جامعة يحي فارس بالمدية
كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية
قسم علوم الاعلام و الاتصال

دور القائم بالاتصال في تكريس الثقافة التنظيمية عبر موقع الفيس بوك

دراسة حالة جامعة يحي فارس بالمدية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: اتصال و علاقات عامة

إعداد الطالبتين:

- شويحي أمينة

- ولد أحمد خديجة

إشراف الأستاذة:

د/فندوشي ربيعة

الموسم الجامعي: 2018-2019م.

شكـــر وعرفـــان

إن الحمد لله الحمد ونشكره والحمد لله الذي وفقنا في انجاز هذه المذكرة

ولايسعنا في هذا المقام الا ان نتقدم بالشكر العرفان الجزيل

إلى الاستاذة المشرفة فندوشي ربيعة على كل مجهوداتها الجبارة

ونصائحها القيمة كما نشكر كل من قدم لنا يد المساعدة في عمل هذه المذكرة

من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة

ولنا شكر خاص للجنة المناقشة على قبولهم مناقشة مذكرتي .

الإهـــــداء

أتقدم أولا بالحمد والثناء لله عز وجل الذي وفقني في انجاز هذا العمل المتواضع .

أهدي ثمرة جهدي لمن ربياني على حب العلم والفضيلة إلى من يصعب حصر جميلها ،والتي غمرتني بالحب والحنان الى التي تحت قدميها الجنة أمي الغالية إلى تاج رأسي الذي غرس الطموح في نفسي والذي أضاء لي درب العلم شموعا.

إلى أعز الناس على قلبي إلى الغالين إخوتي سعيد وزوجته سمية وجيلالي ونصيرة ونورة ورتيبة وعتيقة وكلتوم الى الكتكوتة: هديل

إلى زميلتي وشريكتي وأختي خديجة

إلى كل من يعرفني من قريب أو من بعيد.

أمينـــة

إهـــــــداء

إلى روض الفسيح سمحا وطاعة أبي

وأمي منبع العطاء ،إلى إخوتي زكرياء ويوسف وصافية

إلى البراعم الصغيرة يسرى وعبد الحق ومسعودة حبا وسناء

إلى جنتي في الدنيا مودة ورحمة زوجي هشام

والى صديقتي التي رافقتني طلية مشواري الدراسي أمينة شويحي

والى كل الرفاق الأعزاء من كل فج سلاما وتقديرا

خديـجة

مقدمـــــــة

مقدمة

أنتجت تكنولوجيا الاتصال الإدارية المتطورة والمتجددة خلال السنوات القليلة الماضية واقعا تنظيميا، وإداريا جيدا يكاد يكون مختلفا تمام الاختلاف عن ما عهدناه في السابق، تجلت مظاهره في سقوط الكثير من المفاهيم الفكرية والمنظومات التي اعتمدت عليها التنظيمات الإدارية من قبل، وحققت نقلة فكرية نوعية جعلت هذه الأساليب الممارسة حاليا تكاد لا تمت بصلة بالماضي وبفعل ذلك تأثرت المنظمات المعاصرة وتغيرت هياكلها ومعاملاتها ومعايير أداء أعضاءها وامتد نطاق خدماتها إلى خارج المواقيت الرسمية، سعيا لانجاز تعاملات متعدية حدود الزمان والمكان وصولا إلى خدمات تتسم بالسرعة والشفافية والنزاهة، لذلك فان الواقع المعاصر يفرض تغييرات تشمل جميع المناحي، خاصة أسلوب أداء المؤسسات لإعمالها وثقافتها التنظيمية ،التي تشتمل على القيم التي تتبناها المنظمة والفلسفة التي تحكم سياستها اتجاه الموظفين ، والطريقة التي يتم بها انجاز المهام وطرق التفكير المشتركة وتعد عنصرا يتماشى مع المكونات الأخرى للتنظيم الإداري من بينها الأفراد وبالتحديد القائم بالاتصال حيث يقع على عاتقه إدارة الثقافة التنظيميةباعتباره جوهر العملية الاتصالية، بشكل يحقق الأهداف من خلال كافة الإمكانيات والوسائل المتاحة بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في مواقع الويب التي تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين، بحيث أحدثت تغييرا في أنماط الاتصال وتبادل المعلومات والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات ، فهي ضرورة

تستدعي من المؤسسات بما فيها الجامعات اعتمادها كوسيلة لنشر واستقطاب المعلومات وربط الطالب والأستاذ بالجامعة وتبعا لهذه المميزات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي فإن جامعة المدية تسعى إلىتوظيفها بأوجه جديدة من أهمهاإبراز ثقافتها التنظيمية خاصة بعد ان انتقلت حاليا من أروقة وقاعات وتفاعلات داخل هيكل المؤسسة إلى الشبكات الاجتماعية فأصبحت الطقوس والقيم والمعتقدات والأقاصيص والأعراف إرث الشبكات الاجتماعية .

ولهذا تناولنا في بحثنا موضوع دور القائم بالاتصال في ترسيخ الثقافة التنظيمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بجامعة المدية الفيسبوك من اجل معرفة دور القائم بالاتصال في تجسيد الثقافة التنظيمية وقد قمنا بتقسيم الموضوع إلى ثلاثة أقسام تمثل الأول في الإطار المنهجي وتطرقنا فيه إلي إشكالية الدراسة والتساؤلات البحث وأهميته وأهدافه وأسباب اختيار الموضوع وكذا المنهج المتبع في البحث والأدوات المستخدمة وعينة الدراسة ثم تحديد أهم مصطلحات الدراسة والدراسات السابقة أما الإطار النظري فقسمناه إلى فصلين الأول تحت عنوان الثقافة التنظيمية في ظل التكنولوجيا الحديثة والفصل الثاني بعنوان دور القائم بالاتصال في إبرازه للثقافة التنظيمية على موقع الفايسبوك أما الفصل الثالث فخصصناه للجانب التطبيقي بحيث تناولنا فيه البيانات المتعلقة بخلية الإعلام والاتصال والصفحة الرسمية لجامعة المدية على موقع الفيسبوك وتحليل بيانات المقابلة.

الإطار المنهجي

1- الإشكالية

تعتبر الثقافة التنظيمية تركيبة من العناصر المترابطة التي تتفاعل كل يوم لتشكيل ثقافة منظمة ،بحيث تلعب دورا أساسيا في الربط بين الافراد فيما يخص تصرفاتهم وإحساسهم وذكائهم، وينقل التجربة الموجودة والمعرفة الجماعية المركبة التي تتمثل في الاتجاهات والقيم والمعايير السائدة بين الجماعات كما أنها قوة دافعة تتحكم في أنماط السلوك التنظيمي، وذلك بشكل مدارك ومعارف الأعضاء للمعاني والحقائق لتكيف الخارجي والتكامل الداخلي ،الذي يتحقق بإتحاد مجموعة من العوامل المتمثلة في الهياكل التنظيمية والتكنولوجيا، والأفراد من ضمنهم القائم بالاتصال الذي يعد جوهر العملية الاتصالية ،وعضوا فعالا في إدارة العملية الاتصالية وتسييرها.

إضافة إلى القدرة على تأثير في أراء وأفكار الأفراد وتصرفاتهم مستخدما بذلك كافة الإمكانات والوسائل المتاحة لتحقيق التأثير المطلوب ، ولعل أبرز هذه الوسائل هي ما يواكب العصر الحالي في ظل التطورات الجديدة التي فرضت استخدام الشبكات الاجتماعية في المؤسسات الخدماتية منها الجامعات الجزائرية وبالخصوص جامعة المدية ،فقد عملت على زيادة التنسيق بين أقسامها والسيطرة على المعلومات من خلال طرح البدائل لإدارة التواصل والتفاعل بين الطلبة والهيئة الإدارية الساعية إلى نقل ثقافتها، والارتقاء بخدماتها وحل مشكلاتها عبر الوسط الرقمي من خلاله عمدت الجامعة على إنشاء خلية اليقظة التي يشرف عليها جملة من المختصين يجسدون الثقافة التنظيمية

بأوجهها المختلفة ،بحيث تشكل لهم إطارا مرجعيا يقومون بتفسير الأحداث والأنشطة وممارسة النشاطات والفعاليات المبرمجة ضمن الأعمال اليومية ونقلها عبر صفحتها على الفايسبوك، الذي يحتل صدارة الاستخدام من بين المواقع الأخرى خاصة في الوسط الجامعي ،بحيث يعتبر كتصنيف يسمح بتبادل صورة المعلومات واختيار الفيديوهات عن طريق الأصدقاء وعن طريق إنشاء الصفحات والمجموعات وخدمات أخرى كثيرة يتبعها الموقع ومن خلال ماسبق نطرح التساؤل الآتي :

هل يساهم القائم بالاتصال في ترسيخ الثقافة التنظيمية لدى الاسرة الجامعية من خلال الفايسبوك ؟

2- تساؤلات الدراسة:

3-ما هي أهم المواضيع التي يطرحها القائم بالاتصال بالصفحة الرسمية لجامعة المدية على موقع الفيسبوك؟

- ما هي مصادر المعلومات التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في انتقائه للمضامين المطروحة على الصفحة الرسمية لجامعة المدية على موقع الفيسبوك ؟
- ما هي العوامل التي تساعد القائم بالاتصال في فهم مظاهر وتجليات الثقافةالتنظيمية؟
- ما هي الصعوبات التي تعترض القائم بالاتصال في إبرازه للثقافة التنظيمية عبر الصفحة الرسمية للجامعة على موقع الفيسبوك؟.

3- تحديد المصطلحات الدراسة:

أ - تعريف القائم بالاتصال:

- التعريف الاصطلاحي:

حسب المعجم الإعلامي لمحمد منير حجاب هو شخص يستهدف التأثير في الناس بأفكار لديه خلفيه واسعة عنها يؤمنوا بما هو يصدر عنها في سلوكه و تصرفاته يستخدم

لذلك كافه إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة و مختلف الأساليب الإقناعية من اجل تكوين رأي عام وذلك منهج علمي وفني مدروس ومخطط ومستمر[1]

وقد عرف أيضا من قبل المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال: هو أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لأخر عبر الوسيلة الإعلامية، و له علاقة بتسيير أو مراقبه نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية[2]

- التعريف الإجرائي:

هو المحرك الأساسي لأي عمل اتصالي كونه عضو فعال في إدارة المؤسسة فهو يقوم بأدوار متعددة يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه إلى الجمهور.

وفي دراستنا دور القائم بالاتصال:

هم أعضاء خلية اليقظة في جامعة المدية المكلف بإعداد و صياغة وتنفيذ المضامين الإعلامية ونشرها بالصفحة الرسمية على موقع الفيسبوك المتمثلين في رئيس الخلية ومساعديه.

ب- الثقافة التنظيمية:

- التعريف الاصطلاحي :

[1] محمد منير حجاب ،المعجم الإعلامي ، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2004 القاهرة ص408

[2] منال هلال المزاهرة ،نظريات الاتصال ، ط ،1 ،دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،عمان 2012ص239

يعرف يورك برس الثقافة التنظيمية بأنها القاسم المشترك الذي يحوي كل المؤسسة وهي الاشتراك في المعتقدات والقيم التي ترشد سلوك أفراد المؤسسة وتوجههم وكذلك هي الاشتراك في الأحاسيس والمشاعر المسلم بها فثقافة المؤسسة يمكن من خلالها تحديد هويتك بالنسبة إلى المؤسسة.[1]

- التعريف الإجرائي:

هي مجموعه القيم والمعتقدات والأعراف التي يكتسبها الأفراد المكونين للتنظيم الجامعي بولاية المدية المتمثلة في روح المشاركة والاحترام والمساواة بين العاملين من خلال العمل الجماعي الذي يكسب الرضا ويعزز التكامل الداخلي مما يبرز الثقافة التنظيمية للجامعة ويمنحها هويتها المميزة وشخصيتها الفريدة.

ج- تعريف الفايسبوك:

التعريف الاصطلاحي:

يعرف الفيس بوك أو كتاب الوجود باللغة العربية :هو موقع الشبكات الاجتماعية ،أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والأعتباريين كالشركات أن يبرز نفسه ،وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص اخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع تواصلات أخرى ،إنشاء روابط تواصل مع الاخرين.[2]

[1] يورك برس ،مهارات،مهارات الإدارة (علم نفسك بالطرقة المثلى في 24سا)،ط1،مكتبة لبنان، بيروت ،2003 ص،2258

[2] خاد غسان يوسف المقدادي ،ثورة شبكات الاجتماعية ،ط1 ،دار النفائس ،عمان ،الاردن،2013 ص34.

4- أسباب اختيار الموضوع:

أ-الأسباب الذاتية:

- التعمق وتوثيق الصلة بمجالنا البحثي لإثراء معارفنا وإسقاطها على أرض الواقع.
- الاهتمام الشخصي معرفه درجة مواكبة الجامعة للتطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا وبخاصة الشبكات الاجتماعية بما فيها الفيسبوك .
- الميل الذاتي لدراسة الثقافة التنظيمية والقائم بالاتصال كونهما العصب المحرك للإدارة الجامعة.

4- الأسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات التي تناولت دور القائم بالاتصال في ترسيخ الثقافة التنظيمية عبر الفيسبوك فمعظم الأبحاث تناولت بالدراسة أحد المتغيرات دون الأخر.
- إثراء المكتبة الجامعية بمثل هذه المواضيع التي تخص الإدارة والتنظيم في الجامعة
- الرغبة في الاهتمام بدراسة موضوع الثقافة التنظيمية باعتبارها ضرورة تلزم المؤسسة الجامعية بتطويرها وتكييفها وفق التطورات التكنولوجية.

5- أهداف الدراسة:

- التعرف على دور القائم بالاتصال في ترسيخ الثقافة التنظيمية بوجود التكنولوجيا باعتبارها ضرورة حتمية في كل مؤسسة.

- معرفة مدى مساهمة القائم بالاتصال في تطبيقه للثقافة التنظيمية بأوجهها وأبعادها المختلفة على الصفحة الرسمية بجامعة المدية على موقع الفيسبوك.

- التعرف على مستوى الثقافة التنظيمية و مستوى التطور التكنولوجي في الجامعة ودور القائم بالاتصال في اكتشاف هذين المستويين.

- التعريف بمظاهر الثقافة التنظيمية عبر الصفحة الرسمية بجامعة المدية على موقع الفيسبوك وكيف يقوم القائم بالاتصال بإبراز ملامحها.

- معرفة الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال في إبراز مظاهر الثقافة التنظيمية عبر الصفحة الرسمية لجامعة المدية على موقع الفيسبوك.

6-أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة من أهمية الموضوع بحد ذاته، الذي يعني بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي وموقع الفايسبوك بشكل خاص، الذي انتقل استخدامه من أغراض ترفيهية كالدردشة والتسلية وتبادل وجهات النظر وإقامة علاقات اجتماعية ، إلى أغراض تنظيمية ومهنية تتمثل في عملية التسيير والتخطيط بشكل بسيط، بعيدا عن التعقيدات فقد ساعد هذا الموقع المؤسسات في إبراز نشاطها وتسهيل مهامها ونشر ثقافتها التنظيمية بشتى مظاهرها ومكوناتها باعتبارها المحرك الأساسي لأي عمل مؤسساتي تسعى من ورائه إلى خلق التميز والاستمرار. ربما أن تكون هذه الدراسة انطلاقة لدراسات جديدة حول موضوع الثقافة التنظيمية وتفعيلها على موقع الفايسبوك، إضافة إلى تقديم دراسة تطبيقية تستفيد

منها الجامعات الجزائرية لتنظيم إدارتها بشكل يتوافق ويلائم ثقافتها التنظيمية ، ويمكن أن يستفيد القائم بالاتصال من نتائج وتوصيات البحث وتطبيقها على أرض الواقع في المؤسسات الجزائرية على اختلافها.

7- منهج الدراسة:

إن اختيار المنهج المناسب للدراسة يرتبط بطبيعة المشكلة المبحوثة و المجال الذي تنتمي إليه وكذا بالإمكانيات المتاحة لدى الباحث ، وبالنظر إلى الموضوع الذي سيتم معالجته و طبيعة المعلومات المتوفرة عنه فقد عمدنا إلى اختيار منهج دراسة حالة فهو البحث المعمق للحالات الفردية في إطار المحيط الذي نتفاعل فيه حيث تقوم هذه الدراسة على افتراض كل حالة قابلة للدراسة في المجال الذي تتفاعل داخله.[1]

وهو دراسة الظاهرة ضمن بيئة معينه وكذلك مجتمع معين وذلك من اجل الحصول على المعلومات وكذلك تحليلها بالإضافة إلى إظهار نتائج تهدف إلى تحقيق التقدم والتطور في مجتمع الدراسة.[2]

[1] أحمد بن مرسلي ،مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ط2 ،ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ،2015، ص 285.

[2] المرجع نفسه ،ص286 .

8- أداة جمع البيانات

الشائع حول أدوات البحث العلمي هو أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر، وقد تم استخدام المقابلة باعتبارها الأداة الأنسب لبحثنا وهي تتمثل في:

محادثه أو حوار موجه بين الباحث من جهة و شخص أو أشخاص آخرين من جهة أخرى، بغرض الوصول إلى معلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة يحتاج الباحث الوصول إليها بضوء أهداف بحثه وتمثل المقابلة مجموعة من الأسئلة والاستفسارات والإيضاحات التي يطلب الإجابة عليها والتعقيب عليها وجها لوجه بين الباحث أو الشخص أوالأشخاص المعنيين بالبحث.[1]

وتمتاز المقابلة بجمع المعلومات، فهي تدل المبحوث على مدى اهتمام الباحث في بحثه، كما تسهل عملية جمع البيانات وتمكن الباحث من السيطرة على الموقف الذي يجري فيه جمع المعلومات، ويمكنه كذلك من اكتشاف العلامات والإشارات غير اللفظية التي تصدر عن المبحوث.[2]

ويمكن الاستفادة من المقابلة لتحقيق جميع الأغراض المشار إليها آنفا وهي:

[1] محمود محمد الجراح ،أصول البحث العلمي ،ب، ط، الراية للنشر والتوزيع ،الأردن ،ص،165

[2] كمال راسم محمد ،مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة ، 1999،ص 154

- استخدامها كأداة استكشافية للمساعدة في التعرف على المتغيرات و العلاقات الموجودة بينها
- إمكانية استخدامها كأداة إضافية إلى طرق جمع البيانات الأخرى
- إمكانية استخدامها كأداة بحث رئيسيه لجمع البيانات[1].

ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المقابلة تماشيا مع الموضوع محل الدراسة ونظرا لقلة المجتمع البحث وكذلك من اجل جمع المعلومات الكافية عن الصفحة الرسمية الفايسبوك بجامعة المدية، والإحاطة بكل تفاصيل العمل ومعرفة النشاطات والمهام الموكلة إلى معدي هذه الصفحة، وذلك بإعداد أسئلة المقابلة مسبقا لمنهجية التسلسل في طرحها من العام إلى الخاص ،من الشخصيات المسؤولة على أثر الصفحة ،ابتداء من تجميع المعلومات وتحريرها وتصميم الصفحة.

وللإشارة فقد تم إخضاع أداة الدراسة، للتحكيم من طرف الأساتذة الخبراء المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال والمقدر عددهم بثلاثة أساتذة وقد تم تعديل المقابلة وفق الملاحظات المسجلة من طرف الأساتذة .[2]

[1] محمد عبد العال النعيمي وآخرون ،طرق مناهج البحث العلمي ،ط، 1، الوراق للنشر والتوزيع ، الأردن ،2008، ص،ص، 182،183

[2] انظر الملحق، رقم 4 .ص 139.

9- مجالات الدراسة:

تشتمل مجالات الدراسة على المنطقة الجغرافية والإفراد المتواجدين فيها وكذلك الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة و على أساسها هذا يمكن تقسيم هذه الدراسةإلى المجالات التالية:

المجال المكاني:

أجريت هذه الدراسة على مستوى جامعه المدية تحديدا في مقر رئاسة الجامعة قسم خليه الإعلام والاتصال.

المجال الزماني:

امتدت فترة الدراسة من 28 فيفري إلى 29 ماي و تعد أطول فترة وهذا من اجل جمع البيانات والمعلومات والاطلاع على المراجع، ومن خلالها حددنا مخطط سير العمل.

دراسة حالة تمتد من 04 جوان إلى 09 قمنا فيها بإجراء المقابلة مع معدي الصفحة الرسمية للجامعة على موقع الفيسبوك، حيث تم جمع المعلومات والبيانات التي كنا في حاجه إليها من خلال تصميم دليل المقابلة وطرح مجموعة الأسئلة عن المبحوثين.

10- مجتمع البحث وعينته :

بناءا على صغر حجم مجتمع البحث في الجامعة وبناءا على استخدام منهج دراسة حالة فقد تم دراسة مجتمع البحث المتمثل في أعضاء خليه اليقظة وبالتحديد معدي الصفحة الرسمية للجامعة ويشمل هذا المجتمع بعض الأساتذة.

رئيس خلية اليقظة الأستاذ يوسف ماعي ومساعديه خير الدين بن عيسى مسؤول عن صفحه الويب بالجامعة والأستاذ هارون عمر المكلف بنشر مضمون الصفحة الرسمية للجامعة.

ولقد تناولنا في بحثنا العينة القصدية وهي التي تخدم بحثنا بناءا على ما يتوفر لدينا من معلومات وعلية فإنه يتم اختيار العينة من خلال تحديد مايلي :

تميز مجتمع البحث بالتباين من حيث التخصص والعمل.

- تحديد عدد أفراد العينة .
- فضلنا الاعتماد على العينة القصدية لكي نكون واضحي الوجهة بطرقة أضمن وبأسرع وقت.
- فضلنا الاعتماد على العينة القصدية بسبب قلة مجتمع البحث.

العينة :تستخدم هذه العينة عندما يريد الباحث دراسة مجتمع ما تم تجديده ويقوم الباحث ها باختيار العينة التي يرى أنها تحقق أغراض الدراسة اختيارا حرا بينى على مسلمات أو معلومات مسبقة كافية ودقيقة تمكنه من الحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها .[1]

11- الدراسات السابقة

الدراسةالأولى:

دراسة رولا محمود حجاز بعنوان أنماط الثقافة التنظيمية السائدة في الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة وعلاقتها بإدارة المعرفة،مذكرة لنيل شهادة الماجستير من كلية التربية قسم أصول التربية إدارة تربوية من الجامعة الإسلامية بغزة 2015. قامت الباحثة بطرح التساؤل الرئيسي المتمثل في:

ما أنماط الثقافة التنظيمية السائدة في الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة وعلاقتها في إدارة المعرفة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس.

ويتفرع عنه الأسئلة التالية:

1- ما أنماط الثقافة التنظيمية السائدة في الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس؟

[1] وائل عبد الرحمن التل ، عبد الرحمن التل وعيسى محمد قحل ،الحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية ،دار الجامد للنشر والتوزيع ، الاردن عمان ،2007 ص44

2- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (a≤0.05) وبين متوسطات تقديرات عينة الدراسة لأنماط الثقافة التنظيمية السائدة في الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة تعزى لمتغيرات الدراسة (مكان العمل، الرتبة الأكاديمية، التخصص، سنوات الخدمة)؟

3- ما درجة ممارسة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة لإدارة المعرفة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس؟

4- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (a≤0.05) بين متوسطات تقدير أعضاء هيئة التدريس لأنماط الثقافة التنظيمية السائدة في الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة وإدارة المعرفة؟

توصلت الباحثة في دراستها إلى النتائج التالية:

- أن الجامعات الفلسطينية في محافظات غزة تعطي أهمية كبيرة لعمليات إدارة المعرفة والجامعات من أكثر المؤسسات تطبيقا لإدارة المعرفة وذلك لدورها المهم في المجتمع وتهيئة الكوادر البشرية المؤهلة، وعمليات إدارة المعرفة تسهم في رفع المستوى التعليمي والبحثي ولابتكاري للجامعة وترتقي بجودة مخرجاتها.

أن الجامعات الفلسطينية تتبنى ثقافة التقييم والتحديث المستمر للمعلومات لضمان دوام التنافسية للجامعة وليسهل الحصول على المعرفة واستخدامها.

وخلصت الدراسة إلى جملة من التوصيات أهمها:

1) ضرورة استيعاب مفهوم الثقافة التنظيمية كمفهوم إداري من قبل القيادات الإدارية في الجامعات الفلسطينية باعتبارها مركزا مهما يعتمد عليها نجاح أو فشل تطبيق إدارة المعرفة.

2) تهيئة الفرص اللازمة لجميع الأكاديميين في الجامعات لتطوير إمكاناتهم العلمية واستثمارها.

3) العمل على بناء ثقافة تنظيمية داعمة للإبداع والعمل الجماعي لأجل تحقيق الجامعة لأهدافها.

4) إقامة البرامج التدريبية التي تساعد في فهم الثقافة التنظيمية واستيعابها والاستفادة من تجارب الآخرين في إدارة المعرفة.

5) وضع نظام للمكافآت والتحفيز مرتبط بتطبيق أنشطة إدارة المعرفة.

6) **الدراسة الثانية:**

دراسة عباس سمير التي تناولت الثقافة التنظيمية وعلاقتها باستراتيجية التغيير في الجامعة الجزائرية بين النظام القديم و نظام الام دي دراسة ميدانية بجامعة باجي مختار عناية كنموذج مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس الاجتماعي للتنظيم والتسيير.

قام الباحث بطرح التساؤل التالي:

هل توجد علاقة ارتباطيه بين نماذج الثقافة التنظيمية و استراتيجيات التغيير الحالية في الجامعة الجزائرية؟

ويتفرع عنه الأسئلة التالية:

. هل التغيير هو استجابة لاحتياجات ومتطلبات مدروسة أم فرضته التغييرات في البيئة الخارجية؟

. هل هو تغير أم تغيير ؟

- هل التغيير الاستراتيجي أم مرحلي مرتبط بظروف سياسية واقتصادية وبيئية خارجية مؤقتة ؟

- هل الفرد أولوية وفاعل حقيقي أم أنه منفذ مأمور وواقع عليه الفعل ؟

توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- أن الثقافة التنظيمية السائدة بصفه عامه تميل إلى النموذج العلمي في كافة الأبعاد ويعود ذلك في نظرنا إلى طبيعة المؤسسة الجامعية.

- إن تغيير نظام التعليم العالي يواجه بعض المشكلات في استراتيجيات تنفيذه مثل انخفاض نسبة المرونة في التعامل مع متطلبات تنفيذه، مما انعكس على الاتصالات والعلاقات في علاقات العمل بين أطراف الأسرة الجامعية ومحاولة تلاقيها في مضامين النظام الجديد.

- إن تأثير الخصائص الشخصية لأساتذة وإداري جامعة عنابة على استجابتهم نحو نموذج الثقافة التنظيمية جاءت مختلفة من نموذج لأخر حسب الخصائص

- للخصائص الشخصية تأثير على استجابات الأفراد نحو استراتيجيات التغيير حيث تظهر وتأكد بشكل بارز أنها تختلف باختلاف سنوات خبرة الفرد وكذلك كيانهم ووظائفهم.

الدراسة الثالثة:

دراسة الركرمة نسرين مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال 2018تحت عنوان دور القائم بالاتصال في تفعيل الثقافة التنظيمية داخل المؤسسة الجزائرية دراسة حالة بمديرية اتصالات الجزائر بولاية المدية .

وقامت الباحثة بطرح التساؤل الرئيسي: ماهو دور القائم بالاتصال في تفعيل الثقافة التنظيمية داخل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (مديرية اتصالات الجزائر المدية).وانطلقت الدراسة من التساؤلات الآتية :

- ماخصائص ومواصفات القائم بالاتصال داخل المؤسسة الاقتصادية ؟
- هل هناك علاقة بين القائم بالاتصال والثقافة التنظيمية ؟
- هل تساعد الثقافة التنظيمية في نجاح المؤسسة ؟

أما بالنسبة للمنهج وأداة الدراسة فقد استخدمت المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبانة والملاحظة لجمع المعلومات من مديرية اتصالات الجزائر .

وتوصلت إلى النتائج التالية:

– ان القائم بالاتصال هو عبارة عن فرد يتمتع بالقدرة على العملية الاتصالية بالكفاءة العالية مما يبرز الأهمية المتوسطة في المؤسسة،بالإضافة لامتلاكه خصائص تميزه عن غيره ويكون ذلك بارزا في قوة شخصيته، ويجب ان يكون على دراية كاملة لمجريات العمل، ولا يمكن غض البصر على ان سياسة المؤسسة ونشاطها يؤثر على نشاط القائم بالاتصال ،حيث يعد العمل من اجل المصلحة العامة هو أهم واجباته، ولإيصال كل مايتعلق بالمؤسسة من أخبار ومعلومات تكون عبر الملصقات والإعلانات.

– ان الثقافة التنظيمية تتمثل في القيم والأعراف داخل المؤسسة والتي تكمن أهميتها في تسهيل للمؤسسة وتحقيق أهدافها،ويبرز السلوك التنظيمي داخل المؤسسة في التعامل بعلاقة ودية طيبة يتأثر القائم بالاتصال في الثقافة التنظيمية يتأثر كبير ورغم هذه العلاقة الحاصلة فلا يشارك العاملون في اتخاذ القرار كما هناك غياب فكر واعي بأهمية الثقافة التنظيمية داخل المؤسسة.

– إن للثقافة التنظيمية واقع ملموس داخل المؤسسة ولها أهمية في سير ونجاح المؤسسة ، كما أنها تقدم مساعدات والتي تتمثل في انجاز المهام بشكل منظم ودقيق ومن خلال ذلك يتم التعبير عن الثقافة التنظيمية بالمعاملة المشتركة في العمل وهذا التعبير ناتج على ان العلاقة بين القائم بالاتصال والثقافة التنظيمية تساهم في نجاح وتحسين صورة المؤسسة.

الدراسة الرابعة:

دراسة إياد عدوان مذكرة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال بكلية التجارة في الجامعة الإسلامية بغزة 2018،تحت عنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية توليد المعرفة وأثرها على الإبداع الوظيفي في مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني في غزة.

وقام الباحث بطرح السؤال الرئيسي تحت عنوان :ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية توليد المعرفة وأثرها على الإبداع الوظيفي في مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني في غزة؟

وانطلقت الدراسة من التساؤلات الآتية:

- ماهي شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة والمفضلة من قبل موظفي مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني في غزة ؟
- ماهي الأسباب التي تقود م موظفي مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني في غزة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي .
- ماهي تصورات المبحوثين من عملية توليد المعرفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

أما بالنسبة للمنهج وأداة الدراسة فقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي وأداة الاستبانة التي كانت موجهة إلى جميع العاملين بالجامعات محل الدراسة باستثناء الخدمات المساندة.

وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج :

ان أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما وتفضيلا في مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني في غزة هي: الفايسبوك نسبة 82.3% واتسأب بنسبة 61,4%يوتيوب بنسبة 60.6%بالإضافة إلى ذلك غالبية المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل لمشاركة المعلومات مع الآخرين ثم يأتي بعد ذلك البحث عن المعلومات ثم التواصل مع زملاء العمل .

وأظهرت النتائج وجود موافقة بنسبة 65,20%من قبل أفراد العينة على دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية توليد المعرفة بشكل عام .

12- التعقيب على الدراسات السابقة:

إن مواضيع الدراسات السابقة كانت لها أهمية كبيرة في موضوع بحثنا وقد أفادتنا في عدة أوجه ،حيث تعتبر الدراسات الأقرب لدراستنا من حيث المنهج المعتمد بالإضافة إلى استفادتنا منها في الجانب النظري والمنهجي وحتى الجانب التطبيقي في بعض التحليلات البيانية في حين تكمن نقاط الاختلاف بين دراستنا ودراسات السابقة في أن الدراسة الحالية تبرز دور القائم بالاتصال في تجسيده للثقافة التنظيمية على موقع الفايسبوك وإشراك هذا الموقع بشكل كبير في التنظيم المؤسساتي ،ومدى قدرة القائم بالاتصال على نقل هذه الثقافة التنظيمية بمختلف مظاهرها وما يتوافق مع طبيعة نشاط المؤسسة وتجسيدها بذلك طبقا للمعايير التي يتسم بها الفضاء الأزرق،أما الدراسات

السابقة فقد ركزت عموما حول ممارسة الثقافة التنظيمية في المؤسسات بصفة عامة ودور القائم بالاتصال في تفعيل الثقافة التنظيمية بصفة خاصة .

الإطار النظري

الفصل الأول

الثقافة التنظيمية في ظل التكنولوجيا الحديثة

تمهيد:

تمثل الثقافة التنظيمية إلى جانب تكنولوجيا الاتصال أهمية بالغة بالنسبة للمؤسسات خاصة الخدماتية منها فقد كان لدخول هذه التكنولوجيا اثر كبير في تغيير نمط التنظيم داخل جامعة المدية بالتحديد بحيث أصبحت مطالبة بمتابعة التطورات و التكيف معها لمواجهة متطلبات العصر التي مست جميع جوانب ثقافتها التنظيمية ومادام موضوع البحث يتضمن الثقافة التنظيمية في المؤسسة فان منهجية البحث تقتضي التعرف على هذا الموضوع وذلك يستوجب في البداية معرفة مفهوم المؤسسة خصائصها ،عناصرها ،أهميتها إضافة إلى الثقافة التنظيمية بما تتضمنه من تعريف وخصائص ومظاهر وعناصر ومكونات وفي الأخير استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة وعلاقته بالثقافة التنظيمية وما تحويه من الجانب المادي لتكنولوجيا الاتصال بالمؤسسة وخصائص تكنولوجيا الاتصال وأنواع شبكات الاتصال بالمؤسسة وفي الأخير تكنولوجيا الاتصال والثقافة التنظيمية.

المبحث الأول : مدخل إلى المؤسسة .

تشغل المؤسسات مكانة مميزة في المجتمع و نظرا للتغيرات التي تشهدها المؤسسات في مختلف المجالات يتوجب فهم طبيعتها ومفهومها وخصائصها بالإضافة إلى أهم عناصرها وأهميتها في المجتمع.

المطلب الأول : مفهوم المؤسسة .

في إطار منظور المؤسسة أنها إطار اجتماعي قدم الكتاب والباحثون تعاريف متباينة للمؤسسة وأكثر هذه التعاريف شمولية هو :

المؤسسة هي لفظ يطلق على كل نظام سياسي اجتماعي اقتصادي قائم في مكان ما بكل إيجابيات وسلبياته يدخل في نطاق المؤسسة نظام الدولة وأهل الحكم وطريقة الوصول إليه سواء كانت مشروعة أم غير مشروعة [1].

والمؤسسة نظام يتضمن أربعة أبعاد رئيسية :

المؤسسة كيان اجتماعي :أي ان هناك مجموعة أفراد يعملون ويتفاعلون بصورة شبه مستمرة ومنتظمة نوعا ما أي تربطهم علاقات تتصف بالاستمرارية .

[1] حسين محمود حريم ،تصميم المنظمة الهيكل التنظيمي وإجراءات العمل ،ب ط،،دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع ،عمان ،2000، ص ، ص 11 .

التنسيق الواعي : حيث ان هذا الكيان الاجتماعي يضم مجموعة أفراد لهم أدوار وتطلعات وتوقعات ورغبات متفاوتة لذا يستدعي الأمر التوفيق وتحقيق الانسجام والنسق بين هؤلاء الأفراد تجنبا لتبديد الجهود والموارد ولضمان إنجاز الأعمال الرتيبة .

وجود حدود شبه معروفة :تميز من ينتمي لهذا الكيان ومن لا ينتمي إليه علما بأن هذه الحدود شبه معروفة ويمكن ان تتغير من حين لآخر .

وأخيرا فإن أي مؤسسة تنشأ لتحقيق شيء ما وهو ما تسميه الأهداف التي يعجز الفرد عن تحقيقها مفردا وانه يمكن تحقيقها بكفاءة أكثر بواسطة الجهد الجماعي .[1]

المطلب الثاني : خصائص المؤسسة :

ويقصد بها إجراءات التأسيس التي يحددها القانون كما يقصد بها ان لا تكون أهداف المنظمة مخالفة للقوانين والأنظمة السارية ومبادئ الأخلاق العامة والعادات المتعارف عليها في المجتمع .

النظام الداخلي أو الدليل التنظيمي وهي الهوية التي تثبت شخصية المؤسسة وتميزها عن غيرها من المؤسسات في المجتمع كالاسم والعنوان والهدف والمؤسسين والعلاقات مع المؤسسات الأخرى كما يتضمن القواعد والتعليمات الواجب إتباعها من قبل العاملين فيها والنظام التأديبي.

[1]زهير بوجمعة شلابي ،الصراع التنظيمي وإدارة المنظمة ،ط1،دار اليازوري ،عمان الأردن ،2011،ص،ص،31 ،32 .

القيادة : سلطة رئاسية أو قيادة إدارية تقود المجتمع البشري في المؤسسة نحو تحقيق الهدف المنشود وتوجه وتشرف على سير العمل فيها .

التعاون : وهي مستمدة من شعار في الاتحاد قوة فهو وسيلة أساسية لأي تجمع بشري يميز المؤسسة الناجحة ويجنبها الفشل .

خدمة المجتمع :مسؤولية اجتماعية تتمثل في خدمة ومنفعة المجتمع لخدمة أعضاءها فقط والمؤسسة التي تأخذ في حسبانها هذا الاعتبار لاشك ان المجتمع سينفر منها وتفسر التأييد ويكون مصيرها الاضمحلال .

الشكل العام : ويسمى الهيكل التنظيمي الذي تحدد فيه المستويات التنظيمية وتسلسل الرئاسة والإشراف من القمة إلى القاعدة وشبكات الاتصال تتناسب فيها الأوامر والمعلومات.

وكلما توفرت خصائص المؤسسة هذه يجعل لديها القدرة على أداء مهامها بنجاح وتحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية وتتحدد الخصائص العامة لأي مؤسسة .

ضرورة وجود البنية أو الهيكلية وجود شبكة اتصال توافرها على نظام تفاعل (تأثر وتأثير)

وجود نظام اتخاذ القرارات .[1]

[1] http://mawdoo3.coom. Consulte. 2019/6/15 /23/16

ضرورة توفر أدوات للتنفيذ الفعلي للقرارات ديناميكية على مستوى البعد النفسي لا عضاء المنظمة (اتجاهات قيم دوافع)[1]

المطلب الثالث :عناصر المؤسسة

تعتبر المؤسسة مجموعة من العناصر المستقلة يبتدعها الإنسان بالتعاون مع الأفراد الآخرين في المجتمع ترتبط بمجموعة من العناصر أهمها:

الأفراد: حيث يعد العنصر البشري أهم العناصر الأربعة مجتمعة فتحقيق الأهداف يمر عبر الاتصال بين الأفراد وعلى الرغم من التطورات التكنولوجية التي شهدتها المؤسسة لم تتمكن أي مؤسسة لحد الآن من تجاوز دور الفرد ذلك ان إلغاء دور الفرد ذلك يعني إلغاء احتمالات وإمكانيات تطور المؤسسة كما يعني تسييرها بشكل إلى.

الأفكار :ذلك ان كل مؤسسة أساس وجودها فكرة تم إنشاؤها بناء عليها ثم تتم صياغة هذه الأفكار في شكل مبادئ وتشريعات تنظم علاقات العمل .

الموارد المادية :بحيث تعتبر إحدى أهم ركائز أية مؤسسة حيث بواسطتها يتم التسيير والتجهيز والتمويل ولذلك لابد من إيجاد علاقات بينها لتعمل بشكل متجانس .

[1]زهير بوجمعة شلابي ،المرجع السابق، ،ص،ص،32،33

الأهداف: لكل مؤسسة هدف أو مجموعة أهداف تسعى للوصول إليها سواء قصيرة أو طويلة المدى إلا إذا فقدت المؤسسة مبرر وجودها.

ولتحقيق الأهداف السابقة ينبغي تحقيق الوظائف التالية : [1]

توجد هنالك وظائف تقوم بها المنظمة في حد ذاتها ووظائف تكاملية مع باقي منظمات المجتمع وتعدد هذه الوظائف وفق ما ترمي إليه من أهداف تسعى إلى تحقيقها

وظيفة الإنتاج :إذ تعتبر من الوظائف الأساسية للمؤسسة سواء تلك المؤسسات الخدمية أو السلعية فهي وظيفة تحتاج إلى المزيد مت الأفراد والمال والإنتاج في حد ذاته له وظائف إلى جانب تقديم السلع والخدمات إذ ان الإدارة تسعى إلى زيادة الإنتاج وتحسين نوعيته وتطوير طرق صنعه وتخفيض تكاليفه وتحديد مواصفاته وترتيب عمليات صنعه والرقابة عليه .

وظيفة التسويق :ويعني كونه القيام بأنشطة المشروع التي تحدد تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك النهائي أو إلى المشتري الصناعي إلا ان المفهوم الحديث للتسويق يتعدى ذلك حيث يأخذ مصلحة المجتمع في الاعتبار أي جانب مصلحة المستهلك النهائي إذ يفترض ان من أهداف المؤسسة إشباع حاجات المستهلك وتحقيق رفاهية المجتمع وتحسين جودة حياة .

[1] جمال العيفة ،مؤسسات الإعلام والاتصال ، الوظائف الهياكل الأدوار ،ب، ط ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر 2010،ص،ص،6 ،7

وظيفة الأفراد :وتعنى بدراسات السياسات المتعلقة باختيار وتعيين وتدريب العاملين والعمل على تنظيم القوى العاملة وزيادة ثقتها بعدالة الإدارة وتحقيق الاستفادة منها بأعلى كفاءة ممكنة ولوظيفة الأفراد مسؤوليات منها تهيئة القوى العاملة وتطويرها ومكافأتها وأخيرا صيانتها.[1]

الوظيفة المالية : هي وظيفة تدبير المال الذي سبق ان حددته الإدارة المالية والقيام بكافة النشاطات المالية المتنوعة كالتحاليل المالية وإعداد وتفسير التقارير المالية وإعداد الموازنات التقديرية والهدف من وراء ذلك تحقيق وتعظيم الأرباح وتوفير السيولة وتعظيم ثروة الملا .

المطلب الرابع : أهمية المؤسسات في العصر الحاضر

يطلق البعض في عصرنا الحاضر عصر المؤسسات لكونها تهيمن على مختلف مناحي حياة الإنسان وهي تعتبر ذات أهمية كبيرة يمكن اختصارها فيما يلي :

ان الخدمات الصحية والتعليمية والاجتماعية والثقافية والشبابية والرياضية والمسرحية والفنية التي يتمتع بها ويستفيد منها الأفراد مت خلال تقدم من خلال أو بواسطة المؤسسات المختلفة سواء كانت حكومية خاصة أو مشتركة وما يتناوله الإنسان من غذاء وما يرتديه من لباس والمأوى الذي يسكنه والتجهيزات والأدوات التي يستخدمها تصنعها وتنتجها المؤسسات

[1] عباس سمير ،الثقافة التنظيمية وعلاقتها باستراتيجيات التغير في الجامعة الجزائرية بين النظام القديم ونظام ،مذكرة لنيل شهادة علم النفس لاجتماعي للتنظيم والتسيير عنابة ،2007،ص43

المختلفة وما يستخدمه من وسال نقل واتصالات لا يحصل عليها الفرد إلا من خلال المؤسسات المختلفة وهكذا تتغلغل المؤسسات في شتى مناحي حياة الفرد والمجتمع وما كان الإنسان لينعم بوسائل الرفاه ومقومات الحياة الحديثة العصرية بدون المؤسسات التي تحظى بأهمية بالغة على المستوى الفردي والمجتمعي والدولي :

على المستوى الفردي :إشباع الحاجة إلى إثبات الثبات الذات عند صاحب المؤسسة ومساعدته للوصول إلى غايته في الحياة العملية .

الحصول على دخل ثابت مما يساعد على شعور الأسرة بالأمان .

مساعدة الأفراد على الإبداع والابتكار وعلى الوصول إلى الحرية المالية .[1]

[1] المرجع نفسه ، ص،44

على مستوى المجتمع : تغطية احتياجات السوق المحلي وذلك مت خلال عملها في عدة مجالات مثل قطاع الخدمات والسلع .

مساهمتها في بناء كوادر من العمال المهرة .

مساهمتها في تقليل مشكلة البطالة في المجتمع .

عملها على تحقيق التوازن الإقليمي على المستوى الدولي مساهمتها بشكل كبير في رفع مستويات الاقتصاد الوطني .

رفع نسبة الصادرات والواردات في الدولة لعب المؤسسات دورا مهما في التنمية الصناعية والتكنولوجية للدولة[1].

المبحث الثاني: ماهية الثقافة التنظيمية

يعتبر مصطلح الثقافة التنظيمية مصطلح حديث النشأة والاستخدام نسبيا وهذا يرجع الى التأخر في الاهتمام بثقافة الأفراد الذين يعملون في مؤسسة معينة ، وسعيا لإزاحة الغموض عن هذا المصطلح سنستعرض مفهوم الثقافة التنظيمية وخصائصها وعناصرها ومظاهرها ومصادرها بالإضافة إلى أهميتها.

[1]https://mawdoo3.com.consulte.2019/15/23 :19

المطلب الأول: مفهوم الثقافة التنظيمية

تعد الثقافة التنظيمية عنصرا أساسيا في المنظمات المعاصرة يفرض على القادة ومديريها ان يفهموا بعادها وعناصرها الفرعية لكونها الوسط البيئي الذي تعيش فيه المنظمات وقد وردت العديد من التعريفات حول هذا المفهوم من أبرزها :

يعرفwheelen الثقافة التنظيمية بأنها عبارة عن مجموعة من الاعتقادات والتوقعات والقيم التي يشترك فيها أعضاء المنظمة .

ويعرفهاshermebor بأنها نظام من القيم و المعتقدات يشترك فيها العاملون في المنظمة بحيث ينمو هذا النظام بالمنظمة الواحدة.

كما يعرفهاkossen بأنها مجموعة القيم التي يجلبها أعضاء المنظمة (رؤساء ومرؤوسين من البيئة الخارجية إلى البيئة الداخلية لتلك المنظمة.[1]

ويعرفها شاين بأنها نمط من الافتراضات الأساسية المشتركة تعلمته مجموعة أثناء حلها لمشاكلها الخاصة بتأقلم خارجي وتكامل داخلي ونجح إلى حد كاف لأن يجعله صالحا لأن يجدر تعليمه لأعضاء جدد على انه طريقة صحيحة للفهم والإدراك والتفكير والشعور فيما يتعلق بتلك المشكلات.[2]

[1] محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع،2002، عمان،ص311

[2]شاين االدجار،الثقافة التنظيمية والقيادة ب ط، ب د ن، ب ت، ب ب ،نسخة الكترونية .

خصائص الثقافة التنظيمية:

تتفاوت السمات الثقافية للتنظيمات فهناك خصائص لها علاقة بالثقافة التنظيمية كمفهوم وهي كونها:

نظام مركب: حيث تتكون من عناصر تتفاعل فيما بينها و تشمل الجانب المعنوي نسق متكامل من القيم والأخلاقيات والمعتقدات والأفكار وجانب سلوكي العادات والتقاليد والممارسات العملية والمراسيم بالإضافة إلى جانب مادي تشمل المباني والأدوات والمعدات.

نظام متكامل:فهي تتجه باستمرار إلى خلق الانسجام بين عناصرها المختلفة ومن ثم فأي تغيير يطرأ على احد الجوانب نمط الحياة لا يلبث أن ينعكس أثره على باقي مكونات النمط الثقافي

نظام تراكمي:(مستمر ومتصل) حيث يعمل كل جيل على تسليمه لأجيال اللاحقة ويتم تعليمها وتوريثها عبر الأجيال عن طريق التعلم والمحاكاة وتتزايد الثقافة من خلال ما تضيفه الأجيال إلى مكوناتها من عناصر وخصائص وطرق انتظام وتفاعل في هذي الأخيرة .[1]

[1]المرجع نفسه ، ص ،49 .

نظام مكتسب متغير ومتطور: فاستمراريتها لا تعني تناقلها كما هي عليه ولا تنتقل بطريقة غريزية بل إنها في تغير مستمر حيث تدخل عليها ملامح جديدة وتفقد ملامح قديمة لها خاصية التكيف: تتصف الثقافة التنظيمية بالمرونة والقدرة على التكيف استجابة لمطالب الإنسان وحاجاته ولكي تكون ملائمة للبيئة الجغرافية .[1]

درجة المبادرة الفردية :وما يتمتع به العاملون من مسؤولية ذاتية عن العمل وحرية التصرف.

درجة قبول المخاطرة :تشجيع الموظفين على أن يكونوا مبدعين ولديهم روح المبادرة.

المطلب الثاني: عناصر الثقافة التنظيمية

ان لقيم و الاتجاهات و الافتراضات و المعايير السائدة بالمؤسسة لها تأثير كبير على كفاءة وفعالية المؤسسة إذ أن زيادة الفعالية او تناقصها هي دالة على القيم والمعتقدات التي يعتنقها أعضاء المؤسسة و بالتالي يمكن توضيح عناصر الثقافة التنظيمية في ما يلي :

القيم التنظيمية : هي عبارة عن اتفاقات مشتركة بين أعضاء التنظيم الاجتماعي الواحد حول ما هو مرغوب أو غير مرغوب جيد أو غير جيد مهم أو غير مهم إما القيم التنظيمية فهي تمثل القيم في مكان أو بيئة العمل حيث تعمل هذه القيم على توجيه سلوك العاملين و

[1] كمال بوالشرش ، الثقافة التنظيمية والأداء في العلوم السلوكية والإدارية ،ط1 ، دار الأيام للنشر والتوزيع 2014،عمان الأردن،ص ، ص، 49 ،50 .

الاهتمام بإدارة الوقت و الأداء و احترام الأخرين ثم إن القيم التنظيمية تمثل التفاهم المشترك في بيئة العمل على سلوكيات و توجهات معينة و متعارف عليها

المعتقدات التنظيمية :هي عبارة عن أفكار مشتركة حول طبيعة العمل و الحياة الاجتماعية في بيئة العمل و كيفية انجاز العمل و المهام التنظيمية و من هذه المعتقدات أهمية المشاركة في صنع القرار و المساهمة في العمل الجماعي و أثر ذلك في تحقيق الأهداف التنظيمية.[1]

الأعراف التنظيمية :هي النماذج العامة للسلوك التي يجب إتباعها بواسطة الأعضاء في المنظمة[2] باعتبارها معايير مفيدة وهي ماتم التعارف عليه داخل المنظمة دون الحاجة لكتابة تلك الأعراف التي تسود و يلتزم الجميع بها وان لم تكن مكتوبه فالجميع يرى انها واجبة التنفيذ و الالتزام بها و ذالك بغض النظر إن كانت تلك الأعراف ذات فائدة أو لا فائدة منها مثل عدم توظيف اثنان من نفس العائلة في مكان عمل واحد أو عدم السماح لمن يشغل منصب حساس في الحكومة بالزواج من جنسية أجنبية .

التوقعات التنظيمية:هي مجموعة التوقعات التي يحددها أو يتوقعها الفرد أو المنظمة كل منهما من الأخر خلال فترة عمل الفرد في المنظمة مثال ذالك توقعات الرؤساء من

[1] إيهاب فاروق مصباح العاجز،دور الثقافة التنظيمية في تفعيل تطبيق الإدارة الإلكترونية ،رسالة ماجيستير في إدارة الأعمال الجامعة الإسلامية غزة ،2011ص ،ص16،17

[2] جمال الدين المرسي ،الثقافة التنظيمية و التغيير .ب ط،الدار الجامعية الإسكندرية ،بدون سنة نشر ،ص14

المرؤوسين و المرؤوسين من الرؤساء و الزملاء من الزملاء الآخرين و المتمثلة بالتقدير و الاحترام المتبادل وتوفير بيئة تنظيمية و مناخ تنظيمي يساعد و يدعم احتياجات العامل النفسية و الإقتصادية، وهي التوقعات التي يتوقعها الفرد من المنظمة أو بالعكس ما تتوقعه المنظمة من الأفراد العاملين بها خلال فترة عمل الفرد بالمنظمة فالكل يسعى لهدف ما فالفرد قد يكون توقعه إن تقوم المنظمة بتبني إبداعاته أو بإعطاء وضع اجتماعي معينا و قد يكون هدفه تحقيق مستوى من الرفاهية لأولاده و بالمقابل تتوقع المنظمة منه أن يعطي أفضل ما لديه و أن يطيع اللوائح و القوانين المتبعة في المنظمة.[1]

المطلب الثالث: مظاهر الثقافة التنظيمية

تعد الثقافة التنظيمية مفتاح نجاح المنظمات حيث أنها تعتبر محددا لهوية المنظمة وبقائها وتماسكها بمظاهرها المختلفة والمتمثلة في :

- فلسفة العمل
- سيادة روح الفريق
- سيادة روح المودة والنظام
- الشعور بالانتماء والتفاني في العمل
- الشعور بالمساواة بين العاملين

[1] إيهاب فاروق مصباح العاجز ،المرجع السابق ، ص18.

- القدرة على التكيف .
- مرونة الإدارة .
- الاعتقاد بحتمية التغيير.
- الاعتقاد بأهمية الصراعات وتقبل الاختلافات في وجهات النظر.
- الاتصالات المفتوحة و الإعلام الداخلي الفعال.
- القدرة على الابتكار.
- مدى تشجيع التفكير الإبداعي .
- حرية التعبير واحترام الرأي الأخر .[1]
- الاستعداد لتحمل المخاطرة .
- الاعتقاد بأن الابتكار أساس نجاح المؤسس.

و هناك العديد من المصادر التي تستقي المنظمة ثقافتها منها وتؤسسها بحث تنصهر مكونة ثقافة خاصة بالمنظمة وهي :

- **العادات والتقاليد والأعراف:** وهي تمثل قيم المجتمع الذي يعيش فيه الفرد وهي تعد أهم مصادر الثقافة التنظيمية حيث تصبغ الموظف في المنظمة سواء كان مديراومشرفا أو موظفا

[1] جمال الدين المرسي ،المرجع السابق ،ص18

كما أنها تؤثر في شخصية الفرد وتحدد نمطه السلوكي وفق هذه التقاليد وحسب المواقع الجغرافية والبيئة التي يعيش فيها الفرد وتتواجد فيها المنظمة .

- **الطقوس ولاحتفالات والمناسبات** : هي احتفالات متكررة تتم بطريقة نمطية معيارية وتعزز بصورة دائمة القيم والمعايير الرئيسية مثل استراحة يومية لتناول القهوة أو الشاي مثل الاجتماع السنوي للمساهمين والتي تمثل فرصة لتقوية الروابط بين العاملين وتتمثل أيضا في الاحتفال بالعيد في بعض الأجهزة والمؤسسات بعد عودة الموظفين إلى العمل والتقائهم ببعض في بداية العام الدراسي آو نهايته واستقبال مدير جديد أو توديع موظف انتقل إلى مكان عمل جديد آو حيل إلى التقاعد.[1]

القصص والأساطير :هي روايات لأحداث الماضي يعرفها جيدا العاملون وتذكرهم بالقيم الثقافية للمنظمة وهي مزيج من الحقائق والخيال وهذه القصص تدور غالبا حول المؤسسين الأوائل لهذه المنظمة كما أنها توفر معلومات حول الأحداث التي مرت بها المنظمة بما يساعد الموظفين على فهم الحاضر.[2]

والتمسك بالثقافة والمحافظة عليها إما الخرافة أو الأسطورة فهي قصة من نوع معين تعطي تفسيرا خياليا ولكن مقبولا لحدث أو شيء معين يبدو محيرا أوغامضا.

[1] رولا محمود حجازي ، أنماط الثقافة التنظيمية السائدة في الجامعات الفلسطينية ،بمحافظات غزة وعلاقتها بإدارة المعرفة، رسالة ماجيستير، كلية التربية ،قسم اصول التربية ادارة تربوية من الجامعات الإسلامية ،غزة،ص،ص،15،14

[2] نفس المكان.

المجاز والنكت والألعاب: ويجري استخدامها كأساليب رمزية للتعبير عن المحبة والألفة وتخفيف الصراعات بين العاملين وتنقية القلوب من المشاحنات أو سوء الظن وعدم الثقة وتعد بمثابة وسائل إنسانية في الحفلات والاجتماعات لإزاحة بعض العوائق في عملية الاتصال بين الأعضاء في المنظمة وتساعد على الإبداع والابتكار كما تستخدم الألعاب لتوثيق الصداقة والثقة بين العاملين في مختلف المستويات الإدارية بمنظمات العمل.

الرموز واللغة:هي عبارة عن أشياء أفعال أحداث أو علاقة تخدم كوسيلة لنقل المعاني ترتبط بمعنى معين لدى الناس مثل شعار المؤسسة أو عملها أو اسمها التجاري والمصافحة بالأيدي وغيرها تحمل معاني معينة ترتبط بقيم المنظمة ومعاييرها .

البيئة المادية: وتشير إلى الأشياء التي تحيط بالناس ماديا وتقدم لهم مثيرات حسية فورية أثناء القيام بأنشطة ثقافية تعبيرية وتتضمن كيفية تصميم المباني والمكاتب ونوع الأثاث وموقع الفرد وكذالك توزيع البريد على العاملين والمكالمات الهاتفية والساعات المعلقة على الجدران. [1]

المطلب الرابع :أهمية واثر الثقافة التنظيمية على مكونات المنظمة

إن الحديث عن أهميتها هو عن ما يمكن إن تقوم به داخل المنظمة وبالنسبة للمنظمات الأخرى :

[1] نفس المكان.

- أنها تعطي أفراد المنظمة هوية تنظيمية حيث أن مشاركة العاملين بنفس المعايير والقيم والمدركات يمنحهم الشعور بالتوحد مما يساعد على تطوير الإحساس بغرض مشترك .

- تسهل الالتزام الجماعي حيث إن الشعور بالهدف المشترك يشجع الالتزام القوى من جانب من يقبلون هذه الثقافة .

- تعزز استقرار النظام حيث تشجع على التنسيق والتعاون الدائمين بين أعضاء المنظمة وذلك من خلال تشجيع الشعور بالهوية المشتركة والالتزام .

- تشكل السلوك من خلال مساعدة الأفراد على فهم ما يدور حولهم فثقافة المنظمة توفر مصدر للمعاني المشتركة التي تفسر لماذا تحدث الأشياء على نحو ما .

وبتحقق الوظائف السابقة تعمل الثقافة التنظيمية بمثابة الاسمنت الذي يربط أفراد المنظمة بعضهم ببعض ويساعد على تعزيز السلوك المنسق الثابت في العمل[1]

المبحث الثالث :استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة وعلاقته بالثقافة التنظيمية .

التكنولوجيا في أشكالها هي مطلب أساسي من مطالب العصر وأصبح التقدم التكنولوجي يدخل في كل المجالات وأصبح لتكنولوجيا الاتصال دور كبير في صياغة

[1] عباس سمير ،الثقافة التنظيمية وعلاقتها باستراتيجيات ،التغيير في الجامعة الجزائرية بين النظام القديم ونظام LMD،رسالة ماجيستير في علم النفس الاجتماعي للتنظيم والتسيير ،2007،جامعة باجي مختار عنابة ،ص ،ص89،91

الحاضر وتشكيل المستقبل في شتى المجالات والقطاعات وخاصة في المؤسسات التي أصبحت تستعمل هذه التكنولوجيا كأداة لبلوغ أهدافها وتعدت ذلك إلى اعتمادها في عملية التسيير والإدارة وأصبحت مكسب تسعى من خلاله إلى نشر ثقافتها التنظيمية وهذا ماسنتطرق إليه وهو استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة وعلاقته بالثقافة التنظيمية و الجانب الحادي لتكنولوجيا وخصائصها أنواع شبكات الاتصال.

المطلب الأول :الجانب المادي لتكنولوجيا الاتصال:

بعد التكنولوجيا الاتصال العصبي الحيوي لنشاط المؤسسة من خلال ما تقدمه من دعم يساعد الجميع في الوصول إلى تحقيق أهدافهم وهي تتكون من عده مكونات أساسية.

الأجهزة والمعدات الحاسوب وملحقاته[1]

يلعب الحاسوب دورا مهما في تصميم وبناء نظم المعلومات الحديثة فهو يحقق نظام معلومات مزايا السرعة والدقة والثقة والصلاحية ويترتب عليها جميعا من الكفاءة العالية في الأداء وهو جهاز اله تتكون من عدد من الوحدات المستقلة يطلق عليها المكونات الصلبة الذي يقوم كل منها بمهمة مختلفة والجزء الآخر يطلق عليه المكونات اللينة .

يمتلك الحاسوب ذاكره قويه يستطيع إن يخزن البيانات و المعلومات في الذاكرة الرئيسية والثانوية واسترجاعها في وقت يقاس بأجزاء من الثانية معالجه الحاسوب للبيانات بسرعة

[1] حسن عماد مكاوي تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط2،الدار المصرية اللبنانية القاهرة ، 1997، ص ص 59،60

هائلة و تحليل البيانات باستخدام نماذج التحديد الإحصائيات البسيطة والمعقدة و نماذج التنبؤ و تمثيل المعلومات و تقديمها في إشكال متنوعة مثل الجداول او الرسوم البيانية إجراء العمليات الحسابية والمنطقية و بدون أخطاء في حاله تغذيته بالمعلومات الصحيحة الاتصال من خلال وسائل الاتصال المتاحة وذلك من موقع لآخر أو من عمليه لأخرى إجراء عمليات تصنيف وفرز البيانات وذلك بتجميع عناصر البيانات المتشابهة في مجموعات وترتيبها ترتيبا منطقيا مثل الترتيب الأبجدي أو التصاعدي والتنازلي.[1]

2- البرمجيات:

ويمكننا أن نعرف البرمجيات بأنها مجموعه منفصلة من التعليمات والأوامر المعدة من قبل الإنسان الذي يطلق عليه اسم المبرمج والبرمجيات هي التي توضع المكونات المادية للحاسوب للعمل بطريقه معينه بغرض الحصول على نتائج معينه كما انها تعتبر سلسله من الإعانات على شكل خطوات واضحة بين كيفيه معالجه البيانات المختلفة مثل حل المسالة العلمية أو احتساب عمليات التي تسجل في الدفاتر المحاسبية أو تحليل الإحصائيات وتوزيعها حسب أصنافها المحددة.[2]

[1] عامر ابراهيم قندلجلي ،مرجع نفسه ص 237

[2] فيصل علوان الطائي وآخرون اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في الثقافة التنظيمية ،دراسة استطلاعية في شركات اتصالات المتنقلة في العراق،لاسيا سيل وزين العراق في محافظة كربلاء ، 237

4-برمجيات النظام:

هي مجموعة من البرمجيات مسئولة عن التعامل مع مكونات الحاسوب الآلي وهي بذلك بمثابة الوسيط بين المستخدم الإنسان وبين مكونات الجهاز وبعض هذه البرنامج والبرمجيات توجد داخل الحاسوب وبعضها يخزن على الأقراص الممغنطة و يجب شرائها بشكل مفصل وهي تتحكم وتشرف وتدعم معدات الحاسوب والحزمة التطبيقية و لا يمكن لأي جهاز حاسوب أن يعمل إلا عند توفرها كما يقوم به داره المصادر والمهام الإدارية الذاكر الرئيسية وحدات الإدخال والإخراج وإدارة وحدات المعالجة وإدارة وحدات التخزين الثانوي و يقوم بإدارة النظام بأكمله وإعادة العمليات الغير مسموح بها[1] .

وإدارة الملفات وتنظيمها في مجلدات وفهارس ونسخها ونقلها والمحافظة على سرعة النظام و منع الوصول غير المخول للبيانات وبرمجيات الجهاز البرمجيات التطبيقية وهي عبارة عن البرامج التي يعدها المصممون للتطوع الحاسوب من اجل تنفيذ وظائف مفيدة في مجالات مختلفة مثل برامج جداول البيانات اكسل و برامج معالجة النصوص الوورد برامج العروض التقديمية الباوربوينت وبرمجياته تعدد الوسائط

3- قواعد البيانات

تشكل قواعد البيانات جزء من برامج تطبيقات الحاسوب ونقلها وان عملية تصميم قواعد البيانات واستخدامها يعتبر أساس من خدمة المتكاملة للمعلومات وهي مجموعة من البيانات

[1] اثير محمد ابو زنيد المرجع السابق ص 15

والمعلومات المتسلسلة والمترابطة و المخزنة في أجهزة خزن البيانات اذا لك تعد قاعدة البيانات المخزنة لسجلات المؤسسة والمنظمة ومعايير الوقت لمختلف العمليات المنظمات وهناك العديد من الخصائص التي تتميز بها قواعد البيانات من هذه الخصائص ما يأتي:

قواعد البيانات تعمل على تبادل البيانات وتخزينها ومعالجه الإجراءات من لدن عدة مستخدمين.

تقوم بإعطاء عدة مشاهدات للبيانات حسب طلب كل مستخدم العمل على الفصل بين البيانات والبرامج وهذا ما يسمى باستقلاليه البيانات والبرامج خلال توحيد تطبيق المقاييس والمعايير للمنظمة.

المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا الاتصال :

لكل شيء خاصية وسمة تميزه عن غيره من الأشياء و بها يعرف دون غيره وهكذا وبالنسبة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وما أتحفتنا به من خدمات جليلة لها أيضا خصائص وسمات تعرف بها وابرز هذه الخصائص :[1]

[1] عبد الباسط محمد عبد الوهاب، الحطامي ،تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها ،ط1،الافاق المشرقة ناشرون ،الامارات العربية المتحدة الشارقة ،2011،ص،ص،193.

- **التفاعلية:** سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد ان يأخذ فيها موقع الشخص ويقوم بأفعال الاتصالية فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر ومثال على ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص المتلفزة فقد أورد الباحثون في هذا الموضوع بعض الوسائل التي يوجد فيها تفاعل بين المستخدم والمرسل وذلك مثل التلفون والتلفزيون التفاعلي والمؤتمرات عن بعد والكمبيوتر الشخصي الذي يستخدم في الاتصال وكذلك البريد الالكتروني والفيديوتكست وغير ذلك من الوسائل الإعلامية التي يستخدمها الجمهور في تبادل المعلومات مع المرسل.[1]

- **اللاتزامنية** :وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين إن يستخدموا النظام في الوقت نفسه فمثلا في نظم البريد الالكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد المستقبل للرسالة.

- **قابلية التحرك أو الحركية** : فهناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الإفادة منها في الاتصال من أي مكان في أثناء حركته مثل التليفون النقال تلفون السيارة أو الطائرة

[1] المرجع نفسه ،،ص،194.

التلفون المدمج في ساعة اليد وهناك آلة لتصوير المستندات وزنها عدة أوقيات وجهاز فيديو يوضع في الجيب وجهاز فاكسميل يوضع في السيارة وحايب النقال مزود بطابعة.[1]

- **قابلية التحويل** : وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى أخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس
- **قابلية التوصيل** : وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنويعة كبرى من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع .
- **الشيوع والانتشار** : ويعني به الانتشار المنهجي لنظام الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع لا يكون حكرا على الأثرياء لتلك النظم الجديدة لكي تشمل القادرين على استخدامها وغير القادرين فقد انقضى عصر الانعزال ومن لم يتقن فنون العصر الجديد سيحكم على نفسه بالانقراض بالمعنى التاريخي للكلمة .
- **الكونية:** البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومة إن تتبع المسارات المعقدة كتعقد المسالك التي يتدفق عليها راس المال الكترونيا عبر الحدود الدولية ذهبا وإياباومن أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في جزء من الثانية.

[1] المرجع نفسه ،ص 196

المطلب الثالث: أنواع شبكات الاتصال بالمؤسسة

توجد ثلاث شبكات رئيسية مستخدمة في المؤسسات وقد تتواجد كلها أو بعضها حسب إمكانات كل مؤسسة وهذه الشبكات هي الانترنيت ،الانترانت ،الإكسترانت :

1.**شبكة الانترنت** :هي جزء من ثورة الاتصالات ويعرف البعض الانترنت بشبكة الشبكات في حين يعرفها البعض الأخر بأنها شبكة طرق المواصلات السريعة كما تعرف بأنها عبارة عن مئات الملايين من الحاسبات الآلية حول العالم مرتبطة ببعضها البعض ومع ترابط هذا العدد الهائل من الحاسبات يمكن إرسال الرسائل الالكترونية بينها بلمح البصر بالإضافة إلى تبادل الملفات والصور الثابتة أو المتحركة أو الأصوات وقد تم الاتفاق على نظام موحد تتبادل جميع هذه الأنماط من المعلومات وتم تسميته النسيج العالمي .[1]

[1] حورية بلعويدات،استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، رسالة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، قسنطينة، 2008،ص،ص ،92 .

2 شبكة الانترانت :لقد أدى ربط أجهزة الكمبيوتر المتواجدة في أقسام المؤسسة بكوابل إلى تكوين شبكة معلوماتية تسمح بتنظيم العمل بشكل متناسق تسمى هذه الشبكة بالانترانت، وهي شبكة داخلية تقوم المؤسسات بإنتاجها على اختلاف أحجامها هذه الشبكة تستعمل بروتوكولات انترنيت مثل HTTP و FTP وتستخدم خدمات الأنترنيت مثل البريد الإلكتروني ولا يستطيع شخص من خارج المؤسسة أن يدخل لها و محتوياتها تحددها المؤسسة وعادة تحتوي خدمات البريد الإلكتروني وتنظيم مساحات النقاش قاعدة بيانات للمعلومات والخبرات وهي باختصار وسيلة اتصال بين موظفي وأقسام المؤسسة ووسيلة لإنجاز الأعمال وبالتالي يمكن القول ان شبكة الانترانت هي شبكة انترنت مصغرة ومقتصرة على مؤسسة معينة وفروعها .

- الخدمات التي تؤديها في المؤسسة : توفر شبكة الانترنيت للمؤسسات العديد من الخدمات تتلخص في:

- المشاركة في الملفات :حيث يستطيع العاملون بالمؤسسة الحصول على جميع المعلومات المراد الحصول عليها أي لحظة ومتابعة المتغيرات التي تطرأ عليها أولا بأول. [1]

- نقل وتحويل الملفات :من خلال هذه العملية يستطيع المسئولون نقل الملفات من قسم إلى آخر ومن فرع إلى آخر وتحويل المعلومات الجديدة إلى جميع الأقسام على حد سواء .

[1] المرجع نفسه،ص 94

المشاركة في التطبيقات :قد يكون هناك برامج على تكلفتها عالية الثمن فمن الممكن أن تقوم المؤسسة بوضع تلك البرامج على أحد الأجهزة ويقوم العاملون بالمؤسسة بمشاركة زملائهم في هذه البرامج دون زيادة نسخ إضافية من هذه البرامج وذلك للحد من التكلفة .

- البريد الالكتروني : البريد الالكتروني عملي ومفيد في المؤسسات التي تتطلب أعمالها اتصالات مستمرة وسريعة بين الأفراد الذين لا يستطيعون الالتقاء بعضهم البعض حيث يتم الاتصال عبر الشبكات وأجهزة حواسيب من مناطق متعددة .

- المشاركة على خط واحد : تتيح شبكة الإنترنيت دخول المستخدمين من جهاز كمبيوتر على خط واحد من خطوط الانترنيت وتوفير تكلفة الشراء

اعتماد أفضل على النظام ففي حالة حدوث عطل في الجهاز فإن باقي الأجهزة تقوم بالعمل والتغطية .

- المشاركة في الموارد : حيث توفر الشبكة مشاركة أكبر في الموارد وذلك من خلال أنها تؤدي إلى تحسين قدرات المهام المنجزة للمؤسسات المشتركة في الانترنيت وتوحيد العلاقات العضوية بين المهام في مؤسسة وأقسامها وكذا الأساليب والأدوات .[1]

- التحصيل المشترك : حيث يؤدي ذلك إلى توفير قدرات تكنولوجية متقدمة تخدم احتياجات المستخدمين وتعمل على توازن الأخطاء الذاتية بين مختلف المحاور المشتركة في

[1] مرجع نفسه ،ص94.

الشبكة مما يؤدي إلى التكامل في البيانات والبرامج وبذلك يصبح في إمكان أي فرد الاتصال عن بعد مع بأجهزة الكمبيوتر في الشبكة الاستفسار عن المعلومة .[1]

إمكانية الاتصال عن بعد :أصبح في إمكان الموظفين الاتصال عن بعد من خلال الاتصال على الخط المباشر المشاركة في الوقت والبريد الالكتروني.

الوصول المباشر :أي أن شبكة المعلومات الداخلية تهدف لتحقيق المزايا الآتية:

- توفير معلومات اكبر مما هو متاح .
- تقديم معلومات على الخط المباشر إمداد الفرد أو المؤسسة بالمعلومات أينما تواجد.
- زيادة اعتمادية الوصول إلى الاتصالات عن بعد.
- تقليل التكلفة والتدعيم المركزي المشترك.

3. **شبكة الإكسترانت** :ظهرت شبكة الاكسترانت نتيجة الانتقادات التي وجهت الي نظام الانترانت وفي مقدمتها الاستقلالية والبعد عن الأطراف الخارجية حيث يرى البعض إن نجاح أي مشروع لن يأتي إلا بعلاقة متواصلة واتصال دائم مع موزعيه وعملائه .

والاكسترانت هي :عبارة عن مجموعة شبكات انترانيت ترتبط ببعضها عن طريق الانترنت وتحافظ على خصوصية كل شبكة انترانت مع منح أحقية الشراكة على بعض الخدمات والملفات فيما بينها أي إن شبكة الاكسترانت هي الشبكة التي تربط شبكات الانترانت

[1] المرجع، نفسه ،ص،97

الخاصة بالمتعاملين والشركاء والمزودين ومراكز الأبحاث الذين تجمعهم شراكة العمل في مشروع واحد أو تجمعهم مركزية التخطيط والشراكة وتؤمن لهم تبادل المعلومات والتشارك فيها دون المساس بخصوصية الانترانت المحلية لكل شركة .[1]

خدمات الاكسترانت في المؤسسات :

- تسهيل عمليات تبادل المعلومات واقتناء ما يحتاجه المستفيدون لدى المؤسسات والشركات المعنية بالاكسترانت حيث يمكن للمؤسسات والشركات تبادل المعلومات أو البيع أو الشراء عبر الاكسترانت في أي نقطة في العالم دون تدخل خارجي يكشف حجم الصفات وكنيتها .
- متابعة قوائم الشراء وأحجام المواد والمعلومات المتبادلة حيث تسهل هذه الخدمة عملية التوقيع على الوثائق من مديري فروع المؤسسة الوحدة المنتشرين في مناطق جغرافية مختلفة وخاصة في حال الحاجة للتوقيع الجماعي على وثائق ومحاضر اجتماعات حقيقية أو افتراضية كما تسمح لهم بإجراء الصرف والقبض ووضع العلاقات التي تشير إلى كل عملية تجري على القوائم والوثائق أثناء تنقلها بين الفروع والأقسام

[1] عامر إبراهيم قنديلجي وآخرون ،شبكات المعلومات والاتصالات ،ط1،دار المسيرة للنشر والتوزيع ،عمان ،2009، ص ص،65 ،66

- خدمات التوظيف حيث تستخدم الإكسترانت لربط مصادر المواد البشرية المؤهلة كالجامعات ومعاهد ومراكز التدريب وما شابهها مع سوق العمل المتخصصة بغرض تقديم خدمة متعددة المنافع لكل من الطرفين .

هناك تطبيقات عملية متعددة تتولاها شبكات الاكسترانت الخارجية والتي يمكن إن يتم استثمارها وتسخيرها في الواقع العملي للمؤسسات مثل :

- الوصول والتعامل عن بعد.
- الربط بين المركز والفروع.
- الوصول إلى الأجهزة والحواسيب الخادمة كبيرة الحجم.
- استعراض واستخدام واجهة الشبكة العنكبوتية العالمية الويب في مختلف أنواع وتطبيقات الأعمال .
- تبادل المعلومات الكترونيا.[1]

المطلب الرابع :تكنولوجيا المعلومات والثقافة التنظيمية

في محيط اجتماعي واقتصادي يعرف تحولات عميقة وجدت نفسها تواجه تحديات كبرى وطرق المختلفة في التسيير تستدعي منها إيجاده بين جديدة تمكنها من استيعاب هذه المستجدات رفع التحديات خاصة مع انتشار ما يسمى بالعولمة التي جعلتها مطالبه بتقديم

[1] عامر إبراهيم قنديلجي ،مرجع نفسه ،ص،67.

الجديدة و الأفضل عن طريق الخبرة والإبداع والابتكار لتحقيق الجودة والنوعية فبالتالي أصبح استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عالم الأعمال من الضرورات الملحة في العصر الحديث، إن الاعتماد المتزايد على تكنولوجيا الاتصال كان له الأثر البالغ في المنظمة ،حيث إن تطبيق تكنولوجيا المعلومات يحسنوا يحسن من قدره المشاريع على الابتكار حتى تستطيع المنظمات البقاء والاستمرار، فبالتالي تبع ذلك تغيير ثقافة الأفراد من خلال التغيير طرق أساليب العمل في استخدام التكنولوجيا الحديثة استخدام التكنولوجيا الحديثة سماحه بإدخال فكره العمل عن بعد وكذلك إعطاء التوجيه عن بعد مما ينعكس على كل من عنصرين الزمن والكلفة كما وكان نتيجة التطور السريع عن المنظمات ،أصبحت في حاجه ماسة إلى المعلومات سواء من حيث الكم أو وكيف أصبحت في حاجة ماسة إلى المعلومات ،وان من حيث الكم أو الكاف أو السرعة في الحصول على المعلومة ،[1]بهدف اتخاذ أفضل القرارات أو توثيق علاقته هذه المنظمات بالبيئة المحيطة بها الأمر الذي برز من خلاله أيضا الأهمية المتزايدة لتكنولوجيا المعلومات وقدرتها على إشباع حاجه المنظمات من المعلومات ،الأمر الذي جعل تطوير هذه التكنولوجيا و زيادة فعاليتها وكفاءتها أحكام روايات العصر إحدى ضرورات العصر ويتطلب استخدام تكنولوجيا الاتصال تغيير في مهارات العاملين فوجود كم هائل من المعلومات التي يصعب التعامل معها بسهولة يتطلب

[1] اثير محمد أبو زنيد اثر تكنولوجيا المعلومات على الثقافة التنظيمية /دراسة تطبيقية على المنظمات غير الحكومية في قطاع غزة ، قدمت هذه الدراسة استكمالا لدرجة الماجستير في إدارة الأعمال كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، غزة 2017 ص41

مهارات خاصة في انتقاء العاملين في المؤسسات ،و هذا الداء إلى تحرير العنصر البشري من قيود الأعمال الروتينية ومنه إلى الأعمال الإبداعية والفكرية .[1]

[1] المرجع نفسه /ص 42

خلاصة:

استعرضنا في هذا الفصل الثقافة التنظيمية في ظل تكنولوجيا الاتصال بحيث قمنا بتوضيح المفاهيم المتعلقة بكلى المتغيرين وان تكنولوجيا الاتصال لها تأثير على هذه الثقافة من خلال تغيير في ممارسات العاملين و أسلوبهم في التعامل وعلى الهيكل التنظيمي القائم ونمط الإدارة السائد في المؤسسة .

الفصل الثانـي

القائم بالاتصال ودوره في إبراز الثقافة التنظيمية على موقع الفايسبوك

تمهيد

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي في عصرنا الراهن أقوى وأشهر وسائل الإعلام، بما تتضمنه من خصائص ومميزات تجعلها تحظى بمتابعة جماهيرية واهتمام كبير من كافة شرائح المجتمع وهذا ماسنتطرق إليه في فصلنا ، ومن أمثلة هذه المواقع موقع الفايسبوك الذي أحدث قفزة نوعية في مجال تسيير الأعمال والتنظيم للمؤسسات من خلال توفير مجموعة من الخدمات والتسهيلات أتاحت للقائم بالاتصال بدوره نقل وإبراز الثقافة التنظيمية بكامل مظاهرها وعناصرها على موقع الفايسبوك وفي هذا الفصل سنتطرق إلى ثلاث مباحث وهي:

المبحث الأول:ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني:عناصر الثقافة التنظيمية على موقع الفايسبوك

المبحث الثالث :القائم بالاتصال ودوره في البيئة الإعلامية الالكترونية

المبحث الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

عرفت مواقع التواصل انتشارا واسعا على اختلاف أنواعها الفايسبوك وتويتر اليوتيوب ولينكدان وغيرها وزداد عدد المستخدمين لهذه المواقع بشكل كبير يوما بعد يوم وذلك ماتقدمه من خدمات وخصائص وهذا ماسنتطرق إليه في المبحث .

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تنوعت المفاهيم والتعريفات التي تناولت شيكات التواصل الاجتماعي ،وذلك للتغيير السريع الذي بات يوما بعد يوم ، فحسب ما تم تبيانه فيما يتعلق بالجيل الثاني من الانترنت web 2-0 فان تعظيم دور المستخدم وإشراكه في إنشاء محتوى الموقع والشبكات الاجتماعية يعتبر العامل المشترك في معظم تعريفات شبكات التواصل الاجتماعي ، هناك العديد من التعريفات التي تناولت شبكات التواصل الاجتماعي سنتناول بعضها لأخذ صورة في الموضوع .[1]

- ✓ يعرفها إيهاب خليفة هي مواقع تتشكل من خلال الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال و تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر ولعل

[1]إيهاب خليفة ، حروب مواقع التواصل الإجتماعي، ط1، دار العربي للنشر و التوزيع، القاهرة مصر، 2016، ص42

من أبرز هذه المواقع الفيسبوك و التويتر وقوقل بليس ولينكدان وغيرها من المواقع المتخصصة مثل اليوتيوب و الانستغرام

- ✓ و يعرفها مهدي الحساني(2002) بأنها مواقع تصنف ضمن مواقع الجيل الثاني للويب 2.0 و سميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم <<بناء المجتمعات>> بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الإنترنت و التعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهمه وأخيرا مشاركة هذه المواقع أصدقائه وغيره[1].

المطلب الثاني:خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

و من الممكن أن ندرج عدد من الملاحظات و السمات والمعالم الأساسية التي تستطيع أن ننسبها إلى وسائل الاجتماعية، المتمثلة بالفيس بوك والتوتير واليوتيوب، و من هذه الملاحظات و السمات ما يأتي:

- وسائل الإعلام الاجتماعية تؤمن و تمكن قواعد ومنصات تفاعلية على شبكة الانترنت عالميا، من خلال مشاركة المستخدمين في التعليق على المحتوى و تأمين وسيلة للتواصل مع المستخدمين الآخرين للجمهور .

[1]خالد غسان يوسف المقدادي،المرجع السابق،ص 17

- وسائل الإعلام الاجتماعية تتضمن خصائص عدة ، تشتمل على مجموعة واسعة من المحتوى بما في ذلك النص ، و الفيديو و الصوت و الصورة وإن العديد من وسائل الإعلام الاجتماعية تعمل على الاستفادة من هذه الخيارات.
- يمكن أن تتم الاتصالات عبر وسائل الإعلام الاجتماعية وشبكات التواصل الاجتماعية في الوقت الحقيقي أو شكل غير متزامن مع مرور الوقت .
- يمكن أن تتم الاتصالات عن طريق الحاسوب بما في ذلك أجهزة الحواسيب المحمولة والايفون ،فضلا عن الاتصال عبر الهواتف الذكية.
- وسائل الإعلام الاجتماعية بالنسبة للشركات وهي وسيلة للاستفادة مما يقوله الناس عن منتجاتهم ،أي حول العلامة التجارية الخاصة بك ،والمنتج الخاص بك ،والمشاركة في المحادثات ،حيث أنها ستكون مفتوحة للأفكار والمقترحات الجديدة وثم استخدام هذه المعلومات في اتخاذ قرارات تجارية تسير الشركات والمؤسسات المعنية والمستفيدين من الزبائن نحو الأفضل لذا فإنها أداة إستراتيجية لكشف الأفكار التجارية .
- كذلك وسائل الإعلام الاجتماعية هي أداة تسويقية جديدة للمنتجات والبضائع والأفكار ، تسمح لك بالتعرف على الزبائن والتوقعات المستقبلية وبالطرق التي كانت في السابق غير ممكنة .[1]

1عامر إبراهيم القندلجي ،الإعلام والمعلومات والانترنت ،دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،عمان الأردن ،2013،ص ص339،340.

المطلب الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي

اختلفت مضامين المواقع الاجتماعية على اختلاف بداياتها وترتيب الأهم منها تاريخيا ،والتي أصبحت توصف فيما بعد بالجماهيرية نظرا للتطور الهام الذي حظيت به إلى غاية وقتنا الحالي ومن أهمها نجد فايسبوك ،تويتر يوتيوب ولينكدن وهو ماسنأتي على ذكره وذلك نظرا لاختلاف تخصص كل موقع.

1 –موقع الفايسبوكface book :

انطلق موقع الفايسبوك كنتاج غير متوقع من موقع ماش التابع بجامعة هارفارد وهو موقع HOTORND يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية ،وقام مارك بابتكار الفايس ماتش في 28 أكتوبر عام 2003،عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية في هذه الأثناء ،وفق لما نشرته جريدة هارفارد كريمسون فإن موقع الفيس ماتش استخدم صورا مجمعة من دليل صور المتاحة على الانترنت الخاصة بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص أكثر جاذبية ،وكي يتمكن

زوكربيرغ من تأسيس الموقع ،فإنه لجأ إلى مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد وقد قام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي .[1]

ويعد أيضا احد مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت ، وكما يمكن الدخول إليه مجانا،ويتيح للمستخدمين من القيام بإنشاء قاعدة لملامحهم الشخصية والانضمام إلى شبكات اتصال مشتركة وعقد علاقات صداقة والاتصال مع المستخدمين الآخرين والتفاعل معهم ، وتشر الأحداث والتعليقات والتسجيل كمعجبين ، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور والخدمات والتعريف بالشركات كوسيلة متطورة لتعريف بنشاط المؤسسة والحفاظ على سمعتها ضمن فعاليات وسائل التواصل الاجتماعي لموقع الشركة .[2]

2-تويتر:

يقدم خدمة التدوين المصغر لمستخدميه بإرسال تغريدات عن حالتها أو عن أحداث حياتهم بحد أقصى 140 للرسالة الواحدة ،وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق رسالة قصيرةsms أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفايسبوك و twibiard و twitterrific و twhil و twitterofex/

[1] فيصل محمد عبد الغفار،شبكات التواصل الاجتماعي ،دار الجناديرية للنشر والتوزيع ، الأردن عمان ،2015،ص ص 42، 43

[2] محمد جياد زين الدين،توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركات،مجلة آداب الفراهيدي،العدد28 ،بغداد ،2017،ص302

وتظهر التحديثات في صفحة المستخدم ،ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي،وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الالكتروني ،وخلاصة الأحداث RSS وعن طريق الرسائل النصية القصيرة sms وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية تعمل في الو –م –أ وكندا والهند بالإضافة إلى الرقم الدولي والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم لإرسال إلى المملكة المتحدة .[1]

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو ،وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة 2007 قامت شركة Odeo بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم TWITTER بدأ من ديسمبر 2009 فان جوجل سوف يقوم بعرض نتائج بحث فورية في محرك بحث جوجل لمدخلات المستخدمين الجديدة في تويتر[2].

3- اليوتيوب :

اختلفت الآراء حول موقع اليوتيوب وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أولا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو ، إن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لاشتراكه معها في عدة من الخصائص جعلنا نتحدث عنه نظرا للأهمية

[1] فيصل محمد الغفار ،مرجع سابق ، ص 50

[2] نفس المرجع. ص 51

الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل كبير.

- أي أن اليوتيوب موقع الكتروني يسمح بدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني ،وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها .

- وهو أحد أشهر المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق إي الملفات تتكون من مقاطع على شبكة الانترنت دون إي تكلفة مالية ، فبمجرد إن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق إي عدد من الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم . كما تمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقاطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة.فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة .فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع.

وقدا تأسس هذا الموقع سنة 2005. بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في شركة باي بال وهم تشاد هيرلي ،وستيف تشين وجاود كريم في مدينة كاليفورنيا ، ويستخدم الموقع تقنية الادوبي

فلاش لعرض المقاطع ،ا ن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام والتلفزيون ومقاطع الموسيقى والفيديو والمنتج من قبل الهواة وغيرها .[1]

ويعد الفيديو المرفوع من قبل وجاود كريم بعنوان (أنا في حديقة الحيوان)أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب وكان بتاريخ 23 ابريل 2005 وتبلغ مدته (0:19) ثانية ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة ،وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الانترنت ولتشتريه شركة جوجل عام 2006 وتضمه لها ، وقد أصبح اليوتيوب اليوم موقعا رئيسيا للفنانين والسياسيين وللهواة على حد سواء لبث مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم وأغانيهم ومنتجاتهم العامة ومجانا ، بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات الحكومية لبث البرامج النوعية أو الحصص الالكترونية عبره.[2]

4- لينكد أن linkin

موقع لينكد ان (www .linkendin .com.) هو أحد المواقع المتصفة ضمن شبكات التواصل الإعلامية الاجتماعية على شبكة الشبكات (الانترنت) مؤسس الموقع هو جيف

[1]بسمة حسين عبد يونس ،ادمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاضطربات النفسية لدى طلبة الجامعة في محافظة غزة ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس من كلية التربية ،جامعة الازهر ،غزة ،2016،ص14.

[2]فلاح سلامة حسن الصفدي ،استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير قسم الصحافة،الجامعة الإسلامية ،غزة ،2015،ص80

ويتر، إداري سابق بشركة باهو، وقد تأسس الموقع في شهر ديسمبر كانون الأول من عام 2003 وبدأ نشاطه في شهر ماي 2003 ويستخدم هذا الموقع أساسا لإقامة الشبكات المهنية ، وتشير الإحصاءات إلى انه في الثاني من شهر نوفمبر عام 2010 بلغ عدد المسجلين في هذا الموقع قرابة 80 مليون مستخدم موزعين في أكثر من 200 دولة من دول العالم.

وترتكز شبكة لينكدان هذه على فكرة التواصل بغرض يناء المستقبل المهني حيث يمكن للأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة والذين يعملون في شركات مختلفة أن يلتقوا مع غيرهم من المتخصصين ويتبادلوا الخبرات ن وتضم الشبكة حاليا أكثر من مئة مليون مشترك.[1]

لاحقا أصبحت شبكة لينكدان من أشهر شبكات التواصل الاجتماعي وباتت مقصدا أيضا للمعلنين وجلب الأرباح ، حيث اغتنم هوفمان الفرصة بعد نجاح مشروعه في اجتذاب كل هذا العدد من المستخدمين ،وأطلق في عام 2005 خدمة الحصول على اشتراك مالي لقاء نشر السير الذاتية في فضاءات أوسع، وتأمين فرص عمل اكبر لمن يرغب،ثم بدأت لاحقا سلسلة من الخدمات المدفوعة ، فضلا عن خدمة الإعلانات التي بدأت تأتي بعائدات كبيرة على الموقع.

[1] عامر ابراهيم القندلجي، المرجع السابق، ص 370.

المطلب الرابع: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي وسلبياتها

هناك من رأى أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بتوطيد العلاقات ونشر المعلومات والتفاعل بينه وبين الأفراد في حين ذهب البعض إلى توجيه النقد لهذه المواقع وتناولوا سلبياتها ومن أهمها إساءة الاستخدام والتشهير والخداع وانتهاك الحرمات لذلك يمكن إبراز أهم إيجابيات وسلبيات استخدام هذه المواقع ما يلي:

1. السلبيات:

- غياب المسؤولية الاجتماعية والضبط الاجتماعي اللذان يعدان من أهم مقومات السلوك الاجتماعي والتي تؤدي إلى:
- نشر الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.
- النقاشات التي تبتعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر.
- تضييع الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائدة
- عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري، وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.
- ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتها.[1]

[1] عبد الرحيم إبراهيم القندلجي، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان(الأردن)، 2015، ص68.

الانحراف: يعتبر الانحراف من المخاطر المؤكدة لمواقع التواصل الاجتماعي كما جاء في تقرير صادر عن الأكاديمية الأمريكية لطب الأطفال، فإن استخدام هذه المواقع من قبل الشباب وخاصة المراهقين منهم يؤدي إلى تبادل الصور والأفلام الإباحية في ظل عدم وجود رقابة، وتعرضهم للتهديد أو التهم الجنائية بسبب تداول تلك المواد، كما أكد التقرير على ظهور ما يسمى بالاكتئاب لدى الشباب نتيجة الوقت الطويل على هذه المواقع.[1]

2. الإيجابيات:

أ. الاستخدامات الاتصالية الشخصية: وهو الاستخدام أكثر شيوعا ولعل الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منظمة معينة، أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود من الآن رغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية، الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور والمقاطع الفيديو كما أنها مجال للتعارف والصداقة.

ب. الاستخدامات التعليمية: تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له والمشاركة من كل الأطراف وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر واستخدام

[1] مشتاف طلب ناضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، مجلة تكريت للعلوم السياسية، بغداد، العدد 12، 2014-2017، ص211.

الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم ما يزفر جوا من مراعاة الفروق الفردية.

ت. الاستخدامات الإخبارية :أتاحت الشبكات الالكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة مايجعلها أحيانا ضعيفة المصداقية لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتهويل الخير أو تدويله أو تسببه بغرض التأثير على الرأي العام.

ث. الاستخدامات الدعوية :أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين وأنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية وهو انتقال ايجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل والتوفير في الجهد والتكاليف.[1]

المبحث الثاني :عناصر الثقافة التنظيمية عبر موقع الفايسبوك

تتعدد مزايا استخدام الفايسبوك بما تحتويه من خدمات تسهيلية ساعدت المؤسسات في تأدية مهامها التنظيمية والمهنية والتعريف بثقافة المنظمة ومن خلال هذا سنحاول التطرق في هذا المبحث إلى موقع الفايسبوك كدعامة إعلامية واهم عناصر الثقافة التنظيمية التي تظهر على موقع الفايسبوك.

[1] عبد الرحيم ابراهيم القندلجي ،المرجع السابق،ص69.

المطلب الأول: مدخل إلى الفايسبوك

من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي الموجودة حاليا نجد الفايسبوك الذي يحظى بشعبية كبيرة من حيث الاستخدام والانتشار في حين أصبح وسيلة فعالة في قطاع الأعمال التي تعتمد عليه المؤسسات والشركات في الأمور التنظيمية.

ويعرف الفايسبوكFacebook:بأنه شبكة للتواصل الاجتماعي يستخدم تقنية تسمى ب web وتنتمي لشبكات التواصل الاجتماعي وتتيح للمستخدمين تكوين الصداقات وتبادل الاهتمامات والمشاركة في الأنشطة كما تقدم خدمات المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والعديد من الخدمات.[1]

خصائص الفايسبوك:

يتميز الفايسبوك كشبكة اجتماعية بعدد من السمات التي للمستخدم التواصل مع بعضهم البعض وأهمها مايلي:

- ✓ خاصية WALL : وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم ،كما أنها تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم .
- ✓ خاصية PHOTOS الصورة: وهي التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع

[1]هشام أحمد عبد الكريم سكيك، دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في صحافة من قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية غزة، 2014، ص66

✓ خاصية التغذية الإخبارية News Feed: تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين،حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي ، وكذلك الأعياد والأحداث المرتقبة الخاصة بأصدقاء المستخدم.

✓ سمة تعليقات الفايسبوك:

✓ تم تقديم هذه السمة في عام 2006وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامة والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمون في وقت لاحق من جلب المدونات من مواقع زانجا ولايف جور نال وبلوجر وغيرها من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين

✓ تطبيق الرسائل الفورية: في 07 افريل 2008 اصدر الفايسبوك هذه الخاصية ،وهي إرسال رسائل فورية الى شبكات الاتصال باستخدام برنامج comet،واطلق عليه chat ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم ،وهو يشبه في أداء وظيفة برامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب.[1]

المطلب الثاني : الفايسبوك كدعامة إعلامية

توفر شبكة الفايسبوك مجموعة من الأدوات والخدمات لمستخدميها، جعلتها المفضلة لدى الكثير من المستخدمين، هذه الأدوات والخدمات كثيرة جدا وتتسع وتتغير يوما بعد يوم،ومن أهم الخدمات التي توفرها هي:

[1] خالد غسان يوسف المقدادي ،المرجع السابق ،ص ص 35،36.

1. الصفحات والمجموعات:

يتيح الفايسبوك بناء مجموعات وإيجادها والانضمام إليها، وتبنى هذه المجموعات على أسسا موضوعات أو منتجات أو علامات أو مشاهير أو أي شيء أخر قد يخطر ببالك، أجرى بحثا عما تفضل من هوايات أو فرق، شركات، فإذا كان لها حضور على الفايسبوك فكر في الإنضمام إلى معجبيها، ففي هذه الحالة ستتمكن ليس فقط من الانضمام إلى جميع الناس الذين يشبهونك فكريا والذي يمكنك التفاعل معهم بالعديد من الطرق بل إنها ستضاف أيضا إلى ملفك بحيث يستطيع الآخرون رؤية الأماكن التي تحب ارتيادها على الفايسبوك، وما هي اهتمامك، ويستخدم الفايسبوك في إنشاء صفحة أو مجموعة ناجحة لشركتك أو للخدمة التي تقدمها أو المنتج الذي تنتجه، بما في ذلك كيفية تحقيق واجهة مناسبة ونوعية الوسط الاجتماعي وزيادة معجبيك لمساعدتك على نشر رسالتك.[1]

2. إنشاء الانضمام إلى مناسبات:

يمكن القول بأن الشبكة الاجتماعية الفيسبوك ، قد جمعت كافة أصناف التواصل الالكتروني التي ظهرت قبلها في بيئة واحدة، ومن الأنظمة الالكترونية السابقة للتواصل، نظام التذكير بالمناسبات أو الأحداث وفي هذا النظام يستطيع المشترك أن يعين حدثا معينا، تاريخ ميلاد أو لقاء أسبوعي، أو اجتماع على سبيل المثال ثم يدعو الأصدقاء المعنيين إلى الحدث الذي أنشأ مع تذكيرهم بالموعد المضروب لذلك الحدث تلقائيا، فعلى سبيل المثال

[1] جوستن ليفي، التسويق عبر الفايسبوك، دار العربي للعلوم، لبنان، 2011،ط1،ص62.

لو كان الحدث تاريخ ميلاد شخص، فإن هذا الحدث يظهر للأصدقاء المعنيين عند حلول يوم ميلاده من كل عام تلقائيا.[1]

3. الرسائل:

وهي من الأدوات العامة ومن خلالها يستطيع المشترك الاطلاع على الرسائل الواردة، وكذلك رسائل جديدة ورؤية التحديثات المرسلة من الصفحات والمجموعات المشتركة فيها والرسائل التي أرسلها.[2]

المطلب الثالث: استخدام الفايسبوك لإبراز الثقافة التنظيمية

أصبح الفايسبوك يساهم بشكل كبير في تبني الأعمال التنظيمية من خلال تسهيلاته الفعالة في مجال الأعمال ،مما أدى بالمؤسسات إلى اللجوء إليه بالتعريف لمختلف أنشطتها اليومية بصفة عامة والثقافة التنظيمية بصفة خاصة.

الإعلانات عبر الفايسبوك:

سيبقى موقع الفايسبوك مجانا للجميع كما يذكر الموقع في صفحته الرئيسية وفقا لتقارير شركة الفايسبوك فإن تكاليفه المادية للموقع تتخطى ما قيمته مليار دولار سنويا، يؤمن

[1] أحمد الدحدوح، تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية facebook في الجامعات الفلسطينية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قيم المناهج وطرق التدريس كلية التربية في الجامعة الإسلامية بغزة، 2012، ص41.

[2] أحلام فيلامي، أثر استخدام موقع الفايسبوك على التحصيل العلمي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، اتصال وعلاقات عامة، أم البواقي 2017، ص32، منقول عن كتاب، حسين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي، أدوات ومصادر التغطية الإعلامية.

الفايسبوك من إيرادات الإعلان، فقد بلغت إيرادات موقع الفايسبوك في حزيران عام 2013 ميلادي 18.10 مليار دولار أي بزيادة قدرها 53% مقارنة 1.8 مليار دولار في حزيران عام 2012 ميلادي وكانت إيرادات الإعلانات 1.60 مليار دولار وهو ما يمثل 88% من إجمالي الإيرادات وزيادة 61% عن حزيران2012 ومن ذلك يتبين مدى اعتماد موقع الفايسبوك على الإعلان مصدرا ماديا، الأمر الذي دفع شركة الفايسبوك على الاهتمام بشكل كبير بخدمة الإعلان من جانب ومن جانب آخر تمتع الموقع بميزات جعلت منه وسيلة إعلانية مهمة وفعالة فهناك أكثر من مليار يسجلون إعجابهم ويعلقون بمعدل يصل إلى 3.2 مليار مرة باليوم.

- ويوفر الفايسبوك بيانات دقيقة للمعلن عن الجمهور وإمكانية تحديد الجمهور الذي يرغب المعلن استهدافه (الجنس–العمر–المهنة– التوزيع الجغرافي– الاهتمام) إذ يعمل الفيسبوك على مراقبة تفاعل المستخدمين (المحتويات التي يشاركها المستخدم أو تسجيل الإعجاب بصفحه أو معلومة ما تجنب اهتمام المستخدم أو ملفات الشخصية للمستخدم.[1]

- كما يوفر الفايسبوك للمعلن قياس أداء الإعلان فهناك ما يعرف بمديرالإعلانات يمنح المعلن معلومات حول مدى تفاعل الجمهور إزاء الإعلان ، فضلا في معرفة أراء الجمهور فعندما يتعرض المستخدم للإعلان يسجل الفايسبوك كل تفاعل يصدر من المستخدم إزاء

[1]مرزقاني سارة،تأثير إعلانات الفايسبوك التجارية على السلوك الاستهلاكي لطالب الجامعي بأم البواقي ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي ،2016 ص100 منقول عن الكتاب حسين محمود هتيمي ،العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ،ص ص92 .

الإعلان كما يعمل الفايسبوك على احترام رغبات الجمهور بالتعرض للإعلان ويتيح له إمكانية إخفائه وذلك بالضغط على علامة (x) ثم تظهر للمستخدم قائمة باختيارات سبب رفضه، الإعلان وبعده اختيار المستخدم يطلب الفايسبوك اقتراحات المستخدم التي يفضلها الإعلان الذي يرغبه–ذلك يكاد يقترب من دراسات السوق التي كانت تقوم بها الشركات المعلنة لمعرفة رغبات الجمهور وآرائها إزاء الشركات وخدماتها.[1]

مزايا الإعلان عبر الفايسبوك:

يتميز موقع الفيسبوك كوسيلة إعلانية بعدة مزايا أهمها:

- إن واجهة استخدام العديد من الإعلانات الفايسبوك تتيح المؤسسة المعلنة، بسهولة شديدة اختيار الملف الديمغرافي لأي جمهور تستهدفه، بما في ذلك العمر، الجنس، المكان، المستوى التعليمي، وكذلك الاهتمامات.

- إنه من الأفضل الحصول على ألفين من الناس المستهدفين أفضل 10 آلاف مرة من الحصول على أقوام من الناس غير مهتمين بما تعلن، ولذا أن تحصل على عدد قليل من الزوار المستهدفين، أفضل بكثير من الحصول على آلاف بلا قيمة مثلا إذا كنت تستخدم إعلانات الفايسبوك لترويج حدث ما، أو لشيء موسمي، من الأفضل استهداف المعجبين الحاليين في صفحتك على الفايسبوك وهو أولئك الذين يستجيبون بشكل أفضل مع العروض الفورية التي تقدمها لكونهم حقا من المهتمين بما تعرض.

[1] المرجع نفسه ،ص 94.

- حينما تقوم باستهداف جمهور محلي في منطقة محددة، فإننا ننصح أيضا بأن ننظر التقارير الذاتية عن المواقع، وأيضا استخدام كل أداة متاحة لإيجاد أولئك المحليين حتى ولو كانت الكشف عن طريق(IP)[1]

الحمالات الاجتماعية عبر الفايسبوك:

تعد الحملات الاجتماعية عبر الفايسبوك عملا فرديا أو شبه فردي يتحول إلى عمل جماعي تطوعي منظم يستهدف أحداث التغيير الاجتماعي والثقافي والسياسي داخل المجتمع عن طريق استخدام الفضاء الالكتروني كوسيط لتشكيل تفاعلات معينة أو المزج بين ما يجري في الفضاء الالكتروني وبين فاعليات على أرض الواقع.

1. مكونات الحملات الاجتماعية عبر الفايسبوك:

تتكون الحملة الاجتماعية عبر الفايسبوك من ثلاث دوائر وهي دائرة المنفذين، دائرة المخططين والمفكرين ودائرة الداعمين والرعاة وتشمل:

أولا:دائرة المنفذين: هم جميع الأفراد الذين يشاركون في تنفيذ هذه الحملة، مثل الأفراد الذين يكتبون المحتوى وينشرونه وروابط الحملة على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

ثانيا: مؤيدو الحملة من الفنيين والذين يقومون بتصميم شعارات الحلمة وأيقوناتها ورسومها والفيديوهات الداعمة لها.

[1]حسين الخثير، واضح فواز، الابتكار في الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد(4)، الجزائر2016،ص125.

ثالثا: دائرة المخططين والمفكرين: لابد لكل حملة أو نشاط من مخططين له ومفكرين يرسمون مسار الحملة وهدفها والنتائج المتوقعة منها وطرقة عملها، أفراد يملكون الخبرة في كيفية التخطيط لمثل هذه الحملات، ولكي تنجح الحملة لابد من جهات ترعاها وتدعمها في إطار بروز دائرة الداعمين والرعاة مثل المنظمات غير الحكومية، جهات خبرية وجهات تقنية.

2. أهداف الحملة الاجتماعية على الفايسبوك:

- تعبير العن رأي أو موقف لا يمكن التعبير عنه في وسائل الإعلام التقليدية.
- التأثير على الرأي العام وأفكار الناس وأرائهم في قضية معينة.
- تحريك الطاقات والقدرات الشعبية على الفايسبوك واستغلالها لأهداف محددة.
- إيصال الرأي أو الموقف إلى جهات محايدة(أو حتى معادية) لا يمكن الوصول لها من خلال مواقع أخرى ولا يتم الوصول لها إلا بهذه الأساليب.[1]

المبحث الثاني:القائم بالاتصال ودوره في البيئة الإعلامية الالكترونية

يمثل القائم بالاتصال الركيزة الأساسية في المؤسسة بما يمتلكه من خصائص، تساعده على مواكبة أي تغييرات أو تطورات حاصلة في مجال العمل، ومن هنا سنعرج على مفهوم القائم بالاتصال واهم خصائصه ودوره في البيئة الإعلامية الجديدة.

[1] www.accroline.com- ARAB Centre For CuberspaceResearchConsueté Le19-05-2019 a 22h52.

المطلب الأول :مفهوم القائم بالاتصال

تتفاوت المفاهيم التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال ، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير في المتلقي فعرف بأنه يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بأخر في الأفكار والآراء في حين اتجهت دراسات أخرى إلى تعريفه من منظور الدور في عملية الاتصال فعرفته بأنه الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها ،وعلى ضوء مايتمتع به ن قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها.

وتطرح المدرسة الفرنسية في الإعلام مفهوم أخر للقائم بالاتصال إذ تطلق عليه لقب الوسيط على أساس أن الصحفي يقوم بأدوار متعددة فهو يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه بها إلى الجمهور وهو بذلك يلعب دورا تفاوضيا بين صانع المعلومة (المصدر) والجمهور (المتلقي).[1]

وفي محاولة لإيجاد معايير أوضح لمشكلة تحديد مفهوم القائم بالاتصال لجأ باتر سون إلى وضع تعريف عام وشامل يتضمن كل من يساهم في صنع القرار داخل وسائل الإعلام بشكل المباشر أو غير مباشر، ووفقا لذلك فإن القائم بالاتصال هو الفئة التي يتعرف عليه من خلال الكتابات الصحفية والالكترونية والبرامج الإذاعية والتلفزيونية أو بمعنى أدق كل

[1] محسن جلوب جبر الكناني ،مفهوم القائم بالاتصال في القنوات الفضائية العراقية، مجلة آداب الدراهيدي، العدد 14، بغداد ،2013، ص351.

الذين يهتمون العمل في الصحافة إضافة للمذيعين ومعدى البرامج في الإذاعة والتلفزيون ورجال الأعمال الرسمي.[1]

المطلب الثاني: خصائص القائم بالاتصال

أجريت بعض الدراسات وبصفة خاصة على الخصائص والسمات العامة التي ترسم صورة القائم بالاتصال وتؤثر على مصداقيته وثقة المتلقي فيما يقوله أو ينشره، وركز معظم بعض الباحثين على الخصائص الثلاث الأولى التي تعرضها فيما يلي:

1-المصداقية Credibility:

ويعتمد قياس مصداقية القائم بالاتصال على عنصرين أساسين هما الخبرة (Expertise) وزيادة الثقة في القائم بالاتصال(Trustwarthiness)

ويفسر مفهوم الخبرة بمدركات المتلقي في معرفة القائم بالاتصال للإجابة الصحيحة في السؤال أو القضية المطروحة وموقفه السليم منها، وهذه تعتمد على التدريب، التجربة والقدرة، والذكاء، الإنجاز المهني، والمركز الاجتماعي، والشخص الخبير هو الذي يملك المعلومات الصادقة والحقيقة عن الموضوع.

ويشير عنصر الثقة إلى إدراك المتلقي عن القائم عن الاتصال بأنه يشارك في الاتصال بشكل موضوعي ودون تحيز، وهو في هذه الحالة لن يقبل المتلقي توصيات الرسالة التي

[1] محمد سعد إبراهيم،الاتجاهات الحديثة في دراسة القائم بالاتصال،المجلة الحديثة لبحوث الرأي ،العدد الرابع،القاهرة،2000 ، ص 18".

تقوم على هذه المعلومات يمكن تصديقها، إلا أن المشكلة عادة ما تكمن في أن الشخص الخبير قد لا يكون موثوقا به.[1]

1. الجاذبية Attractiveness:

نظرا لصعوبة قياس هذه الخاصية موضوعيا، فقد ركز كثير من الباحثين على محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في التشابه Similarity والمودة Familiarity وكذلك الحب Liking وذلك بناء على الفرض القائل بأن المصدر أو القائم بالاتصال ذو الجاذبية سيكون أكثر تأثيرا عن الشخص المحايد والذي ليس له جاذبية في عملية الإقناع. وأشارت دراسة ايغلي وتشايكنEagly and Chaiken إلى أن القائم بالاتصال الأكثر جاذبية هو الأكثر إقناعا، ويكن مقنعا عندما يدافع عن مواقف مرغوبة ولكن أكثر تأثيرا عندما يدافع عن مواقف غير متوقعة ذلك أن القائم بالاتصال يتزايد تأثيره بالدفاع عن المواقف المتوقعة.

- قوة المصدرPower: قد لا يملك البعض المصداقية أو الجاذبية ولكن ... لهم التأثير في تغيير الاتجاهات الأفراد وسلوكهم هؤلاء يكون لهم القوة، التي يمكن إدراكها من خلال سيطرة الفرد وضبطه للأمور control وكذلك أهميته concern بالإضافة إلى قدرته على التدقيق والتمحيصscrutomity، وإدراك المتلقي للضبط والسيطرة يظهر في قدرة المصدر أو القائم بالاتصال على تقديم الثواب والعقاب وهذا يعادل تماما التأثير بالإذعان

[1] مي العبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، 2006، ص132.

comliance، وإدراكه لأهميته يظل مرهونا بقدر اهتمام المصدر برضا المتلقي أو دعمه، وإدراكه للتدقيق يكون امتداد القدرة المصدر على ملاحظة تكيف أو رضا المتلقي[1]

وأيضا:

1. أن يكون لديه قدرة كبيرة من الثقافة تؤهله للتحدث في جميع الموضوعات

أن يكون لبقا حسن التصرف لديه القدرة على مواجهة المشاكل التي تواجهه.[2]

المطلب الثالث: القائم بالاتصال ومتغيرات العمل في بيئة الاعلام الجديد

شهد العقد الأخير من القرن العشرين تطورا في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات كان لها الأثر في تغير شكل الاتصال ومحتواه إذا أفرزت التطورات التكنولوجية المتمثلة بشبكة الانترنت نمط إعلاميا حديثا يطلق عليه الإعلام الجديد الذي يدخل تحته عدد كبير من الوسائل والتطبيقات ،التي انعكست تجلياتها على مختلف عناصر العملية الاتصالية بدا القائم بالاتصال(المرسل)وانتهاء يرجع الصدى الذي بات الحصول عليه فوريا في ظل التفاعلية التي تعد السمة الإبراز للإعلام الجديد.

1. كما تمكنت بعض من تطبيقات الإعلام الجديد المتمثلة بالفايبر والوتساب، الفايسبوك القائم بالاتصال من تأمين الاتصالات مع المصادر التي ترتبط بها الأحداث سواء كانوا من

[1] مي العبد الله، مرجع نفسه،ص133-136.

[2] محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط1، 2010، ص171.

الجمهور العام أو الأشخاص المعنويين ،كونها تعد من التطبيقات الفعالة التي تسهل عملية الاتصال بين الأشخاص على اختلاف مواقعهم الجغرافي .[1]

2 وربما الفائدة الأكثر أهمية بالنسبة للقائم بالاتصال من الإعلام الجديد هي قدرته على توفير الأدوات التي تمكن الجمهور من المشاركة في مختلف القضايا التي يطرحها من خلال المناقشات التي تجري من خلال تعليقاتهم وإبداء أراهم في صفحات القنوات الفضائية على شبكات التواصل الاجتماعي ومن أهمها الفيس بوك الإثراء الموضوع وتقديم أثاره على المجتمع .

3 والأكثر من ذلك فقد وفر الإعلام الجديد على القائم بالاتصال الجهد والوقت في إجراء استطلاعات الرأي حول القضايا المختلفة بسهولة ويسر بعد أتى كان يبذل في إجراء ذلك الكثير من الجهد والوقت والمال.[2]

ومن أهم مهارات القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية الإلكترونية:

– المهارة التقنية والخبرة بالوسائط المتعددة أو ما يعرف بالملتميديا سواء في جمع المادة الإعلامية وتغطية معالجتها واسترجاعها أو تصميمها أو بثها.

[1]علي عبد الحسن علوان، أحمد عبد الستار حسين، توظيف القائم بالاتصال في القنوات الفضائية للإعلام الجديد ،مجلة ديالي ،العدد77،العراق ،2018،ص237.

[2]المرجع نفسه،ص238.

– مهـارة جمـع المـادة الإعلاميـة وتقييمهـا واختيـار الموضـوعات والمقـالات والخلفيـات المعلوماتية المناسبة للقصة.

– القدرة على التواصل والتفاعل مع الجمهور.

– القدرة على التنويع في اتخاذ القرارات المتعلقة بطبيعة النصوص المصاحبة للمادة والروابط المتضمنة فيها والصور والرقمية الخاصة بها[1]

[1]ثائر محمد تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الأنترنت، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص47.

خلاصة

يتضح لنا مما سبق ذكره أن مواقع التواصل الاجتماعي لعبت الكثير من الأدوار وغيرت العديد من الموازين في مختلف المجالات،والحديث عن هذه المواقع نجد الفايسبوك الذي يتميز بخصائص عدة وفائقة رجحته الأكثر انتشارا والأكثر استخداما في العالم من طرف المؤسسات في مجال إدارة الأعمال، حيث اعتبر منصة للقائم بالاتصال في تسيير شؤون المؤسسة والتعريف بنشاطاتها ومصالحها، والثقافة التنظيمية التي تسود داخلها من أجل إبرازها والإلمام بما تحمله من عادات وتقاليد وقيم تنظيمية تعبر عن هوية المنظمة.

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث:

القائم بالاتصال ودوره في إبراز الثقافة التنظيمية بجامعة المدية

تمهيد

يعتبر الإطار المنهجي في كل دراسة همزة وصل بين الجانب النظري والجانب التطبيقي ،حيث يعتبر هذا الأخير الدعامة الأساسية لتعميق البحث العلمي حتى يتمكن الباحث من الوصول إلى الحقائق المرجوة من الدراسة ،ومن خلال دراستنا قمنا بجمع بعض المعلومات عن الصفحة الرسمية لجامعة المدية، والهيكل التنظيمي لخلية اليقظة المسؤولة على تسيير هذه الصفحة، وفي الأخير استعرضنا تحليل البيانات من خلال إجابة المبحوثين بطريقة منهجية للوصول إلى النتائج النهائية للدراسة.

المبحث الأول: البيانات المتعلقة بخلية الإعلام والاتصال بجامعة المدية.

تسعى جامعة يحي فارس بالمدية في الآونة الاخيرة الى مواكبة التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا لتقديم افضل الخدمات للجمهور الداخلي والخارجي، بأقل وقت وجهد فذهبت الجامعة بذلك نحو إنشاء صفحة على الفايسبوك للتعريف بخدماتها وثقافة الجامعة التي تظهر على الصفحة ،ومن خلال هذا سنتطرق الى تعريف الصفحة و الهيكل التنظيمي الذي يسير الصفحة.

المطلب الأول: بطاقة فنية عن جامعة المدية.

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 الإلكترو تقني 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 تمت ترقية المعهد الوطني للتعليم العالي إلى مركز جامعي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 198-2000 المؤرخ في 23 ربيع الثاني 1421 الموافق 25 جويلية 2000 وشمل المركز أربع 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 4 جانفي 2009 المتضمن إنشاء جامعة المدية حدد عدد الكليات التي تتكون منها جامعة المدية واختصاصاتها كما يلي:

- كلية العلوم والتكنولوجيا
- كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
- كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية
- كلية الحقوق

وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 403-13 المؤرخ في 27 محرم 1الموافق 1 ديسمبر 2013 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 09-11 المؤرخ في 7 محرم 1430 الموافق 4 جانفي 2009 تم تحديد عدد الكليات المكونة 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 لـ 22 فيفري 2016 المعدل والمتمم للمرسوم رقم 09-11 المؤرخ في 7 محرم 1430 الموافق لـ 4 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
- ذات الطابع الإداري
- بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 08-130 المؤرخ في :27ربيع الثاني عام 1429الموافق

المطلب الثاني :الهيكل التنظيمي لخلية الاعلام والاتصال بجامعة المدية

مقرر تشكيل خلية اليقظة الاتصال والتقارب

- ان مدير جامعة يحي فارس ب المدية ،
- بمقتضى الأمر رقم 6-3المؤرخ في :19 جمادي الثانية عام 1427 الموافق 15 يوليو سنة 2006 والمتضمن القانون الأساسي العام للوظيفة العمومية .
- بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 90-99 المؤرخ في :27-03-1990 المتعلق بسلطة التعيين والتسيير الإداري ب النسبة للموظفين أعوان الإدارات المركزية، الولايات ، البلديات والمؤسسات العمومية ل3مايو سنة 2008يتضمن القانون الخاص بالأستاذ لباحث
- بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 16-74المؤرخ في 13جمادي الأول عام 1437الموافق 22فبراير ستة 2016المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم :09-11المؤرخ في 7 محرم عام 1430الموافق 4يناير ستة 2009والمتضمن إنشاء جامعة المدية بناءا على القرار الوزاري المشترك رقم 62المؤرخ في 24-8-2004المحدد للتنظيم الإداري والهيكلي للجامعة والكلية والمعيد وملحقة الجامعة ومصالحها المشتركة .

– بناءا على قرار التعيين رقم 200المؤرخ في 05-06-2017المتضمن تعيين السيد حميدي يوسف دكتور جامعة المدية بناءا على المراسلة رقم 32-15المؤرخة في 04-06-2015الصادرة عن الأمين العام للوزارات المتعلقة بإنشاء خلية اليقظة الاتصال والتعاون والتقارب باقتراح من السيد مدير الجامعة

– يقرر

– المادة الاولى تشكل اللجنة (خلية اليقظة الاتصال والتقارب)على مستوى جامعة يحيى فارس بالمدية يترأسها السيد ماعي يوسف بصفته رئيس الخلية .

– تشمل اللجنة من الأعضاء التالية أسماءهم :

– السيد بن عيسى خير الدين (مسؤول مركز الأنظمة وشبكات الإعلام والاتصال) عضوا

– السيد هارون عمر(ملحق برئاسة الجامعة) عضوا.

– السيد رحيم مسعود (ملحق بنيابة الجامعة) عضوا

– السيد بن شيكو محمد (ملحق ب.نيابة الجامعة) عضوا

المطلب الثالث : الصفحة الرسمية لجامعة المدية

صفحة الفيسبوك هي خدمة يقدمها موقع الفيسبوك ،تمكن هذه الخدمة أصحاب الجهات الرسمية وغير الرسمية أو المكاتب أو الشركات والمحلات وأصحاب العلامات التجارية أو الشخصيات المشهورة أو أي جهة كانت تمكنها من التواجد في فضاء الفيسبوك وربط علاقات المستخدمين داخله.

ومن بين هذه الجهات الجامعات حيث فرضت عليها التطورات استخدام الفيسبوك في الإدارة لتسهيل الخدمات.

ومن هذه الجامعات، جامعة المدية بحيث قامت بإنشاء صفحتها الرسمية لأول مرة على موقع الفاسبوك في جوان 2017 تطبيقا للقرار الوزاري الذي جاء بأمر إنشاء خلية اليقظة الاتصال والتقارب على مستوى جامعة يحي فارس بالمدية سنة 2016 .

وهي صفحة مختصة في نشر الأحداث والنشاطات المتعلقة بالجامعة من اجل تقديم الخدمات المشتركة بين الطالب والأستاذ والإدارة .

المبحث الثاني: الثقافة التنظيمية بالصفحة الرسمية على موقع الفاسبوك.

المطلب الأول: مواضيع الفاسبوك في الجامعة

تتحدد المواضيع المطروحة على الصفحة الرسمية لجامعة المدية على موقع الفاسبوك وتكون هذه المواضيع في شكل أخبار آو إعلانات أو حملات أو فعاليات ولمعرفة ذلك قمنا باستجواب المبحوثين على ماذا وقع اختيارهم من بين المواضيع المطروحة على و ما هي إجاباتهم حول بقي الأسئلة المتمثلة في:

جدول (01) :يوضح المواضيع المطروحة على موقع الفايسبوك

الإجابة / المبحوث	إعلانات		أخبار		الحملات والنشاطات العلمية الثقافية	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
رئيس الخلية	0	0	1	33,33	0	0
المحرر	1	33,33%	1	33,33	0	0
المصمم	1	%33,33	1	33,33	1	%33,33
المجموع	2	%67	3	%100	1	%33, 33

أجاب جميع المبحوثين حول المواضيع المطروحة على الصفحة الرسمية لموقع الفايسبوك بأن الأخبار هي التي تتصدر قائمة المواضيع المنشورة من ضمن المواضيع الأخرى المتمثلة في الإعلانات والحملات والفعاليات بنسبة 100%

أما في ما يخص الإعلانات أجاب رئيس الخلية والمصمم والمحرر بأنها تصنف الثانية في الترتيب بعد الأخبار بنسبة67% ثم تليها الحملات والنشاطات العلمية والثقافية بنسبة33,33% ويعود هذا إلى تغطية الجامعة للأحداث اليومية التي يتطلب نشرها وفقا لمعايير الخبر الإلكتروني فهو عملية التحليل التي تتم عبر إحدى شاشات الكومبيوتر حيث يجلس المحرر أمامه ليقوم بتصويب وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليها والمخزنة فعلى ملفات جهاز الكمبيوتر متبعا القواعد التالية في تحرير الخبر الالكتروني وهي مراعاة الوضوح والدقة والمباشرة وان تكون جملة قصيرة ومكثفة في شكل مترابط ومتسلسل والإيجاز مع البلاغة والاختصار غير المخل بالمعنى وكذا ضرورة توافر صور موضوعية لكل خبر وعدم الاعتماد على صور شخصية أو أرشيفية لأنها تضعف الخبر .[1]

مثال على ذالك: نشر بتاريخ 2019/2/27 : يستقبل أ–د حميدي يوسف وفد من الأساتذة الأجانب على هامش الملتقى الدولي المتخصص المسوم بالممارسة النصية في

[1]T265–topc moss media yoo7 com a consulete 2019/ 6/ 20 1820

المدونات التراثية بين التفاصيل و الإنجاز ويلح على تقوية الروابط و تبادل الخبرات بين الجامعة و الجامعات العربية.

وقد أَضاف حول عدد المنشورات بأنه يتم التأكد من مصداقية المعلومة من خلال استشارة من له أسبقية السلطة التقديرية وهذا يدل على احترام أعضاء الخلية لمن لديه سلطة اتخاذ القرار .ومما يتوافق مع المعتقدات التنظيمية داخل المؤسسة المتمثلة في الأفكار المشتركة حول طبيعة العمل والحياة الاجتماعية في بيئة العمل وكيفية انجاز العمل والمهام التنظيمية بحيث تتجسد من خلال المشاركة في عملية صنع القرار والمساهمة في العمل الجماعي.

أجاب المحرر ان المضمون الذي يرد في شكل خبر جاهز ينشر مباشرة ، أما في حالة التغطية لحدث ما تكون فيه تعديلات في المضمون الذي سيطرح على الصفحة .وهذا يتماشى مع سياسة المؤسسة الخدماتية التي يستوجب عليها نشر الأخبار الجاهزة وجمع المعلومات عن طريق التغطيات الإعلامية للنشاطات اليومية.

وقال أيضا حول عدد المنشورات التي تنشر في اليوم أنها تحدد بوجود الأحداث من عدمه فالحدث يصنع الخبر وقت حدوثه.

وهذا يعود إلى معايير الخبر الالكتروني الذي تعتمد على حداثة الخبر وتحديثه على مدار الساعة.

– أجاب المصمم : بأنه لا تحظى جميع المواضيع المنشورة بنفس المساحة لأن جزء كبير منها يخصص للنصوص أي الأخبار وهذا راجع إلى ان اغلبها (الأخبار) يكون في شكل الكتروني يحتم على المحرر ان ينشر الخبر بصيغة مختصرة تفرضها طبيعة الخبر الالكتروني بحيث تشير الدكتورة ليلى عبد المجيد والدكتور محمد علم الدين بأن التحرير الصحفي الالكتروني يهدف إلى عدة أشياء أهمها جعل النص يتناسب مع المساحة المخصصة له وتصحيح لغته ومعلوماته وتوضيح معانيه وتعديل لهجته بما يتوافق والموضوعية المنطقية للنص بحيث تخلق نوع من التناغم الأسلوبي بين النصوص الصحفية ويعمل على تسهيل عملية الإخراج الصحفي والتي تؤدي في النهاية إلى جعل النص الصحفي الالكتروني يروق للقارئ.[1]

– كما ان إجابته عن أساس اختيار المواضيع المهمة على حسب طبيعتها لأن الأولوية في اختيارها تكون وفقا لحداثتها وأهمية مصدرها .

–وذكر أيضا على ان الألوان المعتمدة في تصميم مضمون الصفحة الرسمية تكون وفقا لما يفرضه النظام الداخلي للجامعة وهو الهوية التي تثبت شخصية المؤسسة وتميزها عن غيرها من المؤسسات في المجتمع كالاسم والعنوان والهدف والمؤسسين والنظام الهيكلي والألوان مع

[1]فريد صاح فياض وحبيب خلف ملح ،اتجاهات الاخبار في انتخابات مجلس النواب العراقي مجلة آداب الفراهيدي ،العدد 24،بغداد 2016،ص،314

المؤسسات الأخرى كما يتضمن القواعد والتعليمات الواجب إتباعها من قبل العاملين فيها والنظام التأديبي.[1]

وهذا طبقا لما لوحظ على الصفحة إضافة إلى جوابه انه يستطيع خلق الانسجام بين مضمون وشكل الصفحة وهذا راجع إلى المهارات التي يتصف بها القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية الالكترونية والتي تتمثل في القدرة على التنويع في اتخاذ القرارات المتعلقة بطبيعة النصوص المصاحبة للمادة ،والروابط المتضمنة فيها والصور الرقمية الخاصة بها وكذلك المهارة التقنية والخبرة بالوسائط المتعددة سواء في جمع المادة الإعلامية وتغطية الأحداث واسترجاعها أو تصميمها أو بثها.

نستنتج من خلال إجابة المبحوثين ان ما ينشر على الصفحة الرسمية لجامعة المدية على موقع الفايسبوك كان مخصصا في معظمه للأخبار على غرار الإعلانات والحملات والملتقيات .إذ ان هذه الأخبار تخضع إلى معايير تحددها طبيعة النشر الالكتروني وطبيعة نشاط المؤسسة مع مراعاة النظام الداخلي في عملية نشر المواضيع إضافة إلى سعى القائم بالاتصال في إبراز هذا النظام من خلال النشر المتزامن مع الأحداث والنشاطات اليومية.

[1] زهير بوجمعة شلابي ،المرجع السابق ،ص، 131

المطلب الثاني : مصادر المعلومات التي يعتمد عليها القائم بالاتصال .

تتنوع مصادر المعلومات بجامعة المدية حسب نشاطها فهي تستمد معلوماتها من وزارة التعليم العالي والبحث العلمي والكليات والمواقع وهذا ماسنحاول معرفته من خلال إجابة المبحوثين على الأسئلة التالية: بداية كان السؤال حول أهم المصادر المعتمدة من طرف خلية اليقظة ومن ثم إذا كانت المادة الإعلامية تنشر بصفة مباشرة أو تخضع لأولويات حسب المصدر .

- أجاب رئيس خلية اليقظة ان مصدر المادة الإعلامية يكون من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ثم الكليات كونها تعتبر مصادر موثوقة تفاديا للإشاعات والأخبار الكاذبة التي تزعزع مصداقية الصفحة وكذلك لان القائم بالاتصال ينبغي عليه امتلاك قوة التأثير في تغيير اتجاهات الأفراد وسلوكهم من خلال سيطرته وضبطه للأمور بالإضافة إلى قدرته على التدقيق والتمحيص وإدراك المتلقي للضبط والسيطرة يظهر في قوة المصدر أو القائم بالاتصال على تقديم الثواب والعقاب وهذا يعادل تماما التأثير والإذعان وإدراكه لأهميته يظل مرهونا بقدر اهتمام المصدر برضا المتلقي أو عدمه و إدراكه للتدقيق يكون لامتداد لقدرة المصدر على الملاحظة والتكيف أو رضا المتلقي .[1]

[1]مي عبد الله ،المرجع السابق ،ص،133

– وأجاب عن ما إذا كانت المادة الإعلامية تنشر بصفة مباشرة أم تخضع للأولويات ، بنعم وهذه الأولويات تحددها أهمية الخبر .

أجاب رئيس الخلية بأنه يتم التأكد من مصداقية المعلومة من خلال استشارة من له أسبقية السلطة التقديرية وهذا يدل على احترام أعضاء الخلية من لديه سلطة اتخاذ القرار ومما يتوافق مع المعتقدات التنظيمية داخل المؤسسة المتمثلة في الأفكار المشتركة حول طبيعة العمل والحياة الاجتماعية في بيئة العمل وكيفية انجاز العمل والمهام التنظيمية بحيث تتجسد من خلال المشاركة في عملية صنع القرار والمساهمة في العمل الجماعي .[1]

– نستنتج من خلال إجابة المبحوثين ان الجامعة تعتمد على مصادر محددة في الحصول على المعلومات وتكون الأسبقية في اختيار المعلومة من المصدر المهم إلى الأقل أهمية (الوصاية ،الكليات). وان المخول في اتخاذ القرار هو السلطة التقديرية الأمر الذي يبرز التحلي بالقيم التنظيمية التي لها دور كبير في تسيير أعضاء الخلية وبالتالي تنظيم عمل الصفحة.

المطلب الثالث: العوامل التي تساعد على فهم الثقافة التنظيمية.

تعتبر الثقافة التنظيمية عنصر موجود جنبا إلى جنب مع المكونات الأخرى للتنظيم المتمثل في الأفراد والتكنولوجيا والأهداف والهياكل التنظيمية ثم سعيا وراء معرفة العوامل

[1] ايهاب فاروق محمود العاجز ،المرجع السابق ،ص 17

المساعدة على فهم هذه العناصر عبر صفحة الفايسبوك بحيث وقمنا بطرح مجموعة من الأسئلة على معدي الصفحة واهم ماتتضمنه من المنشورات المعبرة عن العادات والتقاليد وماهية الثقافة التنظيمية وكيف تتجسد على الصفحة وما لغرض من نشر هذه المواضيع وماهي أهم المواضيع التي تبر الثقافة التنظيمية والوقت المستغرق في النشر والمعالجة والتصحيح.

أجاب رئيس الخلية أّن كفاءة العمل يمنحها التخصص أكثر من الخبرة في نشر المضامين وذلك بان المحرر هو المسؤول الأول على ما ينشر في الصفحة ولديه تكوين في مجال عمله .

وأضاف المصصم على سؤال مشابه بأن جودة العمل تتحقق اعتمادا على عامل التخصص وهذا يعود إلى الصفات العلمية أو الإعداد العلمي بحيث يجب على المشتغل بالاتصال الإداري والإعلامي في الوقت نفسه القيام بالاتصال باتجاهين والعمل في وحدة إدارية ضمن المؤسسة والمساهمة في تحقيق أهدافها لذلك فأن إعداده الدراسي يجب ان يتضمن من المواضيع مايساعده في إعداد وظيفته الإدارية والإعلامية بنجاح،وبالرغم من عدم وجود مناهج محددة للتأهيل العلمي في مجال الاتصال فأن المتعارف عليه ان ذلك يتطلب الإلمام بالمعارف.[1]

[1] الركرمة نسرين ،دور القائم بالاتصال في تفعيل الثقافة التنظيمية داخل المؤسسة الجزائرية ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة يحي فارس ،المدية ،2018 ص37 ،منقول عن الكتاب فخري جاسم سلمان، العلاقات العامة ،ص75.

- ونستنتج ان عامل التخصص له أهمية كبيرة في عملية النشر على الصفحة الرسمية على موقع الفايسبوك من خلال المعرفة التامة للقائم بالاتصال بفنيات التحرير الالكتروني ومعرفة متطلبات عمله .

وأجاب المحرر أن الوقت المستغرق في النشر والمعالجة والتصحيح يقتصر على الإعلانات التي تخضع إلى تعديلات من الناحية الإخراجية أما الأخبار تنشر بصفة مباشرة تزامنا مع وقت حدوثها مما يبرز التزام المحرر باحترام الوقت في عملية النشر وهذا مايتماشى مع القيم التنظيمية التي تعكس أو تمثل القيم في بيئة العمل بحيث تعمل هذه القيم بتوجيه سلوك العاملين ضمن الظروف التنظيمية المختلفة ومن بيتها على سبيل المثال المساواة بين العاملين والاهتمام إدارة الوقت وذكر بأنه لايتم إشراك الأعضاء الآخرين في نشر المواضيع تجنبا لحدوث الفوضى في النشر أما المصصم فقد أجاب بأنه يشارك الإعداد مع زملائه .

وأجاب المحرر والمصمم بأنهما راضيان بما يتم طرحه ما يقومان بطرحهم مواضيع على الصفحة الرسمية لجامعة المدية على موقع الفايسبوك لان هناك استقلالية في العمل وان المعالجة للمضمون تكون جماعية في بعض الأحيان لان تصميم الصفحة وجمع المعلومات يحتاج إلى تضافر الجهود بين أعضاء الخلية .

- ونستنتج ان أعضاء الخلية لديهم رضا كبير عن عملهم على الصفحة وما يتم نشره فيها وهذا راجع إلى الاستقلالية التي تمنحها المؤسسة للعاملين.

وقد أجاب رئيس الخلية ان المنشورات المعبرة عن العادات والتقاليد على صفحة الفايسبوك تتمثل في المناسبات الدينية والأعياد الوطنية والتظاهرات الثقافية والغرض من نشرها هو ترسيخ العادات في ذهن العامل أولا وفي ذهن الجمهور ثانيا . وخلق الألفة بين أعضاء الجامعة بحيث إقامة هذه الاحتفالات بهذه المناسبات يسمح بانسجامها ونسيانهم للنزاعات وبالتالي تمنحهم فرصة لزيادة المودة والاحترام المتبادل وهذه المنشورات المعبرة عن العادات والتقاليد هي مصدر من مصادر الثقافة التنظيمية حيث أنها تأثر في شخصية الفرد وتحدد نمطه السلوكي وفق هذه التقاليد وحسب المواقع الجغرافية والبيئة التي يعيش فيها الفرد وتتواجد فيها المنظمة وما يميزها من طقوس واحتفالات تتكرر بطريقة نمطية وتعزز بصورة دائمة القيم والمعايير الرئيسية فرصة لتقوية الرابط بين العاملين كما ان (المحرر) أجاب في نفس السياق عن المواضيع التي تبرز ثقافة الجامعة بأنها المناسبات الدينية والأعياد الوطنية والملتقيات والتظاهرات الثقافية والأيام الدراسية لأنها تشكل جانب من نشاط المؤسسة

وأجاب جميع المبحوثين عن درايتهم بالثقافة التنظيمية بما يلي :

رئيس الخلية والمصمم أجابا بنعم ولكن لم يقوما بشرحها أما المحرر فذكر بأنها تتمثل في الثقة المتبادلة بين الرئيس ومرؤوسيه والتي تتميز بالاحترام والرضا واحترام الوقت والمساواة بين العاملين وروح الإبداع والابتكار .

يتضح من خلال ما ذكران المصمم ورئيس الخلية لا يدركان الثقافة التنظيمية بمفهومها وإنما يمارسانها دون الإلمام بها كمصطلح واستنتجنا ذلك بعد استجوابهم عن الأسئلة الدالة عن

الثقافة التنظيمية أما المحرر فهو بدراية تامة بمفهومها ويعود هذا إلى موضوع الدراسة الذي يتدرج ضمن مجال تخصصه.

- نستنتج بأن المحرر كان على دراية بالثقافة التنظيمية ومضمونها عكس رئيس الخلية والمصمم اللذان يمارسان الثقافة التنظيمية دون الدراية بفهومها كمصطلح .

أما فيما يخص السؤال الذي وجه إلى جميع المبحوثين عن كيف تتجسد الثقافة التنظيمية عبر الصفحة الرسمية على موقع الفايسبوك فقد كانت إجابة رئيس الخلية بأنها جميع المنشورات المعبرة عن الأخبار والنشاطات بمختلف أنواعها .

أما المحرر فذكر أنها تتجسد من خلال طريقة النشر التي يحاول فيها المحرر توظيف قدراته الإبداعية من أجل إظهار مضمون الصفحة بالشكل المرغوب الذي ينتظره المتصفح بالإضافة إلى تغطية نشاطات نوادي الطلبة ونوادي العمال تطبيقا لمبدأ المساواة بين العاملين مثال على ذالك تكريم عامل الحدائق شكرا وعرفانا دعوة إلى التحفيز أما فيما يخص العادات والتقاليد فمظاهرها في الصفحة هي التهنئة في الأعياد الدينية والمناسبات الوطنية وافتتاح واختتام السنة الجامعية الذي يعتبر تقليد أكاديمي أما بالنسبة للأعراف فتتمثل على الصفحة بعدم إظهار وجوه النساء منهم العاملات والطالبات على الصفحة لأنه ذلك يتعارض مع ما هو متعارف عليه في المجتمع الجزائري أما المصمم فأجاب أن الثقافة التنظيمية تتجسد على الصفحة في عملية التسيير والتنظيم المحكم للصفحة .يتضح من إجابات المبحوثين ومفهوم الثقافة التنظيمية الذي هو مجموعة القيم والمعتقدات والمعاني والرموز

والطقوس والعادات والتقاليد والأعراف السائدة والافتراضات و الاتجاهات التي تأثر بشكل واضح على سير العمل في المنظمات وعلى طبيعة العمل الاجتماعي بين أعضاء المؤسسة.[1] وبالتالي تعمل الثقافة التنظيمية على خلق الانسجام والتكيف في بيئة العمل.

- نستنتج ان الثقافة التنظيمية تتجسد من خلال العادات والتقاليد والنشاطات العلمية والثقافية والأيام الدراسية وافتتاح واختتام السنة الجامعية والأعياد الدينية والوطنية.

وأجاب (المصمم) أن دوره يتمثل في تصميم بعض المنشورات التي تتمثل في الإعلانات والإخبار من ناحية التصميم والإخراج .

وأضاف أن شكل الصفحة يخضع للمعايير التي تفرضها بيئة العمل من حيث المضمون والألوان والشكل .

وذكر أن التغطيات الإعلامية تتميز بالديناميكية التي تجذب المتصفح لأنه يوظف جميع القدرات الإبداعية وهذا ما تفرضه التكنولوجيا التي أتاحت فرصة التجديد والتعديل.

_نستنتج ان القائم بالاتصال يوظف قدراته الإبداعية على الصفحة من اجل خلق الانسجام وجذب المتصفح.

[1] رولا محمود حجازي ، المرجع السابق ،ص 14

المطلب الرابع: الصعوبات التي تعترض القائم بالاتصال .

بالرغم من ان القائم بالاتصال يتمت بكافة المؤهلات التي تساعده في أداء عمله بطريقة جيدة ،إلا انه ينبغي عليه ان تكون هناك صعوبات تعترض أداء العمل بالصورة المرغوبة في بعض الأحيان ، وقد تكون هذه الصعوبات متمثلة في مشاكل تنظيمية أو فنية أو متعلقة بالجانب التقني .

جدول (02):يوضح المشاكل التي تواجه القائم بالاتصال

الإجابة / المبحوث	مشاكل تنظيمية		مشاكل تقنية		مشاكل فنية	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
رئيس الخلية	0	0	1	33,33 %	0	0
المحرر	0	0	1	33,33 %	0	0
المصمم	0	0	1	33,33 %	0	0
المجموع	0	0	3	%100	0	0

أجاب جميع المبحوثين حول المشاكل التي يواجهونها في إعداد الصفحة الرسمية لجامعة المدية على موقع الفايسبوك بأنها مشاكل تقنية 100 % ويعود سببها إلى سوء الانترنت والبث رغم ان مكتب خلية الإعلام والاتصال مزود بأحدث أجهزة الكمبيوتر بحيث يوجد في كل مكتب جهازين حاسوب بجميع ملحقاته وهذا يعتبر غير مقبول لأن مؤسسة جامعية بهذه الضخامة وبهذا التجهيز توجد فيها مشاكل متعلقة بهذا الجانب دون معرفة مبررات لهذا في حين تنعدم المشاكل الفنية والتنظيمية بسبب الثقة التي يمنحها المدير إلى أعضاء الخلية وحسن تسيير إدارة الصفحة من خلال الالتزام بقوانين النظام الداخلي للجامعة وهذا طبقا لأقوال المبحوثين ومن هنا يمكن القول ان المبحوثين يمارسون عملهم بشكل منظم

فالثقافة التنظيمية وجودها في المنظمة لها دور في التأثير على درجة الالتزام والانضباط الذي يظهره أفراد المنظمة واستعدادهم لبذل الجهد والولاء وإظهار انتمائهم للمنظمة لتحقيق أهدافها ومنه يتضح ان ثقافة المنظمة تعمل على توفير الظروف التي تجعل الأفراد مستعدين أو غير مستعدين لالتزام بأهداف المنظمة .[1]

ونستنتج من خلال إجابة المبحوثين ان المشاكل التنظيمية والفنية منعدمة

وهذا يعود إلى اتحادهم في الجامعة وانضباطهم اتجاه العمل الموكل إليهم

مما يعكس ان سير الإدارة يعتمد على تطبيق مبادئ الثقافة التنظيمية

[1] دنيا بوديب الثقافة التنظيمية كمدخل لإحداث التغيير التنظيمي دراسة حالة شركة بيبسي ، رسالة ماجستير تخصص تسيير الموارد البشرية جامعة الجزائر 3، 2014، ص ص93،94

استنتاجات الدراسة:

- أن الجامعة اتخذت من الفاسبوك وسيلة لنقل نشاطاتها وبالتالي اعتبرت هذه الخطوة نقلة نوعية ساهمت في توسيع مجال العمل الإداري الذي كان مقتصرا في مجال مكاني محدد لا يتخطى حدود الزمن التي توفرها شبكات التواص الاجتماعي حاليا .
- تمكن القائم بالاتصال من تكييف الممارسة الواقعية للثقافة التنظيمية على الفضاء الالكتروني اعتمادا على ما يتميز به من مؤهلات وما يكتسبه من خبرة في مجارات التطورات الراهنة لتجسيد الثقافة التنظيمية بمظاهرها عبر الصفحة الرسمية لموقع الفاسبوك .
- ان الخدمات التي يوفرها الفاسبوك منحت للقائم بالاتصال حرية التصرف والاستقلالية في أداء المهام من خلال سهولة الاتصال بن أعضاء التنظيم من خلال علاقة ودية تعززها الثقة المتبادلة بين أعضاء خلية الإعلام والاتصال .
- إن أعضاء خلية اليقظة يجسدون الثقافة التنظيمية على الصفحة الرسمية بما تحويه من مظاهر ومكونات دون الدراية التامة بمفهومها .
- إن الثقافة التنظيمية مجسدة بكامل مكوناتها على الصفحة والمتمثلة في العمل الجماعي والمساواة بين العاملين والقيم التنظيمية والمعتقدات والأعراف

نتائج الدراسة:

– اعتماد القائم بالاتصال على مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك كوسيلة فعالة تستوفي شروط التقدم والتطور ساعد بشكل كبير على تعزيز القيم التنظيمية والأخلاقية داخل المؤسسة وبالتالي تحسين صورتها وتحقيق أهدافها.

– مواكبة المؤسسة للتطورات والتغييرات الحاصلة على مستوى التنظيم بين أعضاء وفروع خلية الاعلام و الإتصال سعيا إلى زيادة فعالية الثقافة التنظيمية.

– الفهم المشترك من طرف القائمين بالاتصال لطبيعة سياسة المنظمة وتخصصهم في مجال التكنولوجيا وتحديثاتها يؤدى إلى بناء ثقافة تنظيمية قوية على الصفحة لتعبر عن شخصية المنظمة وهويتها.

– مساهمة الفايسبوك في زيادة كفاءة التنظيم عن طريق الاستقلالية التي يمنحها لأعضاء المؤسسة أزاح الأداء المحتكر من طرف الإدارات.

خاتمـــــة

خاتمة:

من خلال دراستنا التي تضمنت الجانب النظري والجانب التطبيقي حاولنا التعرف على دور القائم بالاتصال في تكريس الثقافة التنظيمية على موقع الفيسبوك لجامعة المدية ، وجدنا بأن القائم بالاتصال له دور فعال في تفكيك جزئيات الثقافة التنظيمية واستخلاص عناصرها بناءا على مايتمتع به من كفاءة وقدرة على ربطها بمكوناتها التي تتمثل في القيم والعادات والأعراف والاتجاهات ،التي تجمع أعضاء المنظمة بعضهم ببعض ، كما خلصنا إلى ان هذه المعتقدات تجسدها على الصفحة الرسمية لموقع الفيسبوك النشاطات اليومية للجامعة بما تحويه من تفاعلات تعكس روح المودة والمساواة والنظام القائم بين أعضاء الخلية ،وهذا يعتبر هدف المؤسسة الذي يتمثل في التعريف بنفسها وإيصال خدماتها إلى المتصفح بتسخير كافة الإمكانيات والموارد التي تلائم النشاط والعصر أن التحلي بالالتزام والانتماء من قبل القائمين بالاتصال يزيد من إخلاصهم وولائهم وهذا يمثل ميزة تنافسية ومكسب للمؤسسة إلى جانب مبادئ الثقافة التنظيمية باعتبارها تحظى باهتمام كبير، لأنها الأصل في المؤسسة وأن نمط الثقافة السائدة فيها يحدد نجاحها أو فشلها، لذا وأن الجامعة تحاول تعزيز الثقافة التنظيمية بما يتناسب مع التطور التكنولوجي ،ثم إن الفيسبوك تخطى خاصية التواصل بين الأفراد ليشمل المعاملات الإدارية في المؤسسات ، وبناءا على هذا فقد أخذت منه جامعة المدية وسيلة تنقل من خلالها سياستها وتوجهها وعامل مساعد على تأدية الخدمات وبالتالي أصبح يحظى بأهمية لا تقل عن مكونات الإدارة الجامعية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

1. بن مرسلي أحمد مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ط2،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر ،2015.

2. بورس يورك ، مهارات الإدارة علم نفسك بالطريقة المثلى في 24 سا، ط1، مكتبة

3. التميمي محمد عبد العال و آخرون، طرق و منهاج البحث العلمي، ط1، الورق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008

4. الجراح محمود محمد، أصول البحث العلمي، ط، دار الراية للنشر والتوزيع ، الأردن

5. جمال الدين المرسي، الثقافة التنظيمية و التغيرات ، بط، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، بدون سنة نشر،

6. حجاب محمد منير، المعجم لإعلام ، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر القاهرة، ط1، 2014

7. حسن مريم ، السلوك التنظيمي سلوك الأفراد و الجماعات في منظمات الأعمال، دط، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2004.

8. الحطامي عبد الباسط محمد عبد الوهاب، تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها، ط1، الأفاق المشرقة ناشرون، الإمارات العربية المتحدة، الشارقة، 2011.

9. خليفة ايهاب ،حروب مواقع التواصل الاجتماعي، دار العربي للنشر و التوزيع، القاهرة مصر،2016

10. شلابي زهير بوحملة ، الصراع التنظيمي و ادارة المنظمة ، ط1، دار اليازوري، عمان الأردن ، 2011

11. عبد الرحيم إبراهيم، مواقع التواصل الإجتماعي و السلوك الإنساني، دار صفاء للنشر، عمان الأردن، 2015

12. العبد الله مي، نظرية الاتصال ، دار النهضة العربية، بيروت لبنان ، 2006.

13. عليان مصطفى ريحي وآخرون ،أساليب البحث العلمي الأسس النظرية والتطبيق العملي دار الحامد للنشر والتوزيع ،الأردن عمان، 2007.

14. العيفة جمال، مؤسسات الإعلام و الاتصال الوظائف الهياكل الأدوار، ب ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2010

15. قنديلجي ابراهيم عامر، الإعلام و المعلوماتية والأنترنت، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2013

16. قنديلجي عامر إبراهيم و أخرون، شبكات المعلومات و الإتصالات، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع عمان 2009

17. كريم حسن محمود، تصميم المنظمة الهيكل التنظيمي و اجزاء العنل، ب ط، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

18. كمال بوالشرش، الثقافة التنظيمية والأداء في العلوم السلوكية والادارية، ط1 دار الأيام للنشر والتوزيع عمان الأردن 2000

19. كمال راسم محمد، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، القاهرة، 1999

20. محمد عبد الغفار فيصل ، شيكات التواصل الاجتماعي، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان ،2015

21. محمد منير حجاب، نظرية الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مصر،2010

22. محمود سلمان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال،ط1، دار وائل للنشر والتوزيع 2002 ، عمان

23. المزاهر منال هلال، ، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،عمان، 2012

24. مكاوي حسن عماد، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الطبعة الثانية، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة 1997.

الرسائل:

1. أبو يزيد أثير محمد، أثر تكنولوجيا المعلومات على الثقافة التنظيمية ، دراسة تطبيقية على المنظمات الغير حكومية في قطاع غزة ، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في العلوم الاقتصادية و الإدارية ، غزة ، 2017

2. إيهاب فاروق مصباح العاجز ، دور الثقافة التنظيمية في تفعيل تطبيق الإدارة الإلكترونية، رسالة ماجيستير في إدارة الأعمال ، الجامعة الإسلامية ، غزة،2011.

3. بوديب دنيا ،الثقافة التنظيمية كمدخل لإحداث التغيير التنظيمي ،دراسة حالة شركة بيبسي ،رسالة ماجستير ،تخصص الموارد البشرية ،جامعة الجزائر 3 ،2014ص ص 93،94 .الدحوج أحمد ، تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية facebook في الجامعات الفلسطينية مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قسم المناهج وطرق التدريس كلية التربية في الجامعة الاسلامية بغزة،2012.

4. تلاحمة محمد ثائر، حراسة البوابة الإعلامية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الانترنت،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط ،2012.

5. حجازي رولا محمود ، أزمات الثقافة التنظيمية السائدة في جامعات الفلسطينية في محافظات غزة وعلاقتها بإدارة المعرفة ، رسالة ماجيستير ، كلية التربية ، قسم أصول التربية، إدارة تربوية من الجامعة الإسلامية غزة 2015

6. حسن الصفدي فلاح سلامة ،استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير ،قسم الصحافة، الجامعة الاسلامية غزة ،2015.

7. حورية بالعويدات استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجيستير في الاتصال والعلاقات العامة ، قسنطينة، 2008

8. عبد الكريم سكيك هشام أحمد ،دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير من قسم الصحافة والاعلام الجامعة الاسلامية غزة ،2014.

9. عبد يونس بسمة حسين ،إدمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاضطرابات النفسية لدي طلبة الجامعة في محافظة غزة ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس من كلية التربية ،جامعة الازهر، غزة ،2016.

المذكرات

1. الركرمة نسرين، دور القائم بالاتصال في تفعيل الثقافة التنظيمية داخل المؤسسة الجزائرية ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة يحي فارس ،المدية،2018.

2. فيلالي أحلام، استخدام موقع الفاسبوك على التحصيل العلمي لدى الطلبة الجامعيين مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية ،جامعة العربي بن مهيدي ،ام البواقي ،2017.

المجلات:

1. إبراهيم سعد محمد ،الاتجاهات الحديثة في دراسة القائم بالاتصال ،المجلة الحديثة لبحوث الرأي ،العدد4، القاهرة ،2000،ص18.

2. جبر الكناني محسن جلوب،مفهوم القائم بالاتصال في القنوات الفضائية العراقية ،مجلة آداب الدراهيدي،العدد14،بغداد،2013،ص351.

3. جياد زين الدين محمد ،توظيف العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي في إدارة سمعة الشركات ،مجلة آداب الفراهيدي، العدد28،بغداد،2017،ص302.

4. الخثير حسين، فواز واضح ،الابتكار في الاعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي ،مجلة ميلاف للبحوث والدراسات،العدد4،الجزائر 2016،ص125.

5. طلب ناضل مشتاق ،دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي،مجلة تكريت للعلوم السياسية ،بغداد،العدد 12،2014،2017،ص211.

6. فياض فريد صاح وملح حبيب خلف ،اتجاهات الأخبار في انتخابات مجلس النواب العراقي، مجلة آداب الفراهيدي ،العدد24،بغداد 2016،ص،314.

المواقع:

1. http //mwdoo3.com consute 2019/6/15 23 16

2. www. accroline com-arab centre for cubrspace reserch consulte le 19-05-2019a 22h52

3. t265-topc moss media yoo7 com consulte a 2019/6/20 -18/20

الملاحق

الملحق رقم (01) **جامعة يحي فارس بالمدية**

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

دليل المقابلة

مقابلة حول موضوع: دور القائم بالاتصال في تكريس الثقافة التنظيمية عبر الفايسبوك

دراسة حالة جامعة يحي فارس المدية.

- الاسم واللقب: يوسف ماعي - مكان إجراء المقابلة: مكتب خلية

أستاذ جامعي تخصص قانون الإعلام والاتصال

الوظيفة: رئيس مكتب خلية الإعلام والاتصال - تاريخ إجراء المقابلة: 2019/06/10

- الساعة: 14:20

من إعداد الطالبتين: تحت إشراف:

شويحي أمينة. د/ فندوشي ربيعة.

ولد أحمد خديجة.

الموسم الجامعي 2019/2018.

الاسئلة :

1-ماهي أهم المضامين التي يتم اختيارها من طرفكم لنشرها على الصفحة الرسمية للجامعة على موقع الفاسبوك (حملات إعلانات،أخبار)؟

2 -ماهو مصدر المادة الإعلامية (أعضاء الخلية ،الكليات،الوصاية،المواقع)؟

3 -هل تنشر المادة الإعلامية بصفة مباشرة أم تخضع لأولويات حسب المصدر ؟

4 -هل تخضع المادة الإعلامية إلى تنقيح أو تعديل من طرف أعضاء الخلية ؟

5 -هل يتم التأكد من مصداقية المعلومة وعلى أي أساس يتم ذالك ؟

6 -ماهي درجة كفاءة العمل التي تمنحها خبرة الشخص أم التخصص في نشر المضامين عبر الصفحة الرسمية على موقع الفايسبوك؟

7 -لأي غرض تقومون بنشر الاحتفاليات التي تنظمها الجامعة تقديرا للجهود المبذولة من طرف العاملين ؟

8 -ماهي المنشورات المعبرة عن العادات والتقاليد في صفحة الفايسبوك ؟

9 -ماهو الغرض من نشر هذه المواضيع المتعلقة بالعادات والتقاليد ؟

10- ماهي المشاكل التي تواجهكم في إعداد الصفحة الصفحة الرسمية ؟

11– هل أنت على دراية بالثقافة التنظيمية للجامعة؟

12– كيف يتم تجسيدها على الصفحة ؟

الملحق رقم (02) **جامعة يحي فارس بالمدية**

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

دليل المقابلة

مقابلة حول موضوع: دور القائم بالاتصال في تكريس الثقافة التنظيمية عبر الفايسبوك

دراسة حالة جامعة يحي فارس المدية.

- الاسم واللقب: خير الدين بن عيسى
أستاذ جامعي تخصص إعلام آلي
الوظيفة: مصمم الصفحة الرسمية

- مكان إجراء المقابلة: مكتب خلية الإعلام والاتصال

- تاريخ إجراء المقابلة: 2019/06/10

- الساعة: 11:00

من إعداد الطالبتين:
شويحي أمينة.
ولد أحمد خديجة.

تحت إشراف:
د/ فندوشي ربيعة.

الموسم الجامعي 2019/2018.

الأسئلة

هل أنت راض على ما تقوم به في إعداد صفحة الفايسبوك لجامعة المدية ؟

– هل يخضع شكل الصفحة للمعايير التي تفرضها طبيعة نشاط الجامعة؟

–هل جميع المواضيع المنشورة يحظى مضمونها بنفس المساحة على الصفحة الرسمية؟ (الكتابة ، النصوص، الصور)

– على أي أساس يتم اختيار المواضيع المهمة ؟

– هل تتميز التغطيات الإعلامية على الصفحة بالديناميكية التي تجذب المتصفح أم أنها تتصف بالجمود؟

– هل تعتمد على ألوان محددة في تصميم مضمون الصفحة بجامعة المدية على موقع الفايسبوك ؟

– على أي أساس يتم اختيار الألوان ؟

– هل تستطيع خلق الانسجام بين مضمون وشكل الصفحة الرسمية بجامعة المدية على موقع الفايسبوك؟

– هل تقوم بإشراك المحتوى مع أعضاء الخلية

– ماهي المشاكل التقنية التي تواجهها في تصميمك للصفحة 11– هل أنت على دراية بالثقافة التنظيمية للجامعة؟

– كيف يتم تجسيدها على الصفحة ؟

– هل أنت على دراية بالثقافة التنظيمية للجامعة ؟

– كيف يتم تجسيدها على الصفحة ؟

الملحق رقم (03) **جامعة يحي فارس بالمدية**

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

دليل المقابلة

مقابلة حول موضوع: دور القائم بالاتصال في تكريس الثقافة التنظيمية عبر الفايسبوك

دراسة حالة جامعة يحي فارس المدية.

- الاسم واللقب: هارون عمر - مكان إجراء المقابلة: مكتب المقاولاتية

أستاذ جامعي تخصص اقتصاد - تاريخ إجراء المقابلة: 2019/06/10

الوظيفة: محرر الصفحة الرسمية - الساعة: 15:30

من إعداد الطالبتين: تحت إشراف:

شويحي أمينة. د/ فندوشي ربيعة.

ولد أحمد خديجة.

الموسم الجامعي 2019/2018.

الأسئلة:

-هل يتم نشر المضمون كما ورد إلى مصالحكم أم تكون هناك تعديلات من قبلة؟

-كم عدد المنشورات التي تنشر في اليوم.؟

-على أي أساس يتم اختيارك للمواضيع المطروحة.؟

-هل تستغرق هذه المنشورات وقت معين قبل النشر من اجل المعالجة والموافقة والتصحيح؟

-ماهي المواضيع التي تبرز ثقافة الجامعة على الصفحة الرسمية لجامعة المدية على موقع الفايسبوك؟

-هل يتم النشر تزامنا مع المناسبات فقط أم آن هناك اعتبارات أخرى؟

- هل تقومون بإشراك الأعضاء الآخرين في نشر المواضيع عبر الصفحة الرسمية بجامعة المدية على موقع الفايسبوك؟

- مامدى رضاك على هذه المواضيع التي بتم طرحها على الصفحة الرسمية لجامعة المدية على موقع الفايسبوك؟

- ماهي المشاكل التنظيمية التي تواجهها في نشر المواضيع على صفحة الفايسبوك ؟ وهل لها بعامل التخصص أم عوامل أخرى؟

هل تعالجونها بصفة فردية أم بصفة جماعية؟

هل أنت على دراية بالثقافة التنظيمية للجامعة ؟

كيف يتم تجسيدها على الصفحة الرسمية بالجامعة على موقع الفايسبوك؟

الملحق رقم(04):

الأستاذ	التخصص
حراث سمير	علم الاجتماع
معياش إدير	علوم الاعلام والاتصال
لعيدي موسى	علوم سياسية وعلاقات دولية

الملحق رقم (05)



الفهـــــرس

الفهرس

العنوان	الصفحة
شكر	
إهداء	
مقدمة	05
الإطار المنهجي	
1- الإشكالية	8
2- تساؤلات الدراسة:	10
3-تحديد المصطلحات	10
4- اسباب اختيار الموضوع	13
5- أهداف الدراسة	14
6- اهمية الدراسة	14
7- منهج الدراسة	15
8-أداة جمع البيانات	16

9- مجالات الدراسة	18
10- مجتمع البحث وعينته	19
11- الدراسات السابقة	20
12- التعقيب على الدراسات السابقة:	28
الفصل الأول الثقافة التنظيمية في ظل التكنولوجيا الحديثة	
تمهيد	31
المبحث الأول مدخل إلى المؤسسة	32
المطلب الأول مفهوم المؤسسة	32
المطلب الثاني خصائص المؤسسة	33
المطلب الثالث عناصر المؤسسة	35
المطلب الرابع أهمية المؤسسة	37
المبحث الثاني ماهية الثقافة التنظيمية	40
المطلب الأول مفهوم الثقافة التنظيمية	40
المطلب الثاني عناصر الثقافة التنظيمية	41
المطلب الثالث مظاهر الثقافة التنظيمية	44

المطلب الرابع أهمية واثر الثقافة التنظيمية في مكونات المؤسسة	47
المبحث الثالث استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة وعلاقته بالثقافة بالثقافة التنظيمية	48
المطلب الأول الجانب المادي لتكنولوجيا الاتصال بالمؤسسة	49
المطلب الثاني خصائص تكنولوجيا الاتصال بالمؤسسة	52
المطلب الثالث أنواع شبكات الاتصال بالمؤسسة	55
المطلب الرابع تكنولوجيا اتصال والثقافة التنظيمية	60
خلاصة	63
الفصل الثاني :القائم بالاتصال ودوره في إبراز الثقافة التنظيمية على موقع الفايسبوك	
تمهيد	65
المبجث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي	66
المطلب الأول :مفهوم مواقع التواصلالاجتماعي	66
المطلب الثاني :خصائص مواقع التواصل الاجتماعي	67
المطلب الثالث :أهم مواقع التواصل الاجتماعي	69
المطلب الرابع :ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي	75

المبحث الثاني : عناصر الثقافة التنظيمية على موقع الفايسبوك	77
المطلب الاول: مدخل إلى الفيسبوك	78
المطلب الثاني :الفايسبوك كدعامة إعلامية	79
المطلب الثالث :استخدام الفيسبوك لإبراز الثقافة التنظيمية	81
المبحث الثالث: القائم بالاتصال ودوره في البيئة الإعلامية الالكترونية	85
المطلب الأول: مفهوم القائم بالاتصال	86
المطلب الثاني: خصائص القائم بالاتصال	87
المطلب الثالث: القائم بالاتصال ومتغيرات العمل في بيئة الإعلام الجديد	89
خلاصة	92
الفصل الثالث: القائم بالاتصال ودوره في إبراز الثقافة التنظيمية بجامعة المدية	
تمهيد	**95**
المبحث الاول :البيانات المتعلقة بخلية الاعلام والاتصال	96
المطلب الاول: بطاقة فنية عن الجامعة	96
المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي لجامعة المدية	99

المطلب الثالث :الصفحة الرسمية للجامعة	101
المبحث الثاني: الثقافة التنظيمية بالصفحة الرسمية على موقع الفيسبوك.	102
المطلب الأول: مواضيع الفيسبوك في الجامعة	102
المطلب الثاني : مصادر المعلومات التي يعتمد عليها القائم بالاتصال .	107
المطلب الثالث: العوامل التي تساعد على فهم الثقافة التنظيمية.	108
المطلب الرابع: الصعوبات التي تعترض القائم بالاتصال .	116
استنتاجات الدراسة	116
نتائج الدراسة الدراسة	117
خاتمة	119
قائمة المراجع	121
الملاحق	133
الفهرس	