدام تكنولوجيا الاتصال: دراسة وصفية تحليلية على عينة من ممارسي العلاقات العامة بالجامعات السودانية، رسالة ماجستير في علوم الاتصال، تخصص العلاقات العامة والاعلان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2017.
- 56- السخري هارون، سحبان عبد الحكيم، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية: دراسة ميدانية لمؤسسة المصرف الجزائري للعتاد الكهربائي والغازي ب تقرت، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014\2015.

- 57- النوافلة يزن أكرم، الدور الاتصالي للعلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الصيادلة: شركة الحكمة الأردنية للأدوية نموذجاً، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2020.
- 58- بغدادي حياة، وردى عبد النور، تأثير وسائل تكنولوجيا الاتصالات الحديثة على أداء الموارد البشرية في المؤسسات التربوية الجزائرية(المدرسة)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية، تخصص إدارة الموارد البشرية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019\2020.
- 59- بن عبد الحفيظ لطيفة، حميدا تني ندى، مساهمة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير العملية التعليمية: دراسة ميدانية بكلية العلوم والتكنولوجيا بجامعة 8 ماي 1945 قلمة، تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 2020\2021.
- 60- بوتويوة منية، حنان بن بلي، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي بمؤسسة اتصالات الجزائر: دراسة ميدانية بالوكالات التجارية لولاية جيجل، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2016\2017.
- 61- بوعيشة سميرة رابح، الدعوة الإسلامية عبر الأنترنت، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الأمير عبد القادر، 2003.
- 62- بوقلي مروة، معمري فلة، تكنولوجيا اتصالات وتطبيقاتها في المؤسسة الخدمانية الجزائرية: دراسة ميدانية بمؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء بأم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014\2015.
- 63- بولعويديات حورية، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007\2008.

- 64- بونابي مصطفى، عادل زكرياء، استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2019\2020.
- 65- جلطي خديجة، قسوس أحلام، آليات الاتصال الداخلي ودوره في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية: دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر بمستغانم، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018/2019.
- 66- حاج أحمد كريمة، العلاقات العامة وتطبيقاتها للتكنولوجيات الحديثة في المؤسسات الاتصالية: مؤسسة أوريدو للاتصالات نموذجاً، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في المدرسة الدكتورالية للعلوم الاجتماعية والانسانية، تخصص الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2017\2018.
- 67- دواي شاحجة، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تنمية المهارات الإعلامية لدى الصحفي الجزائري: شبكات التواصل الاجتماعي والهاتف النقال نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال، جامعة المسيلة، 2013\2014.
- 68- زودة مبارك، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية: قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.
- 69- سدحان عبد الأمين، التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال ودورها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الإعلامية: المؤسسة الوطنية للصحافة - النصر - قسنطينة نموذجاً، مذكرة مكملة للحصول على شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017\2018.
- 70- عزابيزة إيمان وآخرون، تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة في اتخاذ القرار المؤسساتي: دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر مديرية قلمة نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة 8 ماي 1945 قلمة، 2018\2019.



- 71- عيادي آمنة، فاطمة كاتب، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية: المديرية الولائية للأمن بأم البواقي نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016\2015.
- 72- قرين فاتن، سعاد بويدون، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل المؤسسة الإعلامية: دراسة ميدانية بإذاعة جيجل نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2016\2017.
- 73- عبد الله محمد وائل، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية لديوان الضرائب الاتحادي، بحث تكميلي مقدم لنيل درجة الماجستير في الإعلام الأمني، الخرطوم، 2016/2015.
- 74- لونيس نجاوة، أهمية العلاقات العامة في الرباطات الجهوية في حل المشكلات الإدارية التي تواجه رؤساء الفرق للكرة الطائرة: دراسة ميدانية بالرابطة الجهوية لكرة الطائرة، مذكرة ماجستير في الإدارة والتسيير الرياضي، جامعة بجاية، 2011\2012.
- 75- مجدوب حسبية، لطيفة العايب، توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة في المؤسسات الخدمية الجزائرية: دراسة ميدانية بمطار فرحات عباس، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017\2018.
- 76- ممدوح مبارك الرعود عبد الله، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011.
- 77- منصر خالد، علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة باتنة، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012.

78- مهية زينب، تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على العمليات الإدارية بالمؤسسة: دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر تبسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، تخصص الإعلام والاتصال في التنظيمات، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2019\2020.

## ❖ المجلات والدوريات:

79- تحسين منصور، هيا تحسين منصور، أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني، دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، مج 41، مل 2، 2014.

80- البحيصي عصام محمد، تكنولوجيا المعلومات الحديثة وأثرها على القرارات الإدارية في منظمات الأعمال، مجلة الجامعة الإسلامية، ع 1، فلسطين، 2006.

81- حديد يوسف، تكنولوجيا الاتصال الحديثة واختراق الخصوصية الثقافية للأسرة الحضرية الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع 17، جامعة جيجل، الجزائر، 2014.

82- سوامية عبد الرحمان، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع 21، جامعة باتنة، 2015.

83- شومان محمد، عولمة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي، م 28، ع 2، مجلة عالم الفكر، الكويت، أكتوبر - ديسمبر، 1999.

## ❖ الملتقيات والمحاضرات:

84- شتوح رياض، الإشكالات القانونية المترتبة عن استخدام وسائط الإعلام الجديد، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الدولي الثاني بجامعة بسكرة، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر الفرص والتحديات، 25\26 نوفمبر، 2014.

85- الصادق الحمامي، كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية' إحدى عشر مسألة أساسية، نص عرض في ندوة الشبكات الاجتماعية الافتراضية والشباب الإماراتي: الواقع والتحديات، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، 2012

## ❖ المواقع الإلكترونية:

86- صفحة رسمية لمؤسسة تاونزة العلمية، الرابط:

<https://www.facebook.com/tawenzaschool>، يوم التصفح 2022/05/19.

87- إلياس الحاج موسى مدير العلاقات العامة والإعلام والتعاون الخارجي بمؤسسة تاونزة العلمية، مطوية إلكترونية (دليل مدرسة تاونزة العلمية)، [ilyes85hm@yahoo.fr](mailto:ilyes85hm@yahoo.fr)، يوم 2022/05/12.

88- قاموس متاح على الخط: عن المكتبات والمعلومات بواسطة Joan M.Reitz

<http://www-abc-clio.com/odlis-as.aspx>.

## ❖ المراجع باللغة الأجنبية:

89- Jean François-Ruiz: **Les Reseaux Sociaux D'entreprise**, le livre blanc, PP 8-9, sur le site [www.le212](http://www.le212.info/FILLE) info/FILLE date d'accès.

90- ZIMMERMAN Jan, **Le marketing sur internet pour les nuls**, 3ème éditions, Edition First-Grund, Paris, 2012.

لجميع

الملاحق

الملحق رقم 01: بين استمارة الدراسة الاستطلاعية حول المؤسسة المبحوثة

جامعة غرداية

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

ماستر 2

استمارة معلومات حول المؤسسة

في إطار التحضير لمذكرة تخرج في علوم الإعلام والاتصال بعنوان: العلاقة بين استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في المؤسسات الخاصة والصورة الذهنية لدى جمهورها -دراسة حالة المؤسسة التعليمية الخاصة تاونزة-، يطيب لنا التواصل معكم لإفادتنا ببعض البيانات الضرورية لتحديد المجتمع الإحصائي الخاص بدراستنا. وعليه نقدم الأسئلة التالية:

1- ما هو عدد الطلبة المتدربين في جميع الأطوار بمؤسستكم؟

2- ما هو عدد الذكور والإناث؟

3- ما هو التوزيع الجغرافي للطلبة المتدربين (المدينة الأصلية المولودين فيها)؟

4- ما هي نسب النجاح والرسوب لسنة 2020-2021؟

وتقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير .

المشرف : د. طوابية محمد

الطالبان :

نجار منال

بن حليلة حسينة

# المراجع

29	التحضيرى		
314	الابتدائى		
220	المتوسط	725	عدد المتعلمين
137	الثانوى		
		83	عدد الطاقم الإجمالى
		31	عدد الأفواج (فترة عادية)
		41	عدد الأفواج (فترة كورونا)



2022/2021

2007/2008

86	عدد المتعلمين (تحضيرى + ابتدائى)
08	عدد الطاقم الإجمالى
04	عدد الأفواج التعليمية

الملحق رقم 02: يبين نمو مدرسة تاويزة العلمية 2007 – 2022



# المراجع

الملحق رقم 04: بين مواقع تواصل المؤسسة



## للتواصل والاستفسار

إلياس الحاج موسى

مدير العلاقات العامة والإعلام والتعاون الخارجي

مدرسة تاونزة العلمية / غرداية - الجزائر



[www.tawenza-school.org](http://www.tawenza-school.org)



00213667640932



[info@tawenza-school.org](mailto:info@tawenza-school.org)



00213663067382



[www.fb.com/tawenzaschool](https://www.facebook.com/tawenzaschool)



[www.youtube.com/c/TawenzaScientificSchoolTV](https://www.youtube.com/c/TawenzaScientificSchoolTV)



الملحق رقم 05: استبانة موجهة لجمهور المبحوثين

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال



استمارة بحث موجهة للجمهور الخارجي (لأولياء تلاميذ مدرسة التربية والتعليم الخاصة تاونزة العلمية)

العلاقة بين استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في المؤسسات الخاصة والصورة

الذهنية لدى جمهورها

(دراسة حالة المؤسسة التعليمية الخاصة تاونزة العلمية \_ غرداية\_)

إشراف الأستاذ:

- د / طوابية محمد

من إعداد الطالبين:

- بن حليلة حسينة

- نجار منال

أخي الفاضل أختي الفاضلة: السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته، وبعد التحية :  
لأجل إتمام الجانب التطبيقي للدراسة الموسومة بعنوان "العلاقة بين استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في  
المؤسسات الخاصة والصورة الذهنية لدى جمهورها (دراسة حالة المؤسسة التعليمية الخاصة تاونزة العلمية)"

# المراجع

التي تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر تخصص إتصال وعلاقات عامة، ولأجل إثراء هذا الموضوع من حيث الدراسة الميدانية أضع بين أيديكم هذا الاستبيان للإجابة عليه، كما أحيطكم علماً أن المعلومات التي سيتم جمعها ستعامل بكل سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، وأن مشاركتكم ستعكس إيجاباً على بحثنا بالمستوى الذي نطمح إليه وعلى المؤسسة التي ينتمي إليها أبناؤكم، وننوه بأن إهمال أي سؤال سيجعل هذا العمل غير مكتمل، في انتظار ردودكم تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

الرجاء وضع اشارة (X) في المربع الذي ينطبق عليك:

أسئلة الاستبيان:

البيانات الشخصية

- الجنس:

ذكر

أنثى

-المستوى الدراسي:

متوسط

ثانوي

جامعي

المحور الأول: مدى استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة من طرف أولياء التلاميذ

1- كيف تتواصل المؤسسة معكم ؟ عن طريق:

الاستدعاء

SMS

البريد الإلكتروني

البريد العادي

وسيلة أخرى .....

2- هل تواصلكم مع المؤسسة يكون بصفة منتظمة ؟

لا

نعم

3- هل تنظم مؤسسة تاونزة ملتقيات إرشادية لأولياء التلاميذ ؟

لا

نعم

4- ما هي الطريقة التي تفضلها في الاتصال بالمؤسسة ؟

عبر وسائل الاتصال الحديثة

مع المؤسسة مباشرة

5- هل تُطلعكم المؤسسة بشكل دائم على المستجدات الخاصة بأبنائكم؟

نعم  لا

6- هل تقوم بدعوة أصدقائك إلى نقل أبنائهم إلى مؤسسة تاونزة؟

نعم  لا

هل يمكن تبرير الإجابة في حالة الإيجاب أو النفي؟

.....  
.....

7- ما هي العراقيل التي يمكن أن تمنع أو تعطل التواصل مع المؤسسة؟

.....  
.....  
.....

8- هل تتدخل المؤسسة في حل مشكلة التنمر الذي يحدث بين التلاميذ في بعض الأحيان؟

نعم  لا

وإن كان هذا التدخل موجودا فما موقفكم منه؟

.....  
.....

9- في رأيك، هل تجربة التعليم الخاص في الجزائر عموما لها أثر إيجابي على التربية والتعليم؟

.....  
.....

الخور الثاني: الصورة الذهنية لمؤسسة تاونزة العلمية لدى أولياء التلاميذ

ضع علامة عند الحكم المناسب لك

الرقم	العبارات	موافق جدا	موافق	محايد	معارض	معارض جدا
01	تكاليف الدراسة في مؤسسة تاونزة مناسبة					
02	المستوى التنظيمي للمؤسسة والخدمات التي تقدمها جيد					
03	هناك فرق واضح بين التعليم الحكومي العام والتعليم الخاص					
04	هناك تحسن مستمر في مستوى التحصيل العلمي للتلاميذ في تاونزة					
05	ما يقدم للتلاميذ خارج البرنامج الدراسي من نشاطات إضافية جيد					
06	توجد عراقيل حقيقية في التواصل مع المؤسسة الخاصة					
07	أهتم بالتفاصيل الدقيقة عند تعليم أبنائي في مؤسسة خاصة					
08	هناك تنمر داخل مؤسسة تاونزة يعيق عملية التعليم					
09	هناك تحسن في مستوى العلمي للتلاميذ في مؤسسة تاونزة					
10	تكاليف الدراسة التي تفرضها المؤسسة يتناسب مع ما تحقق من تحسن في المستوى العلمي للتلاميذ					

					أعتر بتدريس أبنائي في مؤسسة تاونزة	11
--	--	--	--	--	------------------------------------	----

الملحق رقم 06: مقابلة موجهة لمدير العلاقات العامة والإعلام

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال



استمارة مقابلة بمدرسة التربية والتعليم الخاصة تاونزة العلمية - ولاية غرداية - حول موضوع

العلاقة بين استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في المؤسسات الخاصة والصورة الذهنية لدى جمهورها

(دراسة حالة المؤسسة التعليمية الخاصة تاونزة العلمية \_ غرداية\_)

إشراف الأستاذ:

- د/ طوابية محمد

من إعداد الطالبتين:

- بن حليلة حسينة

- نجار منال

اسم الموظف: إلياس الحاج موسى

الوظيفة: مدير العلاقات العامة والإعلام بمدرسة تاونزة العلمية

تاريخ إجراء المقابلة: يوم 10 ماي 2022 على الساعة (8:00) صباحا

## أسئلة المقابلة:

- 1- ماهي أهم الأهداف التي تسعى مؤسسة تاونزة إلى تحقيقها؟
- 2- ماهي أهم الإستراتيجيات التي تعتمد عليها مؤسستكم لتحقيق أهدافها؟
- 3- ماهو الدور الذي تلعبه تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في ممارسة المؤسسة لنشاطاتها؟ وهل تحسن من صورة المؤسسة لدى جمهورها؟
- 4- هل تقوم المؤسسة بتوظيف خبراء مختصين في مجال تكنولوجيايات الاتصال الحديثة؟ وماهي أهمية دورها؟
- 5- ماهي أهم وسائل تكنولوجيايات الاتصال التي تعتمدون عليها للتواصل مع الجمهور الخارجي؟
- 6- هل تواجهون صعوبات في التواصل مع الجمهور الخارجي؟
- 7- ما هو الانطباع الذي تسعى أن ترسخه مؤسسة تاونزة في أذهان جمهورها؟
- 8- هل يفضل جمهوركم التواصل الشخصي المباشر أم التواصل عبر تكنولوجيايات الاتصال الحديثة؟ وما هو تعليقكم في الحالتين؟ وفي تقديرك أيهما أكثر تأثيرا؟
- 9- ما هي تصوراتكم المستقبلية لاستخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في مؤسسة تاونزة؟
- 10- ماهي المقترحات التي تقدمونها لتعزيز دور تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في بناء صورة ذهنية حسنة عن المؤسسة؟

الملحق رقم 07: مخرجات برنامج SPSS

**Frequencies Statistics**

	الجنس	المستوى
N Valid	60	60
Missing	0	0

**Frequencies Statistics**

	الجنس	المستوى	x1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
N Valid	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0

**Frequency Table**

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

## المراجع

Valid	1.00	32	53	53	53
	2.00	28	47	47	100.0
Total		60	100.0	100.0	

المستوى

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	8	8	8
	2.00	13	22	22	30.0
	3.00	42	70.0	70.0	100.0
Total		60	100.0	100.0	

x1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	5.0	5.0	5.0
	2.00	19	32	32	36.7



3.00	6	10.0	10.0	46.7
4.00	20	33.3	33.3	80.0
5.00	12	20.0	20.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**X2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	47	78.3	78.3	78.3
2.00	13	21.7	21.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**X3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	1.00	57	95.0	95.0	95.0
	2.00	3	5.0	5.0	100.0
Total		60	100.0	100.0	

**X4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	23	38	38	38
	2.00	37	62	62	100.0
Total		60	100.0	100.0	

**X5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	53	94	94	94
	2.00	7	6	6	100.0

Total	60	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

**X6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	38	63	63	63
2.00	22	37	37	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**X7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	49	82	82	82
2.00	11	18	18	100.0
Total	60	100.0	100.0	

DESCRIPTIVES VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10  
Y11/STATISTICS=MEAN STDDEV.

## Descriptives

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Y1	60	3.2000	.93519
Y2	60	3.9833	.81286
Y3	60	4.0167	.94764
Y4	60	3.7000	1.01347
Y5	60	4.2333	.69786
Y6	60	2.4500	1.06445
Y7	60	4.6167	.55515
Y8	60	2.8167	1.20016
Y9	60	3.9833	.77002

	Y10	60	3.3833	.88474
	Y11	60	4.1833	.72467
Valid	N	60		
	(listwise)			

### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

.681	18
------	----

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
y	60	2.45	4.55	3.6879	.43530
Valid N (listwise)	60				