وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة يحي فارس بالمدية
كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال

رقمنة الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية ودورها في تحسين صورتها الذهنية

ـ دراسة حالة جامعة يحي فارس المدية ـ

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر تخصص: اتصال وعلاقات عامة

: إعداد الطالبة:
رونق موسي

اشراف الدكتورة:
راشدي وردية

السنة الجامعية:

1446/1445هـ -2025/2024م

شكر وعرفان

الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات، وبتوفيقه تذلل الصعوبات.

وبعد مشوار طويل من الجد والاجتهاد، لا يسعني في هذا المقام الا أن أقدم أسمى آيات الشكر والعرفان لكل من كان له الفضل بعد الله سبحانه وتعالى، في انجاز هذه المذكرة.

أتقدم بخالص الشكر والتقدير الى أستاذتي المشرفة "وردية راشدي" لما قدمته لي من توجيهات قيمة، ونصائح بناءة، ودعم متواصل طيلة مراحل هذا العمل الأكاديمي. فقد كان لإشرافها الأثر الكبير في اخراج هذا البحث بهذا الشكل.

كما يسرني أن أقدم بخالص الشكر والعرفان لأساتذة اللجنة المناقشة لتفضلهم بالموافقة على مناقشة هذه المذكرة.

كما أتوجه بجزيل الامتنان الى أساتذة قسم الاعلام والاتصال بجامعة يحي فارس، الذين لم يبخلوا علينا بعلمهم وخبرتهم، فكانوا نبراسا في طريق العلم والمعرفة.

الاهداء

"وآخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين"

ها أنا أتوج لحظاتي الأخيرة في ذلك الطريق الذي كان يحمل في باطنه العثرات والاشواك... ورغما عنها ظلت قدمي تخطوا بكل صبر وطموح وعزيمة وتفاءل وحسن ظن بالله، وكم من الأيام شعرت بثقلها ومرارتها ولكن لم تعيقني بل كانت ذكرى تمر لنيل الاحلام.

الى من كلله الله بالهيبة والوقار، الى من أحمل اسمه بكل فخر وزين اسمي بأجمل الألقاب، الى من حصد الاشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم بعد فضل الله ما أنا فيه يعود اليه، الرجل الذي سعى طول حياته لكي نكون فضل منه "أبي الغالي".

الى من جعل الله الجنة تحت اقدامها، الى ملاكي في الحياة التي احتضنتني بقلبها قبل يديها وسهلت لي الشدائد بدعائها، التي كانت لي الام والاخت ووجهتي الدائمة "أمي الحبيبة".

الى مصدر قوتي وضلعي الثابت وأمان أيامي الى ملهمي نجاحي من شددت عضدي بهم فكانوا لي ينابيع أرتوي منها اخوتي "محمد"، "ريماس"، "ريهام".

الى من كانوا السند والدافع الى من كانت دعواتهم النور الذي أنار طريقي...

الى عائلتي العزيزة، التي لم تبخل علي يوما بالدعم والمحبة فلكم مني كل الامتنان والتقدير

خاصة ابنة خالتي "دلال" التي كانت لي أختا، شكرا لوجودك الدائم ودعمك الذي لن أنساه

الى رفيقات السنين وأصحاب الشدائد "أمال، كوثر، مليكة، خولة، بسمة، رفيدة"

أهديكم هذا الإنجاز وثمرة نجاحي الذي طالما تمنيته

وأخيرا من قال أنا لها نالها وأنا لها رغما عنها أتيت بها ما كنت لأفعل لولا توفيق من الله

الحمد لله

ملخص الدراسة:

تهدف دراستنا الموسومة ب "رقمنة الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية ودورها في تحسين الصورة الذهنية لها _ دراسة حالة جامعة يحي فارس-المدية _ في الفترة الممتدة ما بين جانفي-جوان 2025" الى تحليل آليات استخدام الوسائل الرقمية الحديثة في التواصل مع الجمهور الخارجي، ومدي فاعليتها في انطباع إيجابي عن المؤسسة، وقد قمنا بطرح الإشكالية التالية:

كيف ساهم توظيف الرقمنة في الاتصال الخارجي على الصورة الذهنية لمؤسسة جامعة يحي فارس بالمدية؟

ولتحقيق هذا الهدف ركزنا على معرفة مدى فعالية الوسائل الرقمية في إيصال المعلومات والتفاعل مع الجمهور، حيث تناولنا في الجانب النظري بدراسة كل جوانب الرقمنة والاتصال الخارجي والصورة الذهنية، مع التركيز على دور الوسائط الرقمية في تحديث وتطوير أساليب الاتصال المؤسسي. واعتمدت هذه الدراسة على منهج دراسة الحالة الذي طبق على العينة القصدية والتي تمثلت في جمهور الجامعة الداخلي والخارجي لمعرفة مستوى تفاعل الجامعة عبر القنوات الرقمية باستخدام أداة الاستبيان التي وزعت على 100 مفردة وأيضا المقابلة والملاحظة، وتوصلنا الى مجموعة من النتائج أهمها:

الرقمنة ساهمت بشكل ملحوظ في تحسين صورة الجامعة الذهنية من خلال تسهيل الوصول الى المعلومات، وتوفير قنوات تواصل أكثر سرعة وفعالية. غير أن هناك العديد من التحديات التي واجهتها مما أثر على استمرارية الانطباع الإيجابي.

وفي الختام توصي الدراسة بضرورة تبني استراتيجية رقمية متكاملة للاتصال الخارجي وتدريب القائمين على إدارة هذه القنوات لضمان تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها الخارجي.

Abstract:

Our study, titled "Digitizing Public Institutions' External Communication and Its Role in Improving Their Corporate Image - A Case Study of Yahya Fares University in Medea - During the Period January-June 2025," aims to analyze the mechanisms for using modern digital media to communicate with external audiences and their effectiveness in creating a positive impression of the institution. We posed the following question:

How has the use of digital media in external communication contributed to the corporate image of Yahya Fares University in Medea?

To achieve this goal, we focused on determining the effectiveness of digital media in conveying information and interacting with the public. In the theoretical aspect, we examined all aspects of digitization, external communication, and corporate image, with a focus on the role of digital media in modernizing and developing corporate communication methods. This study relied on a case study approach applied to a purposive sample of the university's internal and external audiences. The study assessed the university's level of engagement across digital channels using a questionnaire distributed to 100 individuals, as well as interviews and observations. We reached a set of key findings, the most important of which are:

Digitization has significantly contributed to improving the university's public image by facilitating access to information and providing faster and more effective

communication channels. However, there are numerous challenges it has faced, which have impacted the sustainability of this positive impression.

In conclusion, the study recommends adopting an integrated digital strategy for external communication and training those responsible for managing these channels to ensure the institution's image is enhanced among its external audience.

فهرس المحتويات:

الرقم	العنوان	الصفحة
	الإطار المنهجي للدراسة	
01	إشكالية الدراسة وتساؤلاتها	01
02	أسباب اختيار الموضوع	02
03	أهداف الدراسة	03
04	أهمية الدراسة	03
05	الدراسات السابقة	10-04
06	تحديد مفاهيم الدراسة	16-11
07	منهج الدراسة وأدواته	20-16
08	مجتمع البحث وعينة الدراسة	22-21
09	حدود الدراسة	22
	الإطار النظري للدراسة	
المحور الأول: مدخل عام إلى الرقمنة: المفهوم، النشأة، الخصائص والعناصر		
01	ماهية الرقمنة	29
02	نشأة مفهوم الرقمنة	30
03	خصائص الرقمنة	31
04	عناصر الرقمنة	34-32
05	د ور الرقمنة في فعالية العملية الاتصالية للمؤسسات	35-34
06	مزايا وعيوب الرقمنة	38-35
المحور الثاني: مدخل عام إلى الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية		
01	تعريف الاتصال الخارجي	41

02	وسائل الاتصال الخارجي	44-41
03	اهداف واهمية الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية	44
04	إيجابيات وسلبيات الاتصال الخارجي	46-45
05	صعوبات وتحديات رقمنة الاتصال الخارجي في المؤسسات	47-46
لمحور الثالث: الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية وعلاقتها برقمنة الاتصال الخارجي		
01	مفهوم الصورة الذهنية	51
02	أنواع الصورة الذهنية في المؤسسة	53-52
03	أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية	55-53
04	علاقة الصورة الذهنية برقمنة الاتصال الخارجي	55
الإطار التطبيقي		
01	نبذة تاريخية عن مؤسسة جامعة يحي فارس	59-58
الخاتمة		

قائمة الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
المحور الأول: المعلومات العامة		
01	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	**60**
02	توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية	**61**
03	توريع أفراد العينة حسب الصفة	**62**
المحور الثاني: الوسائل الرقمية المستخدمة في الاتصال الخارجي		
01	مركب بين علامة الجنس في استخدام الجامعة للوسائل الرقمية	**63**
02	مركب بين علامة متغير الفئة العمرية لاستخدام الجامعة للوسائل الرقمية	**64**
03	مركب بين علامة متغير الصفة لاستخدام الجامعة للوسائل الرقمية في التواصل	**65**
04	مركب علامة متغير الجنس في تقييم المعلومات المتوفرة عبر الوسائل الرقمية	**66**
05	مركب بين علامة الفئة العمرية لاستخدام الوسائل الرقمية في التواصل	**67**
06	مركب بين علامة متغير الصفة لاستخدام الجامعة للوسائل الرقمية في التواصل	**68**
07	مركب بين علامة متغير الجنس في سهولة الوصول الى المعلومات المطلوبة عبر القنوات الرقمية	**69**
08	مركب لعلامة متغير الفئة العمرية لسهولة الوصول الى المعلومات المطلوبة عبر القنوات الرقمية	**70**

09	مركب لعلامة متغير الصفة لسهولة الوصول الى المعلومات المطلوبة عبر القنوات الرقمية	**71**
المحور الثالث: تأثير الرقمنة في الاتصال الخارجي على الصورة الذهنية للجامعة		
01	مركب بين علامة متغير الجنس لتعزيز صورة الجامعة من خلال استخدام الرقمنة في الاتصال الخارجي	**72**
02	مركب بين علامة متغير الفئة العمرية لتعزيز صورة الجامعة من خلال استخدام الرقمنة في الاتصال الخارجي	**73**
03	مركب بين علامة متغير الصفة لتعزيز صورة الجامعة من خلال استخدام الرقمنة في الاتصال الخارجي	**74**
04	مركب بين علامة متغير الجنس لتفاعل الجمهور مع المجتمع الخارجي عبر الوسائل الرقمية	**75**
05	مركب بين علامة متغير الفئة العمرية لتفاعل الجمهور مع المجتمع الخارجي عبر الوسائل الرقمية	**76**
06	مركب بين علامة متغير الصفة لتفاعل الجمهور مع المجتمع الخارجي عبر الوسائل الرقمية	**77**
07	مركب بين علامة متغير الجنس لسرعة استجابة الجامعة لاستفسارات الجمهور عبر الوسائل الرقمية	**78**
08	مركب بين علامة متغير الفئة العمرية لسرعة استجابة الجامعة لاستفسارات الجمهور عبر الوسائل الرقمية	**79**
09	مركب بين علامة متغير الصفة لسرعة استجابة الجامعة لاستفسارات الجمهور عبر الوسائل الرقمية	**80**
10	مركب بين علامة متغير الجنس بمساهمة الرقمنة في تحسين مستوى الشفافية في التواصل بين الجامعة والجمهور	**81**
11	مركب بين علامة متغير الفئة العمرية بمساهمة الرقمنة في تحسين مستوى الشفافية في التواصل بين الجامعة والجمهور	**82**

12	مركب بين علامة متغير الصفة بمساهمة الرقمنة في تحسين مستوى الشفافية في التواصل بين الجامعة والجمهور	83
المحور الرابع: تجربة المستخدم		
01	مركب بين علامة متغير الجنس بالصعوبات التقنية التي واجهها مستخدمو الوسائل الرقمية الخاصة بالجامعة	84
02	مركب بين علامة متغير الفئة العمرية بالصعوبات التقنية التي واجهها مستخدمو الوسائل الرقمية الخاصة بالجامعة	85
03	مركب بين علامة متغير الصفة بالصعوبات التقنية التي واجهها مستخدمو الوسائل الرقمية الخاصة بالجامعة	86

قائمة الاشكال:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	
02	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية	
03	شكل يوضح توزيع العينة حسب الصفة	

مقدمة:

شهد العالم في السنوات الأخيرة تطورات مسرعة في مجال التكنولوجيا الاعلام والاتصال، مما أدى الى بروز مفاهيم جديدة متعلقة بالاتصال المؤسسي، ومن أبرزها الرقمنة التي أصبحت ضرورة، أملتها متطلبات العصر الحديث خاصة على مستوى المؤسسات العمومية، فقد أصبحت هذه الأخيرة مطالبة اليوم بهذا التحول الرقمي، من خلال تحديث استراتيجيات الاتصالية، وبالخصوص الاتصال الخارجي الذي يعد أداة رئيسية في تفاعل المؤسسة مع محيطها الخارجي وتشكيل انطباع عام عنها.

والاتصال الخارجي على اعتباره يربط المؤسسة بالمحيط الخارجي وهو من أهم الأنشطة التي تساهم في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة، حيث أن الطريقة التي تتواصل بها المؤسسة مع جمهورها الخارجي تساهم بشكل مباشر في تصوراتهم عنها، بمعنى إذا كان الاتصال الخارجي فعال تكون الصورة الذهنية للمؤسسة إيجابية والعكس صحيح، أي إذا كان الاتصال الخارجي غير فعال ولا يتم بالوسائل الجيدة فإن الصورة الذهنية سوف تكون سلبية ولاسيما أمام انتشار التكنولوجيا الحديثة، ومع دخول الرقمنة تغيرت طبيعة هذا الاتصال حيث أصبح أكثر تفاعلية، أسرع وأكثر دقة للوصول الى الجمهور بشكل أسهل وفعالية، وبتفعيل مواقع التواصل الاجتماعي التي كثيرا ما تنقد العديد من المؤسسات اثر سوء خدماتها، وفي حديثنا عن التكنولوجيا الحديثة للاتصال ووسائط التواصل الاجتماعي نجد أن معظم المؤسسات الجزائرية لا سيما الاقتصادية والخدماتية العمومية تميل الى الرقمنة، أي رقمنة خدماتها من جهة ورقمنة أساليب اتصالها من جهة أخرى ولا تشمل هذه الأخيرة الاتصال الداخلي فقط انما تمتد لتستقطب كذلك الاتصال الخارجي، والذي لا يتم عبر الوسائل التقليدية فقط وانما يمكن أن يتم عبر الوسائل التقليدية فقط وانما يمكن أن يتم عبر الوسائل الرقمية من مواقع تواصل اجتماعي والبريد الالكتروني والروابط الالكترونية... وغيرها من برامج مخصصة للاتصال الخارجي.

تعتبر مؤسسة الجامعة أو الجامعة الجزائرية من بين الجامعات التي عززت الرقمنة في اتصالها خاصة في اتصالها الخارجي ويرجع سبب ذلك الى استرجاع مكانتها وتحسين سمعتها الذهنية لدى المحيط الخارجي والداخلي على حد السواء وجعل الجامعة وفق مقتضيات التعليمات الوزارية قاطرة المجتمع أي بمعنى قاطرة التنمية وتعتبر جامعة المدية من بين الجامعات التي سعت في هذه السنوات الأخيرة الى رقمنة كل عملياتها خاصة في الاتصال الخارجي، وشمل ذلك في كل كلياتها بالإضافة الى رئاسة الجامعة، تجلى ذلك من خلال تخصيص فضاءات الكترونية خارجية وتعزيز مستويات تفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إضافة الى التنقل الى المؤسسات الأخرى وفتح منصات رقمية تفاعلية خارجية ما الى ذلك من أساليب اتصالية أخرى، الشيء الذي دفعنا الى طرح التساؤل حول دور رقمنة الاتصال الخارجي في تحسين الصورة الذهنية لهذه الجامعة وكان الهدف الأساسي لها تقييم فعالية الاتصال الخارجي المرقمن لدى جامعة يحي فارس المدية ودورها في تحسين الصورة الذهنية الإيجابية.

اعتمدنا في ذلك إطار لمعالجة هذه الدراسة وتمثل في:

أولا الإطار المنهجي الذي تم فيه تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأسباب اختيار الموضوع واهداف الدراسة واهميتها إضافة الى الدراسات السابقة ثم تحديد المفاهيم والمصطلحات إضافة الى منهج الدراسة وادواته ومجتمع البحث والعينة وحجمها.

وفي الإطار النظري تطرقنا الى أربع محاور بالنسبة الى المحور الأول تعرفنا الى ماهية الرقمنة ثم في المحور الثاني تطرقنا الى التعريف بالاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية والمحور الثالث تمادى الى الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية وتأثيرها على رقمنة الاتصال الخارجي وفي المحور الرابع كان شامل حيث تطرقنا الى التحديات والافاق المستقبلية لرقمنة الاتصال الخارجي في المؤسسات العمومية.

وأخيرا في الجانب التطبيقي تم فيه التعريف بجامعة يحي فارس المدية ثم عرض البيانات وتحليلها وتفسيرها ثم عرض عام لنتائج الدراسة والتوصيات والخاتمة.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي للدراسة

1-إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

يعتبر الاتصال عنصرا حاسما في نجاح المؤسسات الشركات فمن خلاله يتم تبادل المعلومات والأفكار والآراء بين أعضاء الإدارات المختلفة مما يسهم في حل المشكلات وتحقيق الأهداف العامة للمؤسسة.

لذلك الاتصال الخارجي في المؤسسات العمومية ركيزة أساسية لبناء العلاقات مع العملاء والشركات لتعزيز سمعة المؤسسة فمن خلاله تتمكن هذه الأخيرة من الترويج لخدماتها واستقطاب عملاء جدد وتوسيع نطاق اعمالها. كما تسهم في تعزيز الثقة والولاء بالإضافة الى ذلك يلعب دورا كبيرا في إدارة السمعة والتواصل مع الأطراف المختلفة مما يفتح افاقا جديدة للتعاون والنمو.

ولتتم هذه العملية يعتمد الاتصال في المؤسسات على مجموعة متنوعة من الوسائل التي تشمل التقليدية والحديثة لتحقيق الفعالية في الأداء وتعزيز الجمهور الداخلي والخارجي حيث أن هذا التنوع في الوسائل يتيح مرونة أكبر وفعالية في الوصول الى مختلف الفئات المستهدفة.

في ضل التطورات التكنولوجية المتسارعة تتجه المؤسسات بما في ذلك الجامعات نحو تحديث تقنيات الاتصال الخاصة بها من خلال تفعيل الرقمنة ويتجلى الهدف من هذا التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمة المقدمة وبالتالي تعزيز سمعة المؤسسة على المدى الطويل.

لا سيما وأن الرقمنة أصبحت ضرورة لتحقيق الكفاءة في التواصل والإدارة والتفاعل مع مختلف الأطراف ذات الصلة. في هذا الصدد تعتبر جامعة المدية من المؤسسات التي طبقت التعليمات الوزارية لاستخدام الرقمنة وتنامى هذا الاستخدام في الآونة الأخيرة وبوتيرة سريعة وأغراض كثيرة

أبرزها الاتصال مع الجمهور الخارجي الشيء الذي يجعلنا نتساءل عن توظيف هذه الرقمنة في الاتصال الخارجي ودوره في تحسين الأداء وتأثيره على صورة المؤسسة.

وهو ما يدفعنا الى طرح السؤال الجوهري التالي:

كيف ساهم توظيف الرقمنة في الاتصال الخارجي على الصورة الذهنية لمؤسسة جامعة يحي فارس بالمدية؟

ومن هذا نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

1-ما هي الاستراتيجيات الرقمية التي تعتمدها جامعة يحي فارس لتعزيز اتصالها الخارجي؟

2-كيف يتفاعل الجمهور مع منصات الاتصال الرقمية للجامعة؟

3-ما هي التحديات التي واجهتها جامعة يحي فارس في تطبيق الرقمنة على اتصالها الخارجي؟

4-هل ساهمت الرقمنة في تحسين صورة الجامعة؟

2-أسباب اختيار الموضوع:

من البديهي أن للدراسات والبحوث تكون لها العديد من الأسباب لقيامها بحيث تعتبر حافزا لها لتتبع أبعاد الموضوع كما نعبر عن الهاجس البحثي للبحث العلمي وفي دراستنا نذكر بعض الأسباب الذاتية والموضوعية في العناصر التالية:

أسباب ذاتية:

-الرغبة في تحسين أداء المؤسسات والمساهمة في ذلك.

-الاهتمام الشخصي بالرقمنة والتكنولوجيا.

-ارتباط موضوع دراستنا في مجال تخصصنا علوم الاعلام والاتصال بحيث يعتبر الاتصال الخارجي هو أساسه.

أسباب موضوعية:

-الحاجة الى تحسين الاتصال في المؤسسات العمومية.

-معرفة الوسائل المستعملة في عملية الاتصال لدى جامعة يحي فارس بالمدية.

-معرفة جامعة يحي فارس والمحيط الخارجي لها.

-قابلية الموضوع للدراسة الميدانية.

3-أهداف الدراسة:

مثل كل بحث او دراسة هناك عدة اهداف توضح وتحدد بدقة الوصول اليها وفي النهاية من خلال تناولنا للموضوع رسمنا أهداف محددة تسعى الى:

-معرفة كيف ساهمت ووظفت جامعة يحي فارس الرقمنة في اتصالها الخارجي ومعرفة كيف ساهم هذا التوظيف في تحسين السمعة الذهنية لها.

-معرفة الاستراتيجيات الرقمية التي اعتمدتها جامعة يحي فارس لتعزيز اتصالها الخارجي.

-دراسة مدي تفاعل الجمهور الخارجي مع منصات الاتصال الرقمية للجامعة.

-دراسة كيف ساهمت الرقمنة في تحسين صورة الجامعة.

4-أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا في تسليط الضوء على دور الرقمنة في تعزيز الاتصال الخارجي للمؤسسات العمومية وتحسين صورتها الذهنية مما يساعد المؤسسات على فهم كيفية الاستفادة من

التكنولوجيا لزيادة التفاعل مع الجمهور وتحقيق رضا العملاء كما تساهم هذه الدراسة في تقديم حلول لتحسين استراتيجيات التواصل الرقمي.

الأهمية العلمية:

نظرا للتغيرات السريعة في البيئة التكنولوجية والاقتصادية العالمية تكمن الأهمية العلمية لدراستنا بتحسين فعالية الاتصال وتساعد على التكيف مع التطورات التكنولوجية المستمرة مما يعزز على استخدام الأدوات الرقمية الحديثة بكفاءة.

5-الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

دراسة الباحثين "قوادري عائشة" و "شيروف سارة" تحت عنوان "دور الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية" دراسة ميدانية بمديرية المصالح الفلاحية لولاية قالمة -مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة 8 ماي 1945 قالمة. كلية العلوم الإنسانية 2016-2017.

تمثلت إشكالية الدراسة حول قدرة الوسائل الاتصالية المختلفة في تحسين الخدمات العمومية لمديرية المصالح الفلاحية ويكمن السؤال كالتالي:

"ما دور الاتصال الخارجي في تحسين الخدمات العمومية لمديرية المصالح الفلاحية بولاية قالمة؟

ومنه نجد الأسئلة الفرعية كالتالي:

-ما أبرز الخدمات العمومية التي تقدمها المؤسسة المدروسة؟

-ما طبيعة الاتصال الخارجي لمديرية المصالح الفلاحية؟

-ما أهمية الاتصال الخارجي في قطاع الخدمات العمومية؟

وقد اعتمدوا في دراستهم على مجموعة من أدوات جمع البيانات وهي الاستبيان وهو أداة رئيسية للدراسة إضافة الى المقابلة والملاحظة كأدوات مكملة وأيضا استعملوا العينة العشوائية البسيطة لموظفي المؤسسة وفق المنهج الوصفي.

واشتمل المجال الزمني للدراسة في الفترة الممتدة من ديسمبر 2016 الى غاية أفريل 2017.

حيث تطرقوا في الإطار النظري الى فصلين بالنسبة للفصل الأول تعدى الى ماهية الخدمة العمومية وقد توصلوا الى بعض النتائج بأن هذه الأخيرة تتميز بمجموعة من الخصائص والمعايير التي تسعى المؤسسات العمومة من خلالها الى تحقيق المنفعة العامة، أما في الفصل الثاني قد سلطوا الضوء على دوز الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية بمديرية المصالح الفلاحية بولاية قالمة.

كما توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج نذكر منها: الاتصال الخارجي هو من أهم الركائز بالمديرية التي تهدف الى رفع الأداء وتحسين الخدمات.

من خلال اطلاعنا على هذه الدراسة استفدنا منها من ناحية اعتمادنا لها على عدة مراجع خاصة بأن هذا الموضوع يشبه موضوع دراستنا من جانب الاتصال الخارجي في حين أنها تختلف في أن دراستهم تشمل الاتصال الخارجي فقط أما دراستنا فتشمل الاتصال الخارجي والرقمنة وأيضا تشابهها في الأدوات المستخدمة لجمع البيانات بحيث استخدموا الاستمارة، الملاحظة والمقابلة. وتشابهها أيضا في استخدام المنهج للدراسة.

كما اختلفت في عينة البحث المستخدمة بحيث استخدموا العينة العشوائية عكس دراستنا استخدمنا العينة القصدية إضافة الى اختلاف مجال الدراسة ومجتمع البحث.

ومن خلال اطلاعنا على هذه الدراسة استفدنا منها من خلال بناء الإطار النظري من ناحية المفاهيم المقدمة والنظريات وأيضا في المراجع المستخدمة إضافة الى بناء مشكلة البحث من خلال اطلاع الباحثين على العديد من الدراسات المشابهة لدراستنا.

تضيف دراستنا بعد الرقمنة في الاتصال الخارجي ومركزين على كيفية استخدام التكنولوجيا الحديثة مثل وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الذكية لتعزيز الكفاءة. كما نسلط الضوء على دور الرقمنة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات من خلال تحسين التواصل وزيادة التفاعل مع الجمهور.

الدراسة الثانية:

دراسة الباحثين "خليل إسماعيل" و "سخري سهيلة" تحت عنوان "دور الاتصال الخارجي في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة" دراسة حالة لدى مؤسسة اتصالات الجزائر فرع ورقلة، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر أكاديمي لميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، شعبة علوم التسيير تخصص إدارة الاعمال جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2023.

تمثلت إشكالية الدراسة حول دور الاتصال الخارجي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية وكان السؤال الرئيسي كالتالي:

ما هو دور الاتصال الخارجي في تحسين صورة اتصالات الجزائر فرع ورقلة؟

ومنه نجد الأسئلة الفرعية التالية:

-ما طبيعة العلاقات التي تجمع بين مؤسسة اتصالات الجزائر وزبائنها؟

-هل يساهم الاتصال الخارجي في تحسين صورة مؤسسة اتصالات الجزائر؟

-هل تزيد الصورة الذهنية الحسنة من إيرادات المؤسسة؟

الإطار المنهجي

اعتمدوا في دراستهم على المنهج العلمي بأنه أسلوب للتفكير والعمل إضافة الى المنهج الوصفي لأنه يساعد في الحصول على البيانات والمعلومات الشاملة إضافة الى مجموعة من أدوات جمع البيانات وهي الاستبيان والاستمارة.

اشتمل المجال المكاني للدراسة بمؤسسة اتصالات الجزائر فرع ورقلة أما بالنسبة للمجال الزماني فكان لسنة 2023.

تطرقوا في الإطار النظري الى فصلين بالنسبة الى الفصل الأول فكان عن ماهية الاتصال الخارجي وتوصلوا الى بعض النتائج بأن الاتصال الخارجي يعتبر جزءاً هاما من استراتيجية المؤسسة حيث يساهم في بناء سمعة جيدة وتعزيز العلاقات الدولية.

أما في الفصل الثاني تطرقوا الى ماهية الصورة الذهنية واستنتجوا أن العوامل المؤثرة في تشكيل رسالة الشركة وثقافتها وهويتها هي الصورة الذهنية.

وقد توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج أن الاتصال الخارجي يساهم بشكل فعال في تحسين صورة المؤسسة.

بعد اطلاعنا على هذه الدراسة استفدنا منها فيما يتعلق بالاتصال الخارجي بحيث يرتبط محتواها بشكل وثيق بموضوع بحثنا من ناحية الاتصال الخارجي ومن خلال تحليل هذه الدراسة تم رصد بعض أوجه الشبه والاختلاف بين هذه الأخيرة ودراستنا بحيث تشابهت في بعض المصادر والمراجع واختلفت في العديد من الأمور منها في استخدام المنهج بحيث تطرقوا الى استخدام المنهج الوصفي عكس دراستنا فاستخدمنا منهج دراسة الحالة. إضافة الى استخدام أداة واحدة في أدوات جمع البيانات وهي الاستبيان مقابل دراستنا فتطرقنا الى الملاحظة، المقابلة والاستبيان كما اختلفنا في اختيار العينة بحيث استخدموا العينة العشوائية إضافة الى اختلاف مجال الدراسة ومجتمع البحث.

استفدنا من هذه الدراسة في تقديم إطار نظري حوا أهمية الاتصال الخارجي في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات واستخدامه في مقارنة الطرق التقليدية مع تأثير الرقمنة في تحسين الصورة بشكل أفضل.

أضافت دراستنا بعدا جديدا من خلال التركيز على الرقمنة في الاتصال الخارجي ودوره في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية مقارنة بالدراسة السابقة التي ركزت فقط على وسائل الاتصال التقليدية والجديد الذي سنضيفه هو اكتشاف تأثير التقنيات الرقمية الحديثة مثل: وسائل التواصل الاجتماعي، الذكاء الاصطناعي والتفاعل الفوري مع الجمهور.

الدراسة الثالثة:

دراسة الباحث "بن حليمة نورالدين" تحت عنوان "دور الرقمنة في فعالية المؤسسة العمومية" دراسة ميدانية في مؤسسة مديرية الموارد المائية مستغانم. مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الاتصال التطبيقي في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال تنظيمي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية 2023/2022.

تمثلت إشكالية الدراسة حول دور الرقمنة ومساهمتها في في تطبيقات العمل في المؤسسة العمومية وكان السؤال الرئيسي كالتالي:

-ما مدى مساهمة الرقمنة في فعالية مضمون الوظيفية الإدارية وتطبيقات العمل في المؤسسة العمومية مديرية الموارد المالية بمستغانم؟

ومنه نجد الأسئلة الفرعية التالية=

-ما هو واقع الرقمنة في المؤسسة العمومية مديرية الموارد المالية بمستغانم؟

-كيف تؤثر الرقمنة في فعالية المؤسسة العمومية مديرية الموارد المائية بمستغانم؟

وقد اعتمدوا في بحثهم الدراسة الكيفية بحيث انه الأسلوب المنهجي التي يهدف من خلاله الى تقديم وصف معمق لحالة المؤسسة ومنه قد تطلبت الدراسة الى اختيار المنهج الوصفي الذي يسمح له بالوصف والتحليل والتفسير واستعملوا بعض من أدوات جمع البيانات ومنها المقابلة.

اشتمل المجال الزماني للدراسة من جانفي الى ماي 2023 وبالنسبة للمجال المكاني فكان في مؤسسة مديرية الموارد المائية لولاية مستغانم.

تطرقوا في الإطار النظري الى فصل واحد وتمثل في تناول المفاهيم المرتبطة بتوضيح وتفسير المؤسسة ونظام الرقمنة ومكوناتها الأساسية وما تشكله من إضافة في عمل الإدارة في المؤسسة العمومية في الجزائر.

وقد توصلت هذه الدراسة الى بعض النتائج نذكر منها ان الرقمنة مساهمة كبيرة في فعالية المؤسسة في بيئة الإدارات للاتصالات والمعلومات والخدمات الرقمية على مستوى مؤسسات قطاع الموارد المائية كما ساعدت الرقمنة في زيادة تحسين مستوى البنية التحتية للمؤسسة.

ومن خلال دراستنا لهذه المذكرة تتشابه مع دراستنا من ناحية الرقمنة بحيث اعتمدنا عليها في بعض المصادر والمراجع وتختلف هذه الدراسة عن دراستنا في المجال الزماني والمكاني بيث أجريت في سنة 2023 بمديرية الموارد المائية بمستغانم اما دراستنا فكانت سنة 2025 بجامعة يحي فارس بالمدية، إضافة الى اختلاف في استخدام المنهج الوصفي وفي دراستنا استخدمنا منهج دراسة الحالة واختلاف في أدوات جمع البيانات استخدموا اداة واحدة وهي المقابلة عكس دراستنا استخدمنا المقابلة، الملاحظة والاستبيان إضافة الى اختلاف في مجتمع البحث. واستخدامنا نفس عينة الدراسة وهي العينة القصدية.

قدمت دراستنا إضافة جديدة مقارنة بالدراسة السابقة من خلال تركيزها على دور الرقمنة في الاتصال الخارجي بينما الدراسة السابقة تناولت دور الاتصال والرقمنة في فعالية المؤسسة بشكل عام، والجديد في دراستنا هو الاهتمام بتأثير الرقمنة في الاتصال الخارجي على تعزيز الصورة

الذهنية للمؤسسة وهو بعد لم يتم التطرق اليه في الدراسة السابقة وبهذا سنسلط الضوء على أهمية الرقمنة في بناء صورة إيجابية للمؤسسة لدى الجمهور الخارجي وليس فقط في تحسن فعاليتها الداخلية.

واستفدنا من هذه الدراسة تعزيز الإطار النظري لدراستنا وكما استفدنا من المنهجية والنتائج السابقة لتحليل تأثير الرقمنة على فعالية الاتصال مع تعديلها لتناسب مجال الاتصال الخارجي.

الدراسة الرابعة:

دراسة الباحث "محمد بلقاسمي" تحت عنوان "دور الاتصال الخارجي في تفعيل أداء المؤسسة الأمنية" دراسة حالة لمصالح أمن ولاية المدية. مذكرة مقدمة للحصول على شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال. تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة يحي فارس المدية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية 2020/2019.

تمثلت إشكالية الدراسة حول دور الاتصال في تفعيل الاتصال الخارجي لدى مصالح الأمن بولاية المدية فقد تمثلت الإشكالية كالتالي:

-كيف يساهم الاتصال الخارجي في تفعيل أداء مصالح أمن ولاية المدية؟

وتمثلت التساؤلات الفرعية كالتالي:

-كيف يساهم الاتصال الخارجي في رسم صورة المؤسسة الأمنية؟

-كيف يتم تطبيق السياسة الاتصالية الخارجية بأمن ولاية المدية؟

-ماهي وسائل الاتصال الخارجية التي اعتمدت عليها أمن ولاية المدية لبناء صورتها؟ وكيف كان تطور هذه الوسائل؟

-ماهي الصعوبات المواجهة في تفعيل الاتصال الخارجي بالمؤسسة الأمنية التابعة بولاية المدية؟

-ماهي الأهداف المرجوة من وراء تفعيل الاتصال الخارجي بالمؤسسة الأمنية التابعة لولاية المدية؟

اعتمدوا في بحثهم على منهج دراسة الحالة وقد تطرق الى بعض أدوات البحث مثل المقابلة، واشتمل المجال الزماني للدراسة سنة 2020 أما المجال المكاني فكان بمصالح أمن ولاية المدية.

بحيث تطرقوا في دراستهم الى 3 فصول تمثل الفصل الأول عن ماهية الاتصال التنظيمي أما في الفصل الثاني تمادى لمدخل عام للاتصال الخارجي في المؤسسة الأمنية وفي الفصل الثالث تطرق الى دور وفعالية الاتصال الخارجي بأمن ولاية المدية ومن هذه الفصول استنتج الباحث أن الاتصال الخارجي يوفر المعلومات ويسعى لحل المشاكل وتحقيق التفاعل الإيجابي بين أمن ولاية المدية والاسرة الإعلامية ومختلف فعاليات المجتمع المدني وجمهورها الخارجي هو اثبات لوجود مصالح الأمن في أعين جمهورها على مستوى بيئتها الخارجية.

وعليه فتتفق هذه الدراسة مع موضوع دراستنا من ناحية دور الاتصال الخارجي في تفعيل أداء المؤسسة وأيضا تشابهها من حيث المنهج الموظف.

وتختلف عن دراستنا في التساؤلات والمؤسسة التي أجريت بها الدراسة فدراستنا كانت في الجامعة أما دراستهم فكانت في مصالح الأمن الولائية وأيضا اختلفت من ناحية المجال الزماني.

قدمت دراستنا إضافة نوعية مقارنة بالدراسة السابقة من خلال التركيز على الرقمنة في الاتصال الخارجي بينما كانت الدراسة السابقة تركز على تفعيل أداء المؤسسة الأمنية من خلال الاتصال الخارجي التقليدي فقد ضافت دراستنا بعدا جديدا عبر اكتشاف دور الرقمنة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة مما يعزز كفاءة الاتصال ويزيد من تأثيره في بناء صورة إيجابية لدى الجمهور بشكل أسرع وأكثر تفاعلا.

بإمكان الاستفادة من الدراسة السابقة كمرجع لتوضيح الأساس النظري والفكري لفكرة الاتصال الخارجي مع توضيح الفرق بين الاتصال التقليدي وما تم اضافته حديثا في دراستنا عبر التركيز عن الرقمنة.

6-تحديد مفاهيم الدراسة:

1-تعريف الرقمنة:

لغة: يعني رقم الشيء، ترجمه الى رقمنة على وزن فعللة حوله باستخدام الحاسوب الي ترقيمية على وزن تفعيلية وتعني لغة الأرقام[1] أي تحويل المعلومات أو البيانات الى صيغة رقمية.

اصطلاحا: وهي عملية تحويل المعلومات الى تنسيق رقمي يمكن قراءته بواسطة الحاسوب وذلك بهدف تمثيل صورة أو صوت أو مستند أو إشارة عن طريق توليد سلسلة من البيانات الرقمية بصيغة ارقام ثنائية يمكن لأجهزة الحاسوب معالجتها وتدعى نتيجة التحويل التمثيل الرقمي وذلك دون اجراء تغير في المحتوى الأساسي[2]

وتعني أيضا انشاء تطبيقات وبرامج ومواقع ويب خاصة التي يمكنها استخدام جهاز الحاسوب والأجهزة الذكية بتخزين واستخراج البيانات ومشاركتها وتحويلها الى تنسيقات رقمية خالصة عبر منصة الانترنت ما يزيد عن إمكانية التفاعلات مع المعلومات الخاصة بالمؤسسة وتطويرها[3].

---

[1] بن حليمة نور الدين، دور الرقمنة في فعالية المؤسسة العمومية – دراسة ميدانية في مؤسسة مديرية الموارد المائية – مستغانم-مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، كلية لعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس –مستغانم-2023/2022، ص11.

[2] http://hbarabic.com اطلع عليه يوم 2025/02/27 على الساعة10:47.

[3] بن حليمة نور الدين، مرجع سابق، ص 11.

والرقمنة من هذا المنظور تعني تحويل العمليات والمعلومات الى صيغة رقمية لتمكين معالجتها الكترونيا.

التعريف الاجرائي للرقمنة:

نقصد بالرقمنة في دراستنا هذه وهي عملية تحويل البيانات والمسندات التقليدية الى رقمية باستخدام تقنيات الحاسوب والتكنولوجيا بحيث تصبح قابلة للتخزين والمعالجة الكترونيا مما يسهل ذلك الوصول اليها وتحليلها وادارتها في جامعة يحي فارس بالمدية.

2-الاتصال الخارجي:

قبل أن نعرف الاتصال الخارجي يجب بداية تعريف الاتصال لأنه الأساس الذي يبنى عليه أي نوع من التواصل ومنه فإن:

الاتصال لغة: كلمة مشتقة من المصدر وصل الذي يعني الصلة وهي الربط بين طرفين أو أكثر من جهة ومن الجهة الثانية فهي تعني البلوغ أي الوصول الى غاية او هدف ما[1].

وأيضا يشير الى كونه يحمل معنى الاشتراك كما ورد في الكلمة اللاتينية communis فلما نتواصل فإننا نحاول أن نؤسس اشتراكا مع شخص أو مجموعة من الأشخاص، اشتراكا في المعلومات الأفكار والاتجاهات ويعكس فعل الاتصال تبادل أو نقل شيء ما أو رسالة معينة بين أطراف

[1] www.b-sociology.com، اطلع عليه يوم 2025/03/8، الساعة 23:30.

الاتصال[1]. فإن الاتصال هو التفاعل بين الافراد لنقل المعلومات والأفكار والمشاعر عبر وسائل مختلفة.

اصطلاحا: الاتصال هو العملية التي يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين أعضاء الجماعة أو المجتمع وتبادل الأفكار والمعلومات والتجارب بينهم لتحقيق أهداف معينة للفرد أو الجماعة أو المجتمع.[2] بمعنى ذلك الاتصال هو نقل وتبادل المعلومات بين المرسل والمستقبل بهدف تحقيق الفهم والتأثير المتبادل.

ويعرفه "محمد عبد الحميد" هو العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تناول المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة بين الافراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة[3] أي يعرف بأنه عملية اجتماعية لتبادل الأفكار والمعلومات بهدف تحقيق الفهم والتأثير المتبادل بين الافراد.

التعريف الاجرائي للاتصال:

نقصد به في دراستنا هذه هو تبادل المعلومات والرسائل بين المرسل والمستقبل عبر وسيلة معينة بهدف تحقيق فهم مشترك وله عناصر وهي المرسل، المرسل اليه، الرسالة والقناة. ويقاس بناء على مدى فعالية التواصل وفهم الرسالة والذي يتم في جامعة يحي فارس بالمدية.

تعريف الاتصال الخارجي:

[1] الاتصال أهميته أنواعه وسائله، للصف الثالث ثانوي قسم العلوم الإدارية والاجتماعية والدينية، المملكة العربية السعودية، وزارة التربية والتعليم الطور الثانوي، 2008/2007، ص10.

[2] المرجع نفسه، ص 12.

[3] سعد علي زاير، عهود سامي هاشم وآخرون، الاتصال والتواصل التعليمي، ط1، دار رضوان للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص27.

يعرفه مصطفى حجازي على أنه حلقة وصل بين المؤسسة والمجتمع المحيط بها ففي كل مجتمع لابد من وجود مؤسسات وهيئات مختلفة قائمة على تحقيق غايات ووظائف معينة ولها صلات مع أفراد ذلك المجتمع فهذه المؤسسات لا تتمكن من القيام بأعمالها مالم تكن ثقة متبادلة بينهما وبين جمهورها هذه الثقة لا تأتي عن طريق الصدفة ولكن يجب أن تبنى على أساس متين وخطط مدروسة تضمن لها البقاء لذلك فالاتصال الخارجي هو ثقة الجمهور بالمؤسسة والمحافظة عليها[1]. فالاتصال الخارجي هو عملية تواصل بين أفراد المؤسسة مع الأطراف الخارجية لتعزيز الصورة المؤسسية وتبادل المعلومات لتحقيق أهدافها.

التعريف الاجرائي للاتصال الخارجي:

ونقصد به في دراستنا هو عملية اتصال هادفة تقوم بها المؤسسات لنقل المعلومات والأفكار بين الأطراف الخارجية مثل: العملاء، الشركاء ووسائل الاعلام... بهدف بناء سمعة جيدة وتعزيز العلاقات ويعتمد الاتصال الخارجي على استخدام استراتيجيات متنوعة مثل العلاقات العامة ووسائل الاعلام الرقمية لضمان إيصال الرسائل بطريقة فعالة لتحقيق مصالح مؤسسة جامعة يحي فارس بالمدية.

3-المؤسسة العمومية:

المؤسسة العمومية لغة:

يقصد بالمؤسسة لغة: جمعية أو معهد أو شركة أسست لغاية علمية أو خيرية أو اقتصادية.

[1] بن طبة ربيع، كوس كوس مروان، دور الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية-دراسة ميدانية بمديرية المصالح الفلاحية لولاية تقرت-مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علو الاعلام والاتصال كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2022/2021.

أما كلمة عمومية فهي من فعل عم، عموما، يقال: عم المطر الأرض، أي شملها، وعم القوم بالمعطية أي شملهم وعمم ضد خصص، والعام خلاف الخاص، يقال جاء القوم عامة، أي جميعا[1].

اصطلاحا:

يعرفها الأستاذ "عمار عوابدي" المؤسسة العامة هي منظمة إدارية عامة تتمتع بالشخصية القانونية وبالاستقلال المالي والإداري وترتبط بالسلطات الإدارية المركزية المختصة بعلاقة التبعية والخضوع للرقابة الإدارية الوصائية، وهي تدار وتسير بالأسلوب الإداري اللامركزي لتحقيق اهداف محددة في نظامها القانوني[2]

التعريف الاجرائي للمؤسسة العمومية:

جامعة يحي فارس هي مؤسسة عمومية تابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي الجزائري، تتمتع بالاستقلال الإداري، وتعد فاعلا أكاديميا لولاية المدية، وتضم العديد من الكليات (6 كليات) التي تقدم تكوينا في الطورين ليسانس وماستر وبعض برامج الدكتوراه، وتلعب دورا مهما في تكوين الطلبة وتقديم خدمات علمية وثقافية للمجتمع.

4-تعريف الدور:

الدور لغة: حسب معجم اللغة العربية دار، دوراً، دوراناً بدلالة الحركة يعني دور الالة أي جعلها تدور وتعمل وتعني مهمة ووظيفة الوسيلة في مرحلة سلوك متطور يتعرض لها الافراد[3].

---

[1] بوزيد غلابي، مفهوم المؤسسة العمومية، مدكرة لنيل شهادة الماجيستر في القانون العام-تخصص قانون الإدارة العامة -، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة العربي بالمهيدي، أم البواقي، ص 21.

[2] المرجع نفسه، ص 22.

[3] بن حليمة نور الدين ، دور الرقمنة في فعالية المؤسسة العمومية، مرجع سابق، ص 10.

اصطلاحا: يذهب محمد غيث عاطف بتعريف الدور نموذج سلوك متوقع مرغوب من طرف الآخرين يرتبط بموضع محدد للمكانة داخل جماعة أو موقف اجتماعي معين حيث يتحدد دور الشخص في أي موقف عن طريق مجموعة معلومات ومعتقدات وممارسات تقنية يعتنقها الاخرين أو يعتنقها هو نفسه من زاوية الثقافة الاجتماعية أو التطور التكنولوجي أو المصلحة الاجتماعية[1]

يعرف العلماء بأنه مجموعة من المعايير والسلوك التي تحكم وصف معينا في البناء الاجتماعي وتتكون هذه المعايير من مجموعة من التوقعات التي يكونها الاخرين والتي لاتضم فقط كيف يؤدي الفرد الدور وانما تضع كيف يؤدي الفرد الدور وانما تضع كيف يجب أن يعامل الآخرين أثناء تأدية دوره [(2)] ومن هذا الصدد فالدور هو مجموعة من المسؤوليات المرتبطة بمكان أو وظيفة معينة في بيئة اجتماعية أو تنظيمية.

التعريف الاجرائي للدور:

الدور هو وصف لتنفيذ مجموعة من المسؤوليات والمهام في جامعة يحي فارس بالمدية ويقاس من خلال مؤشرات قابلة للتقييم مثل مستوى الإنجاز ونوعية التفاعل مع الآخرين ومدى تحقيق الأهداف المحددة.

5-الصورة الذهنية:

لغة: في اللغة العربية يتقسم مفهوم الصورة الذهنية الى مفردتين الصورة والذهنية والصورة تعني الشكل الذي يتميز به الشيء وهي تعني أيضا (الصور بكسر الصاد لغة في الصور جمع صورة، وصوره تصويرا فتصور وتصورت الشيء توهمت فتصور لي) ويذكر معجم لسان العرب لابن المنظور أن الصور ظاهر الشيء وهيئته وحقيقة الشيء وصفته. أما مفردة الذهنية فإنها تشير الى

[1] المرجع نفسه، نفس الصفحة.

الذهن والذهن هو العقل كذلك هي الفطنة والحفظ وبهذا فإن الذهن يطلق على الادراك والتفكير الاستدلالي عن طريق انشاء العلاقات.

وفي إطار ما تقدم فإن الجمع بين مفردتي الصورة الذهنية يقود الى انشاء مصطلح الصورة الذهنية الذي هو لغة صورة الشيء في هيئته وحقيقته وظاهره لكونها الذهن في ضوء ادراكه واستدلاله للأشياء[1]

اصطلاحا: وتعني الخزين المتراكم من الأفكار والانطباعات والاحكام الموجودة في ذهن الانسان والتي تكونت بفعل قدرات حسية مباشرة أو غير مباشرة تجاه فرد أو جماعة أو منظمة أو ظاهرة ويشكل هذا الخزين مصدرا من مصادر العملية العقلية (التفكير) والتي تقود الى اتخاذ القرارات والاحكام تجاه الأشياء وعادة ما يكون ذلك الخزين المتراكم من الصور الذهنية مشحونا بالعاطفة بحيث تكون تلك الانطباعات والاحكام اما سلبية أو إيجابية[2] وذلك يعني ان الصورة الذهنية هي ذلك الانطباع العقلي الذي يتكون لدى الفرد عن مؤسسة أو شخص بناءً على ما يتلقوه من معلومات او تجارب.

التعريف الاجرائي للصورة الذهنية:

هي مجموع الانطباعات والتصورات التي يحملها المجتمع الداخلي والخارجي لجامعة يحي فارس بالمدية، وهي التقييمات التي يدركها الفرد عن المؤسسة الجامعية والتي يتم قياسها من خلال أدوات البحث العلمي وتعكس مدى فعالية الثقافة الاتصالية للجامعة.

7-منهج الدراسة وأدواته:

1-منهج الدراسة:

1موسى باقر، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص52.

[2]المرجع نفسه، ص 57/56.

تناول موضوع دراستنا البحث في ميدان توظيف الرقمنة في الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية ودوره في تحسين الصورة الذهنية لها.

ومن هذا الصدد فالمنهج المؤهل بمثل هذه الدراسات هو منهج دراسة الحالة لأنه يعتبر منهج مناسبا للدراسات التي تتطلب تعمق واكتشاف التفاصيل الدقيقة.

تعريف منهج دراسة الحالة:

هو المنهج الذي يتجه الى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأي وحدة سواء كانت فردا أو مؤسسة أو نظاما اجتماعيا وذلك بقصد الوصول الى تعليمات متعلقة بالوحدة المدروسة وبغيرها على الوحدات المتشابهة [1] أي منهج دراسة الحالة هو أسلوب بحثي يركز على تحليل متعمق لحالة فردية أو مجموعة محددة لفهم الظواهر في سياقها الواقعي.

خصائص منهج دراسة الحالة:

من خلال منهج دراسة الحالة بإمكاننا أن نعمل على اعداد بحوث عن الدراسات الاجتماعية المختلفة ومن أهم الخصائص الخاصة بمنهج دراسة الحالة ما يلي:

1-هو الوسيلة الأمثل التي تستخدمها لفهم كل ما ترغب فيه من معلومات لأنه يقوم على جمع المعلومات من خلال التركيز على مجموعة من الافراد.

2-يمكنك من خلاله أن تدرس الدراسات التي تتسم بأنها متعددة الاتجاهات.

3-بإمكانك من خلاله أن تكتشف جميع الجوانب الإيجابية والجوانب السلبية الخاصة بالظاهرة أو المشكلة ويساعد على توضيح العلاقات السببية بين المتغيرات.

[1] محمد سرحان علي محمود، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، اليمن، 2019، ص150/149.

4-من خلاله يمكنك التركيز على مجموعة من النقاط الأساسية الخاصة بالدراسة وبعد ذلك ستتمكن من تعميم النتائج على الدراسة ككل[1]

باعتبار جامعة يحي فارس يجب دراستها كحالة أي دراسة الرقمنة في الاتصال الخارجي لذلك اخترنا منهج دراسة الحالة لأنه يمكننا من الدراسة الدقيقة بكافة جوانب الموضوع.

أدوات الدراسة:

في هذه الدراسة تم استخدام مجموعة من أدوات البحث التي ساهمت في جمع وتحليل البيانات اللازمة لتحقيق أهداف البحث فإن الأدوات التي استخدمناها هي كالتالي:

1-الملاحظة:

تعرف الملاحظة بأنها المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة معينة وتسجيل الملاحظات أول بأول كذلك الاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج والحصول على ادق المعلومات. كما تعرف بأنها متابعة لسلوك معين بهدف تسجيل البيانات بغرض استخدامها في تفسير وتحليل مسببات وآثار ذلك السلوك. [2]

فالملاحظة هي أداة جمع بيانات تعتمد على مراقبة وتحليل الظواهر أو السلوكيات بشكل مباشر ومنهجي.

والملاحظة التي سنعتمد عليها في دراستنا هي **الملاحظة بالمشاركة** "وهي تلك الملاحظة التي يتقمص فيها الباحث أو من يمثله دور أحد الأشخاص الذين تتم ملاحظتهم فهو في هذه الحالة يقوم بدورين دور الباحث ودور الشخص الذي تتم ملاحظته وبذلك فإنه يقوم بكافة النشاطات

[1] www.maktabatk.com اطلع عليه يوم 2025/03/01 على الساعة 00 :20.

[2] محمد سرحان علي محمود، مناهج البحث العلمي، مرجع سابق، ص 150/149.

التي يقوم بها الملاحظ"[1]أي ان الملاحظة بالمشاركة هي طريقة بحثية يقوم فيها الباحث بالمشاركة الفعلية في الأنشطة اليومية للمكان المراد دراسته.

ونظرا لكون الباحث طالب في جامعة يحي فارس بالمدية اخترنا هذا النوع من الملاحظة.

كيف وظفنا الأداة:

في دراسة موضوع الرقمنة في الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية في جامعة يحي فارس بالمدية يمكن الاستفادة من أداة الملاحظة بعدة طرق لتحليل دور الرقمنة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة فكان توظيف أداة الملاحظة كالتالي:

1-ملاحظة الأنشطة الرقمية بتحليل كيف تتفاعل المؤسسة عبر قنوات الاتصال الرقمي مثل مواقع التواصل الاجتماعي وملاحظة مدى تحديث المعلومات والرد على استفسارات الجمهور بشكل سريع.

2-ملاحظة ردود أفعال الجمهور بملاحظة ومراقبة تعليقات وارتباطات الجمهور على المنشورات الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي وتحليل اتجاهات الجمهور الداخلي والخارجي وردود أفعالهم حول المعلومات التي تنشرها الجامعة في الصفحة الرسمية.

3-ملاحظة سلوك الموظفين في التعامل مع الرقمنة بمراقبة كيفية تفاعل الموظفين مع الجمهور عبر الأدوات الرقمية مثل استخدام البريد الالكتروني أو الردود على الرسائل في شبكات التواصل الاجتماعي.

5-قياس الاستجابة للأنشطة الرقمية وذلك بتحليل زيادة التفاعل الرقمي ومدى تأثيره على تحسين صورة الجامعة.

[1]المرجع نفسه، ص 152.

2-المقابلة:

تعرف المقابلة بأنها محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة وشخص أو أشخاص من جهة أخرى بغرض الحصول الى معلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة يحتاج الوصول اليها بضوء أهداف بحثه[1] ويعني ذلك أن المقابلة هي عملية تواصل تتم بين شخصين أو أكثر يتم من خلالها تبادل المعلومات أو طرح الأسئلة للحصول على إجابات خاصة بموضوع ما.

وفي موضوع بحثنا اعتمدنا على المقابلة الشخصية بحيث "هي مقابلة وجها لوجه بين الباحث والشخص أو الأشخاص المعنيين بالبحث"[2] بمعنى ذلك أن المقابلة الشخصية هي لقاء مباشر بين طرفين لتبادل الأسئلة والاجوبة.

كيف وظفنا الأداة:

في دراسة الرقمنة في الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية في جامعة يحي فارس بالمدية تطرقنا الى المقابلة لأنها تعتبر وسيلة لجمع معلومات دقيقة حول كيفية استخدام الرقمنة في تحسين الاتصال الخارجي فوظفنا المقابلة على هذا السياق:

1-جمع البينات من المسؤولين أي المقابلات مع المسؤولين في الجامعة مثل مديري العلاقات العامة أو المسؤولين على الاتصالات وذلك يساعد في فهم استراتيجيات الاتصال الرقمي والتقنيات المطبقة للتفاعل مع الجمهور الخارجي.

[1] المرجع نفسه، ص 141.

[2] المرجع نفسه، 142.

2-دراسة تجربة الجمهور الخارجي بإجراء المقابلات مع أفراد من الجمهور الخارجي (الطلاب المحتملين، أولياء الأمور والشركاء...) لمعرفة مدى تأثير الرقمنة على تفاعلهم مع الجامعة.

3-الاستبيان:

يعرف الاستبيان (الاستفتاء) بأنه مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة بعضها بالبعض الآخر بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى اليها الباحث بضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه[1] أي هو أداة لجمع البيانات من مجموعة من الافراد بطرح مجموعة من الأسئلة المنظمة المتعلقة بموضوع البحث.

وفي موضوع بحثنا اعتمدنا على الاستبيان المغلق المفتوح "وهو الاستبيان الذي يجمع بين كلا النوعين السابقين فيتضمن فقرات تتطلب إجابات محددة وأخرى تتطلب من المستجيب الإجابة عليها كتابة"[2]

كيف وظفنا الأداة:

في دراسة موضوع الرقمنة في الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية ودورها في تحسين الصورة الذهنية لجامعة يحي فارس بالمدية يمكن استخدام أداة الاستبيان بطرق متعددة لجمع البيانات اللازمة لتحليل تأثير الرقمنة على الاتصال الخارجي للمؤسسة وكان التوظيف كالتالي:

1-تحديد الفئة المستهدفة وذلك بإمكان تصميم استبيان لجمع آراء الموظفين حول دور الرقمنة في تعزيز الاتصال الخارجي وأيضا يمكن استهداف الطلاب، الطلبة المحتملين، شركاء الجامعة لجمع آرائهم.

[1] المرجع نفسه، ص126.

[2] المرجع نفسه، نفس الصفحة.

2-تحديد محاور الاستبيان وذلك بتصميم أسئلة حول الأدوات الرقمية المستخدمة إضافة الى تقييم فعالية الاتصال الرقمي وأثر الرقمنة على الصورة الذهنية.

3-قمنا بتوزع الاستبيان الكترونيا على مجتمع الدراسة.

8-مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث:

يضم مجتمع الدراسة في هذا البحث الافراد المرتبطين ولهم صلة بجامعة يحي فارس بالمدية وهم الطلبة، الطلبة المحتملين، القائمين بالاتصال ومسؤولي العلاقات العامة بالجامعة، شركاء الجامعة وكل من لهم علاقة مع الجامعة.

تم اختيارهم لاستقصاء آرائهم حول دور الرقمنة في تحسين الاتصال الخارجي للجامعة وتأثيرها على صورتها الذهنية بهدف الحصول على معلومات شاملة حول فعالية استخدام الوسائل الرقمية.

عينة الدراسة:

يعتبر اختيار العينة للباحث من الخطوات والمراحل المهمة للبحث ولا شك أن الباحث يفكر في عينة البحث منذ أن يبدأ في تحديد مشكلة البحث وأهدافه لأن طبيعة البحث وفروضه وخطته تتحكم في خطوات تنفيذه واختيار أدوات مثل العينة والاستبيان والاختيارات اللازمة (1)

لذلك فاختيار العينة من أهم خطوات البحث العلمي بحيث تساهم في توفير بيانات دقيقة وموثوقة.

نوع العينة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة الحصصية لكونها الأنسب لتحقيق اهداف البحث حيث تم اختيار الافراد الذين لديهم معرفة وخبرة مباشرة بموضوع الدراسة.

وهذا النوع من العينة يساعد في التركيز على الفئات الأكثر ارتباطا بالموضوع المدروس مما يضمن جمع بيانات ذات صلة ويمكن للباحث الحصول على معلومات دقيقة حول تأثير الرقمنة في الاتصال الخارجي والصورة الذهنية.

حجم العينة:

تتكون عينة الدراسة من 100 مبحوث ومن مختلف الفئات وتتمثل فيما يلي:

-29 طالب

-18طالب

-27 طلبة محتملين (مترشحين للامتحان باكالوريا)

-26 من شركاء الجامعة (موظفين من إذاعة المدية

9-حدود الدراسة:

المجال الزمني: وهي المدة التي يستغرقها الباحث في جمع المعلومات من أي من بدايته الى تاريخ انتهائه حيث:

-الجانب النظري: وقد استمر هذا الجانب في جمع المصادر والمراجع الخاصة بهذه الدراسة وهذا في الفترة الممتدة من بداية جانفي 2025 الى غاية مارس 2025

-الجانب التطبيقي: امتد توزيع الاستمارة الكترونيا وتوزيعها على أفراد العينة، إضافة الى عمل مقابلات مع أفراد من عينة الدراسة ثم تفريغها وتحليلها من أفريل الى غاية جوان 2025.

المجال المكاني: أجريت الدراسة في مواقع جغرافية محددة وتتمثل في جامعة يحي فارس بالمدية، إضافة الى مقر إذاعة المدية، ورئاسة الجامعة إضافة الى ثانوية شويحي عبد القادر المدية.

الإطار النظري

-المحور الأول: مدخل عام إلى الرقمنة: المفهوم ، النشأة ، الخصائص والعناصر

1-ماهية الرقمنة

2-نشأة مفهوم الرقمنة

3-خصائص الرقمنة

4-عناصر الرقمنة

5-د ور الرقمنة في فعالية العملية الاتصالية للمؤسسات

6-مزايا وعيوب الرقمنة

المحور الثاني: مدخل عام إلى الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية

1-تعريف الاتصال الخارجي

2-وسائل الاتصال الخارجي

3-اهداف واهمية الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية

4-إيجابيات وسلبيات الاتصال الخارجي

5-صعوبات وتحديات رقمنة الاتصال الخارجي في المؤسسات

المحور الثالث: الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية وعلاقتها برقمنة الاتصال الخارجي

1-مفهوم الصورة الذهنية

2-أنواع الصورة الذهنية في المؤسسة

3-أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية

4-علاقة الصورة الذهنية برقمنة الاتصال الخارجي

المحور الأول: مدخل عام إلى الرقمنة: المفهوم، النشأة، الخصائص والعناصر

تمهيد

1-ماهية الرقمنة

2-نشأة مفهوم الرقمنة

3-خصائص الرقمنة

4-عناصر الرقمنة

5-دور الرقمنة في فعالية العملية الاتصالية للمؤسسات

6-مزايا وعيوب الرقمنة

خلاصة

المحورالأول: مدخل إلى الرقمنة

تمهيد:

أصبحت الرقمنة احدى اهم الظواهر التي رسمت ملامح العصر الحديث، لما احدثته من تغيرات في التعامل مع المعلومات والبيانات، وفي كيفية أداء المهام داخل المؤسسات بمختلف أنواعها، وفي هذا السياق سنتطرق الى الرقمنة أهمية خاصة، سواء في مفهومها ونشأة تطورها عبر المراحل المختلفة إضافة الى أبرز خصائصها تقنياتها، مقابل ما قد تطرحه من تحديات وصعوبات تعيق أحيانا التحول الرقمي. فقد تناول هذا الفصل العناصر الأساسية التي تشكل الإطار المفاهيمي للرقمنة والتعرف اليها بشكل معمق.

1-ماهية الرقمنة:

الرقمنة مفهوم حديث ارتبط ظهوره مع بروز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والذي نتج عنه التحول من استخدام الطرق التقليدية في نقل المعلومات والمعارف الى استخدام الأرقام في نقل هذه المعلومات والمعارف بتوظيف هذه التكنولوجيا الحديثة في هذا الميدان.

تتعدد المفاهيم المتعلقة بمصطلح الرقمنة وذلك وفق للسياق الذي يستخدم فيه فينظر "تيري كاني" الى الرقمنة على انها عملية تحويل مصادر المعلومات على اختلاف أشكالها من الى شكل مقروء بواسطة تقنيات الحاسبات الآلية عبر النظام الثنائي (البيتات Bits) والذي يعتبر وحدة المعلومات يستند الى الحاسبات الآلية، وتحويل المعلومات الى مجموعة من الأرقام الثنائية يمكن أن يطلق عليها "الرقمنة"، ويتم هذا بفضل الاستناد الى مجموعة من التقنيات والأجهزة المتخصصة.

تعرف "شارلوت بيرسي" الرقمنة على أنها على أنها منهج يسمح بتحويل البيانات والمعلومات من النظام التناظري الى النظام الرقمي[1]

2- نشأة مفهوم الرقمنة:

يرجع مفهوم الرقمنة الى تطورات تاريخية عديدة في مرافقات ومؤسسات المعلومات لتسيير بعض الأنشطة المكتبية بعد ادخال الحاسب الآلي فيها، في كل الولايات المتحدة الامريكية وبريطانيا، منذ الخمسينات حسب هرتر من خلال النتائج المحققة لاختفاء السجلات البطاقية الورقية لتحل محلها السجلات الالكترونية والتي تسمح للمكتبات المشاركة في شبكات السجلات وتبادلها في مجال الفهرسة التعاونية، كذلك في الاعارات بين المكتبات حسب مشروع المكتبة الكونية مفاده توحيد الفهارس ونصوصها في كل مكتبات العالم من طرف القوى العظمى الغربية أو ما تعرف بمجموعة السبع في جويلية 1994.

بغرض جعل كل المصادر قابلة للبحث فيها عبر شبكة الانترنت باعتبارها فضاء للمعلومات والمعرفة في المكتبات، ليمتد بعدها الى اجتماعات عديدة بين القوى العظمى، لرقمنة المكتبات بتكثيف الربط الرقمي بين مختلف المكتبات بنية توسيع المعرفة الى أوسع الحدود وجاءت بعد العديد من الاجتماعات بين هذه القوى، من أهمها اجتماع بروكسل 1995 لدعم التنمية في المجال الاقتصادي والاجتماعي والعلمي والثقافي الذي تبنته الولايات المتحدة الامريكية بتمويل من المؤسسة القومية للعلوم والوكالة الفضائية للنازا التابعة لوزارة الدفاع ليشمل هذا المشروع إقامة ستة مكتبات رقمي تساهم في البحث العلمي للتعليم العالي بدعم من المؤسسات الفاعلة في الولاية المتحدة الامريكية.

[1]علي حميدوش، حميد بوزيدة، اقتصاديات الأعمال القائمة على الرقمنة "المتطلبات والعوائد" تجارب دولية دروس وعبر، المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، المجلد8، العدد1، ص 44.

تنتقل بعدها الى أوروبا بمشاريع مماثلة أطلق عليها اسم ذاكرة ميموريا بمشاركة المكتبة الوطنية الفرنسية (أكسفورد تاكست أرشيف) ومعهد تولون للأبحاث العلمية ومؤسسات في المعلوماتية، او ما يعرف بالتوجه نحو حفظ الإنتاج الفكري الالكتروني لقطاعات نوعية وموضوعية، ليرتبط بعدها بمكتبات العديد من الدول المتقدمة من خلال مشروعات عملاقة للمكتبات الرقمية.

ان المتتبع لمسار الرقمنة المكتبية يدرك أن هذا التحول جاء نتيجة تحديات عرفتها تقنيات المعلومات والاتصال الذي مكن المكتبات من تدعيم استراتيجيتها لتنمية أدائها، هذا التطور الهائل للمعلومات والاتصال الذي حققته في مجالات عديدة نتيجة توظيف البرمجيات والانترنت ليصل الى المفردات والمصطلحات[1].

3- خصائص الرقمنة :

تتميز الرقمنة عن غيرها من التكنولوجيات الأخرى بالخصائص التالية:

تقليص الوقت: فالتكنولوجيا تجعل كل الأماكن الكترونيا متجاورة.

تقليل المكان: تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات تساهم في تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج.

اقتسام المهم الفكرية مع الآلة: نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث ونظام الذكاء الصناعي، مما يجعل تكنولوجيا المعلومات تساهم في تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج.

[1] أحمد الكبيسي، تطور النظم الآلية في المكتبات من الحوسبة الى الرقمنة الافتراضية، مجلة العربية، العدد 29، 2008، ص6.

تكوين شبكات الاتصال: تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين وكذا منتجي الآلات ويسمح بتبادل المعلومات مع بقية النشاطات الأخرى.

التفاعلية: أي ان المستعمل لهذه التكنولوجية يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت، فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة.

اللاتزامنية: وتعني استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.

اللامركزية: وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فالأنترنيت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال فلا يمكن لأي جهة أن تعطل الانترنت.

قابلية التوصيل: وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع على مستوى العالم بأكمله.

قابلية التحرك والحركية: أي أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته، أي من مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة من الحاسب الآلي النقال، الهاتف النقال...الخ.

قابلية التحويل: وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط الى آخر كتحويل الرسالة المسموعة الى رسالة مطبوعة أو مقروءة.

اللاجماهيرية: وتعني إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية الى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرورة الى جماهير ضخمة وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج الى المستهلك.

الشيوع والانتشار: وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنمط المرن.

العالمية والكونية: وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيا حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق الكترونيا[1].

4- عناصر الرقمنة:

ان الإصلاح المنهجي ضروري لتجسيد الرقمنة ويترتب عليه انشاء نظام يسمح للحكومة بتنظيم نفسها وفقا لاحتياجات البلاد من خلال تقديم خدمات رقمية سهلة الاستخدام وآمنة ووطيدة لمواطنيها ومؤسساتها العمومية والخاصة وذلك من خلال التحديثات الاتية:

1-الترميز الرقمي: ويعتبر القاعدة الثنائية في مجال الرياضيات حيث يعمل على مسك المعلومة بأشكالها المختلفة (النصوص-الصور-الصوت) ووضعها على الخط ليتقبلها جهاز الكمبيوتر اثناء عملية معالجتها على شكل نماذج خاضعة لإرادة الشخص المستخدم من ثم إخراجها على شكل معاني جديدة مختلفة عما كانت عليه وقد تعددت هذه الخدمة التقنية ليتم ارسال المعلومات رقميا واخضاعها للمعالجة الآلية أيضا.

2-أنظمة التراسل الرقمي: وتعني به أنظمة التراسل (الليزر وصناعة الالياف البصرية والمضخات البصرية) التي تساعد على استعمال أنظمة تراسل بصرية جديدة، حيث تم استخدامها في شبكات النفاذ لما تمتاز به هذه الأنظمة من درجة عالية الذكاء تمكن المشغل أو المستخدم لها من التحكم بها وصيانتها واستغلالها بالشكل الأمثل، إضافة الى ما تمتاز به من مستوى تأمين رفيع.

[1] عبد الرحمان محفوظي، أيوب نواري، الرقمنة بالجزائر، في ظل تحديات كورونا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية- تخصص سياسات عامة- كلية الحقوق العلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، جلفة، 2021/2020، ص 22.

3-شبكات النفاذ الرقمي: وهي شركات تعتمد على الكوابل ومن أهمها جهاز الذي يعتمد على تقنيات الترميز حيث يستخدم في أنظمة التلفزة عن طريق خط مشترك ذو جودة عالية وجهاز المحمول وتعد كلمة اختصار لكلمتي وتعنيان بالعربية المعدل ومزيل التعديل ووظيفتها تتلخص بتحويل الإشارات الرقمية المعبرة عن الصوت المنقولة والتي تمثل مخرجات جهاز الارسال الرقمي الى إشارات تناظرية يمكن نقلها عبر الخطوط التلفزيونية السلكية بحيث تسمح هذه التقنيات في عملية التبادل.

4-أنظمة التحويل: حيث تعتمد هذه الأنظمة على آليات مراقبة ذات جدوى عالية تؤمن التقارب بين المعلومة المرسلة والمعلومة المستقبلة لما تمتاز به من سرعة كبيرة في تدفق المعلومات.

5-شبكات الهاتف المحمول: وتعرف بشبكات الجيل الثالث الذي يشهده القرن الحادي والعشرين، حيث تعتمد استخدام عملية ترميز أحادية لكل مكالمة وبسرعة عالية تصل الى 2 ميغا بايت في الثانية.

6-تقنيات البث الإعلامي: وهي المرحلة التي وصلت اليها التطورات في السنوات الأخيرة بدمج الشبكة العنكبوتية بشبكات الكوابل التلفزيونية وغيرها لتحقيق الارسال الرقمي الذي يوغر خدمة التلفزة التفاعلية كنقل البرامج المتلفزة وتسجيلها رقميا وخدمة الفيديو[1].

5- د ور الرقمنة في فعالية العملية الاتصالية للمؤسسات:

تتيح الرقمنة وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول اليها بيسر وسهولة وبالتالي يسر وسهولة استقبالها بين أطراف الاتصال سواء داخل المنظمة أو خارجها، حيث تسمح الرقمنة بتكوين شبكات الاتصال والتي تتوحد من خلالها

[1] هشام بن دادي، عبد القادر معمر سعيدات، رقمنة الخدمة العمومية ومبدأ قابلية المرفق العمومي للتكيف، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق-تخصص قانون عام اقتصادي-كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2022/2021، ص 16.

مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من اجل تشكيل شبكات الاتصال والتي تتوحد من خلالها مجموعة من التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بسرعة مع بقية النشاطات الأخرى، بالإضافة الى ذلك فإن العملية الاتصالية في مجال الرقمنة تخلق ما يسمى اللاتزامنية وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت، كما أن العملية الاتصالية في مجال الرقمنة تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فالأنترنيت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال باستعمال هذه الوسيلة التي تسمح بواسطة أرضيات رقمية بإرسال ملفات مرقمنة بسرعة هائلة الى الطرف المستقبل سواء داخل المؤسسة أو الى جمهورها الخارجي لها، وهذا ما يزيد من فعالية العملية الاتصالية، إضافة الى ذلك إمكانية القيام بالعملية الاتصالية أثناء التحرك أي أنه يمكن للمستخدم أو المرسل أن يقوم بتحميل المجموعات المرقمنة في أقراص مضغوطة أو "فلاش ديسك" وأن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته، أي من مكان الى مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة من الحاسب الالي النقال، الهاتف النقال دون الانتظار حتى دخول مكان العمل وهذا ما يخلق نوع من المرونة في العملية الاتصالية، كما تسمح الرقمنة بقابلية التحويل وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط الى آخر كتحويل الرسالة المسموعة الى رسالة مطبوعة أو مقروءة مع ارسالها بكل سهولة سواء داخل المنظمة أو خارجها، وتسمح الرقمنة أيضا بإمكانية توجيه الرسالة الاتصالية الى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرورة الى جماهير ضخمة وهذا ما يسمى باللاجماهيرية، أي يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة مثلا من المنتج الى المستهلك.

تسمح الرقمنة بالقيام بالعملية الاتصالية على المستوى العالمي من خلال إمكانية ارسال واستقبال مجموعات رقمية في سرعة هائلة، حيث أن الرقمنة تنتشر عبر تقريبا كافة دول العالم مما يسمح أيضا لرأس المال أيضا ان يتدفق الكترونيا، فمثلا إمكانية القيام بالعملية الاتصالية في ظرف وجيز بين أطراف الاتصال دون الحاجة الى الحضور الى المؤسسات المالية أو البنكية

وذلك بتحويل رأس المال من عملة الى عملة أخرى من حساب المرسل الى المرسل اليه ومن دولة الى أخرى بواسطة بطاقة الكترونية، فالرقمنة تسمح باعتماد الاتصال عن بعد للحصول على الخدمة خلال الاتصال على الخط دون الانتقال أو اعتماد الشباك الالكتروني[1].

6- مزايا وعيوب الرقمنة:

1-مزايا الرقمنة:

تتعدد فوائد ومميزات الرقمنة، والتي تشمل ما يلي:

-توفير الوقت والتكلفة: تلعب الرقمنة دورا بارزا في توفير الوقت المستغرق في الوصول الى البيانات، مما يقلل من الجهد اللازم للحفاظ على تقدم العمليات.

كما أن عملية الرقمنة فعالة من حيث التكلفة، إذ تأخذ البيانات المادية متجرا أكبر للاحتفاظ بها، وبالتالي فإن رقمنة المعلومات أرخص من الاحتفاظ بالنسخ المادية وادارتها وتقلل الحاجة الى المستندات الورقية والمواد التناظرية الأخرى.

-تبسيط تدفقات العمل: من خلال رقمنة العمليات يمكن تشريح أتمته كل مهمة، وبالتالي اتخاذ إجراءات التحسينات التي تحسن من سير العمل، وهي الفائدة التي تتجلى عند تبسيط العمليات عبر وحدات الاعمال أو بين المواقع المنتشرة جغرافيا أو بين القوى العاملة الموزعة.

-زيادة اشراك الموظفين: تساعد الرقمنة على زيادة اشراك الموظفين وتمكينهم من العمل بكفاءة أكبر، دون تعرضهم للمشكلات الناتجة عن توثيق المعلومات ورقيا، إذ تمكنهم هذه التقنية من الوصول الى النظام في أي وقت ومكان وعلى أي جهاز عبر الانترنت أو غير متصل بالأنترنت.

[1] مولود رزوق، زهرة مولاي علي، التحول الرقمي ودوره في فعالية العملية الاتصالية للمؤسسات، دراسة ميدانية للمؤسسة الاقتصادية الخاصة " ستار براندس"، المجلد 9، العدد2، 2022، ص 474.

-تسريع نمو الاعمال: من خلال نظام الرقمنة يمكن تسريع نمو الاعمال، لأنه يقلل من الوقت المستغرق في العثور على الوثائق وعمليات البحث وبالتالي يتيح للموظفين التركيز بشكل أكبر على إنجاز مهامهم وقضاء المزيد من الوقت في إكمال المهام الأكثر استراتيجية.

-ضمان الامتثال: تساعد رقمنة العمليات وتحسين إدارة الوثائق على ضمان الوفاء بمتطلبات الامتثال والسلامة في الوقت المناسب وبدقة.

-سهولة تحليل البيانات: تتيح الرقمنة للشركات إمكانية تحليل البيانات واستخدامها بسهولة أكبر من أجل اتخاذ قرارات أفضل نظرا لأنها تسهل من التلاعب بالمعلومات الرقمية مقارنة بالمعلومات التناظرية.

-تحسين تجارب العملاء: من أهم مميزات الرقمنة أنها مكنت من استخدام مختلف التقنيات في حل مشكلات العملاء والتواصل معهم، فمن خلال استخدام روبوتات الدردشة ووسائل التواصل الاجتماعي وأنظمة التذاكر الالية.

-التحول الرقمي في الصناعات: برز الدور المهم للرقمنة من خلال دفع مبادرات التحول الرقمي عبر مختلف الصناعات وسلاسل التوريد، فعلى سبيل المثال ساعد استخدام الرقمنة في قطاع الرعاية الصحية على تقديم الخدمات الصحية عن بعد وإدارة سجلات المرضى.

-زيادة الإنتاجية: أدى اعتماد الشركات على الرقمنة الى تبسيط الإجراءات وأتمته الوظائف، وهو ما نتج عنه تقصير أوقات الاستجابة وزيادة الإنتاجية وبالتالي ازدادت الكفاءة العامة للعمليات التجارية.

-إمكانية استعادة البيانات: تتجلى أهمية الرقمنة في أنها تتيح استعادة البيانات والملفات عن طريق النسخ الاحتياطي، عكس الملفات الورقية التي قد تختفي الى الابد في حال فقدانها.

2-عيوب الرقمنة:

وعلى الرغم من مزايا عملية الرقمنة، إلا أن لها العديد من العيوب ومنها:

-الفجوة الرقمية: من أبرز عيوب الرقمنة وجود الفجوة الرقمية الناتجة عن عدم قدرة بعض الأشخاص أو المجتمعات على الوصول الى التقنيات الرقمية أو عدم امتلاكهم القدرات المطلوبة لاستخدامها.

-المخاطر الأمنية: تنطوي عملية الرقمنة على تخزين البيانات والمستندات بشكل رقمي، وقد تتعرض تلك البيانات لخطر الانتهاك في حال حدوث ثغرات أمنية.

-مخاوف الخصوصية: المعلومات الرقمية قد تكون عرضة للنسخ والتوزيع والنشر دون إذن من صاحبها، وهو ما يؤدي الى حدوث مشكلات متعلقة بسرقة الملكية الفكرية والقرصنة.

-تعديلات البيانات: من أبرز سلبيات الرقمنة أن المعلومات الرقمية قابلة للتعديل أو الحذف، وهو ما يؤدي الى حدوث أخطاء في حال عدم تصنيف المعلومات المعدلة بشكل صحيح.

-زيادة الاعتماد على التكنولوجيا: من خلال رقمنة المعلومات يزداد اعتماد الشركات على التكنولوجيا في جميع العمليات، مما يجعل تلك الشركات عرضة للاضطرابات في حالة الإخفاقات التقنية أو الهجمات الالكترونية[1].

[1] https://bakkah.com اطلع عليه يوم 2025/04/24 الساعة 12:34.

خلاصة:

يتضح من خلال ما سبق أن الرقمنة ليست مجرد تحول رقمي، بل هي عملية شاملة تمس أسس العمل والتفكير داخل المؤسسات. وعليه فإن الرقمنة تمثل سلاح ذو حدين فمن جهة فرصة لتحديث المؤسسات ومن جهة أخرى تتطلب استعدادا فعليا للتعامل مع تحدياتها ولذلك الواجب وضع استراتيجيات متكاملة للاستفادة من الإمكانات ومواجهة التحديات.

المحور الثاني: مدخل عام إلى الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية

تمهيد

1-تعريف الاتصال الخارجي

2-وسائل الاتصال الخارجي

3-اهداف واهمية الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية

4-إيجابيات وسلبيات الاتصال الخارجي

5-صعوبات وتحديات رقمنة الاتصال الخارجي في المؤسسات

خلاصة

تمهيد:

في ظل البيئة التفاعلية، لم يعد من الممكن الاكتفاء بالأدوار التقليدية في أداء المهام والخدمات، بل برزت الحاجة الى تبني آليات اتصال فعالة تمكن المؤسسة من بناء علاقات مع محيطها الخارجي. ومن هذا المنطلق يعتبر الاتصال الخارجي له أهمية متزايدة باعتباره اهم أدوات الاتصال التي تعتمد عليها المؤسسات. فيهدف هذا المحور الى تقديم مفهوم عام الى الاتصال الخارجي مع التطرق الى وسائله وأهدافه والسلبيات والايجابيات له إضافة الى التحديات التي يواجهها هذا الأخير.

1- تعريف الاتصال الخارجي:

يعرف على انه الاتصال الذي يتم بين المنظمة الإدارية وغيره من التنظيمات الاجتماعية خارج المنظمة فعلى المنظمات الإدارية الاتصال بالراي العام لإعلامه عما يجري من النشاطات ومن حلول المشاكل الجماهيرية وقد يجري من نشاطات ومن حلول المشاكل الجماهيرية وقد يجد اتصال عكس من الجمهور الى المنظمة.

ويعرفه محمد سليمان الطيماوي الاتصال الخارجي على انه هو الاتصال الذي يتم بين المنظمة الإدارية الواحدة ومن غيرها من المنظمات الأخرى الإدارية كانت او غيرها وكذلك بينها وبين الجمهور[1].

2- وسائل الاتصال الخارجي:

تشمل وسائل الاتصال الخارجي عدة أدوات وتقنيات مختلفة التي تستخدم للتواصل مع الافراد والشركات والمؤسسات خارج الدولة او البلد المعني ومن بين هذه الوسائل:

[1] ينظر، سامية خبيزي، مكانة الاتصال الداخلي والخارجي في المؤسسة الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 1، الشهر 2، السنة 2022، ص162/161.

1-الوسائل المكتوبة: هي التي تتم عن طريق الكلمة المكتوبة التي يصدرها المرسل الى المرسل اليه وهذا المتطلب كثيرا من المؤسسات الكبيرة الحجم والمعقدة التنظيم ولنجاحها يجب أن تتسم البساطة والوضوح والدقة، وتتطلب الوسائل المكتوبة جهدا كبيرا من الناحية الإبداعية السيمولوجية والثقافية لما تتطلب من أسلوب ولغة مع المستويات الثقافية المختلفة.

أ-المجلة وجريدة المؤسسة: وتعتمد في الاتصال على المستويين الداخلي والخارجي، تصدر اما أسبوعيا أو شهريا، تسعى الى تغطية جميع الاحداث التي لها علاقة بالمؤسسة.

ب-التقارير: وهي الوسائل التي يرفعها العاملين للمدير وتعتبر وسيلة اتصال صاعد ولابد أن تحتوي على العناصر التالية: وظيفة المرسل اليه، الراسل، التاريخ.

-توضيح ما إذا كان الرد مطلوب، صياغة الرسالة صياغة تفصيلية، محددا المسؤوليات والصلاحيات أو الواجبات الخاصة.

ج-المراسلات: وتستعمل لإعلام العملاء بالذات عن معلومات خاصة بالمؤسسة كتقديم خدمة جديدة أو اجراء تخفيضات عن السلع التي تنتجها المؤسسة ومواعيدها.

د-الملصقات الجدارية والاعلانات: وهي عبارة عن لافتات وملصقات تعلق من طرف المؤسسة أو المنظمة على الجدران في المؤسسات والأماكن العمومية والطرقات والشوارع وذلك قصد الوصول الى أكبر شريحة ممكنة من الجمهور وتدعى أحيانا بالنشاطات اليومية والطارئة للمؤسسة.

ر-الصحافة: أثبتت العديد من الدراسات أن وسائل الاعلام المطبوعة تتفوق على الوسائل الأخرى بالنسبة للجمهور القارئ وذلك لما تتميز به من مقدرة على عرض التفاصيل الدقيقة والموضوعات الطويلة التي تساعد على توضيح الأمور للقراء وتهيئ لهم فرصة للدراسة المتأنية بالإضافة الى إمكانية قراءتها في الوقت والمكانين المناسبين للمرسل.

2-الوسائل الشفوية: وهي الوسائل التي تستخدم اللغة المنطوقة أو الشفوية لتوصيل الرسالة الى المستقبل وغالبا ما يتم ذلك وجها لوجه ويسمى ذلك بالاتصال اللفظي وهذه الوسائل متمثلة في:

أ-المناقشات: نشاط جماعي يأخذ طابع الحوار الكلامي المنظم الذي يدور حول مشكلة أو موضوع تشعر لجماعة بحماس لمحاولة الخروج منها، ويتم في المناقشة وتحديد الجوانب المختلفة للمشكلة ثم يتم تحليلها ويشترك فيها جميع أفراد الجماعة محاولين تبادل أكثر قدر من الحقائق والمعلومات خلال وقت محدد، وفي نهايتها يمكن لكل فرد يكون قد اكتشف أفكار جديدة وحقق تجانس أفضل داخل الجماعة.

ب-الندوات: عبارة عن مناقشة متكاملة بين مجموعة من المختصين في موضوع معين وجمهور معين في جوانب مختلفة من هذا الموضوع، ويتناول المختصون الموضوع من جوانبه المتعددة كل منهم من زاويته أو من جانب معين.

ج-الاجتماعات: وسيلة لفظية تستخدم فيها المناقشات وتعقد على فترات او بصورة دورية أو كلما استدعى الامر انعقادها وتختلف عن المحاضرات والندوات.

د-المقابلات: هي التفاعل اللفظي الذي يتم بين فردين في موقف مواجهة، بحيث يحاول كل واحد منهما أن يستشير بعض المعلومات أو التغيرات لدى الآخر والتي تدور حوله خبراته.

هـ-المعارض: طريق لعرض فكرة أو التعبير عنها وذلك بترتيب عينات أو صور أو رسومات أو أجسام ترتيب مقصودة بخطة معينة وتستخدم كوسيلة فعالة لتحقيق أهداف محددة.

3-الوسائل السمعية البصرية: وسائل الاتصال الخارجي السمعي البصري تتضمن جميع الوسائل التي تستخدم لإرسال المعلومات بين الأشخاص باستخدام الأصوات والصور وهناك العديد منها:

أ-التلفزيون: يمكن استخدام التلفزيون لإرسال المعلومات باستخدام الصور والاصوات التي تشمل الوسائل المستخدمة التلفزيون الرقمي والقنوات الفضائية.

ب-الإذاعة: هي الوسيلة الإعلامية الأولى التي استطاعت أن تصل الى الجمهور في أي متخطية الحواجز الأمنية وعواقب الانتقال في المناطق الوعرة التي تمنح بعض الوسائل الأخرى من الوصول الى مجتمعاتها، كما أن الاذاعة لا تحتاج الى تفرغ تام للاستماع اليها فالمادة الإعلامية تصاغ في عبارات بسيطة يدرك معناها المثقف وغير المثقف.

4-الوسائل التكنولوجية:

أ-الفاكس: عبارة عن جهاز يقوم ببث الرسائل والنصوص والصور والوثائق المكتوبة عبر خطوط الهاتف العادية لهذا فهو شبيه آلة التصوير الصغيرة غير أنها مزودة بهاتف أو متصلة به ونقل المادة المكتوبة كما هي الى مكان عن طريق ربط الهاتف بجهاز الفاكس الذي يقوم بتصويرها ثم نقلها لاسلكيا الى جهاز آخر يقوم بتحويله مرة أخرى الى رموز مكتوبة.

ب-الهاتف: هو نوع من الاتصال الشخصي المباشر في مجال العلاقات العامة وتبرز أهميته في الكلمة المسموعة والمباشرة يكون لها تأثير قوي على الشخص الآخر الذي يتم التحدث معه ومن الحديث يمكن تبادل الرأي وإزالة الخلافات والمناقشة بسرعة وبتكلفة بسيطة، وهو يعتبر وسيلة سريعة للاتصال بين المسؤولين بالمؤسسة وجماهيرها الخاصة من العاملين والموردين وغيرهم.

ج-الانترنيت: وهي عبارة عن شبكة معلومات الكترونية يدعمها وتغذيها شبكات ومؤسسات كبرى وكانت بداية هذه الشبكات في الستينات من القرن العشرين وكان الأساس من انشائها جدمة وزارة الدفاع الأمريكي، وتعمل على نقل المعلومات وتدفقها بصورة سريعة وبكميات هائلة من والى الافراد والمؤسسات في جميع المجالات، إضافة الى البريد الالكتروني، وقد ساعد على انتشار رخص جهاز الحاسوب، تطور وسائل الاتصال الهاتفي، ورخص الاشتراك في الشبكة[1]

3- اهداف واهمية الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية:

تتبنى كل مؤسسة على مجموعة من الاستراتيجيات التواصلية بغرض التواصل مع محيطها الخارجي والانفتاح على المجتمع والشركاء والصحافة ومختلف الفاعلين وتهدف هذه الاستراتيجيات الى تحسين الصورة المؤسسة والتعريف بنشاطاتها واعمالها فضلا على ترويج لمشاريعها ومنجزاتها قصد رسم صورة معينة لدى الاخرين عن المؤسسة.

[1]نور الهدى منقوري، احمد بوزيان يزيد، الاتصال الخارجي ودوره في تعزيز هوية المؤسسة – دراسة ميدانية بمديرية اتصالات الجزائر- فرع عين تيموشنت ، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علم الاجتماع تنظيم والعمل، قسم العلوم الاجتماعية، كلية اللغات والعلوم الاجتماعية ، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تيموشنت، 2023/2022، ص17/16.

وتكمن أهمية الاتصال الخارجي للمؤسسة في العلاقة الطيبة التي تنسجها المؤسسة مع جمهورها الخارجي وجعل المعلومة في متناول الجميع في إطار الشفافية والنزاهة وبذلك تمكين الصحافة والمجتمع المدني وعموم الناس من مواكبة اعمال المؤسسة كما يهدف الاتصال الخارجي الى التعريف بخدمات المؤسسة ونسج علاقات مع باقي المؤسسات والشركاء قصد التعاون وتبادل الخبرات وتجارب ويعتبر الاتصال الخارجي حلقة وصل بين المؤسسة ومحيطها الخارجي كل إجراءات الاتصال الموجهة للجمهور الخارجي في إطار الخدمة العامة[1].

4- إيجابيات وسلبيات الاتصال الخارجي:

أ-الإيجابيات:

-توسع المؤسسة واكتساب عملاء جدد: يعد الاتصال الخارجي فرصة للشركة للتوسع والتعرف على عملاء جدد والتواصل معهم بشكل مباشر.

-التواصل مع شركاء تجاريين: يمكن للاتصال الخارجي أن يمكن المؤسسة من التواصل مع الشركاء التجاريين والتحدث الى شركاء الاعمال بطريقة جيدة، مما يمكن من أن يؤدي الى عقود تجارية جديدة وفرص أعمال جديدة.

-بناء السمعة الجيدة: عندما تتعامل المؤسسة مع العملاء والشركاء التجاريين بطريقة جيدة فإن ذلك يمكن أن يساعد على بناء سمعة جيدة للمؤسسة والتعرف على الشركة.

[1] الطيب عيساوي، أهمية وسائل الاتصال في تعزيز الاتصال المؤسساتي الخارجي، مجلة الدراسات الجامعية للبحوث الشاملة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة ابن زهر باكدير، المجلد10، العدد12، 2021، ص19/18.

ب-السلبيات:

تبين الدراسات المتعلقة بوسائل الاتصال الحديثة أن عملية انتشار وسائل الاتصال قد ترافقت التحولات عميقة تعلقت بطبيعة هذا المجال، ويحدث الانفجار الإعلامي واقعا جديدا يستدعي اهتمام المؤسسات ويثير مشاكل متعددة ويطرح تساؤلات الباحثين بالمسائل التالية:

-مسألة التحكم: أصبح اليوم التحكم التقدم التكنولوجي من المسائل الصعبة نتيجة للغزو الفوضوي للمعدات والبرمجيات في مجال المعلوماتية والاتصال والقطاع السمعي البصري في أغلب بلدان العالم.

-مسألة الامن: ان تشعب مجال الشبكات الكبرى ولاسيما الشبكات ذات الموجات التي تقوم باتصال أنواع مختلفة من الإشارات، جعل هذه الأخيرة قابلة للاختراق أكثر فأكثر ويزيد ترابط الأنظمة من هشاشتها وكل اضطراب أو خلل في نقطة معينة يمثل في حد ذاته انعكاسات متتالية، بالإضافة الى هذه النواقص الفنية يمكن أن نشير الى الاخطار ذات الطابع الاجرامي تتمثل خاصة في إمكانية الغش عن طريق المعلوماتية أو في تحطيم وافساد عن بعد لنظم الكبرى للمعطيات المعلوماتية.

-التشويش: وهي أي عائق يحول دون القدرة على الارسال أو الاستقبال، أو استقبال الرسالة على الهيئة المرجوة[1].

5-صعوبات وتحديات رقمنة الاتصال الخارجي في المؤسسات:

ان عملية التحول نحو تفعيل الرقمنة ليس بالأمر الهين بل هو في غاية التعقيد لذا يلزم على المنظمات معرفة التحديات التي تواجه عملية تطبيق الرقمنة، إضافة الى سعيها لتخطي المعوقات التي تحول دون تحقيق العملية بنجاح، وسنحاول فيما يلي ايجاز أهمها:

[1]نور الهدى منقوري، أحمد بوزيان يزيد، مرجع سابق، ص 23/22.

تحديات تطبيق الرقمنة: تتهافت المنظمات اليوم نحو تبني مشروع الرقمنة، وتسارع الى ادخال التقنيات الجديدة في أعمالها، وعلى الرغم من المزايا الناتجة عن إدخالها، الا أن عملية الانتقال هذه لا تخلوا بأي شكل من الاشكال من التحديات الكبيرة والتي تتمثل في:

-إدارة عملية التحول الالكتروني الكامل لأنشطة وعمليات المنظمة

-تهيئة المنظمة للانتقال الى نموذج الاعمال الالكترونية

-تنمية وتطوير البنية التحتية للإعمال الالكترونية

-إدارة موقع المنظمة على شبكة المعلومات العالمية

معوقات تطبيق الرقمنة: تعد الرقمنة وليدة الفكر الإداري الحديث، ومحاولة تطويرها على مستوى المنظمة عادة ما يصاحبها عدة عراقيل تحول دون تحقيقها بنجاح، وقد اتجه بعض الباحثين الى تصنيفها الى جوانب متعددة كما يلي:

_**معوقات إدارية وامنية:** تواجه الإدارة في تحولها من الأسلوب التقليدي الى الأسلوب الالكتروني عددا من المعوقات الإدارية والأمنية يمكن عرضها:

أولا-المعوقات الإدارية: تواجه الإدارة في رحلة تحولها من الأسلوب التقليدي الى الأسلوب الالكتروني عددا من المعوقات والأمنية لعل أبرزها:

-غياب الاستراتيجية الفعالة

-غموض المفهوم

-الافتقار الى التخطيط والتدريب المناسبين

ثانيا: المعوقات الأمنية: تتمثل في:

-مخاوف كبيرة لدى المتعاملين مع الإدارات من نجاح احدى محاولات الاختراق للإدارة التي تعاملون معها، وأن يمس ذلك الاختراق البيانات الخاصة بهم بالحذف أو التدمير، أو استغلالها في أعمال غير مشروعة.

-عدم توافر برمجيات تحكم الرقابة على الاختراقات المتعمدة.

-تشمل تحديات أمن المعلومات نطاقا واسعا، بعضها فني تقني يربط بالأنظمة التقنية والبرامج والأجهزة المستخدمة، وبعضها الآخر يرتبط بالأفراد والهيئات الإدارية القائمة على الإدارات الالكترونية حول العالم[1].

[1] ايمان عامر، عتيق شيخ، الصعوبات والتحيات لمواجهة التحول الرقمي في الجزائر –دراسة حالة- ، المجلد15، العدد1، 2025، ص 452/451.

خلاصة:

لقد أظهر هذا المدخل العام أن الاتصال الخارجي يعد حلقة وصل أساسية بين المؤسسة وجمهورها الخارجي، كما أن فعالية هذا الاتصال ترتبط بمدى وعي المؤسسة بأهدافه ومكوناته ولا سيما في ظل هذه التطورات التكنولوجية الحديثة. وعليه فإن تعزيز الاتصال الخارجي في المؤسسات يعد ضرورة استراتيجية لا بد منها.

المحور الثالث: الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية وعلاقتها برقمنة الاتصال الخارجي

تمهيد

1-مفهوم الصورة الذهنية

2-أنواع الصورة الذهنية في المؤسسة

3-أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية

4-علاقة الصورة الذهنية برقمنة الاتصال الخارجي

خلاصة

تمهيد:

في عالم تسوده المنافسة وتزداد فيه أهمية الصورة الذهنية، التي لها تأثير مباشر على إدراك الجمهور لطبيعة المؤسسة وأدائها وقيمها. وفي دراستنا هذه قدمنا توضيحا لمفهوم الصورة الذهنية وتصنيف أنواعها وإبراز أهميتها في السياق المؤسسي قبل التطرق الى الصلة التي تربطها بعمليات رقمنة الاتصال الخارجي كآلية حديثة لصناعة الانطباع العام لدى الجمهور.

1-مفهوم الصورة الذهنية:

يرى "يامن بودهان" الصورة الذهنية هي الناتج النهائي للانطباعات النفسية التي تتكون عند الافراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو شعب أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنية معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الانسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الافراد واتجاهاتهم بغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله الى ما حولهم ويفهمونه ويقدرونه على أساسها.

أما "بولدنغ" فيرى أن الصورة الذهنية تتبنى على خبرات الانسان السابقة من لحظة الميلاد. فالكائن الحي يتلقى رسائل مستمرة عن طريق الاحاسيس والصور تكون غير واضحة في البداية، ثم يبدأ بعدها الإنسان في إدراك وجوده كشيء وسط عالم الأشياء، ويكون هذا بداية التصور الذي يمكن وصفه بالإدراك فإذا تقدم العمر بالإنسان ازداد هذا التصور ليشمل في النهاية كل شيء موجود أو حتى متخيل.[1]

[1] يامن بودهان، تحولات الاعلام المعاصر، الطبعة الأولى، الإصدار الثاني، دار اليازوني، عمان، 2015، ص42

2-أنواع الصورة الذهنية في المؤسسة:

يصنف علماء التسويق الصورة الذهنية كل على أساس نظرته للمؤسسة فمنهم من يصنفها على أساس اهداف المؤسسة الى صورة مرغوبة وهي الصورة التي تسعى المؤسسة الى تكوينها في اذهان زبائنها، وصورة ذاتية ومدركة، وآخرون يصنفونها الى داخلية وخارجية حيث الأولى تتمثل في كل ما هو داخل المؤسسة من وسائل مادية ومعنوية وصورة خارجية وهي النشاطات التي تقوم بها المؤسسة مع بيئتها الخارجية.

كما يصنف اخرون على أساس الوظائف الى صورة مالية وهي التي تعكس الوضعية المالية للمؤسسة أي قيمة المؤسسة، وكذا الصورة التكنولوجية والتي تظهر ابداعات المؤسسة وبراءات الاختراع لديها، ومدى تطورها وطموحتها المستقبلية

مما سبق نجد ان من اهم التصنيفات التي جاء بها العلماء والتي تعتبر شاملة لما ذكر سابقا تصنيف جفكينز والمتمثل فيما يلي:

1-صورة المرآة: وهي الصورة التي ترى المؤسسة نفسها من خلالها بمعنى انها هي الصورة التي تعتقد المؤسسة انها المؤسسة مكونة لدى جماهيرها وتتعامل مع جماهيرها على أساسه بالرغم انه ليس بالضرورة ان تكون هي الصورة الحقيقية للمؤسسة المرسومة في اذهان جماهيرها.

2-الصورة الحالية: وهي الصورة التي يرى بها الجمهور الخارجي المؤسسة وقد تتعارض هذه الصورة مع الصورة المرآة، الصورة الحالية تتكون عند الجماهير من خلال تجاربهم مع المؤسسة أي من خلال الخبرة او من خلال المعلومات التي تصلهم عن المؤسسة وقد تكون هذه المعلومات ضعيفة او غير صحيحة بما يؤدي الى تكوين صورة سلبية عن المؤسسة

3-الصورة المرغوبة: وهي التي تسعى المؤسسة الى تكوينها في اذهان جماهيرها حيث يمكن ان لا تكون هي الصورة الحقيقية للمؤسسة, وتدخل الصورة المرغوبة غالبا ضمن الأهداف

الاستراتيجية حيث تلعب العلاقات العامة دورا مهما في تكوين هذه الصورة او تحسينها وتختلف هذه الصورة باختلاف المؤسسات فهناك المؤسسات التي تريد ان تبرز في ثوب المؤسسة التي تفضل المصلحة العامة على المصلحة الخاصة ومن تركز اهتمامها على المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع المحلي وهناك من تحرص على تكوين صورة طيبة مرتبطة بالإنتاج الجيد او الثمن الذي لا ينافس.

4-الصورة المثلى: وهي أمثل صورة يمكن ان تتحقق إذا ما اخذنا في الاعتبار منافسة المؤسسات الأخرى وجودها في التأثير على الجماهير ولذلك يمكن ان نسميها بالصورة المتوقعة.

5-الصورة المتعددة: ويحدث هذا النوع عندما يتعرض الافراد لممثلين مختلفين للمؤسسة يعطي كل منهم انطباعا مختلفا عنها ومن الطبيعي ان لا يستمر هذا التعدد طويلا فإما ان تتحول الى صورة إيجابية او الى صورة سلبية او ان تجمع بين الجانبين صورة موحدة تظلها العناصر الإيجابية والسلبية تبعا لشدة تأثير كل منها على جماهير المؤسسة.[1]

3-أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية:

ان أهمية الصورة الذهنية للمؤسسات بشكل عام تشكل عاملا مهما وحيويا في تسويق اهداف المؤسسة في أداء رسالتها, وإن اهم العوامل المؤثرة في إنجاح المؤسسات ،ومدى قدرتها على البقاء والنمو يعتمد على التسويق و التمويل ، فالهيئات المدنية ستبقى عن تحقيق رسالتها وأهدافها لخدمة المجتمع عندما لا يتوفر الدعم والتمويل ،فالهيئات المدنية ستبقى عن تحقيق رسالتها وأهدافها لخدمة المجتمع عندما لا يتوفر الدعم والتمويل اللازم لأنشطتها واذا لم تتمكن من جذب افراد المجتمع وتسويق منتجاتها او خدماتها او أنشطتها وبرامجها و خاصة في ظل تنافس المؤسسات على جذب الجماهير المستهدفة وكسب ثقتهم ودعمهم ، ولا يمكن لأي مؤسسة

[1] ميسون بلخير، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية الخدمية، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال، مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم التجارية، قسم علوم التسيير، 2019/2018، ص52 53

التنازل عن صورتها الذهنية لدى الجمهور والسعي لبناء سمعة طيبة لها، فإن اهملت المؤسسة ذلك فان الجمهور سيبني لانطباعاته اتجاه المؤسسة على ما يتم تغذيته من معلومات من مصادر أخرى.

وبشكل عام فان أبرز العوائد والفوائد التي تجنيها الصورة الذهنية ما يلي:

-زيادة ثقة الجماهير المختلفة بالمؤسسة

-جذب مصادر التمويل لدعم المؤسسات وزيادة تمويل برامجها وانشطتها

-استقطاب المهارات البشرية للتطوع في أنشطة المؤسسة

-توليد الشعور باثقة والانتماء المؤسسة في نفوس أعضاء المؤسسين والعاملين.

-زيادة اهتمام قادة الراي العام ووسائل الاعلام بالمؤسسة ودورها في خدمة المجتمع

-ان طبيعة الصورة الذهنية في المؤسسة او الأشخاص تتوقف على قوة الصورة او ضعفها، فعلى مستوى الافراد الذين تتكون لديهم تبعا لدرجة الاتصال بينهم وبين المؤسسات الأخرى ومدى اهتمامهم بهذه المؤسسات وتأثرهم بنشاطها ويمكن التعرف على هذه الصورة وقياس التغيرات التي تطرأ رغم ان هذه التغيرات تكون عادة بطيئة، كما من الطبيعي ان يصعب تكوين صورة عن شيء لم يعرفه ' كما ان الصورة التي تتكون عن أشياء بعيدة تكون غالبا ضعيفة قابلة للتغيير

ولذلك فان تغيير الصورة تكون في بعض الحالات مؤلمة، وقد تحدث صدعها في العلاقات العامة بين الأصدقاء وقد تؤدي الى توتر العلاقات العامة بينهم، كما ان بعض الأشخاص في ظروف عمرية او صحية او في ظل صراع عاطفي يرفضون أي محاولة لتغيير الصورة التي تكونت لديهم وعلى الرغم من ان ذلك يؤدي الى التضحية بفقد هؤلاء الذين يحلون عليهم لأحداث التغيير.

ومن هنا وكما يشير العلماء النفس فإن الانسان في اغلب الأحوال يميل الى التمسك بما لديه من صور ويتحيز لها فلا يقبل التعرض لأي رسالة لا تتفق معه وهو يدرك محتوى هذه الرسالة التي

يتعرض لها على نحو يتفق مع الصور التي كونها، كما انه يتذكر المواقف والتفاصيل التي تدعم الصورة الذهنية التي تكونت وقت ما. واستقرت وأصبحت ذات أثر كبير في تقديره لما يحدث بعد ذلك ورؤيته للواقع وتخيله للمستقبل وفي هذا الصدد اعتمد كارل دويتش هذه الحقيقة التي لاقت اتفاقا بين عدد من الباحثين، فيما اعتبر اخرون ان تغيير الصورة لن يتم بسهولة ولكن تتغير بسرعة إذا تعرضت لهذه عنيفة.[1]

4-علاقة الصورة الذهنية برقمنة الاتصال الخارجي:

تعتبر الرقمنة أي استخدام التكنولوجيا الرقمية في الاتصال الخارجي وسيلة فعالة لتشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة، حيث تتيح الرقمنة التواصل مع جمهور أوسع بصفة سهلة وتقديم معلومات محدثة ودقيقة مما يؤثر إيجابا على صورة المؤسسة لدى الجمهور، وتتمثل العلاقة بين رقمنة الاتصال الخارجي والصورة الذهنية كالتالي:

-التواصل المباشر مع الجمهور: حيث تتيح الرقمنة فرصا للتواصل مع الجمهور من خلال الرسائل والتعليقات وذلك يعزز الشفافية والثقة.

-التسويق الرقمي الفعال: بحيث تتيح فرص للعلامات التجارية علا بناء صور إيجابية من خلال الإعلانات والمحتوى التفاعلي.

-تقديم معلومات دقيقة ومحدثة: كمن خلال الرقمنة يمكن للمؤسسة تحديث معلوماتها وخدماتها عبر منصاتها الرقمية وهذا يساعد في التقليل من الشائعات والمعلومات الخاطئة التي تؤثر سلبا على المؤسسة.

-إدارة السمعة على الانترنت: بحيث تمكن المؤسسة على إدارة سمعتها من خلال القنوات الرقمية.

[1] نجلاء خوالدية، الصورة الذهنية للمؤسسة، دراسة ميدانية بجامعة 8 ماي 1945، جامعة 8 ماي 1945، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، 2022/2021، ص22

خلاصة:

يتبين من خلال ما تم تناوله في هذا المحور أن الصورة الذهنية تعد عنصرا مهما في تحديد مكانة المؤسسة العمومية في اذهان جمهورها بحيث تعكس مدى فاعلية هذه الأخيرة في أداء وظائفها ومستوى رضا المتعاملين معها.

الإطار التطبيقي

الجانب التطبيقي:

1-نبذة تاريخية عن مؤسسة جامعة يحي فارس بالمدية:

رأى التعليم العالي في المدية النور خلال السنة الجامعية 1988-1989 بموجب المرسوم 48-89 المؤرخ في 04 نوفمبر 1989، بالهياكل الإدارية التي احتضنت المعهد الوطني للتعليم العالي في مجال الالكتروتقني، في الوقت الذي كان فيه هذا المعهد تابعا لمتوسطة الفارابي، وكان بهدف توفير تعليم عالي في التخصصات التالية:

-جذع مشترك تكنولوجيا.

-تكوين قصير المدى في الالكتروتقني.

في شهر جويلية من عام 2000 تم ترقية المعهد الوطني للتعليم العالي الى مركز جامعي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 198 المؤرخ في 32 ربيع الثاني 1421 الموافق 25 جويلية 2000 وشمل المركز أربعة معاهد:

-معهد العلوم والتكنولوجيا.

-معهد العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

-معهد العلوم القانونية والإدارية.

-معهد الآداب واللغات.

بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-11 المؤرخ في 7 محرم 1430 الموافق ل 04 جانفي 2009 المتضمن انشاء جامعة المدية، حدد عدد الكليات التي تتكون منها جامعة المدية واختصاصاتها كالتالي:

-كلية العلوم والتكنولوجية.

-كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية.

-كلية الحقوق.

وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-403 المؤرخ في 27 محرم 1435 الموافق ل 01 ديسمبر 2013 المعدل والمتمم للمرسوم رقم 09-11 المؤرخ في 07 محرم 1430 الموافق ل 04 جانفي 2009، تم تحديد عدد الكليات والمكونة لجامعة المدية واختصاصاتها كما يلي:

-كلية الآداب واللغات.

-كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

-كلية العلوم والتكنولوجيا.

-كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

-كلية الحقوق.

وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 16-74 المؤرخ في 13 جمادى الأولى 1437 الموافق 13 فيفري 2016 المعدل والمتمم للمرسوم رقم 09-11 المؤرخ في 07 محرم 1430 الموافق 04 جانفي 2009، تم تحديد عدد الكليات المكونة لجامعة المدية واختصاصاتها كما يلي:

-كلية الآداب واللغات.

-كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

-كلية التكنولوجيا.

-كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

-كلية الحقوق والعلوم السياسية.

-كلية العلوم.[1]

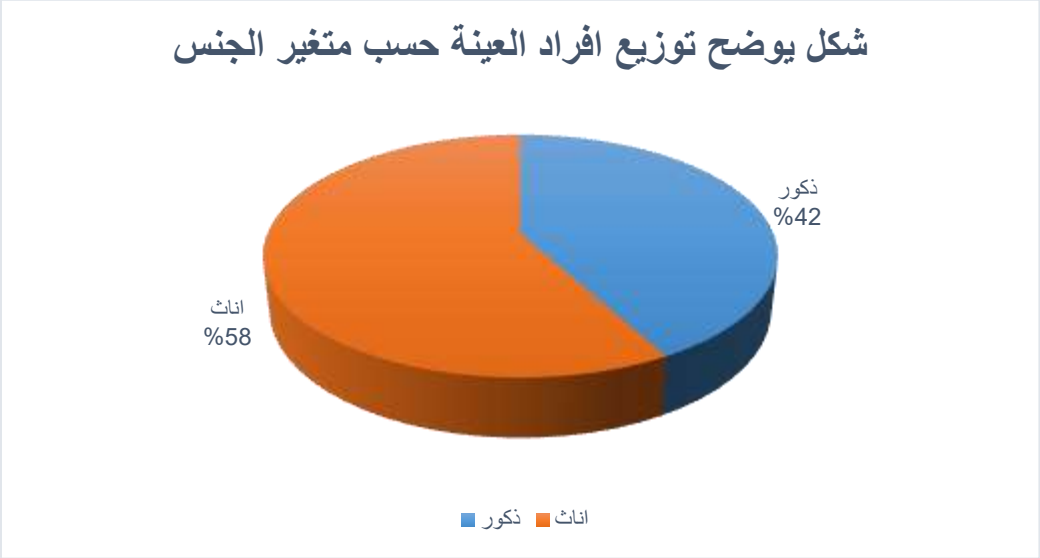
[1]الصفحة الرسمية لجامعة يحي فارس بالمدية www.univ-medea.dz اطلع عليه يوم 29 ماي، الساعة 14:21

2-عرض البيانات وتحليلها:

المحور الأول: المعلومات العامة

الجدول رقم 01: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الاحتمالات	42	42%
انثى	58	58%
المجموع	100	100%



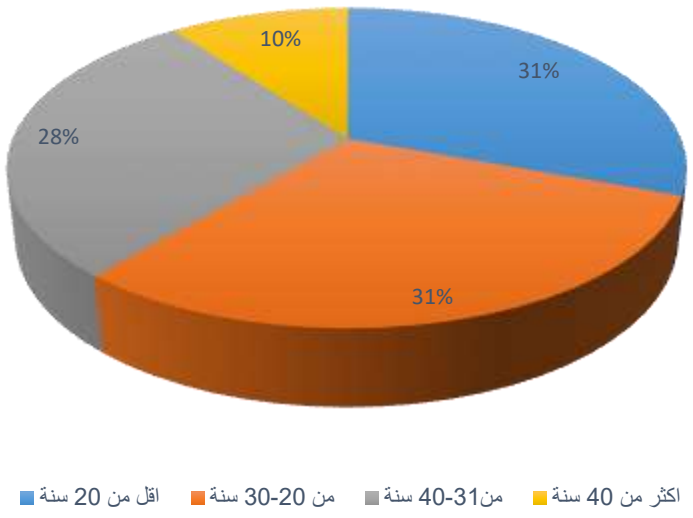
من خلال قراءتنا للجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات افراد عينة الدراسة والبالغ عددهم 100 نلاحظ ان 42 فردا يمثلون عدد الذكور بنسبة بلغت 42%، اما حجم الاناث فقد بلغ 58 فردا بنسبة قدرت ب 58%.

وهذا ما يبين ان الاناث أكثر تفاعلا حيث يظهرن استعدادا أكبر للمشاركة في الأبحاث والاستبيانات، من جهة أخرى وجود نسبة معتبرة من الذكور يضمن وجهات نظر متوازنة مما يساعد على بناء تصور شامل حول فعالية الاتصال الخارجي الرقمي وتأثيره على الصورة الذهنية.

الجدول رقم 02: يوضح توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 20 سنة	30	**%30.6**
من 20-30 سنة	30	**30.6%**
من 31-40 سنة	28	**28.6%**
أكثر من 40 سنة	10	**10.2%**
المجموع	98	**100%**

شكل يوضح توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية



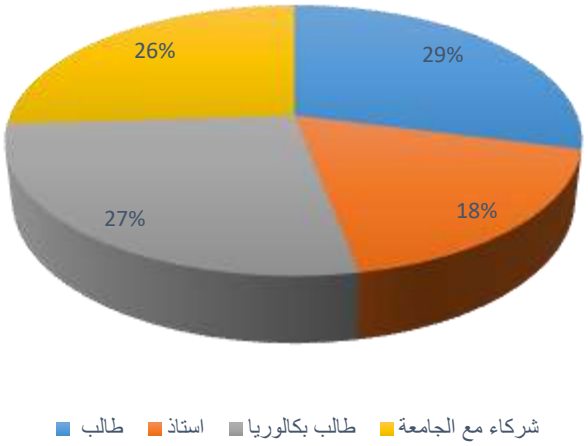
من خلال قراءتنا للجدول اعلاه الذي يوضح توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية نحد اعلى نسبة هي% 30.6 وتتمثل في فئة اقل من 20 سنة وفئة 20-30 سنة بنفس التكرار وهو 30 ثم تليها نسبة% 20.6 بتكرار 28 التي تتمثل في فئة 31-40 سنة ثم تليها اقل نسبة وهي % 10.2 بتكرار 10 وذلك في فئة أكثر من 41 سنة

استنتجنا من خلال الجدول ان الغالبية من الفئات الشابة هي الأكثر استخداما للرقمنة وبالتالي فهي القادرة على تقييم فعالية الاتصال الرقمي للجامعة. اما تمثيل الفئات الأكبر سنا فيعتبر مكملا مما يسمح برؤية مدى تأثير التحول الرقمي على الصورة الذهنية لدى مختلف الأجيال.

الجدول رقم 03: يوضح توزيع افراد العينة حسب الصفة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
طالب	29	29%
استاذ	18	18%
طالب محتمل (طالب بكالوريا)	27	27%
شركاء مع الجامعة	26	26%
المجموع	100	100%

شكل يوضح توزيع العينة حسب الصفة



من خلال دراستنا للجدول أعلاه، يتضح لنا أن اعلى نسبة 29% بتكرار 29 هم الطلبة ثم تليها نسبة 27% بتكرار 27 هم الطلبة المحتملين (طلبة باكالوريا)، ثم نسبة 26% بتكرار 26، ثم اقل نسبة ب 18% بتكرار 18 وهي للأساتذة.

استنتجنا من خلال قراءتنا للجدول الطلبة الجامعيون أهم الفئات المستهدفة في تقييم الصورة الذهنية بحكم تعاملهم المباشر مع الجامعة والوسائط الرقمية للجامعة.

وبالنسبة لشركاء الجامعة تعكس مدى اهتمام الأطراف الخارجية بتقييم صورة الجامعة وهذه الفئة لها أهمية خاصة لأنها تنظر للجامعة من الخارج مما يسمح بتقييم الاتصال الخارجي الرقمي.

اما طلبة الباكالوريا يمثلون فئة مستقبلية مهمة لأنهم سيلتحقون بالجامعة وآرائهم تعطي نظرة عن الانطباع الاولي الذي تتركه الجامعة.

وأخيرا بالنسبة الى الأساتذة رغم أنهم اقل تمثيلا فإن مشاركتهم تعد قيمة لأن لديهم فهما معمقا لآليات الاتصال لدى المؤسسة.

المحوررقم 2: الوسائل الرقمية المستخدمة في الاتصال الخارجي

الجدول رقم 1: مركب بين علامة متغير الجنس في استخدام الجامعة للوسائل الرقمية في التواصل

	ذكور		اناث		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	34	81%	44	76%	78	78%
لا	8	19%	14	24%	22	22%
المجموع	42	100%	58	100%	100	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والمبين لعلاقة متغير الجنس باستخدام الجامعة للوسائل الرقمية في التواصل أن اتجاه القراءة يميل الى اعلى نسبة والمتمثلة في 81% بتكرار 34 والذي يمثل إجابة المبحوثين الذكور بنعم على استخدامهم الوسائل الرقمية في التواصل مع الجامعة، تليها نسبة 76% بتكرار 44 وذلك في إجابة المبحوثين من فئة الاناث أنهن يستخدمن الوسائل الرقمية في التواصل، ثم تأتي نسبة 24% بتكرار 14 وذلك في إجابة الفئة ذاتها أنهن لا يستخدمن الوسائل الرقمية في التواصل في حين نجد أدنى نسبة متمثلة في 19% بتكرار 8 وذلك في إجابة فئة الذكور أنهم لا يستخدمون الوسائل الرقمية في التواصل مع الجامعة.

تكشف نتائج الاستبيان عن تفاوت طفيف في استخدام الجامعة للوسائل الرقمية بين الذكور والاناث ما يعكس اختلاف في التجربة والادراك لدى كل فئة، بحيث صرح البعض منهم انهم يستعملون الوسائل الرقمية في التواصل معهم وهذا يشير الى انهم أكثر وعيا أو ملاحظة لاستخدام الجامعة للرقمنة وقد يرجع الى ميلهم لاستخدام الوسائل الرقمية فذكرو منها: البريد الالكتروني، الصفحة الرسمية للجامعة، مواقع التواصل الاجتماعي.

في المقابل هناك من صرحوا بعدم ملاحظتهم لوجود استعمال رقمي من الجامعة وهذا ما يمكن تفسيره بأن الجامعة قد لا توصل تواصلها الرقمي بشكل كاف لكل الفئات.

الجدول رقم 2: مركب بين علامة متغير الفئة العمرية لاستخدام الجامعة الوسائل الرقمية في التواصل

	اقل من 20 سنة		30-21 سنة		40-31 سنة		أكثر من 40 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	13	43.3%	27	90%	28	100%	10	100%	78	79.5%
لا	17	56.6%	03	10%	00	00%	00	00%	20	20.4%
المجموع	30	100%	30	100%	28	100%	10	100%	98	100%

من خلال دراستنا للجدول أعلاه والمبين علامة متغير الفئة العمرية لاستخدام الوسائل الرقمية في التواصل نجد ان اتجاه القراءة يميل الى اعلى نسبة والمتمثلة في 100% بالنسبة لفئة 31-40 سنة وفئة أكثر من 40 سنة وذلك بتكرار 28 و10 وذلك في إجابتهم بأنهم يستخدمون الوسائل الرقمية في التواصل، في حين ذلك نجد أدنى نسبة والمتمثلة في 10% بتكرار 03 في فئة 21-30 سنة بعدم استخدامهم الوسائل الرقمية للتواصل مع الجامعة.

اختلف استخدام الجامعة لوسائل التواصل الرقمية باختلاف الفئات العمرية حيث بينت لنا هذه الدراسة أن الفئة العمرية الأكثر استخداما لهذه الوسائل هي الفئة الأكبر السنا اما الأقل هي الفئة الأقل سنا لا يميلون لاستخدام المواقع للتواصل مع الجامعة.

الجدول رقم 03: مركب بين علامة متغير الصفة لاستخدام الجامعة للوسائل الرقمية في التواصل

	طالب		استاذ		طالب بكالوريا		شركاء الجامعة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	**النسبة المئوية**
نعم	26	%79.8	18	%18	10	%37	26	%26	80	**%80**
لا	03	%10.3	00	%00	17	%63	00	%00	20	**%20**
المجموع	29	%100	18	%100	27	%100	26	%100	100	**%100**

تبين لنا من خلال الجدول أعلاه الذي يتمثل في مركب بين علامة متغير الصفة لاستخدام الوسائل الرقمية للتواصل مع الجامعة حيث نجد اعلى نسبة والمتمثلة في 79% بتكرار 26 لفئة الطلبة وأقل نسبة تتمثل في 18% ذلك في اجابتهم بأنهم يستخدمن الوسائل الرقمية للتواصل مع الجامعة، قم نجد اقل نسبة المتمثلة في 10.3% بتكرار 03 لفائدة الطلبة بأنهم لا يستخدمون هذه الوسائل الرقمية للتواصل مع الجامعة.

نستنتج من خلال هذا الجدول أن العينة المدروسة افرزت توزيعا متوازنا نسبيا بين الفئات التي تمثل جماهير الجامعة المختلفة وهو ما سمح بمقارنة تقييم كل فئة بطريقة تواصلها مع الجامعة.

وهذا يعني أن كل فئة من الفئات المعنية تدرك استخدام الجامعة للوسائل الرقمية من زاوية مختلفة حسب نوعية تعاملها مع الجامعة وذلك يجب على الجامعة تنويع ادواتها الرقمية وتخصيص أدوات اتصالية لكل فئة واستغلال كل الوسائط الرقمية والتكنولوجية والترويج لكل الانتاجات العلمية والثقافية بهدف بناء صورة ذهنية إيجابية.

الجدول رقم 03: مركب بين علامة متغير الجنس في تقييم المعلومات المتوفرة عبر هذه الوسائل الرقمية

	اناث		ذكور		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
ممتازة	06	11.8%	08	21.1%	14	14.9%
جيدة	27	48.2%	14	36.8%	41	43.6%
مقبولة	16	28.5%	12	31.6%	28	11.7%
ضعيفة	07	12.5%	04	10.5%	11	29.8%
المجموع	56	100%	38	100%	94	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه المتمثل في مركب بين علامة متغير الجنس في تقييم المعلومات المتوفرة عبر الوسائل الرقمية بحيث نجد أن أعلى نسبة في فئة الاناث والمتمثلة بـ48.2% بتكرار 27 اجابوا "بجيدة" في حين نجد اقل نسبة بـ10.5% بتكرار 04 اجابوا "بضعيفة" في نفس الفئة. غير أن نجد أُقل نسبة للذكور كانت 11.8% بتكرار 06 والمتمثلة اجابتهم "بممتازة".

نستنتج من خلال الجدول اتفاق الذكور والاناث على أن المعلومات الرقمية التي تقدمها الجامعة جيدة، الا أن الاناث يعتمدن على تفاصيل أدق في تقييم المحتوى الرقمي أما الذكور يركزون غالبا على الجوانب المباشرة كسهولة الوصول الى المعلومات الرقمية لدى الجامعة.

الجدول رقم 05: مركب بين علامة متغير الفئة العمرية في تقييم المعلومات المتوفرة عبر هذه الوسائل الرقمية

	أقل من 20 سنة		21-30 سنة		31-40 سنة		أكثر من 40 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
ممتازة	03	11.6%	02	06.9%	05	17.8%	04	44.4%	14	15.2%
جيدة	02	07.6%	17	58.6%	16	57.2%	04	44.4%	39	42.4%
مقبولة	11	42.2%	09	31.1%	07	25%	01	11.2%	28	30.4%
ضعيفة	10	38.5%	01	03.4%	00	00%	00	00%	11	12%
المجموع	26	100%	29	100%	28	100%	09	100%	92	100%

لاحظ من خلال الجدول أعلاه والمبين لمركب بين متغير الفئة العمرية في تقييم المعلومات المتوفرة عبر الوسائل الرقمية حيث نجد:

فئة أقل من 20 سنة تمثلت أعلى نسبة لها ب 42.2% بتكرار 11 بإجابتهم "بمقبولة" في حين نجد أقل نسبة ب 07.6% بتكرار 02 الذين اجابوا "بجيدة".

أما لفئة 21-30 سنة فكانت أعلى نسبة ب 58.6% بتكرار 17 الذين اجابوا "بجيدة" في حين نجد أقل نسبة تمثلت ب 03.4% بتكرار 01 الذين اجابوا "بضعيفة".

ونسبة 31-40 وأكثر من 40 فكانت نسبهم متقاربة في أجوبة "ممتازة" و "جيدة" ونجد أن نسبة اجابتهم في "ضعيفة" كانت منعدمة.

يظهر تحليل العلاقة بين الفئة العمرية وتقييم المعلومات الرقمية أن كل فئة تقيم المحتوى الرقمي الجامي من زاوية تختلف حسب تجربتها وحاجتها ومستواها التفاعلي مع الوسائل الرقمية.

ولذلك من الضروري أن تكيف الجامعة محتواها الرقمي وتنوعه بما يلبي انشغالات الفئات العمرية المختلفة لضمان وصول المعلومات وفهمها.

الجدول رقم 06: مركب بين علامة متغير الصفة الجامعية في تقييم المعلومات المتوفرة عبر هذه الوسائل الرقمية

	طالب		أستاذ		طالب بكالوريا		شركاء الجامعة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
ممتازة	02	07.1%	07	36.9%	04	18.2%	02	08%	15	16%
جيدة	10	35.7%	09	47.3%	01	04.5%	20	80%	40	42.5%
مقبولة	15	53.6%	03	15.8%	07	31.5%	03	12%	28	29.8%
ضعيفة	01	03.6%	00	00%	10	45.5%	00	00%	11	11.7%
المجموع	28	100%	19	100%	22	100%	25	100%	94	100%

من خلال دراستنا للجدول أعلاه الذي يمثل مركب بين علامة متغير الصفة الجامعية في تقييم المعلومات المتوفرة عبر هذه الوسائل الرقمية حيث نجد:

أكبر نسبة لفئة الطلبة كانت ب 53.6% بتكرار 15 المتمثلة اجابتهم "بمقبولة" في حين نجد أقل نسبة كانت ب 03.6% بتكرار 01 الذين اجابوا "ضعيفة"

اما لطلبة الباكالوريا فكانت الدراسة تميل الى اعلى نسبة والمتمثلة في 45.5% بتكرار 10 الذين اجابوا "بضعيفة" حين نجد أقل نسبة ب 04.5% بتكرار 01 في اجابتهم "بجيدة"

في حين نجد أن الأساتذة وشركاء الجامعة كانت نسبهم متقاربة في الاجابتين "جيدة" و "مقبولة" في حين نجد أن نسبة "ضعيفة كانت منعدمة.

تظهر النتائج أن الصفة الجامعية تؤثر بشكل واضح في كيفية تقييم المعلومات الرقمية وفقا لطبيعة تعامل كل فئة وما تمتلكه من معايير خاصة في الحكم على جودة هذه المعلومات مع الجامعة هذا يؤكد ضرورة أن تكيف الجامعة محتواها الرقمي حسب الفئة المستهدفة لضمان إيصال الرسائل بشكل فعال وبالتالي تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

الجدول رقم 7: مركب بين علامة متغير الجنس في سهولة الوصول الى المعلومات المطلوبة عبر القنوات الرقمية

	اناث		ذكور		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
سهل	24	42.9%	20	50%	44	45.8%
متوسط	26	46.4%	14	35%	40	41.7%
صعب	06	10.7%	06	15%	12	12.5%
المجموع	56	100%	40	100%	96	100%

من خلال دراستنا للجدول أعلاه والمتمثل في مركب بين علامة متغير الجنس في سهولة الوصول الى المعلومات المطلوبة عبر القنوات الرقمية أن اعلى نسبة تميل الى 50% بتكرار 20 لفئة الذكور الذين اجابوا "بنعم" في حين نجد أقل نسبة والمتمثلة في 10.7% بتكرار 06 لفئة الاناث الذين اجابوا "بصعب".

الاختلاف في تقييم سهولة الوصول الى المعلومات الرقمية بين الذكور والاناث يبرز أهمية اعتماد مقاربات شاملة عند تصميم القنوات الرقمية، وتختلف حسب تجارب واحتياجات المستخدمين بحسب الجنس كما يبرز هذا التفاوت ضرورة دعم الفئات التي تجد صعوبة في التعامل مع التكنولوجيا الرقمية من خلال برامج توجيهية وتدريبية، وضمان تكافؤ الفرص في الاستفادة من هذه الوسائل.

الجدول رقم 8: مركب لعلامة متغير الفئة العمرية لسهولة الوصول الى المعلومات المطلوبة عبر القنوات الرقمية

	أقل من 20 سنة		21-30 سنة		31-40 سنة		أكثر من 40 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
سهل	02	07.5%	15	51.7%	22	75.8%	06	66.7%	45	47.8%
متوسط	13	48.1%	14	48.3%	07	24.2%	03	33.3%	37	39.4%
صعب	12	44.4%	00	00%	00	00%	00	00%	12	12.8%
المجموع	27	100%	29	100%	29	100%	09	100%	94	100%

-من خلال دراستنا للجول أعلاه والمتمثل مركب لعلامة متغير الفئة العمرية لسهولة الوصول الى المعلومات المطلوبة عبر القنوات الرقمية أن اتجاه القراءة يميل الى:

فئة أقل من 20 سنة كانت أكبر نسبة لها متمثلة ب 48.1% بتكرار 13 كانت اجابتهم متمثلة "بمتوسط" في حين نجد أقل نسبة كانت ب 07.5% بتكرار 02 وتمثلت اجابتهم بسهل.

أما لباقي الفئات كانت اجابتهم متقاربة "بسهل" في حين نجد أن اجابتهم "بصعب" كانت منعدمة.

استنتجنا من خلال الجدول أعلاه أن هناك ارتباط إيجابي بين التقدم في السن وسهولة الوصول الى المعلومات الرقمية خاصة لدى الفئة الأكبر من 40 سنة أكثر، بالمقابل الفئة الأقل من 20 سنة رغم انتمائها الى جيل التكنولوجيا الا انها تعاني من صعوبة في الوصول مما يكشف هذا عن فجوة رقمية معرفية لا تتعلق بالعمر فقط بل بالممارسة والمهارة الرقمية. ويشير ذلك الى ما توصل اليه مدير العلاقات الخارجية في المقابلة حيث قال "يجب انشاء منصات رقمية تتكفل بمختلف انشغالات المجتمع الخارجي واستقبال طلباتهم".

الجدول رقم 9: مركب بين علامة متغير الفئة الصفة لسهولة الوصول الى المعلومات المطلوبة عبر القنوات الرقمية

	طالب		أستاذ		طالب باكالوريا		شركاء الجامعة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
سهل	11	42.3%	14	77.8%	02	08.4%	19	73.1%	46	48.9%
متوسط	15	57.7%	04	22.2%	10	41.6%	07	26.9%	36	38.3%
صعب	00	00%	00	00%	12	50%	00	00%	12	12.8%

المجموع	26	100%	18	100%	24	100%	26	100%	94	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه الموضح لمركب علامة متغير الصفة لسهولة الوصول الى المعلومات المطلوبة عبر القنوات الرقمية نجد اعلى نسبة والمتمثلة ب77.8% بتكرار 14 لفئة الأساتذة الذين اجابوا "بسهل" ونجد اقل نسبة المتمثلة في 08.4% بتكرار 02 لفئة طلبة الباكالوريا الذين اجابوا "بسهل"، أما باقي الفئات كانت اجاباتهم متقاربة في حين نجد ان إجابة "بصعب" كانت منعدمة بالنسبة لهم ماعدا طلبة الباكالوريا.

نستنتج من خلال الجدول تباينا واضحا في تصورات فئات المجتمع الجامعي حول مدى سهولة الوصول الى المعلومات المطلوبة عبر القنوات الرقمية، هذا التباين يعكس تفاوتا في القدرة على التعامل مع أدوات الاتصال الحديثة وهذا ما أشرنا اليه في الجانب النظري.

المحور الثالث: تأثير الرقمنة في الاتصال الخارجي على الصورة الذهنية للجامعة

الجدول رقم 01: مركب بين علامة متغير الجنس لتعزيز صورة الجامعة من خلال استخدام الرقمنة في الاتصال الخارجي

	اناث		ذكور		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نعم بشكل كبير	37	63.8%	25	67.5%	62	65.3%
نعم بشكل متوسط	11	19%	06	16.2%	17	17.9%

لا يؤثر سلبا	04	6.9%	01	1.8%	05	05.2%
لا تأثير	06	10.3%	05	13.5%	11	11.6%
المجموع	58	100%	37	100%	95	100%

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه الذي يدرس مركب علامة متغير الجنس لتعزيز صورة الجامعة من خلال استخدام الرقمنة في الاتصال الخارجي نجد ان اتجاه القراءة يميل الى اعلى نسبة المتمثلة في 67.5% بتكرار 25 لفئة الاناث تليها نسبة 63.8% لفئة الذكور المتمثلة اجابتهم في نعم بشكل كبير بأن الرقمنة في الاتصال الخارجي تعزز من صورة الجامعة في حين نجد أقل نسبة والمتمثلة في 1.8% بتكرار 01 لفئة الذكور المتمثلة اجابتهم بلا تؤثر سلبا.

تظهر النتائج أن الجنس ليس عاملا حاسما في تحديد فعالية الرقمنة في تحسين الصورة الذهنية، اذ أن هذا الاتجاه العام لكلا الجنسين يميل الى التشكيك في قوة هذا التأثير. وهو ما يسلط الضوء على ضرورة إعادة النظر في محتوى وأسلوب الاتصال الرقمي لدى الجامعة لبناء صورة إيجابية.

الجدول رقم 02: مركب بين علاقة متغير الفئة العمرية لتعزيز صورة الجامعة من خلال استخدام الرقمنة في الاتصال

	أقل من 20 سنة		21-30 سنة		31-40 سنة		أكثر من 40 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نعم بشكل كبير	08	30.9%	22	75.9%	24	82.8%	06	66.7%	60	64.5%

نعم بشكل متوسط	05	19.2%	06	20.7%	04	13.8%	02	22.2%	17	18.3%
لا يؤثر سلبا	03	11.5%	01	03.4%	00	00%	01	11.1%	05	05.4%
لا تأثير	10	38.4%	00	00%	01	03.4%	00	00%	11	11.8%
المجموع	26	100%	29	100%	29	100%	09	100%	93	%

من خلال دراستنا للجدول أعلاه الذي يوضح متغير الفئة العمرية لتعزيز صورة الجامعة من خلال استخدام الرقمنة في الاتصال الخارجي نجد ان اتجاه القراءة يميل الى اعلى نسبة المتمثلة في:

فئة أُل من 20 سنة كانت أكبر نسبة لها متمثلة ب 38.4% بتكرار 10 تمثلت اجابتهم "لا تأثير" في حين نجد أقل نسبة كانت ب 11.5% بتكرار 03 وتمثلت اجابتهم "بلا يؤثر سلبا"

اما فئة 21-30 سنة كانت أكبر نسبة متمثلة ب 75.9% بتكرار 22 في إجابة "نعم بشكل كبير" في حين نجد أن أقل نسبة كانت 3.5% بتكرار 01 في إجابة "لا يؤثر سلبا".

وفئة 31-40 سنة فكانت أكبر متمثلة في 82.8% بتكرار 24 في إجابة "نعم بشكل كبير" في حين نجد أقل نسبة كانت ب 03.4% بتكرار 19 وذلك في إجابة "لا تأثير"

وأخيرا في فئة أكثر من 40 سنة نجد اتجاه الدراسة يميل الى أكبر نسبة والمتمثلة في 66.7% بتكرار 06 في إجابة "نعم بشكل كبير" في حين نجد أقل نسبة وكانت متمثلة في 11.1% بتكرار 01 باجابة "لا يؤثر سلبا".

نستنتج من خلال الجدول ان الفئات العمرية الشابة هي التي تمتلك اعلى نسبة مما يعكس اهتماما قويا تجاه الأنشطة الرقمية، بالمقابل تظهر الفئة العمري الأكبر تراجعا ملحوظا ويعكس هذا الاتجاه التنازلي تراجعا عاما في المشاركة مع تقدم العمر مما نستنتج ان هناك حاجة ملحة لتطوير استراتيجيات تعزيز المشاركة في الفئات العمرية الأكثر تراجعا، خاصة من خلال تصميم برامج وخدمات تلبي احتياجاتهم وتواجه الحواجز التي تمنعهم من الانخراط في الاتصال الرقمي.

الجدول رقم 03: مركب بين متغير الصفة لتعزيز صورة الجامعة من خلال استخدام رقمنة الاتصال الخارجي

	طالب		أستاذ		طالب باكالوريا		شركاء الجامعة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نعم بشكل كبير	19	67.8%	17	94.5%	06	26.1%	20	77%	62	65.3%
نعم بشكل متوسط	07	25%	01	05.5%	04	17.4%	05	19.2%	17	17.9%
لا تؤثر سلبا	01	03.6%	00	00%	03	13%	01	03.8%	05	05.2%
لا تأثير	01	03.6%	00	00%	10	43.5%	00	00%	11	11.6%
المجموع	28	100%	18	100%	23	100%	26	100%	95	100%

من خلال دراستنا للجدول اعلى المتمثل في متغير الصفة لتعزيز صورة الجامعة من خلال استخدام الوسائل الرقمية أن اتجاه القراءة يميل الى أن اعلى نسبة كانت ب 94.5% بتكرار 17 والذي يمثل فئة المبحوثين الاساتذة بإجابتهم "نعم بشل كبير"، في حين نجد أدنى نسبة كانت لفئة الطلبة المتمثلة بنسبة 03.6% بتكرار 01 وكانت اجابتهم "بلا تأثير" و "لا يؤثر سلبا"، أما إجابة "لا تأثير" فكانت منعدمة لفئتي الأساتذة وشركاء الجامعة.

نستنتج من خلال هذا التحليل أن الصفة داخل المؤسسة الجامعية تؤثر بشكل مباشر على كيفية تلقي وتقييم صورة المؤسسة يقتضي اعتماد مقاربة اتصال واستغلال كل الوسائط الرقمية وهذا ينطبق مع ما أشار اليه مقدم برنامج صدى الكليات في المقابلة "باستغلال كل الوسائط الرقمية والتكنولوجية الممكنة للترويج لكل الانتاجات العلمية والثقافية لتعزيز صورة الجامعة"[1]

الجدول رقم 04: مركب بين علامة متغير الجنس لتفاعل الجمهور مع المجتمع الخارجي عر الوسائل الرقمية

	اناث		ذكور		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
ممتاز	04	07%	06	15.4%	10	10.4%
جيد	19	50.9%	10	25.6%	39	40.6%
مقبول	15	26.3%	15	38.5%	30	31.3%
ضعيف	09	15.8%	08	20.5%	17	17.7%

[1]مقابلة مع مقدم برنامج صدى الكليات باذاعة المدية يوم 02 جوان 2025 على الساعة 12

المجموع	57	100%	39	100%	96	100%

من خلال دراستنا للجدول أعلاه والمتمثل لمركب بين علامة متغير الجنس لتفاعل الجامعة مع المجتمع الخارجي عر الوسائل الرقمية أن اتجه القراءة يميل الى اعلى نسبة والتي قدرت ب 50.9% بتكرار 19 لفئة الاناث والمتمثلة اجابتهم "بجيد" تليها نسبة 38.5% بتكرار 15 لفئة الذكور المتمثلة اجابتهم "بمقبول" في حين نجد أقل نسبة 07% بتكرار 04 لفئة الاناث والمتمثلة اجابتهم "بممتاز".

-نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن الجامعة تتفاعل مع الجمهور الخارجي بشكل جيد خاصة الذكور يميلون الى تقييم تفاعل الجامعة من منطور فعالية الاتصال وسرعة الاستجابة. هذا التباين يحتم على الجامعة اعتماد استراتيجية اتصال رقمي تراعي كل فئة لضمان تفاعل شامل ومستدام.

الجدول رقم 05: مركب بين علامة متغير فئة العمرية لتفاعل الجامعة مع المجتمع الخارجي عبر الوسائل الرقمية

	أقل من 20 سنة		21-30 سنة		31-40 سنة		أكثر من 40 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
ممتاز	01	03.8%	08	26.7%	07	26.9%	02	20%	18	19.6%
جيد	04	15.4%	12	40%	07	26.9%	05	50%	28	30.4%
مقبول	07	26.9%	10	33.3%	10	38.5%	03	30%	30	32.6%
ضعيف	14	53.8%	00	00%	2	07.7%	00	00%	16	17.4%

المجموع	26	100%	30	100%	26	100%	10	100%	92	100%

يبين الجدول أعلاه مركب بين علامة متغير الفئة العمرية لتفاعل الجامعة مع الجمهور الخارجي حيث نجد ان اتجاه القراءة يميل الى اعلى نسبة والمتمثلة في 53.8% بتكرار 14 بإجابتهم "بضعيف" لفئة الأقل من 20 سنة في حين نجد نسبة 50% بتكرار 05 لفئة أكثر من 40 سنة اجابوا "بجيدة"، أما بالنسبة لأقل نسبة فكانت لفئة أقل من 20 سنة المتمثلة ب 03.8% بتكرار 01 كانت إجابتهم "بممتازة".

من خلال دراستنا للجدول أعلاه نستنتج أن الفئة العمرية أقل من 20 سنة هي الفئة الأكثر التي ترى أن تفاعل الجامعة ضعيف عكس الفئات الأخرى التي كانت نسبتهم منعدمة لضعيف وتقيمها بممتازة وجيدة يرجع ذلك الى فرق السن حيث أنهم غير مهتمين بالوسائل الرقمية الجامعية.

وفي حين ذلك "يمكن تطويرها بالنظر الى الإمكانات والكفاءات الموجودة بالجامعة من أساتذة ومؤطرين" وهذا ما أشار اليه مقدم برنامج صدى الكليات في المقابلة.[1]

الجدول رقم 06: مركب بين متغير الصفة لتفاعل الجامعة مع المجتمع الخارجي عبر الوسائل الرقمية

	طالب		أستاذ		طالب باكالوريا		شركاء الجامعة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
ممتاز	03	10.7%	05	27.7%	01	04.4%	04	15.4%	13	13.7%

[1] مقابلة مع مقدم برنامج صدى الكليات

جيد	14	50%	10	55.5%	02	08.7%	10	38.5%	36	37.9%
مقبول	11	39.3%	01	05.6%	06	26%	12	46.2%	30	31.6%
ضعيف	00	00%	02	11.1%	14	60.9%	00	00%	16	16.8%
المجموع	28	100%	_1	100%	23	100%	26	100%	95	100%

من خلال دراستنا للجدول أعلاه والموضح لمركب بين متغير الصفة لتفاعل الجامعة مع الجمهور الخارجي عبر الوسائل الرقمية فإن اتجاه الدراسة يميل الى اعلى نسبة والمتمثلة في 60.9% بتكرار 14 لطلبة الباكالوريا وكانت اجابتهم "بضعيف" في حين نجد نسبة 55.5% بتكرار 10 للأساتذة وذلك بإجابتهم "بجيد"، أما اقل نسبة كانت ب 04.4% بتكرار 01 لفئة طلبة الباكالوريا بإجابتهم "بممتازة"

نستنتج من خلال دراستنا لهذا الجدول ان طلبة الباكالوريا غير مهتمين بالوسائل الرقمية للجامعة عكس الفئات الأخرى التي ترى أن تفاعل الجامعة مقبول وجيد لذلك يجب تخصيص برامج خاصة لفائدة طلبة الباكالوريا للتعرف على الجامعة رقميا وهذا ما ينطبق الى ما أشار اليه الدكتور نائب مدير العلاقات الخارجية في المقابلة "تخصيص زيارات افتراضية رقمية لفائدة الطلبة المقبلين على التسجيل في الجامعة للتعرف على الجامعة وتسمح بتوفير الوقت والجهد اللازمين في التنقل.

الجدول رقم 07: مركب بين علامة متغير الجنس لسرعة استجابة الجامعة لاستفسارات الجمهور عبر الوسائل الرقمية

	اناث		ذكور		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية

دائما	19	36.5%	15	41.7%	34	38.6%
احيانا	17	32.7%	16	44.4%	33	37.5%
نادرا	16	30.8%	05	13.9%	21	23.9%
المجموع	52	100%	36	100%	88	100%

من خلال دراستنا للجدول اعلى والمتمثل في مركب بين علامة متغير الجنس لسرعة استجابة الجامعة لاستفسارات الجمهور نجد أن اتجاه القراءة يميل الى أعلى نسبة التي كانت ب44.4% بتكرار 16 لفئة الاناث الذين اجابوا "ب احيانا" ثم تليها نسبة 36.5% بتكرار 19 لفئة الذكور الذين اجابوا "ب دائما" في حين نجد أن أقل نسبة كانت ب13.9% بتكرار 05 لفئة الاناث الذين اجابوا "بنادرا".

-نستنتج من خلال دراستنا لهذا الجدول أن يرتبط رضا الذكور عن سرعة استجابة الجامعة غالبا بمدى توافق الرد مع استفساراتهم، في حين تقيم الاناث التجربة من حيث السرعة وأسلوب الرد معا مما يجعل التوقعات مختلفة بين الجنسين. فأجابوا بعضهم بأن الجامعة تستجيب حسب نوعية الاستفسار وبعض بأن الجامعة لا ترد على الاستفسارات الرقمية.

الجدول رقم 08: مركب بين علاقة متغير الفئة العمرية لسرعة استجابة الجامعة لاستفسارات الجمهور عبر الوسائل الرقمية

	أُقل من 20 سنة		21-30 سنة		31-40 سنة		أكثر من 40 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
دائما	01	05.3%	06	20.7%	19	70.4%	07	70%	33	38.8%

احيانا	07	36.8%	17	58.6%	04	14.8%	03	30%	31	36.5%
نادرا	11	57.9%	06	20.7%	04	14.8%	00	00%	21	24.7%
المجموع	19	100%	29	100%	27	100%	10	100%	85	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والمتمثل لمركب بين علاقة الفئة العمرية لسرعة استجابة الجامعة لاستفسارات الجمهور عبر الوسائل الرقمية حيث اتجاه الدراسة يميل الى اعلى نسبة 70.4% بتكرار 19 لفئة 31-40 سنة الذين اجابوا "ب دائما" في حين نجد أقل نسبة المتمثلة في 05.3% بتكرار 01. وفي نفس الوقت نجد أن إجابة "نادرا كانت منعدمة لفئة أكثر من 40 سنة.

-نستنتج من خلال دراستنا للجدول أن أكبر نسبة مالت اليها كل الفئات هي "أحيانا"، وهذا ما يدل على ضعف في الاستمرارية والنظام في التفاعل الرقمي، من هنا تظهر الحاجة الى استراتيجيات تواصل رقمية موجهة حسب الفئات العمرية، بهدف ضمان شمولية وتوسيع قاعدة الاستجابة الرقمية.

الجدول رقم 09: مركب بين علامة متغير الصفة لسرعة استجابة الجامعة لاستفسارات الجمهور عبر الوسائل الرقمية

	طالب		أستاذ		طالب بكالوريا		شركاء الجامعة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
دائما	04	14.3%	10	71.5%	01	05%	20	77%	35	39.7%
احيانا	17	60.7%	03	21.4%	06	30%	06	23%	32	36.4%

نادرا	07	25%	01	07.1%	13	65%	00	00%	21	23.9%
المجموع	28	100%	14	100%	20	100%	26	100%	88	100%

-من خلال قراءتنا للجدول أعلاه والمبين لعلامة متغير الصفة لاستجابة الجامعة لاستفسارات الجمهور أن اتجاه القراءة يميل الى اعلى نسبة والمتمثلة في:

فئة الأساتذة والطلبة أجوبتهم متقاربة في حين نجد أن أكبر نسبة كانت "دائما" وأقل نسبة كانت "نادرا"

أما الطلبة فكانت أكبر نسبة متمثلة في 60.7% بتكرار 16 لإجابة "أحيانا" واقل نسبة كانت ل 14.3% بتكرار 04 في إجابة دائما

وفئة طلبة الباكالوريا فكانت أكبر نسبة ب 65% بتكرار 13 لإجابة "نادرا" وأقل نسبة كانت ب05% بتكرار 01 في إجابة دائما.

من خلال دراستنا للجدول أعلاه أنه يوجد فجوة تواصلية واضحة بين الجامعة وشركائها الخارجيين، وهذا يتيح أن الشركاء يكونوا جزء من الفعل الجامعي وهذا ما تم ذكره في المقابلة بين أحد شركاء الجامعة "هناك استجابة سريعة وتنسيق دائم بين الإذاعة والجامعة".[1]

الجدول رقم 10: مركب بين علامة متغير الجنس بمساهمة الرقمنة في تحسين مستوى الشفافية في التواصل بين الجامعة والجمهور

	اناث	ذكور	المجموع

[1]مقابلة مع مقدم ببرنامج صدى الكليات باذاعة المدية

	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نعم بشكل كبير	29	50%	13	38.2%	42	45.7%
نعم بشكل متوسط	17	29.3%	12	35.3%	29	31.5%
لا تأثير	12	20.7%	09	15.5%	21	22.8%
لا زاد من الغموض	00	00%	00	00%	00	00%
المجموع	58	100%	34	100%	92	100%

نستنتج من خلال قراءتنا للجدول أعلاه والمتمثل في مركب بين علامة متغير الجنس بمساهمة الرقمنة في تحسين مستوى الشفافية في التواصل بين الجامعة والجمهور الخارجي نجد أن اتجاه القراءة يميل الى اعلى نسبة المتمثلة في 50% بتكرار 29 لفئة الاناث الذين اجابوا "نعم بشكل كبير" في حين نجد أقل نسبة والمتمثلة في 15.5% بتكرار 09 لفئة الذكور اللذان اجابوا "لا تأثير". وفي نفس الوقت نجد أن انعدام النسبة لإجابة "لا زاد من الغموض" لكل الفئات.

من خلال دراستنا للجدول أعلاه نستنتج أن الاناث هم أكثر فئة تهتم بمستوى الشفافية للجامعة عكس الذكور، اما انعدام النسبة لإجابة "لا زاد من الغموض" يفسر أن الرقمنة تسير نحو تسيير الجامعة وتحسينها الى الأفضل مع جمهورها الخارجي.

الجدول رقم 11: مركب بين علامة متغير الفئة العمرية لمساهمة الرقمنة في تحسين مستوى الشفافية في التواصل بين الجامعة والجمهور

	أقل من 20 سنة		21-30 سنة		31-40 سنة		أكثر من 40 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نعم بشكل كبير	06	25%	14	48.3%	17	58.6%	06	66.7%	43	47.3%
نعم بشكل متوسط	05	20.8%	13	44.8%	07	24.1%	02	22.2%	27	29.7%
لا تأثير	13	54.2%	02	06.9%	05	17.3%	01	11.1%	21	23%
لا زاد من الغموض	00	00%	00	00%	00	00%	00	00%	00	00%

المجموع	24	100%	29	100%	29	100%	09	100%	91	100%

من خلال دراستنا للجدول أعلاه والمتمثل لمركب بين علامة متغير الفئة العمرية في تحسين مستوى الشفافية في التواصل بين الجامعة والجمهور أن اتجاه القراءة يميل الى أعلى نسبة المتمثلة 66.7% بتكرار 06 لفائدة فئة أكثر من 40 سنة الذين اجابوا "بنعم بشكل كبير" في حين نجد أقل نسبة كانت ب 06.9% بتكرار 02 لفئة 21-30 سنة الطين أجابوا "لا تأثير"، وأيضا نلاحظ انعدام النسبة لكل الفئات في إجابة "لا زاد من الغموض".

نستنتج من خلال دراستنا للجدول أن الرقمنة ساهمت في تحسين مستولى الشفافية لكل الفئات وهذا ما أشار اليه نائب مدير العلاقات الخارجية في المقابلة حيث صرح ب "من أهم مزايا الرقمنة هي ضمان الشفافية وبالتالي تحسين صورة الجامعة عبر الجمهور الخارجي وذلك من خلال نشر كل نشاطات الجامعة عبر الموقع الرسمي بما في ذلك نتائج مسابقات، دراسة ملفات الترشح...الخ وهذا النشر سيكون في متناول كل مستخدمي الفضاء الرقمي".[1]

الجدول رقم 12: مركب بين علامة متغير الصفة لمساهمة الرقمنة في تحسين مستوى الشفافية في التواصل بين الجامعة والجمهور

	طالب		أستاذ		طالب بكالوريا		شركاء الجامعة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية

[1] مقابلة مع نائب مدير العلاقات الخارجية لجامعة يحي فارس بالمدية، أجريت يوم 02 جوان 2025 الساعة 15:30

نعم بشكل كبير	12	42.8%	11	61.1%	05	23.8%	15	57.7%	43	46.2%
نعم بشكل متوسط	11	39.3%	05	27.8%	04	19%	09	34.6%	29	31.2%
لا تأثير	05	17.9%	02	11.1%	12	57.2%	02	07.7%	21	22.6%
لا زاد من الغموض	00	00%	00	00%	00	00%	00	00%	00	00%
المجموع	28	100%	21	100%	21	100%	26	100%	93	100%

من خلال دراستنا للجدول أعلاه والمبين علامة متغير الصفة لمساهمة الرقمنة في تحسين مستوى الشفافية في التواصل بين الجامعة والجمهور، أن كل الفئات متقاربة بالإجابة "نعم بشكل كبير" الا فئة الباكالوريا كانت أكبر نسبة لهم في إجابة "لا تأثير" ب52.2% بتكرار 12 في حين نجد أن كل الفئات كانت منعدمة لإجابة "لا زاد من الغموض".

من خلال دراستنا للجدول أعلاه نستنتج ان الرقمنة تؤثر بشكل كبير على شفافية الجامعة، في حين نجد هذه الأخيرة ساهت بشكل كبير في تحسين التواصل مع الشركاء وهذا ما ينطبق لما قاله مقدم برنامج صدى الكليات "بأن الرقمنة ساهمت بشكل كبير واقتصدت الوقت والجهد والسرعة في الأداء والتنفيذ"

المحور الرابع: تجربة المستخدم

الجدول رقم 01: مركب بين علاقة متغير الجنس بالصعوبات التقنية التي واجهها مستخدمو الوسائل الرقمية الخاصة بالجامعة

	اناث		ذكور		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
دائما	06	10.9%	07	18.9%	13	14.1%
أحيانا	27	49.1%	11	29.7%	38	41.3%
نادرا	22	40%	19	51.4%	41	44.5%
المجموع	55	100%	37	100%	92	100%

-من خلال دراستنا للجدول أعلاه والمبين لعلامة متغير الجنس للصعوبات التقنية التي واجهها مستخدمو الوسائل الرقمية الخاصة بالجامعة نجد أن اتجاه القراءة يميل الى اعلى نسبة لفئة الاناث ب49.1% بتكرار 27 في اجابتهم "أحيانا" في حين نجد أن أقل نسبة كانت ب10.9% بتكرار 06 في إجابة "دائما"

اما فئة الذكور نجد أكبر نسبة ب51.4% بتكرار 19 في إجابة "نادرا" أما أقل نسبة فكانت ب18.9% بتكرار 07 في اجابتهم "دائما".

-يعكس الجدول وجود فروق دالة نوعي بين الذكور والاناث في تجربة استخدام الوسائل الرقمية خاصة في مستوى تكرار الصعوبات وهذا ما يمكن استغلاله في توصيات للجامعة لتعزيز الاتصال والتواصل وهذا ما نلاحظه في الجامعة

الجدول رقم 02: مركب بين علامة متغير الفئة العمرية بالصعوبات التقنية التي واجهها مستخدمو الوسائل الرقمية الخاصة بالجامعة

أقل من 20 سنة	21-30 سنة	31-40 سنة	أكثر من 40 سنة	المجموع

	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
دائما	09	39.1%	02	06.9%	03	11.1%	00	00%	14	15.5%
احيانا	05	21.7%	20	68.9%	09	33.3%	02	18.2%	36	40%
نادرا	09	39.2%	07	24.1%	15	55.6%	09	81.8%	40	44.5%
المجموع	23	100%	29	100%	27	100%	11	100%	90	100%

-من خلال دراستنا للجدول أعلاه والمبين لعلامة متغير الفئة العمرية بالصعوبات التقنية التي واجهها مستخدمو الوسائل الرقمية الخاصة أن اتجاه القراءة يميل الى أعلى نسبة والمتمثلة ب81.8% بتكرار 09 لفئة أكثر من 40 سنة الذين اجابوا "بنادرا" في حين نجد أقل نسبة والمتمثلة في 06.9% بتكرار 02 لفئة أقل من 20 سنة.

-نستنتج من خلال دراستنا للجدول أن الغالبية للفئات لا تواجه أي صعوبات تقنية خاصة فئة أكبر من 40 سنة وهذا يرجع الى الخبرة حيث أن معظم أفراد هذه العينة في السن الذي يبين اتقانهم باستخدام الوسائل الرقمية وتكنولوجيا الحديثة الاتصال بصفة عامة سواء في مجالهم المهني لاسيما في ظل الرقمنة او في حياتهم اليومية والاستخدام المتكرر لها يقضي على أي صعوبة من صعوبات الاستخدام، بينما وردت نسبة منخفضة في شأن الفئة العمرية الثانية والتي أشارت انها تجد صعوبات بصفة دائمة ويعزى السبب في ذلك حسب اجاباتهم الكيفية انه خلل تقني الذي يحدث أثناء الاكتظاظ الاستخدام لبعض المنصات الرقمية والتي يستخدمونها في الغالب في الآجال الأخيرة ما من شأنه أن يحدث خللا تقنيا خاصة اثناء التسجيلات.

الجدول رقم 03: مركب بين علاقة متغير الصفة بالصعوبات التقنية التي واجهها مستخدمو الوسائل الرقمية الخاصة بالجامعة

	طالب		أستاذ		طالب باكالوريا		شركاء الجامعة		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
دائما	01	03.6%	02	11.1%	08	40%	02	07.2%	13	14.1%
احيانا	20	71.4%	06	33.3%	04	20%	08	30.7%	38	41.3%
نادرا	07	25%	10	55.6%	08	40%	16	61.5%	41	44.6%
المجموع	28	100%	18	100%	20	100%	26	100%	92	100%

من خلال دراستنا للجدول أعلاه والمتمثل في مركب لمتغير الصفة بالصعوبات التقنية التي واجهها مستخدمو الوسائل الرقمية الخاصة بالجامعة نجد أن أكثر فئة تجد دائما صعوبات هي فئة طلبة الباكالوريا فكانت بنسبة 40% بتكرار 08 في حين نجد الطلبة أحيانا ما يتلقوا صعوبات بنسبة 71.4% بتكرار 20 اما بالنسبة لشركاء الجامعة والأساتذة فنادرا ما يتلقوا صعوبات في الوسائل الرقمية.

من خلال دراستنا للجدول نستنتج أن شركاء الجامعة والأساتذة نادرا ما يتلقوا صعوبات في استخدام الوسائل الرقمية وهذا يرجع الى خبرتهم في الاتصال عكس طلبة الباكالوريا لذا يجب على الجامعة تحسين استراتيجياتها لتسهيل الوصول اليها من طرف كل الفئات وهذا ما ينطبق على ما ذكرناه في الإطار النظري.

أما الطلبة فأحيانا فقط يتلقوا مشاكل في الوسائل الرقمية ولكوننا طلبة هذا ما نلاحظه خاصة عندما يكون هناك ضغط أو مشاكل أثناء التسجيلات.

3-استخلاص نتائج الدراسة:

من خلال التحليل الميداني الذي أجريناه حول رقمنة الاتصال الخارجي ودورها في تحسين الصورة الذهنية لها استخلصنا بعض النتائج نذكرها فيما يلي:

-الاناث أكثر تفاعلا في استخدام الوسائل الرقمية في التواصل مع الجامعة.

- الغالبية من الفئات الشابة هي أكثر استخداما للرقمنة.

-الصفحات الرقمية التي تستعملها الجامعة هي البريد الالكتروني، الصفحة الرسمية والصفحة الرسمية على الفيسبوك.

-الفئة الأقل سنا هم الفئات الذين لا يميلون كثيرا لاستخدام المواقع الرقمية للتواصل مع الجامعة.

-فئة الاناث يركزون غالبا على أدق التفاصيل عكس فئة الذكور يركزون غالبا على الجوانب المباشرة.

-كل فئة من الفئات المدروسة تقيم المحتوى الرقمي حسب تجربتها وحاجتها اليه.

من واجب الجامعة تكييف محتواها الرقمي حسب الفئة المستهدفة لضمن إيصال الرسائل بشكل أسرع.

من الواجب على الجامعة اعداد برامج توجيهية وتدريبية لضمان تكافؤ الفرص للاستفادة من الوسائل الرقمية.

-هناك فجوة رقمية معرفية تتعلق بالممارسة والمهارة الرقمية.

-يجب على الجامعة إعادة النظر في محتوى وأسلوب الاتصال الرقمي لبناء صورة إيجابية.

-يتفاعل الجمهور الخارجي بشكل جيد مع الأدوات الرقمية الجامعية.

-طلبة الباكالوريا غير مهتمين بالوسائل الرقمية للجامعة، لذلك وجب تخصيص برامج خاصة لهم للتعرف على الجامعة رقميا.

-هناك ضعف في استمرارية في التفاعل الرقمي لذلك واجب الحاجة الى استراتيجيات تواصل رقمية موجهة حسب الفئات العمرية.

-شركاء الجامعة هم جزء من الفعل الجامعي.

- الرقمنة تساهم في تحسين مستوى شفافية الجامعة وضمان صورتها الإيجابية.

-غالبية الفئات لا تواجه صعوبات تقنية خاصة الفئة الأكبر وهذا يرجع الى الخبرة.

4-نتائج الدراسة بناء على التساؤلات:

من خلال دراساتنا توصلنا الى بعض النتائج تجيب على التساؤلات المطروحة وهي كالتالي:

1-بالنسبة الى الاستراتيجيات الرقمية المعتمدة من طرف جامعة يحي فارس حيث اعتمدت على وسائل رقمية لتعزيز تواصلها الخارجي، من أبرزها الموقع الرسمي للجامعة، صفحات الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" إضافة الى بعض الأنشطة الاتصالية مثل البريد الالكتروني. غير أن هذه الاستراتيجيات مازالت تتطلب التحديث المستمر.

2-أما بالنسبة الى كيفية تعامل الجمهور مع المنصات الرقمية الجامعية حيث يظهر أن التفاعل الرقمي يختلف حسب طبيعة المنشورات والمعلومات المعروضة، إضافة الى هناك ضعف في التفاعل الرقمي مع المحتوى التفاعلي ما يشير الى ضرورة تحسين جودة الخطاب الرقمي.

3-وبخصوص التحديات التي تواجه الجامعة في تطبيق الرقمنة على الاتصال الخارجي حيث واجهت بعض العراقيل أبرزها نقص الموارد البشرية المتخصصة في مجال الاتصال الرقمي وذلك ما ينعكس سلبا على فعالية الحضور الجامعة الرقمي.

4-أما بخصوص دور الرقمنة في تحسين صورة الجامعة كشفت النتائج أن الرقمنة بدأت تترك أثرا إيجابيا في تحسين صورة الجامعة خصوصا لدى جمهورها الخارجي وهذا ما يعزز حضور الجامعة ومصداقيتها.

5-توصيات الدراسة:

توصلت دراستنا الى العديد من التوصيات نذكر منها:

-وضع استراتيجيات تفاعل رقمي واضحة وذلك بإعداد خطط اتصالية رقمية متكاملة تتضمن أهدافا واضحة للجمهور المستهدف.

-تفعيل وتحديث المنصات الرقمية الرسمية وذلك بانتظام بمعلومات دقيقة ومتنوعة.

-تعزيز التفاعل مع الجمهور عبر القنوات الرقمية وذلك في الرد على الاستفسارات ونشر محتوى بصري متنوع.

--الاهتمام بجمالية الهوية الرقمية للجامعة ويفضل اعداد هوية بصرية موحدة (ألوان، شعارات، تصميم) على كافة المنصات الرقمية وذلك يعكس صورة احترافية للجامعة واستقطاب العديد من المتفاعلين.

الخاتمة

الخاتمة

خاتمة:

من خلال دراستنا التي تناولت موضوع رقمنة الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية ودورها في تحسين الصورة الذهنية لها تبين أن التحول الرقمي في آليات الاتصال والتواصل بين المؤسسة وجمهورها الخارجي، فساهم بصفة فعالة في تحسين الصورة الذهنية لها، ويتجلى ذلك من خلال ما توصلنا اليه من نتائج أن الاعتماد على الأدوات الرقمية يساهم في تحسين جودة الاتصال وايصال الرسالة وتكوين صورة إيجابية عن المؤسسة.

كما ابرزت هذه الدراسة أهمية الرقمنة في تحسين اتصال المؤسسة مع جمهورها وذلك ما يسمح على بناء علاقات متينة على الصدق والمصداقية، وأيضا تبين أن بناء الصورة الذهنية وتحسينها مرهون لفعالية الوسائل المستخدمة في إيصال الرسائل ومدى تفاعل المؤسسة مع الانشغالات الواردة على المنصات الرقمية.

واستنادا على ما سبق ذكره توصلت هذه الدراسة الى أن الصورة الذهنية بجامعة يحي فارس المدية لدى جمهورها الخارجي تحسنت بشكل ملحوظ في الآونة الأخيرة نتيجة تفعيل الرقمنة في الاتصال مع جمهورها الخارجي الشيء الذي يسمح بتعزيز الشفافية وتقريب الجامعة من محيطها الخارجي والاطلاع على أنشطتها ومن ثم تصحيح كل الاحكام السلبية في شأنها نتيجة فعالية الاتصال الخارجي الرقمي والذي يؤخذ بعين الاعتبار كشرط أساسي من شروط فعالية الأداء لاسيما وأن الجامعة قاطرة التنمية وتسمح هذه الأخيرة بتكوين مخرجات كفيلة بإحداث نقلة نوعية في أداء المؤسسات التي تسعى عبر اتصالها الخارجي عبر استقطابها لعقد الشراكة والمساهمة في التكوين الفعال للطلبة سواء في إطار التكوين الاكاديمي أو ما هو وثيق الصلة بالتوجهات الجديدة للوزارة والمتمثلة في المؤسسات الناشئة وعلى الرغم من ورود بعض الصعوبات والتي معظمها تقنية لكن هذا لم يؤثر على الصورة الإيجابية للمؤسسة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادروالمراجع:

قائمة المراجع:

-الاتصال أهميته أنواعه وسائله، للصف الثالث ثانوي قسم العلوم الإدارية والاجتماعية والدينية.

- زاير سعد علي، عهود سامي هاشم وآخرون، الاتصال والتواصل التعليمي.

-باقر موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة.

-سرحان علي محمود محمد، مناهج البحث العلمي.

-حميدوش علي، بوزيدة حميد، اقتصاديات الأعمال القائمة على الرقمنة "المتطلبات والعوائد.

-الكبيسي أحمد، تطور النظم الآلية في المكتبات من الحوسبة الى الرقمنة الافتراضية

رسائل الماجيستيروالدكتوراه:

-بن حليمة نور الدين، دور الرقمنة في فعالية المؤسسة العمومية – دراسة ميدانية في مؤسسة مديرية الموارد المائية – مستغانم-مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال.

_بن طبة ربيع، كوس كوس مروان، دور الاتصال الخارجي في تحسين الخدمة العمومية.

- غلابي بوزيد، مفهوم المؤسسة العمومية، مدكرة لنيل شهادة الماجيستر في القانون العام.

-محفوظي عبد الرحمن، نواري أيوب، الرقمنة بالجزائر، في ظل تحديات كورونا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية

قائمة المصادر والمراجع

-بن دادي هشام، عبد القادر معمر سعيدات، رقمنة الخدمة العمومية ومبدأ قابلية المرفق العمومي للتكيف، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق

-منقوري نور الهدى، احمد بوزيان يزيد، الاتصال الخارجي ودوره في تعزيز هوية المؤسسة – دراسة ميدانية بمديرية اتصالات الجزائر- فرع عين تيموشنت

المجلات والدوريات العلمية:

http://hbarabic.com

www.b-sociology.com

lwww.maktabatk.com

-رزوق مولود، مولاي علي زهرة، التحول الرقمي ودوره في فعالية العملية الاتصالية للمؤسسات، دراسة ميدانية للمؤسسة الاقتصادية الخاصة

https://bakkah.com

-خبيزي سامية، مكانة الاتصال الداخلي والخارجي في المؤسسة الجزائرية

-عيساوي الطيب، أهمية وسائل الاتصال في تعزيز الاتصال المؤسساتي الخارجي، مجلة الدراسات الجامعية للبحوث الشاملة

-عامر ايمان، شيخ عتيق، الصعوبات والتحيات لمواجهة التحول الرقمي في الجزائر

قائمة المصادر والمراجع

-بودهان يامن، تحولات الاعلام المعاصر

شكر وعرفان 2
الاهداء 3
ملخص الدراسة: 4
قائمة الجداول: 9
قائمة الاشكال: 12
مقدمة: ..... أ
الإطار المنهجي للدراسة 1
1-إشكالية الدراسة وتساؤلاتها: 1
2-أسباب اختيار الموضوع: 2
3-أهداف الدراسة: 3
4-أهمية الدراسة: 3
5-الدراسات السابقة: 4
6-تحديد مفاهيم الدراسة: 12
7-منهج الدراسة وأدو اته: 18
8-مجتمع البحث وعينة الدراسة: 24
9-حدود الدراسة: 25
المحور الأول: مدخل إلى الرقمنة 29
تمهيد: 29
1-ماهية الرقمنة: 29

2- نشأة مفهوم الرقمنة: 30
3- خصائص الرقمنة : 31
4- عناصر الرقمنة: 33
5- د ور الرقمنة في فعالية العملية الاتصالية للمؤسسات: 34
6- مز ايا وعيوب الرقمنة: 36
خلاصة: 39
المحور الثاني: مدخل عام إلى الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية 29
تمهيد: 41
-1 تعريف الاتصال الخارجي: 41
2- وسائل الاتصال الخارجي: 41
3- اهداف واهمية الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية: 44
4- إيجابيات وسلبيات الاتصال الخارجي: 45
5-صعوبات وتحديات رقمنة الاتصال الخارجي في المؤسسات: 46
خلاصة: 49
المحور الثالث: الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية وعلاقتها برقمنة الاتصال الخارجي..... 41
تمهيد: 51
1-مفهوم الصورة الذهنية: 51
2-أنواع الصورة الذهنية في المؤسسة: 52
3-أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية: 53
4-علاقة الصورة الذهنية برقمنة الاتصال الخارجي: 55

خلاصة: 56

الجانب التطبيقي: 58

1-نبذة تاريخية عن مؤسسة جامعة يحي فارس بالمدية: 58

2-عرض البيانات وتحليلها: 61

3-استخلاص نتائج الدراسة: 92

4-نتائج الدراسة بناء على التساؤلات: 93

5-توصيات الدراسة: 94

خاتمة: 58

قائمة المصادروالمراجع: 58

قائمة الملاحق: 62

الملاحق

قائمة الملاحق:

جامعة يحي فارس المدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات

استمارة استبيان

"رقمنة الاتصال الخارجي للمؤسسة العمومية ودورها في تحسين الصورة الذهنية لها"

دراسة حالة جامعة يحي فارس بالمدية

اعداد الطالبة: تحت اشراف الأستاذة:

موسي رونق راشدي وردية

عزيزي المستجوب تقبلوا منا خالص الاحترام والتقدير وشكرا لتعاونكم ومساهمتكم معنا في انجاز هذه الدراسة ونؤكد لكم ان اجابتكم ستكون سرية ولن تستخدم الا لأغراض البحث العلمي.

السنة الجامعية:

2024/2025

نرجو من سيادتكم التفصيل بالإجابة بعناية على هذه الاستمارة ووضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

المحور الأول: المعلومات العامة

1-الجنس:

ذكر ☐ انثى ☐

2-الفئة العمرية: - أقل من 20 سنة ☐

- 30 – 20 سنة ☐

- 40 – 31 سنة ☐

- أكثر من 40 سنة ☐

2-صفتك في الجامعة: - طالب ☐

- أستاذ ☐

- موظف ☐

- طالب محتمل (طلبة الباكالوريا) ☐

- شركاء مع الجامعة (من لهم علاقة مع الجامعة) ☐

- أخرى أذكرها .....

المحور الثاني: الوسائل الرقمية المستخدمة في الاتصال الخارجي

1-هل تستخدم الجامعة وسائل رقمية للتواصل معكم؟ - نعم ☐

- لا ☐

في حالة الإجابة بنعم أذكر الوسيلة التي تستخدمها للتواصل مع الجامعة .....

2-كيف تقيم جودة المعلومات المتوفرة عبر هذه الوسائل الرقمية؟ - ممتازة ☐

- جيدة ☐

- مقبولة ☐

- ضعيفة ☐

3-ما مدى سهولة الوصول الى المعلومات المطلوبة عبر القنوات الرقمية؟

- سهل ☐

- متوسط ☐

- صعب ☐

المحور الثالث: تأثير الرقمنة في الاتصال الخارجي على الصورة الذهنية للجامعة

1-هل تعتقد أن استخدام الرقمنة في الاتصال الخارجي يعزز من صورة الجامعة؟

- نعم، بشكل كبير ☐

- نعم، بشكل متوسط ☐

- لا تأثير ☐

- لا، يؤثر سلبا ☐

2-كيف تقيم تفاعل الجامعة مع الجمهور الخارجي عبر الوسائل الرقمية؟

- ممتاز ☐

- جيد ☐

- مقبول ☐

- ضعيف ☐

3-هل ترى أن الجامعة تستجيب بسرعة لاستفسارات الجمهور عبر الوسائل الرقمية؟

- دائما ☐

- أحيانا ☐

- نادرا ☐

كيف ذلك .....

4-هل ساهمت الرقمنة في تحسين مستوى الشفافية في التواصل بين الجامعة والجمهور؟

- نعم بشكل كبير ☐

- نعم بشكل متوسط ☐

- لا تأثير ☐

- لا، زاد من الغموض ☐

برر ذلك .....

المحور الرابع: تجربة المستخدم

1-هل واجهت أي صعوبات تقنية عند استخدام الوسائل الرقمية الخاصة بالجامعة؟

- دائما ☐

- أحيانا ☐

- نادرا ☐

كيف ذلك .....

المحور الخامس: التوصيات والملاحظات

1-ماهي اقتراحاتك لتحسين الاتصال الرقمي للجامعة وتعزيز صورتها؟

.....

2-هل لديك ملاحظات أخرى؟

.....

شكرا جزيلا لكم على وقتكم ومشاركتكم القيمة

أسئلة المقابلة مع مسؤولي العلاقات الخارجية للجامعة:

1-ما هي الوسائل الرقمية التي تستخدمها الجامعة في تواصلها مع الجمهور الخارجي؟

2-كيف تقيمون تأثير هذه الادوات الرقمية على تحسين سمعة الجامعة وجذب المزيد من الطلاب والشركاء؟

3-هل توفر الجامعة تدريبا لدعم موظفيها في استخدام وسائل الاتصال الرقمي بكفاءة؟

4-ما هي التحديات التي واجهتها الجامعة في تطبيق الرقمنة في الاتصال الخارجي؟

5-هل لاحظتم زيادة في نسبة القبول أأو التفاعل بفضل استخدام التكنولوجيا الرقمية؟

6-هل تساهم الرقمنة في تحسين مستوى الشفافية وتقديم صورة إيجابية عن الجامعة الى الجمهور الخارجي؟ كيف ذلك؟

7-ما الجهود التي تقوم بها الجامعة لتحديث وتطوير قنوات الاتصال الرقمي بما يتماشى مع التغيرات التكنولوجية؟

8-هل تمتلك الجامعة خطة مستقبلية لتطوير استخدام الرقمنة في الاتصال الخارجي؟

مقابلة مع الشركاء والمؤسسات المتعاملة مع الجامعة:

نشكركم على مشاركتكم في هذه المقابلة نود أن نتعرف على تجربتكم في التواصل مع الجامعة من خلال الوسائل الرقمية ومدى تأثير ذلك على علاقات الشراكة والتعاون.

1-كيف تصنفون تجربة التواصل مع الجامعة عبر القنوات الرقمية

2-هل تجدون أن المعلومات الموجهة للشركاء متاحة بسهولة عبر المنصات الرقمية للجامعة؟

3-ما مدى سرعة استجابة الجامعة لاستفساراتكم أو طلبات التعاون عبر الوسائط الالكترونية؟

4-كيف تقيمون احترافية وجودة المحتوى الرقمي الذي تنشره الجامعة (إعلانات الشراكات، المشاريع، الدعوات للفعاليات...)؟

5-هل تعتقدون أن رقمنة الاتصال ساهمت في تحسين التعاون بين الجامعة ومؤسستكم؟

6-ماهي التحديات التي واجهتكم عند استخدام الوسائل الرقمية للاتصال مع الجامعة؟

7-برأيكم، كيف يمكن تعزيز فعالية الاتصال الخارجي للجامعة مع شركائها عبر الرقمنة؟