جامعة يحي فارس – المدية–

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

دور الموقع الإلكتروني للجامعة في تواصل الطالب مع الإدارة

دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة يحي فارس بالمدية

في الفترة الممتدة ما بين 01 فيفري الى 30 أفريل 2017

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالب:

– كتابي محمد

إشراف:

– د. حمدي وردة

الموسم الجامعي:

2017/2016

كلمة شكر

قال تعالى:".... واشكروا نعمة الله إن كنتم إياه تعبدون"

ففي البداية أشكر الله تعالى وأحمده على نعمه التي أنعمها علي وتوفيقه لي لإتمام هذا العمل .

- أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى كل من:
- الأستاذة المشرفة "د. حمدي وردة" التي رافقتني طوال مدة إنجاز هذا العمل والتي لم تبخل علي بالنصح والإرشاد وكل الأساتذة اللذين درست عندهم، كما أتقدم بجزيل الشكر إلى كل القائمين على الموقع الإلكتروني لجامعة المدية وأخص بالذكر السيدين محمد قارة برنو وفؤاد حلوان .
- إلى كل من قدم لي يد المساعدة ولو بكلمة طيبة.

أقول لكم جميعا وفقكم الله وجزاكم ألف خير.

إهداء

الحمد لله الذي به تتم الصالحات، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين

أهدي هذا العمل :

إلى من لا يمكن للكلمات ان توفي حقهما ...

إلى من لا يمكن للأرقام ان تحصي فضائلهما ...

إلى والداي العزيزين أدامهما الله لي وأطال في عمرهما

إلى زوجتي الكريمة والى كل اخوتي واخواتي وابنائهم

إلى كل الأصدقاء والزملاء

إلى كل الأساتذة الكرام وكل رفقاء الدراسة

إلى كل من يعرفني..... أهدي ثمرة جهدي .

محمد كتابي

دور الموقع الالكتروني للجامعة في تواصل الطالب مع الإدارة

مقدمة

الاطار المنهجي

- الإشكالية
- التساؤلات والفرضيات
- أسباب اختيار الموضوع
- اهداف الدراسة
- أهمية الدراسة
- تحديد المفاهيم
- منهج الدراسة
- مجتمع البحث
- أدوات جمع البيانات
- الدراسات السابقة

الاطار النظري

الفصل الأول : الاتصال والعلاقات العامة في المؤسسة

المبحث الأول : مفهوم الاتصال وأهدافه في المؤسسة

المطلب الأول : مفهوم الاتصال في المؤسسة
المطلب الثاني : أهداف الاتصال في المؤسسة
المطلب الثالث : أهمية الاتصال في المؤسسة

المبحث الثاني : ماهية ونشأة العلاقات العامة في المؤسسة

المطلب الأول : مفهوم العلاقات العامة ونشاتها
المطلب الثاني : وسائل العلاقات العامة
المطلب الثالث : أهمية العلاقات العامة في المؤسسة

المبحث الثالث : تكنولوجيا الاتصال الحديثة والعلاقات العامة في المؤسسة

المطلب الأول : العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال الحديثة
المطلب الثاني : الوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة الحديثة
المطلب الثالث : استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجالات الاتصال والعلاقات العامة

الفصل الثاني : الانترنيت والمواقع الالكترونية للمؤسسات

المبحث الأول : مفهوم الانترنيت واستخداماتها

المطلب الأول : مفهوم الانترنيت ونشاتها وتطورها

المطلب الثاني : التعليم عبر شبكة الانترنيت
المطلب الثالث : إيجابيات وسلبيات الانترنيت

المبحث الثاني : مفهوم المواقع الالكترونية وطرق تصميمها

المطلب الأول : تعريف المواقع الالكترونية ومكوناتها
المطلب الثاني : أنواع المواقع الالكترونية
المطلب الثالث : طرق تصميم المواقع الالكترونية وجودتها

المبحث الثالث : العلاقات العامة والانترنت

المطلب الأول : العلاقات العامة والانترنت
المطلب الثاني : مظاهر استفادة العلاقات العامة من الانترنت

الاطار التطبيقي

الفصل الثالث : الموقع الالكتروني لجامعة المدية ودوره في تواصل الطالب مع الإدارة

المبحث الأول : بطاقة فنية عن جامعة يحي فارس بالمدية وموقعها الالكتروني

المبحث الثاني : تفريغ البيانات وتحليلها

المبحث الثالث : نتائج الدراسة

الخاتمة

مقدمة

مقدمة

شهد العالم منذ نهاية القرن العشرين ثورة تكنولوجية وتطورا متسارعا في مجال التقنية واستعمال الحاسب وخاصة ومع ظهور الانترنيت وانتشارها الواسع وظهور مجتمع رقمي يكاد يعتمد في كل تعاملاته الكترونيا ، حيث تعد الأنترنت من اهم مصادر التعليم عبر العالم وذلك نظرا للكم الهائل من المعلومات التي توفرها مما شجع مستخدميها للتعمق فيها والبحث عبرها، كما انها جلبت جمهورا كبيرا بمختلف اطيافه واعراقه وتوجهاته ، وهذا ما شجع ايضا المؤسسات والمنظمات على مسايرة هذا التطور ومواكبته ، بل وأصبح هذا أمرا محتما على هذه المؤسسات والمنظمات فأصبح لزاما عليها إيجاد طرق جديدة للتواصل مع جمهورها داخليا وخارجيا ، ومن هنا ظهرت المواقع الالكترونية الخاصة بتلك المؤسسات يشرف عليها ويديرها موظفون وعمال تقنيون أكفاء وذو خبرة في مجال الحاسب والتكنولوجيات الحديثة قصد تقديم الخدمات والتواصل مع جمهور تلك المؤسسات والمنظمات ، او حتى اقناع وجذب جمهور ومشتركين جدد .

فاصبح الموقع الالكتروني الصورة او الواجهة الامامية لأي مؤسسة او منظمة على الشبكة العنكبوتية ، حيث أصبحت اغلب تعاملات هذه المؤسسات مع جمهورها تتم عبر بوابتها الالكترونية والمتمثلة في موقعها الالكتروني خاصة مع تنوع هذا الجمهور وانتشاره الواسع في أماكن جغرافية شاسعة واختلاف عرقه وثقافته وتقاليده وعاداته ، وهو ما سهل على هذه الشركات عملية التواصل معه وبناء علاقات حسنة معه بتوفير خدماتها له على موقعها الالكتروني ، اين وفرت عليه الوقت والجهد والمال ، ووفرت على نفسها أيضا الكثير من الجهد والمال في سبيل التعريف بنفسها وبنشاطها واهدفها وتوضيح صورتها وتلميعها لدى جمهورها بصفة خاصة ومستخدمي الانترنت بصفة عامة ، فقد اصبح الموقع الالكتروني بمثابة اشهار للمؤسسة ولمنتوجها او خدماتها لا يكلفها الكثير من المال او الجهد كالإشهار التقليدي مثلا .

ولما كان الاتصال المؤسساتي عصب وشريان الحياة لأي مؤسسة أو منظمة سواء كان ذلك داخليا أو خارجيا ، فلا يمكن لأي مؤسسة أن تستمر دون وجود اتصال فعال ومستمر

ومتطور مع جمهورها الداخلي والخارجي ، ولا يمكن لرجل العلاقات العامة او المكلف بها في أي مؤسسة ان يؤدي وظيفته على اكمل وجه دون وجود اتصال فعال وقوي مع جميع المتعاملين مع المؤسسة سواء كانوا من داخلها او خارجها ، جاء التطور التكنولوجي وتطور تقنيات الاتصال الحديثة وظهور ما يعرف بالأنترنت لتضع وسائل وأساليب جديدة استغلها الاتصال المؤسساتي ورجال العلاقات العامة وطورها لخدمة مصالح المؤسسات الاتصالية .

ومن هنا سايرت غالبية المؤسسات والمنظمات مهما كان نشاطها خدماتيا او اقتصاديا هذا التطور والتوجه الجديد ، وقامت بإنشاء مواقع الكترونية خاصة بها واهتمت كثيرا بجودة تصميمها وبالخدمات التي تقدمها وتحديثها كلما لزم الامر ومتابعتها دائما .

وجامعة المدية مثلها مثل باقي المؤسسات الجامعية والمؤسسات الأخرى سواء وطنيا او دوليا عملت على إنشاء موقع الكتروني خاص بها يكون بمثابة منارة وهمزة وصل بينها وبين جمهورها ، ومن بين جمهور الجامعة هناك الطلبة الذين يزاولون دراستهم بها حيث أصبح اتصالهم ومعظم تعاملاتهم مع الإدارة يمر عبر الموقع الالكتروني للجامعة وهذا في إطار مشروع رقمنة الجامعة ورقمنة كل أنشطتها الاتصالية سواء كانت مع الطلبة أو مع غيرهم من المتعاملين معها ، وعلى هذا الأساس نطرح سؤال الإشكالية التالي :

ما درجة مساهمة الموقع الالكتروني لجامعة المدية في تواصل الطالب مع الادارة ؟

وهي إشكالية رئيسية تندرج تحتها التساؤلات الفرعية التالية :

- ما هي صفات تصفح الطالب الجامعي للموقع الإلكتروني للجامعة ؟
- ما هي أسباب و دوافع زيارة الموقع الالكتروني ؟
- كيف يقيم طلبة جامعة يحي فارس بالمدية الموقع الالكتروني لها ؟

وكإجابة أولية على السؤال المحوري للدراسة قمنا بصياغة الفرضية التالية :

- **يساهم الموقع الالكتروني للجامعة بشكل كبير في تسهيل تواصل الطالب مع الادارة.**

أسباب اختيار الموضوع :

هناك مجموعة من الأسباب وراء اختيار هذا الموضوع ، وقد تم تقسيمها الى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية .

1/ الأسباب الذاتية :

- الشغف العلمي والاهتمام الشخصي بالموضوع .
- الرغبة في اثراء البحوث العلمية ، اذ تعد هذه الدراسة من المواضيع الجادة بالنظر الى أهمية الموقع الالكتروني للمؤسسة ودوره في تواصلها مع جمهورها .
- الرغبة في إثراء البحوث العلمية ,إذ تعد هذه الدراسة من المواضيع الجادة بالنظر إلى أهمية الموقع الالكتروني للمؤسسة ودوره في تواصلها مع جمهورها.
- بالإضافة إلى التدرب على إجراء بحوث علمية ميدانية للتحكم في إجراءات البحث العلمي.

2/الأسبـــــاب الموضوعية:

- يعتبر الموقع الإلكتروني للمؤسسة واجهتها الخارجية وصورتها الأولى في الانترنيت امام جمهورها وبالتالي وجب الاهتمام به ودراسة مختلف الجوانب التي تساعد على نجاحه في العملية الاتصالية مع ذلك الجمهور .
- اختيار جمهور الطلبة، فذلك راجع لأهمية هذه الفئة في المجتمع، بافتراضها الأكثر وعيا وتعلما ، إضافة إلى كبر حجمها في الجزائر، كما أنها الطبقة الأكثر استعمالا للأنترنت والتكنولوجيا الحديثة للاتصال .
- حداثة وجدية الموضوع، حيث تنطلق حداثته من حداثة التكنولوجيا واستغلالها في ميدان الاتصال.
- قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع خصوصا في بلادنا .

أهداف الدراسة

- ✓ معرفة انماط وصفات تصفح الطلبة للموقع الالكتروني لجامعة المدية .
- ✓ دوافع واسباب تصفح الطلبة للموقع الالكتروني لجامعة المدية .
- ✓ معرفة مدى قدرة الموقع الالكتروني لجامعة المدية في تسهيل التواصل بين الادارة والطلبة وهل استطاع اخذ مكان الاتصال التقليدي الذي كان من قبل .
- ✓ معرفة آراء الطلبة ونظرتهم نحو الموقع الالكتروني للجامعة وهل كان عند مستوى تطلعاتهم .

أهمية الدراسة

تتجلى أهمية هاته الدراسة كونها تتناول ظاهرة اتصالية جديدة تستخدم فيها الوسائل التكنولوجية الحديثة وهي تواكب التطور الحاصل خاصة في مجال التقنية وكذا التوجهات الحديثة للاتصال والعلاقات العامة في استخدام هذه التكنولوجيا والاستفادة منها ، وبما ان الجامعة هي منارة للعلوم ويعد جمهورها جمهورا واعيا ومثقفا فجاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على مدى وواقع استخدام الموقع الالكتروني للجامعة في ضبط التواصل بين الادارة والطلبة .

تحديد مفاهيم الدراسة

1/ الانترنت :

الانترنت هي عبارة عن دائرة معارف عملاقة ، يمكن للمشتركين فيها الحصول على المعلومات حول أي موضوع معين في شكل نص مكتوب او مرسوم او خرائط ، او التراسل عن طريق البريد الالكتروني ...، وهي تضم ملايين من اجهزة الحواسيب ، تتبادل المعلومات فيما بينها وتستخدم الحواسيب المرتبطة بالشبكة ، بما يعرف تقنيا بالبروتوكول (protocol) والسيطرة ولغرض تامين الاتصالات الشبكية [1].

[1] -عبد الملك ردمان الدناني ، **الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت** ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ،2003 ، ص 33-34.

2/ الموقع الالكتروني :

هو عباره عن مجموعة من الموضوعات والملفات الموجودة على خادم الموقع .

ويمكن تعريف الموقع الالكتروني لجامعة المدية بانه عبارة عن مجموعة من المواضيع والملفات الموجودة على خادم الويب ، يتم من خلالها تقديم خدمات اتصالية متنوعة : كالكتب، الرزنامات ، مختلف الاعلانات ، الملتقيات العلمية ...الخ. وهذه المواضيع تخص مختلف الجماهير الداخلية والخارجية .

3/الاتصال :

الاتصال بشكل عام هو عملية نقل وتبادل المعلومات بين المرسل والمستقبل عبر وسيلة ما مع حدوث ردة فعل لدى المستقبل .

والاتصال في المؤسسة هو إنتاج أو توفير أو تجميع البيانات والمعلومات الضرورية لاستمرارية العملية الإدارية ونقلها وتبادلها أو إذاعتها، بحيث يمكن للفرد أو الجماعة إحاطة الغير بأمور أو أخبار أو معلومات جديدة أو التأثير في سلوك الأفراد أو الجماعات أو التغيير والتعديل في هذا السلوك أو توجيهه .[1]

4/ العلاقات العامة :

هي علم وفن يستخدم الاتصال بأساليبه ووسائله بين المنظمة وبين الجمهور الداخلي والخارجي، فيقوم على الثقة المتبادلة من أجل تحقيق أهداف المؤسسة في ضوء ما ترسمه من خطط وسياسات .

منهج الدراسة :

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي لا تقتصر على مجرد جمع البيانات الاحصائية فقط ، وانما تعتمد على تصنيف البيانات والحقائق وتفسيرها وتحليلها تحليلا شاملا، واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة ، وعند القيام باي دراسة علمية لابد من اتباع

[1] -مصطفى حجازي ، **الاتصال في العلاقات الانسانية والادارية** ، دار الطليعة ، بيروت ، 1992 ، ص 19 .

خطوات فكرية منظمة وعقلانية وهادفة من اجل بلوغ نتيجة ما ، وذلك باتباع منهج يتناسب وطبيعة الدراسة المتطرق اليها وبذلك فقد عرف المنهج بانه :" هو الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل الى نتيجة معلومة ".[1]

وتختلف المناهج باختلاف طبيعة المواضيع المدروسة ولكل منهج وظيفته وميزاته، التي يستخدمها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة .

وبما ان دراستنا تتمحور حول دور الموقع الالكتروني للجامعة في تواصل الطلبة مع الإدارة فان المنهج المناسب لدراسة هذا الموضوع هو المنهج الوصفي وذلك بإجراء مسح للظاهرة ووصفها كما هي في الواقع والتعبير عنها تعبيرا كميا ووصفيا ومن ثم الوصول إلى استنتاجات عامة حول هذه الظاهرة .

ويعتبر الباحث عمار بوحوش بأن المنهج الوصفي التحليلي يتضمن عدة عمليات لتحديد الغرض منه وتعريف مشكلة البحث وتحليلها وتحديد نطاق المسح وفحص جميع الوثائق المتعلقة بالمشكلة وتقديم النتائج، وأخيرا الوصول إلى الاستنتاجات واستخدامها[2].

ويعرف عامر مصباح المنهج الوصفي بأنه " مجموعة الأدوات الكمية (البيانات وحسابها بالطرق الإحصائية) والكيفية (خطوات بناء الإشكالية والفرضيات والمتغيرات) التي تساعد الباحث على وصف وتحديد خصائص ظاهرة اجتماعية معينة وتحديد طبيعة العلاقات بين متغيراتها وعناصرها تحديدا كميا (حساب العلاقة بالطرق الإحصائية مثل قانون سبيرمن) أو كيفيا (تحليل وتفسير النتائج وقراءة الأرقام المبوبة في الجداول) والوصول في نهاية المطاف إلى تعميمات" [3].

وباعتمادنا على المنهج الوصفي لدراسة هذه الظاهرة فان افضل طريقة لجمع البيانات وتحليلها هو استخدام أسلوب المسح الاجتماعي .

---

[1] - رجاء وحيد الدويدي، **البحث العلمي أساسياته النظرية وأدواته العلمية**، دار الفكر ، دمشق،2000، ط 1 ،ص 129.

[2] - عمار بوحوش ، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث** ،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2009،ط 2، ص 139 .

[3] - عامر مصباح ، **منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر،2008، ص 87 .

والمسح لغة هو : إمرار اليد على الشيء السائل أو المتلطخ وهو يعني إزالة ما لطخ الشيء من غبار أو تراب أو غير ذلك من المواد حتى تبرزه عن حقيقة لغيره.

ويعرف الباحث محمد زيان عمر المنهج المسحي بأنه دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية، كما هو الحال في المنهج التجريبي[1] .

والمسح الاجتماعي هو طريقة لمع البيانات حول ظاهرة اجتماعية معينة بغرض الدراسة في ذاتها او بغرض بناء إشكالية وفرضيات البحث او تكون بغرض الإعلام والتوعية[2] .

أدوات جمع وتحليل البيانات :

أدوات البحث العلمي هي تلك الوسائل المختلفة التي يستفيد منها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة ضمن استخدامهم لمنهج معين أو أكثر .

ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على الاستبيان لأنه الأداة المناسبة والمثلى لجمع المعلومات والبيانات من المبحوثين وتحليلها بعد ذلك واستخلاص النتائج منها .

ويعرف عبد الباسط محمد الاستبيان بأنه " مجموعة الأسئلة التي ترسل الى الأشخاص الذين يصعب الوصول إليهم أو مقابلتهم وجها لوجه لاستفتائهم نحو موضوع معين أو مشكلة معينة " [3].

والاستبيان هو أداة علمية تبنى وفق مراحل علمية تكتسب عبرها صدقها وثباتها وتشتمل بنودها على إمكانية قياس فرضيات البحث وتحديد العلاقات بين المتغيرات[4] .

اذن من خلال هذه التعاريف نستخلص أن الاستبيان هو أداة من أدوات البحث العلمي يتم بناؤه بطريقة علمية ويمر في بنائه عبر عدة مراحل والتي تكسبه المصداقية والثبات وإلمامه

[1] -احمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،2005 ،ط2، ص286 .
[2] - عامر مصباح ، مرجع سابق ، ص 51 .
[3] - نبيل أحمد عبد الهادي ، **منهجية البحث في العلوم الإنسانية** ، الأهلية للنشر والتوزيع،الاردن،2006،ط1،ص54.
[4] -عامر مصباح ، مرجع سابق ، ص 147 .

بكافة عناصر الظاهرة المدروسة وإمكانية قياس الظاهرة ومتغيراتها بشكل دقيق ومنه تحليل بياناته واستخلاص النتائج .

أسباب اختيار الاستبيان :

- ✓ تشتت مفردات البحث عبر جامعة المدية بكلياتها الستة .
- ✓ اقل الادوات البحثية تكلفة وبذلا للجهد .
- ✓ الحصول على المعلومات المبتغاة في اقل وقت، أي جمع المعلومات التي لها علاقة بالبحث في وقت قصير .
- ✓ الحصول على المعلومات التي يصعب الحصول عليها باستخدام ادوات اخرى .
- ✓ اعتمادنا على المنهج الوصفي عن طريق المسح كأسلوب بحث، والذي يعتبر فيه استخدام اداة الاستبيان من احسن الادوات لجمع البيانات .

تصميم الاستبيان :

ان تصميم الاستبيان يمر بمجموعة من الخطوات المتمثلة فيما يلي :

- ✓ تحديد البيانات المطلوب جمعها .
- ✓ تحديد نوع الاستبيان المستخدم، حيث يتضمن الاستبيان مجموعة من الأسئلة المقننة وغير المقننة وذلك حسب المعلومات التي نريد الوصول إليها، أي تحويل كل محور من المحاور في البحث إلى مجموعة من الأسئلة، حيث يرتبط كل سؤال بموضوع معين من مواضيع هذا المحور، كما تخضع الأسئلة في تسلسلها وتكاملها إلى البناء العام في خطة البحث .
- ✓ اعداد الاستبيان في صورته الاولية .
- ✓ صياغة الاسئلة بشكل مناسب وتنظيمها .
- ✓ مراجعة من طرف أساتذة وعرضها عليهم لتقييمها واستدراك النقائص الموجودة بها.

- ✓ قياس ثبات الاستبيان وذلك بطريقتين[1] : الأولى إعادة توزيعه على المبحوثين بعد فترة زمنية محددة والثانية أن يكون حجم العينة كبيرا وتقسيمها إلى جزأين وقياس معامل الارتباط بينهما .
- ✓ إعداد الاستبيان في شكله النهائي أو صورته النهائية، لتوزيعه على المبحوثين من افراد مجتمع البحث .

مجتمع البحث :

يقصد بمجتمع البحث مجموع محدد ومحدود من المفردات (أي العناصر والوحدات المحددة سابقا) بمعنى جميع المفردات التي يقوم الباحث بدراستها ، ويقصد بمفردات البحث الجزء الاساسي المكون للمجتمع البحثي أي الاجزاء المكونة لمجتمع البحث ، ويعد الاعتماد على الحصر الشامل أي الدراسة الكلية لمفردات المجتمع المبحوث امرا صعبا حيث يؤدي بالباحث الى مواجهة صعوبات وعراقيل كثيرة تمنعه من الوصول الى الاهداف التي يسعى اليها، للوصول الى نتائج دقيقة وصحيحة وهذا خصوصا اذا كانت مفردات المجتمع المبحوث حجمها كبير جدا وشاسعة [2] .

وعلى هذا الأساس وفي دراستنا هذه فان مجتمع بحثنا هم جميع الطلبة والطالبات اللذين يزاولون دراستهم بجامعة المدية وهم يمثلون المفردات المكونة لمجتمع البحث الكلي ولهم علاقة مباشرة بالموقع الالكتروني للجامعة والإدارة .

عينة البحث :

يعد اختيار العينة جزءا مهما من منهجية البحث العلمي بصفة عامة ، وهي اسلوب لجمع البيانات عندما يكون الباحث غير قادر على إجراء دراسته على جميع مفردات مجتمع البحث، حيث يلجأ عندها إلى اختيار عينة تجرى عليها الدراسة .

وقد اختلفت تعريفات الباحثين للعينة اذ يعرفها محمد عبد الحميد على أنها: "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل

[1] - عامر مصباح ، مرجع سابق ، ص 149 .
[2] - أحمد بن مرسلي ، مرجع سابق ، ص 288 .

البيانـات الأوليـة المطلوبـة، ويشـترط فـي هـذا العـدد أن يكـون ممـثلا لمجتمـع البحـث فـي الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع " [1].

وأيضـا العينـة هـي " مجموعـة مـن الافـراد مختـارة مـن مجتمـع البحـث علـى أسـس علميـة واضحة، وتأخذ اشكالا مختلفة بناء على نوعية وظروف البحث وقد استخدمت لتسهيل عملية البحث العلمي " [2].

ونظرا لكبر حجم مجتمع بحثنا وكذا توزعه عل ثلاثة أماكن (المصلى ،عين الذهب ، القطب الجامعي) هذا أولا وبما أن نسب مجتمع البحث مختلفة في الأماكن الثلاثة وبما انه ليست لدينا قاعدة سبر بأسماء المبحوثين كلهم وهي عملية تأخذ وقتا وجهدا كبيرين ، فقد اخترنا في المرحلة الاولى العينة الحصصية وهي مناسبة جدا لدراستنا ثم بعد ذلك قمنا بتوزيع الاستمارات بشكل قصدي فكانت العينة في المرحلة الثانية قصدية .

والعينة الحصصية هي عينة غير احتمالية (غير عشوائية) ويتم فيها تحديد خصائص كل فئة من الفئات ذات العلاقة بالدراسة ثم يقوم الباحث بتحديد عدد المبحوثين لكل فئة من فئات بحثه ومن ثم يختار هذا العدد بالطريقة الحصصية ، والهدف الأساسي من كل هذا هو ان تكون كل فئة ممثلة في العينة بنفس نسبة تواجدها في مجتمع البحث [3].

وقد شملت عينة دراستنا على 100 مفردة أخذت من مجتمع البحث الكلي والمقدر بـ 22700 طالب[4] ووزعت كما يلي :

- في ملحقة المصلى يوجد 2100 طالب :

$$10 = \frac{100 \times 2100}{22700}$$

[1] - جودت عزت عطوي، **اساليب البحث العلمي**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ،2007،ط1،ص220.

[2] -عامر مصباح ، مرجع سابق ،ص 211 .

[3] -نفس المصدر ، ص222 .

[4] - مقابلة مع السيد قارة برنو محمد ، تقني سامي في الاعلام الآلي ، جامعة المدية، الجزائر، 2017/03/12، في مكتبه .

- في ملحقة عين الذهب يوجد 8300 طالب :

$$\frac{8300 \times 100}{22700} = 36$$

- في القطب الجامعي يوجد 12300 طالب :

$$\frac{12300 \times 100}{22700} = 54$$

وعلى هذا الاساس تكون عينة دراستنا موزعة كما يلي :

10 بالمصلى و36 بعين الذهب و54 بالقطب الجامعي .

وأثناء توزيع الاستمارات على المبحوثين تتم العملية بشكل قصدي او عمدي على مجموعة من المبحوثين يمثلون المجتمع الأصلي للبحث ولهم نفس خصائصه وهذا بما يخدم الدراسة وقصد جمع اكبر قدر من المعلومات والبيانات التي تهم الدراسة .

والعينة القصدية هي نوع من العينات غير الاحتمالية يلجأ اليها الباحث لتحقيق غرض بحيث يقدر حاجته من المعلومات ، ويقوم باختيار عينة الدراسات اختيارا حرا ، على أساس انها تحقق أغراض الدراسة من خلال توافر البيانات اللازمة للباحث في افراد هذه العينة ، أي ان هذا النوع من العينات لا يكون ممثلا لأحد بل توفر للباحث البيانات اللازمة للدراسة .[1]

الدراسات السابقة :

نظرا لحداثة موضوع الدراسة كونه يتناول جانبا اتصاليا جديدا نوعا ما وخاصة في الجزائر الا وهو استخدام المواقع الالكترونية للمؤسسات كوسيلة جديدة للاتصال بالجمهور والتواصل

[1] - عامر مصباح ، مرجع سابق ، ص 221 .

معهم ، فان الدراسات السابقة وخصوصا في هذا المجال قليلة جدا وهناك دراسات تتناول الموضوع من جوانب عدة نذكر منها :

1/ دراسة (باديس لونيس) **حول جمهور الطلبة الجزائريين والانترنيت** دراسة في استخدامات و وإشباعات طلبة جامعة منتوري - قسنطينة- ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، حيت حاول الباحث الغوص في استخدامات وإشباعات الطلبة الجزائريين من خلال الانترنيت وتمحورت تساؤلات الدراسة حول متغيرين اثنين هما" :الاستخدامات الإشباعات."

وقد توصلت الدراسة الى نتائج عديدة نذكر منها :

- ✓ يستخدم أغلبية جمهور الطلبة الجزائريين الانترنت بشكل غير منتظم.
- ✓ تتمثل أكثر الأيام التي يستخدم فيها الطلبة الانترنت في يومي: الخميس والجمعة.
- ✓ تتم أغلبية استخدامات الطلبة للأنترنت في الفترة المسائية، ثم الفترة الليلية .
- ✓ أكثر خدمات الانترنت تفضيلا من قبل الطلبة هي: خدمة الويب، ثم خدمة البريد الالكتروني .
- ✓ أكثر انواع المواقع الالكترونية تفضيلا من قبل الطلبة هي :

  اولا من حيث المضمون : المواقع التي تتوافق مع تخصصهم الدراسي .

  ثانيا من حيث المجال الجغرافي :المواقع الدولية بالدرجة الأولى .

  ثالثا من حيث اللغة :المواقع التي تستخدم اللغة الفرنسية .

  رابعا من حيث تبعيتها لوسائل الاعلام الاخرى : مواقع الصحف على الانترنت .
- ✓ تتنوع الإشباعات التي تحققها الانترنت لجمهور الطلبة الجزائريين، ولا تقتصر على مجال واحد .
- ✓ تتمثل أكثر الإشباعات التي تتحقق للطلبة في: الإشباعات المعرفية، ثم الإعلامية، ثم الدينية .
- ✓ الإشباعات التي تتحقق لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الانترنت لا تغنيهم عن استخدام وسائل الاعلام الاخرى .

- ✓ أغلبية الطلبة يثقون في الانترنت حسب مصداقية المواقع الالكترونية .

2/ دراسة سودانية تمحورت حول **أثر الاهتمام بتصميم المواقع الالكترونية على العملية التسويقية للمؤسسة** ، حيث كانت اهم اهداف الدراسة تتمحور حول :

- ✓ التعريف بأهمية التسويق الالكتروني ومتطلباته الأساسية وانعكاس نتائجه على الاقتصاد القومي .
- ✓ ابراز الإمكانيات الجمالية والوظيفية لتصميم المواقع التسويقية (واجهة الاستخدام والصفحات الداخلية) .

وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها :

- ✓ واجهة الاستخدام لها الدور الأكبر في عكس فكرة ومضمون الموقع الالكتروني التسويقي .
- ✓ تزداد فاعلية الموقع الالكتروني التسويقي تبعا لجودة تصميم واجهة الاستخدام ويزيد من فاعلية الموقع الالكتروني التسويقي .
- ✓ التصميم الجيد للموقع الالكتروني التسويقي يعزز الدور الوظيفي للموقع .
- ✓ العملية التسويقية تعتمد على تحديث وتجديد المعلومات .
- ✓ تزداد فاعلية العملية التسويقية للموقع الالكتروني تبعا لوضوح الصورة والرسومات .
- ✓ نجاح الموقع الالكتروني التسويقي يعتمد على سهولة الاستخدام ووضوح هيكلة التصفح .

3/ دراسة (بورحلة سليمان) حول **أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم – دراسة ميدانية –** مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجزائر ، وقد هدفت الدراسة بشكل عام الى معرفة الاثر الذي تتركه الانترنت على سلوكيات الطلبة الجامعيين وكذا طبيعة الاتجاهات المترتبة على هذا الاستخدام ، وهل استطاعت الانترنت ان تغير من السلوكيات الاصلية للطلبة وتجعلهم يتبنون سلوكيات واتجاهات جديدة .

وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج نذكر منها :

- ✓ يستخدم الطلبة الانترنت بنسب كبيرة سواء كان ذلك يوميا او في نهاية الأسبوع من اجل الدراسة والبحث العلمي .
- ✓ يستخدم اغلبية الطلبة الجامعيون الانترنت في المساء او في الليل وذلك لتفرغهم في هذه الأوقات وفراغهم من كافة ارتباطاتهم اليومية .
- ✓ يستخدم اغلبية الطلبة الانترنت لغرض التعليم والتثقيف ، وذلك بحكم انهم شغوفون بحب الاطلاع والاستكشاف والبحث عن كل ما هو جديد .
- ✓ الانترنت لا تؤثر في الطلبة الجامعيين ولا تجعلهم يكتسبون سلوكيات واتجاهات سيئة وذلك بحكم انهم فئة مثقفة وواعية ، بل يجتهد الطلبة كثيرا في الاستفادة من إيجابيات الانترنت مثل البحث العلمي وتصفح جديد الاخبار .
- ✓ الانترنت لا تساهم في تشكيل اتجاهات الطلبة حول بعض القضايا لان هناك مؤسسات رسمية وغير رسمية تقوم بهذا الدور جيدا.

الفصل الأول

الاتصال والعلاقات العامة في المؤسسة

المبحث الأول : مفهوم الاتصال وأهدافه في المؤسسة

المبحث الثاني : ماهية ونشأة العلاقات العامة في المؤسسة

المبحث الثالث : تكنولوجيا الاتصال الحديثة والعلاقات العامة في المؤسسة

تمهيد

لقد اصبح موضوع الاتصال من الأمور اليومية باعتباره صلة المجتمع ببعضه البعض وحلقة الوصل الأساسية بين الافراد والجماعات والمؤسسات ، ومع التعقيد الذي تعرفه المؤسسات حاليا سواء من ناحية التنظيم ، التكنولوجيا المستعملة ضخامة الموارد المالية والبشرية ، واشتداد المنافسة أصبحت المؤسسات تقوم بتوسيع علاقاتها مع محيطها الداخلي والخارجي ومحاولة تعزيز وتنمية هذه العلاقة سواء مع العاملين بالمؤسسة او المتعاملين معها من البيئة الخارجية ، ولهذا الغرض عملية الاتصال ليست سهلة وبسيطة كما يعتقدون، بل هي عملية معقدة وصعبة تتضمن عددا من العناصر والخطوات يجب التخطيط لها مسبقا بحيث لا يمكن لأي شخص ان يقوم بها بشكل جيد ومع ذلك التطور تعددت وتنوعت كذلك وسائل الاتصال ونماذج وطرق بث واستقبال الرسائل .

وقد قسمنا هذا الفصل المعنون بـالاتصال والعلاقات العامة في المؤسسة الى ثلاثة مباحث ، تطرقنا في المبحث الأول الى مفهوم الاتصال وأهدافه في المؤسسة ام في المبحث الثاني فقد تناولنا مفهوم العلاقات العامة وأهدافها واهميتها في المؤسسة ، وفي البحث الثالث تطرقنا الى التكنولوجيا الحديثة واستخداماتها في العلاقات العامة .

المبحث الأول : مفهوم الاتصال وأهدافه في المؤسسة

اهتمت كثيرا المؤسسات الحديثة بفنون وتقنيات الاتصال وذلك ليقينها بالأهمية البالغة التي بات يلعبها ، وفيما يلي سنستعرض مفهومه واهدافه واهميته في المؤسسة .

المطلب الأول : مفهوم الاتصال في المؤسسة

ان المنظمات سواء كانت شركات او مؤسسات تدرك ان الاتصال لم يعد عبارة عن مجرد ملاحق او زخارف إضافية لتحسين الصورة العمومية ، او التباهي بها امام المنافسين او مجرد تسويق للبضاعة ، بل عنصرا أساسيا في تخطيطها الاستراتيجي ولقد رافق هذا الادراك اهتمام اكاديمي متزايد في مجالي البحث والتكوين المرتبطين لرفع تحدي التطورات الجديدة المتعلقة عموما بتوظيف التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في المؤسسات لان هذه الأخيرة بحاجة الى تقديم نفسها في السوق كشخصية متميزة تمنح لها القدرة على المنافسة مما يتوجب عليها الاعتماد على برامج اتصالية تشمل كل عناصر المؤسسة وتفاعلاتها الداخلية والخارجية .

والاتصال بصفة عامة هو العملية الرئيسية التي يمكن ان تنطوي فيها كافة أوجه النشاط الإعلامي والدعائي والتوعوي بالإضافة الى أنشطة العلاقات العامة والمعلومات بهدف تبادل المعلومات والأفكار والآراء والمعتقدات والمشاعر والاتجاهات بين طرفي عملية الاتصال من خلال عملية ديناميكية متواصلة ودون نهاية وباستخدام رموز ذات معاني وأساليب محددة للتأثير ووسائل إعلامية معينة وعبر نسق اجتماعي معين ووسائل لتحقيق الاهداف الاساسية المقصودة من عملية الاتصال [1].

في حين ان الاتصال في المؤسسة هو تلك العملية التي تهدف الى تدفق المعلومات اللازمة لاستمرار العملية الإدارية عن طريق تجميعها ونقلها في مختلف الاتجاهات (هابطة، صاعدة، افقية) داخل الهيكل التنظيمي او خارجه بحيث تتيسر عملية التواصل بين مختلف المتعاملين أيا كانوا داخليين او من خارج المؤسسة .

[1] - محمد منير حجاب، **الاتصال الفعال للعلاقات العامة** ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ،2007، ط1 ،ص22.

ويعرفه "لوصادا فاسكس" تعريفا مفصلا لا يستثني الاتصال الداخلي في طابعه الإداري ، وذلك انطلاقا من مفهوم الاتصال الشامل ، مشخصا اتصال المؤسسة في :"مجموع العلاقات الشاملة لكل مجلات التفاعل التنظيمية والتي تتم في شكل تعبير رسمي ومقصود للمؤسسة بصفتها القائمة بعملية الاتصال ، وذلك بإدماج كل الوسائل التي بحوزتها بغية تسهيل عملها الداخلي وتيسير تكوين صورة عمومية معينة تنتج عن نشر شخصية محددة تنسجم مع واقعها وأهدافها واحاسيسها واعضائها وطلبات محيطها " [1].

كما يعرفه البعض بانه " ارسال واستقبال المعلومات بين الناس "[2] ، ويعرفه ميلر (Miller) بان الاتصال يحدث عندما توجد معلومات في مكان واحد او لدى شخص ما ويريد توصيلها الى مكان اخر او شخص اخر .

ويعد الاتصال وظيفة أساسية ومهمة يمارسها الموظفون الاداريون في مهامهم الروتينية والاستراتيجية ، اذ انها تعمل على ترجمة ونقل المعلومات الإدارية الخاصة بكافة الوظائف التي يؤديها ، لتشمل أنشطة المؤسسة المختلفة وصولا الى كافة العاملين فيها او خارجها بهدف احداث ردود فعل وسلوكيات مرغوب فيها وما يتوافق مع اهداف وطموحات المؤسسة لذلك فان الاتصال داخل المؤسسة يأخذ شكلين رئيسيين وهما [3] :

- **الاتصال الداخلي :** ويتمثل في تدفق المعلومات ونقلها داخل المؤسسة لإنجاز الاعمال المخطط لها ، والتي تعني في حقيقة الامر الإجراءات المعتمدة من قبل المؤسسة وادارتها لصياغة الشكل المنطقي والرسمي لعملها ، وذلك في اتخاذ القرارات وتوجيه العاملين في المؤسسة وتقديم الاقتراحات ونقل الشكاوى غيرها .
- **الاتصال الخارجي :** ويتمثل الاتصال الخارجي في كافة الاتصالات التي تقوم بها المؤسسة او العاملين فيها مع المؤسسات الأخرى او مع زبائنها والمتعاملين معها او من العامة من الناس ، ويمكن ان تأخذ هذه الاتصالات صيغ واشكال مختلفة في علاقاتها مع الأطراف الخارجية .

---

[1] -فضيل دليو، **اتصال المؤسسة** ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2005 ،ص 50.

[2] - سعيد يس عامر ، **الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها** ، القاهرة ،2000،، ص26.

[3] - تامر البكري ،**الاتصالات التسويقية والترويج** ، دار الحامد للنشر والتوزيع،الأردن،2006،ط1، ص43.

وهذه الاتصالات تمثل في حقيقتها صيغة معقدة في التفاعل مع المتغيرات البيئية المختلفة المحيطة بالمؤسسة ، وما تفرضه هذه المتغيرات من تهديدات قد تؤدي الى انهاء او فشل البرامج التي تضعها المؤسسة في تثبيت مكانتها وقوتها مع ما تفرضه البيئة ضمن شروط ومؤثرات تنافسية مختلفة تفرضها على خطط واستراتيجيات المؤسسة .

ومن ثم فان تكامل الاتصالات الداخلية مع الاتصالات الخارجية وإيجاد نظام كفء وفاعل للاتصالات في المؤسسة هو السبيل الأفضل في ترجمة الخطط والاستراتيجيات الموضوعة من قبل المؤسسة لبلوغ أهدافها ، ولعل التطور التكنولوجي والأدوات الحديثة المستخدمة في هذا المجال قد ساهمت هي الأخرى في تطور طريقة وكيفية الاتصالات .

المطلب الثاني : أهداف الاتصال في المؤسسة

تعتمد المؤسسة اعتمادا كليا على الاتصال في صوره المختلفة وذلك في محاولة للربط بين اهداف المنظمة واهداف الافراد وخلق جو من التكامل البناء ، كما يساهم في تحقيق الرضا عن الجهود بصفة عامة فيما يتصل بالمؤسسة وتكوين صورة ذهنية طيبة لدى الافراد عنها .

ويقوم الاتصال بالتنسيق بين التصرفات وافعال اقسام المؤسسة المختلفة ، فبدون الاتصال تصبح المؤسسة عبارة عن مجموعة من الموظفين يعملون منفصلين بعضهم عن بعض لأداء مهام مستقلة عن بعضهم البعض وبالتالي تفقد تصرفات التنسيق وتميل المؤسسة الإدارية الى تحقيق الأهداف الشخصية على حساب الأهداف العامة [1].

ويمكن تقسيم اهداف الاتصال في المؤسسة الى :

- هدف توجيهي : يمكن ان يتحقق ذلك حينما يتجه الاتصال الى اكتساب المستقبل اتجاهات جديدة او تعديل اتجاهات قديمة او تثبيت اتجاهات مرغوب فيها ، ولقد اتضح من خلال الدراسات العديدة التي أجريت ان الاتصال الشخصي استطاع تحقيق الهدف من الاتصال الجماهيري .

[1] - محمد ناجي جوهر ، الاتصال التنظيمي ، دار الكتاب الجامعي، العين ، الطبعة الأولى ، ص50.

- هدف تثقيفي : ويتحقق ذلك حينما يتجه الاتصال نحو تبصير وتوعية المستقبلين بامور تهمهم بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع افقهم لما يدور حولهم من احداث .
- هدف ترفيهي او ترويجي : ويتحقق هذا الهدف حينما بتجه الاتصال نحو ادخال البهجة والسرور والاستماع الى نفس المستقبل .
- هدف تعليمي : حينما يتجه الاتصال نحو اكساب المستقبل خبرات جديدة او مهارات او مفاهيم جديدة .
- هدف اداري : ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التفاعل بين العاملين في المؤسسة او الهيئة .
- هدف اجتماعي : حيث يتيح الاتصال الفرصة لزيادة احتكاك الجماهير بعضهم ببعض وبذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الافراد [1].

المطلب الثالث : أهمية الاتصال في المؤسسة

يحظى الاتصال بأهمية بالغة لدى المؤسسات ، فهو يعتبر كشريان الحياة بالنسبة لها تمر عبره مختلف البيانات والمعلومات التي تهم المؤسسة وتهم كافة أنشطتها ومن هنا نبرز أهمية الاتصال في المؤسسة فيما يلي :

- يمكن من خلاله زيادة معدلات المشاركة من جانب افراد المجتمع في مشروعات التنمية وكذلك زيادة انتمائهم لمجتمعهم وذلك لان المعلومات التي سوف يحصلون عليها من خلال عملية الاتصال تتسم بالصدق والصراحة والوضوح والشمول .
- يعمل على تحقيق شهرة المؤسسة في تكوين صورة إيجابية عنها بتركيز وتطوير وضمان انتشار النماذج الخاصة بالمؤسسة والعلامة المشاركة في المناسبات كالمعارض والمؤتمرات [2].
- تقديم المعلومات التي يرغب الجمهور في معرفتها وهذه المعلومات اما عن المنتج او الخدمة او عن المؤسسة ككل عن طريق وسائل الاتصال .

[1] - هناء حافظ بدوي ، **الاتصال بين النظرية** والتطبيق ، المكتب الجامعي الحديث للنشر ، الإسكندرية،2003، ص22-23 .

2- Marie Helene Westphalen**, Guide de la communication de l'entrepris**e,Duned,France,2000,3emme Edition,p63.

- ❖ تعريف الراي العام بسياسة المؤسسة والخدمات والمنتجات التي تقدمها وتقييمها من خلال ما يقوم به الاتصال مع الجمهور الخارجي عن طريق وسائل الاتصال التقليدية مثل الملصقات والاعلانات او الحديثة كالموقع الالكتروني ووسائط التواصل الاجتماعي .
- ❖ اقناع الجمهور بأفكار معينة فالاتصال يعمل على الاقناع بالمنتوج او الخدمة ليدفع بها نحو رضا الجمهور عنها ، وهذا ما يعود بالرضا على المؤسسة ككل .
- ❖ يساهم الاتصال في المؤسسة على توضيح رفاهية المؤسسة أي اكثر من تحقيق الربح والكسب المادي من خلال تقنيات الاتصال من اعمال خيرية ومساعدات مادية له تأثير إيجابي على صورة المؤسسة [1].
- ❖ تحقيق التفاهم والانسجام بين المؤسسة وجمهورها، فالاتصال لا يقتصر على الافراد فقط بل حتى المؤسسات الأخرى .
- ❖ الاتصال السليم جزء من كل ما تقوم به الإدارة ويجب على ممارسي العلاقات العامة الا ينظروا اليه كعمل أساسي يهتمون به فقط ، بل يجب ان ينظروا اليه كجزء مهم من عملهم اذ لا يعيق الإدارة الجيدة الا صعوبة الاتصال [2].

[1]-Marie Helene Westphalen ,(Ibid) , p 69 .

[2] - ولاء يحي مصطفى ، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في العلاقات العامة** ، د ار جوانا للنشر والتوزيع، القاهرة ،2016، ص144.

المبحث الثاني : ماهية العلاقات العامة واهميتها واهدافها

تعد العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية ، من حيث انها من اهم الجوانب التطبيقية لعلم الاجتماع الحديث ، وتفسير ذلك ان الانسان لا يعيش في عزلة عن الناس بل تقتضي ظروف الحياة الاتصال بالأخرين والتعاون معهم ، وفي اثناء هذا الاتصال اما ان يترك الشخص اثرا حسنا لدى الناس عنه ، واما ان يترك اثرا سيئا ، فالأثر الحسن سيساعده على قضاء اعماله بسرعة وباقل مجهود والعكس صحيح .

وهكذا فتكيف الناس والجماعات مع الواقع الاجتماعي امر هام ، وضرورة لا غنى عنها من اجل الصالح العام ، وهنا يظهر الدور الإيجابي للعلاقات العامة في المجتمع بصفة عامة وللفرد بصفة خاصة .

المطلب الأول : مفهوم العلاقات العامة ونشاتها

1-1 تعريف العلاقات العامة

بسب طبيعة العلاقات العامة كعلم وفن متعدد الجذور والخلفيات المعرفية فان إمكانية الاتفاق على تعريف موحد لمفهوم العلاقات العامة يعد من الأمور الصعبة حدا ان لم يكن الامر مستحيلا ، والملاحظ من مئات التعريفات التي تم رصدها لهذا المفهوم فان هذه التعريفات تلتقي على الركائز الأساسية التي تقوم عليها العلاقات العامة وتختلف فيما بينها بإبراز عناصر معينة واغفال أخرى ، وهذا بالطبع امر مبرر ويعود سببه الى خلفيات الباحثين المتباينة الذين قدموا هذه التعريفات ، فالباحث المتخصص في مجال الاتصال يتناول العلاقات العامة باعتبارها حالة اتصالية ، في حين ينظر اليها المتخصص في مجال الإدارة باعتبارها عملية إدارية ونفس الحال بالنسبة للتخصصات الأخرى .

لغة: العلاقات العامة مصطلح مكون من لفظين ، "علاقات" يعني محصلة الصلات والاتصالات القائمة بين طرفين ، والصلات والاتصالات في هذه الحالة تأخذ شكل العلاقة الدائرية التفاعلية التي تقوم على أساس علاقة التأثير والتأثر .

أما "العامة" فيقصد بها الجمهور وبالنظر بشكل معمق في معنى كلمة "عامة "لا بد من التمييز بين أربعة مفاهيم متقاربة هي [1]:

- ✓ الجماعة : مجموعة صغيرة من الافراد يعرفون بعضهم .
- ✓ الحشد : قطاع اعرض من الجماعة .
- ✓ العامة :قطاع اعرض من الحشد .
- ✓ الجماهير : قطاع اعرض بكثير من العامة .

اصطلاحا :

يعرف قاموس ويستر العلاقات العامة "بأنها مجموع من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتجاه او الحكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي، من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين والمستخدمين وجملة الأسهم وكذلك الجمهور بوجه عام للتفسير للمجتمع حتى تكسب رضاءه "[2] ، فهذا التعريف اهتم بتوضيح هدف العلاقات العامة وهو تكوين علاقات طيبة مع تلك المؤسسات وبين الجماهير التي تتعامل معها أو تتصل بها لتكتسب تلك المؤسسات في النهاية رضاء المجتمع الذي تعيش فيه ، فهي تتعامل مع جماهير سواء كانت جماهير داخلية أي أولئك العاملين في المؤسسات أو جماهير خارجية ممولين أو مستهلكين .

جاء في تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني أن العلاقات العامة هي :"الجهود الإدارية المخططة و المستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها ".

ونجد الجمعية الدولية للعلاقات العامة عرفتها على انها " وظيفة إدارية دائمة ومنظمة، تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تستقصي رأي الجمهور إزاءها، وأن تكيف معه بقدر الإمكان سياستها وتصرفاتها وأن تصل عن طريق تطبيقها لبرامج الإعلام الشامل إلى تعاون فعال يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المشتركة" [3].

[1] - محمد نجيب الصرايرة، **العلاقات العامة الأسس والمبادئ**، مكتبة الرائد العلمية، الأردن،2001 ، ص 10 .
[2] - سمير محمد حسن، **إدارة العلاقات العامة في مصر** ، مؤسسة دار الشعب ، القاهرة ، 1995 ، ص 33 .
[3] - سليمان فخري، **العلاقات العامة** ، دار الكتاب للنشر ، العراق ، 1981 ، ص 3 .

كما عرفتها على أنها :"وظيفه إدارية ذات طابع مخطط ومستمر، تهدف من خلالها المنظمات إلى كسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير الداخلية والخارجية، والحفاظ على استمراره، وذلك بدراسة الراي العام وقياسه للتأكد من توافقه مع سياسات المؤسسة واوجه نشاطها ، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال والمصالح المشتركة ، بين المؤسسات وجماهيرها باستخدام المعلومات المخططة ونشرها [1].

وعرفت جمعية العلاقات العامة الامريكية العلاقات العامة بانها :"نشاط أي صناعة او اتحاد او هيئة او مهنة او حكومة او أي منشاة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور، كالعملاء والموظفين او المساهمين او الجمهور بوجه عام ، لكي تحرر سياساتها حسب الطروف المحيطة بها ، وتشرح هذه السياسة للمجتمع"[2] .

كما عرفتها الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة على انها :"الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة علاقات الثقة واستمرارها بين أعضائه ، وبين الفريق والجماهير المختلفة التي تنتفع بصورة مباشرة او غير مباشرة من الخدمات الاقتصادية او الاجتماعية التي تحققها المؤسسة " [3] .

كما قدم الباحثون العرب تعريفات مختلفة للعلاقات العامة ، فنجد مثلا :

بالنسبة لعلي الباز العلاقات العامة هي " وظيفة الإدارة المخططة والمستمرة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات العامة والخاصة لكسب تفاهم وتأييد وتعاطف الجمهور الذي يهمها والحفاظ عليه، ومن خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه مع سياستها قدر الإمكان ونشاطاتها وتحقيق المزيد من التعاون والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل" [4] .

[1] - علي برغوث ، **العلاقات العامة أسس نظرية ومفاهيم عصرية** ، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2007 ، ص11.
[2] - علي الباز، **العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والراي العام** ، مكتب الاشعاع، مصر، 2002، ص 46.
[3] - حسين الحلبي ، **مبادئ في العلاقات العامة** ، دار المنشورات عويدات ، بيروت، 1980، ط1 ،ص 12.
[4] -علي الباز ، مرجع سابق ، ص 75 .

ويعرف محمد فريد الصحن العلاقات العامة بانها : " النشاط المخطط الذي يهدف الى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها سواء داخليا او خارجيا من خلال السياسات وبرامج تستند في تنفيذها على الاخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية "[1].

وعرف الدكتور حامد زهران العلاقات العامة بأنها " الجهود المقصودة المستمرة والمخططة التي تقوم بها إدارة المؤسسة والتي تهدف إلى تفاهم متبادل وثقة متبادلة، ومنفعة متبادلة وتأييد متبادل وتعاون متبادل، وعلاقات سليمة بين المؤسسة وبين الجماهير التي تتعامل معها في داخلها وخارجها، عن طريق النشر والإعلام والاتصال الشخصي بحيث يتحقق في النهاية التوافق بين المؤسسة والجماهير" .

ومن جميع هذه التعريفات نستخلص ان العلاقات العامة تتضمن العديد من الأفكار منها :

ان العلاقات العامة تقوم على الاتصال بالجمهور في سبيل خلق التوافق والانسجام اكثر بين الأشخاص، في نطاق المؤسسة او الجماعة او المجتمع وفق برنامج خاص ، وهي برامج مخططة ومستمرة تنفذ من قبل الإدارة فهي تتعامل مع العلاقات بين المنظمة وجماهيرها المختلفة كما انها تراقب الآراء الاتجاهات والسلوك داخل المنظمة وخارجها ، فالعلاقات العامة تتولى تحليل تأثير السياسات التنظيمية والإجراءات والافعال والسلوك على الجماهير، فهي تقدم المشورة للإدارة حول السياسات والإجراءات والممارسات واشكال السلوك الجديدة التي تفيد المنظمة وجماهيرها معا ، كما انها تعمل على إقامة وادامة اتصال ثنائي بين المنظمة وجماهيرها المختلفة ونجد العلاقات العامة تدعو الى علاقات جديدة او تدعم وتحافظ على العلاقات القديمة بين المنظمة وجماهيرها ، فلا بد من حدوث عملية التفاعل بين الجمهور والعلاقات العامة ، بمعنى الاخذ والعطاء والفعل ورد الفعل .

1-2 نشأتها وتطورها

في الواقع ان الكثير من الناس يعتقدون بان العلاقات العامة شيء جديد وان نشاطها حديث نشا في اعقاب الحرب العلمية الثانية ، وانها وظيفة جديدة بدأت تأخذ مكانها في

[1] - محمد فريد الصحن ، **العلاقات العامة المبادئ والتطبيق** ، الدار الجامعية ، بيروت ،1988، ص22 .

التنظيمات الحديثة فقط لكن بالنظر الى تاريخ العلاقات العامة نجد انها ليست بالشيء الحديث ولكن قديمة قدم المجتمع البشري، فالإنسان كائن اجتماعي بفطرته يسعى للعيش في جماعات، وبما أن البشر مختلفون في قدراتهم ومواهبهم فلابد لأحد ان يكمل الاخر، وبالتالي لا يمكن ان يعيش فرد بمعزل عن الاخرين ومن هنا تتضح أهمية التفاهم والتعاون بين الافراد والجماعات .

والعلاقات العامة ظاهرة نشأت مع الحياة الإنسانية، كانت ملازمة لها في تطورها والذي يوضح لنا ملاومة العلاقات العامة للمجتمع الإنساني هو تفهم الراي العام والتفاعل معه والاتصال به ، وذلك من خلال جدية وسائل الاتصال الحديثة والتي يستعملها العاملون في العلاقات العامة في اتصالهم بالجمهور والجهود المستمرة التي تبذل لتدعيم وإيجاد علاقات سليمة بين الافراد والجماعات وبين الهيئات التي يمثلونها .

واستعمل مصطلح العلاقات العامة بالمفهوم الحديث لأول مرة في السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر ، وكان ذلك في محاضرة القاها "درمان استون " في قاعة بكلية الحقوق جامعة بيبل سنة 1882م، وكان موضوعها العلاقات العامة والواجبات المهنية القانونية.

اما المؤسس الفعلي للعلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية فهو "تيودور نفايل" وهو رئيس شركة التلفون والتلغراف الاهلية ،حيث أسس سنة 1907م مكتب الاشتراكات والشكاوي بالاشتراك ، ممهدا الطريق للذين جاءوا بعده لتكملة ما بناه في العلاقات العامة، ومنهم الملقب باب العلاقات العامة "ايفي لي ليدباتر" وذلك بعد ان وضع العديد من مبادئ العلاقات العامة لأول مرة سنة 1921م، في النشرة التي أصدرها مع مساعديه بعنوان "العلاقات العامة " ، ليأتي بعده "ادوارد برينز" الذي لعب دورا كبيرا في دفع العلاقات العامة الى مرحلة التقنين العلمي ، حيث اصدر سنة 1923م كتاب بعنوان "بلورة الراي العام" وكتن اول من درس العلاقات العامة في جامعة نيويورك ، كما يعود اليها الفضل في اشاء اول مجلة متخصصة والتي تعتبر مرجعا أساسيا للعلاقات العامة المعاصرة (Public Relation Quarterly) .

وبعد ان نضجت ممارسة العلاقات العامة في أمريكا بدأت بالانتقال الى أوروبا في الدول الانجلوساكسونية أولا ثم الدول الفرانكفونية واهمها فرنسا[1] .

المطلب الثاني : أهداف العلاقات العامة في المؤسسة

اذا كانت الاتصالات هي الوسيلة الكبرى للعلاقات العامة، فانه من الخطإ ان تعتبر هذه الوسيلة كهدف نهائي للعلاقات العامة ، وهذا ما يلاحظ في بعض الإدارات والتي من اخطائها العامة والشائعة الخلط بين الوسائل والغايات ، فمن الخطإ اعتبار الاتصالات هدفا في انها لا تعدو ان تكون مجرد وسائل اتصال، فالهدف الرئيسي للعلاقات العامة هو نفسه الهدف الذي تسعى اليه المنظمة في حد ذاتها .

اما الأهداف الفرعية المؤدية لتحقيق هذا الهدف فهي :

- ✓ معرفة اتجاهات الراي العام الحقيقية تجاه نشاط المؤسسة لتستفيد منها في تحقيق اهداف المنظمة وأساليب تحقيقها .
- ✓ اعلام الراي العام بنشاط المؤسسة وبرامجها وأهدافها للوصول الى إقناعه وكسب ثقته وتعاونه[2] .

ونجد ان فريد الصحن قد حدد اهداف العلاقات العامة في اربع نقاط :

- ✓ تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة او المنشاة وتدعيم صورتها الذهنية .
- ✓ المساعدة في ترويج المبيعات وذلك عن طريق أنشطة المنظمة وتقديم الخدمات والمنتجات للجمهور .
- ✓ كسب الجمهور الداخلي للمؤسسة ، فالعلاقات العامة تبدا من الداخل ويبرز دورها في تنمية الشعور بالانتماء للمؤسسة والاستقرار الوظيفي .
- ✓ كسب ثقة الجمهور الخارجي ، وذلك عن طريق قيام المنظمة بأنشطة تؤكد انتماءها للمجتمع عن طريق تقييم المنظمة لأفرادها [3].

[1] - علي برغوث، مرجع سابق ، ص 15 .
[2] - حسين عبد الحميد رشوان، **العلاقات العامة والاعلام من منظور علم الاجتماع** ، المكتب الجامعي الحديث،مصر،1997،ص138.
[3] -محمد فريد الصحن ، مرجع سابق ، ص 39 .

ومن جهة أخرى يمكن حصر اهداف العلاقات العامة من خلال علاقتها بالجمهور، ويكون ذلك على النحو التالي :

❖ **اهداف متعلقة بالجمهور الداخلي :**

- ✓ تامين إمكانيات الرضا والاطمئنان للعمال من الناحية المادية والمعنوية بمراعاة جميع الأمور المتعلقة بذات الفرد وكرامته وانسانيته .
- ✓ خلق جو من التضامن للمساهمة في إيجاد أجواء ملائمة للعمل وتسهيل تحقيق الأهداف عن طريق الجهود المختلفة مما يتيح للعمال الشعور بالمسؤولية تجاه بعضهم البعض .
- ✓ خلق التفاهم المتبادل بين العمال عن طريق نشر الوعي الذي ينمي الشعور بالانتماء للمنظمة .
- ✓ تشجيع الأنشطة النقابية والبرامج التعليمية بما يتفق مع رغبات العاملين.
- ✓ إزالة كل الالتباسات وسوء التفاهم بين إدارة المؤسسة والعاملين بها .

❖ **أهداف متعلقة بالجمهور الخارجي :**

- ✓ اقناع الجماهير بالتشريعات والإصلاحات الجديدة التي قد تغير احتياجات المجتمع .
- ✓ اعلام الجمهور الخارجي بالمشروعات والخدمات التي تمكنهم من المشاركة فيها والاستفادة منها .
- ✓ التعريف المقنع بمختلف نشاطات المؤسسة وكسب ثقة المتعاملين معها.
- ✓ تحقيق صورة طيبة عن المؤسسة وتدعيم صورتها الذهنية .
- ✓ المساعدة على ترويج المبيعات عن طريق تحسين السمعة وتنظيم الزيارات للمؤسسة مع إقامة المعارض ومختلف النشاطات الثقافية.
- ✓ تحقيق التناسب والتوافق بين اهداف المؤسسة من جهة، واهداف مختلف العاملين من جهة أخرى .
- ✓ إزالة واقع الجهل او نقص المعلومات عن الجمهور وابداله بالعلم الكامل الذي يتيح للجمهور مجال تكوين راي بحرية وواقعية .

المطلب الثالث : أهمية العلاقات العامة في المؤسسة

تميز المجتمع الحديث بتغيرات واسعة في شكله وتكوينه ، من النواحي السياسية والاجتماعية والاقتصادية ، الزمت العلاقات العامة على الظهور والتطور ولعل اهم هذه التغيرات تتجلى فيما يلي [1]:

1- ازدياد كبي في قوة ونفوذ الراي العام وخاصة في المجتمعات الديمقراطية، وهذا التطور في تزايد مستمر من يوم لآخر ، ولكي تستمر المؤسسات وتنجح في اعمالها لا بد ان تكون على اتصال دائم بالجماهير التي تتعامل معها ، وبالمجتمع الذي تباشر نشاطها فيه .

2- كبر حجم المؤسسات الصناعية والتجارية وازدياد التنافس بينها، فاصبح وجود الشركات الضخمة ذات التجهيزات الالية الكبيرة التي تحتوي على عدد كبير من العمال وتنتج انتاجا ضخما من السلع وتتعامل مع الملايين من البشر في بقاع العالم المختلفة من مظاهر المجتمع الحديث، فهذه التغيرات في حجم المؤسسات جعلها في حاجة ماسة لدراسة جماهيرها لإقامة تفاهم متبادل بين الجانبين لتحقيق نجاحها .

3- التحول الى المجتمع الصناعي الذي يحتاج الى جهود إعلامية ضخمة لمواجهة هذا التغيير والعمل على استقرار المجتمع وتحقيق مصالحه .

4- ظهور قوى مختلفة تحاول كل منها جذب الراي العام نحوها، وذلك ايمانا منها بأهمية الراي العام وتأثيره، لذلك كان لابد من الاهتمام به ودراسته والتعرف على خصائصه وتوجيهه الوجهة الصحيحة بما فيه صالحه وصالح المجتمع ومنظماته .

5- تطور وسائل الاعلام نتيجة التقدم الفكري والفني الكبير، فهناك تقدم فني في الطباعة والتطور في اخراج الصحف والمجلات، كما ان وسائل الاعلام لم تكن معروفة من قبل هذا التطور عامل مهم في العلاقات العامة والاتصال بالجماهير المختلفة في

[1] - محمد عبده حافظ، **العلاقات العامة**، دار الفجر للنشر والتوزيع ،2009، ص 41 .

الأماكن المختلفة واستخدام الوسائل الملائمة مع الجماهير المتنوعة في الأوقات المناسبة[1] .

نتيجة لهذه التغييرات ظهرت العلاقات العامة وبدات أهميتها تتضح لكل المجتمعات وتتزايد مع مرور الوقت ويمكن توضيح أهمية برامج العلاقات العامة في ما يلي :

- ✓ تهيئة الراي العام لتقبل أفكار وآراء جديدة وإيجاد جمهور يؤيد ويساند الهيئات والتنظيمات والمؤسسات ، وهذا ما يقوي الروابط بين هذه الهيئات والجماهير ويوفر تعاونا بينهما ، ويساعد على تماسك المجتمع .
- ✓ توضح بحوث العلاقات العامة للهيئات والتنظيمات والمؤسسات الاتجاهات الحقيقية للجماهير وكذلك رغباتهم واحتياجاتهم، وهذا التوضيح يساعد هذه الهيئات على احداث تعديلات مناسبة في سياستها وخطط عملها بما يتماشى مع رغبات الجماهير، ويحقق النفع لهم وللهيئات معا .
- ✓ تحقق العلاقات العامة لجمهور المنظمة الداخلي خدمات إنسانية متنوعة بما يعود عليهم بالنفع وبما يكفل لهم تحقيق الرعاية الاجتماعية والعدالة التامة ويهيئ أسباب الحياة الكريمة للعاملين بالمنظمة وبالتالي فان ذلك يساعد على نشر روح الاطمئنان في نفوسهم .
- ✓ تحقق العلاقات العامة التكيف الإنساني اللازم بين الأجهزة والهيئات وبين الجماهير وهذا التكيف الإنساني اصبح من ضروريات مجتمعاتنا الحديثة المعقدة ، وبدونه لا يمكنها ان تصل الى أهدافها المنشودة .
- ✓ تعمل العلاقات العامة على غرس وعم المسؤولية الاجتماعية بين الجماهير ، وهذا ما يساعد المجتمع والتنظيمات على التغلب على العقبات التي تواجهها لان المشاركة الجماهيرية لا تجعل هذه الهيئات في عزلة عن الجماهير [2].

[1] - هناء حافظ بدوي، **العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية: أسس نظرية ومجالات تطبيقية**، المكتب الجامعي الحديث ، مصر،2001،ص43.

[2] - السيد رمضان واخرون ، **العلاقات العامة والاعلام في الخدمة الاجتماعية** ،دار المعرفة الجماهيرية، الإسكندرية،مصر،ص52.

ولهذا فان الاتجاه السائد حاليا يؤمن بان العلاقات العامة تؤدي وظيفة هامة وحيوية في كافة المؤسسات، ولم يعد من الممكن اهمالها او النظر اليها كنشاط ثانوي او فرعي .

ومن اهم وظائف العلاقات العامة في المؤسسة ما يلي :

- ✓ وظيفة البحوث والدراسات .
- ✓ الوظيفة الإعلامية والدعائية .
- ✓ الوظيفة الدفاعية والتصحيحية .
- ✓ وظيفة التوافق والانسجام الداخلي.
- ✓ تحقيق التفاهم والثقة المتبادلة بين المؤسسة والجمهور الخارجي .

وكل العناصر التي تم التطرق اليها من مفهوم العلاقات العامة والعوامل التي أدت الى الاهتمام بها وأهدافها واهميتها وغي ذلك من العناصر تشير الى انها وظيفة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها في المؤسسة وذلك لما لها من فوائد جعلتها تحتل مكانة قيادية في مختلف الهيئات والمنظمات في البلدان المتطورة .

المبحث الثالث : تكنولوجيا الاتصال الحديثة والعلاقات العامة في المؤسسة

مهنة العلاقات العامة تتطور باستجابة وتوقع الاتجاهات السائدة العالمية والقومية والمحلية مما يفرض على القادة والعاملين في العلاقات العامة خاصة في العالم العربي والدول النامية مسايرة التقدم والتكنولوجيا الحديثة والتطورات التكنولوجية في مجال الاتصال وتقنية المعلومات والتي تكون حاسمة لجهود بناء العلاقات العامة في العصر الراهن ، وكما يؤكد الخبراء على ان العلاقات العامة أصبحت تمثل دعامة أساسية من دعائم الإدارة في أي منظمة حيث يمكن اعتبارها جزءا أساسيا في نشاط المنظمات والتي تهدف الى كسب ثقة الجماهير ، حيث تشير دراسات أمريكية الى ان العلاقات العامة تعد من اسرع التخصصات تطورا ونموا في بداية القرن الحادي والعشرين [1].

المطلب الأول : العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال الحديثة

أدى التطور والتقدم في تكنولوجيا الاتصالات بكافة اشكالها وانواعها الى نتائج إيجابية وهامة في الزيادة من فعالية واهمية دور العلاقات العامة في المؤسسات .

اذ عرف العالم في السنوات الأخيرة تطورا مذهلا في وسائل تكنولوجيا الاتصالات حتى اصبح من الصعب على الافراد بمختلف مستوياتهم متابعة الاختراعات الحديثة في هذا المجال، ولقد تطورت تطبيقات الهاتف عدة مرات ما زادت من فعاليته وكذلك الحال مع الفاكس الذي تطور الى التلتكست والفيديو الذي تطور الى الفيديوتكس ، ولا يزال التطور مستمرا في مجال تكنولوجيا الاتصالات بشكل جعل العالم اشبه بقرية صغيرة .

ان التقدم الواضح في تكنولوجيا الاتصالات السلكية واللاسلكية جعل من الممكن نقل المعلومات من أي مكان في العالم الى أي مكان اخر بسرعة وفعالية عالية، وقد أدت هذه التطورات الى ظهور حقل جديد يعرف بتكنولوجيا المعلومات وبفضلها اصبح الاتصال من بنوك المعلومات والشبكات المنتشرة عبر انحاء العالم.

[1] - خالد الصوفي، **العلاقات العامة أساليب وممارسات** ، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع،القاهرة،2004،ط1،ص16.

ان هذا التطور الحاصل في تكنولوجيا الاتصال أدى الى نتائج إيجابية هامة في مجال زيادة إنتاجية وفعالية المؤسسات العامة والخاصة بكافة اشكالها [1]،فسعت المؤسسات للاستفادة منها وهو الامر الذي كان ملقى على عاتق المصالح والدوائر المكلفة بالعلاقات العامة في المؤسسات للاستغلال الأمثل لهذه التكنولوجيات .

لقد برز استخدام جديد للأنترنت يتمثل في المساعدات التي تقدمها في تصميم المطبوعات والرسوم التوضيحية الملونة، والغرافيكس والجداول باعتبارها تكنولوجيا جديدة في الممارسة المهنية للعلاقات العامة . ولا شك ان التطورات الحديثة في البرامج الخاصة والمتوفرة على الانترنت يجعل من مثل هذه الرسوم التوضيحية عملية ممكنة ، وتعتمد إدارات وشركات العلاقات العامة بشكل متزايد على مثل هذه الرسوم التوضيحية لتوضيح وتفسير العروض حتى تحصل على موافقة الإدارة العليا لأفكارها .

لقد نمت الانترنت الى ان وصلت الحد الذي لا يتوقع معه المستخدمون اقل من مستوى الاحتراف في مستوى الخدمة لذا يتوجب على موظفو العلاقات العامة استخدام الأجهزة الالكترونية والتكنولوجيا المتطورة وان يزيدوا من قدراتهم الى ان يصلوا الى مستوى الرضا.

وتعددت استخدامات الانترنت في العلاقات العامة واخذت مكانا بارزا بحيث ان كل الشركات الصغيرة والكبيرة وأيضا الربحية وغير الربحية لها مواقع على الشبكة العنكبوتية ويعد الوجه الأول لتلك الشركة او المؤسسة امام مئات الملايين من الجمهور، هناك من يرى بان الانترنت ازالت الحاجز النفسي بين المنظمة وجمهورها فأصبحت تبدو قريبة منهم وكأن الانترنت هي البوابة الامامية للمنظمة، وموقعها على الواب هو الردهة التي يتجول فيها الجمهور [2].

وسخرت اقسام العلاقات العامة اخصائيين ومجموعات لتطوير تلك المواقع ، بينما ازدهر عمل وكالات العلاقات العامة المتخصصة في وسائل الاعلام الجديدة والاتصالات المباشرة.

[1] - إبراهيم وهبي فهد، **العلاقات العامة وادارتها (مدخل وظيفي)** ، مؤسسة الوراق ، عمان،الأردن،1999،ط1،ص210.

2-David W.Guih et Charles Marsh, **Public-relations : a values-drivent approche**, Boston, Pearson éducation, 2003,p353.

الان العلاقات العامة اكثر فعالية وكفاءة من ذي قبل وذلك بسبب ما قدمته التكنولوجيا من سهولة في الاتصالات كما انها قللت التكلفة والوقت لموظفي العلاقات العامة والمستهلكين .

ولكن هناك بعض الأمور تعد مبادئ أخلاقية لموظف العلاقات العامة عند العمل على الشبكة العنكبوتية(الانترنت) وهي :

- ✓ ينبغي لموظفي العلاقات العامة وفي ظل التحول الهائل والسريع للعالم والذي بات اشبه بقرية عالمية توظف هذه الثورة الهيكلية لمعلوماتهم، والتعامل مع القضايا التي تظهر فجأة وتغييرات السوق .
- ✓ باتت المؤسسات وموظفو العلاقات العامة على حد سواء امام تحدي في كيفية توجيه اتصالاتهم مع الجمهور بحيث تكون مركزة اكثر ومحددة بشكل اكبر ، ويتم ذلك من خلال تحديد الأفكار وتكثيفها ومعرفة الشريحة التي يخاطبونها .
- ✓ البعد عن اللغة الرنانة والايجاز في عرض البيانات والمعلومات على شبكة الواب، نظرا للتطور التعليمي للزبائن الذين باتوا اكثر ذكاء وقدرة على استخدام أوساط الاعلام وأجهزة الكمبيوتر .

1- الوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة الحديثة :

أدى التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال وانتشارها الواسع الى تبني هذه الوسائل واستغلالها من طرف المؤسسات ورجال العلاقات العامة فيها وهذا من اجل توظيفها في اعمال العلاقات العامة وهي :

- **دوائر التلفزيون المغلقة :** ويتم عبرها ارسال واستقبال خاص بالمنظمة، بحيث يتم تسجيل نشاط معين وعرضه داخل المنظمة اما بشكل مباشر او غير مباشر .
- **الهاتف المحمول :** يعد الهاتف من الوسائل الجديدة في العلاقات العامة الحديثة ويمثل قناة جيدة للتعامل بين القائم بالعلاقات العامة في المؤسسة والجمهور وهو وسيلة تدل على الاحترام والاقتراب ، ويشكل وسيلة لجلب الانتباه ويعتبر وسيلة جيدة خصوصا مع التطورات الحديثة التي الحقت به ، بظهور الهاتف الذكي والهاتف المرئي واللوحات الالكترونية، وهو وسيلة لنقل الشكاوى والاقتراحات والحجز وغيرها .

- **الحاسب الالي :** يقوم الحاسوب بالعمليات الاتصالية والحسابية ويستخدم لمعالجة البيانات ونقلها والحفاظ عليها وتخزينها وهو وسيلة للربط الشبكي وبذلك هو وسيلة مهمة للقائم بالعلاقات العامة لأنه يساعده على نقل المعلومات وطباعتها وتخزينها فهو ضروري جدا وهو متعدد الوسائط .
- **الانترنت :** وهي شبكة دولية واسعة مكونة من عدة كمبيوترات متصلة ببعضها البعض يتم تبادل المعلومات من خلالها بين الأجهزة المختلفة [1].

وتعتمد العلاقات العامة على الانترنت عبر عدة اليات ودعامات وهي :

- **المواقع الالكترونية :** هي مساحات على شبكة الواب تسخرها المؤسسة كنقطة تعريف واتصال مع الاخرين وهي موجهة الى الفئات الافتراضية بشكل ظرفي او دائم ، والهدف منها هو انشاء قواعد بيانات قد يحتاجها المستخدم او عرض رسائل إعلانية مختلفة او تقديم خدمات متنوعة .
- **البريد الالكتروني :** وهو احدى اهم الخدمات المتوفرة على الشبكة العنكبوتية وأكثرها شهرة واستعمالا وعبر هذه الوسيلة يستطيع كل من لهم عناوين بريدية الكترونية الاتصال والمراسلة فيما بينهم وبكل ما تحمله الرسالة من معلومات او صور او أصوات، ولا يحتاج الى أي من متطلبات البريد العادي كالطوابع البريدية او الرسوم او عمال البريد ولا يخضع لرقابة الدول كما على البريد العادي ولا يحمل في طياته الرسائل العادية وفوق ذلك كله فهو بالمجان[2] .

ويستخدم في ارسال واستقبال الرسائل مهما كان حجمها الى الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة، وارسال واستقبال شكاوى وتعليمات وغيرها، ويتمتع بالخصوصية مع أعضاء المؤسسة والجمهور الخارجي .

- **المدونات الالكترونية(Web blog):** هي دفتر يوميات الكتروني وهي طريقة جيدة للمؤسسة من اجل التعريف بنشاطها وهي فضاء من اجل نشر المعلومات حول هذه

[1] - مضر عدنان زهران، عمر عدنان زهران، **التعليم عبر الانترنت** ،دار زهران للنشر والتوزيع ،عمان،الأردن،2009،ص17.
[2] - عمر خالد زريقات، **عقود التجارة الالكترونية: عقد البيع عبر الانترنت** ، دار الحامد للنشر والتوزيع،عمان،الأردن،2007، ط1،ص48.

المؤسسات ، وتحمل المدونات مجموعة من المذكرات اليومية بالإضافة الى الصور ومقاطع البث الإذاعي والمرئي ومختلف التعليقات .

- **مواقع التواصل الاجتماعي :** هي شبكات اجتماعية يلتقي فيها المستخدمون بشكل دائم وهي صفحات حرة يتم فيها تبادل الآراء والمعلومات والرسائل والصور...الخ، وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم البعض ضمن علاقات محددة مثل صداقات، اعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم [1]، وهي متنوعة كثيرا اشهرها الفايسبوك ، تويتر، يوتوب...، وهي فضاءات جيدة للتعريف بالمؤسسة لأنها عوالم افتراضية تعرف المنتوجات والخدمات عن طريق مشاركة المستخدمين انفسهم وهي فرصة للإعلانات والاتصال الدائم مع رواد هذه الفضاءات .
- **صفحات WIKI :** مثل ويكيبيديا، ويكيليكس...الخ، وهي مواقع الكترونية بصفحات تتشكل من تحرير مستخدمي الانترنت وتعني كلمة ويكي بلغة سكان هاواي بسرعة او سريعا وبذلك هي تشكل مواقع الكترونية يشارك الأنترنتيون انفسهم في انشائها وبذلك فهي فرصة لاستقبال وتقديم معلومات جديدة في كل وقت .
  - **الانترانت :** وهي شبكة معلوماتية داخلية مثل شبكة الانترنت لأنها تتأسس على تقنيات الاتصال الموجودة في الانترنت المتمثلة في بروتوكول الانترنت لكنها خاصة بالمؤسسة بحيث تسمح بالربط الداخلي للشبكات الرقمية للمؤسسة مع منح قبول الدخول اليها الى عمال المؤسسة من اجل تبادل البيانات والملفات من كل نوع مثل النصوص والصور والفيديو ...الخ.
  - **الاكسترانت :** وهي الربط الشبكي الخارجي بين المؤسسات بحيث يتم ربط حواسيب المؤسسات لتبادل المعلومات وفق اتفاقية مبرمة بينها وقد يتوسع هذا الربط الشبكي الى جمهور واسع يكون محدد ومنتقى فتمنح له كلمة السر للتمكن من الولوج الى هذه المؤسسة وفق طبيعة المعلومات التي يراد تسريبها .

[1] -مريم نريمان نومار، **استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية(دراسة على عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر)**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باتنة،2012/2011،ص45 .

المطلب الثاني : استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجالات الاتصال والعلاقات العامة

بمكن اجمال تأثير استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجالات المهن الاتصالية بما فيها العلاقات العامة باعتبارها واحدة من هذه المهن وتستخدم كافة أنواع واشكال الاتصال فيما يلي [1]:

- ✓ سوف تؤكد التغييرات القادمة في المنظمات المعاصرة الناتجة عن التطورات التكنولوجية الهائلة في الإنتاج والخدمات على أهمية الاتصال ذو الاتجاهين بين الإدارة العليا والجماهير المرتبطة بهذه المنظمات داخليا وخارجيا والمبني على التعاون والصراحة .
- ✓ سوف تكون مهمة المهن الاتصالية توفير المعلومات الكافية لبناء جسر الثقة بين هذه المنظمات وجماهيرها باستخدام الوسائل التي استحدثتها وطورتها ثورة تكنولوجيا الاتصالات وخاصة فيما يتصل منها بالأقمار الصناعية والصحيفة الالكترونية والكومبيوتر.
- ✓ أدت ثورة تكنولوجيا المعلومات الى حرية تباد المعلومات وما كان منها قاصرا على مداولات مجالس الإدارات او اللجان المتخصصة سوف يكون في متناول جميع أعضاء المنظمة مما يدعو الى زيادة مساهمتهم في الإدارة وقد طبقت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عدد من المنظمات الا انها لا تزال محدودة ومفتقدة في الكثير من المنظمات .
- ✓ ما يؤكد على حرية تبادل المعلومات خلال تأثيرات ثورة تكنولوجيا المعلومات ان هذه الثورة سوف تؤدي الى تعدد وتنوع المعلومات وما كان حكرا على منظمات معينة او مناطق معينة سوف يكون مشاعا للملايين كما انها ستؤدي الى زيادة واسعة في عدد الأصوات التي تتكلم وتوجه وسائلها إلى الجماهير وبالتالي سوف

[1] - ولاء يحي مصطفى، مرجع سابق ، ص146-147 .

تتضاعف أعداد الدوريات الصحفية بالإضافة إلى أنها ستتبع الاتصال ذو الطريق المزدوج في وسائل الاتصال الجماهيرية.

- ✓ بناء على هذه التطورات دعت المنظمات والاتحادات العاملة في مجال الاتصال إلى أن يطور المحررون في صحف المنظمات ومجلاتها لمواجهة التطورات التكنولوجية المتجددة في الصحافة حيث تحولت في العديد من المؤسسات إلى صحيفة أو مجلة الكترونية يطالعها أعضاء المنظمة.
- ✓ ولمواجهة هذه التطورات ينبغي أن يكون خبراء العلاقات العامة والاعلان والتسويق على دراية تامة بالكيفية المناسبة والمواعيد المناسبة للتعامل مع وسائل الاتصال الجماهيرية للوصول إلى الجماهير المستهدفة.
- ✓ يضاف إلى ذلك ما سوف يؤدي اليه استخدام الانترنت من تقديم خدمات واسعة الانتشار من ارسال الرسائل بسرعة ودقة عالية الى أماكن متعددة في الوقت الواحد وما سوف يؤدي اليه أيضا من قدرة عالية على الابتكار والتفاعلية في انتاج مواد إعلانية أكثر دقة وأكثر سرعة كالخرائط والبيانات الاحصائية .

ولقد جاءت ثورة التكنولوجيا الاتصالات المتطورة وتأثيراتها على جماهير المنظمات المعاصرة لكي تعطي الجماهير النوعية وما تمثله من ثقل في العلاقات العامة مزيدا من الأهمية بالإضافة الى ما تتصف به جماهير ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من صفات الضخامة والتنوع والتداخل وكل هذه الصفات تؤكد على أهمية وفاعلية دور العلاقات العامة في كيفية مخاطبة هذا الكم الكبير المتنوع المتضارب المتداخل من الجماهير باستخدامه لنفس هذه التكنولوجيا.

خلاصة

العلاقات العامة هي وظيفة إدارية هامة مستمرة ومتطورة تعتمد في تطبيقاتها على شتى أنواع الاتصال وذلك خدمة لأهداف المؤسسة وتحقيقا لغاياتها ومساعيها في المحافظة على مكانتها بين بقية المؤسسات في المجتمع ، ولذلك فقد عمدت العلاقات العامة في المؤسسة وكذا القائمين عليها على مسايرة جميع التطورات الحاصلة في المجتمع وعلى راسها التطور التكنولوجي، وقد استفادت من جميع التقنيات والوسائل الحديثة التي اتاحها ووفرها وكيفتها لخدمة وتطوير مصالحها وتنمية أهدافها لخدمة المؤسسة والمجتمع ككل .

الفصل الثاني

الأنترنت والمواقع الإلكترونية للمؤسسات

المبحث الأول : مفهوم الانترنيت واستخداماتها

المبحث الثاني : مفهوم المواقع الالكترونية وطرق تصميمها

المبحث الثالث : العلاقات العامة والانترنت

تمهيد

أصبحت الانترنت من اهم اهتمامات الزبائن والمؤسسات، وتعد من بين اهم التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، كونها تقدم الكثير من الخدمات منها انها تعتبر مصدرا للحصول على المعلومات التعليمية والبحثية في المؤسسات التعليمية بمستوياتها المختلفة ، وخاصة منها قطاع التعليم العالي، حيث اصبح لمعظم الجامعات مواقع الكترونية يتم التواصل بينها وبين مختلف الجماهير من خلال امدادهم بمختلف المعلومات والخدمات الاتصالية، حيث ان جودة الموقع الالكتروني ومحتوياته من جودة المؤسسة، باعتباره الوجه العاكس لها وصورتها على الشبكة العنكبوتية .

وهذا ما حاولنا التطرق اليه في هذا الفصل من خلال الاعتماد على ثلاثة مباحث ، جاء المبحث الأول عن مفهوم الانترنت واستخداماتها اما في المبحث الثاني فقد تطرقنا فيه الى مفهوم المواقع الالكترونية وطرق تصميمها وجودتها، وأخيرا حاولنا في المبحث الثالث التحدث عن العلاقات العامة والانترنت وكيف استفادت العلاقات العامة من الانترنت .

المبحث الأول : مفهوم الانترنت واستخداماتها

تعد الانترنت احدى اهم إنجازات تكنولوجيا شبكات الكمبيوتر في عالمنا المعاصر، بل ربما هي اكثرها قوة فقد بات بإمكان أي شخص استخدام الانترنت التي لا تحتاج الى شفرات او أجهزة كمبيوتر خاصة، إضافة الى إمكانية الولوج اليها من أي مكان في العالم الذي وصلت الانترنت الى اقطابه كله .

المطلب الأول : تعريف الانترنت ونشاتها وتطورها

الانترنت هي جزء من ثورة الاتصالات، ويعرف البعض الانترنت بشبكة الشبكات في حين يعرفها البعض الآخر بانها شبكة طرق المواصلات السريعة، وشبكة الانترنت عبارة عن مئات الملايين من الحاسبات الآلية حول العالم مرتبطة ببعضها البعض، ومع ترابط هذا العدد الهائل من الحاسبات امكن ارسال الرسائل الالكترونية بينها بلمح البصر، بالإضافة الى تبادل الملفات والصور الثابتة او المتحركة او الأصوات، وقد تم الاتفاق على نظام موحد تتبادل جميع هذه الأنماط من المعلومات تم تسميته النسيج العالمي .

لغــة : يقول بوب نورتن "Bob Northen" و كاتي سميث "Katy Smith" ان الانترنت كلمة انجليزية مختزلة لعبارة "Interconnections of Net Works" وهي تتجزأ الى كلمتين Interconnections وتعني الربط بين عنصرين او شيئين و Net Works وتعني الشبكة [1].

اصطلاحا : الانترنت هي شبكة مفتوحة متاحة للجميع دون استثناء ويمكن النفاذ اليها من كل مكان في العالم دون ادنى اعتبار للحدود الجغرافية ، توفر الاتصال والتفاعل وتحقق معنى المجلس الافتراضي لأي طرفين متصلين عبرها، حتى أضحت سوقا عاما تلتقي فيها الدول والهيئات والمؤسسات والتجمعات والشركات والافراد [2].

[1] - سميرة رابح بوعيشة، **الدعوة الإسلامية عبر الانترنت** ،رسالة ماجستير قسم الدعوة والاعلام، جامعة الأمير عبد القادر، 2003، ص32.

[2] - عمر خالد زريقات، مرجع سابق ، ص38 .

ويقول العالمان الامريكيان "غلي هاراكاي" و "بات ماكروجر" انها مجموعة من الحاسبات الالية تتحدث عبر الالياف الضوئية وخطوط التلفون ووصلات الأقمار الصناعية وغيرها من الوسائل، كما انها مكان تستطيع فيه التحدث الى اصدقائك وافراد اسرتك المنتشرين حول العالم، وهي مكان تقدم فيه الأبحاث التي تحتاج اليها في رسائلك الجامعية او اعمالك التجارية [1].

وتعرف الانترنت أيضا بانها مجموعة من شبكات الكمبيوتر المترابطة فيما بينها والتي تستخدم بروتوكول TCP/IP [2].

نشأت الانترنت في ظل الاحتياطات الاستراتيجية التي اتخذتها القيادة العسكرية الامريكية ممثلة بوزارة الدفاع، ابان الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي وذلك تحسبا من احتمال تدمير أي مركز من مراكز الاتصال الحاسوبي المتعمدة بضربة صاروخية سوفييتية مما سيؤدي بالتالي الى شلل الشبكة الحاسوبية بكاملها وحرمان القيادة العسكرية الأمريكية من الاسناد المعلوماتي، فقامت الحكومة الامريكية بإنشاء شبكة الانترنت في 1969/01/02 وربطت وزارة الفاع الامريكية بين أربعة معامل أبحاث، حتى يستطيع العلماء تبادل المعلومات والنتائج وقامت بتخطيط مشروع شبكة اتصال من حواسيب يمكنها الصمود امام أي هجمة سوفييتية محتملة، بحيث اذا تعطل جزء من الشبكة تنجح البيانات في تجنب الجزء المعطل وتصل الى هدفها، واطلق على هذه الشبكة وكالة مشاريع الأبحاث المتطورة أربانت (ARPANET).

وأربانت هو القسم المسؤول عن بناء الشبكة في ذلك الحين والذي تحول اسمه فيما بعد الى داربا(DARPA)، وكان النموذج الأول للأنترنت يتكون من أربعة أجهزة حاسوب صممت لغرض بناء شبكات الحواسيب العريضة من نوع وان (WAN) وربط تلك الحواسيب معا على البعد، وتم تركيب الحواسيب الأربعة في أربعة مراكز علمية هي جامعة يوتاه، جامعة كاليفونيا في سانتا باربارا، جامعة كاليفورنيا في لوس انجلوس، معهد ستانفورد الدولي

[1] - علي محمد شمو، **الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة** ، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية،الإسكندرية،2002،ص22.

2 Crost emmannuel, **utilisation de l'internet dans le cadre de l'exercice Professional: enquête après de300medecins généralistes d'aquitain**e, université Bordeaux 2-victor segalen,2005,p14.

للأبحاث. وفي عام 1972 تم توصيل 72 جامعة ومركز أبحاث الى الشبكة وكانت جميع تلك الجامعات والمراكز تعمل في مشاريع وابحاث خاصة بوزارة الدفاع الامريكية .

وتم في نهاية عقد السبعينات تطوير مجموعة من القواعد والنظم والإجراءات المشتركة التي تعمل من خلالها الانترنت ، بحيث تجعل الحواسيب تتحادث وتتبادل المعلومات مع بعضها واطلق عليها تسمية بروتوكول (Protocol) ومن ثم استخدمت هذه البروتوكولات المناسبة بحلول عام 1980 وفي عام 1983 طالبت داربا (DARPA) باستخدام بروتوكولات TCP/IP لكل الشبكات المترابطة، وفي العام نفسه انفصلت الانترنت الى جزأين مختلفين هما :

أربانت (Arpanet) : تتولى مهمة الاتصالات غير العسكرية .

ميل نت (Mil net) :وهي شركة عسكرية تتولى الاتصالات العسكرية، وهي تابعة لوزارة الدفاع الامريكية [1].

ولم يقف هذا التطور والنمو للأنترنت عند هذا الحد بل تعداه الى ما يعرف بالأنترانت انترانت (Intranet) وهي ممرات خاصة داخل شبكة الانترنت تستخدم تكنولوجيا وبروتوكولات شبكة الانترنت نفسها بهدف ربط شبكات خاصة كالبنوك والشركات وبكلفة متدنية وتمتاز هذه الشبكات في الغالب بنظام حماية خاص يسمى فيروال (Firewalls) لا يسمح لغير المرخص لهم بالدخول اليها [2].

وكان اول ربط للجزائر بشبكة الانترنت سنة 1993 وذلك عن طريق خط هاتفي متخصص باردیالوب (Pardialup) وفي مارس 1994 اقامت الجزائر الربط الكامل بشبكة الانترنت عن طريق كابل يربط مركز البحث في الاعلام العلمي والتقني بمدينة بيز الإيطالية، وتقدر طاقة هذا الربط بـ 9600 بايت في الثانية، ويندرج هذا الربط في اطار مشروع تعاون مع اليونيسكو (شبكة رناف RINAF) بحيث تكون الجزائر النقطة المحورية في الشبكة، وفتحت الشبكة لفائدة الباحثين والأشخاص المعنويين سنة 1995،

[1] - عبد الملك ردمان الدناني، **الوظائف الإعلامية لشبكة الانترنت** ، دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة،2003،ص 42-43.
[2] - عمر خالد زريقات ، مرجع سابق ، ص40.

وفي ديسمبر 1997 وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات تم تدعيم هذا الكابل بخط متخصص (Liasion spécialisée) يمر بمدينة باريس وتبلغ سرعته 265 كيلوبايت في الثانية .

وفي عام 1998 تم ربط الجزائر بواشنطن عن طريق الساتل الأمريكي (MAA) وخلال سنة 2000 عممت في ولايات الجزائر عبر انشاء خط هاتفي من خلال نقاط الوصول التابعة للبريد والمواصلات عبر ولايات الوطن .

ولأهمية الوسيلة ظهر متعاملون خواص في هذا المجال مثل مؤسسة خدمات الحاسوب العامة (GECOS) ومقاهي الانترنت ، والى غاية 1999 ظل (CERIST) المزود الوحيد للاتصال بشبكة الانترنت في الجزائر وهذا بغض النظر عن المؤسسات التي استفادت من خطوط اتصال خاصة ، وعرف مجال الاتصال عبر الانترنت في الجزائر ظهور العديد من الخواص خاصة بعد اصدار المرسوم التنفيذي 98-275 بتاريخ 25 اوت 1998 الذي حدد شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الانترنت [1]، ومنذ ذلك الوقت عرف عدد المستخدمين للأنترنت في الجزائر تزايدا كبيرا لا سيما بعد انخفاض أسعار الاشتراك.

وفي عام 2001 وفي محاولة منها أخذ حصة هامة من سوق الانترنت في الجزائر قامت وزارة البريد والمواصلات بعد انشاء مؤسسة الجزائر تيليكوم بالتعاقد مع شركتين عالميتين هما لوسنت تكنولوجي الامريكية (LOSENT technologie) واريكسون (Ericsson) السويدية لإنشاء قواعد خاصة ستمكن من الحصول على بث يتجاوز 30ميغابايت/ثا .

ومع ارتفاع عدد مقدمي خدمة الانترنت ارتفع عدد المستخدمين ليصل الى حوالي 1.9 مليون مستخدم سنة 2005، وفي أكتوبر 2006 أعلنت في تقرير لها ان عدد المستخدمين في الجزائر قد بلغ 3 ملايين مستخدم ، في حين بلغ عدد من يستخدم الانترنت عالي السرعة

[1] - نورالدين بومهرة، ماجدة حجار، **الانترنت: مفهومها وتجلياتها والاثار المترتبة على استخدامها** ، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية ع 12، جامعة باتنة، الجزائر، جوان 2005، ص 230-231.

ADSL منهم 700الف مستخدم .اما احصائيات سبتمبر 2007 فتشير الى ان عدد المستخدمين قد وصل الى 4 ملايين مستخدم وفي فيفري 2008 فقد وصل الى 5 ملايين مستخدم وذلك حسب تصريحات وزير البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال السيد بوجمعة هيشور، اما عدد المقاهي الانترنت فقد وصل الى 6000 مقهى عبر 1541 بلدية على مستوى القطر الوطني [1].

وقد اعترضت في بداية انتشار الانترنت في الجزائر بشكل واسع مجموعة من العوائق تتلخص في ارتفاع أسعار الهاتف الثابت والتي وصلت الى نسبة 200% عام 2003وكذا بطء الشبكة وهيمنة الجزائرية للاتصالات على الخدم الى غاية 2006 اين دخلت شركات أخرى منافسة في هذا المجال مثل اوراسكوم المصرية ، ومن الأسباب المعيقة كذلك ارتفاع أسعار الحواسيب مقارنة مع ما هو عليه الحال في الدول الخليجية مثلا هذا ما زاد من اهتمام المستخدمين بمقاهي الانترنت ، حيث افتتح اول مقها انترنت في الجزائر سنة 1997.

المطلب الثاني :التعليم عبر شبكة الانترنت

تشير المعلومات الى ان أنظمة التعليم الجديدة في المستقبل سوف تستند الى أشياء متنوعة مثل الانترنت ، وعلى هذا الأساس يتطلب الامر من هذه الأنظمة ان توفر معلومات جادة مع كل ما يستلزمه ذلك من أدوات وبرامج وموجهات ومسارات وفرص للقيام باتصالات جديدة والدخول الى قواعد البيانات الرئيسية .

والتعليم بحد ذاته هو وسيلة اتصال أولا وأخيرا فهو طريقة لنقل المعلومات وايصالها، والانترنت افضل وسيلة لذلك ثم ان التعليم سيتطور وستسبق الانترنت هذه الخطوة بحيث ان الانترنت ستصبح وسيلة لتخزين المعلومات فهي مصدر لا نهائي للمعلومات والتعليم هو اذا وسيلة التفكير والتحليل والتمحيص ، وعليه ستكون الانترنت افضل وسيلة للتعليم [2].

1-B.Chellali, **les tariffs d'accés a internet haut debit revues a la base** ,Maghreb Hebdo, n06,Algerie , du28/02au 05/03 2008, p 06.

[2] - مضر عدنان زهران، عمر عدنان زهران، مرجع سابق ، ص 105.

لقد انتشرت في الآونة الأخيرة ما يسمى بالجامعات الافتراضية او الجامعات الالكترونية حيث يستطيع المتعلم ان يحصل على التعليم الجامعي لمختلف المراحل التعليمية دون ان يغادر بيته او وطنه ويحصل على التعليم من محاضرات واختبارات وتسليم للمشاريع وغيرها من المستندات وعمليات دفع الرسوم وتسجيل المسافات كل ذلك يتم عبر الانترنت ، ويعتمد الاعتراف بهذه الجامعات حسب البلد [1].

وفي الوطن العربي بدا اهتمام بعض المدارس الخاصة، والمعاهد والجامعات بالأنترنت للانتقال الى مستوى اخر من مستويات التعليم ، ويظهر فيها العديد من مواقع الجامعات والمدارس ورافق ذلك تخفيض تكاليف اشتراك الطلاب والأساتذة في بعض الأقطار العربية الى نصف المبلغ المعتاد وفعلت ذلك شركة غلوبال وان في الأردن ، وانشات دبي في الامارات كلية الدراسات التطبيقية (Dubaï polytechnique) وتسعى الكلية الى تقديم تقنيات متقدمة في مجال التعليم عن بعد [2].

وفي الجزائر وفي اول تجربة من نوعها أقيم ما بين 28و30 مارس 2001 ملتقى دولي لمناقشة إقامة الجامعة الافتراضية على الانترنت في اطار مشروع " ابن سينا " الأورو متوسطي تحت اشراف منظمة اليونيسكو على ان ينفذ المشروع بجامعة التعليم والتكوين المتواصل ، ابتداء من ماي 2001 ، وفي 2007 اقام المركز الوطني لدمج وتطوير تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المنظومة التربوية حجر الأساس لمشروع المدرسة الالكترونية (E-ecole) بالتعاون مع مؤسسات اجنبية وبتمويل من طرف المنظمة الأوروبية بالتعاون مع وزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال، وقد اختيرت 4 مؤسسات لتطبيق المشروع منها متوسطة وثانوية بالعاصمة ، ثانوية بعنابة، وثانوية في الاغواط [3].

[1] -خضر مصباح الطيطي، **التجارة الالكترونية من منظور تقني وتجاري واداري**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص259.

[2] - عبد الملك ردمان الدناني ، مرجع سابق ، ص 126 .

[3] - باديس لونيس، **جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت** ، دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري بقسنطينة، مذكرة ماجستير منشورة، قسنطينة، 2008/2007، ص 82-83 .

وللدراسة عبر الانترنت فوائد عديدة وخاصة في الجامعات ، وفيما يلي نذكر اهم 8 فوائد للتعليم عبر الانترنت [1]:

- **مجموعة متنوعة من المواد والمحاضرات :** يقدم التعليم العالي على الانترنت مجموعة متنوعة من الخيارات للطالب ، ويمكن إيجاد المواد والمحاضرات بسهولة تامة كل ما على الطالب اختيار ما يرغب بدراسته، كما ان الخيارات متاحة امامه دائما من الطب والهندسة الى الثقافة والفن ويمكنه الحصول على شهادة اكاديمية من خلال شبكة الانترنت، ومن الشهادة المهنية الى شهادة الدكتوراه .
- **انخفاض التكاليف الاجمالية :** يمكن لبرامج الانترنت ان تكون خيارا في متناول اليد، فبعض أسعار الرسوم الدراسية اقل تكلفة من الكليات التقليدية وقد تكون مجانا كما في اكاديمية رواق، وتقل التكاليف المرتبطة بالتعليم تباعا . على سبيل المثال لا توجد تكاليف نقل واحيانا ليس هناك أي مواد دراسية مطلوبة مثل الكتب لأنها متوفرة مجانا على الانترنت، كما ان العديد من الكليات والجامعات بدأت بقبول الاعتماد بدورات التعليم المفتوح MOOCS، وتعد قفزة كبيرة في نظام التعليم عبر الانترنت، فدورات مجانية مثل هذه يمكن لها مساعدة الطلاب على تحقيق متطلبات التعليم العام .
- **بيئة تعليمية اكثر راحة :** بعض الإعلانات التجارية تظهر الطالب على الانترنت يدرس وهو يرتدي ثياب النوم، قد تكون هذه احدى فوائد التعليم عبر الانترنت، اذ لا توجد جلسات حضور تقليدية بل يتم ارسال المحاضرات وغيرها من المواد الكترونيا للطالب الذي سيقوم بعد قراءتها بأداء الواجبات كاملة ولن يكون على الطالب مجابهة حركة المرور والبحث عن موقف للسيارة وترك العمل مبكرا للذهاب الى المدرسة او تفويت حدث عائلي .

1-Staff writers,**10 advantages to talking online classes**,01/10/2012, http://oedb.org/ilibrarian/10-advantages-to-taking-online-classes, 21/02/2017 a 11:17 .

- **الملاءمة والمرونة :** تعطي المحاضرات على الانترنت للطلاب الفرصة في إدارة الوقت ، أي يستطيع ان يختار الوقت الذي يرغب في الدراسة سواء كان ذلك في الصباح الباكر او في وقت متأخر من الليل ، وبما ان المواد الدراسية متاحة على الانترنت دائما فليس هناك حاجة للذهاب الى المكتبة كل هذا يجعل التعليم عبر الانترنت خيارا جيدا للطالب الذي يحتاج الى تحقيق توازن بين العمل والالتزامات الاسرية .
- **مزيد من التفاعل وزيادة القدرة على التركيز:** في حين ان هناك ادلة متناقضة حول نسبة المشاركة الطلابية على الانترنت مقابل المشاركة في المحاضرات التقليدية، الا ان هناك شيء واحد مؤكد، وهو ان فرصة المشاركة في الحوارات والمناقشات اقل بكثير من جلسات الحضور وجها لوجه، وحسب راي بعض الطلاب فان الطالب يستطيع التركيز في المادة بكل سهولة اذ لا يشتت ذهنه من قبل بقية الطلاب او من نشاط القاعات الدراسية .
- **التقدم الوظيفي :** يستطيع الطالب وهو يعمل اخذ الدروس على الانترنت بل ويحصل على شهادة أيضا، وذلك اثناء الاجازات الوظيفية او اثناء اجازات الامومة بالنسبة للطالبات، وقد يساعد عمل اكاديمي مثل هذا على سد الثغرات في السيرة الذاتية حين البحث عن عمل او طلب ترقية وظيفية . كذلك امتلاك شهادة اكاديمية تظهر الطالب لأرباب العمل على انه طموح وعلى معرفة واستعداد لأي تحديات جديدة .
- **استمرار المهنة :** حتى لو كان هناك من يريد الحصول على شهادة من برامج المؤسسات التعليمية الا ان هذا لا يعني انه يريد ترك وظيفته الحالية، وبالنسبة لمعظم طلاب اليوم تكاليف الكلية تعني ضرورة مواصلة العمل مع الدراسة. لذا المرونة التي سبق ذكرها في برامج الانترنت تمكن الطالب من مواصلة العمل في الوقت الذي يواصل فيه أيضا تنمية بعض المؤهلات الاكاديمية .
- **تحسين المهارات التقنية :** تطوير مهارات حاسوبية جديدة هي احد فوائد برامج التعليم المفتوح، حيث يتعلم الطلاب البرامج وأنظمة إدارة التعلم (Learning

Management System) وبالتالي تترجم المهارات التي يكتسبها الطالب الى مهن واختصاص، بما في ذلك انشاء وتبادل الوثائق التي تشتمل على مواد سمعية بصرية، بالإضافة الى اكمال الواجبات التدريبية والاختبارات على الانترنت ...الخ.

لقد اشرنا الى بعض فوائد الدراسة على الانترنت وبالتأكيد هناك اكثر مما اشرنا ولكن في مجمل الحديث ان الطلاب في برامج الانترنت قادرون على إدارة وقتهم ومعرفة المواد التي يتم تقديمها وتكلفة واجباتهم حسب جداول زمنية خاصة بهم .

وتلخص الباحثة فوزية محمد اهم استخدامات الانترنت في التعليم الجامعي فيما يلي [1]:

1- استخدامها كمصدر مهم من مصادر التعليم في الجامعات على مستوى العالم وذلك نتيجة للإمكانيات الكبيرة التي اتاحتها الشبكة للوصول الى المعلومات مما يشجع الطلبة على البحث عن المعلومات عبر الشبكة وعدم الاعتماد كليا على منهج محدد من خلال كتاب منهجي حيث أصبحت مصدرا مهما للتعلم بأحدث المعلومات .
2- قيام الجامعات بطرح مناهجها التعليمية وموادها الدراسية على شكل صفحات على شبكة الانترنت بحيث يستطيع الطلبة الاستفادة منها من خلال الشبكة والتصفح في أوقات الفراغ وفي أماكنهم .
3- استخدامها كوسيلة للتعريف بالجامعة والخدمات التي تقدمها ونظام القبول فيها والمقررات التي تطرحها .
4- إمكانية تبادل وجهات النظر وطرح المشكلات البحثية لبحثية سواء بين الأساتذة او الطلبة وتبادل البحوث واوراق العمل دون اهدار للوقت والجهد والمال في التنقل والاكتفاء بها كوسيط تعليمي فعال .
5- تسمح لعدد من خبراء التعليم المفتوح على مستوى العالم ان يشاركوا في تطوير نظرية ما وتطبيقها .

[1] - فوزية محمد، **استخدام الانترنت في التعليم الجامعي** ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ع 6(عدد خاص)،الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي، ورقلة،2011 ، ص127 .

6- توفر شبكة واسعة لنقل وتسليم المقررات الدراسية وما يتعلق بها للمراكز الدراسية التابعة للجامعة .

7- إمكانية الحصول على البحوث الحديثة من الجامعات ومراكز البحوث المتخصصة بسرعة كبيرة من خلال خدمة نقل الملفات .

8- إمكانية وضع الدوريات والمجلات والصحف بشكل صفحات ويب على الشبكة واستخدامها كوسيلة لدعم العملية التعليمية .

9- إمكانية استخدام الانترنت كوسيلة للإعلان عن الأنشطة التعليمية والمؤتمرات ومساعدة الطلبة والأساتذة ومتابعة الأنشطة العلمية كل حسب اختصاصه .

10- استخدامها كوسيلة لنقل المعلومات من الجامعة واليها كإرسال مواد مطبوعة مثل النصوص والصور والخرائط وغير ذلك من الخدمات الاكاديمية .

11- المساعدة على زيادة التعليم المفتوح وشيوعه وانتشاره على مستوى العالم .

12- إعطاء الطلبة جو من الحرية والدافعية للتعلم اكثر من التعليم التقليدي .

المطلب الثالث : إيجابيات وسلبيات الانترنت

أ- **إيجابيات الانترنت :** تتميز شبكة الانترنت على غيرها من وسائل الاتصال بالعديد من الإيجابيات منها :

- استخدام الانترنت في العلاقات العامة : هناك تعريف شائع للعلاقات العامة عرضته مجلة العلاقات الامريكية (Public Relations News) وفيه تشير الى ان العلاقات العامة وظيفة إدارية تقيّم اتجاهات الجمهور، وتحقق سياسات وتصرفات الفرد او التنظيم مع المصلحة العامة، وتضع وتنفذ برنامج عمل للفوز بثقة الجمهور وتقبله للمؤسسة .

ولان العلاقات العامة وظيفة إدارية داخل المنظمة فهي ليست بمنأى عن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والانترنت بشكل خاص والتي صارت اكثر من ضرورية للمزايا الكثيرة التي تقدمها .

وبمكن اجمال أوجه الاستفادة من الانترنت في مجال العلاقات العامة في الاتي [1]:

- ✓ استخدام قواعد البيانات على الشبكة في الحصول على المعلومات وكتابة التقارير، الامر الذي مكن بعض ممارسي العلاقات العامة من المشاركة في صنع القرار داخل منظماتهم .
- ✓ استخدام البريد الالكتروني كوسيلة اتصال شخصي داخليا بين افراد المنظمة، وخارجيا مع الجمهور ومع المنظمات الأخرى .
- ✓ التواجد الدائم في الشبكة العنكبوتية من خلال الموقع الخاص بالمنظمة .
- ✓ اجراء البحوث في شكل مقابلات في الشبكة عبر البريد الالكتروني والتصويت في موقع المنظمة ومجموعات الاخبار والتخاطب والدردشة والمهاتفة عبر الانترنت .
- ✓ التعرف على صورة المؤسسة من خلال ما ينشر عنها من قبل وسائل الاعلام والمنافسين والمستخدمين وغيرهم في الانترنت .
- ✓ تقوم بعض المنظمات الرائدة بإعداد مواقع توضع على الشبكة في حالات الازمات وتستهدف جمهورا محددا .
- ✓ وهناك من يرى بان استخدام الأنترنت في مجال العلاقات العامة اوال الحاجز النفسي بين المنظمة وجمهورها، فأصبحت تبدو قريبة منهم وكان الانترنت هي البوابة الامامية للمنظمة وموقعها على الواب هو الردهة التي يتجول فيها الجمهور .

- خدمة البريد الالكتروني : حيث يمكن مراسلة أي شخص في العالم، ويتميز بخصيتين مهمتين هما السرعة وانعدام التكلفة لان قيمة الاشتراك في الانترنت مدفوعة ، وربما هناك خاصية ثالثة وهي ضمان وصول الرسالة حيث ان الرسالة ترجع لمرسلها اذا كان العنوان خاطئا، لذا تستفيد منه الشركات والمؤسسات في مراسلاتهم التي يستخدمونها مثلا في الاتصال بعوائلهم حول العالم واصدقائهم وابنائهم، وأيضا لمراسلة الجامعات في الخارج والانضمام الى القوائم البريدية للحصول على المعلومات والمنتوجات والاخبار الجديدة وغيرها .

[1] - باديس لونيس، مرجع سابق ، ص85-86 .

- الباحثون والطلاب : حيث تمكنهم الانترنت من الاطلاع على المستجدات في الأبحاث والمعلومات التي تهم الباحث في تخصصه من المواقع والنشريات والدوريات ، أيضا يمكن البحث عن المراجع من الكتب والأبحاث عن طريق المكتبات الالكترونية .
- الاخبار : يمكن الاطلاع على الاخبار بأنواعها حول العالم عن طريق المواقع الالكترونية لوكالات الانباء والمواقع الإخبارية .
- التسّوق : وهذا باب كبير من أبواب الانترنت حيث يمكن عن طريق الشبكة العالمية وبواسطة بطاقة الائتمان شراء الملابس والاثاث والأجهزة الكهربائية والكتب وأجهزة الحاسوب المكتبية والمحمولة وغيرها .
- الاعلام الإسلامي والدعوة عبر الانترنت : حيث تعتبر الانترنت وسيلة إعلامية مثالية لاحتواء الاعلام الديني بصفة عامة والاعلام الاسلامي والدعوة الإسلامية بشكل خاص، ولا يخفى على احد ما لذلك من فوائد تختزلها الانترنت والدعوة من خلالها هذه الفوائد يمكن ذكر أهمها في :
  - ✓ عالمية الدعوة فالداعية يخاطب مشارق الأرض ومغاربها .
  - ✓ سهولة الانتشار بإجراءات وخطوات بسيطة .
  - ✓ حرية الكلمة فالدعوة في هذا المجال بلا قيود ولا حدود .
  - ✓ قلة التكلفة المادية في اعداد البرامج والأنشطة .
  - ✓ الدعوة في الانترنت ذات طابع تفاعلي بين الداعية والمتلقين .
  - ✓ توثيق المعلومات وحفظها سواء كانت المادة صوتية او مكتوبة او مرئية .
  - ✓ سهولة الاطلاع والحصول على نتائج الدعاة وبحوث العلماء وفتاويهم والاستفادة منها في أي وقت ولو طالت المدة .
- البحث عن وظائف : حيث يمكن عرض الوظائف او البحث عنها وذلك لدى المواقع التي تعنى بالتوظيف ليتم تسجيل اسم ومؤهلات طالب الوظيفة .
- الاتصال الهاتفي : يمكن الاتصال بواسطة الانترنت من جهاز لآخر ويمكن الاتصال من جهاز الى هاتف عدي بأسعار زهيدة ، وهذا ما يميزه عن أسعار شركات الاتصال

المحلية وبالنسبة لخدمات الاتصال الأخرى فاستقبال الفاكس مجانا وبالإمكان ارسال رسائل نصية للجوال مجانا بالإضافة الى خدمات البريد الصوتي .

- الإعلان الالكتروني عبر الانترنت : اذا كان الإعلان حسب التعريف الذي أوردته جمعية التسويق الامريكية هو جهود غير شخصية لتقديم الأفكار او السلع او الخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل اجر مدفوع. والمقصود بالجهود غير الشخصية هو استخدام وسائل الاعلام المختلفة، فالإعلان عبر الانترنت هو نوع من الإعلانات وذلك حسب الوسيلة الإعلامية المستخدمة كان نقول الإعلان التلفزيوني مثلا نسبة الى التلفزيون .
- ويمكن تعريف الإعلان الالكتروني عبر الانترنت على انه جمع اشكال العرض الترويجي المقدم من معلن معين من خلال شبكة الانترنت [1].
- التجارة الالكترونية :تعرف التجارة الالكترونية على انها عملية البيع والشراء او التبادل للمنتجات والخدمات والمعلومات عبر الانترنت وهي عبارة شاملة تستخدم للتعبير عن مجموعة من التقنيات المتاحة لنقل المعلومات الكترونيا بهدف التجارة اما الاعمال الالكترونية فهي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لإدارة وتنفيذ مختلف اعمال المؤسسة [2].
- فوائد متنوعة : مثل البحث عن افضل الفنادق وتذاكر الطيران، حجوزات الفنادق والرحلات حول العالم ، عرض وطلب العقارات ، استئجار السيارات، التعلم عبر الحاسوب، الاطلاع على المعلومات الإحصائية والتاريخية والجغرافية والسياحية والعلمية ، الاستشارات الطبية، القواميس والموسوعات، معرفة الطقس حول العالم، متابعة الاهتمامات والهوايات المختلفة، المزادات الالكترونية، الترجمة الالية وغيرها....

[1] - عبد السلام أبو قحف، طارق طه احمد، **محاضرات في هندسة الإعلان والاعلان الالكتروني** ،الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 2006،ص 341 .

[2] - محمد خليل أبو زلطة، زياد عبد الكريم القاضي، **مدخل الى التجارة الالكترونية** ،مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2009، ص65.

ب- سلبيات الانترنت

بالرغم مما تتميز به الانترنت من فوائد الا انها تبرز عديد السلبيات وخاصة اثناء الاستعمال السيء لها فهي سلاح ذو حدين، وفيما يلي نبرز اهم السلبيات التي افرزتها الانترنت :

- المواقع الاباحية في الشبكة العنكبوتية: هي مواقع سيئة مخلة بالآداب والأخلاق العامة او تخالف عقيدة المسلم وآداب الإسلام .
- فيروسات الحاسب : هي برامج خبيثة تأتي مع استقبال برامج او تطبيقات متاحة على الشبكة وكذلك مع البيانات المرسلة عبر البريد الالكتروني .
- انعدام سرية امن المعلومات : هو مطلب ضروري لحماية الأجهزة والمعلومات من عبث بعض مستخدمي الشبكة لذلك وجدت برامج تقوم بتشفير محتوى الرسائل وأرقام الحسابات والبيانات والملفات لعدم معرفة محتواها .
- ادمان الانترنت : يعرف بض العلماء الإدمان بانه عدم قدرة الانسان الاستغناء عن شيء ما بصرف النظر عن هذا الشيء طالما استوفى بقية شروط الإدمان من حاجة الى المزيد من هذا الشيء بشكل مستمر حتى يشبع حاجته حين يحرم منها، وبالتالي اقتنع بعض العلماء ان هناك من يسمون بمدمني الانترنت [1].

اما الأسباب التي تقف وراء هذا الإدمان فهي كثيرة نذكر منها :

✓ الانترنت توفر للإنسان اطلاق رغباته الدفينة .

✓ الافتقاد الى السند العاطفي عند المراهقين يجعلهم يلهثون وراء الاشباع الوهمي واللذة المؤقتة من خلال الدردشة مع أناس وعوالم لا يعرفون عنها شيئا .

ويترتب عن ادمان الانترنت ظواهر قريبة من من ادمان المخدرات، ومن هذه الظواهر:

❖ التحمل : ويعد من ظواهر الإدمان حيث يميل المدمن الى زيادة الجرعة لإشباع ما كان يتطلب اشباعها لديه جرعة اقل، وكذلك يزيد مدمن الانترنت من ساعات الاستخدام باطراد لإشباع رغبته المتزايدة الى الانترنت .

[1] - محمد احمد صوالحة، **علم النفس اللعب**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، ط1، 2005، ص 153.

❖ الانسحاب : يعاني المدمن من اعراض نفسية وجسمية عند حرمانه من المخدر، وكذلك مدمن الانترنت فانه يعاني عند انقطاع اتصاله بالشبكة من التوتر النفسي الحركي، والقلق ، وتركز تفكيره على الانترنت بشكل قهري واحلام وتخيلات مرتبطة بالأنترنت [1].

وينتج عن ادمان الانترنت سلبيات كثيرة بالنسبة للمدمن نفسه مثل السهر والارق وآلام الرقبة والظهر والتهاب العين، وبالنسبة لأسرته لما تسببه من مشكلات زوجية وعدم الاهتمام بالأبناء ومشكلات في عمله نتيجة لتأخره في اعماله ومشكلات اجتماعية لإهمال المصاب به لأهله واقاربه .

- الابتعاد عن الواقع المعاش ما ينتج عنه تفكك الروابط والعلاقات المباشرة، والاستعاضة عنها بلقاءات الغرف الالكترونية الافتراضية .
- الاستغراق في التعامل الالي يهدد بالخوف من الغاء إنسانية الشخص .
- تسخير بعض فئات المجتمع في ترويج أفكار تهدد المجتمعات .
- طرحه لأفكار ضالة ومضللة قد تشوه وتشوش رؤية الشباب .
- بالنسبة للتعليم عبر الانترنت ففيه يصعب تقييم المتعلمين ومشاهدة ردود افعالهم، فالإنترنت وسيلة جيدة ورائعة للحصول على المعلومات، لكن من الصعب تقييم ردود فعل الطالب حول تلك المعلومات [2].
- عدم استقرار وثبات المواقع والروابط التي تصل بين المواقع المختلفة على شبكة الانترنت فقد نجد الموقع او المعلومة اليوم ولا نجدها غدا .
- اللغة وكما هو ملاحظ ان اللغة المستخدمة بالغالب هي اللغة الإنجليزية .
- الاحتيال عبر الانترنت وتقوم عملية الاحتيال على اسلوبين ، الأول يقوم على أساس انتحال شخصية الافراد ومن خلاله يمكن الاستيلاء على الرصيد البنكي او السحب

[1] - علي عبد الله عسيري، **الآثار الأمنية لاستخدام الشباب للانترنت**، مجلة الامن والحياة، ع264، جمادى الأول 1425ه،السعودية، ص80 .

2-Gary.W.James,**Advantages and disadvantages of online learning, august-September**, united states, **http://www.leerbeleving.nl/wbts/nieuw_basics/addis.pd**,p2,le01/03/2017à14:30.

من البطاقة الائتمانية او حتى الإساءة الى سمعة الضحية، والثاني يقوم على هجوم يشنه المحتال على الموقع للسيطرة عليه، ومن ثم يقوم بتحويله الى موقع بيني، ويتوقع ان يكثر استخدام أسلوب انتحال شخصية المواقع في المستقبل نظرا لصعوبة اكتشافها .

- المشاكل التي تصادف المستخدمين والخاصة بالكم الهائل من المعلومات الموضوعة على الشبكة وكيف يمكن الهيمنة عليها وتحديد ما نريد ووقت ما نشاء[1].
- غسيل الأموال والقمار عبر الانترنت : يمكن تعريف غسيل الأموال بانه عملية من شانها إخفاء المصدر غير المشروع الذي اكتسبت منه الأموال ، ويرجع التوجه الجديد نحو غسيل الأموال عبر الانترنت الى الخصائص التي تضفيها هذه الأخيرة على حركة الأموال السعة ن السرية ، عدم اعترافها بالحدود الجغرافية... بالإضافة الى جاذبية الانترنت وشعبيتها المترتبتين عن جودتها وحداثتها .
- الإرهاب الالكتروني عبر الانترنت : ظهر مفهوم الإرهاب في بلدان عديدة، الا انه بفضل الة الحملات الإعلامية والقدرات المتفوقة في شتى المجالات التي تملكها الولايات المتحدة الامريكية فقد تمكنت من ترويج تعريفها الخاص وهو الاستخدام غير القانوني للقوة او العنف ضد افراد او ممتلكات بغية الإرهاب بالتهديد لإرغام الحكومة او السكان المدنيين او اية فئة أخرى على القبول بهدف سياسي او اجتماعي[2].
- صناعة وتسويق الممنوعات عبر الانترنت : حيث أصبحت الانترنت سوقا مغرية للباحث عن الممنوعات من المنحرفين والخارجين عن القانون ، فهي تتيح الفرصة لهم ان يكتشفوا كيفية الحصول على المخدرات بمختلف أنواعها وكيفية استعمالها وسعرها وغير ذلك .

[1] - احمد ريان ، **خدمات الانترنت** ، مكتبة الإسكندرية ، أبو ضبي، ط4 ،2001، ص 36 .
[2] -د .ك ، **الإرهاب الرقمي**، جريدة رسالة الاطلس ،ع 408،من 04الى 10اوت 2002، ص16.

المبحث الثاني : تعريف المواقع الالكترونية وطرق تصميمها وجودتها

استطاعت الكثير من المؤسسات بل واصبح لزاما عليها مواكبة التطور التكنولوجي المتسارع الذي يشهده العالم واضحى من الضروري ان يكون لهذه المؤسسات موقع على الشيكة العنكبوتية هو بمثابة واجهة لها وصورتها في هذه الشبكة، ولكن حتى يكون هذا الموقع بهذه الخاصية لابد من مراعاة أمور كثيرة واتقان تقنيات التصميم وفنياته وكذا تزويده بكل المستجدات وضمان جودته .

المطلب الاول : تعريف المواقع الالكترونية ومكوناتها :

يعرف الموقع الالكتروني بانه مجموعة من الصفحات المرتبطة تستضيفها حاسبة من نوع خادم تدعى ملقم، وتحتوي معظم مواقع الويب على صفحة رئيسية كنقطة بداية، تتصل الصفحة الرئيسية بصفحات أخرى باستخدام ارتباطات تشعبية .

ويعرف بانه مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف الى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما او مؤسسة ما بحيث يكون الوصول اليه غير محدد بزمان ولا مكان وله عنوان فريد محدد يميّزه عن بقية المواقع على شبكة الانترنت [1].

وهناك من بعرفه بانه عبارة عن مجموعة من صفحات مبرمجة باي لغة من لغات الويب تقوم بعرض واخذ البيانات على شبكة الانترنت وتختلف المواقع عن بعضها من ناحية عملها وبرمجتها ، ومن امثلة لغات البرمجة المستخدمة في برمجة المواقع الالكترونية: [2]
PHP with MYSQL DATABASES , ASPNET with ASQL SERVER DATABASES.

ويتكون أي موقع على الويب من ثلاثة أشياء أساسية وهي :

أ- رابط الموقع (Domain) : وهو عبارة عن رابط الموقع او عنوان الموقع على الشبكة العنكبوتية ولا يوجد أي تشابه بين عنوان موقع وعنوان اخر وتوجد منظمة عالمية

[1] - محمد مصطفى ، تقييم جودة المواقع الالكترونية ، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والإدارية، ع18،المجلد6،العراق،2010،ص38.
[2] - يوسف صالح الجرعي ، تصميم المواقع الالكترونية ، الإصدار الأول، ص10 .

تدعى هيئة الانترنت للأسماء والأرقام المخصصة (آيكان) وهي التي تنظم عناوين المواقع بحيث تضمن عدم وجود عناوين متطابقة .

ب-مساحة تخزين الموقع Host (استضافة) : وهي عبارة عن السعة التخزينية اللازمة لتخزين ملفات او محتوى أي موقع على الويب، ويوجد العديد من الشركات التي توفر لك خدمة استضافة موقعك على الويب بمقابل مادي متجدد شهريا او سنويا وللتبسيط فان الاستضافة هي عبارة عن سيرفر له مساحة تخزينية مثل الهارد ديسك يدار من قبل شركة ما تقوم باستضافة ملفات ومحتوى موقع الويب على هذا السيرفر المملوك لها بمقابل مادي .

ت-ملفات الموقع (Files) : وهي عبارة عن ملفات الموقع التي تكون عبارة عن ملفات التصميم وشكل الموقع ومحتوى الموقع المتكون من الصور والنصوص والفيديوهات الموجودة على الموقع .

وملفات الموقع لا يتم حجزها او شراؤها بل صاحب الموقع هو المسؤول عن انشائها، وهي تحتوي على قالب الموقع او الشكل الذي يظهر به الموقع على الويب ، وشكل الموقع او قالب الموقع يتم تصميمه وبرمجته من خلال مصمم ومبرمج ويب متخصص .

المطلب الثاني : أنواع المواقع الالكترونية وطرق تصميمها:

هناك عدة تقسيمات للمواقع الالكترونية فهناك من يصنفها على أساس مضمونها واخرون يصنفونها على أساس الاحتراف في تصميمها وهناك أيضا تصنيف على أساس تمويلها او الجمهور الذي تتوجه اليه ...الخ، وفيما يلي سنستعرض اغلب هذه التصنيفات بالشرح [1].

- **من حيث المضمون :** ويهتم هذا التصنيف بفرز المواقع على الشبكة من حيث المحتوى الذي تقدمه، ويمكن تصنيفها كما يلي :

[1] - **انواع المواقع الالكترونية** ،مركز الرائد للتدريب والتطوير الاعلامي ،مقالة منشورة،www.al-raeed.net/training ، ص26،2017/01، 09:50 .

- ❖ مواقع تجارية تسويقية : وتعرض منتجات للشركات والمؤسسات التابعة لها للمساعدة في تسويقها، وتحتوي في الغالب على خدمة البيع على الانترنت من خلال الكروت المدفوعة مسبقا او من خلال الدفع عند الاستلام وفي الغالب لا تحتوي مثل هذه المواقع على مواد إخبارية او معلوماتية وتقتصر على التعريف بالشركة او المؤسسة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها وربما تقوم بعرض منتجات لشركات أخرى .
- ❖ مواقع تجارية إعلامية : وتكتفي بالتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها الشركة ولا تتيح إمكانية البيع والشراء عبر الانترنت .
- ❖ مواقع إخبارية : وتركز اهتمامها على تقديم الخدمات الإخبارية اللحظية وربما تضيف اليها بعض التحليلات الإخبارية والتقارير، وقد تركز هذه الخدمة الإخبارية على بلد بعينه او تكتسب طابع العمومية فتغطي المناطق الجغرافية المختلفة على مستوى العالم بصورة متوازنة .
- ❖ مواقع شاملة : وتضم هذه المواقع نطاقات اهتمام واسعة من حيث
  - ✓ التخصص فتهتم بالمجالات السياسية والاقتصادية والعلمية والاجتماعية.
  - ✓ القوالب الفنية فتنشر الاخبار والتحقيقات والمقابلات واستطلاعات الراي
  - ✓ المناطق الجغرافية فتهتم بمساحات جغرافية متنوعة .
- ❖ مواقع إعلامية مساندة : وتساند هذه المواقع مؤسسات إعلامية أخرى مثل الصحف فتقوم هذه المواقع بعرض محتوى الصحيفة الورقية على الانترنت وتعرض مادتها بأكثر من طريقة ، الاكتفاء بنشر نصوص الصحيفة الورقية، عرض مقتطفات من ابرز محتويات الصحيفة، تخطي دورية الصحيفة لنشر بعض الموضوعات الإضافية خاصة المتابعات الإخبارية التي تحدث في الأوقات الفاصلة بين كل عددين[1] .
- ❖ الإذاعات والقنوات الفضائية : وتقوم هذه المواقع بمساندة القنوات الفضائية او محطات الإذاعة وذلك في محاولة لاستكمال جميع أدوات العرض الإعلامي واحداث نوع من التكامل بين الوسائل المختلفة وتاخذ هذه المواقع عدة اشكال مثل :

[1] -نفس المرجع ، ص1.

- ✓ الإعلان عن جدول البرامج والتعريف بالمحطة وأهدافها وسياستها ومحاور اهتمامها .
- ✓ عرض محتويات القناة صوت، صورة، وربما مع النص .
- ✓ إضافة تحليلات وموضوعات يتم استخلاصها من القناة او المحطة او فتح قنوات مع كتاب ومراسلين للموقع .

- **من حيث الاحتراف :** حيث يتم تصنيفها هنا حسب درجة احترافيتها وتنقسم الى [1]:

❖ مواقع هواة : غالبا ما يقوم بإنشائها شخص او عدة اشخاص من الهواة غير المتفرغين والذين يرغبون فقط في التعبير عن رؤيتهم او التعريف بأنفسهم او عرض نتائج رصيدهم الفكري او الادبي او العلمي .

❖ مواقع محترفة : تقوم على هذه المواقع مؤسسات محترفة ومتخصصة وتستعين بكفاءات متخصصة ومحترفة .

❖ مواقع اخذة في الاحتراف : غالبا ما تكون تطويرا لمواقع الهواة او بعض المواقع الشخصية التي يرغب أصحابها في تطوير موقعهم فيقومون بالاستعانة ببعض الكفاءات المحترفة اما بتفرغ كلي او جزئي، او من خلال تقديم الاستشارات الفنية والمتخصصة لمجموعات الهواة او من خلال الاستعانة بمحترفين يقومون بتدريب مجموعات الهواة لإضفاء طابع من الحرفية على أعمالهم ويقوم هؤلاء الهواة بأعمالهم في الغالب بصورة تطوعية .

- **من حيث التمويل :** وتنقسم الى

❖ تمويل شخصي : تأخذ عملية التمويل الشخصي للمواقع اشكالا متعددة منها:

- ✓ الاستفادة من إمكانية الحصول على مساحات مجانية للمواقع الشخصية التي توفرها بعض الشركات او البوابات الكبرى كنوع من الدعاية مقابل وضع اعلان في الموقع الشخصي وفي هذه الحالة يعتمد غالبا صاحب الموقع على إمكاناته الشخصية في تصميم الموقع وبنائه .

[1] - نفس المرجع ، ص2 .

- ✓ شراء مساحة على الشبكة والاستعانة بعناصر من المحترفين في بناء الموقع وتصميمه وتحديثه وصيانته الفنية والتقنية، وغالبا ما يتم الاستعانة بفريق محدود ربما يكون شخصا او شخصين من المتخصصين واحيانا يعتمد على فريق كبير نسبيا يساعده في العمل.

❖ تمويل مؤسسات : وتكون غالبا شركة او منشاة صناعية او مؤسسة اقتصادية او مؤسسة اجتماعية او مؤسسة ثقافية ، وتتحمل المؤسسة تكلفة الموقع الذي يعبر عنها بصورة أساسية وغالبا ما يتم التعاقد مع احدى الشركات المتخصصة في تصميم المواقع وبنائها وتدشينها، ولكن تظل المشكلة الأساسية في مثل هذه المواقع في عمليات التحديث وهي غالبا ما تتعثر نظرا لإسنادها الى عدد من الموظفين غير المتخصصين داخل المؤسسة .

❖ تمويل خيري : تعتمد هذه المواقع في الأساس على التبرعات الخيرية والاوقاف والمساهمات التطوعية، وغالبا ما تكون لهذه المواقع اهداف رسائلية او دعوية .

❖ تمويل تجاري : وتمول هذه المواقع نفسها من حصيلة المداخيل عن طريق العمليات التجارية والتسويقية التي تتم عبر شبكة الانترنت .

❖ تمويل ترويجي : بتم تمويل هذه المواقع من مخصصات الإعلانات والدعاية التي ترصدها بعض الشركات للإعلان عن تجارتها والتعريف بأنشطتها، وتكون غالبا في المواقع الدعائية للمؤسسات التجارية .

❖ تمويل ذاتي : تهتم هذه المواقع بتقديم خدمة إعلامية وفكرية ولكنها تسعى الى تمويل هذه الخدمة من خلال عدة طرق منها :

- ✓ الإعلانات التي يتم بثها على الموقع وتحتاج هذه المواقع الى متخصصين في جلب الإعلانات والترويج للموقع .
- ✓ الاشتراكات في خدمات متميزة يقدمها الموقع للقارئ مقل خدمات الاستشارات والمعلومات والبحث في الأرشيف، وهو ما من شانه ان يحقق مع اشكال التمويل الأخرى دخلا يمكن ان يساعد في تمويل الموقع وتحقيق استمراره .

- ✓ رعاية الصفحات والملفات ويتم ذلك عن طريق قسم الترويج بالاتفاق مع مؤسسات تجارية تقوم برعاية ملفات خاصة او صفحات وابواب داخل الموقع.
- ✓ تأسيس قطاع تجاري داخل الموقع يقوم ببناء مواقع وتصميمها وتحديثها للحصول على دخل يمكن من خلاله تحقيق نوع من التوازن بين الموارد والمصارف المطلوبة لاستمرار الموقع الرئيسي .

- **من حيث الهيكلة :**

❖ هياكل بسيطة : يتكون الموقع من مجموعة من العاملين يكون في الغالب صاحب الموقع او مديره مع عدد محدود من العاملين في المجالات التقنية والفنية والتحريرية .

❖ هياكل معقدة : تظهر الهياكل الإدارية المعقدة في المواقع ذات الحجم الكبير او البوابات وهي تحتاج في الغالب الى فريق كبير ومتخصص من العاملين في المجال التقني والفني والتحريري، إضافة الى عدد من الإداريين وغالبا ما يحتوي الهيكل الإداري على عدة مستويات تنظيمية تبدا من رئيس مجلس الإدارة ومعه مجلس الإدارة وربما تساعده لجنة استشارية غالبا ما تكون ذات خبرة عالية وغير متفرعة إضافة الى تشعب العمل التحريري الى اقسام نوعية يضم كل قسم عددا من الأشخاص المتنوعين في الخبرات والدرجات الوظيفية إضافة الى وجود إدارات أخرى مثل الإدارة التنفيذية، المالية والتقنية .

❖ هياكل ممتدة : غالبا ما تكون الهياكل الإدارية الممتدة داخل المواقع ذي التركيبة الإدارية المعقدة، وتمتد هذه المواقع في مساحات جغرافية متعددة من خلال المكاتب الإقليمية والدولية في عدد من الدول [1].

[1] - نفس المرجع ، ص 3 .

- **من حيث الجمهور المستهدف :**

يتنوع الجمهور المستهدف وفقا لطبيعة الموقع والمؤسسة او الشخص القائم عليه تبعا للفكرة والهدف الأساسي الذي نشا من اجله [1]:

- ❖ مواقع تستهدف جمهورا متخصصا محترفا : وتستهدف هذه المواقع جمهورا في تخصص علمي او اجتماعي او فكري فيتوجه الموقع بمحتواه زمادته الى جمهور المهندسين او الأطباء او المحامين او غير ذلك، وهو لا يهتم كثيرا بالجمهور العام ويقدم خدماته ومعلوماته وحتى اعلاناته لهذه الفئة دون غيرها .
- ❖ مواقع تستهدف جمهورا عاما متنوعا : تعرض هذه المواقع مادة متنوعة تستهدف عموم الجمهور الذي يزور شبكة الانترنت وبذلك تسعى هذه المواقع لدراسة شرائح زوار الانترنت بشكل عام او طبيعة المناطق الجغرافية التي تغطيها ، وذلك في محاولة للوصول الى اكبر قدر ممكن من قطاعات الجمهور المتنوعة .
- ❖ مواقع تستهدف جمهورا نوعيا : غالبا ما تتخصص هذه المواقع في مخاطبة جمهور نوعي داخل المجتمع، مثل الشباب او النساء او الأطفال وبذلك تعكف هذه المواقع على دراسة احتياجات وطبيعة وخصوصيات الشريحة المنتقاة لتقديم المادة المناسبة لها، وتقديمها في شكل عرض ملائم لطبيعتها .

- **المواقع المستهدفة :**

وهي تلك المواقع التي تمثل وجود المنظمة على الويب وتنقسم الى[2] :

- ❖ مواقع موجودة : وهي صفحة رئيسية مع فرص تفاعلية محدودة ولا يقدم فيها سوى معلومات لمستخدمي الانترنت عن المنتج او الخدمة التي تقدمها المنظمة، ومثل هذه المواقع تستخدم استمالات عاطفية من خلال استخدام اشكال ترفيهية لعرض تفاصيل المنتج او معلومات عن الخدمة ويستخدم هذا الموقع للوصول للسوق الخارجي او المشاركة في البناء والتأكيد على الصورة الذهنية الجيدة للعلامة التجارية وجودتها .

[1] - نفس المرجع ، ص 04 .
[2] - ولاء يحي مصطفى ، مرجع سابق ، ص 162-163 .

❖ مواقع تفاعلية : هذه المواقع تعد بمثابة معادلة الكترونية لكل من عرض المنتجات وإعطاء الفرصة لمستخدمي الانترنت للشراء بشكل مباشر ويقدم هذا النوع من المواقع التجارية اثراء لعملية الاستهلاك وبناء العلاقات مع مستخدمي الانترنت، وعلى الجانب الاخر يمثل تخفيض نسبي للتكلفة وذلك من خلال إعطاء المستهلك التحكم في العملية الشرائية وهذا ما قد يؤدي الى زيادة درجة الرضا لدى الجمهور المتعامل من خلال الموقع .

المطلب الثالث : طرق تصميم المواقع وجودتها

في السابق لا احد كان بمقدوره تصميم موقع انترنت الا اذا كان مبرمج او مصمم مواقع محترف، اما الان ومع ازدياد انتشار الانترنت بصورة كبيرة اصبح بمقدور الجميع تصميم موقع الخاص، فالعديد من الأشخاص يملكون مواقعهم الخاصة على الانترنت وكذلك الشركات اصبح لكل شركة او مؤسسة حكومية او خاصة موقعها الالكتروني الخاص بها .

وتتم عملية تصميم موقع الكتروني عبر ثلاثة طرق وهي :

- من خلال مواقع الانترنت يمكن تصميم موقع خاص عن طريق قوالب جاهزة واختيار التصميم الذي توده وتعبئة البيانات التي ترغب بإضافتها اثناء اتصالك على الانترنت .
- من خلال برامج خاصة بتصميم المواقع وهنا يجب ان تكون على دراية جيدة بإحدى لغات البرمجة لتتمكن من تصميم الموقع حسب رغبتك واضافة البيانات التي تحتاجها ومن هذه البرامج (HTML ، CSS ، MYSQL/PHP ، JOOMLA ، SEO) [1].
- من خلال تعديل مواقع مصممة حيث تقوم بإجراء تعديلات عليها واضافة بياناتك الخاصة، ونقوم بالتعديل عليها من خلال برامج خاصة بتعديل صفحات الانترنت .

[1] - يوسف صالح الجرعي ، مرجع سابق ، ص 08 .

واختلفت الآراء في معايير تقييم جودة المواقع والخدمات الالكترونية المقدمة بسبب التوجهات العلمية والتخصصية ، ويمكن حصر اهم المعايير في تقييم جودة المواقع الالكترونية فيما يلي[1] :

- **المحتوى :** وبشمل المعاصرة ومقدار مواكبة المحتوى للتطور في المجال الموضوعي والتحديث المستمر والدائم ومعرفة تاريخ ظهور الملف الالكتروني ومواعيد التحديث والتغطية المعرفية والاشارة اذا كان المحتوى لم تكتمل معلوماته بعد والموضوعية والابتعاد عن اشكال التحريف المقصود بما يؤدي الى فقدان مصداقية الموقع، ويرافق الموضوعية الدقة في المعلومات لخلق ثقة لدى المتصفح والتأكد من خلو المعلومة من القصور والاخطاء العلمية وكذلك الطباعية واللغوية والنحوية ووضوح مصادر المعلومة .
- **التصميم :** وهو احد العناصر الأساسية في عملية التقويم ويقصد به اظهار الموقع بأبهى صورة وتناسق الألوان وحسن اختيارها ، بحيث يجذب المتصفحين والمستخدمين ومكوثهم فيه لأطول مدة وتكرار زياراتهم مرة أخرى .
- **التنظيم والترتيب :** وهو احد العناصر الرئيسية في عملية التقويم ويعني المنهجية الواضحة والميسرة والمنظمة مثل الترتيب الزمني او الابجدي او الجغرافي او الهيكل التنظيمي، وكل ذلك لغرض تسهيل مهمة المستفيد .
- **سهولة التعامل :** وهي تعني سهولة استعمال الموقع من قبل المستفيد بغض النظر عن خلفيته العلمية للحصول على المعلومة المطلوبة وسرعة الإنجاز باقل قدر من الوقت والجهد، مما يحفز على معاودة الاستعمال وهذ ما يزيد من قيمة الموقع .

[1] - فراس محمد العزة، **معايير جودة المواقع الالكترونية وتصنيفها** ، دراسة منشورة على موقع http://www.zuj.edu.jo/Arabic/pdf/Quality/study5.pdf ،ص 5-6 ،2017/02/26، 11:30 .

المبحث الثالث : العلاقات العامة ومظاهر استفادتها من الانترنت

المطلب الأول : العلاقات العامة والانترنت :

لقد استفادت العلاقات العامة مثلها مثل باقي التخصصات والعلوم من التطور التكنولوجي الحاصل واستطاعت ان تواكب هذا التطور وتوظفه لخدمة مصالحها وأهدافها المسطرة من قبل المؤسسات سواء كانت مؤسسات خاصة او عامة او حتى مؤسسات متخصصة في العلاقات العامة ن وبالتالي فقد كيفت العلاقات العامة أهدافها المسطرة مع هذا التطور حتى لا تخرج المؤسسة عن السياق العام للمجتمع وتجد نفسها في عزلة وبعيدة عن طموحاته وانشغالاته .

والانترنت هي أوضح صورة تتجسد فيه الوسائط التكنولوجية والتي عمدت العلاقات العامة على الاستفادة منها وتوظيفها على أوسع نطاق في الشبكة العنكبوتية نظرا لانتشارها الواسع وسهولة استخدامها ، ويكاد الباحثون المهتمون بالعلاقات العامة يجمعون على أن الانترنت أثرت إيجابا في ممارسة العلاقات العامة إذ يعتقد شل هولتز (Shelholtz) أن الانترنت تمثل أكثر الأدوات التي تم استخدامها في ممارسة العلاقات العامة ، وأكثرها أهمية على الاطلاق فقد غيرت الانترنت الطريقة التي تتواصل بها المؤسسات سواء داخليا بين منتسبيها أو خارجيا مع جمهورها ، وهذا ما دعمته الدراسة المسحية التي أجراها سبرينجستون (Springston) على عينة من ممارسي العلاقات العامة بلغ عددها 750 فردا، حول استخدام الانترنت في العلاقات العامة ، حيث وافق معظمهم على أن الانترنت تتضمن أبرز مقومات التواصل ، واتضح أن استخدام البريد الالكتروني وتصفح مواقع الويب من طرف ممارسي العلاقات العامة أصبح شائعا وهناك من يرى بأن الأنترنت أزالت الحاجز النفسي بين المؤسسة وجمهورها فأصبحت تبدو قريبة منهم ، وكأن الانترنت هي البوابة الأمامية للمؤسسة ، وموقعها على الويب هو الردهة التي يتجول فيها الجمهور[1] .

[1] - محمد الامين موسى، **مستقبل العلاقات العامة في عصر الوسائط المعلوماتية** ، مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة : الواقع الحالي وافاق المستقبل، المحور الثالث : العلاقات العامة وثورة المعلومات، جامعة الشارقة، 2008، ص 07 . (دراسة منشورة http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03.pdf)

وتتراوح اراء الباحثين حول الأنترنت ونتقسم هذه الآراء بين مؤيدين لها باعتبارها القوة المحتملة لإحداث ثورة وإعادة تشكيل التفاعل بين المنظمة وجماهيرها ويرى البعض الاخر ان الانترنت ماهي الا قناة إضافية للاتصال مع الجماهير وتأثيراتها السلبية اكثر من تأثيراتها الإيجابية .

وعلى الرغم من اختلاف اراء الباحثين حول القدرة المحتملة للأنترنت الا ان هناك اتفاقا عاما على ان الانترنت أصبحت وسيلة اتصالية مهمة بالنسبة للمنظمات وبما ان الوظيفة الأساسية للعلاقات العامة هي بناء العلاقة بين المنظمة وجماهيرها فان الانترنت تقدم لممارسي العلاقات العامة وسيلة عالية التفاعل لأداء هذه الوظيفة [1].

المطلب الثاني : مظاهر استفادة العلاقات العامة من الانترنت :

يرى أساتذة العلاقات العامة ان تكنولوجيا الاتصال الحديثة بصفة عامة والانترنت بصفة خاصة تدفع جماهير المنظمات الى مرحلة الجمهور النشط وان التفاعل عبر الانترنت لم يقدم للعلاقات العامة الوسيلة المثالية للوصول الى شرائح الجمهور المستهدف فحسب ولكنه قدم أيضا الوسيلة الفعالة للدخول في حوار مع هذه الجماهير [2].

وعلى الرغم من عدم كفاءة ممارسي العلاقات العامة في استخدام الانترنت ، الا ان هناك بعض المؤسسات التي قطعت اشواطا في الاستفادة من خدماتها، ويمكن اجما أوجه استفادة العلاقات العامة من الانترنت فيما يلي [3]:

- ✓ استخدام قواعد البيانات على الشبكة (Online data bases) في الحصول على المعلومات وكتابة التقارير، الامر الذي مكن بعض ممارسي العلاقات العامة من المشاركة في صنع القرار داخل مؤسساتهم، ولقد تضمنت شبكة الانترنت في أواسط التسعينات من القرن الماضي اكثر من 30 الف قاعدة بيانات وهذا الرقم يرتفع بمعدل 10 % سنويا .

[1] - ولاء يحي مصطفى ، مرجع سابق ، ص 154 .
[2] -حسين شفيق، **الاعلام الالكتروني** ، رحمة برس للطباعة ، 2002 ، ط2 ، ص 28 .
[3] - محمد الأمين موسى ، مرجع سابق ، ص 8 .

- ✓ استخدام البريد الالكتروني كوسيلة اتصال شخصي داخليا بين افراد المؤسسة وخارجيا مع الجمهور ومع المؤسسات الأخرى .
- ✓ التواجد الدائم في الشبكة العنكبوتية من خلال الموقع الخاص بالمؤسسة .
- ✓ اجراء البحوث في شكل مقابلات في الشبكة (online interview) ، وعبر البريد الالكتروني والتصويت في موقع المؤسسة (web Survey) ، ومجموعات الحوار (newsgroups)، والتخاطب المكتوب الدردشة (chat) ، والمهاتفة عبر الانترنت.
- ✓ التعرف على صورة المؤسسة من خلال ما ينشر عنها من قبل وسائل الاعلام والمنافسين والمستخدمين وغيرهم في شبكة الانترنت .
- ✓ تقوم بعض المؤسسات الرائدة بإعداد مواقع توضع على الشبكة في حالات الازمات يطلق عليها تسمية المواقع السوداء (Dark web sites) وتستهدف جمهورا محددا.

خلاصة

استطاعت كثير من المنظمات والمؤسسات ان تستفيد من خدمات الانترنت التي أتاحتها وان تستفيد اكبر قدر منها في مختلف المجالات وعلى راسها التسويق الالكتروني والترويج الالكتروني ، وذلك بفضل المواقع الالكترونية التي انشاتها خصيصا لذلك وتفننت في تصميمها عن طريق تقنيين ومبرمجين مختصين في مجال الالكترونيات والبرمجة ، وقد عادت عليها هذه المواقع الإلكترونية بالفائدة حيث استطاعت هذه المؤسسات التواصل مع مختلف جماهيرها واينما وجدوا عن طريق الشبكة العنكبوتية وتوضيح سياساتها وتحسين صورتها الذهنية لديهم ، واهتمت كثيرا بجودة هذه وذلك لان جدتها من جودة المؤسسة ككل ، والاهتمام بها يعود بالنفع على المؤسسة وعلى نشاطها في بيئتها الداخلية والخارجية .

الفصل الثالث

الموقع الإلكتروني لجامعة المدية ودوره في تواصل الطالب مع الإدارة

المبحث الأول : بطاقة فنية عن جامعة يحي فارس بالمدية وموقعها الالكتروني

المبحث الثاني : تفريغ البيانات وتحليلها

المبحث الثالث : نتائج الدراسة

تمهيد

تحاول جامعة يحي فارس بالمدية مثلها مثل باقي جامعات الوطن الى ان تكون منارة للعلم والثقافة وتكوين إطارات يكون لهم الفضل في بناء المجتمع وتطويره ، وكذا تقديم كفاءات عالية في شتى التخصصات ، ومواكبة منها للتطور التكنولوجي والعلمي وخاصة في مجال الرقمنة فقد سعت الحاجة لن يكون لها موقع الكتروني على الشبكة العنكبوتية يكون بمثابة واجهتها وصورتها على هذه الشبكة كما يساعدها على التواصل مع مختلف جماهيرها سواء كانوا من داخل الجامعة او من خارجها ، ويعتبر الطلبة من اهم هذه الجماهير .

وقد تطرقنا في هذا الفصل التطبيقي الى تقديم بطاقة فنية عن جامعة المدية وموقعها الالكتروني ثم تفريغ وتحليل البيانات المتحصل عليها من الاستبيان الذي قمنا بتوزيعه على افراد العينة وأخيرا استخلاص النتائج من هذه الدراسة .

المبحث الأول : بطاقة فنية عن جامعة يحي فارس بالمدية وموقعها الالكتروني

لم تكن جامعة يحي فارس بالمدية في بداياتها جامعة كما هي اليوم ، وانما كانت عبارة عن معهد وطني ذات تخصص واحد حيث كان اسمه المعهد الوطني لعلوم المهندس وكان عدد الطلبة الوافدين اليه في العام الأول لا يتجاوز الـ 200 طالب وعدد الأساتذة الدائمين فيه لا يتعدى العشرة ، ونظرا للظروف الصعبة التي املتها الزيادة المرتفعة في عدد الناجحين في شهادة البكالوريا مقارنة بنقص الهياكل والامكانيات لاستقبال الكم المتزايد من الطلبة في المقاعد البيداغوجية وكذا مشكل الإقامة بالنسبة للطلبة البعيدين عن مقر سكناهم ، إضافة الى تزايد نسبة المتحصلين على شهادات الدراسات العليا، كل هذا دفع بالمسؤولين الى ضرورة احتواء هذه المشاكل وذلك بتوفير عدد من المقاعد البيداغوجية للقضاء على الاكتظاظ الذي تعاني منه الجامعات وكذا توفير مناصب شغل جديدة لذوي الشهادات العليا للاستفادة من مستواهم وخبرتهم .

وكان انطلاق التعليم العالي بالمدية خلال الموسم الدراسي 1989/1988 وهذا من خلال تحويل المعهد الوطني لعلوم المهندس الى المعهد الوطني للتعليم العالي الالكترو تقني بمقتضى المرسوم رقم 48-89 المؤرخ في 11 أفريل 1989م لأجل تكوين اولي في :

- جذع مشترك تكنولوجيا .
- تكوين في المدى القصير في الالكترو تقني .

وهكذا تعددت الشعب والتخصصات وازداد عدد الطلبة فرقي المعهد الوطني للتعليم العالي الى مركز جامعي في شهر جويلية 2000 بمقتضى المرسوم رقم 198-2000 المؤرخ في 25 جويلية 2000م وازداد تطورا حيث عرف المركز فتح أربعة معاهد [1]:

- معهد العلوم والتكنولوجيا
- معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

[1] - موقع جامعة المدية ،https://www.univ-medea.dz ،2017/04/01 على الساعة 14:40 .

- معهد العلوم القانونية والإدارية
- معهد الآداب واللغات

وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-11 المؤرخ في 7 محرم 1430 الموافق 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 13-403 المؤرخ في 27 محرم 1435 الموافق 1 ديسمبر 2013 المعدل والمتمم للمرسوم رقم 09-11 المؤرخ في 7 محرم 1430 الموفق 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 22 فيفري 2016 المعدل والمتمم للمرسوم رقم 09-11 المؤرخ في 7 محرم 1430 الموفق 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 والعلوم السياسية
- كلية العلوم

وقد تضاعف عدد الطلبة بعدما كان في بدايات المعهد لا يتجاوز 200 طالب ليصل الى حوالي 22718 طالب وطالبة(انظر ص 10) في الموسم الجامعي 2017/2016 موزعين على كليات الجامعة كما يلي:

- كلية التكنولوجيا 3776 طالبا
- كلية العلوم 4190 طالبا
- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 4285 طالبا
- كلية الآداب واللغات 4276 طالبا
- كلية العلوم الانسانية والاجتماعية 4123 طالبا
- كلية الحقوق والعلوم السياسية 2068 طالبا

ورغبة في تقريب إدارة الجامعة من الطلبة ومختلف الفاعلين معها و محاولة تسهيل التواصل فيما بينهم ، جاءت فكرة إنشاء الموقع الالكتروني الخاص بالجامعة، حيث كان ذلك في العام 2007 باستخدام نظام HTML و لكن لم يكن يلبي متطلبات الجامعة لأنه لم يكن هناك فريق يشرف على إدارة الموقع في كل أقسامه كما هو الحال الآن حيث تطوّر النظام المتبع في تصميم الموقع ألا و هو "جملة" Joomla الذي يعمل على قاعدة بيانات MySQL و قد تم تغيير شكل الموقع "القالب" مرتين في سنة 2013 و 2015 و تم تحيين نسخة الموقع Joomla مرتين [1].

[1] - مقابلة مع السيد حلوان فؤاد ، تقني سامي في الاعلام الالي ، جامعة المدية ، الجزائر ، 2017/02/06 ، في مكتبه.

المبحث الثاني : تفريغ البيانات وتحليلها

نتناول في هذا الجانب من دراستنا تفريغ بيانات الدراسة الميدانية استنادا الى المعطيات المحصل عليها من استمارات الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين وجمعها ، وهذا باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS ، ومن ثم تبويب الإجابات في شكل جداول تحتوي على تكرارات ونسب مؤوية للإجابات ، ومن ثم تحليلها والتعليق عليها كما وكيفا وإيجاد تفسيرات ذات دلالات لأجوبة المبحوثين .

ونشير الى اننا حددنا العينة بـ 100 مبحوث ولأجل تفادي ضياع بعض الاستمارات قمنا بتوزيع اكثر من 100 استبيان على طلبة جامعة يحي فارس بالمدية بملحقاتها الثلاث وفقا للنسب المعلن عنها في الاطار المنهجي (انظر ص 10-11) .

أولا : البيانات الشخصية

توضح الجداول التالية تشخيص او وصف العينة المدروسة من حيث الجنس والمستوى التعليمي .

الجنس			
		التكرار	النسبة %
	ذكر	33	33.0
	انثى	67	67.0
	المجموع	100	100.0

الجدول (01) : توزيع افراد العينة حسب الجنس

- يمثل الجدول (01) توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس ، حيث بلغ عدد الذكور منهم 33 طالبا أي ما نسبته 33% ، كما بلغ عدد الاناث 67 طالبة أي ما نسبته 67% من اجمالي العينة .
- وبالتالي يظهر جليا ان غالبية افراد العينة كانوا من الاناث وهذا ما ينطبق أساسا على مجتمع البحث الكلي حيث تعد غالبية مفرداته من الاناث وهو ما تؤكده احصائيات الطلبة الرسمية *.

*انظر الملحق رقم (04) الخاص بإحصائيات الطلبة للموسم الجامعي 2017/2016 .

المستوى التعليمي		
	التكرار	النسبة %
ليسانس	61	61.0
ماستر	35	35.0
دكتوراه	4	4.0
المجموع	100	100.0

الجدول (02) : توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي

- نلاحظ من خلال الجدول ان فئة الليسانس كانت الأعلى حيث قدرت بـ 61% من اجمالي العينة ثم تلتها فئة الماستر بما نسبته 35 % ، وأخيرا فئة الدكتوراه بنسبة 4% .
- وعليه فإننا نلاحظ ان هناك تنوع في افراد العينة حسب المستوى التعليمي وهو ممثل بأطواره الثلاثة ولكن بنسب متفاوتة وهو ما يعكس النسب الحقيقية الموجودة في الواقع .

ثانيا : صفات تصفح الطالب الجامعي لموقع الجامعة

توضح الجداول التالية صفات تصفح الطالب الجامعي للموقع الالكتروني لجامعة يحي فارس بالمدية وذلك من خلال العينة المدروسة وهذا حسب جنسهم ومستواهم التعليمي .

هل تستخدم الموقع الالكتروني الرسمي لجامعة المدية		
	التكرار	النسبة %
نادرا	21	21.0
احيانا	64	64.0
دائما	15	15.0
المجموع	100	100.0

الجدول(03) : استخدام الموقع الرسمي لجامعة المدية

- يوضح الجدول السابق استخدام الطالب الجامعي للموقع الالكتروني لجامعة المدية حيث كانت "أحيانا" اعلى نسبة بـ 64% ، ثم تلتها " نادرا" بـ 21% وأخيرا "دائما" بما نسبته 15% من اجمالي العينة .
- وبالتالي نستخلص ان الطلبة يستخدمون الموقع الالكتروني للجامعة على فترات وليس دائما .

- هل تستخدم الموقع الالكتروني الرسمي لجامعة المدية * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
هل تستخدم الموقع الالكتروني الرسمي لجامعة المدية	نادرا	5	5	16	16	21
	احيانا	18	18	46	46	64
	دائما	10	10	5	5	15
المجموع		33	33	67	67	100

- هل تستخدم الموقع الالكتروني الرسمي لجامعة المدية * المستوى التعليمي								
		المستوى التعليمي						المجموع
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
هل تستخدم الموقع الالكتروني الرسمي لجامعة المدية	نادرا	19	19	2	2	0	0	21
	احيانا	34	34	28	28	2	2	64
	دائما	8	8	5	5	2	2	15
المجموع		61	61	35	35	4	4	100

الجدول(03-1) : استخدام الموقع الالكتروني للجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (03-1)

1/ حسب الجنس :

نلاحظ من خلال الجدول (03-1) ان ما نسبته 46% من الاناث اجابوا "أحيانا فيما أجاب 16% منهم ب "نادرا" و5% فقط اجابوا بـ"دائما ، اما الذكور فقد أجاب عدد كبير منهم بـ أحيانا بنسبة 18% تلتها "دائما" بـ 10% وأخيرا 5% فقط من الذكور كانت اجابتهم بـ"نادرا" .

2/ حسب المستوى التعليمي :

نلاحظ من خلال الجدول (03-1) ان اعلى نسبة من المبحوثين في الليسانس والماستر اجابت بـ "أحيانا" بالنسب 34% و28% على التوالي وتلتها الإجابة بـ"نادرا" بنسبة 19% عند فئة الليسانس .

- **التحليل الكيفي :** الجدول (03-1)

يتضح من خلال النتائج المتوصل اليها ان اغلبية المبحوثين من الطلبة على اختلاف جنسهم ومستواهم التعليمي كانت اجاباتهم بـ "أحيانا" أي انهم يستخدمون الموقع الالكتروني لجامعة المدية على فترات ويقومون بتصفحه في أوقات متباينة وذلك اما

للحصول على النقاط او تصفح جديد الإعلانات وجداول توقيت الدراسة والامتحانات وهذا لا يكون دائما ، بل هو في فترات محددة وهذا ما جعل زيارة الموقع الالكتروني للجامعة تكون في اغلبها أحيانا .

زيارتك للموقع الالكتروني للجامعة تتم من		
	التكرار	النسبة %
المنزل	42	42.0
الجامعة	48	48.0
مقهى الانترنت	5	5.0
مكان اخر	5	5.0
المجموع	100	100.0

الجدول(04) : المكان الذي تتم منه زيارة الموقع الالكتروني لجامعة المدية

- يوضح الجدول السابق المكان الذي تتم منه زيارة و تصفح الموقع الالكتروني للجامعة ، حيث كانت اغلب إجابات المبحوثين بنسبة 48 % من "الجامعة" و 42% من المنزل ، في حين بلغت 5% فقط بالنسبة للإجابة "مقهى الانترنت" ونفس النسبة للإجابة "مكان آخر".

- زيارتك للموقع الالكتروني للجامعة تتم من * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
زيارتك للموقع الالكتروني للجامعة تتم من	المنزل	17	17	25	25	42
	الجامعة	9	9	39	39	48
	مقهى الانترنت	4	4	1	1	5
	مكان اخر	3	3	2	2	5
المجموع		33	33	67	67	100

- زيارتك للموقع الالكتروني للجامعة تتم من * المستوى التعليمي								
		المستوى التعليمي						المجموع
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
زيارتك للموقع الالكتروني للجامعة تتم من	المنزل	25	25	15	15	2	2	42
	الجامعة	34	34	12	12	2	2	48
	مقهى الانترنت	1	1	4	4	0	0	5
	مكان اخر	1	1	4	4	0	0	5
المجموع		61	61	35	35	4	4	100

الجدول (04-1) : المكان الذي تتم منه زيارة الموقع الالكتروني لجامعة المدية حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (04-1)

1/ حسب الجنس :

نلاحظ من خلال الجدول (04-1) ان نسبة 39% من الاناث كانت زيارتهم لموقع الجامعة تتم من الجامعة فيما بلغت نسبة اللواتي يزرن الموقع من المنزل ما نسبته 25 % اما الزيارات من مقهى الانترنت او مكان اخر فقد كان ضئيلة جدا ، في حين كانت نسبة الذكور الذين يزورون الموقع من المنزل هي الأعلى حيث بلغت 17 % وتلتها من الجامعة بـ 9% فقط .

2/ حسب المستوى التعليمي :

نلاحظ من خلال الجدول (04-1) ان اعلى نسبة من المبحوثين في فئة الليسانس تزور الموقع الالكتروني للجامعة من الجامعة بنسبة 34% مقابل 25% من نفس الفئة تزور الموقع من المنزل في حين كانت اعلى نسبة في فئة الماستر بـ 15% تزور الموقع من المنزل مقابل 12% الذين يزورونه من الجامعة .

- **التحليل الكيفي :**

يتضح من خلال النتائج المتوصل اليها ان اغلبية المبحوثين ذكورا واناثا وفي جميع المستويات التعليمية يزورون الموقع الالكتروني للجامعة من الجامعة او من المنزل وذلك نظرا لتوفر الانترنت في الجامعة من خلال قاعات الانترنت الخاصة بالطلبة وكذا توفر خدمة الويفي داخل الجامعة ، كما انه قد أصبحت الانترنت في وقتنا الحالي متاحة اكثر في المنازل خاصة مع توفر خدمة الجيل الرابع 4G لاتصالات الجزائر، وتفر خدمات الانترنت على أجهزة الهاتف المحمول وعليه فالطلبة كلما أتيحت لهم الفرصة يتصفحون موقع الجامعة بحثا عن كل ما يهمهم من رصد للعلامات وتصفح فضاء الطالب ومتابعة جديد الإعلانات والملتقيات وهذا يكون في الغالب اما من المنزل او من الجامعة .

هل زيارتك وتصفحك للموقع الالكتروني للجامعة يكون		
	التكرار	النسبة %
يوميا	9	9.0
اسبوعيا	33	33.0
شهريا	10	10.0
مناسباتيا	48	48.0
المجموع	100	100.0

الجدول (05) : عادات زيارة وتصفح موقع الجامعة

يوضح الجدول (05) عادات زيارة وتصفح الموقع الالكتروني من طرف الطلبة حيث كانت الإجابة "مناسباتيا" هي الاكثر بنسبة 48% وتلتها "أسبوعيا" بنسبة 33% اما بالنسبة للإجابتين "يوميا" و "شهريا" فلم تتجاوز نسبة كل منهما الـ 10% .

- هل زيارتك وتصفحك للموقع الالكتروني للجامعة يكون * الجنس							
		الجنس				المجموع	
		ذكر		انثى			
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%		
هل زيارتك وتصفحك للموقع الالكتروني للجامعة يكون	يوميا	4	4	5	5	9	
	اسبوعيا	14	14	19	19	33	
	شهريا	1	1	9	9	10	
	مناسباتيا	14	14	34	34	48	
المجموع		33	33	67	67	100	

- هل زيارتك وتصفحك للموقع الالكتروني للجامعة يكون * المستوى التعليمي									
		المستوى التعليمي						المجموع	
		ليسانس		ماستر		دكتوراه			
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
هل زيارتك وتصفحك للموقع الالكتروني للجامعة يكون	يوميا	5	5	2	2	2	2	9	
	اسبوعيا	17	17	14	14	2	2	33	
	شهريا	7	7	3	3	0	0	10	
	مناسباتيا	32	32	16	16	0	0	48	
المجموع		61	61	35	35	4	4	100	

الجدول (05-1) : عادات زيارة وتصفح موقع الجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (05-1)

1/ حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول (05-1) ان نسبة الاناث اللواتي اجبن "مناسباتيا" هي الأعلى حيث كانت 34% مقابل 19% فقط بالنسبة للإجابة "أسبوعيا" و9% "شهريا" و 5% "يوميا" ، في حين كانت النسبة عند الذكور متساوية بالنسبة للاجابتين "مناسباتيا" و "أسبوعيا" بنسبة 14% ولم تتجاوز الـ 5% للاجابتين المتبقيتين معا .

2/ حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال الجدول (05-1) ان نسبة المبحوثين الذين اجابوا مناسباتيا هي الأعلى حيث بلغت في الليسانس 32% اما في الماستر فقد كانت 16% في حين تلتها الإجابة أسبوعيا حيث بلغت نسبة الليسانس فيها 17% والماستر بـ 14% فيما كانت بقية الإجابات بنسبة ضئيلة جدا في جميع المستويات .

- **التحليل الكيفي :**

يتضح من خلال النتائج المتوصل اليها في الجدول (05-1) ان الطلبة الجامعيين باختلاف جنسهم ومستواهم التعليمي يزورون ويتصفحون الموقع الالكتروني للجامعة مناسباتيا وذلك في أوقات معينة غالبا ما تكون في فترة الامتحانات لمعرفة جدول الامتحانات ولمتابعة صب النقاط وفترة الدخول من العطل لمعرفة جداول التوقيت والافواج وغيرها ، وهناك فئة لا باس بها تزور الموقع أسبوعيا بالإضافة الى ما سبق فهي تبحث أيضا عن اخبار الجامعة وتترقب كل جديد كما انها قد تبحث عن أشياء أخرى متوفرة في الموقع كالبحث الببليوغرافي ومتابعة اخبار الملتقيات والنشاطات التي تنظمها الجامعة وكذا الإعلانات التي تنشر على الموقع .

تستغرق زيارتك لموقع الجامعة مدة		
	التكرار	النسبة %
اقل من ساعة	79	79.0
ساعة	11	11.0
اكثر من ساعة	10	10.0
المجموع	100	100.0

الجدول(06) : مدة زيارة الموقع الالكتروني للجامعة

يوضح الجدول (06) المدة التي يقضيها الطلبة اثناء زيارته وتصفحهم للموقع الالكتروني للجامعة ، حيث كانت اعلى نسبة للإجابة بـ "اقل من ساعة" وبلغت 79% وتلتها الإجابة بـ "ساعة " 11% وأخيرا الإجابة "اكثر من ساعة " بنسبة 10% .

وعليه فان الطلبة لا يقضون وقتا طويلا في تصفحهم للموقع الالكتروني للجامعة .

- تستغرق زيارتك لموقع الجامعة مدة * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
تستغرق زيارتك لموقع الجامعة مدة	اقل من ساعة	28	28	51	51	79
	ساعة	3	3	8	8	11
	اكثر من ساعة	2	2	8	8	10
المجموع		33	33	67	67	100

- تستغرق زيارتك لموقع الجامعة مدة * المستوى التعليمي								
		المستوى التعليمي						المجموع
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
تستغرق زيارتك لموقع الجامعة مدة	اقل من ساعة	49	49	28	28	2	2	79
	ساعة	7	7	3	3	1	1	11
	اكثر من ساعة	5	5	4	4	1	1	10
المجموع		61	61	35	35	4	4	100

الجدول (06-1) :مدة زيارة موقع الجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (06-1)

1/ حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول (06-1) ان نسبة الاناث والذكور معا بالنسبة للإجابة "اقل من ساعة" هي الأعلى حيث بلغت عند الاناث 51% وعند الذكور 28% ، فيما بلغت 8% للإجابتين المتبقيتين عند الاناث و3% لنفس الاجابتين عند الذكور .

2/ حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال الجدول (06-1) ان نسبة الإجابة " اقل من ساعة " هي الأعلى في المستويات الثلاث حيث كانت 49% بالنسبة لليسانس و 28% للماستر و 2% للدكتوراه ، وتلتها الإجابة "ساعة" حيث كانت نسبتها 7% ليسانس والماستر 3% ودكتوراه 1% وأخيرا الإجابة "اكثر من ساعة" بـ 5% ليسانس 4% ماستر 1% دكتوراه .

- **التحليل الكيفي**

يتضح من خلال النتائج المتوصل اليها في الجدولين (06) و (06-1) ان الأغلبية العظمى من المبحوثين على اختلاف جنسهم ومستواهم التعليمي اجابوا بان زياتهم وتصفحهم للموقع الالكتروني للجامعة تدوم اقل من ساعة وذلك نظرا لكون حاجتهم لتصفح الموقع لا تتطلب الكثير من الوقت ، فمشاهدة جديد الإعلانات او تتبع اخبار الجامعة او حتى تصفح النقاط وغيرها من الخدمات المتوفرة على الموقع لا تتطلب الكثير من الوقت وبالتالي فالطالب لا يستغرق وقتا طويلا في تصفحه للموقع الالكتروني للجامعة، ويمكن تفسير ذلك أيضا الى سهولة الولوج الى الموقع وسهولة تحميله وبالتالي فالطالب لا يستغرق وقتا طويلا في تصفحه للموقع .

ماهي الفترة التي تناسبك لزيارة الموقع الالكتروني للجامعة		
	التكرار	النسبة %
صباحا	51	51.0
مساءا	29	29.0
ليلا	20	20.0
المجموع	100	100.0

الجدول(07) : فترة زيارة الموقع الالكتروني للجامعة

يوضح الجدول (07) الفترة التي يقوم فيها الطلبة بزيارة الموقع الالكتروني للجامعة حيث كانت معظم إجابات المبحوثين على انهم يقومون بزيارة الموقع الالكتروني لجامعة يحي فارس بالمدية صباحا وذلك بنسبة 51% ، فيما بلغت نسبة الإجابات "مساء" 29% وأخيرا نسبة الإجابات "ليلا" 20% .

وعليه يتضح جليا ان الفترة التي تناسب الطلبة لزيارة الموقع الالكتروني للجامعة هي الفترة الصباحية .

- ماهي الفترة التي تناسبك لزيارة الموقع الالكتروني للجامعة * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
ماهي الفترة التي تناسبك لزيارة الموقع الالكتروني للجامعة	صباحا	14	14	37	37	51
	مساءا	5	5	24	24	29
	ليلا	14	14	6	6	20
المجموع		33	33	67	67	100

- ماهي الفترة التي تناسبك لزيارة الموقع الالكتروني للجامعة * المستوى التعليمي								
		المستوى التعليمي						المجموع
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
ماهي الفترة التي تناسبك لزيارة الموقع الالكتروني للجامعة	صباحا	31	31	17	17	3	3	51
	مساءا	20	20	8	8	1	1	29
	ليلا	10	10	10	10	0	0	20
المجموع		61	61	35	35	4	4	100

الجدول (07-1) : فترة زيارة الموقع الالكتروني للجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (07-1)

1/ حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول (07-1) ان نسبة الاناث اللواتي يزرن الموقع الالكتروني للجامعة في الفترة الصباحية هي الأعلى بنسبة 37% تليها الفترة المسائية بنسبة 24% ثم الفترة الليلية بنسبة 6% ، اما عند الذكور فقد كانت الإجابة بالفترة الصباحية والفترة الليلية متساوية بما نسبته 14% لكل منهما بينما بلغت نسبة الإجابة بالفترة المسائية 5% .

2 / حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال الجدول (07-1) نسبة الإجابة بالفترة الصباحية كانت هي الأعلى في المستويات التعليمية الثلاثة حيث بلغت 31% في الليسانس و 17% في الماستر و 3% في الدكتوراه ، تلتها الإجابة "مساء" حيث بلغت نسبتها 20% عند طلبة الليسانس و 8% عند طلبة الماستر و1% عند طلبة الدكتوراه وأخيرا بلغت نسبة الإجابة "ليلا " 10% لكل من طلبة الليسانس والماستر وكانت منعدمة عند طلبة الدكتوراه .

- **التحليل الكيفي**

يتضح من خلال النتائج المحصل عليها أعلاه ان طلبة جامعة يحي فارس بالمدية باختلاف جنسهم ومستواهم التعليمي يقومون بزيارة الموقع الالكتروني للجامعة في الفترة الصباحية اكثر ثم تليها الفترة المسائية وذلك راجع الى ان اغلبية الطلبة المبحوثين يزورون الموقع الالكتروني من الجامعة وذلك حسب نتائج سؤال سابق (انظر الجدول 04) وهذا منطقي لكون الطلبة يتواجدون بالجامعة في الفترة الصباحية ، وهناك فئة لا يستهان بها اجابت بالفترة المسائية وهذا بعد عودتها من الجامعة او مكان العمل وبالتالي تكون متفرغة بالإضافة الى توفر الانترنت بالمنزل أيضا (انظر الجدول 04) .

وقد جاءت نتائج هذا الجدول لتأكد نتائج سابقة في الجدول (04) .

ثالثا : دوافع وأسباب تصفح الطالب للموقع الالكتروني للجامعة

هل تقوم بتصفح الموقع الالكتروني للجامعة بحثا عن العلامات فقط		
	التكرار	النسبة %
لا	55	55.0
نعم	45	45.0
المجموع	100	100.0

الجدول (08) : تصفح الموقع الالكتروني للجامعة بحثا عن العلامات فقط

يوضح الجدول (08) نسب اجابات الطلبة المبحوثين على انهم يقومون بتصفح الموقع الالكتروني للجامعة بحثا على العلامات فقط ، حيث بلغت نسبة الاجابة بـ"لا" 55% فيما كانت الإجابة بـ "نعم" 45% .

- هل تقوم بتصفح الموقع الالكتروني للجامعة بحثا عن العلامات فقط * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
هل تقوم بتصفح الموقع الالكتروني للجامعة بحثا عن العلامات فقط	لا	22	22	33	33	55
	نعم	11	11	34	34	45
المجموع		33	33	67	67	100

- هل تقوم بتصفح الموقع الالكتروني للجامعة بحثا عن العلامات فقط * المستوى التعليمي								
		المستوى التعليمي						المجموع
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
هل تقوم بتصفح الموقع الالكتروني للجامعة بحثا عن العلامات فقط	لا	23	23	28	28	4	4	55
	نعم	38	38	7	7	0	0	45
المجموع		61	61	35	35	4	4	100

الجدول (08-1) : تصفح الموقع الالكتروني للجامعة بحثا عن العلامات فقط حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (08-1)

1/ حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول (08-1) ان نسبة الاناث اللواتي اجبن بـ "نعم" هي الأعلى حيث بلغت 34% اما الاجابة بـ لا فكانت نسبتها 33% ، في حين كانت نسبة الاجابة بـ "لا" عند الذكور هي الاعلى بـ 22% و 11% للإجابة "نعم " .

2/ حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال الجدول (08-1) ان نسبة طلبة الليسانس الذين اجابوا بـ "نعم" هي الاعلى حيث بلغت 34% اما الذين اجابوا بـ "لا" فقد كانت23% اما طلبة الماستر فقد كانت نسبة اجابتهم بـ"لا" هي الاعلى حيت بلغت 28% في حين بلغة نسبة الاجابة "نعم" 7% اما طلبة الدكتوراه فقد اجابوا كلهم بـ "لا" .

- **التحليل الكيفي**

يتضح من خلال النتائج المتوصل اليها أعلاه ان طلبة جامعة يحي فارس على اختلاف جنسهم لا يزورون الموقع الالكتروني للجامعة بحثا عن النقاط فقط بل هناك أشياء أخرى في الموقع هي التي تجلبهم اليه ، ام بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فهناك فرق واضح في الإجابات فطلبة الليسانس اغلبهم يزورون الموقع بحثا عن العلامات فقط ، بينما طلبة الماستر والدكتوراه فليست العلامات فقط من تجذبهم الى الموقع وانما هناك أمور أخرى قد تكون هي السبب في زيارة الموقع .

ويمكن تفسير هذا الفرق الواضح بكون طلبة الليسانس جدد على الجامعة وهم لا يدركون او لا يحتاجون لكل ما هو موجود في الموقع الالكتروني للجامعة او حتى لا يبالون به ولا يعطونه الأهمية التي تناسبه ، في حين ان طلبة الماستر والدكتوراه لهم خبرة ودراية جيدة بما يوجد في الموقع وقد يحتاجون لخدمات كثيرة موجودة فيه مثل الملتقيات ، البحث الببليوغرافي ، تتبع اخبار الجامعة ومستجداتها ...الخ .

هل تستخدم موقع الجامعة الالكتروني للبحث البيليوغرافي		
	التكرار	النسبة %
لا	40	40.0
نعم	60	60.0
المجموع	100	100.0

الجدول (09) : استخدام الموقع الالكتروني للجامعة للبحث البيليوغرافي

يوضح الجدول (09) نسب استخدام الموقع الالكتروني لجامعة يحي فارس بالمدية في البحث البيليوغرافي حيث أجاب 60% من الطلبة الذين وزعت عليهم الاستبيانات بـ "نعم" في حين أجاب 40% منهم بـ "لا".

وبالتالي فأغلبية الطلبة المبحوثين يستخدمون الموقع الالكتروني للجامعة في عملية البحث البيليوغرافي .

- هل تستخدم موقع الجامعة الالكتروني للبحث البيليوغرافي * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
هل تستخدم موقع الجامعة الالكتروني للبحث البيليوغرافي	لا	16	16	24	24	40
	نعم	17	17	43	43	60
المجموع		33	33	67	67	100

- هل تستخدم موقع الجامعة الالكتروني للبحث البيليوغرافي * المستوى التعليمي								
		المستوى التعليمي						المجموع
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
هل تستخدم موقع الجامعة الالكتروني للبحث البيليوغرافي	لا	27	27	13	13	0	0	40
	نعم	34	34	22	22	4	4	60
المجموع		61	61	35	35	4	4	100

الجدول (09-1) : استخدام الموقع الالكتروني للجامعة للبحث البيليوغرافي حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (09-1)

1/ حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول (09-1) ان نسبة الاناث والذكور الذين اجابوا بانهم يستخدمون الموقع الالكتروني للجامعة في البحث العلمي هي الاعلى حيث كانت عند الاناث 43% وعند الذكور17% بينما كانت نسبة الاناث اللواتي اجبن بـ"لا" 24% مقابل 16% للذكور .

2/ حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال نفس الجدول ان 34% من طلبة الليسانس اجابوا بانهم يستخدمون الموقع الالكتروني للجامعة في البحث الببليوغرافي مقابل 27% اجابوا بـ"لا" ، اما طلبة الماستر فقد أجاب 22% منهم بـ "نعم" مقابل 13% بـ "لا" ، في حين ان طلبة الدكتوراه كلهم اجابوا بـ "نعم" .

- **التحليل الكيفي**

يتضح من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول اعلاه ان معظم الطلبة باختلاف جنسهم ذكورا واناثا وباختلاف مستواهم التعليمي يستخدمون الموقع الالكتروني للجامعة في عملية البحث الببليوغرافي خاصة ومع العلم ان البحث الببليوغرافي في الموقع يتيح للطالب البحث في جميع مكتبات الجامعة ودون عناء التنقل اليها والبحث فيها فالطالب يستطيع اجراء بحث ببليوغرافي من منزله او من أي مكان يتواجد فيه وهذا اختصارا للوقت والجهد فبعد رقمنة ارشيف مكتبات الجامعة قدمت للطالب خدمة كبيرة في مجال البحث الببليوغرافي .

كما قامت الجامعة بعقد مجموعة من الاتفاقيات مع مكتبات رقمية والكترونية لجامعات دولية وكذا مع المركز الوطني للتوثيق الالكتروني (sndl) وهذا من اجل تمكين الطلبة من اجراء بحث ببليوغرافي فيها وتحميل كتب ومذكرات بصيغة PDF منها ولكن شريطة ان يتم الدخول اليها عبر بواباتها الموجودة في الموقع الالكتروني للجامعة .

تصفحك لموقع الجامعة ينم لغرض		
	التكرار	النسبة %
متابعة اخبار الجامعة	3	3.0
زيارة فضاء الطالب	44	44.0
تصفح الاعلانات	3	3.0
الاستفسار عن امر ما	6	6.0
كل ما سبق	44	44.0
المجموع	100	100.0

الجدول (10) : غرض تصفح الموقع الالكتروني للجامعة

يوضح الجدول (10) سبب وغرض تصفح الطالب للموقع الالكتروني للجامعة والخدمات التي يطلبها منه فقد اجاب 44% من الطلبة الجامعيين الذين وزعت عليهم الاستبيانات على انهم يتصفحون الموقع لغرض متابعة وتفقد جميع الخدمات التي يقدمها من فضاء للطالب ومتابعة لأخبار الجامعة وتصفح الإعلانات والاستفسار عن امر يهمهم ، في حين اجابت نسبة 44% منهم بانها تتصفح الموقع الالكتروني لزيارة فضاء الطالب فقط ، أما ما بقي من الفئة المستجوبة فقد تفرقت اجاباتهم على باقي الخدمات التي يوفرها الموقع .

- تصفحك لموقع الجامعة ينم لغرض * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
تصفحك لموقع الجامعة ينم لغرض	متابعة اخبار الجامعة	0	0	3	3	3
	زيارة فضاء الطالب	10	10	34	34	44
	تصفح الاعلانات	0	0	3	3	3
	الاستفسار عن امر ما	1	1	5	5	6
	كل ما سبق	22	22	22	22	44
المجموع		33	33	67	67	100

- تصفحك لموقع الجامعة ينم لغرض * المستوى التعليمي									
		المستوى التعليمي						المجموع	
		ليسانس		ماستر		دكتوراه			
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
تصفحك لموقع الجامعة ينم لغرض	متابعة اخبار الجامعة	1	1	2	2	0	0	3	
	زيارة فضاء الطالب	33	33	11	11	0	0	44	
	تصفح الاعلانات	1	1	0	0	2	2	3	
	الاستفسار عن امر ما	4	4	2	2	0	0	6	
	كل ما سبق	22	22	20	20	2	2	44	
المجموع		61	61	35	35	4	4	100	

الجدول (10-1) : غرض تصفح الموقع الالكتروني للجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (10-1)

1/ حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول (10-1) ان نسبة الاناث اللواتي يقمن بتصفح الموقع الالكتروني للجامعة بغرض زيارة فضاء الطالب كانت هي الأعلى بـ 34% في حين أجاب % منهن بـ "كل ما سبق" اما بقية الخيارات فكانت نسبهم ضئيلة ، في حين فقد كانت نسب الإجابات عند الذكور عكس ذلك فقد كانت نسبة الإجابات بـ "كل ما سبق" 22% اما "زيارة فضاء الطالب" فكانت نسبتها 10% فقط.

2/ حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال نفس الجدول ان نسبة كبيرة من طلبة الليسانس يقومن بتصفح الموقع الالكتروني للجامعة بغرض زيارة فضاء الطالب حيث كانت نسبتهم 33% مقابل 22 % للإجابة "كل ما سبق" اما عند طلبة الماستر فقد أجاب 20% منهم على "كل ما سبق" مقابل 11% "لزيارة فضاء الطالب" وأخيرا بالنسبة لطلبة الدكتوراه فقد أجاب 2% منهم بـ "كل ما سبق" وأيضا 2% بـ الاستفسار عن امر ما" .

- **التحليل الكيفي**

من خلال النتائج المتحصل عليها يتضح ان اغلب الطلبة يقومون بتصفح الموقع الالكتروني لزيارة فضاء الطالب وخاصة في طور الليسانس وذلك بحثا عن العلامات وهو ما يفسر نتائج الجدول (05-1) اين قال معظم المستجوبين انهم يزورون الموقع الالكتروني مناسباتيا أي في فترة الامتحانات وصب النقاط في الموقع فقط ، في حين وجدنا ان معظم طلبة الماستر والدكتوراه لا يتصفحون الموقع الالكتروني لزيارة فضاء الطالب فقط بل لأغراض أخرى أيضا مثل متابعة اخبار الجامعة والبحث الببليوغرافي ربما لانشغالهم بتحضير مذكراتهم ومتابعة الملتقيات بالنسبة لطلبة الدكتوراه وغيرها .

هل تكرار زيارتك للموقع الالكتروني للجامعة يكون بسبب		
	التكرار	النسبة %
سهولة التصفح	30	30.0
جاذبية الموقع	17	17.0
الفورية في المعلومات	53	53.0
المجموع	100	100.0

الجدول (11) : سبب تكرار زيارة الموقع الالكتروني للجامعة

يوضح الجدول (11) سبب تكرار الطلبة لزيارة الموقع الالكتروني للجامعة حيث يرى 53% من المبحوثين ان سبب تكرار زيارتهم للموقع هو الفورية في المعلومات بينما أجاب 30% منهم بسهولة تصفح الموقع واجبت نسبة 17% بان سبب تكرار الزيارة هو جاذبية الموقع .

وعليه يمكن القول ان اغلبية المبحوثين يرون ان الموقع يوفر معلومات فورية وجديدة دائما .

- هل تكرار زيارتك للموقع الالكتروني للجامعة يكون بسبب * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
هل تكرار زيارتك للموقع الالكتروني للجامعة يكون بسبب	سهولة التصفح	12	12	18	18	30
	جاذبية الموقع	6	6	11	11	17
	الفورية في المعلومات	15	15	38	38	53
المجموع		33	33	67	67	100

- هل تكرار زيارتك للموقع الالكتروني للجامعة يكون بسبب * المستوى التعليمي									
		المستوى التعليمي						المجموع	
		ليسانس		ماستر		دكتوراه			
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
هل تكرار زيارتك للموقع الالكتروني للجامعة يكون بسبب	سهولة التصفح	16	16	11	11	3	3	30	
	جاذبية الموقع	11	11	6	6	0	0	17	
	الفورية في المعلومات	34	34	18	18	1	1	53	
المجموع		61	61	35	35	4	4	100	

الجدول(11-1) : سبب تكرار زيارة الموقع الالكتروني للجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (11-1)

1/ حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول (11-1) ان نسبة الاناث اللواتي اجبن بان سبب تكرار زيارتهم للمقع الالكتروني للجامعة يعود للفورية في المعلومات هي 38% في حين اجابت نسبة 18%

لسهولة التصفح و 11% بجاذبية الموقع ، في المقابل اجاب الذكور بنسبة 15% للفورية في المعلومات و 12% لسهولة تصفح الموقع و6% لجاذبية الموقع .

2/ حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال الجدول السابق ان نسبة كبيرة من طلبة الليسانس والماستر ارجعوا سبب تكرار الزيار الى الفورية في المعلومات وذلك بنسبة 34% ليسانس و 18% ماستر ، واجابت نسبة 16% من طلبة الليسانس بسهولة التصفح مقابل 11% لطلبة الماستر و3% لطلبة الدكتوراه .

- **التحليل الكيفي**

من خلال النتائج الحصل عليها يتضح ان اغلبية الطلبة المبحوثين وعلى اختلاف جنسهم ومستواهم التعليمي كانت اجاباتهم على سبب تكرار زيارتهم للموقع الالكتروني للجامعة هو الفورية في المعلومات ، حيث عمدت ادارة الجامعة على تكليف فريق مخصص لمتابعة الموقع الالكتروني لها وتحيين المعلومات بأسرع وقت ممكن وكلما توفر الجديد في مختلف الميادين ، كما ان صب نقاط الامتحانات في التطبيق الخاص بها يتم من خلاله تحميلها اليا وبكبسة واحدة الى الموقع الالكتروني للجامعة وهو اكبر مطالب واسباب زيارة الموقع من طرف الطلبة كما وضحنا سابقا .

كما كانت اجابات نسبة لا يستهان بها بسهولة تصفح الموقع حيث ان تصفح الموقع سهل ويمكن الولوج اليه من أي مكان وزمان وحتى باي وسيلة كالهاتف الذكي مثلا وعبر شبكات **G3** فهو متوفر ومتاح دائما الا في حالات ضعف تدفق الانترنت وهو مشكل وطني او في حالات الذروة وكثرة الطلب عليه مثل فترة ما بعد الامتحانات .

هل تهتم بمتابعة اخبار النشاطات والملتقيات التي تنظمها الجامعة		
	التكرار	النسبة %
لا	61	61.0
نغم	39	39.0
المجموع	100	100.0

الجدول (12) : الاهتمام بمتابعة النشاطات والملتقيات التي تنظمها الجامعة

يوضح الجدول (12) مدى اهتمام طلبة جامعة يحي فارس بالمدية بمتابعة اخبار النشاطات والملتقيات التي تنظمها الجامعة ويعلن عنها في الموقع الالكتروني الخاص بها حيث اجابت نسبة 61% من الطلبة المبحوثين بانها غير مهتمة بمتابعة اخبار هذه النشاطات والملتقيات فيما أجاب 39% منهم بانهم مهتمون بمتابعتها .

وعليه فان الغالبية العظمى من الطلبة المبحوثين لا يهتمون بمتابعة اخبا الملتقيات والنشاطات التي تنظمها الجامعة .

- هل تهتم بمتابعة اخبار النشاطات والملتقيات التي تنظمها الجامعة * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
هل تهتم بمتابعة اخبار النشاطات والملتقيات التي تنظمها الجامعة	لا	16	16	45	45	61
	نغم	17	17	22	22	39
المجموع		33	33	67	67	100

- هل تهتم بمتابعة اخبار النشاطات والملتقيات التي تنظمها الجامعة * المستوى التعليمي								
		المستوى التعليمي						المجموع
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
هل تهتم بمتابعة اخبار النشاطات والملتقيات التي تنظمها الجامعة	لا	40	40	20	20	1	1	61
	نغم	21	21	15	15	3	3	39
المجموع		61	61	35	35	4	4	100

الجدول(12-1) : الاهتمام بمتابعة النشاطات والملتقيات التي تنظمها الجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (12-1)

1/ حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول (12-1) ان نسبة الاناث اللواتي لا يهتمن بمتابعة اخبار النشاطات والملتقيات التي تنظمها الجامعة كانت عالية حيث بلغت 45% مقابل 22% فقط ممن اجبن بانهن يتابعنها ، في حين كانت نسبة الذكور الذين قالوا بانهم يتابعون اخبار النشاطات والملتقيات التي تنظمها الجامعة 17% مقابل 16% قالوا بانهم غير مهتمين بمتابعتها .

2/ حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال نفس الجدول ان نسبة طلبة الليسانس الذين اجابوا بـ "لا" كانت نسبتهم مرتفعة حيث بلغت 40% مقابل 21% اجابوا بـ "نعم" ، اما عند طلبة الماستر فقد أجاب 20% بـ "لا" مقابل 15% اجابوا بـ "نعم" وعند طلبة الدكتوراه فقد أجاب غالبيتهم بـ"نعم " بنسبة 3% .

- **التحليل الكيفي**

يتضح من خلال النتائج المحصل عليها ان غالبية الطلبة المبحوثين وعلى اختلاف جنسهم ذكورا واناثا وباختلاف المستوى التعليمي بين الليسانس والماستر ما عدا طلبة الدكتوراه قد اجابوا بانهم غير مهتمين بمتابعة اخبار النشاطات والملتقيات العلمية التي تنظمها الجامعة ، وهذا ما يفسر العزوف الكبير للطلبة في حضور مثل هذه النشاطات والملتقيات حيت كثيرا ما نلاحظ القاعات المخصصة لها شبه فارغة ويحضرها العدد القليل من الطلبة .

في حين أجاب معظم طلبة الدكتوراه بانهم مهتمون بمتابعتها وذلك نظرا لضروريتها في مسارهم الدراسي وكون المشاركة فيه اجباري لهم ويأخذون عليه نقاط تساعدهم في مسارهم التكويني .

رابعا : تقييم الطلبة للموقع الرسمي لجامعة المدية

هل يسهل الموقع الالكتروني للجامعة عملية التواصل مع الادارة		
	التكرار	النسبة %
لا	20	20.0
نعم	80	80.0
المجموع	100	100.0

الجدول (13) : تسهيل الموقع الالكتروني لعملية التواصل مع الادارة

يوضح الجدول (13) راي الطلبة حول مدى تسهيل الموقع الالكتروني لجامعة يحي فارس لعملية التواصل مع الادارة حيث اجابت الغالبية العظمى من الطبة المبحوثين بـ "نعم" بنسبة 80% فيما أجاب 20% منهم فقط بـ "لا" .

- هل يسهل الموقع الالكتروني للجامعة عملية التواصل مع الادارة * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
هل يسهل الموقع الالكتروني للجامعة عملية التواصل مع الادارة	لا	12	12	8	8	20
	نعم	21	21	59	59	80
المجموع		33	33	67	67	100

- هل يسهل الموقع الالكتروني للجامعة عملية التواصل مع الادارة * المستوى التعليمي								
		المستوى التعليمي						المجموع
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
هل يسهل الموقع الالكتروني للجامعة عملية التواصل مع الادارة	لا	12	12	7	7	1	1	20
	نعم	49	49	28	28	3	3	80
المجموع		61	61	35	35	4	4	100

الجدول (13-1) : تسهيل الموقع الالكتروني لعملية التواصل مع الادارة حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (13-1)

1/ حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول (13-1) ان نسبة الاناث اللواتي اجبن بـ "نعم " بلغت 59% مقابل 8ر فقط اجبن بـ "لا" ، اما عند الذكور فقد اجاب 21ر بـ "نعم" مقابل 12% بـ "لا" .

2/ حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال نفس الجدول ان نسبة طلبة الليسانس الذين اجابوا بـ "نعم" بلغت 49% مقابل 12% فقط اجابوا بـ "لا" ، اما طلبة الماستر فقد اجاب 28% منهم بـ "نعم" مقابل 7% اجابوا بـ "لا" في حين اجاب 3 طلبة من اصل 4 في الدكتوراه بـ "نعم" .

- **التحليل الكيفي**

يتضح من خلال النتائج المحصل عليها ان غالبية طلبة جامعة يحي فارس بالمدية ممن وزعت عليهم الاستبيانات سواء كانوا ذكورا او اناثا وعلى اختلاف مستواهم التعليمي قد اجابوا بان الموقع الالكتروني للجامعة يساهم في تسهيل تواصلهم مع الإدارة ، وذلك لأن الموقع الإلكتروني للجامعة يقدم خدمات كثيرة للطالب الكترونيا كان الطالب من قبل يؤديها تقليديا عبر تنقله الى إدارة الجامعة ، واصبح حاليا يقوم بها من أي مكان وزمان دون الحاجة الى التنقل الى إدارة الجامعة ، ومن امثلة ذلك التسجيل الالكتروني وتغيير الفوج على الموقع ومشاهدة النقاط عليه وتقديم الطعون فيه أيضا وتصفح الاعلانات على الموقع وكذا جدول ورزنامة التوقيت والامتحانات وغير ذلك من الخدمات التي تهم الطالب .

هل يتم تحيين المعلومات في الموقع		
	التكرار	النسبة %
دائما	15	15.0
احيانا	69	69.0
نادرا	16	16.0
المجموع	100	100.0

الجدول (14) : درجة تحيين المعلومات في الموقع

يوضح الجدول (14) راي الطلبة حول درجة تحيين المعلومات في الموقع الالكتروني للجامعة من طرف القائمين عليه ، حيث أجاب 69% من الطلبة المبحوثين بـ "أحيانا" و 16% منهم أجاب بـ "نادرا" فيما أجاب 15% بـ "دائما" .

وعليه فأغلبية الطلبة يرون ان تحيين المعلومات في الموقع الالكتروني للجامعة يكون أحيانا .

- هل يتم تحيين المعلومات في الموقع * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
هل يتم تحيين المعلومات في الموقع	دائما	7	7	8	8	15
	احيانا	23	23	46	46	69
	نادرا	3	3	13	13	16
المجموع		33	33	67	67	100

- هل يتم تحيين المعلومات في الموقع * المستوى التعليمي								
		المستوى التعليمي						المجموع
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
هل يتم تحيين المعلومات في الموقع	دائما	9	9	4	4	2	2	15
	احيانا	42	42	25	25	2	2	69
	نادرا	10	10	6	6	0	0	16
المجموع		61	61	35	35	4	4	100

الجدول (14-1) : درجة تحيين المعلومات في الموقع حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (14-1)

1/ حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول (14-1) ان نسبة الاناث اللواتي اجبن بـ "أحيانا" هي الأعلى حيث بلغت 46% وتلتها الإجابة بـ "نادرا" 13% ثم "دائما" بـ 8% ، اما عند الذكور فبلغت الإجابة "أحيانا" نسبة 23% وتلتها "دائما" بـ 7% ثم "نادرا" بـ 3% .

2/ حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال الجدول السابق ان نسبة طلبة الليسانس الذين اجابوا بـ "أحيانا" هي الأعلى حيث بلغت 42% وتلتها الإجابة بـ "نادرا" 10% ثم "دائما" بـ 9% ، اما عند طلبة الماستر فكانت الإجابة "أحيانا " هي الأكثر بنسبة 25% تلتها "نادرا" بـ 6% ثم "نادرا" بـ 4% ، فين انقسمت إجابات طلبة الدكتوراه فانقسمت اجاباتهم بين دائما واحيانا.

- **التحليل الكيفي**

يتضح من خلال النتائج المتحصل عليها ان اغلبية طلبة جامعة يحي فارس بالمدية وعلى اختلاف جنسهم ومستواهم التعليمي يرون بان تحيين المعلومات في الموقع الالكتروني للجامعة يكون في اغلبه أحيانا ، وذلك لان اغلبية الطلبة يزورون الموقع

الالكتروني للجامعة في مناسبات معينة مثل الدخول من العطل او فترة الامتحانات وفي هذه الفترة قد تكون الاخبار والمعلومات الجديدة قليلة وبالتالي فان تحيينها يأخذ وقتا ويكون بطيئا .

هل يتيح لك الموقع امكانية التواصل ورد الفعل مع الاخرين		
	التكرار	النسبة %
لا	72	72.0
نعم	28	28.0
المجموع	100	100.0

الجدول (15) : التواصل ورد الفعل عبر الموقع الالكتروني للجامعة

يوضح الجدول (15) راي الطلبة المبحوثين حول إمكانية التفاعل ورد الفعل عبر الموقع الالكتروني لجامعة يحي فارس بالمدية حيث اجابت الغالبية العظمى من الطلبة بانه لا يمكن التفاعل عبر الموقع مع الاخرين وذلك بنسبة 72% ، فيما اجابت نسبة 28% بـ"نعم" وبإمكانية التفاعل مع الاخرين عبر الموقع الالكتروني للجامعة .

- هل يتيح لك الموقع امكانية التواصل ورد الفعل مع الاخرين * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
هل يتيح لك الموقع امكانية التواصل ورد الفعل مع الاخرين	لا	25	25	47	47	72
	نعم	8	8	20	20	28
المجموع		33	33	67	67	100

- هل يتيح لك الموقع امكانية التواصل ورد الفعل مع الاخرين * المستوى التعليمي								
		المستوى التعليمي						المجموع
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
هل يتيح لك الموقع امكانية التواصل ورد الفعل مع الاخرين	لا	43	43	26	26	3	3	72
	نعم	18	18	9	9	1	1	28
المجموع		61	61	35	35	4	4	100

الجدول (15-1) : التواصل ورد الفعل عبر الموقع الالكتروني للجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (15-1)

1/ حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول (15-1) ان نسبة كبيرة من الطالبات اجبن بـ "لا" حيث بلغن 47% فيما أجاب 20% منهن ["نعم" ، في حين أجاب 25% من الذكور بـ "لا" مقابل 8% اجابوا بـ "نعم" .

2/ حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال الجدول السابق ان 43% من طلبة الليسانس الذين وزعت عليهم الاستبيانات اجابوا بان الموقع الالكتروني لا يتيح لهم فرصة التفاعل مع الاخرين بينما أجاب 18% بـ "نعم" ، اما عند طلبة الماستر فكانت نسبة الإجابة بـ "لا" 26% مقابل 9% قالوا "نعم" ، اما طلبة الدكتوراه فقد قال 3 من اصل أربعة بان الموقع لا يتيح فرصة التفاعل .

- **التحليل الكيفي**

يتضح من خلال النتائج المتوصل اليها الى ان اغلبية الطلبة المبحوثين على اختلاف جنسهم ومستواهم التعليمي اجابوا بان الموقع الالكتروني لجامعة المدية لا يتيح لهم فرصة التفاعل والتواصل مع الاخرين وذلك لكون الموقع اخباري بالدرجة الاولى فهو يهدف الى نقل وتقديم اكبر قدر من الاخبار والمعلومات وتقديم الشروحات وليس الهدف منه هو التفاعل وفتح المجال امام ذلك ، ولتغطية هذا الجانب قامت ادارة الموقع بفتح صفحة رسمية للجامعة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك تقدم من خلالها بعض الاخبار وجديد الجامعة وتتيح من خلالها فرصة التفاعل والتواصل مع الطلبة وامكانية طرح انشغالاتهم وتساؤلاتهم فيها والرد عليها .

كيف تجد الموقع من حيث التصميم		
	التكرار	النسبة %
جيد	21	21.0
مقبول	71	71.0
ضعيف	8	8.0
المجموع	100	100.0

الجدول (16) : تقييم الموقع الالكتروني للجامعة من حيث التصميم

يوضح الجدول (16) تقييم وراي طلبة جامعة يحي فارس بالمدية الذين شملتهم الدراسة حول تصميم الموقع الالكتروني للجامعة ، حيث اجابت الغالبية العظمى منهم بان تصميم الموقع

مقبول وذلك بنسبة 71% فيما قال 21% منهم بان التصميم جيد اما من وجدوا ان التصميم ضعيف فنسبتهم لا تتجاوز 8% .

وعليه يمكن القول بان الطلبة في معظمهم راضون عن الموقع من الناحية التقنية .

- كيف تجد الموقع من حيث التصميم * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
كيف تجد الموقع من حيث التصميم	جيد	5	5	16	16	21
	مقبول	24	24	47	47	71
	ضعيف	4	4	4	4	8
المجموع		33	33	67	67	100

- كيف تجد الموقع من حيث التصميم * المستوى التعليمي								
		المستوى التعليمي						المجموع
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
كيف تجد الموقع من حيث التصميم	جيد	12	12	9	9	0	0	21
	مقبول	44	44	23	23	4	4	71
	ضعيف	5	5	3	3	0	0	8
المجموع		61	61	35	35	4	4	100

الجدول (16-1) : تقييم الموقع الالكتروني للجامعة من حيث التصميم من حيث الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (16-1)

1/ حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول (16-1) ان نسبة الاناث اللواتي اجبن بان تصميم الموقع الالكتروني للجامعة "مقبول" هي 47% فيما اجابت 16% بـ "جيد " و 4% فقط قلن "ضعيف" ، اما عند الذكور فقد أجاب 24 % بـ "مقبول" و 5% "جيد" و 4ر "ضعيف" .

2/ حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال نفس الجدول ان 44% من طلبة الليسانس اجابوا بان تصميم الموقع الالكتروني "مقبول " و 12% "جيد" و5% "ضعيف" ، اما عند طلبة الماستر فقد بلغت نسبة الإجابات "مقبول" 23% و9% "جيد " و 3% ضعيف ، وقالل كل طلبة الدكتوراه ان التصميم مقبول .

- **التحليل الكيفي**

من خلال النتائج المتحصل عليها يتضح ان غالبية طلبة جامعة يحي فارس بالمدية على اختلاف جنسهم ومستواهم التعليمي راضون عن التصميم الذي قدم به الموقع الالكتروني للجامعة ، حيث يعمل القائمون عليه على إخراجه في ابهى حلة وهم يجرون عليه تحسينات وتحديثات كلما توفر جديد فيما يخص التصميم والبرمجة و قد تم تغيير شكل الموقع "القالب" مرتين في سنة 2013 و 2015 و تم تحيين نسخة الموقع "جملة" Joomla مرتين أيضا (انظر ص 75) ، بالإضافة الى تنويع اشكال والإخراج العام للموقع واحتوائه على عدة أنواع من القوالب التصميمية منها المتحركة ومنها الثابتة واستخدام الألوان التي تبعث على الارتياح والهدوء مثل اللون الأزرق الفاتح واللون البرتقالي الفاتح وتجنب الألوان الداكنة التي قد ينفر منها المتصفح للموقع .

كيف تقيم الخدمات المقدمة من خلال الموقع		
	التكرار	النسبة %
جيدة	29	29.0
متوسطة	62	62.0
ضعيفة	9	9.0
المجموع	100	100.0

الجدول (17) : تقييم الخدمات المقدمة من خلال الموقع الالكتروني لجامعة المدية

يمثل الجدول (17) نتائج تقييم طلبة جامعة المدية للخدمات المقدمة من خلال الموقع الالكتروني لها ، حيث اجابت نسبة 62من الطلبة المبحوثين بان هذه الخدمات هي "متوسطة" فيما قال 29% منهم بانها جيدة و 9% فقط قالوا بانها ضعيفة .

وبالتالي فيمكن القول بان اغلبية الطلبة الذين شملتهم الدراسة راضون عن الخدمات المقدمة من خلال الموقع .

- كيف تقيم الخدمات المقدمة من خلال الموقع * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
كيف تقيم الخدمات المقدمة من خلال الموقع	جيدة	6	6	23	23	29
	متوسطة	23	23	39	39	62
	ضعيفة	4	4	5	5	9
المجموع		33	33	67	67	100

- كيف تقيم الخدمات المقدمة من خلال الموقع * المستوى التعليمي									
		المستوى التعليمي							المجموع
		ليسانس		ماستر		دكتوراه			
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
كيف تقيم الخدمات المقدمة من خلال الموقع	جيدة	20	20	8	8	1	1		29
	متوسطة	35	35	24	24	3	3		62
	ضعيفة	6	6	3	3	0	0		9
المجموع		61	61	35	35	4	4		100

الجدول (17-1) : تقييم الخدمات المقدمة من خلال الموقع الالكتروني لجامعة المدية حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (17-1)

1/ حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول (17-1) ان نسبة الاناث اللواتي اجبن بان الخدمات المقدمة من خلال الموقع "متوسطة" قد بلغت 39% في حين اجابت 23% منهن بـ "جيدة" و 5% فقط اجبن "ضعيفة" ، اما عند الذكور فقد أجاب 23% بـ "متوسطة" و 6% "جيدة فيما اجب 4% بـ "ضعيفة" .

2/ حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال الجدول ذاته ان 35% من طلبة الليسانس قالوا بان الخدمات المقدمة من خلال الموقع "متوسطة" فيما اجابت نسبة 20% بانها "جيدة" مقابل 6% فقط اجابوا بانها "ضعيفة"، اما عند طلبة الماستر فقد بلغت نسبة الذين اجابوا "جيدة" 24% مقابل 8% لـ "جيدة" و3 % فقط لـ ضعيفة ، اما طلبة الدكتوراه فقد قال 3 من اصل 4 بانها "متوسطة" .

- **التحليل الكيفي**

من خلال النتائج المتحصل عليها يتضح بان غالبية الطلبة الذين شملهم الدراسة راضون عن الخدمات التي تقدم من خلال الموقع الالكتروني لجامعة يحي فارس بالمدية حيث أجاب معظمهم بانها متوسطة او جيدة ، وذلك لان الموقع يقدم خدمات عديدة ومتنوعة للطلبة وفي شتى المجالات الثقافية والعلمية والرياضية بالإضافة الى توفيره لبوابة فضاء الطالب التي من خلالها يقدم خدمات هامة لهم في المجال التعليمي والبيداغوجي ، وكذا توفير خدمة البحث الببليوغرافي سواء في مكتبات الجامعة او مكتبات ومراكز بحث أخرى قامت الجامعة بعقد اتفاقيات معها ، بالإضافة الي تحيين المعلومات وتقديم الاخبار الجديدة والاعلانات واخبار الملتقيات والنشاطات المنظمة داخل الجامعة .

هل تصادفك مشاكل اثناء تصفحك للموقع		
	التكرار	النسبة %
لا	64	64.0
نعم	36	36.0
المجموع	100	100.0

الجدول (18) : هل تصادف الطلبة مشاكل اثناء تصفح الموقع الالكتروني للجامعة

يمثل الجدول (18) نسب وتكرارات إجابات الطلبة الذين شملتهم الدراسة حول مدى مصادفتهم لأية مشاكل اثناء تصفحهم للموقع الالكتروني لجامعة يحي فارس بالمدية ، حيث بلغت نسبة الطلبة الذين اجابوا بـ "لا" 64% مقابل 36% اجابوا بـ "نعم" .

وبالتالي فان غالبية الطلبة الذين شملتهم الدراسة لا يعانون من مشاكل اثناء تصفحهم للموقع الالكتروني للجامعة .

- هل تصادفك مشاكل اثناء تصفحك للموقع * الجنس						
		الجنس				المجموع
		ذكر		انثى		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	
هل تصادفك مشاكل اثناء تصفحك للموقع	لا	20	20	44	44	64
	نعم	13	13	23	23	36
المجموع		33	33	67	67	100

- هل تصادفك مشاكل اثناء تصفحك للموقع * المستوى التعليمي								
		المستوى التعليمي						المجموع
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
هل تصادفك مشاكل اثناء تصفحك للموقع	لا	39	39	23	23	2	2	64
	نعم	22	22	12	12	2	2	36
المجموع		61	61	35	35	4	4	100

الجدول (18-1) : هل تصادف الطلبة مشاكل اثناء تصفح الموقع الالكتروني للجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي

- **التحليل الكمي :** الجدول (18-1)

1/ حسب الجنس

نلاحظ من خلال الجدول (18-1) بان نسبة الاناث اللواتي اجبن بانه لا تصادفهن مشاكل اثناء تصفحهن للموقع الالكتروني للجامعة قد بلغت 44% مقابل 23ر اجبن بانهن يصافن مشاكل اثناء تصفحهن للموقع ، وقال 20% من الذكور بانه لا تصادفهم مشاكل اثناء تصفحهم للموقع مقابل 13ر قالوا "نعم" .

2/ حسب المستوى التعليمي

نلاحظ من خلال نفس الجدول أن 39% من طلبة الليسانس أجابو بأنه لاتصادفهم مشاكل أثناء تصفحهم للموقع مقابل 22% أجابوا بـ " نعم" ، أما عند الماستر فقد أجاب 23% ب "لا" مقابل 12% ب"نعم"، أما عند طلبة الدكتوراه فكانت النسبة متساوية ب2% لكل منهما .

- **التحليل الكيفي :**

من خلال النتائج المتحصل عليها يتضح بأن غالبية الطلبة والطالبات الذين شملتهم الدراسة وعلى اختلاف جنسهم ومستواهم التعليمي قد أجابوا بأنه لا تصادفهم مشاكل أثناء تصفحهم الموقع الالكتروني للجامعة وذلك نظرا لمتابعة القائمين على الموقع لكل المشاكل

الموجودة فيه واصلاحها وقيامهم بإجراء تحديثات له وصيانته ، إضافة إلى تحيين المعلومات فيه بصفة مستمرة ودائمة ، هذا وقد اولت الجامعة اهتماما بالغا بموقها الالكتروني على الشبكة العالمية وذلك يقينا منها بمدى أهميته ، فكلفت فريقا من التقنيين والمصممين من اجل متابعته وحل جميع المشاكل التي قد تعترضه سواء كانت فنية او تقنية وهذا خدمة لجميع المتعاملين معها وكل من يزور الموقع .

في حال الاجابة بنعم اذكرها ما هي		
	التكرار	النسبة %
اجاب	34	34.0
لم يجب	66	66.0
المجموع	100	100.0

الجدول (19) : عدد افراد العينة الذين أجابوا على السؤال المفتوح

يمثل الجدول (19) عدد ونسبة افراد العينة الذين اجابوا على المشاكل التي تعترضهم اثناء تصفحهم للموقع حيث كانت الذين اجابوا 34% من اصل 36% قالوا في للإجابة السابقة "نعم" اذن هناك مفردتين قالتا نعم ولم تجيبا ، وعليه نسبة الذين لم يجيبوا هي 66%.

ومن خلال إجابات الطلبة المبحوثين نلخص اهم المشاكل التي قالوا بانها تعترضهم اثناء تصفحهم للموقع الالكتروني فيما يلي :

- ✓ ضعف تدفق الانترنت في الجامعة .
- ✓ بطء في تحيين المعلومات في بعض الأحيان .
- ✓ صعوبة الدخول الى فضاء الطالب بسبب غلقه أحيانا .
- ✓ صعوبة تصفح الموقع بسبب كثرة الضغط عليه .
- ✓ استحالة أداء بعض الخدمات وخاصة في فضاء الطالب بواسطة الهاتف .
- ✓ اغلاق قاعة الانترنت الخاصة بالطلبة كثيرا ولوقت طويل .

المبحث الثالث : نتائج الدراسة

اهتمت هذه الدراسة ببحث دور الموقع الالكتروني لجامعة المدية في تواصل الطالب مع الإدارة حيث وبعد تحديد العينة المستهدفة من الدراسة وتوزيع الاستبيانات عليها ومن ثم جمعها وتفريغها بواسطة البرنامج الاحصائي spss وتحليل بياناتها نستعرض فيما يلي اهم النتائج التي تم التوصل اليها .

- ✓ يقوم طلبة جامعة يحي فارس بالمدية بزيارة الموقع الالكتروني للجامعة أحيانا أي على فترات وهم ليسوا مداومين على زيارته .
- ✓ تتم اغلب زيارات وتصفح الطلبة للموقع الالكتروني للجامعة من المنزل او من الجامعة حيث تتوفر شبكة الويفي وقاعات الانترنت .
- ✓ يتصفح اغلب طلبة جامعة يحي فارس الموقع الالكتروني الخاص بالجامعة مناسباتيا أي في فترات معينة كالامتحانات والدخول من العطل .
- ✓ اغلب زيارات الموقع الالكتروني من طرف الطلبة لا تدوم لوقت طويل وتتزايد في الفترتين الصباحي والمسائية .
- ✓ اغلبية طلبة جامعة يحي فارس بالمدية لا يزورون الموقع الالكتروني للجامعة بحثا عن العلامات فقط بل هناك خدمات أخرى يبحثون عنها في الموقع مثل البحث الببليوغرافي ومتابعة اخبار الجامعة وتصفح كل جديد ...الخ .
- ✓ يتم تكرار الزيارة وتصفح الموقع من طرف الطلبة نتيجة للفورية في تحيين المعلومات وكذا سهولة التصفح .
- ✓ معظم طلبة جامعة يحي فارس بالمدية لا يهتمون بمتابعة اخبار النشاطات والملتقيات العلمية التي تنظمها الجامعة على الموقع الالكتروني الخاص بها .
- ✓ قع الالكتروني الخاص بالجامعة يسهل عملية التواصل مع الإدارة .
- ✓ يرى طلبة جامعة المدية بان تحيين المعلومات في الموقع يكون أحيانا .
- ✓ كشف اغلبية الطلبة بان الموقع الالكتروني لجامعة يحي فارس بالمدية لا يتيح لهم فرصة او فضاء للتفاعل مع الاخرين .
- ✓ يرى اغلبية طلبة جامعة المدية بان تصميم الموقع مقبول من حيث الشكل والألوان والنوافذ .
- ✓ يعتبر اغلبية طلبة جامعة المدية ان الخدمات التي يوفرها الموقع الالكتروني لهذه الأخيرة هي في مجملها متوسطة ويراها البعض بانها جيدة .
- ✓ يشتكي العديد من الطلبة ان لم نقل اغلبهم من ضعف تدفق الانترنت في الجامعة ويرون انه عائق اثناء تصفحهم للموقع .

خلاصة الفصل :

يعتبر الموقع الالكتروني للجامعة همزة وصل بينها وبين مختلف جماهيرها وعلى راسهم الطلبة ، اذ تحاول الجامعة جاهدة على رسم سياستها الاتصالية معهم والمبنية على مواكبة التطور التكنولوجي وتفعيل العلاقات العامة الالكترونية وحسن استغلال كل ما اتاحته التكنولوجيا الحديثة في هذا الجانب ، ولذلك فقد وفرت كل الإمكانات المادية والبشرية والتقنية لتفعيل الإدارة الالكترونية وذلك من خلال الموقع الالكتروني الخاص بها ، فعملت جاهدة على توفير مختلف الخدمات فيه ، ومتابعته لحظة بلحظة وتحيين معلوماته وتحديثها دائما وذلك خدمة لطلبتها وكل من يزوره . ولكن على الرغم من كل هذه المجهودات التي تبذلها إدارة الجامعة لتحسين خدمات الموقع الالكتروني لها الا ان هناك بعض النقائص والمشكلات التي تصادف الطلبة وكذا كل من يزور الموقع وعلى القائمين على تسيير الموقع إيجاد حلول لها مستقبلا نذكر منها :

- ✓ ضرورة زيادة تدفق الانترنت داخل الجامعة .
- ✓ الاهتمام اكثر بفنون تصميم الموقع والتحيين المستمر للمعلومات والخدمات المقدمة فيه.
- ✓ ضرورة تخصيص فضاء خاص بالتفاعل وابداء الآراء وطرح انشغالات الطلبة في الموقع الالكتروني الخاص بالجامعة .
- ✓ توفير بعض الخدمات غير المتاحة على الهواتف المحمولة .
- ✓ وضع بوابة في الموقع تنشر فيها دروس ومحاضرات المقررات التعليمية .

خاتمة

خاتمة

أولت جامعة يحي فارس بالمدية أهمية قصوى لموقعها الالكتروني على الشبكة العنكبوتية العالمية ، ورصدت له طاقما إداريا وتقنيا متخصصا ، وهذا حتى يوفر الموقع احسن الخدمات وليكون دائما متابعا لكل جديد وحتى يتم إخراجه بأبهى تصميم .

وقد شملت هذه الدراسة مجموعة من طلبة جامعة يحي فارس بالمدية حيث عملت على معرفة وجهة نظهرهم تجاه الموقع الالكتروني للجامعة وتطلعاتهم حوله ، اذ اعرب غالبية الطلبة بان تصفحهم للموقع الالكتروني ليس دائما ويكون بشكل كبير في المناسبات فقط مثل فترات الامتحانات وما يعقبها من فترة صب النقاط في الموقع ، وكذا فترات العطل والدخول منها ، ولكنهم أفادوا أيضا بانهم يتابعون كل الخدمات التي يقدمها الموقع واستحسنوا جودة تصميمه وكذا متابعته من حيث تحديث المعلومات وتجددها ومسايرتها للواقع ، كما عبر غالبية الطلبة عن رضاهم على الموقع ككل وعن الخدمات التي يقدمها واعتبروه بمثابة همزة وصل بينهم وبين الإدارة، كما رحبوا كثيرا بفكرة رقمنة جميع النشاطات والخدمات التي كانت توفرها الجامعة من قبل تقليديا ، واعتبروها قفزة لابد منها خاصة ومع التطور الحاصل في شتى المجالات فالجامعة وباعتبارها منارة علمية وثقافية لابد لها وان تكون حاملة للمشعل وان تكون سباقة لكل ما هو علمي ، فليس من المعقول انها منارة للعلوم والثقافة وللتقنيات الحديثة وهي لا تطبق هذه التقنيات ولا تستفيد منها في نشاطاتها الاعتيادية.

وعلى هذا الأساس فقد تأكدت صحة الفرضية التي انطلقنا منها في دراستنا ، حيث اعتبرت ان الموقع الالكتروني لجامعة يحي فارس بالمدية يساهم بدرجة كبيرة في تواصل الطالب مع الإدارة وهو ما أكدته نتائج هذه الدراسة على عينة من طلبة جامعة المدية ، واعتبر الطلبة ان الموقع الالكتروني يشكل همزة وصل بينهم وبين إدارة الجامعة ، كما يقلص لهم الوقت والجهد ويعفيهم عن كثير من المشاكل مع الإدارة مثل غياب الإعلانات الورقية او عدم وجود المحاضر الخاصة بالنقاط خاصة في حالة تمزيقها من قبل بعض الطلبة ، وأيضا تخفيف الضغط عن الإدارة واهتمامها بأمور اكثر أهمية .

وانتقد كثيرا طلبة جامعة يحي فارس بالمدية ضعف تدفق الانترنت في الجامعة واعتبروه عائقا امام تصفحهم للموقع ما يؤدي في غالبية الأوقات الى تشنجه وهو ما يثير سخطهم ، كما انه يعيقهم في عملية البحث العلمي وتحميل الدراسات والكتب من الانترنت وهو في الحقيقة مشكل وطني اذ ان ضعف تدفق انترنت هو مطروح بشدة على المستوى الوطني ككل، ولكن باعتبار الجامعة منبرا للبحث العلمي فالأولى ان يوفر لها كافة الإمكانات لتسهيل هذا البحث ومنها توفير تدفق عال للأنترنت .

قائمة المراجع

قائمة المراجع

- **الكتب باللغة العربية :**

1- أبو قحف عبد السلام ، طارق طه احمد، محاضرات في هندسة الإعلان والاعلان الالكتروني ،الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 2006.

2- أبو زلطة محمد خليل ، زياد عبد الكريم القاضي، مدخل الى التجارة الالكترونية ،مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2009.

3- أحمد عبد الهادي نبيل ، منهجية البحث في العلوم الانسانية ، الاهلية للنشر والتوزيع، الاردن، الطبعة الأولى،2006 .

4- الباز علي ، العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والراي العام ، مكتب الاشعاع، مصر، 2002 .

5- البكري تامر ،الاتصالات التسويقية والترويج ، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن،ط1، 2006 .

6- الجرعي يوسف صالح ، تصميم المواقع الالكترونية ، الإصدار الأول.(نسخة الكترونية)

7- الحلبي حسين ، مبادئ في العلاقات العامة ، دار المنشورات عويدات ، بيروت، ط1، 1980.

8- السيد رمضان واخرون ، العلاقات العامة والاعلام في الخدمة الاجتماعية ،دار المعرفة الجماهيرية، الإسكندرية،مصر.

9- الصرايرة محمد نجيب ، العلاقات العامة الأسس والمبادئ، مكتبة الرائد العلمية، الأردن،2001 .

10- الصوفي خالد ، العلاقات العامة أساليب وممارسات ، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الاولى،2004.

11- برغوث علي ، العلاقات العامة أسس نظرية ومفاهيم عصرية ، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2007 .

12 - بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، الطبعة 2 ،2005.

13 - بوحوش عمار ، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث ،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة 2، 2009 .

14-جوهر محمد ناجي ، الاتصال التنظيمي ، دار الكتاب الجامعي، العين ، الطبعة الأولى .

15- حافظ بدوي هناء ، الاتصال بين النظرية والتطبيق ، المكتب الجامعي الحديث للنشر ، الإسكندرية،2003.
16- حافظ بدوي هناء ، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية: أسس نظرية ومجالات تطبيقية، المكتب الجامعي الحديث ، مصر،2001.
17- حجاب محمد منير ، الاتصال الفعال للعلاقات العامة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة، الطبعة الاولى ،2007.
18-حجازي مصطفى ، الاتصال في العلاقات الانسانية والادارية ، دار الطليعة ، بيروت ، 1992

19-دليو فضيل ، اتصال المؤسسة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2005 .
20- ردمان الدناني عبد الملك ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ،2003 .
21- رشوان حسين عبد الحميد ، العلاقات العامة والاعلام من منظور علم الاجتماع ، المكتب الجامعي الحديث،مصر،1997.
22- ريان احمد ، خدمات الانترنت ، مكتبة الإسكندرية ، أبو ضبي، ط4 ،2001 .
23-زريقات عمر خالد ، عقود التجارة الالكترونية: عقد البيع عبر الانترنت ، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الاولى،2007 .
24- شفيق حسين ، الاعلام الالكتروني ، رحمة برس للطباعة، البعة الثانية ، 2002 .
25- صوالحة محمد احمد ، علم النفس اللعب، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، ط1، 2005.

26- عامر سعيد يس ، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها ، القاهرة ،2000 .
27-عبده حافظ محمد ، العلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ،2009 .

28- عدنان زهران مضر ، عدنان زهران عمر ، التعليم عبر الانترنت ،دار زهران للنشر والتوزيع ،عمان،الأردن،2009 .

29- عزت عطوي جودت ، اساليب البحث العلمي، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، الطبعة 1، 2007.

30- فخري سليمان ، العلاقات العامة ، دار الكتاب للنشر ، العراق ، 1981 .
31- فريد الصحن محمد ، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق ، الدار الجامعية ، بيروت ، 1988 .

32- محمد حسن سمير ، إدارة العلاقات العامة في مصر ، مؤسسة دار الشعب ، القاهرة ، 1995.
33- محمد شمو علي ، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة ، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية،الإسكندرية،2002 .
34- مصباح الطيطي خضر ، التجارة الالكترونية من منظور تقني وتجاري واداري، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2006 .
35- مصباح عامر ، منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر،2008 .
36– وحيد الدويدي رجاء ، البحث العلمي اساسياته النظرية وادواته العلمية، دار الفكر ، ديمشق، الطبعة الأولى،2000 .
37- فهد إبراهيم ، العلاقات العامة وادارتها (مدخل وظيفي) ، مؤسسة الوراق ، وهبي عمان،الأردن، الطبعة الاولى،1999.
38- يحي مصطفى ولاء ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في العلاقات العامة ، د ار جوانا للنشر والتوزيع، القاهرة ،2016 .

- **الكتب باللغة الفرنسية**

1-Crost Emmannuel, utilisation de l’internet dans le cadre de l’exercice Professional: enquête après de300medecins généralistes d’aquitaine, université Bordeaux 2-victor segalen,2005.

2- Helene Westphalen Marie, Guide de la communication de l’entreprise, Duned,France,2000,3emme Edition .

3- W.Guih David et Charles Marsh, Public-relations : a values-drivent approche, Boston, Pearson éducation, 2003 .

- **المذكرات**

1- بوعيشة سميرة رابح ، الدعوة الإسلامية عبر الانترنت ،رسالة ماجستير قسم الدعوة والاعلام، جامعة الأمير عبد القادر، 2003 .

2- لونيس باديس ، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت ، دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري بقسنطينة، مذكرة ماجستير منشورة، قسنطينة، 2008/2007 .

3- نومار مريم نريمان ، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية(دراسة على عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باتنة،2012/2011

- **المقالات والدراسات المنشورة**
- **بالعربية**

1- العزة فراس محمد ، معايير جودة المواقع الالكترونية وتصنيفها ، دراسة منشورة على موقع http://www.zuj.edu.jo/Arabic/pdf/Quality/study5.pdf

2- بومهرة نورالدين ، ماجدة حجار، الانترنت: مفهومها وتجلياتها والاثار المترتبة على استخدامها ، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية ع 12، جامعة باتنة، الجزائر، جوان 2005 .

3- د .ك ، الإرهاب الرقمي، جريدة رسالة الاطلس ،ع 408،من 04الى 10اوت 2002.

4- علي عبد الله عسيري، الاثار الأمنية لاستخدام الشباب للأنترنت، مجلة الامن والحياة، ع264، جمادى الأول 1425ه،السعودية .

5- محمد فوزية ، استخدام الانترنت في التعليم الجامعي ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ع 6(عدد خاص)،الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي، ورقلة،2011 .

6- مصطفى محمد ، تقييم جودة المواقع الالكترونية ، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والإدارية، ع18،المجلد6،العراق،2010 .

7- موسى محمد الامين ، مستقبل العلاقات العامة في عصر الوسائط المعلوماتية ، مؤتمر العلاقات العامة في الوطن العربي في ظل العولمة : الواقع الحالي وافاق المستقبل،

المحور الثالث : العلاقات العامة وثورة المعلومات، جامعة الشارقة، 2008 .(دراسة منشورة http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03.pdf) .

- **باللغة الأجنبية**

1- B.Chellali, les tariffs d'accés a internet haut debit revues a la base ,Maghreb Hebdo, n06,Algerie , du28/02au 05/03 2008

2-Staff writers,10 avantages to talking online classes,01/10/2012, http://oedb.org/ilibrarian/10-advantages-to-taking-online-classes,

3-Gary.W.James,Advantages and désavantages of online Learning, August-Septembre, United states,

http://www.leerbeleving.nl/wbts/nieuw_basics/addis.pdf

- **المواقع الالكترونية**

1- انواع المواقع الالكترونية ،مركز الرائد للتدريب والتطوير الاعلامي www.al-raeed.net/training

2- موقع جامعة المدية ،https://www.univ-medea.dz

- **المقابلات**

1- مقابلة مع السيد حلوان فؤاد ، تقني سامي في الاعلام الالي ، جامعة المدية ، الجزائر ، 2017/02/06 ، في مكتبه.

2- مقابلة مع السيد قارة برنو محمد ، تقني سامي في الاعلام الآلي ، جامعة المدية، الجزائر، 2017/03/12 ، في مكتبه.

الملاحق

جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استبيان حول:

دور الموقع الإلكتروني للجامعة في تواصل الطالب مع الإدارة

في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، نضع بين أيديكم استمارة استبيانيه حول **"دور الموقع الالكتروني للجامعة في تواصل الطالب مع الإدارة "**، إذا تفضلتم بالإجابة على أسئلة هذه الاستمارة فإننا لن نأخذ من وقتكم إلا بعض الدقائق علما أن إجاباتكم ستبقى محفوظة و لن تستخدم إلا لأغراض علمية ، لذا نأمل تعاونكم معنا بإجاباتكم الدقيقة و الصريحة على ما تتضمنه الأسئلة وذلك بوضع علامة (X) أمام الجواب الذي تختارونه.

و لكم جزيل الشكر على مساهمتكم في إنجاز هذه الدراسة .

من إعداد الطالب :

- **كتابي محمد**

تحت إشراف

د- حمدي وردة

السنة الجامعية

2017/2016

البيانات الشخصية :

الجنس :

ذكر ☐ أنثى ☐

المستوى التعليمي:

ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه ☐

المحورالأول : عادات تصفح الطالب الجامعي لموقع الجامعة.

1- هل تستخدم الموقع الالكتروني الرسمي لجامعة المدية ؟

نادرا ☐ أحيانا ☐ دائما ☐

2- زيارتك لموقع الجامعة تتم من :

المنزل ☐ الجامعة ☐ مقهى الأنترنيت ☐

مكان آخر ، حدده .....

3-هل زيارتك وتصفحك لموقع الجامعة يكون :

يوميا ☐ أسبوعيا ☐ شهريا ☐ مناسباتيا ☐

4 – تستغرق زيارتك لموقع الجامعة مدة :

اقل من ساعة ☐ ساعة ☐ أكثر من ساعة ☐

5 – ما هي الفترة التي تناسبك لزيارة موقع الجامعة ؟

صباحا ☐ مساءا ☐ ليلا ☐

ولماذا ذلك؟ .....

المحور الثاني : دوافع واسباب تصفح الطالب لموقع الجامعة .

06 – هل تقوم بتصفح موقع الجامعة بحثا عن العلامات فقط ؟

نعم ☐ لا ☐

07 – هل تستخدم موقع الجامعة للبحث البيبليوغرافي؟

نعم ☐ لا ☐

08 – تصفحك لموقع الجامعة يتم لغرض

متابعة اخبار الجامعة ☐
زيارة فضاء الطالب ☐
لتصفح الاعلانات ☐
الاستفسار عن أمر ما ☐
كل ما سبق ☐

09– هل تكرار زيارة الموقع الالكتروني للجامعة يكون بسبب :

سهولة التصفح ☐ جاذبية الموقع ☐ الفورية في المعلومات ☐

10 – هل تهتم بمتابعة اخبار النشاطات والملتقيات التي تنظمها الجامعة؟

نعم ☐ لا ☐

المحور الثالث: تقييم الطلبة للموقع الالكتروني الرسمي لجامعة المدية .

11 – حسب رايك ، هل يسهل الموقع الالكتروني للجامعة عملية التواصل مع الادارة؟

نعم ☐ لا ☐

12- هل يتم تحيين المعلومات في الموقع ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

13 – هل يتيح لك الموقع امكانية التواصل ورد الفعل مع الاخرين؟

نعم ☐ لا ☐

14 – كيف تجد الموقع من حيث التصميم ؟

جيد ☐ مقبول ☐ ضعيف ☐

15 – كيف تقيم الخدمات المقدمة من خلال الموقع ؟

جيدة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

16 – هل تصادفك مشاكل اثناء تصفحك للموقع ؟

نعم ☐ لا ☐

17– في حال الاجابة بـ "نعم" اذكرها ماهي ؟

.....
.....

نشكركم على تعاونكم

ملحق رقم 01 : إستمارة استبيانية

قائمة المحكمين للاستبيان

لقد تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين الاساتذة بالكلية وتجدر الاشارة الى انه عرض على 3 اساتذة واحد منهم لم نتحصل عل التحكيم منه اما الاستاذين الاخرين فقد افادونا بتحكيمهم وكان في الصميم فلهم جزيل الشكر وهما :

1- الاستاذ كيموش مختار استاذ بكلية العلوم الاجتماعية والانسانية بجامعة المدية

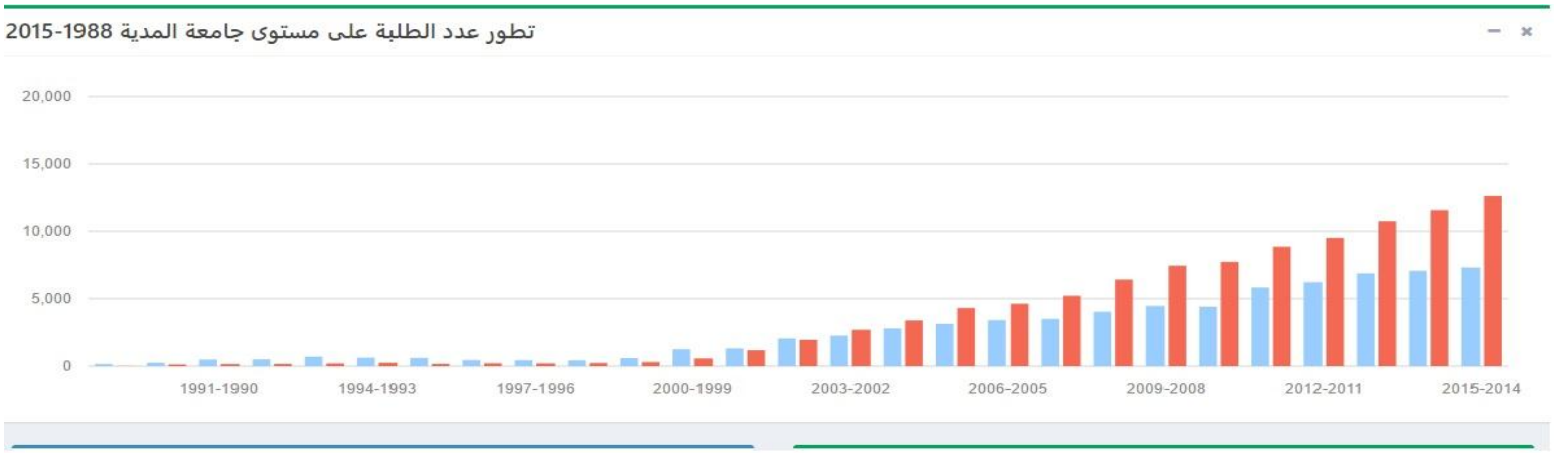
الرتبة : أستاذ مساعد قسم "أ"

2- الاستاذة فندوشي ربيعة أستاذة بكلية العلوم الاجتماعية والانسانية بجامعة المدية

الرتبة : أستاذ محاضر قسم "أ"

ملحق رقم 02 : الاساتذة المحكمون للاستبيان

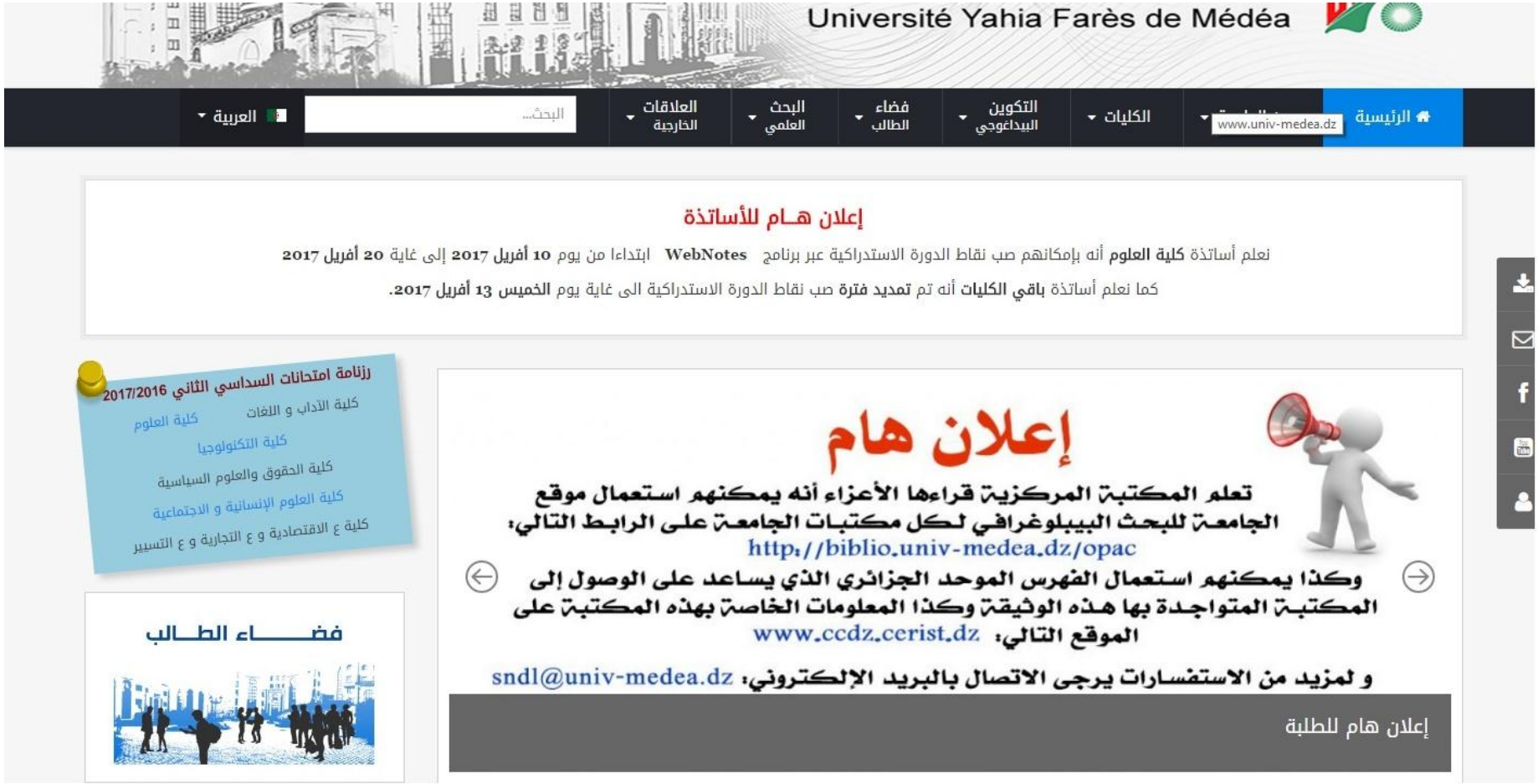
الملحق رقم 03 : تطور عدد الطلبة على مستوى جامعة يحي فارس بالمدية من سنة 1988 الى غاية 2015



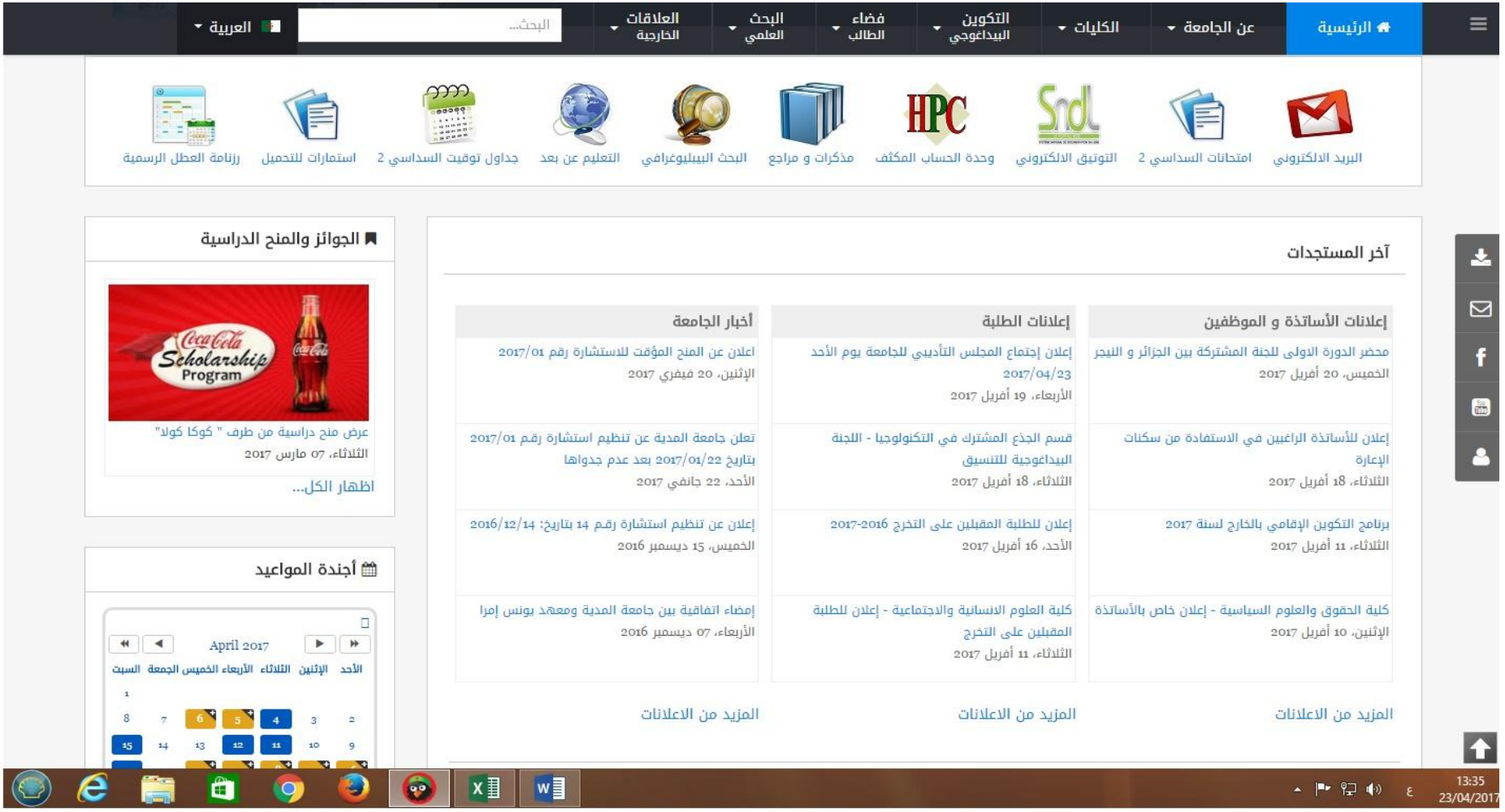
الملحق رقم 04 : احصائيات طلبة جامعية المدية للموسم الجامعي 2017/2016

faculté	masculins	feminins	total
Technologie	2208	1568	3776
Sciences Economiques, Sciences Commerciales et Sciences de Gestion	1822	2463	4285
Droit	1094	974	2068
Lettres et Langues	821	3455	4276
Sciences Humaines et Sociales	969	3154	4123
Sciences	1050	3140	4190
Total	**7964**	**14754**	**22718**

الملحق رقم 05 : جانب من موقع جمعة المدية على الانترنت



الملحق رقم 06 : جانب من الموقع الالكتروني لجامعة المدية



الملحق رقم 07 : جانب من الموقع الالكتروني لجامعة المدية وفيه احصائيات لزوار الموقع



الفهرس

الفهرس

مقدمة 01

الاطار المنهجي

- الإشكالية 02
- التساؤلات والفرضيات 02
- أسباب اختيار الموضوع 03
- اهداف الدراسة.....04
- أهمية الدراسة.....04
- تحديد المفاهيم.....04
- منهج الدراسة 05
- أدوات جمع البيانات 07
- مجتمع البحث 09
- الدراسات السابقة.....11

الاطار النظري

الفصل الأول : الاتصال والعلاقات العامة في المؤسسة

تمهيد 16

المبحث الأول : مفهوم الاتصال وأهدافه في المؤسسة

1- مفهوم الاتصال في المؤسسة.....17
2- أهداف الاتصال في المؤسسة.....19
3- أهمية الاتصال في المؤسسة.....20

المبحث الثاني : ماهية ونشأة العلاقات العامة في المؤسسة

1- مفهوم العلاقات العامة ونشاتها 22
2- أهداف العلاقات العامة 27
3- أهمية العلاقات العامة في المؤسسة 29

المبحث الثالث : تكنولوجيا الاتصال الحديثة والعلاقات العامة في المؤسسة

1- العلاقات العامة وتكنولوجيا الاتصال الحديثة 32
2- الوسائل التي تعتمد عليها العلاقات العامة الحديثة 34
3- استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجالات الاتصال والعلاقات العامة 37

خلاصة 39

الفصل الثاني : الانترنيت والمواقع الالكترونية للمؤسسات

تمهيد 41

المبحث الأول : مفهوم الانترنيت واستخداماتها

1- مفهوم الانترنيت ونشاتها وتطورها.....42
2- التعليم عبر شبكة الانترنيت 46
3- إيجابيات وسلبيات الانترنيت 51

المبحث الثاني : مفهوم المواقع الالكترونية وطرق تصميمها

1- تعريف المواقع الالكترونية ومكوناتها 58
2- أنواع المواقع الالكترونية 59
3- طرق تصميم المواقع الالكترونية وجودتها 65

المبحث الثالث : العلاقات العامة ومظاهر استفادتها من الانترنت

1- العلاقات العامة والانترنت 67
2- مظاهر استفادة العلاقات العامة من الانترنت 68

خلاصة.....70

الاطار التطبيقي

الفصل الثالث : الموقع الالكتروني لجامعة المدية ودوره في تواصل الطالب مع الإدارة

تمهيد 72

المبحث الأول : بطاقة فنية عن جامعة يحي فارس بالمدية وموقعها الالكتروني 73

المبحث الثاني : تفريغ البيانات وتحليلها 76

المبحث الثالث : نتائج الدراسة والتوصيات 108

خلاصة 109

الخاتمة 110

قائمة المراجع 114

الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الجنس .	76
02	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي .	77
03	**استخدام الموقع الرسمي لجامعة المدية**	77
1-03	**استخدام الموقع الالكتروني للجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي**	78
04	**المكان الذي تتم منه زيارة الموقع الالكتروني لجامعة المدية**	79
1-04	**المكان الذي تتم منه زيارة الموقع الالكتروني لجامعة المدية حسب الجنس والمستوى التعليمي**	79
05	**عادات زيارة وتصفح موقع الجامعة**	81
1-05	**عادات زيارة وتصفح موقع الجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي**	81
06	**مدة زيارة الموقع الالكتروني للجامعة**	83
1-06	**مدة زيارة موقع الجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي**	83
07	**فترة زيارة الموقع الالكتروني للجامعة**	85
1-07	**فترة زيارة الموقع الالكتروني للجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي**	85
08	**تصفح الموقع الالكتروني للجامعة بحثا عن العلامات فقط**	87
1-08	**تصفح الموقع الالكتروني للجامعة بحثا عن العلامات فقط حسب الجنس والمستوى التعليمي**	87
09	**استخدام الموقع الالكتروني للجامعة للبحث الببليوغرافي**	89
1-09	**استخدام الموقع الالكتروني للجامعة للبحث الببليوغرافي حسب الجنس والمستوى التعليمي**	89
10	**غرض تصفح الموقع الالكتروني للجامعة**	90
1-10	**غرض تصفح الموقع الالكتروني للجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي**	91

11	سبب تكرار زيارة الموقع الالكتروني للجامعة	92
1-11	سبب تكرار زيارة الموقع الالكتروني للجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي	93
12	الاهتمام بمتابعة النشاطات والملتقيات التي تنظمها الجامعة	95
1-12	الاهتمام بمتابعة النشاطات والملتقيات التي تنظمها الجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي	95
13	تسهيل الموقع الالكتروني لعملية التواصل مع الادارة	97
1-13	تسهيل الموقع الالكتروني لعملية التواصل مع الادارة حسب الجنس والمستوى التعليمي	97
14	درجة تحيين المعلومات في الموقع	98
1-14	درجة تحيين المعلومات في الموقع حسب الجنس والمستوى التعليمي	99
15	التواصل ورد الفعل عبر الموقع الالكتروني للجامعة	100
1-15	التواصل ورد الفعل عبر الموقع الالكتروني للجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي	100
16	تقييم الموقع الالكتروني للجامعة من حيث التصميم	101
1-16	تقييم الموقع الالكتروني للجامعة من حيث التصميم من حيث الجنس والمستوى التعليمي	102
17	تقييم الخدمات المقدمة من خلال الموقع الالكتروني لجامعة المدية	103
1-17	تقييم الخدمات المقدمة من خلال الموقع الالكتروني لجامعة المدية حسب الجنس والمستوى التعليمي	104
18	هل تصادف الطلبة مشاكل اثناء تصفح الموقع الالكتروني للجامعة	105
1-18	هل تصادف الطلبة مشاكل اثناء تصفح الموقع الالكتروني للجامعة حسب الجنس والمستوى التعليمي	106
19	عدد افراد العينة الذين أجابوا على السؤال المفتوح	107