الجـمهـورية الجـزائـريـة الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة يحيى فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

# مساهمة الاتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسة الجامعية

## دراسة مسحية لعينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بولاية المدية

من تقديم الطالبتين:

- بن علي أحلام
- وديع عبير

تحت إشراف الاستاذة:

د/ سعودي أسماء

السنة الجامعية 2022/2023

# شكر وعرفان

*الحمد لله كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه*

*نتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذة الفاضلة { سعودي أسماء} التي كانت نعم الموجه طيلة مراحل إنجاز هذه المذكرة البيداغوجية والتي بذلت من وقتها الكثير في سبيل إرشادنا وعلى توجيهاتها القيمة وآرائها النيرة التي ساهمت في إخراج هذا العمل في شكله النهائي .*

*نتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى كل أساتذة قسمنا الكرام وعلى رأسهم الأستاذ { سحاري مصطفى } ، الأستاذ {العيدي موسى } ، الأستاذة { وردية راشدي } ، الأستاذ { بلقاسمي رابح} ، والأستاذ { معياش إيدير } والأستاذ سمير حراث، شكرا على إرشادكم لنا و توجيهونا ، و منحنا من وقتكم ورصيدكم العلمي في سبيل إنجاز هذا العمل وفي سبيل البحث العلمي .*

*نتوجه بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرة على قبول مناقشة هذا العمل .*

*لا ننسى أن نشكر موظفي ومسيري كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية على كل المساعدات التي قدموها لإنجاز هذا العمل .*

*كما نتقدم بخالص الشكر والتقدير والإمتنان والعرفان إلى العائلة الكريمة على الرعاية والإهتمام .*

*ونشكر في الأخير كل من قدم لنا يد العون والمساعدة سواء من قريب أو بعيد .*

## الإهداء

*الحمد لله الذي ملأ السماوات والأرض وما بينهما ،نشكره سبحانه وتعالى على منحه لنا نعمة العقل والأمل والصبر والصلاة والسلام على أشرف المرسلين وبعد:*

*اهدي هذا العمل إلى من قال فيهما الرحمن "واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا" .*

*إلى النور الذي أنار دربي والسراج الذي لا ينطفئ نوره بقلبي أبدا إلى من تربيت على يديه ومن علمني القيم والمبادئ إلى من لا ينفصل اسمي على اسمه والحاضر بروح قلبي لا يغيب إلى أعظم رجل في حياتي **أبي الغالي رحمه الله**.*

*إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها،إلى من حملتني وهنا على وهن ،وكافحت من أجل وصولي إلى هذا اليوم إلى العظيمة **أمي حفظها الله وأطال عمرها.***

*إلى التي قدميها جنة،وصوتها تلاوة،يديها رحمة ووجهها نور،وتبقى هي الأحن في عيون أحفادها إلى **جدتي مباركة**.*

*إلى سندي وأمي الثانية **"عمتي اسمهان"** أطال الله عمرها وأعانني على رد جميلها.*

*إلى أجمل الأقدار من قال فيهم الرحمن"سنشد عضدك بأخيك"إلى سندي في الحياة إلى وحيدتي وتوأم روحي أختي **عفاف**، إلى ضلعي الثابت الذي لا يميل أخي **زكريا** حفظه الله إلى هبة السماء وسر سعادتي أخي الصغير الحبيب **عبد المؤمن**.*

*إلى توأمي صديقة الأيام والخطوة الأولى ابنة عمي وأختي أميرة.*

*إلى من افتقدتهم في هذه الحياة ،إلى من يرتعش قلبي لذكرهم،إلى من أودعوني الله ، إلى **جدي رابح وعمي عامر رحمهم الله**، أتمنى أن يتغمدهم الله برحمته.*

*إلى من وجدتهم فوجدت المعنى الحقيقي وراء كل الابتسامات التي تبقى معلقة على وجهي"إلى صديقاتي ورفيقات دربي"إلى **بشرى ،نورة**.*

*إلى الحلم الذي أرهقني، إلى الطموح والشغف الذي يرافقني طوال الليالي،إلى الفرحة التي تنتظرني في نهاية هذا الطريق،إلى نـفسي.*

*الى من يفرحهم نجاحنا الى العائلة الكبيرة بدون استثناء*

*وشكرا.*

***بن علي أحلام***

## الإهداء

*الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات ، وبفضله تتنزل الخيرات والبركات وبتوفيقه تتحقق المقاصد والغايات ، نحمد الله حمدا يليق بجمال وجهه وعظيم سلطانه ، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين وخاتم النبيّين محمد عليه أفضل الصلاة وأرقى السلام .*

*يسعدني في هذا المقام أن أهدي ثمرات جهدي إلى من قال فيهما الرحمّان :< وأخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل ربي إرحمهما كما ربياني صغيرا> سورة الإسراء الآية 24 .*

*إلى التي جنّة الله تحت أقدامها ، حبيبة قلبي وأميرتي ، رفيقتي وقرة عيني <أمي> التي لا تقدر بثمنأمي يا نبع الحنان يا هبّة الرحمّان ،شكرا لك على نضالك ،شكرا لك لأنك وهبتي عمرك لنا دون أن تبخلي علينا بشيء ،علمتني وغرستي فينا أسمى الأخلاق أمي يا نور الفجرو جنة الأرض أنت سعادتي دمتي لقلبي أنت وريده وأطال الله بعمرك وحفظك بعينه التي لا تنام .*

*إلى الذي تطيب المجالس بذكره صاحب القلب الكبير <أبي > الذي لا يكرره الزمن ، أنت الحبيب الغالي لو تعلم كم من الفخر ينتابني عندما أتبع إسميبإسمك أنت سندي ومأمني وأماني الأب المثالي دمت لي.*

*إلى الذي قيل في حبه هو ذاك الجبل الذي عندما تميل بي الدنيا أسند نفسي عليه عند الشدائد كيف لاأحبه ورب الكون قال سنشد عضدك بأخيك ، إلى وحيدي وصغيري عبد المؤمن رعاك الله يا سندي .*

*إلى صغيرتي وحبيبتي ونصف إبتسامتي<أمينة أريج > أنت روح متممة لروحي ، أنتمرجعي ، أنت دفتر أسراري ، أحبك كثيرا يا أغلى ما أملك فبي الدنيا*

*إلى الكتكوتة<سيدرة> يا قطعة السكر التي حلّت بيتنا حفظك الله يا صغيرتي .*

*إلى التي ترافقني دعواتها وصلواتها جدتي الغالية <فاطمة> التي تخاف عليّا من نسيم الهواء أطال الله بعمرك.*

*إلى الرجل العظيم الذي أفتخر أن أكون حفيدته إلى جدي الغالي <رابح> رحمه الله .*

*إلى التي إبتسامتها بلسم للجروح جدتي الغالية <مسعودة > التي ترافقني دعواتها دائما أطال الله بعمرك.*

*إلى الرجل الطيب جذي الغالي < أحمد >أطال الله بعمرك .*

*إلى كل سكان قلبي < عائلتي الكريمة > إلى كل أعمامي وعماتي كل بمعزته ومقامه ، إلى كل أخوالي وخالاتي كل بمعزته ومقامه ، إلى كل صديقاتي ورفيقات عمري دربي كل بمعزته ومقامه .*

*إلى الذي ساندتني روحه ، شكرا لكل من كان بجواري و ساندني ولو بكلمة وإبتسامة ، شكرا لمن تذكرني بين حروف دعواته، شكرا لمن أثبت أن معدنه الأصيل لا يتغير .*

*إلى الطموح والشغف الذي يرافقني طوالالليالي ، إلى أحلامي التي أسعى إليها ،إلى الفرحة التي تنتظرني في نهاية هذا الطريق ، إلى نفسي .*

***عبير وديع***

# الفهارس

## فهرس المحتويات


| الموضوع | رقم الصفحة |
|---|---|
| شكر وعرفان | |
| الإهداء | |
| فهرس المحتويات | |
| قائمة الجداول | |
| قائمة الأشكال | |
| مقدمة | أ.ب |
| **الإطار المنهجي** | |
| 1. الإشكالية | 03 |
| 2. التساؤلات | 05 |
| 3. أسباب إختيار الموضوع | 05 |
| 4. أهداف الدراسة | 06 |
| 5. أهمية الدراسة | 07 |
| 6. تحديد مفاهيم الدراسة | 08 |
| 7. منهج الدراسة | 10 |
| 8. مجتمع البحث وعينة الدراسة | 12 |
| 9. أدوات الدراسة | 14 |
| 10.الدراسات السابقة | 17 |
| 11.صعوبات الدراسة | 20 |
| **الإطار النظري** | |
| الفصل الأول: مدخل للاتصال الرقمي | |
| المبحث الأول: نبذة عن الإتصال الرقمي | |
| المطلب الأول: تعريف الإتصال الرقمي | 22 |

| | |
|---|---|
| المطلب الثاني: نشأة الإتصال الرقمي | 23 |
| المطلب الثالث: خصائص الإتصال الرقمي | 24 |
| المبحث الثاني: أهداف ومستويات ووظائف الإتصال الرقمي | |
| المطلب الأول: مستويات الإتصال الرقمي | 26 |
| المطلب الثاني: أهداف الإتصال الرقمي | 27 |
| المطلب الثالث: وظائف الإتصال الرقمي | 28 |
| المبحث الثالث: معوقات الإتصال الرقمي | |
| المطلب الأول: معوقات مالية | 31 |
| المطلب الثاني: معوقات إدارية | 31 |
| المطلب الثالث: معوقات بشرية | 32 |
| الفصل الثاني: مدخل لصورة المؤسسة | |
| المبحث الأول: مفهوم صورة المؤسسة | |
| المطلب الأول: تعريف صورة المؤسسة | 35 |
| المطلب الثاني: خصائص صورة المؤسسة | 37 |
| المطلب الثالث: أهمية صورة المؤسسة | 39 |
| المبحث الثاني: أبعاد ومكونات صورة المؤسسة | |
| المطلب الأول: البعد أو المكون المعرفي | 42 |
| المطلب الثاني: البعد أوالمكون الوجداني | 44 |
| المطلب الثالث: البعد أو المكون السلوكي | 44 |
| المبحث الثالث: أهداف وأنواع ووظائف صورة المؤسسة | |
| المطلب الأول: أهداف صورة المؤسسة | 45 |
| المطلب الثاني: أنواع صورة المؤسسة | 46 |
| المطلب الثالث: وظائف صورة المؤسسة | 49 |
| الإطار التطبيقي | |

| | |
|---|---|
| الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة | |
| المبحث الأول: ماهية كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية | |
| المطلب الأول: بطاقة فنية لجامعة المدية | 52 |
| المطلب الثاني: مدخل إلى كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية | 53 |
| المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية | 56 |
| المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة | |
| المطلب الأول: توظيف أدوات جمع البيانات | 57 |
| المطلب الثاني: تفريغ البيانات | 60 |
| المطلب الثالث: نتائج وتوصيات الدراسة | 80 |
| خاتمة | ج |
| قائمة المصادر والمراجع | |
| قائمة الملاحق | |
| خلاصة الدراسة | |

## قائمة الجداول


| رقم الجدول | العنوان | رقم الصفحة |
|---|---|---|
| 1 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس | 60 |
| 2 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب المسار التعليمي | 61 |
| 3 | توزيع افرلد عينة الدراسة حسب التخصص العام | 62 |
| 4 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب الرسائل المفضل استخدامها للتواصل مع الادارة | 63 |
| 5 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب الوسائل المستخدمة في التواصل مع ادارة الكلية | 65 |
| 6 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب الوسائل التي يفضل الطالب استخدامها من اجل حل مشاكل الطلبة | 66 |
| 7 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب الوسيلة المستخدمة في طرح الانشغالات لدى ادارة الكلية | 68 |
| 8 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب مجال استخدام الاتصال الرقمي في التواصل | 69 |
| 9 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب خدمات الوسائل الرقمية | 70 |
| 10 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب استخدام الوسائل الرقمية | 71 |
| 11 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب تلبية الخدمات التي توفرها الكلية لاحتاجات الطالب | 72 |
| 12 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب مستوى الخدمات الذي تعتمده كلية العلوم الانسانية والاجتماعية | 74 |
| 13 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب الانطباع الذي | 75 |

| | | |
|---|---|---|
| | تقدمه الكلية من خلال تواصلها رقميا | |
| 14 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب خدمة المحتوى الرقمي للطالب | 76 |
| 15 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير صعوبات استخدام الاتصال الرقمي | 77 |
| | | |

## قائمة الأشكال


| رقم الشكل | العنوان | رقم الصفحة |
|---|---|---|
| 1 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس | 60 |
| 2 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب المسار التعليمي | 61 |
| 3 | توزيع افرلد عينة الدراسة حسب التخصص العام | 63 |
| 4 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب الرسائل المفضل استخدامها للتواصل مع الادارة | 64 |
| 5 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب الوسائل المستخدمة في التواصل مع ادارة الكلية | 66 |
| 6 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب الوسائل التي يفضل الطالب استخدامها من اجل حل مشاكل الطلبة | 67 |
| 7 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب الوسيلة المستخدمة في طرح الانشغالات لدى ادارة الكلية | 68 |
| 8 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب مجال استخدام الاتصال الرقمي في التواصل | 69 |
| 9 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب خدمات الوسائل الرقمية | 70 |
| 10 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب استخدام الوسائل الرقمية | 72 |
| 11 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب تلبية الخدمات التي توفرها الكلية لاحتاجات الطالب | 73 |
| 12 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب مستوى | 74 |

| | | |
|---|---|---|
| | الخدمات الذي تعتمده كلية العلوم الانسانية والاجتماعية | |
| 13 | توزيع افراد العينة حسب متغير الانطباع الذي تقدمه الكلية من خلال تواصلها رقميا | 76 |
| 14 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب خدمة المحتوى الرقمي للطالب | 77 |
| 15 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير صعوبات استخدام الاتصال الرقمي | 78 |
| | | |

# المقدمة

يعتبر الإتصال في وقتنا الحالي أحد العناصر التنظيمية لسير أي نشاط داخل المؤسسة، حيث لايمكن تحقيق أهدافها دون وجوده، و الإتصال هو أحد مظاهر السلوك الجماعي حيث يتطلب وجود أكثر من شخص لكي يكون هناك إتصال، و لابد من وجود شخص يرسل المعلومات و آخر يستقبلها دون تشويش حتى تصل المعلومة بشكل سليم، فعملية الإتصال هي الأداة التي تربط بين مختلف الإدارات سواء من الموظفين أو الرئيس بالمرؤوس .

مع مرور الزمن شهد الإتصال تطورا سريعا في الوسائل والأساليب خصوصا مع ظهور الثورة الرقمية التي مست جميع القطاعات، حيث ساهمت في إنشاء شبكات إتصالية رقمية متطورة، و التي بدورها أعطت دفعة قوية و فعالية غيرت من أساليب التواصل و حسنت من أدائه حتى أضحى الاتصال الرقمي ضروري لتحقيق بين مختلف الهياكل و الإدارات، و بالتالي أصبحت كفاءة الإدارة مرتبطة بمدى إمتلاكها لتجهيزات ووسائل الإتصال الرقمي، نظرا لما تقدمه من خدمات للإدارين و الموظفين بشكل عام، فهي تسير عملهم و تضمن لهم التنسيق و التواصل فيما بينهم و تدعم فعالية نشاطهم .

إذ أن الإتصال الرقمي يعد محورا رئيسيا لتبادل المعلومات والأفكار والمعارف بين الأفراد في ظل تزايد مستوى الإعتماد عليه كمصدر للحصول على المعلومات، فشبكات الإتصال الرقمية قد تم توظيفها في شتى الإدارات والمؤسسات دعما لنشاطها الإتصالي سواء داخليا ما بين هياكلها وأقسامها الداخلية، أو خارجيا مع مختلف العاملين لتحسين صورتها، فسيرورة العمل تتطلب إتصال يتميز بالدقة والمرونة والسرعة وهذا ما توفره أجهزة الإتصال الرقمي، ومن بين القطاعات التي إستفادت من خدمات هذا النوع من الإتصال الجامعة، حيث عملت مختلف الجامعات الجزائرية على تزويد مكاتبها ومرافقها بأجهزة الإتصال الرقمي وتعميم إستخدامها، وخاصة أن الجامعة تعد مؤسسة عمومية ذات طابع عمومي تهدف إلى إنتاج المعرفة ونشرها مما يتطلب الإستعانة بالتكنولوجيا الحديثة لتحقيق هذه الأهداف وتحسين

صورتها، وإذا تركزت الجهود في الجامعات على عصرنة أدائها وتشجيع جميع الأفراد بالجامعة وبمختلف مناصبهم و تخصصاتهم لأجل مسايرة التطور هي من تزود المجتمع بالكفاءات و المهارات البشرية المؤهلة و التي تعمل على النهوض به، و من أجل ذلك سعت الكثير من الجامعات الإستفادة منها لرسخ صورة ذهنية جيدة لدى مستخدميها .

إعتمادا على هذه النقاط وإنطلاقا من هذه الأهمية ورغبة في التعمق بموضوع مهم كالإتصال الرقمي إرتأينا أن نتناول موضوع " **مساهمة الإتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسة الجامعية** " وتقربنا من جامعة يحيى فارس بالمدية . كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية ، محاولين الإلمام بالقدر الكاف من المعلومات

في البداية قمنا بضبط الإطار المنهجي تطرقنا فيه إلى الخطوات المنهجية المتبعة في دراستنا ، فبعد طرح الإشكالية وتساؤلات الدراسة، وشرح الأسباب التي تدفعنا إلى إختيار الموضوع، حددنا الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها وتطرقنا إلى دراسات سابقة إستعنا بها لإجراء هذه الدراسة، كما تطرقنا لشرح المنهج المتبع مع تبرير أسباب إختياره مع توضيح بسيط للعينة المختارة بالإضافة إلى شرح الأدوات التي إعتمدنا عليها في إنجاز هذا العمل .

أما فيما يخص الإطار النظري،فقمنا بوصف الظاهرة المدروسة حيث قسمناه إلى فصلين، وكل فصل قسمناه إلى ثلاث مباحث وكل مبحث ثلاث مطالب، بداية تطرقنا إلى مفهوم الإتصال الرقمي ونشأته، خصائصه، أهدافه ووظائفه، ثم تطرقنا إلى مفهوم صورة المؤسسة مكوناتها، أهدافها ووظائفها .

أما فيما يخص الإطار التطبيقي فحاولنا التعرف أكثر على كيفية مساهمة الإتصال الرقمي في جامعة المدية، تحديدا في كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية التي بدورها أسقطنا عيها دراستنا، ثم إنتقلنا إلى

مرحلة تحليل نتائج الدراسة التي جمعناها من خلال الإستبيان والملاحظة، محاولين معرفة مدى مساهمة الإتصال الرقمي في تحسين الجامعة بصفة عامة والكلية بصفة خاصة .

# الإطار المنهجي

**1.الإشكالية:**

يعتبر الاتصال الركيزة الأساسية والعمود القوي للتفاعل في حياتنا بصفة عامة وفي طبيعة تعاملاتنا بصفة خاصة إذ لا يمكن لأي كان الاستغناء عنه وهو مطلب لابد من توفره حتى نصل إلى تحقيق أهدافها، كما أن الاتصال هو شريان الحياة داخل المؤسسات بـاختلاف أنشطتها ومجالاتها سواء كانت خدماتية، اقتصاديةٍ،اجتماعية، ثقافية ..... الخ.

فالاتصال الفعال هو الذي يخلق الانطباع عن هذه المؤسسات لذلك تسعى المؤسسات اليوم وتهدف إلى تحقيق النجاح والاستقرار وذلك من خلال رسم وترسيخ صورة جيدة لجمهورها الداخلي والخارجي على حد سواء، معتمدة في ذلك على حسن ربط وتنظيم الاتصال والعلاقات في الداخل والخارج.

تعمد المؤسسات إلى استعمال أساليب ومهارات وتسخير إمكانيات كبيرة في تعاملاتها واتصالاتها وفي ظل ما يشهده العالم اليوم من تطور حضاري وتكنولوجي، وما يعرفه جانب الاتصال من تطور وحداثة، حيث ظهرت مهارات جديدة للاتصال من بينها الاتصال الرقمي التي هي مهارة التعامل مع التكنولوجيا أو هي الدهاء التكنولوجي.

فالاتصال الرقمي يفرض على المؤسسة المعرفة والدراية الكبيرة بالتكنولوجيا وكيفية استخدامها من أجل القدرة على تسيير اتصالاتهاالداخلية والخارجية بطريقة سلسة وسهلة ما يتيح لها رسم صورة لنفسها وهي مجموع الانطباعات ووجهات النظر والأفكار التي تريد المؤسسة ترسيخها لدى جمهورها.

ورغم الاهتمام الذي توليه المؤسسات اليوم في سعيها إلى رسم صورته ا ورغم ما تسخره المؤسسات من آليات وتكنولوجيا رقمية في تعاملاتها و اتصالاتها إلا أن بعض المؤسسات لازالت تعاني من هاجس رسم وترسيخ الصورة الذهنية ومن بين هذه المؤسسات جامعة الدكتور يحيى فارس بالمدية ، والجامعة هي مؤسسة إنتاجية تعمل على إثراء المعارف وتطوير التقنيات وتهيئة الكفاءات ،مستفيدة من التراكم العلمي الإنساني في مختلف المجالات العلمية ، الإدارية ، والتقنية لذلك فإن الاتصال بها قائم على أساس التعامل بين الطلبة والأساتذة داخلها وخارجها لذلك فإنه يتوجب عليها رسم وترسيخ صورتها عند جمهورها والجامعة هي مجموعة من الكليات وتمثل هذه الأخيرة اللبنات الأساسية فيها وتحتوي جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية على ستة كليات ووقع اختيارنا على كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، كوننا ننتمي الى هذه الكلية ولدينا احتكاك بها و بطلبتها هذا ما سهل علينا عملية توزيع الاستمارة وجمع البيانات.

وكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية تسعى الى تحسين صورتها لدى طلبتها من خلال الخدمات الرقمية التي تقدمها وهذا ما يستدعي طرح الإشكال التالي:

**ما دور الاتصال الرقمي بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمدية في تحسين صورتها لدى الطلبة؟**

ولمعالجة وتحليل هذه الإشكالية وتحديد أبرز العناصر الضرورية لبحثنا وجب طرح مجموعة من التساؤلات التالية:

أ/ ما هي وسائل الاتصال الرقمي المستخدمة في تحسين صورة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة المدية؟

ب/ ما هي أهم الخدمات التي يقدمها الاتصال الرقمي في تحسين صورة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمدية؟

**2.أسباب اختيار الموضوع:**

إن اختيارنا لهذا الموضوع لم يكن عشوائيا تمحور لعدة أسباب منها ما هو ذاتي وماهو موضوعي وهي كالآتي:

**أ/ الأسباب الذاتية:**

1/ الاهتمام البالغ بالاتصال والرغبة على التعرف على استراتيجياته وتأثيرها على صورة المؤسسة.

2/ الارتباط المباشر لموضوع هذه الدراسة بمجال تحصصنا.

3/ ميولنا الشخصي لهذا الموضوع بالإضافة في الرغبة لإظهار دور الاتصال الرقمي وما يميزه عن باقي الوسائل الأخرى.

**ب/ الأسباب الموضوعية:**

1/ الدور الكبير الذي يلعبه الإتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسة.

2/ قدرة النفاذ إلى المؤسسة.

3/ إثراء المكتبة الجامعية بدراسة حول موضوع دور الاتصال الرقمي في تحسين صورة الجامعة لدى جمهورها.

**3. أهداف الدراسة:**

بطبيعة الحال لكل دراسة علمية أهداف معينة يسعى الباحث لتحقيقها والوصول إليها والتحكم الجيد في موضوعه ويمكن إبراز أهداف الدراسة فيما يلي:

1/ التعرف على وسائل الاتصال الرقمي المستخدمة في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وكيفية استخدامها.

2/ تهدف إلى إبراز أهم الخدمات التي يقدمها الاتصال الرقمي لتحسين صورة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمدية.

3/ معرفة أهمية الاتصالالرقمي في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمدية وكيفية استغلاله على أحسن وجه.

**4.أهمية الدراسة:**

أ/ تعتبر هذه الدراسة إضافة جديدة وتدعيمها للجهود البحثية في مجال الاتصال الرقمي وعلاقته بصورة المؤسسة على اعتبار أن لها إضافة نوعية في مجال دراستنا ، والتي تعتبر من حقوق المعرفة التي لا تزال تحتاج إلى المزيد من الدراسات التي تتعلق بالاتصال الرقمي وأثره على تحسين صورة المؤسسات.

ب/ يمكن من خلال هذه الدراسة المساهمة في لفت انتباه مسيري المؤسسة بأهمية تحسين والارتقاء بالصورة المطلوبة لمؤسستهم من خلال تفعيل الاتصال الرقمي كورقة رابحة لتحقيق التفوق والتميز ولكسب ثقة الجمهور بشكل أكبر وأفضل مما هو عليه.

**5. تحديد المفاهيم:**

**1.الإتصال:**

**لغة:** مشتقة من كلمة **Communis** اللاتينية وتعني بالإنجليزية **Common** أي مشترك أو إشتراك بمعنى محاولة تأسيس نوع من الإشتراك يتضمن شخصية أو أكثر في المعلومات والأفكاروالإتجاهات، وكلمة إتصال مشتقة من الجذر"وصل" الذي يحمل معنيين، الأول هو الربط بين طرفين، أما المعنى الثاني هو البلوغ والإنتهاء إلى غاية معينة. [1]

**إصطلاحا:**يعرفه محمد عبد الحميد على أنه "العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة بين الأفراد والجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة". [2]

**إجرائيا:** هوعملية نقل وتبادل المعلومات الخاصة بالمؤسسة داخلها وخارجها، وهو وسيلة تبادل الأفكار والإتجاهات والرغبات والآراء بين أعضاء التنظيم، ويحثث الاتصال التعاون الذهني العاطفي بين أعضاء التنظيم ومنه يساعد على الارتباط والتماسك، ومن خلاله يحقق الرئيس الأعلى أو معاونيه التأثير المطلوب في تحريك الجماعة نحو الهدف.

**2. الاتصال الرقمي:**

**لغة:** يرتكز تعريف الاتصال الرقمي **Digital Communuication** بالدرجة الأولى على استخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها باعتبارها الوسيلة الوحيدة والأساسية للاتصال بين أطرافه ولا يبتعد هذا كثيرا على مفهوم الاتصال من خلال الكمبيوتر **Putter media Ted Communication**[1]

[1] الطاهر ميمون، الاتصالات عن بعد وأثرها على الاقتصاد المحلي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، 2013، ص22.
[2] حسن عماد مكاوي وليلى حسين سعيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار الرعية اللبنانية، القاهرة، ص25.

وتشير كلمة { Digital} إلى حالتين هما التشغيل والإيقاف ON/ OF، ويتم التعبير عن المعلومات في شكل سلسلة من إشارات التشغيل والإيقاف و تتخذ كل الحروف والرموز والأرقام والصور والرسوم والأصوات شكل أرقام "الصفر والواحد ". [2]

**اصطلاحا**:يعرفه {كريستي اهو} بأنه مهارة أساسية لمعظم الأعمال يجب أن يكسبها الفرد في إطار المفاهيم والإنتاج والتوصيل والاستقبال لوسائل الاتصال في وظائفهم وحياتهم، حيث أن الاتصال الرقمي هو القدرة على الاتصال الفعّال من مختلف الوسائل الرقمية.

**إجرائيا:** عملية اتصالية تتم بإستخدام النظم الرقمية تعتمد على وسائل إلكترونية بأسلوب رقمي، من خلال رقمنة المعلومات أي تحويلها من (نصوص، صو ت،أصوات) إلى موجات كهربائية مرقمة مما يسهل عليه إرسالها وتخزينها ومعالجتها وضبطها داخل كلية العلوم الإنسانية والجتماعية بالمدية.

**تعريف صورة المؤسسة:**

**لغة**:الصورة**Image** وفقا لما ورد في قاموس "ويبتسر" في طبعته الثانية بأنها التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو إحياء أو محاكات لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة وهي استرجاع لما اختزنته الذاكرة أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو السمع أو الشم أو التذوق. [3]

[1] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب القاهرة2004، ص103.
[2] حسن عماد مكاوي،2005، مرجع سبق ذكره، ص246.
[3] علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة القاهرة، مصر2003، ص4.

**اصطلاحا:** عرف معهد البحث والدراسات الإعلامية"**Irep**" صورة المؤسسة على أنها جميع التمثيلات المادية وغير المادية التي تتكون عن الأفراد الذين ينتمون إلى المؤسسة.

وعرفها "كاترين ماري ": صورة المؤسسة هي عبارة عن حوصلة لمجموعة من الصور المختلفة فيما بينها كل واحدة منها خاصة بجمهور معين وجانب من جوانب المؤسسة وهي تتفاعل فيما بينها لتعطي في النهاية صورة واحدة هي صورة المؤسسة. [1]

**إجرائيا:** صورة المؤسسة هي عبارة عن مجموعة من الأفكار التي تريد كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمدية ترسيخها في ذهن طلبتها حيث تختلف فئات الجماهير التي تتعامل معها.

## 6. منهج الدراسة:

عند القيام بأي دراسة من إتباع خطوات علمية منطقية وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما، وذلك بإتباع منهج ما يتناسب مع طبيعة الدراسة التي سيتطرق إليها، وبما أن دراستنا تتمحور حول "مساهمة الاتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسة " ومنه فإن المنهج لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي.

### تعريف المنهج الوصفي:

**لغة:** يقصد بالمنهج الطريق أو المسلك.[2]

[1] جمال ابراهيم، دورالعلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية، مذكرة تخرج لنيل الماجستير، تخصص تسويق، جامعة الشلف، 2009 /2010.

[2] حجيلة رحالي، الوجيز في المنهجية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر2012، ص37.

**اصطلاحا:** هو الطريق الذي يهدف للكشف عن الحقيقة من حيث أنه يساعدنا على التحديد الدقيق والصحيح، لمختلف المشكلات التي يمكن معالجتها بطريقة علمية ويمكنها من الحصول على البيانات والنتائج بشأنها.[1]

يمكن إرجاع كلمة منهج إلى ميدان خاص يتضمن مجموعة من الإجراءات الخاصة بمجال دراسة معين.

وهو أسلوب للتفكير والعمل يعتمده الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة. [2]

يعتبر المنهج خطوة رئيسية في ترتيب وتنظيم أفكار الباحث للوصول إلى نتائج منطقية، فالمنهج يعرف أنه "الطر يق المتبع للكشف عن هذه الدراسة بواسطة استخدام مجموعة من القواعد، والتي ترتبط أساسا بتجميع البيانات وتحليلها، حتى تساهم في التوصل إلى نتائج ملموسة. [3]

وقبل التطرق إلى المن هج المستخدم في دراستنا لابد من الإشارة إلى أن لكل منهج شروط ومتطلبات وقدرات محدودة في البحث والتقصي، تفرض على الباحث استخدامها في حالات معينة، وإن عملية اختيار الباحث لمنهج بحثه لا تتم بطريقة اعتباطية، وإنما طبيعة الموضوع الذي يعالجه ونوعيته هي التي تفرض على الباحث تفضيل منهج على آخر. [4]

ومن أجل الإجابة على إشكالية بحثنا ولمحاولة إخبار صحة التساؤلات المقدمة تم الاعتماد في هذا البحث على المنهج الوصفي الذي يعرف بأنه عبارة عن محاولة لتفسير وتحليل وتقرير

[1] مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ط1، دار اسامة للنشر، الاردن،2012، ص44.
[2] موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصبة للنشر، الجزائر2006، ص99.
[3] - محمد الهادي محمد، اساليب توثيق البحوث العلمية، المكتبة الاكاديمية، ط1، الجزائر،1995، ص287.
[4] إبراهيم محمد تركي، دراسات في مناهج البحث العلمي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، القاهرة، ط1، 2006، ص143

الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة، كما أنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصديقها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة منها في المستقبل.

منه فإن المنهج الوصفي هوالأكثر ملائمة لموضوع الدراسة من أجل الكشف عن مساهمة الاتصال الرقمي في تحسين المؤسسة،ولأنه يكفل لنا جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات الوصفية والازمة بغرض تحليل واستخدام البيانات وتفسيرها بهدف معرفة الواقع والوصول إلى العلاقات الموجودة بين مختلف المتغيرات، ويمكن هذا المنهج الباحث من التحقق من صدق ما يتواتر من أفكار وأراء وأقوال حول الظاهرة المدروسة، وزيادة على ذلك فإن نتائجه تقدم خدمة كبيرة في رسم الخطط في المستقبل، والتي تؤدي إلى تحسين الظاهرة وتطويرها إلى الأفضل.

لهذا اعتمدنا على المنهج الوصفي بـاعتباره المنهج الذي يتوافق مع طبيعة هذه الدراسة ويهتم بدراسة الحقائق والظواهر والأحداث وجمع البيانات وتنسيقها لاستخلاص النتائج النهائية، ويقوم على أسلوب التحليل للمعلومات، ويعد من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية.

في هذا الإطار اعتمدنا على أسلوب المسح الذي يعتبر واحدا من المناهج الأساسية بل اكثرها شيوعا في البحوث الوصفية ويعرف أسلوب المسح كما يلي:

دراسة شاملة مستعرضة، ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين.

كما يعرف بأنه ذلك النوع من البحوث الذي يتم بواسطته استجواب جميع افراد مجتمع البحث او عينة كبيرة منهم، وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط، دون ان يتجاوز ذلك دراسة العلاقة او استنتاج الأسباب.

مما سبق من التعريفات يتضح الاتي:

يقوم الأسلوب المسحي على وصف وتشخيص ظاهرة ما، وجمع البيانات عنها وتقرير حالتها كما هي في الوقت الراهن أي ما هو قائم فعلا في جزء من المجتمع.[1]

**7. مجتمع البحث وعينة الدراسة:**

أ. **مرحلة تحديد مجتمع البحث** : من أهم المراحل المنهجية في بحوث العلوم الإنسانية والاجتماعية، والتي تتطلب الدقة البالغة والواجب توفرها لدى الباحث.

يعرف مجتمع البحث بأنه كل مفردات المكونة للمجتمع المدروس بلقساعهاواختلافها ويمكن للباحث أن يدرس كل مجتمع بحث إذ ما توفرت لديه كل الإمكانيات اللازمة والوقت الكافي.[2]

كما يعرف مجتمع البحث بأنه:

عبارة عن جميع وحدات المعاينة التي تقوم بدراستها أي جميع وحدات المعاينة التي تريد الإستدلال على خواصه عن طريق العينة، بعبارة أخرى تشير عبارة مجتمع البحث إلى مجموعة من المقاييس أو الأفراد أو الأشياء التي لها خصائص مشتركة قابلة للملاحظة.[3]

ويتمثل مجتمع البحث لهذه الدراسة في **كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية**.

[1] محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط2، الجمهورية اليمنية، 2015، ص52.
[2] حسناوي مهدية، سواقلي مونية، الصحافة الألية وتقنيات تحرير الأحبار في الاعلام الرقمي، مذكر لنيل الماستر في الإعلام والاتصال، الجزائر،2017، ص8.
[3] عصفور جابر، مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار العروبة، الكويت1998، ص164.

**ب. عينة الدراسة:**

العينة هي جزء من مجتمع البحث يتم إختيارها من طرف الباحث وقد تكون قصدية أو عشوائية، وتعرف كذلك على أنها مجموعة من الوحدات تخضع لدراسات تحليلية أو ميدانية تكون ممثلة تمثيلا متكافئا مع المجتمع الأصلي وتمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا. [1]

بناءا على ذلك سنقوم باختيار العينة العرضية او الصدفية او كما يسميها البعض بالقصدية ويكون الاختيار في هذا النوع من العينات سهلا،اذ يعمد الباحث الى اختيار عدد من الافراد الذين يستطيع العثور عليهم،في مكان ما،وفي فترة زمنية محددة وبشكل عرضي أي عن طريق الصدفة،كان يذهب الباحث الى مكتبة من المكتبات او مدرسة من المدارس او كلية من الكليات، التي يتعلق البحث بها ثم يوزع الاستبيان على من يراهم موجودين امامه، وقد يضطر العديد من الباحثين اختيار هذا النوع من العينة لسهولة استخدامها،او لان الوقت الذي لديه محدد او لاية أسباب ومبررات أخرى، ومهما يكن من امر فان من اهم سلبيات هذا النوع من العينات هو انها قد لا تمثل المجتمع الأصلي .[2]

وفي دراستنا اخترنا عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وهذا لأننا جزء من مجتمع البحث ولنا احتكاك مباشر مع الطلبة واخترن نسبة 3بالمئة منالمجتمع الأصلي وهذا لأننا نستطيع توزيع الاستمارات وجمعها.

**8. أدوات الدراسة:**

[1] سمير محمد حسين، بحوث الاعلام، عالم الكتب للنشروالتوزيع والطباعة القاهرة، ط1، مصر، ص206.
[2] محمد سرحان علي المحمودي، مرجع سبق ذكره، ص165.

تعتبر أدوات جمع البيانات الركيزة الأساسية في البحوث العلمية نظرا لتوقف جميع نتائج الدراسة عليها، وأيضا هي الرابط الذي يصل بين الباحث و مجتمع الدراسة.

تعرف أدوات جمع البيانات على أنها " جملة من الوسائل التي تمكن الباحث من الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات التي تخدم الباحث والأدوات المستخدمة في البحث لا توضع بطريقة عشوائية، بل تخضع لطبيعة الموضوع بحد ذاته، فهي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمبحوث وتمكنه من جمع المعلومات عن المبحوثين. [1]

وتمثلت أدوات بحثنا فيما يلي:

الاستبيان:

اعتمدنا في جمع بيانات دراستنا ع لى الاستبيان كأداة أساسية نظرا لطبيعة الإطار التطبيقي حيث يعرف على أنه تقنية مباشرة للتقصي العلمي إزاء الأ فراد، وتسمح بلستجوابهمبطريقة موجهة والقيام بمقاربات رقمية، حيث يتضمن مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين وترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو عن طريق المقابلة للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيه. [2]

تعد الاستمارة من أكثر أدوات جمع البيانات استخداما وشيوعا في البحوث الاجتماعية، ويرجع ذلك إلى الميزات التي تحققها هذه الأداة سواء بالنسبة لاختصار الجهد أو التكلفة أو سهولة معالجة بياناتها إحصائيا.

[1]- إحسان محمد حسين، الأسس العلمية لمناهج البحوث الاجتماعية، دار الفكر الطليعة، بيروت1981، ص54.
[2]- موريس أنجرس، مرجع سبق ذكره2006، ص204.

إن الهدف من استخدامنا الاستمارة هو الحصول على معلومات دقيقة خاصة بالبحث، حيث لا يمكننا ملاحظتها لكونها معلومات خاصة بالمستجوبين والخروج باستنتاجات ومعلومات كيفية تعبر عن آراء ومواقف المبحوثين عن الموضوع.[1]

**ب.الملاحظة:**

يجمع أغلبية الباحثين على أهمية الملاحظة كأداة من الأدوات الرئيسية التي تستخدم في البحث العلمي ومصدر أساسي للحصول على معلومات اللازمة لموضوع الدراسة.

فالملاحظة أو المشاهدة الحسية صالحة لإدراك وفهم الظواهر وبذلك فهي تعتبر من الوسائل الهامة لجمع البيانات الوصفية لأن الباحث عندما يصف الظاهرة وصفا دقيقا يترتب عليه الإلمام بمختلف جوانبها.[2]

وهي كذلك مشاهدة الوقائع على ما هي عليه في الواقع، أو كما هي في الطبيعة والوقائع مختلطة بعضها ببعض وهي في تغير مستمر.[3]

وهي الأداة التي تجعل الباحث أكثر اتصالا بالبحوث العلمية، والملاحظة العلمية تمثل طريقة منهجية يقوم بها الباحث بدقة تامة وفق قواعد محددة للكشف عن تفاصيل الظواهر وللكشف عن العلاقات التي تربط بين عناصرها وتعتمد الملاحظة على قيام الباحث بملاحظة ظاهرة من الظواهر في ميدان البحث أو الحقل أو المختبر وتسجيل ملاحظاته وتجميعها أو الاستعانة بآلات للقيام بذلك.[4]

[1] خالد حامد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار جسور للنشر والتوزيع، ط2، الجزائر،2008، ص136.
[2] د.محمود علي محمود، علم الاجتماع والمنهج العلمي، دار المعارف الجامعية الاسكندرية، ط1، مصر،1998، ص19.
[3] عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار النمير دمشق، ط2، سوريا،2002، ص156.
[4] خالد حامد، مرجع نفسه،2008، ص131.

كما عرفها الدكتور عامر مصباح على أنها أداة علمية تستخدم في جمع البيانات حول موضوع معين عن طريق الاستخدام الشخصي سواء كان بطريقة مباشرة أو عفوية أو منطقية. [1]

وقسمها إلى:

ملاحظة بسيطة وهي المستخدمة عادة في الدراسات الاستكشافية إذ يلاحظ الباحث ظاهرة أو حالة دون أن يكون لديه تخطيط مسبق لنوعية المعلومات أو الأهداف أو السلوك الذي سيخضعه للملاحظة.

ملاحظة منظمة وهي التي يحدد فيها الباحث المشاهدات أو الحوادث التي يريد أن يجمع عنها بيانات وبالتالي تكون البيانات أكثر دقة وتحديدا عن حالة الملاحظة البسيطة. [2]

وقد اعتمدنا على الملاحظة المنظمة لأنها تخدم أغراض بحثنا بشكل أكبر كون المعلومات التي نريد الحصول عليها محددة مسبقا باعتبارنا جزء من مجتمع البحث الذي يتمثل في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمدية

وللملاحظة نوعان: هما الملاحظة من دون المشاركة والملاحظة بالمشاركة، وهذا النوع الأخير من الملاحظة هو الذي اقتضته الدراسة الدراسة الميدانية التي قمنا بها.

**الملاحظة بالمشاركة:** هذا النوع من الملاحظة يسمح للباحث بجمع المعلومات من خلال مشاركة المبحوثين في أعمالهم، لذا اعتمدنا عليها باعتبارنا جزء من مجتمع البحث أي طالبتين في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الدكتور يحيى فارس بالمدية.

ان موضوع دراستنا تحت عنوان مساهمة الاتصال الرقمي في تحسين صورة الجامعة، وقد اسقطنا موضوعنا على كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لذا تعد دراستنا دراسة مسحية،واخترنا الملاحظة بالمشاركة باعتبارنا جزء من مجتمع البحث، ومن خلال هذا لاحظنا ان اغلبية الطلبة

[1] محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي قواعد ومراحل التطبيقات، دار وائل للنشر، ط2، الاردن،1997، ص90.
[2] محمد عبيدات وآخرون، مرجع نفسه، ص91

يفضلون الدمج بين الوسائل التقليدية والحديثة في تواصلهم مع ادراة الكلية، وأيضا انه عندما يواجه الطالب أي مشكلة يفضلون استخدام الاتصال الشخصي لسهولة إيصال مشكلتهم، اما بالنسبة للوسائل التي تستخدمها إدارة الكلية لابلاغ الطلبة باي امر يخدمهم ويفيدهم هي الصفحة الرسمية للكلية، حيث لاحظنا ان العديد من الطلبة يطرحون انشغالاتهم في الصفحة بحيث هناك تجاوب من طرف المكلفين بالصفحة والاجابة عليهم، وكما ذكرنا سابقا اننا جزء من مجتمع البحث كانت لدينا تجربة شخصية حيث طرحنا انشغالنا في الصفحة وقد تجاوبوا معنا وارشدونا من خلالها.

وفي الأخير لاحظنا ان معظم الطلبة في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لايواجهون صعوبات في استخدامهم للوسائل الرقمية، كما يجدون ان المحتوى الرقمي يلبي احتياجاتهم لكن لاتزال فيه بعض النقائص.

**9.الدراسات السابقة:**

تعرف الدراسات السابقة على أنها مجموعة الدراسات والأبحاث التي تناولت الموضوع، الذي يقوم الباحث بدراسته وتلعب هذه الدراسات دورا كبيرا عي إعطاء فكرة عامة للباحث عن البحث الذي يقوم به وعن مراحل تطوره ولقد اعتمدنا في دراستنا على دراستين متشابهتين لدراستنا.

**الدراسة الأولى:دراسة للباحثين المهدي الذهبي أمحمد السباعي ومحمد معمري بعنوان الاتصال** الرقمي في مؤسسات التعليم العالي وهي دراسة ميدانية لعينة من أساتذة و اداريي جامعة أدراروهي مذكرة مكملة لنيل درجة الماستر في علوم الإعلام وا لاتصال في السنة الجامعية 2018/2019 بلد النشر الجزائر، وتم طرح سؤال الإشكالية في هذه الدراسة بالشكل التالي: ماهو واقع وأساليبالاتصال الرقمي لمؤسسات التعليم العالي؟

توصل الباحثين في هذه الدراسة إلى مجموعة من الأهداف والنتائج تمثلت فيما يلي:

أولا تهدف إلى إظهار مدى أهمية الاتصال الرقمي في مؤسسات التعليم العالي وحجم مساهمته في تطوير أدائها ومناهجها، كذلك رصد قدرة الاتصال الرقمي في المؤسسات الجامعية، بالإضافة إلى معرفة الأثر الذي يحدثه الاتصال الرقمي في المؤسسات الجامعية. ثانيا فيما يخص النتائج المتوصل إليها تمحورت حول استخدام جامعة أدرار في اتصالها الرقمي للوسائل الإلكترونية ، فقد أكدوا على استخدامها بشكل مقبول في الجانب الإداري والتعليمي ، وهذا كله مثبت بالأرقام في الفصل التطبيقي ، كذلك بخصوص المستويات التي تم فيها الاتصال الرقمي عادة ما تكون بين الإدارة والموظفين وبين الأساتذة والطلبة نظرا لكونهم هم أطراف العملية الاتصالية في الجامعة ، أيضا فرضية أن هناك تفاعل كبير بين مختلف المستفيدين فيما بينهم فقد لمسنا هذا التفاعل من خلال تجارب الأساتذة والإداريين باستعمال الوسائل الاتصالية التواصلية المتاحة . وبالنسبة لفرضية أن من بين أهم الخدمات التي يقدمها الاتصال الرقمي للجامعة أنه يعمل على ربط الفاعلين بالجامعة وضمان تواصلهم والتدفق المستمر للبيانات والمعلومات والرسائل فقد تجلت هذه الخدمات من خلال إقرار الإداريين والأساتذة بوجودها، وأخيرا فيما يتعلق بفرضية ارتكاز الجامعة في أدائها على الاتصال الرقمي لكونه محور أساسي لنشاطها فقد ثبت ذلك في اعتراف الأساتذة والإداريين بأهمية الاتصال الرقمي واعتماد الجامعة على وسائله المختلفة من أجل رفع وتيرة نشاطها وأدائها.

**الدراسة الثانية: دراسة للباحث س رحان عبد الأمين بعنوان التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال ودورها في تحسين صورة المؤسسة الإعلامية** <المؤسسة الوطنية للصحافة النصر . قسنطينة> نموذجا، وهي مذكرة مكملة للحصول على شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة في السنة الجامعية 2017/2018، بلد النشر الجزائر وتم طرح

سؤال الإشكالية في هذه الدراسة بالشكل التالي: ما مدى مساهمة التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي؟

توصل الباحث في هذه الدراسة إلى مجموعة من الأهداف والنتائج تمثلت في:

تهدف أولا للوقوف على مختلف التكنولوجيات والتعرف على بعض الوسائل والتقنيات المتوفرة في المؤسسة محل الدراسة، أيضا معرفة العناصر المشكلة لهذه الصورة وكيف يتم تشكيلها ، ومعرفة مدى تأثير التكنولوجيات على سلوك جمهور المؤسسة، بالإضافة إلى إبراز أهمية التكنولوجيات الجديدة ومدى تأثيرها على تحسين صورة المؤسسة ومحاولة الربط بين مختلف الخلفية النظرية و الميدان التطبيقي، أما بالنسبة إلى النتائج المتوصل إليها تمثلت في جميع التطبيقات التكنولوجية الحديثة للإعلام والاتصال، تقدم برامج تساعد في تحسين الصورة لمؤسسة النصر كما يتبين أن المؤسسة تهتم بجميع وسائل الاتصال وهذا ما تدعو إليه الحاجة من أجل تلميع صورتها، كذلك تؤمن المؤسسة بضرورة تحسين صورتها وسمعتها لدى جمهورها الداخلي والخارجي من خلال التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، أيضا أظهرت الدراسة أن الهدف من صورة المؤسسة الممتازة يساهم في جذب المتعاملين وزيادة عدد المتابعين ويحقق ولاء المؤسسة، كما بينت الدراسة أن التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال تساعد في تحسين صورة المؤسسة، بالإضافة أنها أوضحت أن التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال من أهم العوامل لبناء صورة جيدة للمؤسسة لدى جمهورها ، وأخيرا أوضحت الدراسة أن المؤسسة تحاول القيام بعملية التواصل المستمر مع جماهيرها من أجل فهم احتياجاتهم وتلبية رغباتهم، وتتفهم جماهيرها ولا تمارس أي نوع من الإغراء.

أهم ما استخلصناه من هذه الدراسات:

كانت هذه الدراسات بمثابة مرشد ودليل علمي لنا في مرحلة إنجاز هذا البحث العلمي، إذ استفدنا من خلال الدراسة الأولى في بعض الجوانب المنهجية، أيضا معرفة كيفية توظيف أدوات جمع البيانات، أما بالنسبة للدراسة الثانية فسهلت علينا معرفة طريقة صياغة أسئلة الاستبيان، كذلك معرفة كيفية إسقاط المنهج الوصفي على دراستنا، والاستعانة ببعض المراجع ومحاولة البحث عنها وتوظيفها في بحثنا.

وأخيرا للدراسات السابقة أهمية كبيرة لأنها تساعد الباحث على ترتيب أفكاره ومعلوماته وتوظيفها بطريقة سليمة، لذا يتوجب على كل باحث الاستعانة بها.

**10. صعوبات الدراسة:**

أثناء فترة إعدادنا لموضوع بحثنا واجهتنا عدة صعوبات وعوائق تعترض في العادة لأي باحث وأهمها:

نقص المراجع التي تناولت موضوع الاتصال الرقمي نظرا لحداثته وأغلبها باللغات الأجنبية مما صعب علينا ترجمتها ومن ثم الاعتماد عليها.

نقص الدراسات السابقة باعتبار موضوع الدراسة جديد مما صعب علينا ضبط زاوية معالجة الموضوع.صعوبات أثناء توزيع واسترجاع ا لاستمارات الخاصة بالجانب التطبيقي .

# الإطار النظري

# الفصل الاول

**تمهيد:**

يعتبر الاتصال الرقمي أحد أبرز سمات عصرنا الحالي فالتطور الذي حصل في مختلف المجالات بما فيها مجال الاتصال والذي استعملت فيه التكنولوجيا الرقمية الحديثة فأصبح الاتصال رقميا، وفي هذا الفصل الأول سنحاول تسليط الضوء على هذا النوع من الاتصال من خلال التطرق الى تعريف الاتصال الرقمي وأهدافه ومستوياته، ليساهم بذلك في تسهيل التواصل من خلال الوظائف التي يقوم بها، بالإضافة الى التطرق الى معوقات الاتصال الرقمي التي قد تعرقل عملية التواصل من خلاله.

**الفصل الاول: مدخل للاتصال الرقمي**

**المبحث الأول: نبذة عن الاتصال الرقمي**

**المطلب الأول: تعريف الاتصال الرقمي**

**تعريف الاتصال الرقمي:** يطلق مصطلح الثورة الرقمية على العصر الحالي بعد الاندماج بين تكنولوجيا المعلوماتية والاتصال ، وتعني كلمة رقمي من الناحية التقنية هو ان الحروف و الصور والاصوات تحول الى بيانات رقمية يمكن تخزينها ومعالجتها وارسالها بواسطة أجهزة الحاسوب، وتعرف (كريتس اهو )الاتصال الرقم يDigital communication"بأنه مهارة أساسية لمعظم الاعمال التي يجب ان يكتسبها الفرد في اطار المفاهيم ،والانتاج والتوصيل والاستقبال لوسائل الاتصال في وضائ فهم وحياتهم ،حيث أن الاتصال الرقمي هو القدرة على خلق الاتصال الفعال من مختلف الوسائل الرقمية "[1].

وهناك بعض التعريفات التي اقترنت باستخدام الحواسيب والوسائل المتعددة في الاتصال دون تعمق في الابعاد الانسانية والاجتماعية لهذا النمط من أنماط الاتصال ، وهذا ما يأكد الاهتمام بالمستحدثات الرقمية وخصائصها في تقنيات الوسائل وتأثيراتها باعتبارها التطور المعاصر الحديث لتكنلوجيا الاتصال، وماتزال بحدود ما قدمته في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ومستحدثاتها باعتبارها الوسائل الاساسية للاتصال بين اطرافه حيث يتم تبادل المعلومات وترميزها ومعالجتها بواسطة هذه النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق اهداف معينة، ويرتكز التعريف على استخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها باعتبارها الوسائل الاساسية للاتصال بين اطرافه حيث يتم تبادل المعلومات وترميمها ومعالجتها بواسطة هذه النظم، وهذه العمليات الثلاث هي الترميز، المعالجة، والارسال الاستقبال ولا يبتعد هذا المفهوم كثيرا عن مفهوم الاتصال من خلال الكومبيوتر computer medietedmmunication والاتصال بمساعدة الكومبيوتر computer assistedcommuication، وكلما مفاهيم تؤكد دور الكومبيوتر في عملية الاتصال الرقمي، وفي نفس الوقت فإنها تقع في الاطار الاوسع لمفهوم الاتصال وعناصره وأشكاله ونماذجه لتصل في النهاية الاتصال انساني أو بين افراد لتحقيق اهداف معينة، يتسم بكل سمات الاتصال الانساني، ويتم من خلال عمليات فردية عديدة تتأثر بكل المداخل الاجتماعية والنفسية واللغوية التي تناولها علماء النفس والاجتماع واللغة وتقدموا لها النماذج العديدة التي تشرح الاتصال الانساني وعملياته وعلاقاته. [2]

[1] عبد الكريم علي جبر الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، مجلة الاتصال والتنمية العدد6، دار النهظة العربية، بيروت2012، ص3.
[2] عبد الكريم علي جبر الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، مرجع نفسه ص4.

او الاتصال القائم على الكومبيوتر بتكنولوجيا الاتصال الحديثة في التعريف بالوسائلالقائمة على النظم الرقمية مثل: مواقع الويب،الفديو،الصوت،والنص وباقي الوسائل المتعددة المتحركة والثابتة، ويعرف الدكتور محمد عبد الحميد الاتصال الرقمي بانه:"العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد، بينأطراف يتبادلون الادوار".

ويعرف الاتصال الرقمي بانه العملية التي يحدث فيها الاتصال عن بعد بين طرفين او عدة اطراف يتبادلون بينهم المعلومات ويتم ترميز ومعالجة هذه المعلومات بواسطة النظم الرقمية وبعد ذلك يأتي الارسال والاستقبال بين محتلف الافراد،ويقوم هذا التعريف على محددات فنقول اذا كنا نصف الاتصال الانساني في اشكاله التقليدية بانه عملية تقوم على اساس الحركة والتدفق فالاتصال الرقمي لديه عمليات فرعية في العملية الكلية فهذا الاتصال هو اتصال عن بعد سواء ثنائيا او جماعيا ،فالنظم الرقمية ومستحدثاتها ضرورة لتحقيق الاتصال ووظائفه.

ويرتكز تعريف الاتصال الرقمي dgjital communication بالدرجة الاولى على استخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها باعتبارها الوسيلة والوحدة الاساسية للاتصال بين اطرافه ولا يبتعد هذا المفهوم كثيرا عن مفهوم الاتصال من خلال الكمبيوتر putter media tedcommunication،او الاتصال بمساعدة الكمبيوتر assisted communication computer،او الاتصال القائم عن طريق الكمبيوتر based communication computer،وكلها مفاهيم تؤكد دور الكمبيوتر في عملية الاتصال.[1]

**المطلب الثاني: نشأة الاتصال الرقمي**

في الثمانينات من القرن الماضي توصل العلماء الى امكانية تقديم الاشارات التماثلية في شكل اشارة رقمية، ومنذ ذلك الحين بدأت هذه التكنولوجيا الرقمية تحل تدريجيا محل معدات التناظرية التقليدية القديمة، كما نلمس مدى مبالغته الاتصالات من سهولة ويسر في عصر الاتصال الالكتروني والفضائيات، وتطورات وانجازات عملية فتحت المجال امام قفزات هائلة شكلت نقاط تول في مسار التقدم الإتصالي منذ النصف الثاني من القرن العشرين وبداية الالفية الثالثة مع 2001 وتتمثل هذه القفزات في:

**القفزة الاولى:** تمثلت في اختراع الترانزيستور عام 1948 على يد بعض العلماء الامريكيين "براتان، برادين، شوكلي وحصولهم على جائزة نوبل عام 1956 نظرا لإنجازهم الكبير وأثرهم في تصغير حجم اجهزة الارسال والاستقبال في نظم الاتصالات

[1] محمد عبد الحبيب، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط1 عالم الكتب القاهرة 2004، ص103.

**القفزة الثانية:** ترتبط بالتوصل الى صناعة دوائر متكاملة صغيرة الحجم عالية الكثافة وبفضل هذه الفترة أمكن تصغير حجم الحسابات لتصبح حاسبا شخصيا صغيرا يمكن حمله.

**القفزة الثالثة:** وقد تحققت حينما قام العالم الامريكي "شانون"بنشر بحثه الذي وضع الاساس للاتصالات الرقمية التي تتميز بكفاءتها العالية.[1]

ان مسيرة هذا التطور اتجهت في خط متسارع نحو مرحلة الاتصال الالكتروني، والذي شهد تقدما هائلا وتشعبا كبيرا في مجال الاتصالات حتى اضحى من الصعوبة ملاحقة تطورها ومن هذه المجالات:

- مجال الاتصال بين الحاسبات الالكترونية وشبكات الاتصال.

- مجال الاتصال عبر اقمار الفضاء والسماوات المفتوحة.

- الاتصال عبر الالياف الضوئية واكتشاف اشعة الليزر ثم الطفرة.

"الثورة الكبرى وهي الاتصالات الشخصية المتنقلة "اتصالات المحمول ".[2]

**المطلب الثالث: خصائص الاتصال الرقمي**

نظرا لتطور المستحدثات وامكانياتها،فان نظام الاتصال الرقمي قد تجاوز الكثير من هذه الفروق واقام حزمة من الخصائص الموحدة التي تتميز بها كل اشكال الاتصال الرقمي، وهذه الخصائص لا تميز الاتصال الرقمي فحسب وانما اثرت في بناء المفاهيم الخاصة به وبعناصره ومن هذه الخصائص نجد مايلي:

التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الادوار ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بلا من مصادر، وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقين ثنائية الاتجاه وتبادلية، ويصبح المشاهد مشاركا ومتفاعلا في العملية الاتصالية يؤثر فيها وفي عناصرها.

التفتيت: وتعني تعدد الرسائل التي يمكن الاختيار من بينها حسب رغبات الافراد او الجماعات الصغيرة بدلا من توحيد الرس

اللا تزامنية وتعني امكانية ارسال واستقبال الرسائل في الوقت المناسب للفرد المستخدم للاتصال وبغض النظر عن تواجد المتلقي للرسالة في وقت معين.

[1] رضوان باالخيري، مدخل إلى الاتصال المؤسساتي، ط1، دار قرطبة للنشر والتوزيع، الجزائر2015، ص178.
[2] رضوان بلخيري، مرجع نفسه، ص179.

**الحركة والمرونة:** حيث يمكن تحريك الوسائل الجديدة الى أي مكان مثل: الحاسب الشخصي والتيليفون المحمول وكاميرات الفيديو المحمولة.

**قابلية التحول:** حيث اتاح الاتصال الرقمي امكانية تحويل الاشارات المسموعة الى رسائل مطبوعة او مصورة والعكس.

**الكونية:** حيث اصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.[1]

**الانتشار:** يعني تحول الوسائل الجديدة من مجرد ترف واضافات الى وسائلضرورية، ويمكن ملاحظة ذلك بوضوح في حالة انتشار التلفون المحمول على نطاق واسع.[2]

**التنوع:** مع تطور المستحدثات الرقمية في الاتصال وتعددها، بالإضافة الى ارتفاع القدرة على الانتاج والتخزين، ادى ذلك الى التنوع في المحتوى وفي اشكال الاتصال التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوفير عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه.

**التكامل:** تمثل شبكة الانترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال واشكالها والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله ووظائفه بمنظومة واحدة،توفر للمتلقي الخيارات المتعددة في اطارمتكامل.

**الفردية والتجزئة:** يرفع الاتصال الرقمي من قيمة الفرد وتميزه، فيعطي لأطرافه عملية الاتصال حرية اوسع في الاختيار، وهو ما يعني من شان الفردية ويرفع قيمتها ويحافظ على سرية الاتصال وخصوصياته، وتحكم أطراف عملية الاتصال في معالجة البيانات والمعلومات وعرضها والاستفادة منها بما لا يتعارض مع الحقوق القانونية للملكية الفكرية واستخدام البيانات والمعلومات.[3]

[1] حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية البنانية، 2006، ص106-107.
[2] حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد، مرجع نفسه، ص108.
[3] رضوان بالخيري، مرجع سبق ذكره، ص110-111.

## المبحث الثاني: أهداف ومستويات ووظائف الاتصال الرقمي

### المطلب الأول:أهداف الاتصال الرقمي

لقد لخص بعض التقنيين أهمأهداف الاتصال الرقمي في النقاط التالية:

- الهدف التقني: يمكن في حفظ الوثائق والمعلومات وحمايتها من التلف من خلال ارشفتها حتى يستفيد منها جمهور المتلقين.

-المحافظة على التراث المكتوب، والاقتصاد من استعمال ذلك التراث بالأيدي.

-امكانية تحويل المعلومات من كتابة الى محفوظات، حيث يتم تغيير نظامها الى صيغ رقمية عددية بالغة التي يفهمها الحاسوب،ويستطيعارجاعها.

يهدف كذلك الى تحقيق لامركزية المعلومات حيث تصبح مخزنة في منطقة ما ويمكن الاستفادة منها في مناطق اخرى، فلا تكون المعلومة حكرا على منطقة معينة والتقليل من عناء السفر وقلة التكاليف على الافراد.

-تحقيق قدر عالي من الدقة الالية بتصميم نظم رقمية لمراقبة تغير اوضاع القناة بصفة مستمرة وتصحيح مسارها.

-التحكم في مشكلة الصدى وتحقيق التوافق الصوتي، او التناغم بين الاصوات من اجل القضاء على مشكلة التشويش مستقبلا.[1]

### المطلب الثاني: مستويات الاتصال

ساعدت تكنولوجيا النظم الرقمية على تطوير مستويات واشكال الاتصال القائمة وتوفير اشكال حديثة منها وتتمثل هذه المستويات في الاتي:

**1.الاتصال بالحاسب وبرامجه:** في هذه الحالة يكون جهاز حاسب بما فيه من برامج طرفا في عملية الاتصال، مادامت هذه البرامج هي الرسائل المستهدفة التي تتسم بالتفاعلية التي توفر للمتلقي المعلومات التي يريدها في الوقت والمكان لذي يريده ويتفاعل مع هذه البرامج وفق أسلوبتصميمها، والهدف من هذا التصميم يكون لأغراض مختلفة مثل: التعلم والتسلية والحث في قواعد البيانات.[2]

[1] لعجال عبد الوهاب وغزال سمية، الاتصال الرقمي داخل المؤسسات الإعلامية الجزائرية إذاعة لمسيلة نموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، 2021، ص25.
[2] محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص115.

**2.الاتصال بقواعد البيانات:**

في هذه الحالة تعتبر الحواسيب أجهزة طرفية لقواعد البيانات التي يتم تخزينها على الحاسب الرئيسي serveur يتصل بعدد من الحواسيب تكون فيما بينها شبكة محلية داخل المؤسسة او المنظمة،

وتتيح لكل مسؤول او مستخدم الدخول الى قواعد البيانات والاستفادة منها من خلال الاتصال الكابلي بين الحواسيب والحاسب الرئيسي، ولا تستخدم في هذه الحالة خطوط التليفون العادية، حيث تعتمد على الكابلات التي ترتبط بين الحواسيب وبعضهكما في الاحوال الخاصة بالدخول على المكتبات المحلية التي تضع موادها ومصادرها على الحاسب الرئيسي ليكون قابلا للاستفادة منه، من خلال الاتصال الطرفي او الحواسيب الطرفية.[1]

**3.الاتصال المباشر من خلال الشبكات:**

يقترب هذا الاتصال من شكل الاتصال المواجهي وان كان يتم من بعد ،حيث يعتمد على الشبكات في الاتصال بالأخرين سواء اكان اتصالا شخصيا او اتصالا بالمجموعات الصغيرة ،ولذلك يعتبر كارت الترميز الرقمي modem اجهزة التليفون ضرورية لتحويل الاشارات الصوتية او المصورة او الرسائل المكتوبة الى رموز رقمية عند الارسال tormodul ثم اعادة الترميز الرقمي الى الرموز اللغوية المكتوبة او المسموعة او الاشارات المصورة demodulator،وفي هذه الحالة يمكن الاتصال من خلال الحوار المباشر الذي يمكن ان يتم في شكل حوار مكتوب بتبادل الرسائل على الشاشة ،كما في احوال المؤتمرات بالفيديو الذي ينقل الحوار بالصوت والصورة عبر الشبكات.[2]

**4.الاتصال بمواقع الوسائل الاعلامية:** نظرا للتزايد الضخم في عدد مستخدمي الشبكة العالمية للمعلومات internet والاحتمالات المتوقعة بانصراف مستخدميها عند التعرض الى وسائل الاعلام واستبدال الأنترنت بها ،فقد سعت وسائل الاعلام الى استئجار مواقع دائمة لها على هذه الشبكة لجذب مزيد من جمهور المتلقين الى المواد الاعلامية وساعد على تشجيع ذلك خدمة النص الفائق التي بداتها الشبكة العنكبوتية (شبكة ويب) واتاحت بذلك التجوال المتعاقب والمرتبط بالنصوص ذات العلاقة ببعضها ،بالإضافة الى ما تتميز به من مزايا ترتبط بتكنولوجيا الاتصال الرقمي واهمها التفاعلية.[3]

[1] محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص116.
[2] محمد عبد الحميد، مرجع نفسه، ص120،121.
[3] محمد عبد الحميد، مرجع نفسه، ص128.

**المطلب الثالث: وظائف الاتصال الرقمي:**

1.تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي: حيثيتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالأخرين في الواقع الحقيقي تجاوز قيود العزلة الى جانب الاتصال بالأخرين من خلال برامج الحاسب والشبكات في إطار واقع وهمي او افتراضي يرسم أطراف الاتصال وجها لوجه ولكن من خلال محادثات وحوارات البريد الالكتروني مع اخرين لا يعرف بعضهم البعض ولا تميزهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته بدءا من صداقات جديدة مع اخرين في ثقافات مختلفة الى الاتصال بهذه الثقافات وافرادها.

حيث تتكون مجموعات الحوارات والمحادثات والاصدقاء دون معرفة الاطراف لبعضها الا ما يرسمهكل طرف عن نفسه خلال عمليات الاتصال، وفي هذا يسود الاعتقاد بان الفرد في الاتصال الرقمي قام بتوسيع دائرة علاقاته ولكن في إطار واقع جديد يرسمه الافراد لأنفسهم او ترسمه عمليات التخيل والتقمص التي تتم في عمليات الاتصال الرقمي والتي تتسم بتباعد الافراد عن بعضهم لمسافات طويلة، وثقافات بعيدة ايضا عن بعضها البعض.[1]

وفي اطار الوظيفة السابقة تنشا ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية virtuealcommunities التي يجتمع افرادها حول اهداف اخرى قد تكون غائبة عن المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الافراد مثل مناهضة العنصرية والدعوة الى الديمقراطية او تحرير الجنس والنوع او الخروج عن المفاهيم والمبادئ المستقرة للمجتمعات ونظم الحكم فيها وغيرها من الاهداف والغايات التي تجتمع حولها هذه المجتمعات الجديدة.

2.وبجانب المواقع الاعلامية المعروفة على شبكة الانترنت ،تقوم الالاف او مئات الالاف من المواقف الاخرى التي تقدم الخدمة الاعلامية مجهولة المصدر حول الوقائع والاحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم وكتابة التقارير الاخبارية والتعليقات عليها في اطار الخدمة الاعلامية المتكاملة التي تراها هاته المواقع ،فالفرد في اتصاله بالانترنت يقرا الكثير عن الاحداث التي تحدث في بلاده دون أن يدري عنها شيئا بالداخل ، حيث لم تصبح الحقائق ملكا خاصا للسلطة او لوسائل الاعلام المحلية الوطنية وحتى العالمية منها وساعد على الارتباط بالوظيفة الاخبارية لهذه المواقع سهولة الاتصال بها وفورية الالام وان كانت توجد بتحدي المصداقية التي تحتاج الى مزيد من البحث والدراسة حول مستوى مصداقية الاعلام وفي هذه المواقع المنتشرة على شبكة الانترنت. [2]

[1] محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص130.
[2] محمد عبد الحميد، مرجع نفسه، ص151 ،152.

3.واذا كانت سهولة الاتصال وفورية الاعلام تحسب لهذه المواقع في تقديم الوظيفة الاخبارية ،فإنهاتعطيها ايضا القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الافكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الافكار بحيث يمكن ان تسهم في تكوين راي عام اقليمي او عالمي نحو المواقف والقضايا والافراد في وقت معين ، ويتكون من فئات المستخدمين لشبكة الانترنت وبصفة خاصة المواقع الاعلامية المنتشرة فيها مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع وادوارها المواقع الرقمية التعبوية التي تعمل بمعزل عن كل النظم والاشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات ، وتسهم بالتالي في تنمية المشاركة الديمقراطية وفقا للنظرية الخاصة بها والتي ترى الحد من المؤسسة الاعلامية الضخمة اتاحة الفرصة لكل الجماعات في المجتمع بممارسة حقوقها في الاعلام والاتصال من خلال تعدد وتنوع المصادر الاعلامية بعيدا عن السيطرة الرأسمالية والاحتكارات وتأثيرات التمويل الاعلامي.

4.واذا كان التعدد والتنوع يسهم في ارساء المبادئ الخاصة بالمشاركة الديمقراطية وتفعيلها، فان غياب المصادر وتحدي المصداقية ترسك شكوكا حول هذه الوظائف التي تمثل الصورة الايجابية لها ،الانها من جانب اخر قد تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم من جانبها في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتعبية الثقافية،خصوصا لوعلمنا ان نسبة الفروع المضيفة للحاسبات على شبكة الأنترنتتصل الى 90% من جملتها البالغة اكثر من 30مليون فرع تقع في اوروبا وامريكا الشمالية ،وهي دول الاحتكارات والتي تتبنى مفاهيم العولمة بأبعادها المختلفة.[1]

5.بجانب الوظيفة الاخبارية والوظيفة الاتصالية تتصدر وسائل الاتصال الرقمي باقي الرسائل في تقديم المعلومات في كافة الوظائف وتصل الى 75-90%من اسباب استخدام الانترنت.

6.كذلك نجد مجالا واسعا في القيام بالمساعدة في العملية التعليمية وقد بدا الحاسب نفسه بهذه العملية عبر برامج كثيرة فانتشرت كثير من المفاهيم في هذا المجال مثل التعليم الفردي او الذاتي او التعليم القائم عل الكمبيوتر او التعليم بمساعدة الكمبيوتر ،وقد اهتمت الحكومات بهذه الناحية وطورت الكثير من اليات استخدام الحاسب في التعليم .وعند انتشارها ساهمت في العملية التعليمية فظهرت مفاهيم التعليم عن بعد والتعليم من خلال الانترنت والتعليم الافتراضي وغيرها من المفاهيم التي تشير الى استخدام الانترنت في التعليم ويدعم الاتصال الرقمي استخدام الدوائر المغلقة في التعليم من خلال دوائر الفيديو التفاعلية ومؤتمرات الفيديو وحلقات النقاش.[2]

[1] محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص153.

[2] رضوان مفلح العلي وآخرون،مدخل إلى وسائل الإعلام الالكتروني والفضائي،دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع،ط1،عمان،2016، ص96.

7.القيام بوظيفة الاعلان،حيث تعتمد المواقع في الغالب في تمويلها على الاعلانات المصاحبة لعرض البرامج والموضوعات وبالتالي اصبحت وظيفة التسويق والاعلان تجد صدى كبيرا لدى المعلنين وخصوصا بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول اليها.

8.القيام بوظيفة التسلية والترفيه، والتي تجذب اعمار مختلفة من المستفيدين عبر الكثير من المواد الترفيهية والالعاب التفاعلية بجانب ما تقدمه المواقع الاعلامية من اذاعة للمواد الاعلامية التي تسهم في تحقيق هذه الوظيفة وحاجات جمهور المستخدمين اليها.[1]

[1]ماهر عودة الشمايلة وآخرون،وسائل الإعلام الرقمي الجديد،دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع،ط1،الاردن،2015، ص81.

**المبحث الثالث: معوقات الاتصال الرقمي**

**المطلب الأول:معوقات مالية**

عدم توفير الموارد المالية الكافية لتمويل أي مشروع تقضي الحاجة ادخاله كتحسين الانتاج سواء اكان ذلك بتزويد أي محطة سمعية او مرئية بأجهزةرقمية، مواكبة للتطور الذي اجتاح العالم، لمزيد من الانتاج والسرعة والدقة والوضوح.

عدم تزويد المحطات السمعية والمرئية بأجهزة كمبيوتر كافية، نظرا للميزانية الكبيرة التي تحتاجها.

عدم توفير المادة الخام اللازمة لتطوير وسائل الاعلام او الموارد الاقتصادية المطلوبة للحصول على هذه المواد مثل: الوسائط الاعلامية من ديسكات واسطوانات رقمية ممغنطة واشرطة مختلفة وطابعات واحبار وورق ومعدات انتاج مناستوديوهات بكافة مستلزماتها، او اجهزة مونتاج من فيديوهات وكاميرات محمولة فالإمكانيات المالية هي التي تسمح بتوفير الكم والكيف والنوعية، وقلتها تؤثر على جودة المضمون.[1]

**المطلب الثاني: معوقات ادارية:**

عدم صرف المستحقات والمكافئات اول بأول، مما يعطي حافزا للإجادة والانتاج ويدخل ذلك في الحيز والمحاذاة للبعض دون الاخرين، مما يغرس في القلوب الغيرة والاحباط والحقد، فينعكس ذلك على العمل نفسه فيجعل العاملين غير متفانين في العمل ولا يبالون بشكل المنتج المهم انهم يعملون ولكن الجودة لم يعد لها وجود.

-عدم التقدير من المدراء لموظفيهم، وعدم تجسيد مبدا الثواب والعقاب.

-عدم وجود المساواة في التكليف ببعض الاعمال التي عائد مادي او معنوي فتناط تلك الاعمال لمن هم أكثر قربا من اصحاب القرار.

-عدم تزويد المعدين والمخرجين بأجهزة كمبيوتر مجانية لكي تمكنه من الاشتراك في المحطات الاذاعية والتلفزيونية الاخرى من اجل متابعة الجديد وتسجيل ما يحتاجونه لبرامجهم.[2]

**المطلب الثالث: معوقات بشرية**

-نقص او انعدام العنصر البشري الضروري لإنتاج البرامج من: ممثلين، مخرجينتقنيين محررين، مصورين، مذيعين .....

[1] عبد الباسط محمدعبد الوهاب،استخدام تكنولوجيا لاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، دراسة تطبيقية وميدانية،المكتب الجامعي الحديث(د.م.ن)2005، ص497 ،498.

[2] عبد الباسط محمدعبد الوهاب، مرجع نفسه، ص505،507.

-افتقار الكوادر للتدريب المتزامن والمستمر على ما يستجد من معدات وتقنيات حديثة.

-نقص الدورات التدريبية الخاصة بالعاملين في مجال تخصصهم، واحتلال بعضهم لمناصب في غير تخصصهم.

-انعدام مراكز التدريب والتأهيلالكوادر، نظرا لضخامة تكلفة تأسيسها وتجهيزها بالمعدات اللازمة. [1]

كما لخص خالد لمين بوفجي عوائق الاتصال الرقمي في عدة نقاط:

-كلفة العتاد الاليات، الماسح الضوئي scanner، البرامج المتطورة les logiciels، الحواسيب .....les micros ordinateurs

-عدم وجود كفاءة لدى التقنيين في استخدام الاليات الحديثة، ولذلك يجب الارتكاز على يد عاملة مؤهلة، بمعنى تكوين تقني سامي ثلاث سنوات بعد البكالوريا تضييع المعلومات نظرا لعدم وجود خبرة في ارشفتها.

-عدم وجود مراجع تحتوي على مفاهيم ومصطلحات خاصة بهذا المجال، يتم تدريسها في الجامعات والمعاهد لترسيخها وفهمها لدى الطلبة في المستقبل.

-عدم وجود مراكز تدريبية.

[1] عبد الباسط محمدعبد الوهاب، مرجع سبق ذكره، ص497.

**خلاصة:**

ان توظيف التكنولوجيا الرقمية في مجال الاتصال فتح الباب امام اتصال جديد ربط البشرية ببعضها البعض وسمح تبادل الثقافات بينهم، وهذاالشيء انعكس على حياة الافراد وسلوكياتهم سواء من الجانب الايجابي او السلبي، مما يعني انه على المختصين في هذا المجال محاربة رواسيه السلبية وفي نفس الوقت العمل على توظيف الاتصال الرقمي بها، حيث نجد قطاع التعليم العالي والذي سعى الى الاستفادة من هذه التكنولوجيا لتحسين صورته وتطوير اساليبه ومناهجه التعليمية وتحديثها.

# الفصل الثاني

**تمهيد:**

تعبر صورة المؤسسة على واقع المؤسسة وكل ما يصدر عنه من سياسات وقرارات وتصرفات وعلاقات تتمكن من خلالها المؤسسة تحقيق أهدافها والظهور امام جمهورها بأحسن صورة، ومن هذا المنطلق وباعتبار ان صورة المؤسسة تعبر عن واقعها اليوم وكيفية رؤية الجمهور لها، ارتئينا في هذا الفصل تسليط الضوء على بعض المفاهيم التي من خلالها يمكن التعرف على المعنى الحقيقي لصورة المؤسسة، ومكوناتها، وأهدافها، وانواعها وكذا الوظائف التي تقوم بها.

## الفصل الثاني: مدخل لصورة المؤسسة

### المبحث الاول: مفهوم صورة المؤسسة

#### المطلب الأول: تعريف صورة المؤسسة

في البداية وقبل الخوض في عرض التعريفات المتعلقة بمؤسسة سوف نشرح معنى كلمة صورة.

فالصورة وفقا لما ورد في قاموس ويبستر في طبعته الثانية انها "التقديم العقلي لاي شيئ لايمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر.او هي احياء او محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة.

وهي استرجاع لما اختزنته الذاكرة او تخيل لما أدركته حواس الرؤيا السمع او اللمس او الشم او الشم او التذوق.[1]

وهنالك معنى أكثر شيوعا لهذا المصطلح ورد ايضا في نفس القاموس السابق في طبعته الثالثة

"بان الصورة مفهوم عقلي شائعا بين افراد جماعة معينة يشير الى اتجاه هذه الجماعة الاساسي نحو : شرخص او نظام ما ،او طبقة بعينها .او جنس بعينه او فلسفة سياسية او قومية معينة او أيشيئ اخر ".

اما التعريفات المتعلقة بصورة المؤسسة فتعددت من وجهات نظر الباحثين والدارسين والممارسين. وبغية الالمام بالجوانب هذا المصطلح نستعرض التعاريف التالية:

***تعريف معهد البحوث والدراسات الاعلانية ( irep):** صور ة المؤسسة جميع التمثيلات المادية وغير المادية التي تتكون عند الافراد الذين ينتمون الى المؤسسة.

***تعريف كاثرين باري: صورة** المؤسسة عبارة عن حوصلة لمجموعة من الصور المختلفة فيمابينها، كل واحدة منها خاصة بجمهور معين وجانب من جوانب المؤسسة، وهي تتفاعل فيما بينها لتعطي في النهاية واحدة هي صورة المؤسسة.

***تعريف لاردنيوت:** "صورة المؤسسة مجموعة من المعتقدات والمشاعر التي تريدها المؤسسة ان تتبادر الى اذهان اصحاب المصلحة والاهتمام عندما يفكرون بهذه المؤسسة ".

***تعريف j.j combin :**"صورة المؤسسة بانها عبارة عن مجموعة من التمثيلات الذهنية ،

[1] علي عجوة،العلاقات العامة والصورة الذهنية،عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة القاهرة،مصر2003، ص04.

الادراكية او الحسية لفرد او مجموعة من الافراد تجاه مؤسسة معينة ".

***تعريف kotler et dubois:"**الصورة عبارة عن جميع الجوانب التي أدركها الفرد عن شيئ معين ".

***تعريف هارولد ماركس:"**صورة المؤسسة اجمالي الانطباعات الذاتية للجماهير عن المؤسسة،وهي انطباعات عقلية غير ملموسة تختلف من شخص الى اخر،وهي المشاعر التي تخلقها المؤسسة لدى الجماهير بتاثير ماتقدمه من منتجات، وتعاملاتها مع الجماهير، وعلاقاتها مع المجتمع،واستثماراتها الاجتماعية ومظاهرها الادارية، وتندمج تلك الانطباعات الفردية وتتوحد لتكوين الصورة الكلية للمؤسسة.[1]

من التعاريف السابقة يمكن استخلاص النقاط التالية بشأن صورة المؤسسة:

*صورة المؤسسة عملية معرفية بحيث تمر بمراحل عمليات معرفية من إدراك وفهم وتذكر ...

وتخضع للمتغيرات والعوامل التي تخضع لها العمليات المعرفية او تتاثر بها.

*صورة المؤسسة عملية ديناميكية تفاعلية تمر بمراحل عديدة تتاثر كل مرحلة بما يسبقها وتؤثر فيما يلحق بها، كما انها متطورة ومتغيرة وتاخذ اشكال عديدة وقوالب مختلفة.

*مصدرصورة المؤسسة الجماهير المحيطة بالمؤسسة، حيث تختلف باختلاف الجماهير التي تتعامل ولا تتعامل معها.

صورة المؤسسة هي نتيجة لتفاعل مجموعة من الصور التي تتمتع بها العناصر المكونة لها لدى الجماهير المستهدفة.

*صورة المؤسسة عملية لها ثلاث مكونات هي:

- مكون ادراكي: ويعني الجانب المعلوماتي للصورة.

- مكونات عاطفية: ويتضمن الاتجاهات العاطفية نحو المؤسسة.

- مكون سلوكي ويتضمن السلوكيات المباشرة نحو المؤسسة: مثل التعصب والتحيز والولاء.

[1] جمال إبراهيم،دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية،مذكرة تخرج لنيل الماجستير،تخصص تسويق،جامعة الشلف 2004/2006، ص30.

**المطلب الثاني: خصائص صورة المؤسسة**

للصورة الذهنية خصائص متميزة تتفق مع كونها ظاهرة إنسانية، ومن اهم هذه السمات:

1/ انها خاصية واقعية من خصائص السيكولوجية البشرية وفقا لما يراه "ارتيموف"وعليه فهي تتصف بالقدم والشمولية، فهي قديمة قدم الوعي البشري ذاته،وشاملة بمعنى ان البشر كلهم يكونون صورا ذهنية،وتكون باتجاهاتهم الصور ايضا،وهذه العملية "توافقية"لاترتبط باشخاص معينين او بزمان معين بل هي وظيفة بشرية ،او جزء من الطابع البشري، كما يرى "دويجكر" و"فريدا"

2/ ميلها غالي التكرار دون تغير، مما يعني "اطراد صورة معينة" في اذهان مجموعة من الناس تجاه مجموعات او اشياء معينة، ولعل في ميل الصورة للانتشار في اذهان كثير من الناس،مايؤكد اجتماعية ظاهرة الصورة الذهنية.

3/الصورةعبارةعن تعميمات مؤسسة عن اراء، وانطباعات لا تستند على براهين

علمية تجريبية –في الغالب-ولذلك فهي تبنى على شائعات قد تنطلق من أوهام، وترتبط هذه التعميمات بالمشاعر الذاتية والعواطف الشخصية التي يصعب تفسيرها أحيانا.[1]

4/ لما كانت الصورة الذهنية لايشترط أن تبنىعلى معلومات واقعية دقيقةعن واقع المتصورين، فإنها قد لاتتطابق مع هذا الواقع.

5/ ميلها إلى الثبات من دون جمود، ويرى "دويتش"أن للأحداث قدرة كبيرة على إحداث بعض التأثيرات في الصورةالقائمة إلى درجةتغييرها بما يفوققدرةالمعلومات التي تصل إلى الأفراد على إحداث التغيير.

6/الصورة الصادقة يستغرق بنائها وقتا طويلا وبمشاركة جهازالتفكيرالمنطقي، أماا لصورالزائفة فلا تشتمل إلا على أكثر الجوانب بروزا وهذا لصورسهلة النشوءوالتكوين.

7/ترتبط طبيعة الصورة المكونة ارتباطا وثيقا بالمفاهيم السائدة في المجتمع ،فمعيار التفوق والتميز – فمثلا-يتغيرعبرالازمنة المختلفة، فبينما كان المجال الحربي–فيمامضى-معيار تفوق والسيطرة بين الدول، كانت بريطانيا أوائل هذا القرن تبدو في تصور الناس أقوى دول العالم، وبالضرورة، فان التغيير في معيار التفوق اليوم من المجالالحربي فقط، إلى الدبلوماسية والاقتصاد والسياسة الدولية، يترتب عليه تغير

[1] جالوجيرنو احمد،الفضائيات المخصصة والصورة الذهنية،دار أسامة للنشر والتوزيع،ط1، الأردن،2016، ص61،62.

تصوراتالناس لأقوى الدول، ومعايير اختيارها لها.[1]

ويرى أديب خضور أن أهمخصائص الصورةهي:

1/الصورة تجسيد لواقع فكري معين، وللصورة مقدرة كبيرة على تقنين الفكرة، وهي القالب التي تصب ضمنه ويحفظها من الضياع ويسهل انتشارها.

وعندما تتشكل الصورة تصبح بحد ذاتها منطلقا لعمليات فكرية جديدة تضاف إلى الصورة فتبلورها.[2]

2/تحمل الصورةحكما قيما و تعكس خياره و تعبر عن إدراك، لذا فدراسة مضمونها و عناصرها وخصائصها وحركتها تظهر طبيعة الإرثالثقافي والبعد الاديولوجي والزاد المعرفي.

3/تتكون الصورة لدى الإنسان تجاه شخص أوشعب معين من ثلاثة عناصر: العنصرالمعرفي،والعاطفي،والسلوكي.

4/إن الصورأو القوالب يجب أن لاينظر اليها كأشياء تتسبب بنفسها، بلكاعراض لأسباب خارجية أخرى

5/إن المادة التي تتكون منها القوالب الذهنية تنتقل من جيل إلى جيل، وقد يستوعبها الطفل قبل أن يعي معنى كلمة شعب أو أمة.

6/إن الأحكام المسبقة قوالب سلبية أو رافضة تتخذ عن شخص، أو جماعة من الأشخاص إذ تحصل هذه الجماعة بسبب المواقف المقولبة على صفات محددة أصلا.

7/ الصورة ليست ثابتةاو دائمة بالضرورة، بل قد تتطور و تتعدل كليا أوجزئيا بفعل عوامل ذاتية أوموضوعية، كما أن اكتشافها يمكن أن يساعد على الاقتراب منها والتعرفالأفضل على جوانبها، و تحديد مسارات التعامل معها سواء باتجاه الترسيخ أو التغير.

[1] جالو جيرنو أحمد، مرجع سبق ذكره، ص61،62.
[2] الحماد،خلف لافي الحلبا،الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرآي العام، مذكرة لنيل درجة الماجستير،كلية الآداب والإعلام،الأردن،2014، ص26.

**المطلب الثالث: أهمية صورة المؤسسة:**

قد تزايد الاهتمام بموضوع الصورة وأهميتها بالنسبة للفرد أو المنظمة أوعلى مستوى الدول نظرا لما تقوم به هذه الصورة من دورهام في تكوينا لآارء واتخاذ القرارات وتشكيل السلوك .

وللصورة دور كبير في تشكيل مدارك الفرد ومعارفه مما جعل لها تاثيرا واضحا على سلوك الفرد وقدارته وتوقعاته وردود أفعاله إزاء الكثير من القضايا الهامة، فالصورة تؤثر على إداركنا لما يدور حولنا من التجارب الحاضرة، كما تؤثر على توقعاتنا واستنتاجاتنا عن الآخرين وعن التجارب المستقبلية.

بالتالي يمكن التأكيد علىأن للصورةأهمية كبيرة في ابراز ارائنا واتجاهاتنا وقيمنا وردودأ فعالنا اتجاه كل الفئات والأحداث وتدعيم هذا الشعور لدينا ولدى الآخرين.

وكما أن للصورةدورا بارزا في حياة الافراد فإنها تقوم أيضا بدور في غاية الأهمية في حياة الدول والشركات والمؤسسات، الأمرالذي يبرر حرصهذه الأطراف كافة على أن تكون صورتها لدى الآخرين ايجابية وتخدم أهدافها ومصالحها والسعي لإزالة أي معالم أو جوانب سلبية موجودة في هذه الصورة وقد تطرأ عليها.[1]

تكتسب الصورةاتجاه المنظمات أهمية خاصة من خلال تاثيرها في الراي العام السائد نحو الجوانب ذات العلاقة بالمنظمة، حيث تقوم الصورة من خلال تأديتها لوظائفها النفسية والاجتماعية بدور رئيسي في تكوينالراي العام وتوجيهه باعتباره مصدر اراء الناس واتجاهاتهم وسلوكهم.

وانطلاقا من العلاقة بين الصورةوتكوين الراي العام للمجتمع فانه يتحتم على المنظمات أنتهتم بدراسة الصورةالسائدة عنها في مختلف طبقات المجتمع، من أجل التمهيد لوضعالاستراتجيات الكفيلة بإيجاد صورةايجابية عن هذه الجهات تكفل وجود رايعام مناصرلقضاياها، ومواقفها ودعمها بجميعأنواع الدعم في الظروف المختلفة.

ولقدضاعفت المتغيرات الأخيرة المتسارعة من أهمية دراسة الصورة الذهنيةعن المنظمات بينمختلف شرائح المجتمع، والعوامل المتعلقة بتكو ينها و البرامج اللا زمة لتحسينها،وخاصة تنامي الحملات الإعلامية التي باتت تواجهها من الداخل والخارج.

[1] عبد الله مصطفى، دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة الإستراتيجية مع جمهورالمستفيدين،مذكرة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال،فلسطين،2018، ص26.

وتأسيسا على ما سبق فان الباحث عبد الله مصطفى عبد الله الفرا يوجزاهمية الصورة الذهنية في النقاط التالية:

1/تقومبدو رمحوريومهم في تكوينا لآراء واتخاذ القررات وتشكيل سلوك الافراد.

2/ تساعد المنظمات والمؤسسات والقياداتفي رسم الخطط، واتخاذ القرارات التيتكون صورة ايجابية عن

المؤسسة التيتتفق معا حتياجات الجماهير.

3/ تؤدي الصورةالذهنية دورا مهما في اثراء ، أو تقديم الرؤية المتكاملة للدراسات الإعلامية والإدارية والاجتماعية و النفسية نظرالأنها تقوم بدور مؤثر في السلوكيات والقرارات الحياتية في امور

حياتنا.[1]

[1] عبد الله مصطفى، مرجع سبق ذكره،2018، ص26.

4/تساهم في تكوين وتشكيل الرأي العام تجاه المنظمات والمؤسسات والافراد في المجتمع.[1]

[1] عبد الله مصطفى، مرجع سبق ذكره،2018، ص27.

**المبحث الثاني: مكونات أبعاد صورة المؤسسة**

تكمن أهمية التعرف على أبعاد الصورة الذهنية ومكوناتها في أنها تعطي للباحث رؤية كاملة لجوانب الصورةالذهنية و تساعده في تحديد أي الجولب يحتاج إلىدراستها عبر التركيز على البعد الذي تختص به في الصورةوهو ما سيسهل لاحقا اجراء الدراسة التطبيقية بناءاعلى الهدف الرئيسي للبحث.[1]

وينبغي أن نشير بداية إلى إجماع معظم الباحثين على أن الصورة تشمل على ثلاثة

مكونات أو أبعاد أساسية تتمثل في:

-البعد أوالمكون المعرفي.

- البعد أوالمكونا لوجداني.

- البعد أو المكون السلوكي.

**المطلب الأول: البعد أو المكون المعرفي لصورة المؤسسة.**

ويقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعا أو قضية أو شخصاما، وتعتبر هذه المعلوماتهي الأساس الذي تبنى عليه الصورة التي يكونها الفردعن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة.

إن تكوين الصورة يعتمد في الأساس على الإطار المعرفي للإنسان، والذي يعتمد بدورهعلى الخيارات المباشرةوالغيرمباشرةبالوقع الاجتماعي المحيطبه، ونظر لصعوبةاعتماد الافراد على خبراتهم المباشرة في فهم ذلك الواقع، بحكم ضيقالحيز الزمني الذي يمكن ان بملكه الانسان في حياته، ومحدودية الفرص المتاحة له للتعرف على مايحيط به، على نحومباشر، فإنهم يعوضون ذلك النقص في مجال الخبرة المباشرة باعتمادهم على مصادر المعلومات الوسيطة التي يأتي في مقدمتها وسائل الإعلام التي تستطيع من خلال مضامينها المتنوعة وانتشارها الواسع أن تقدم للافراد واقعا بديلا لواقعهم المحدود.

وبناءا على دقة المعلومات والمعارف التي نحصل عليها عن الآخرين تكون دقة الصورالتي نكونها عنهم، و ينطبق ذ لك على ا لصور الذهنية لدى الافراد عن الدول والأحداث و القضايا

[1] الجرايد عبد الرحمان بسام،ادارة العلاقات العامة، دار أسامة للنشر،ط1،الاردن،2013، ص321،322.

المختلفة ،وفقا للبعد المعرفي فإن الأخطاء في الصورة المتكونة لدى الافراد هي أخطاء ناتجة أساسا عن المعلومات والمعارف الخاطئة التي حصل عليها هؤلاء الافراد ، أو ناتجة عن أخطاء في عملية تمثيل المعلومات أي عدم استيعاب المعلومات وادراكها بالشكل الصحيح والدقيق، و يرجع ذلك إلى محدودية قدرتنا على التركيز والانتباه، ويتم التغلب على ذلك من خلال عمليات التصنيف التي يلجأ إليها الأفراد ابتعادا عن الجهد المطلوب لهضم المعلومات الجديدة،والتعاملمع كل معلومة جديدة باعتبارها مثيرا جديدا يحتاج إلى تمثيل فالإنسان لايكلف نفسه بالضرورة بذلالجهد الكبير من اجل الاستعاب الصحيح للأمور ومن هنا تاتي خاصية عدم الدقة في الصور التي كونها عن الاشخاص والاحداث والقضايا. [1]

[1] الزميلي أيمن عبد الرؤوف،اثر الدورالذي تؤديه الشرطة في بناء صورتها الذهنية من وجهة نظر لجان الإصلاح،مذكرة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال،فلسطين،2018، ص41.

**المطلب الثاني:البعد أوالمكون الوجداني للصورة:**

يقصد بالمكون الوجداني الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أوقضية أوشخص أوشعب أودولة مافي إطار مجموعة الصور التي يكونها الأفراد ويتشكل الجانب الوجداني معالجانب المعرفي , و مع مرورالوقت تتلاشى المعلومات و المعارف التي كونها الأفراد وتبقى الجوانب الوجدانية التيتمثلاتجاهاتالأفرادنحوالأشخاص والقضاياوالموضوعات المختلفة ويتدرج البعد الوجداني بين الايجابية والسلبية، ويؤثرعلى ذلك مجموعة من العواملأهمها حدود توافرمصادرالمعرفة، فكلما قلتهذهالمصادراتسم البعد النفسي بالسلبية، وكلما تعددت المصادر عزز ذلك من فرص الايجابية في تكوين الاتجاهات ، كما يؤثر في بناء البعد الوجداني خصائص الشعوب من حيث اللون والجنس واللغة، فاختلافهذهالخصائص من الأمور التي تسهم في بناء الاتجاهات السلبية والتجانس في هذه الخصائص يسهمفيبناءالاتجاهات الايجابية.[1]

ويرتبط بناء الجانب الوجداني في الصورةالتي تتشكل لدى الأفراد بالمنظومةا لقيميةلديهم، فالاتجاهات تتشكل في ضوء المنظومة القيمية التي تحكم سلوكيات وتصرفات الأفراد كما يرتبط البعد الوجداني في تكوين الصور الذهنية بالخبرات والاتجاهات السابقة لدىالأفراد، فمن شأن الخبرات الايجابية أن تسهم في بناء الاتجاهات الايجابية و العكس صحيح.

**المطلب الثالث: البعد او المكون السلوكي لصورة المؤسسة.**

يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة المشكلة لديه في مختلف شؤون الحياة، حيث ترجع أهمية الصورة في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ بسلوك الأفراد،فسلوكيات الافراد يفترض منطقيا أنها تعكس اتجاهاتهم في الحياة.

وحظي موضوع الصورة في علاقته بالسلوك باهتمام العديد من الدارسات فقد تناولت عدة دراسات انعكاسات الصورة للسلع والخدمات على القرارات الشرائية للمستهلكين، باعتبار أن انطباعات الأفراد عن السلع والخدمات التي يستقيها الأفراد من الإعلانات التجارية المقدمة في وسائل الإعلام المختلفة تسهم في مساعدة الأفراد في اتخاذ القرارات الشرائية الملائمة.[2]

[1] الزميلي أيمن عبد الرؤوف، مرجع سبق ذكره،2018ص41،42.
[2] الزميلي أيمن عبد الرؤوف، مرجع نفسه، 2018،ص45.

## المبحث الثالث: أهداف ووظائف وأنواع صورة المؤسسة.

### المطلب الأول: أهداف المؤسسة.

اهداف المؤسسات من وراء تكوين صورة لها في اذهان الجماهير مايلي:

- بناء استراتيجية للصورة في المؤسسة تسعى في البداية الى اضفاء المشروعية على المؤسسة بمعنى اعطاء المؤسسة بمعنى اعطاء المؤسسة حقوق لم تكن تتمتع بها من قبل، بالاظافة الى جعلها عنصرا فاعلا، وحتى ان هذه المشروعية تجعلها معروفة لدى الجمهور.

- تهدف الصورة الى توسيع مجال النشاط اوحتى تغييره، وهنا يكون الاعتماد على الصورة كاداة لتوصيل الرسالة او حتى مساهمتها في النشاطات الثقافية والاجتماعية.

- الصورة تعتبر اهم العناصر التي تستند عليها المؤسسة في الاتصال مع جمهورها وايصال الرسالة والمعلومات المناسة له.[1]

- القضاء على الاشاعات التي يتم ترويجها عن المؤسسة،فالتركيز على الاتصال عن طريق الصورة ينهي الاشاعة سواء كانت داخلية ام خارجية ويعيد للمتعاملين ثقتهم في المؤسسة في تحقيق اهداف مالية، فالهدف الرئيسي للمؤسسة دائما يبقى تحقيق الربح، فتحسين الصورة للمؤسسة تحقق هوامش ربح،تجدد مواصفات المنتجات، وكذلك تعمل على تخفيض تكاليف المؤسسة.[2]

### المطلب الثاني: أنواع صورة المؤسسة.

إن تحديد نوعالصورة يمكن أن يساعد على الاقتراب منها وفهمها ومعرفة جوا بها بشكل أفضل ومن ثم تحديد مسارات التعامل معها باتجاه التصحيح والترسيخ أوالتغيير،وهذا ماتسعى إليه المؤسسات الرامية إلى تكوين أفضل صورةلها، ومن هذا المنطلق فقد صنف الكثير من الباحثون الصورة كل حسب نظرته لها و ذلك نظرالتعدد الدراسات والأبحاث التي تناولت هذ االموضوعوبالتالي هنا كأنواع عديدة لها نذكر من بينها:

1/ الصورة المرآة: وهيالصورة التي ترى المنشأة نفسها من خلالها.

[1] ابراهيم جمال، مرجع سبق ذكره،2018، ص88.
[2] د.م سعيد أوكيل، الابتكار التكنولوجي لتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز التنمية المستدامة وتعزيز التنافسية، مكتبة العبيكان، طبعة، ص113.

2/الصورةالحالية: و هي التي يرى بها الآخرون المنشأة.

3/الصورة المرغوبة: وهيالتي تود المنشأة أن تكونها لنفسها في أذهان الجماهير.

4/الصورة المثلى–الصورة المتوقعة-: وهيأمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في

الاعتبارمنافسة المنشآت الأخربوجهودها فيالتأثيرعلىالجماهير.

5/الصورةالمتعددة:

وتحدث عندما يتعرضالأفراد لممثلين مختلفين للمنشأة يعطي كلمنهم انطباعا مختلفا عنها و من الطبيعي أن لا يستمر هذا التعدد طويلا فإما أن يتحول إلىصورة ايجابية،او الى صورة سلبية أوأن تجمع بين الجانبين صورة موحدة تظلهاالعناصر الايجابية و السلبية تبعا لشدة تأثير كل منها علىهؤلاء الأفراد.[1]

6/الصورةالمتكاملة:

يقصدبها صورة المؤسسة ذاتها بغض النظرعما تنتجه وتتكون تلك الصورةمنعناصرعدة، ويشترك في تكوينها: تاريخ المؤسسة، السمعة الطيبة، القدرة

على الاضطلاع بالمسؤولية الاجتماعية، العلاقة بين الجمهوروالمؤسسة.

7/صورة المنتج أوالخدمة:

وهي الصورة التي تنتج عن الجهود الاشهارية التي تقوم بها المؤسسة وترتكزعلىالخصائص النوعية للمنتج

أوالخدمة، ومايتمتع به من مستوى وجودة المؤسسة.

ويشيرفيليب موريل إلى أربعة أنواع للصورة الذهنية:

1/الصورة المؤسساتية: وتكون على المستوى الوطني.

2/الصوة المهنية: وترتبط بطبيعة نشاط المؤسسة

[1] عبيدة مصطفى،محمد يوسف،مقدمة في العلاقات العامة،دار الكتاب،القاهرة2004، ص172،173.

3/الصورة العلائقية :وترتبط في ضوءالتواصل مع الجمهور.

4/الصورة العاطفية: التي تقوم على أساسالود والتعاطف بين المؤسسة والجمهور.

وهنا كأنواع أخرى من الصورالذهنية والتي حددها الباحثان محمد يوسف ومصطفى عبده وهي:

1/الصورةالواقعة

هيالصورة التي تم تشكيلها بالفعل للمنظمة أوالمؤسسة أوالدولة أوالجماعة، والتي أصبح الجمهور يتعامل مع المنظمة على أساسها ويتعرف عليها وهذهالصوة قد تكون ايجابية، وقد تحتوي بعض السمات السلبية فيها.[1]

2/الصورة الإتصالية

وهي الصورة التي تعمل المؤسسة على تشكيلها من خلال الرسائل الاتصالية التي توجهها للجمهور، وتستخدم كل وسائل الاتصال المتاحة لديها وقد تكون ايجابية لكن ليست على النحو الذي ترغب المؤسسة بتشكيله.

3\الصورة الناتجةعن أزمة:

وهي صورة مؤقتة نشأت نتيجة أزمة فيالمنظمة أدت إلى استجابات عاطفية سريعة للمنظمة، وتعتبرالصورة المشوهة من أخطرالصورالناتجةعن الأزمات المختلفة التي تتعرضلها الأنظمة، ولهذا يجب علىالمنظمة و خاصة الأفراد القائمين علىالاتصال داخلها أن يقوموا بجهود مكثفة لمواجهة هذه الصورة المشوهة والعمل على تغييرها وذلك من خلالإعطاء معلومات صحيحة ودقيقة عن المؤسسة للجمهورلأن أي محاولة لتغييرالصورةعن طريق الخداع أوتقديم بياناتغيرواضحة ومفهومة يؤدي إلى تناقص في المصداقية مما يزيد

[1] عبية مصطفى ومحمد يوسف،مقدمة في العلاقات العامة،دار الكتاب،القاهرة2004، ص34.

في تشويه الصورة أكثر، ويصعب بعدذلك محاولة تحسينها.

4/الصورة الذهنية

الاجابية

هي تلك الصورة التي تتشكل من سمات ايجابية تثير الاعجاب والتأييد لدى جمهور وكلما حاولت المؤسسة تحسين هذه الصورة أدت من امكانيات نجاحها وتحقيق أهدافها ولكن تحقيق هذه الصورة يحتاج الى بيئة خارجية مناسبة ويحتاج إلى ثقافة عامة تتيح إمكانية قبول هذه الصورة واقتناع الجمهوربها.

**المطلب الثالث: وظائف صورة المؤسسة.**

تزايد الاهتمام بموضوعالصورة و وظائفها بالنسبة للفر دأو المؤسسة نظرا لما تقومبههذه الصورةمن دورهام في تكوين الآراء واتخاذ القرارت وتشكيل السلوك.

وللصورةالذهنية دور كبيرفي تشكيل مداركالفردومعارفه، مما يجعل لها تأثيرواضحاعلى

سلوك الفردوتوقعاته وردود أفعاله إزاء الكثيرمن القضايا الهامة، لذلكهناك وظائف تقوم بهاهذه الصورة وهي:

1/تؤدي الصورة إلى تيسيرعملية تصنيف المنبهات الواردة إلىالإنسان من العالم الخارجي، مما يوفرله حالة من اقتصاد الجهد، حيث يقدم هذا التصنيف أطراعامة تكفل للفرد التفاعل مع المواقف المختلفة وفق المعرفة المسبقة عنها ويقلل هذا التصنيف من نطاق الجهل في التعامل مع الاحداث .

2/تؤدي الصورة على تيسيرالتواصل بين الناس، حيث تبسط الظواهر في صورة رموز يجعل التفاعل بين الناس ممكنا على أساس هذه الرموز ويلجأ العقل الإنساني إلى تكوين الرموز كعملية حتمية لتنظيم التجارب الإنسانية في شكل مبسط حتى يسهل عليه ترتيبها واختزالها وتذكرها.

3/تقدم الصورة للفرد معياراتقييمها للحكمعلى صحة ما يصل إليه من معلومات.

4/تستخدم الصورةكأداة للدفاع عن الذات إذتشير بعض الدراسات في هذا المجال إلىأن الصور تتيح للفرد فرصة تبريركثير من أفعاله.

5/تزيد الصورة من تقديرالذات نتيجة عضوية الفرد في جماعة معينة، فالصورة الايجابية عن الجماعة التي ينتمي إليها الفرد قد تزيد من تقديره لذاته ومن شعوره بالرضا عن نفسه ذلك أن الصورة الايجابية للفرد أوالجماعة توفر رجع صدى ايجابي لدىا لإنسان مما يمنحه شعورا بالرضا والاطمئنان.[1]

[1] الزميلي أيمن عبد الرؤوف،مرجع سبق ذكره2015،ص40.

كما تؤدي الصورة الايجابية إلى إضفاء الشرعية على إيديولوجية الجماعة وتبرر توجهاتها وممارستها وتدافع عنها وتؤكد على هويتها الاجتماعية، كما تؤكد الشعور بالتفوق لدى أعضائها.

وهناك وظائف أخرى للصورة يمكن عدها في النقاط التالية:

1/ تحققا لصورة الذهنية للفرد أكبرقدرممكن من التكيف مع ظروف الحياة من خلال دورها في اختصارجهد الفرد بما تقدمه له منأطر جاهزة تكفل له التعامل مع الآخربل والتنبؤ بسلوكه دون إمعان النظر في خصائصه الفردية.

2/إن التطور الذهني يضيق نطاق الجهل بالآخرين من خلال استخدام الأفرد له نتيجة لما يقدمه من المعرفة يمكن أن تكونعليها صورة الآخرين من خلال التعامل معهم.

3/تؤدي عملية تكوين الصورة الذهنية إلى تحويل العالم من عالم معقد إلى عالم أسهل وأكثر تنظيما من خلال استخدام الجوانب السيكولوجية التي تنطوي عليها عمليات التعليم.

4/تسهم الصورفي تفسير مواقف الفرواراته وأنماط سلوكه في لحياةا لاجتماعية وتفسر أساسا فلسفته في الحياة وذلك لارتباطها بقيمه ومعتقداته وثقافته.

5/للصورةدوركبير في تكوين الراي العام وذلك لأنها تشكل اللب الأساسية للراي العام وذلكلانها تشكل باعتبارتأثيرها في اراء الناس ومواقفهم.[1]

[1] لجرايدة بسام عبد الرحمن، ملاجع سبق ذكره2013، ص321، 322.

**خلاصة:**

تناولنا من خلال هذا الفصل اهم المفاهيم التي من خلالها يمكن التعرف على مصطلح صورة المؤسسة، لاسيما وان مفهوم صورة المؤسسة قد عرف عدة دراسات واهتمامات من طرف الباحثين، بحيث تطرقنا الى عدك تعاريف مختلفة لصورة المؤسسة، ثم تطرقنا الى مكوناتها، وأخيرا تطرقنا الى أهدافها التي تسعى أي مؤسسة من خلالها تحقيق صورة جيدة عنها لدى جماهيرها، وتناولنا أيضا أنواعها ووظائفها نظرا لما تقوم به هذه الصورة من دور هام في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل السلوك.

# الإطار التطبيقي

## الجانب التطبيقي

### المبحث الأول: ماهية كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

#### المطلب الاول: بطاقة فنية لجامعة الدكتور يحيى فارس بالمدية

انطلق التعليم العالي بالمدية خلال السنة الجامعية 1989/1988 بموجب المرسوم رقم "48 / 89 " المؤرخ في 1989 / 11/04م بالهياكل الإدارية التي احتضنت المعهد الوطني للتعليم العالي في الالكتروتقني عندما كان معهدا تكنولوجيا تابعا لإكمالية »الفرابي« من أجل توفير التعليم العالي في الشعب التالية :

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

في شهر جويلية من سنة 2000 وبمقتضى المرسوم رقم 198 /2000 المؤرخ في 25/07/2000رقي المعهد الوطني للتعليم العالي إلى مركز جامعي فقد ازداد تطورا حيث عرف المركز فتح أربعة معاهد :

- معهد العلوم والتكنولوجيا.
- معهد العلوم الاقتصاديةوالتجارية وعلوم التسيير.
- معهد العلوم القانونية والإدارية.
- معهد الآداب واللغات.

وقد تم ترقية المركز الجامعي يحي فارسإلى جامعة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم11/09 المؤرخ في 07 محرم 1430 هـ الموافق لـ: 4 جانفي 2009.

فيما حددت كليات الجامعةحسب نفس المرسوم كما يأتي :

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

**المطلب الثاني: مدخل الى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية:**

بتاريخ الفاتح من ديسمبر عام 2013 تم نشاء كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بمقتضى المرسوم التنفيذي المعدل والمتمم رقم 403.13 ،الموافق ل 2013/12/01 ،متفرعا عن كلية الأدب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية)سابقا(، والمنشأة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم11.09، الموافقل 04/01/2009الذي تضمنا استحداث جامعةالمدية والكليات التابعة لها .وتعد كلية العلومالإنسانية والاجتماعية واحدة من كليات تابعة لجامعة المدية، إذ تضم طاقما إداريا وبيداغوجيا متكاملا يكفل تكويناعاليا لمستوى في أطواره الثلاث:ليسانس،ماستر،دكتوراه،لضمان تخرج الدفعات المتتالية في أحسن الظروف.

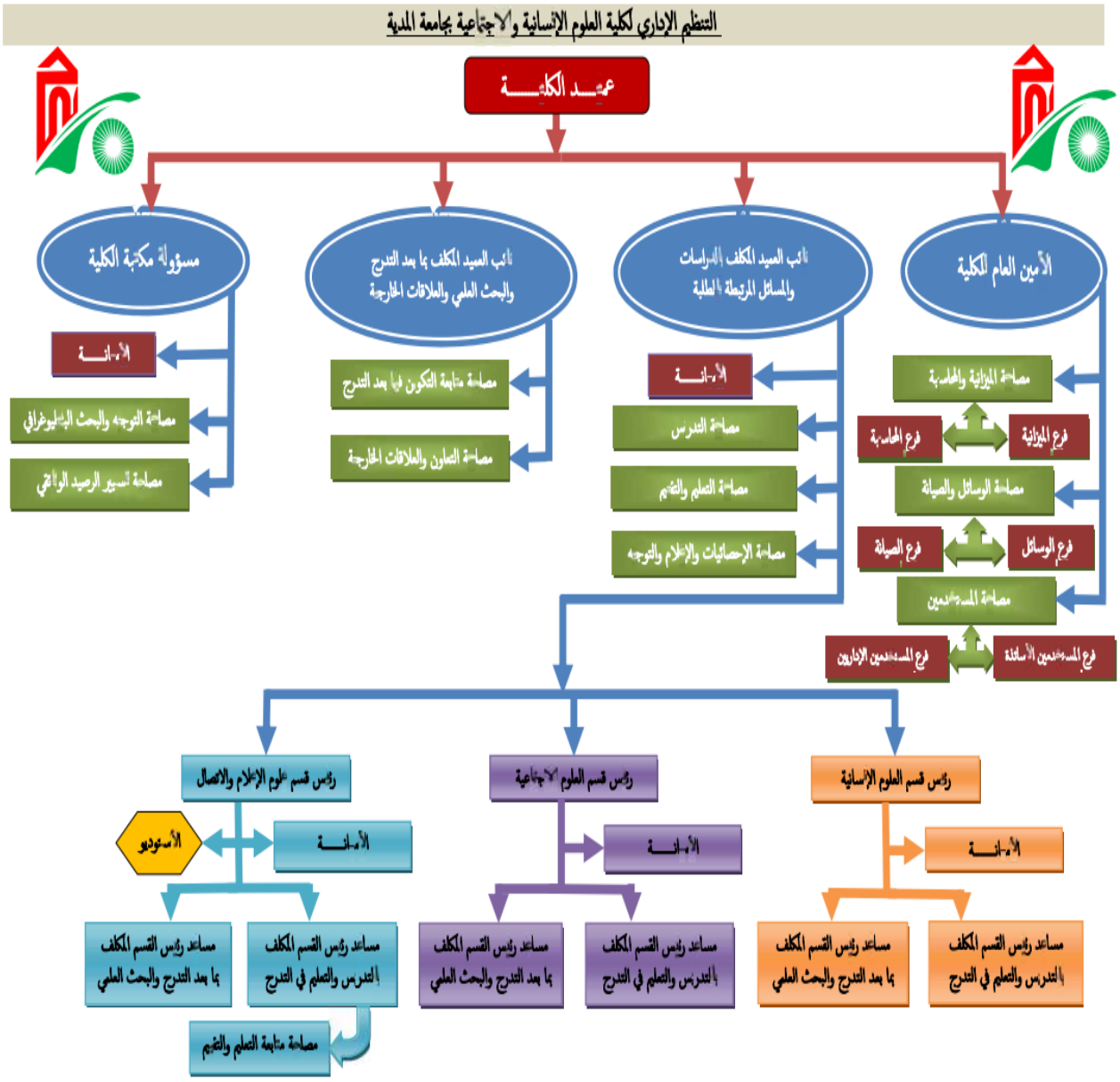
**إحصائيات الكلية:**

| الكلية | الطور | التخصصات | احصائية |
|---|---|---|---|
| **علوم انسانية** | **الليسانس** | جذع مشترك علوم انسانية | 591 |
| | | علوم انسانية -تاريخ | 152 |
| | | علوم انسانية -علوم الاعلام والاتصال | 264 |
| | | تاريخ عام | 144 |
| | | اعلام | 215 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | **المجموع** | **1366** |
| **علوم اجتماعية** | **الليسانس** | جذع مشترك علوم اجتماعية | 517 |
| | | علوم اجتماعية -علوم التربية | 129 |
| | | علوم اجتماعية -علم النفس العيادي | 202 |
| | | علوم اجتماعية -ارطوفونيا | 68 |
| | | علوم اجتماعية -علم الاجماع | 122 |
| | | ارشاد وتوجيه | 101 |
| | | علم النفس العيادي | 142 |
| | | ارطوفونيا | 45 |
| | | علم الاجتماع | 139 |
| | | **المجموع** | **1465** |
| | | **المجموع الاجمالي الليسانس** | **2831** |
| **علوم انسانية** | **الماستر** | اولى تاريخ دولة عثمانية(1453-1924) | 30 |
| | | ثانية تاريخ دولة عثمانية(1453-1924) | 46 |
| | | اولى تاريخ الغرب الاسلامي | 38 |
| | | ثانية تاريخ الغرب الاسلامي | 28 |
| | | اولى تاريخ المقاومة والحركة الوطنية الجزائرية | 38 |
| | | ثانية تاريخ المقاومة والحركة الوطنية الجزائرية | 79 |
| | | اولى اتصال وعلاقات عامة | 111 |
| | | ثانية اتصال وعلاقات عامة | 69 |
| | | اولى سمعي بصري | 50 |
| | | ثانية سمعي بصري | 37 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | **المجموع** | **526** |
| **علوم اجتماعية** | **الماستر** | اولى تنظيم وعمل | 62 |
| | | ثانية تنظيم وعمل | 45 |
| | | اولى جريمة وانحراف | 27 |
| | | ثانية جريمة وانحراف | 41 |
| | | اولى ارشاد وتوجيه | 90 |
| | | ثانية ارشاد وتوجيه | 117 |
| | | اولى علم النفس العيادي | 137 |
| | | ثانية علم النفس العيادي | 128 |
| | | اولى امراض اللغة والتواصل | 41 |
| | | ثانية امراض اللغة والتواصل | 37 |
| | | **المجموع** | **725** |
| | | **المجموع الاجمالي الماستر** | **1251** |
| **المجموع الكلي لطلبة الكلية بتاريخ 2023/03/28** | | | **4082** |

## المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للجامعة



## المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة

### المطلب الاول: توظيف أدوات جمع البيانات

#### الملاحظة وكيفية استخدامها

تعتبر الملاحظة من أهم أدوات ووسائل جمع المعلومات والمعطيات في البحوث إلا أنها تكتسي طابعا متميزا وموقعا استراتيجيا عند تموقعها ضمن فلك المنهج الوصفي , الذي يعتمد بالأساس وبالدرجة الاولى على الملاحظة ومدى دقتها وفعاليتها لرصد الظواهر والممارسات و السلوكات بطريقة واقعية , لمعرفة السلوك الفعلي للأفرادالمبحوثين من ملاحظة ردودهم وانفعالاتهم , وأيضا في الحالات التي يرفض بعض المبحوثين الإدلاء بإجاباتهم , وتم توظيف الملاحظة المباشرة عند القيام بدراسة استطلاعية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وبما اننا ننتمي الى مجتمع البحث فهو ما سمح لنا عن قرب عن مدى مساهمة الاتصال الرقمي في تحسين صورة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لدى طلبتها وكذا معرفة مدى تعامل الطلبة مع الوسائل الرقمية في الاتصال فيما بينهم مع اساتذتهم وكذا إدارة الكلية عن طريق التنقل عبر مختلف أقسام المؤسسة.

تمت ملاحظة الطلبة طيلة فترة الدراسة وهو ما سمح لنا معرفة مدى استخدام الطلبة للوسائل الرقمية عن قرب وهو ما يسمى بالملاحظة بالمشاركة، كل هذه العمليات باختلاف مسمياتها وارتباطاتها شكلت لدينا ملاحظات واقعية تم توظيفها في صياغة أسئلة الاستمارة حاولنا تقديمها بصورة موضوعية وعلمية . كما تجدر الاشارة إلى أن الملاحظة مكنتنا من رصد ردود أفعال عينة البحث إزاء القضايا المثارة وملاحظة مدى استخدامهم للاتصال الرقمي في تعاملاتهم داخل الكلية.

#### الاستمارة وكيفية استخدامها

لا جدال في اعتبار الإستمارة ذات ميزة وخصوصية معينة باعتبارها أداة فاعلة في عملية جمع البيانات ولكونها تنطوي على مجموعة من االسئلة يقوم الباحث بصياغتها لتمكنه من الحصول بنوع من الثقة والوضو ح على مخرجات في شكل إجابات تعتبر بمثابة االرضية التي ينطلق منها الباحث للتصديق على موضوع بحثه .

تم تصميم الإستمارة وفق موضوع البحث واتساقا مع تساؤلاته, حيث حاولنا مراعاة جانب التسلسل المنطقي والمنهجي للأسئلةبأسلوب واضح ومفهوم وقريب من مستوى عينة البحث حيث قمنا باختيار الإستمارة الاولية ضمن نطاق الدراسة الاستطلاعية والمقابالت الحرة لتمحيص الاسئلة وتبيان

مدى مصداقيتها ومرونتها للخروج باستمارة نهائية , وإخضاعها لرؤية نقدية أكاديمية لبعض الأساتذة من أجل تحكيمها (الملحق رقم2 )للخروج باستمارة نهائية و من ثم توزيعها على المبحوثين.

تحتوي الاستمارةعلى ستة عشر سؤال مقسمين إلى أربعة محاور معبرة عن تساؤلات البحث الذي نحن بصدد قراءته، وهي على الشكل التالي :

- المحور الأول: يشتمل على بيانات شخصية وعامة حول الطلبة, حيث يحتوي على 03 أسئلة مرقمة من 1الى03
- المحور الثاني: يشتمل على تتعلق بالطالب ووسائل الاتصال الرقمي المستخدمة في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ثم التعبير عنها من خلال 04أسئلة مرقمة من04 إلى 07،هي أسئلة تغطي التساؤل الأول لموضوع البحث
- المحور الثالث: يحتوي على معلومات تتعلقبأهم الخدمات التي يقدمها الاتصال الرقمي في تحسين صورة الكلية لدى الطلبة تم التعبير عنها من خلال 04اسئلة، مرقمة من 08الى11وهذه الأسئلة تغطي التساؤل الثاني لموضوع البحث.
- المحور الرابع: يشتمل على معلوماتتتعلق بمدى فعالية الاتصال الرقمي في تحسين صورة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية من وجهة نظر الطالب حيث يحتوي على 05اسئلة مرقمة من 12 الى 16.

**العينة المستخدمة :**

بالرجوع إلى طبيعة الموضوع وخصوصيته يتم اختيار أسلوب العينة ،اتساقا وموضوع البحث ، رجوعا إلى موضوع بحثنا خاصة إذا علمنا أن مجموع عدد، طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية هو **4082**يصبح اختيار العينة ضرورة ملحة لكون الباحث يتعامل مع متغيرات ذات تأثير كبير على نتائج بحثه، مجسدة في الوقت، الجهد والتكاليف ، ولما كانت هذه المتغيرات تؤثر على البحث ، وجب كضرورة منطقية ومنهجية إتباع أسلوب العينة ، حيث تتوقف دقة النتائج المتوصل إليها استعمال العينة ،ومدى تمثيلها لمجتمع البحث لتحقيق مصداقية تعميم النتائج . لذلك ارتأينا إلى اختيار عينة قصديةلأنها سهلة الاختيار.

**تحديد حجم العينة**

وتمثل في طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمدية بكل تخصصاتهم ومستوياتهم وهذا لسهولة التواصل مع الطلبة والوصول اليهم.

تحديد حجم العينة :حيث وقع اختيارنا على نسبة **03%**من مجموع الكلية ليصبح العدد الاجمالي للعينة المختارة هو **122**طالب من مجموع عدد الطلبة **4082**،وتمت الاجابة على **99** استمارة.

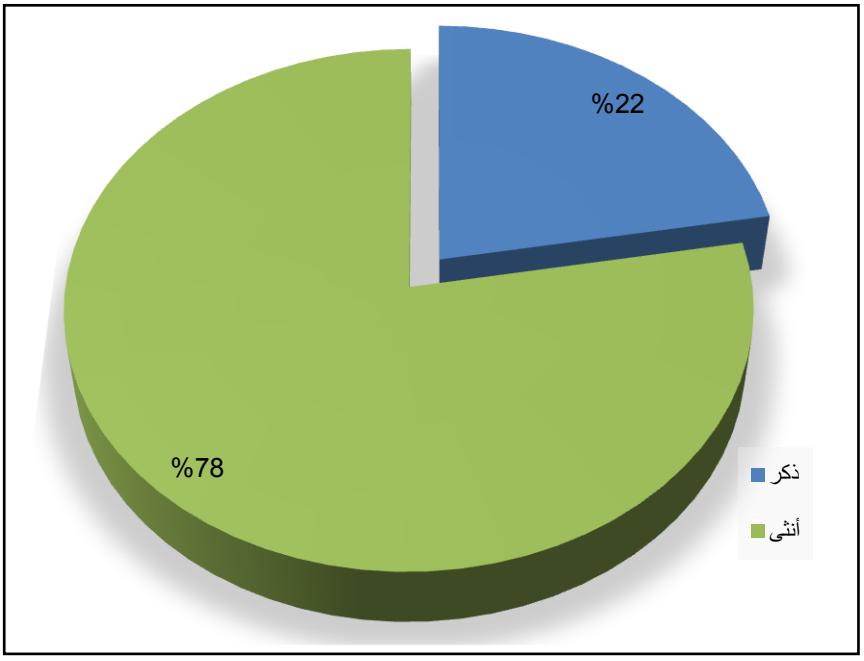
**المطلب الثاني: تفريغ البيانات وتحليلها**

**الجدول رقم (01) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس**

| المتغير / الاجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| ذكر | 22 | 22 % |
| أنثى | 77 | 78 % |
| المجموع | 99 | 100% |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن عدد الذكور 22 ذكر من العينة المختارة اي ما يعادل 22%، أما الإناث فهو 77 أنثى من نفس العينة أي ما يعادل 78% من المجموع الاجمالي 99 فرد،وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (01).

**الشكل رقم (01) توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس**



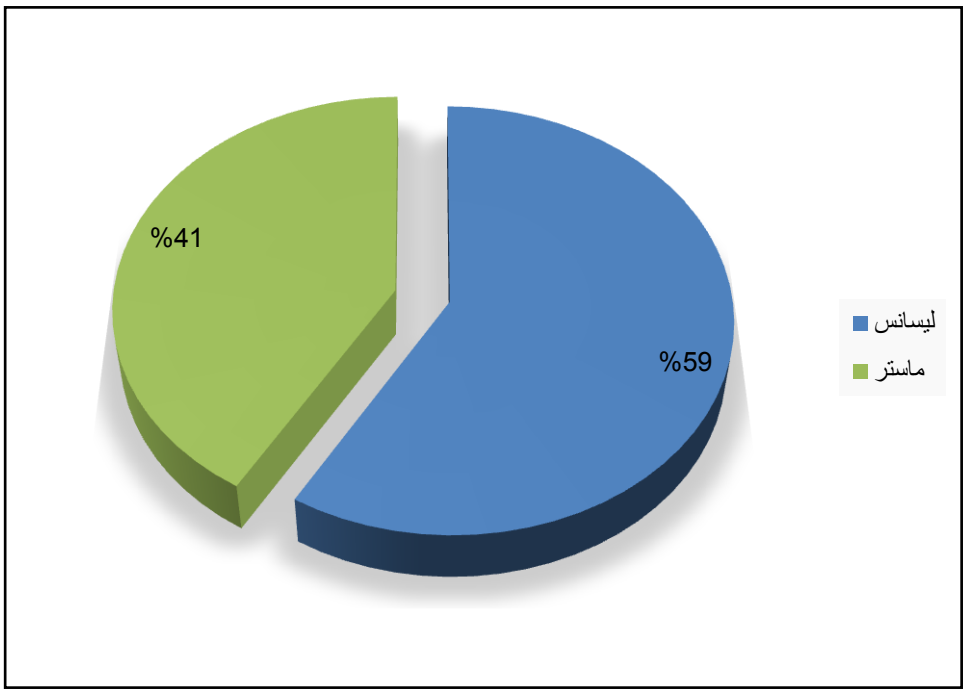

**المصدر:** تحليل الإستمارة

**الجدول رقم (02)** توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المسار التعليمي:

| المتغير / الإجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **ليسانس** | **58** | **59 %** |
| **ماستر** | **41** | **41 %** |
| **دكتوراه** | **0** | **00 %** |
| **المجموع** | **99** | **100%** |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتحصلين على شهادة ليسانس 58 فرد من العينة المختارة اي ما يعادل 59%، أما المتحصلين على شهادة الماستر 41 فرد نفس العينة ما يقدر بـ 41% من المجموع الاجمالي 99 فرد، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (02).

**الشكل رقم (02)** يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المسار التعليمي.



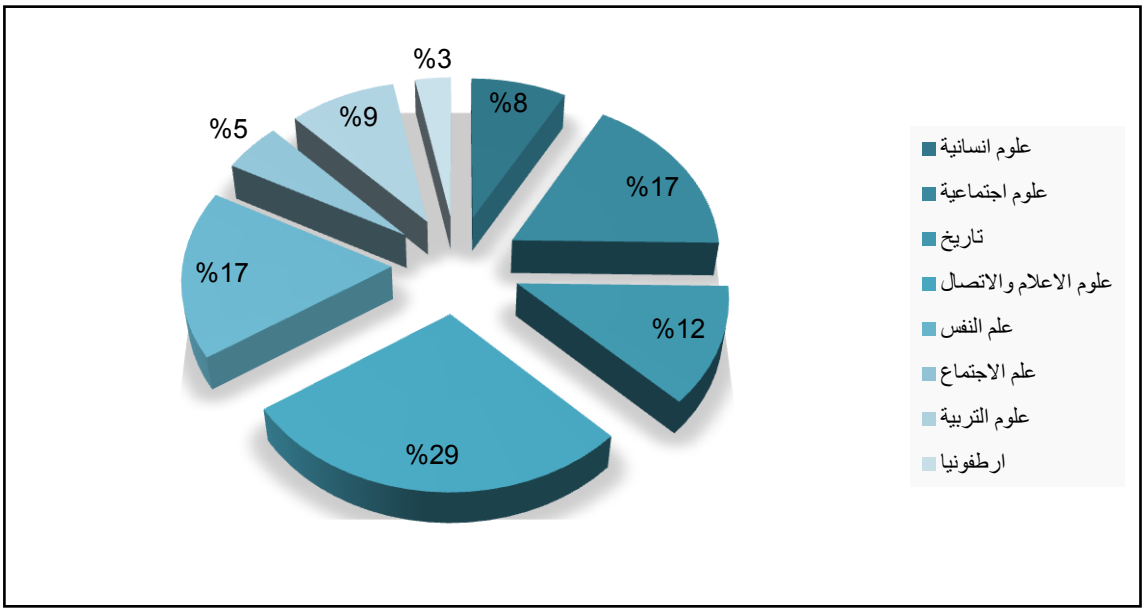

**المصدر:** تحليل الإستمارة

**الجدول رقم (03)** توزيع أفراد عينة الدراسة حسبالتخصص العام:

| المتغير / الإجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **علوم إنسانية** | **8** | **8%** |
| **علوم اجتماعية** | **17** | **17%** |
| **تاريخ** | **12** | **12%** |
| **علوم الاعلام والاتصال** | **28** | **29%** |
| **علم النفس** | **17** | **17%** |
| **علم الاجتماع** | **5** | **5%** |
| **علوم التربية** | **9** | **9%** |
| **أرطوفونيا** | **3** | **3%** |
| **المجموع** | **99** | **100%** |

من خلال تحليلنا للجدول السابق الذي يبين لنا التخصصات العلمية للطلبة حيث قسمت إلى ثمانية (08) تخصصات، حيث تصدر تخصص علوم الاعلام والاتصال بنسبة 29% من العينة المختارة، ويليه كل من تخصص علوم اجتماعية وعلم النفس متساويان بنسبة 17% ، ويليه تخصص تاريخ بنسبة12% من نفس العينة، وبعده علوم التربية بنسبة 09%، ثم تخصص علم لاجتماع بنسبة 05%، وفي المرتبة الاخيرة تخصص أرطوفونيا بنسبة 3% كأقل نسبة من المجموع الاجمالي 99 فرد، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (03).

**الشكل رقم (03)** يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص العام.




**المصدر:** تحليل الإستمارة

**الجدول رقم (04)** توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع الوسائل المفضل استخدامها للتواصل مع الادارة**:**

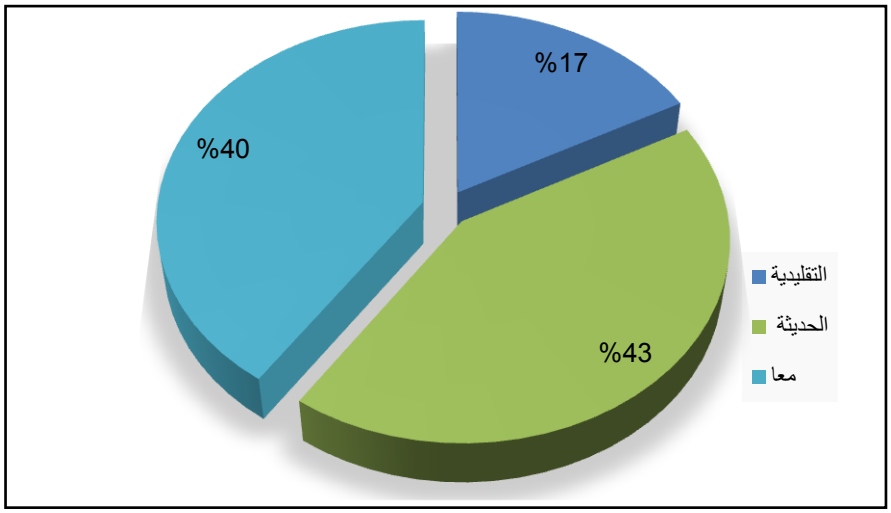
| المتغير / الاجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| التقليدية | 17 | 17 |
| الحديثة | 42 | 43 |
| معا | 40 | 40 |
| المجموع | 99 | 100% |

من

خلال تحليلنا للجدول السابق نلاحظ بأن الوسائل الحديثة هي أكثر الوسائل التي يفضل الطلبة استخدامها للتواصل مع ادارة الكلية بنسبة 43% من المجموع الاجمالي 99 فرد، أما الوسائل التقليدية فتمثل نسبة 17% من أفراد العينة، أما الـ 40% الباقون فكانت اجابتهم الجمع بين كلتا الوسيلتين التقليدية والحديثة معا، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (04).

الفئة التي تستخدم الوسائل التقليدية للتواصل مع الإدارة تكون في حالة اما لسهولة التواصل او لضيق الوقت ونظرا لأنها وسيلة تضمن الوصول للإدارة شخصيا، ولكونه أكثر رسمية، ولأنه في بعض الأحيان لا يتم الرد على كل الرسائل الموجهة الى الإدارة، اما بالنسبة للفئة التي تفضل استخدام الوسائل الحديثة في التواصل مع الإدارة لأنه حسب رأيهم ان هذه الوسائل تقوم بتسهيل عملية التواصل مع تقليل الجهد والوقت والابتعاد عن التعامل المباشر مع الإدارة، ولأنه في بعض الأحيان لا يكون الطالب متواجد في الكلية فيضطر الى اللجوء الى التواصل عن بعد باستخدام وسائط حديثة ورقمية، اما الفئة التي فضلت استخدام الوسيلتين معا فذلك راجع الى اما لعدم إيصال المعلومة كما يجب بالوسائل الحديثة على عكس التقليدية فبعض المواضيع تحتاج الى مناقشة وأحيانا التواصل معها رقميا، ومن هنا نستنتج تن اختيارهم للوسيلتين معا راجع الى الظروف التي يكون عليها الطالب واهمية الموضوع المطروح.

**الشكل رقم (04)** يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغيرنوع الوسائل المفضل استخدامها للتواصل مع ادارة الكلية.




**المصدر:** تحليل الإستمارة

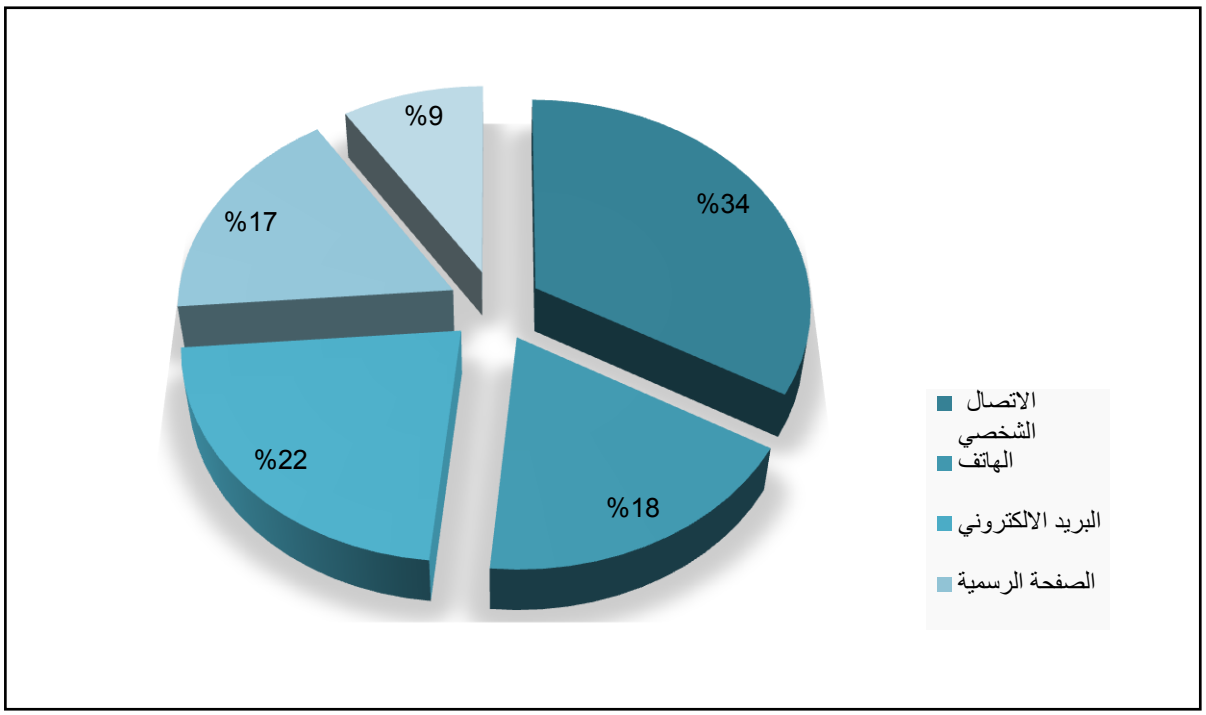
**الجدول رقم (05)** توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوسائل المستخدمة في التواصل مع ادارة الكلية **:**

| المتغير / الاجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| الاتصال الشخصي | 33 | %34 |
| الهاتف | 18 | %18 |
| البريد الالكتروني | 22 | %22 |
| الصفحة الرسمية للكلية | 17 | %17 |
| الموقع الرسمي للجامعة | 09 | %09 |
| المجموع | 99 | 100% |

من خلال تحليلنا للجدول السابق نلاحظ بأن الوسيلة الاكثر استخداما من قبل الطلبة هي الاتصال الشخصي بنسبة 34% ويليها البريد الالكتروني بنسبة 22% والهاتف بنسبة 18% وبعده الصفحة الرسمية للكلية بنسبة 17% وأخيرا الموقع الرسمي للجامعة بنسبة 09% من المجموع الاجمالي 99 فرد، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (05).

لان الاتصال الشخصي يسمح للطلبة شرح انشغالاتهم عبر المواجهة ويتناقشون مع الاداريين او الاساتذة، بينما النسبة الاقل كانت الموقع الرسمي للجامعة وهذا قد يكون راجعا الى عدم ثقتهم في هذه الوسيلة .

**الشكل رقم (05)** يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغيرالوسائل المستخدمة في التواصل مع ادارة الكلية.




**المصدر:** تحليل الاستمارة

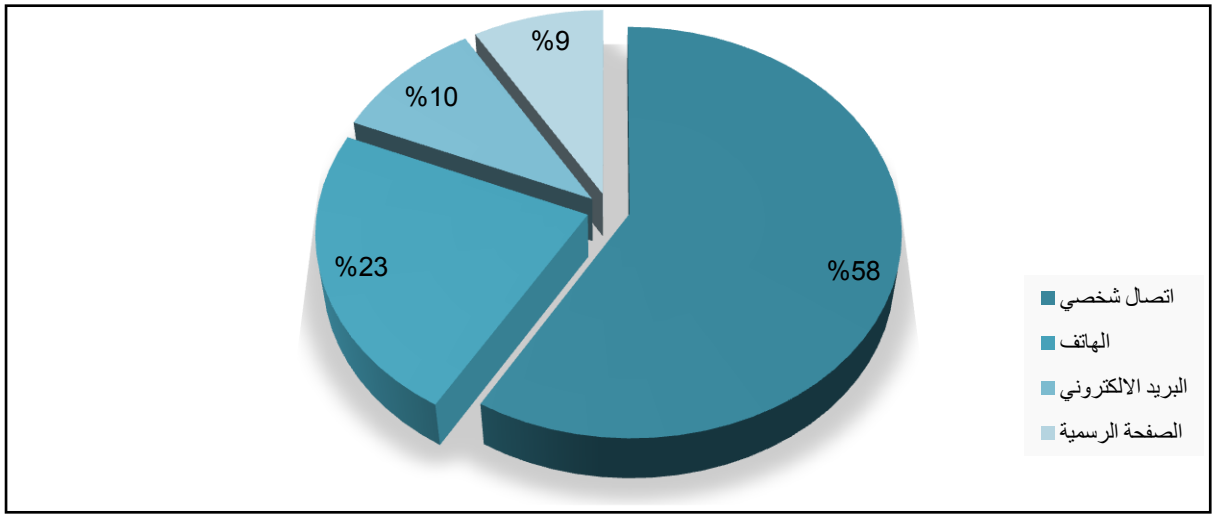
**جدول رقم (06) توزيع** أفراد عينة الدراسة حسب الوسائل التي يفضل الطلبة استخدامها من اجل حل مشاكل الطلبة:

| المتغير / الاجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| الاتصال الشخصي | 61 | %62 |
| الهاتف | 16 | %16 |
| البريد الالكتروني | 12 | %12 |
| الصفحة الرسمية للكلية | 10 | %10 |
| المجموع | 99 | 100% |

من خلال تحليلنا للجدول السابق نلاحظ بأن الوسيلة التي يفضل الطلبة استخدامها بالأكثر هي الاتصال الشخصي بنسبة 62%من المجموع الاجمالي لأفراد العينة أي 99 فرد،ويليه الهاتف بنسبة 16%،ثم البريد الالكتروني بنسبة 12% وفي المرتبة الاخيرة الصفحة الرسمية للكلية بنسبة 10%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم(6).

ان حل المشاكل بفضل الاستماع وتبادل الاراء ولهذا يلجأ الطلبة الى استخدام الاتصال الشخصي، بينما كانت النسبة الاقل للصفحة الرسمية للكلية لان الطلبة يتخوفون من تأخر الرد عليهم.

**الشكل رقم (06)** يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغيرالوسائل التي يفضل الطلبة استخدامها من اجل حل مشاكل الطلبة.



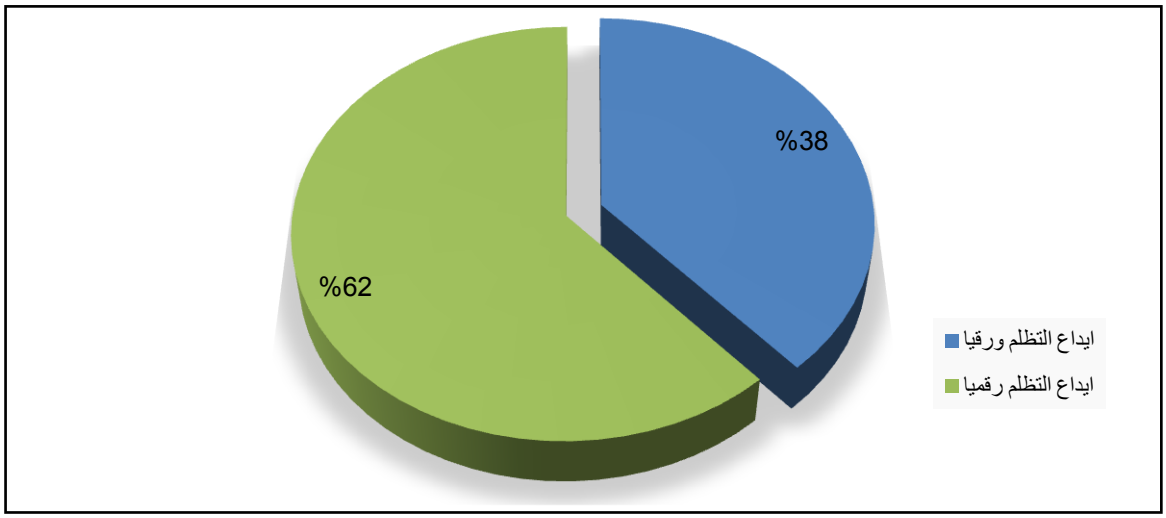
**جدول رقم (07)** توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوسيلة المستخدمة في طرح الانشغالات لدى ادارة الكلية:

| المتغير / الاجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| أودع تظلم لدى الإدارة ورقيا | 38 | %38 |
| أودع تظلم الكتروني عبر المنصات الرقمية | 61 | %62 |
| المجموع | 99 | 100% |

من خلال تحليلنا للجدول السابق نلاحظ بأن الطلبة إذا اكتشفوا أي خطأ سواء تعلق بالعلامة او المعدل يستخدمون بالدرجة الاولى إيداع التظلم الكترونيا عبر المنصات الرقمية بنسبة 62%، اما 38% الباقون فضلوا إيداع التظلم ورقيا لدى ادارة الكلية، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (07).

ان الطلبة في حال عدم تواجدهم في الكلية يساعدهم ايداع التظلمات او الشكاوى عبر المنصات الرقمية ولكن في حين تواجدهم يتصلون بالادارة مباشرة.

**الشكل رقم (07)** يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوسيلة المستخدمة في طرح الانشغالات لدى ادارة الكلية.




**المصدر تحليل الاستمارة**

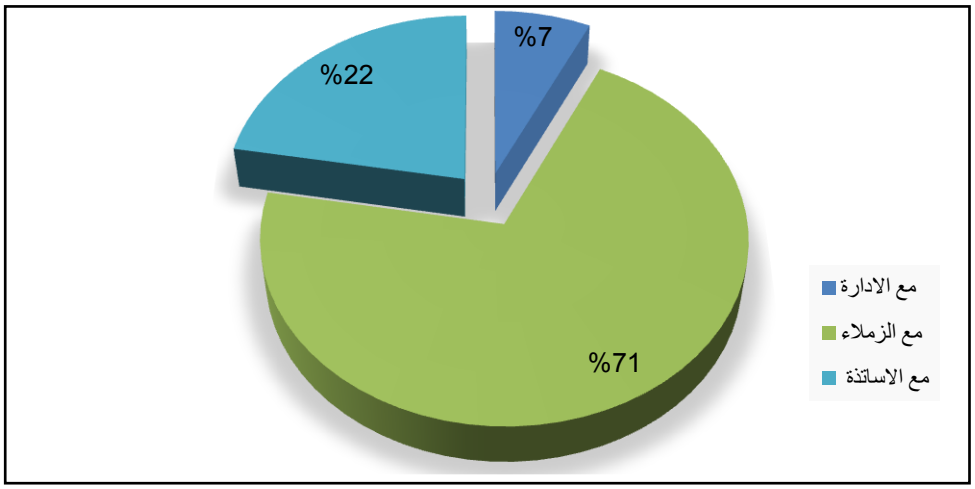
**جدول رقم (08)** توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مجال استخدام الاتصال الرقمي في التواصل **:**

| المتغير / الاجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| الإدارة | 7 | %7 |
| الأساتذة | 22 | %22 |
| الزملاء | 70 | %71 |
| المجموع | 99 | 100% |

من خلال تحليلنا للجدول السابق نلاحظ بأنه من خلال الخدمات التي يقدمها الاتصال الرقمي بالكلية للطالب يستخدم وسائل الاتصال الرقمي بالأكثر مع الزملاء بنسبة 71،ويليها استخدام وسائل الاتصال الرقمي مع الاساتذة بنسبة 22، ثم مع الادارة بنسبة 7 من المجموع الاجمالي لأفراد العينة، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (08).

ان أكثر الطلبة يتواصلون مع بعضهم البعض لانهم تحت نفس الظروف ويفهمون بعضهم أكثر وذلك لتقاربهم في السن، والبعض منهم قليلا ما يتواصلون مع الادارة وذلك في حالة وجود حالات استثنائية حين يطرأ عليهم مشكل.

**الشكل رقم (08)** يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير مجال استخدام الاتصال الرقمي في التواصل.




**المصدر تحليل الاستمارة**

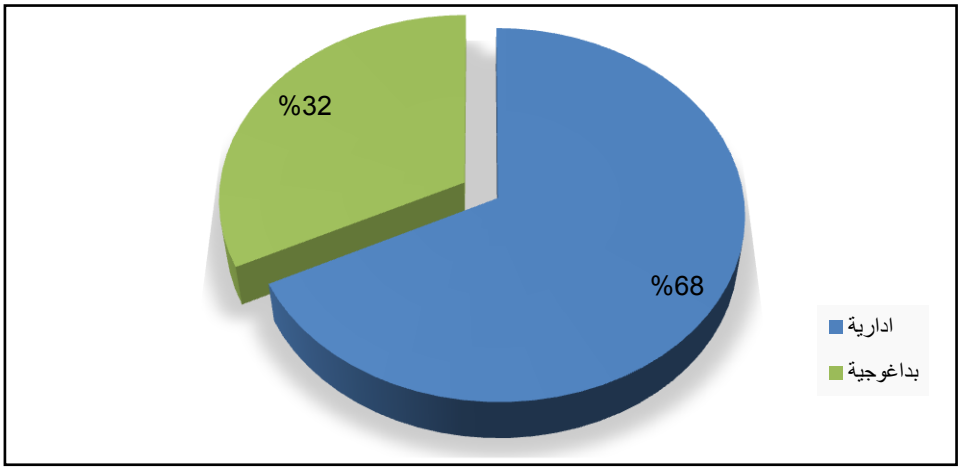
**جدول رقم (09)** توزيع أفراد عينة الدراسة حسب خدمات الوسائل الرقمية:

| المتغير / الاجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| إدارية | 67 | %68 |
| بيداغوجية | 32 | %32 |
| المجموع | 99 | 100% |

من خلال تحليلنا للجدول السابق نلاحظ بأن هناك تباين واضح في أراء افراد العينة المختارة من حيث نوع الخدمات التي تقدمها الوسائط الرقمية، يرى الاغلبية بأنها خدمات ادارية وتمثلت بنسبة 68%، أما البعض الاخر فيرون انها تقدم خدمات بيداغوجيا بنسبة 32%، من مجموع العينة 99 فرد، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (09).

ان أغلب الخدمات التي يحتاجها الطالب بالكلية هي خدمات ادارية لهذا أغلب استعمالاتها لخدمات الوسائل الرقمية التي تقدمها له الكلية تكون ادارية لا بيداغوجية.

**الشكل رقم (09)** يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير خدمات الوسائل الرقمية.




**المصدر تحليل الاستمارة**

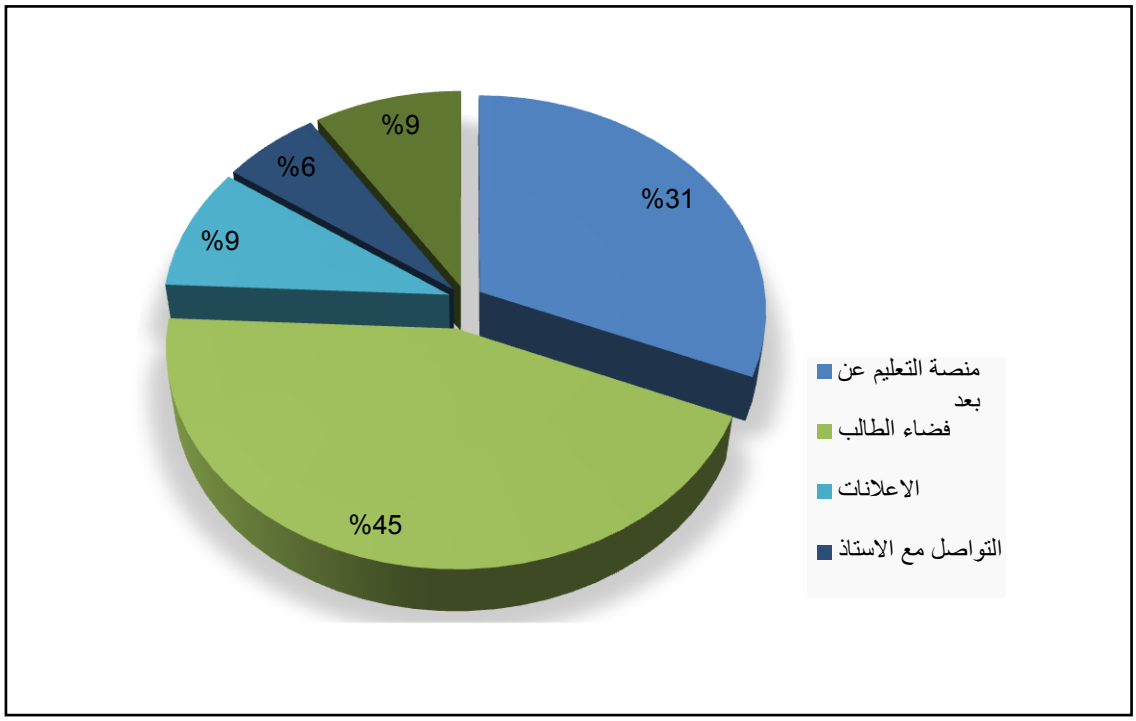
**جدول رقم (10)** توزيع أفراد عينة الدراسة حسب استخدام الوسائل الرقمية:

| المتغير / الاجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| منصة التعليم عن بعد | 31 | %31 |
| فضاء الطالب | 44 | %45 |
| الإعلانات | 9 | %9 |
| التواصل مع الأساتذة | 6 | %6 |
| التواصل مع الإدارة | 9 | %9 |
| المجموع | 99 | 100% |

من خلال تحليلنا للجدول السابق نلاحظ بأن الطلاب يستخدمون بالدرجة الاولى الخدمات الرقمية في الولوج الى فضاء الطالب بنسبة 45%، ويليها منصة التعليم عن بعد بنسبة 31%، ثم التطرق إلى الاعلانات التي تقدمها الكلية والتواصل مع الادارة بنسبة 9%،ثم التواصل مع الاساتذة بنسبة 6%،من مجموع العينة 99 فرد، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (10).

ان اغلب تعاملات الطلبة تكون في الاطلاع على المعدلات والنقاط وجداول التوقيت لذلك يتطرقون أكثر الى فضاء الطالب لانه يلبي انشغالاتهم، وتمثلت اقل نسبة في التعامل مع الاساتذة لانهم يكتفون بالتواصل الشخصي معهم.

**الشكل رقم (10)** يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغيراستخدام الوسائل الرقمية.




**المصدر: تحليل الاستمارة**

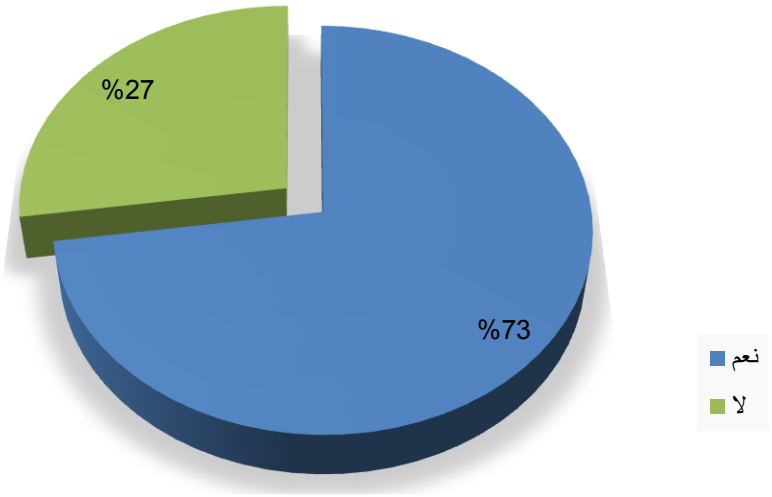
**جدول رقم (11)** توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تلبية الخدمات التي توفرها الكلية لاحتياجات الطالب:

| المتغير / الاجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 72 | %73 |
| لا | 27 | %27 |
| المجموع | 99 | 100% |

من خلال تحليلنا للجدول السابق نلاحظ بأن اختلاف أراء الطلبة كان مختلفا تماما فأغلب اجاباتهم كانت بـ "نعم" بنسبة 73% من اجمالي العينية المختارة أي انهم وجدوا أن لخدمات الرقمية التي توفرها الكلية تلبي احتياجاتهم، و27% كان لديهم عكس الرأي، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (11):

في بعض الأحيان الخدمات الرقمية التي توفرها لا تلبي احتياجات الطالب باعتبار انهم يرون ان هذه الخدمات لاتزال ناقصة وغير كافية، أو لعدم الرد على الطلبات وقت الحاجة او الرد المتأخر، كما توجد بعض المعاملات الإدارية التي لا يمكن معالجتها رقميا، او في بعض الأحيان تكون هناك مشاكل كبيرة لا يمكن حلها الا بالتواصل الشخصي.

**الشكل رقم (11)** يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغيرتلبية الخدمات التي توفرها الكلية لاحتياجات الطالب.



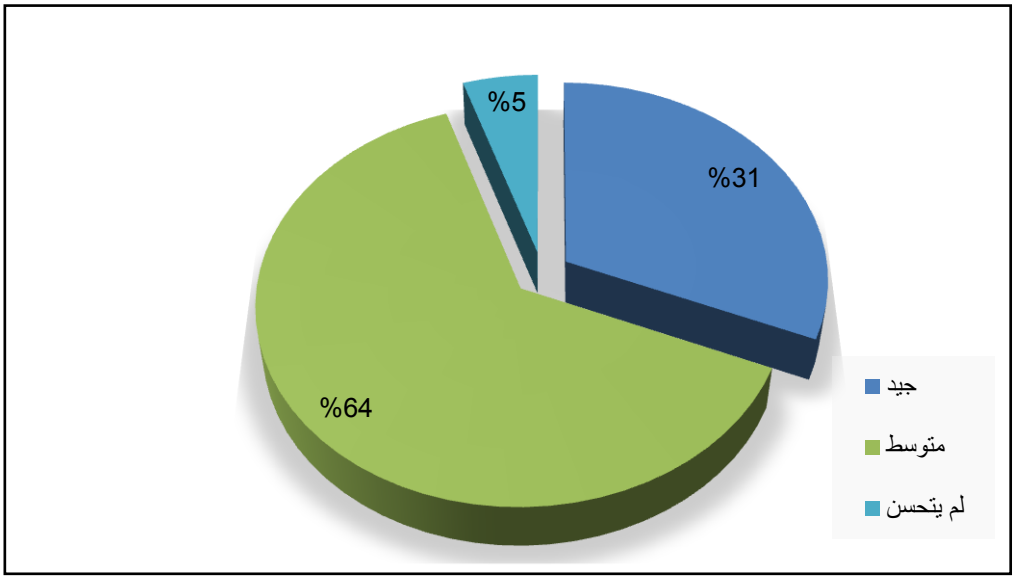
**جدول رقم (12)** توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مستوى الخدمات التي تعتمده كلية العلوم الانسانية والاجتماعية:

| المتغير / الاجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| جيد | 31 | %31 |
| متوسط | 63 | %64 |
| لم يتحسن | 5 | %05 |
| المجموع | 99 | 100% |

من خلال تحليلنا للجدول السابق نلاحظ بأنه منذ اعتماد الكلية على الاتصال الرقمي يرى 64% من العينة المختارة أن مستوى الخدمات متوسط، و31% من نفس العينة ترى بأن مستوى الخدمات جيد، في حين أن 05%من اجمالي الطلبة يرون أن مستوى الخدمات المقدم لهم لم يتحسن، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (12).

ان الطالب يريد الارتقاء بالخدمات التي تقدمها الكلية اكثر مما هي عليه فمن مصلحته تطوير الخدمات فكل الخدمات ستصبح رقمية مع الوقت.

**الشكل رقم (12)** يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى الخدمات التي تعتمده كلية سالعلوم الانسانية والاجتماعية.



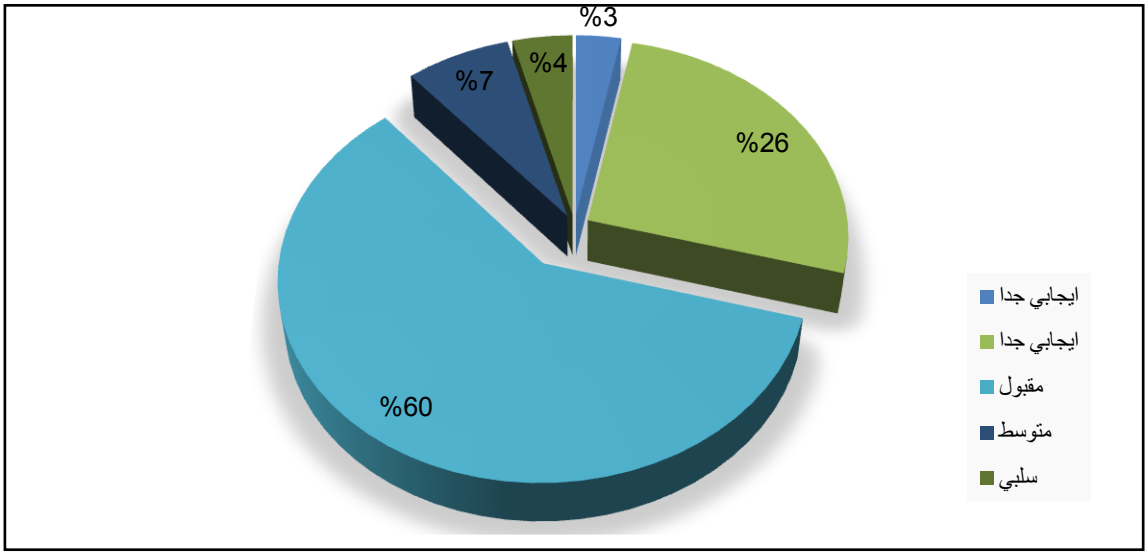
**جدول رقم(13)** توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الانطباع الذي تقدمه الكلية من خلال تواصلها رقميا:

| المتغير / الاجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| إيجابي جدا | 3 | %03 |
| إيجابي | 26 | %26 |
| مقبول | 59 | %60 |
| متوسط | 7 | %07 |
| سلبي | 4 | %04 |
| المجموع | 99 | 100% |

من خلال تحليلنا للجدول السابق نلاحظ بأن الانطباع الذي تقدمه الكلية من خلال تواصلها رقميا في رأي اغلب الطلبة بنسبة 60% من العينة المختارة كان مقبولا،ويرى البعض بأنه ايجابي بنسبة 26% في حين أن نسبة 7% ترى ان الانطباع التي تقدمه الكلية عن نفسها متوسط،ونسبة 4% ترى انه سلبي،في حين يرى البعض الاخر انه ايجابي جدا وتمثلت نسبتهم في 3%،وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (13).

ان الانطباع الذي خلفه الاتصال الرقمي عن الكلية يخدم الطلبة لانه يقدم لهم خدمات كافية نوعا ما ويريدون التطوير منها.

**الشكل رقم (13)** يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الانطباع الذي تقدمه الكلية من خلال تواصلها رقميا




**المصدر تحليل الاستمارة**

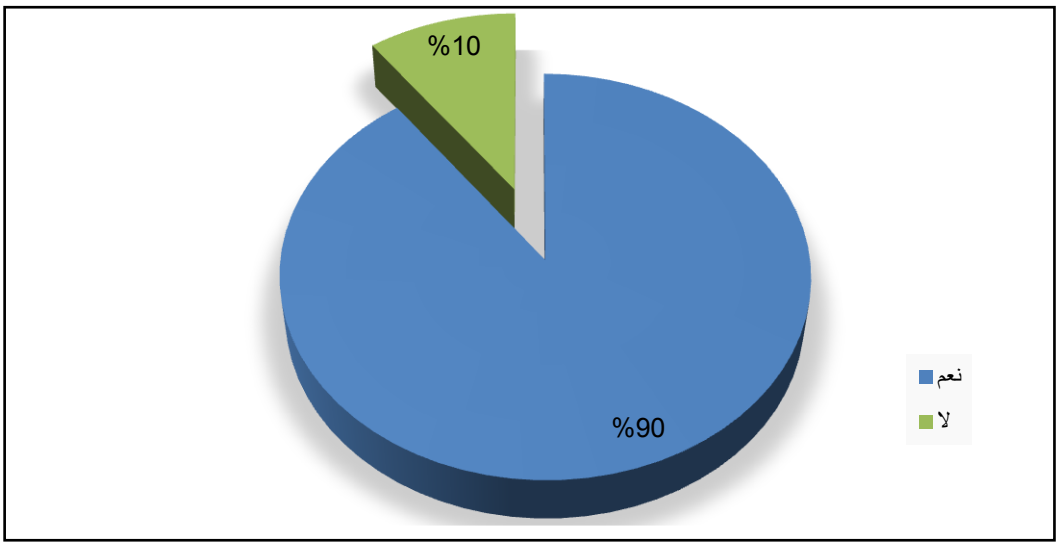
**جدول رقم (14)** توزيع أفراد عينة الدراسة حسب خدمة المحتوى الرقمي للطالب:

| المتغير / الاجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 89 | %90 |
| لا | 10 | %10 |
| المجموع | 99 | 100% |

من خلال تحليلنا للجدول السابق نلاحظ بأنه هناك تباين كبير بين اجابات الطلبة حيث ان نسبة 90%من الطلبة كانت اجابتهم بـ "نعم" أي انهم يرون ان الاتصال الرقمي يخدم الطلبة، في حين أجاب البعض الاخر بـ "لا" بنسبة 10% وكان لهم عكس رأي الأغلبية،وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (14):

يرى الأغلبية ان المحتوى الرقمي يقدم خدمات للطالب من حيث تحسين التواصل بين الإدارة والطلبة والمساعدة في حل المشاكل وطرح الانشغالات دون حضور الطالب للكلية، كما انها تهدف الى مواكبة التكنولوجيا، ولأنه يساعد في معرفة اهم المستجدات التي تطرأ.

**الشكل رقم (14)** يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير خدمة الاتصال الرقمي للطالب.




**المصدر: تحليل الاستمارة**

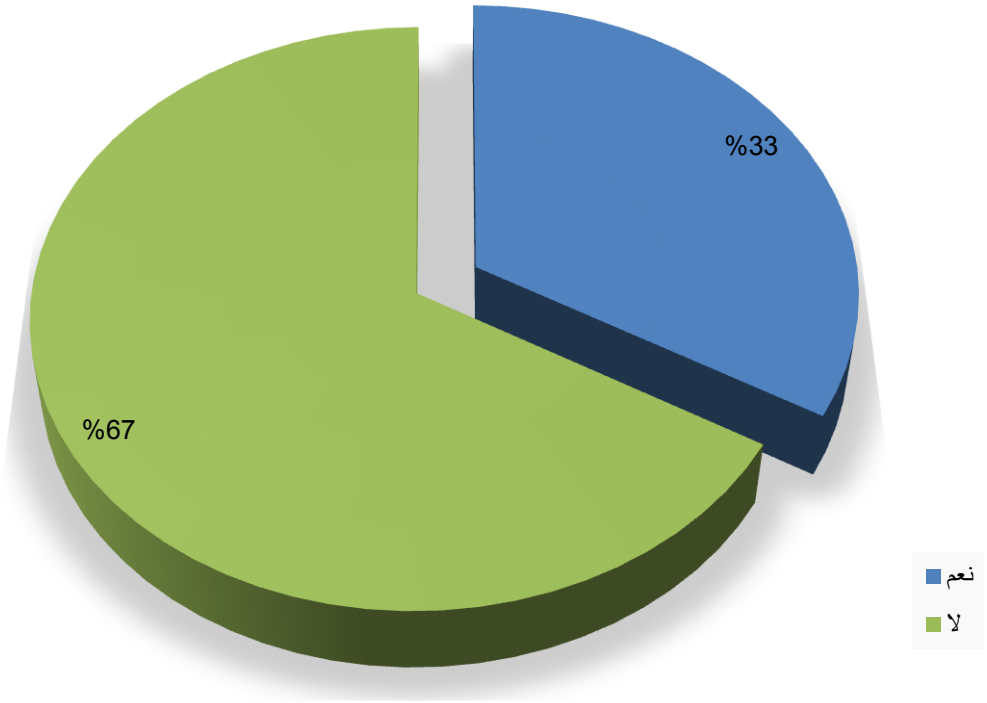
**جدول رقم (15)** توزيع أفراد عينة الدراسة حسب صعوبات استخدام الاتصال الرقمي:

| المتغير / الاجابة | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| نعم | 33 | %33 |
| لا | 66 | %67 |
| المجموع | 99 | 100% |

من خلال تحليلنا للجدول السابق نلاحظ بأن نسبة 33% من الطلبة اجابوا بـ "نعم " أي انهم يواجهون صعوبات اثناء استخدامهم للاتصال الرقمي، في حين اجاب البعض الاخر بـ "لا" بنسبة 67% أي عكس الرأي الاخر،وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (15).

ان الطالب بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية بالمدية لا يواجهون صعوبات كبيرة في استخدامهم للاتصال الرقمي لان مستوى الخدمات التي توفرها الكلية جيد.

**الشكل رقم (15)** يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغيرصعوبات استخدام الاتصال الرقمي.




**المصدر: تحليل الاستمارة**

**(16) اقتراح الطلبة لتحسين الخدمات الرقمية بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية:**

- توفير خدمات أكثر لتحسين وتسهيل الخدمات للطلبة.
- فتح فضاء خاص انشغالات الطلبة بدون الذهاب الى الكلية.
- تطوير وسائل الرقمنة في الكلية والتركيز عليها وذلك لتطوير التعليم العالي.
- توظيف اشخاص مختصين في الرقمنة للرقي بالخدمات الرقمية في الكلية.
- الإجابة على تساؤلات الطلبة فور ارسالها.
- تفطن الكلية لأهمية الاتصال الرقمي وإدخال الوسائل الحديثة لأكثر فاعلية وسهولة كما يجب على الكلية إعطاء أهمية كبيرة لهذا المجال.
- تعميم الاتصال الرقمية على كل الخدمات، وتسريع تجسيد رؤية صفر ورقة في الجامعة.
- فتح منصات جديدة لتسهيل التواصل وتجنب الضغط على منصة واحدة.
- انشاء منصة منفصلة لتواصل الطلاب مع الأساتذة طول الفترة الجامعية.
- توفير انترنت مجانية بالكلية لتسهيل التواصل.

**المطلب الثالث: نتائج وتوصيات الدراسة**

**نتائج الدراسة:**

من خلال دراستنا السابقة والاحصائيات والجداول التي توصلنا اليها تحصلنا على التائج التالية:

- نسبة الاناث من الطلبة في العينة هم من يحتلون العدد الأكبر منهم.
- المسار التعليمي الأكثر تواجدا في العينة هم الماسترعلى حساب مسار اليسانس.
- هيمنة تخصص علوم الاعلام والاتصال يليه علم النفس وعلوم اجتماعية بدرجة متساوية،ثم يليها تخصص التاريخ، وبعده علوم التربية، ثم علوم إنسانية، وباقل درجة تخصص ارطفونيا.
- اغلبية الطلبة يفضلون الدمج بين الوسائل التقليدية والحديثة في التواصل بالكلية.
- الوسائل المستخدمة في التواصل مع إدارة الكلية وبشكل اكبر هي كل من الاتصال الشخصي والهاتف نظرا لسهولة استخدامها ومرونتها وفعاليتها،لانها تساهم في تطوير خدمات الكلية ودوام سيرورتها.
- الوسائل التي يفضل الطالب استخدامها في حل مشاكله ياتي في الدرجة الأولى الاتصال الشخصي .
- نسبة كبيرة من الطلبة يودعون التظلم رقميا لدى الإدارة على حساب ايداعه ورقيا.
- يستخدم طلبة الكلية الاتصال الرقمي بالاكثر في تواصلهم مع الزملاء لسهولة التواصل بينهم وتعزيز الخطوط الاتصالية بينهم.
- الوسائط الرقمية تقدم خدمات إدارية.
- يستخدم الطلبة الوسائل الرقمية في الكيلة وبشكل اكبر في فضاء الطالب ومنصة التعليم عن بعد.
- الخدمات الرقمية التي توفرها الكلية تلبي احتياجات الطالب فهي توفر الوقت والجهد .
- يرى الطالب ان مستوى الخدمات الذي تعتمده الكلية متوسط ويريدون ارتقاء هذه الخدمات الى مستوى اكبر مما هي عليه.
- تقدم كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية انطباعا جيدا لدى طلبتها من خلال استخدامها للاتصال الرقمي.
- يرى الطلبة ان المحتوى الرقمي الذي تقدمه الكلية يخدمهم لانه يمكنهم من الاطلاع على المستجدات المتعلقة بهم.
- يرى الطلبة انهم لايواجهون صعوبات كثيرة في استخدامهم للاتصال الرقمي.

- بينت الدراسة ان الاتصال الرقمي يساعد في تحسين صورة المؤسسة كما أدى دورها بفاعلية كبير في تحسين صورة المؤسسة.

**توصيات الدراسة:**

من خلال النتائج التي توصلنا اليها فيي هذه الدراسة سجلنا كثيرا من العناصر الإيجابية من خلال استخدام كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية للاتصال الرقمي وبعض الجوانب والعناصر التي تحتاج الى التحسين والتطوير، ومن هنا نقترح بعض التوصيات التي نراها ضرورة علمية وعملية في ميدان التعليم العالي:

- ضرورة انفتاح الالكليات والجامعات على اخر التكنولوجيات الحديثة للاتصال المستخدمة في المجال من خلال تخصيص ميزانية خاصة لذلك قصد تحسين مستوى الخدمات الرقمية.
- رفع مستوى التفاعل بين الطلبة والأساتذة والاداريين من خلال فتح منصة للتواصل فيما بينهم.
- إعطاء الأولوية لتكوين الطلبة والأساتذة من خلال انشاء مصلحة او قسم في الكلية يهتم بالتكوين المحترف على استخدام التكنولوجيا الحديثة والوسائط المتعددة، او من خلال التعاون مع مؤسسات مستقلة في الميدان لتنظيم دورات تدريبية بشكل مستمر وثابت.
- زيادة تدفق الانترنت بالكلية وإعطاء الحق للطلبة في استخدامه.

# الخاتمة

## خاتمة :

إن موضوع الإتصال الرقمي في مؤسسة الجامعة الجزائرية يعتبر في وقتنا الحالي أمر ضروري ، فأي مؤسسة تبرز قوتها من خلال القدرة على التحكم في المعلومات و البيانات التي تعتبر القاعدة الأساسية لإي مؤسسة .

فإن أي مؤسسة يجب أن تحقق التناسق الداخلي من خلال قوة الإتصال داخلها و توفير الإمكانيات الواجب توفرها لسيرورة العمل ، فإستراتيجيةالإتصال الرقمي أكثر من كونه فكرة إتصال عادية لأنه أداة توظيف و تطبيق آليات لضمان سريان المعلومة بين مختلف المستويات بدءمن القمة نزولا إلى المستويات الدنيا .

و لعل من أبرز القطاعات التي تناولت الإتصال الرقمي هي قطاع التعليم العالي ، حيث أضحى الإتصال رقميا و يختلف كليا عن الإتصال التقليدي ، إذ يعتبر التعليم بمختلف المؤسسات و الهياكل التابعة له أرفع و أسمى مؤسسات التعليم ، و من هذا المنطلق كان لزاما عليه أن يواكب التطورات التكنولوجية الحاصلة من أجل الحفاظ على مكانته داخل المجتمع ككيان علمي و مركز إشعاع حضاري و ثقافي لكافة الأفراد الذين يلتحقون به ، لذا لم يكن أمام مؤسسات التعليم العالي سوى إقحام عالم الإتصال الرقمي و توظيفه في جميع أعمالها الإدارية أو التعليمية أو النشاطات و الملتقيات التي تنظمها و تشرف على إقامتها.

و يشيد الكثير من الأفراد خاصة الذين لديهم علاقة بالتعليم العالي من طلبة وموظفين بالجهود التي تبذل في سبيل تزويد إدارات و مرافق و مصالح هذا القطاع بتكنولوجيا الإتصال الرقمي، لكنهم يؤكدون على عدم كفايتها لتغطية جميع مرافقها، مع قلة فعالية وجودة بعض الأجهزة الإتصالية الرقمية المستخدمة خاصة في ظل التطور السريع لهذه التكنولوجيا و التي تشهد كل يوم إبتكارات جديدة .

وبعد تحليل الجانب التطبيقي داخل المؤسسة الجامعية تحديدا كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية ـ دراسة مسحية ـ إتضح أن أغلبية الطلبة يفضلون الدمج بين الوسائل التقليدية في التواصل مع الكلية ، والوسائل التي يفضل الطالب إستخدامها في حل مشاكله هي الإتصال الشخصي .

ومن جهة أخرى نتمنى أن تكون دراستنا لموضوعنا هذا مساعدة للطلبة الباحثين خاصة المتخصصين في هذا المجال مستقبلا ، وأن تعمل على إثارة وزيادة الاهتمام بالإتصال الرقمي داخل الجامعة لدى القائمين عليها .

# قائمة المصادر والمراجع

**قائمة المراجع**


1. محمد عبد الحبيب، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب القاهرة، 2004.
2. د.م سعيد أوكيل، الابتكار التكنولوجي لتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز التنمية المستدامة وتعزيز التنافسية، مكتبة العبيكان، طبعة1.
3. عبد الله مصطفى، دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة الإستراتيجية مع جمهورالمستفيدين، مذكرة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، فلسطين، 2018.
4. عصفور جابر، مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار العروبة، الكويت، 1998.
5. إبراهيم محمد تركي، دراسات في مناهج البحث العلمي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، القاهرة، ط1، 2006.
6. إحسان محمد حسن، الأسس العلمية لمناهج البحوث الاجتماعية، دار الفكر الطليعة، بيروت، 1981.
7. جالوجيرنو احمد، الفضائيات المخصصة والصورة الذهنية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2016.
8. الجرايد عبد الرحمان بسام، ادارة العلاقات العامة، دار أسامة للنشر، ط1، الاردن، 2013.
9. حجيلة رحالي، الوجيز في المنهجية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2016.
10. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السعيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة2006.
11. خالد حامد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، ط2، 2008.
12. رضوان بلخيري، مدخل إلى الاتصال المؤسساتي، دار قرطبة للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2015.
13. رضوان مفلح العلي وآخرون، مدخل إلى وسائل الإعلام الالكتروني والفضائي، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016.
14. سميرمحمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب لنشر والتوزيع والطباعة القاهرة،ط1، مصر.

15.الطاهر ميمون، الاتصالات عن بعد وأثرها على الاقتصاد المحلي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 2013.

16.عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دارالنمير، دمشق سوريا، ط2، 2002.

17.عبيدة مصطفى ومحمد يوسف، مقدمة في العلاقات العامة،دار الكتاب، القاهرة، 2004.

18.عصفور جابر، مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية،دار العروبة،الكويت، 1998

19.علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة القاهرة، مصر،2003.

**الكتب:**

1. ماهرعودة الشمايلة وآخرون، وسائل الإعلام الرقمي الجديد، دارالإعصارالعلمي للنشر والتوزيع، ط1، الاردن،2015.

2. مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنش، الأردن، الطبعة الأولى، 2012 .

3.محمد الهادي محمد، أساليب توثيق البحوث العلمية، المكتبة الأكاديمية، ط1، الجزائر،1995.

4.محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، الجمهورية اليمنية، ط2،2015.

5.محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب القاهرة، ط، 2004 .

6. محمدعبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي قواعد ومراحل التطبيقات، داروائل للنشر، الأردن، ط2، .1997

7.محمود علي محمود، علم الاجتماع والمنهج العلمي، دارالمعارف الجامعية الإسكندرية، مصر، ط1،1998.

8.موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبة للنشر، الطبعة الثانية منقحة الجزائر،2006 /2004.

**المجلات والدوريات:**

1. عبد الكريم علي جبر الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، مجلة الاتصال والتنمية، عدد 6، دار النهضة العربية ، بيروت، 2012.

**الرسائل الجامعية:**

01. عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا لاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني،دراسة تطبيقية وميدانية،المكتب الجامعي الحديث(د.م.ن) 2005.

02. حسناوي مهدية و سقوالي مونية، الصحافة الآلية وتقنيات تحرير الأخبار في الإعلام الرقمي، مذكرة لنيل درجة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2017.

03 .لعجال عبد الوهاب ، غزال سمية، التصل الرقمي داخل المؤسسات الإعلامية الجزائرية،إذاعة لمسيلة نموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال، تخصص إتصال وعلاقات عامة، 2021.

04. جمال إبراهيم، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية، مذكرة تخرج لنيل الماجستير، تخصص تسويق، جامعة الشلف 2004/2006.

05 .الزميلي أيمن عبد الرؤوف، اثر الدورالذي تؤديه الشرطة في بناء صورتها الذهنية من وجهة نظر لجان الإصلاح، مذكرة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، فلسطين، 2018.

06. الحماد، خلف لافي الحلبا، الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرآي العام، مذكرة لنيل درجة الماجستير، كلية الآداب والإعلام، الأردن، 2014.

# الملاحق

**جامعة يحيى فارس بالمدية**

**كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية**

**قسم :** علوم الإعلام والإتصال

**التخصص :**ماستر إتصال وعلاقات عامة

## إستمارة إستبيان

في إطار التحضير لمذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بعنوان **: مساهمة الإتصال الرقمي في تحسينصورة المؤسسة الجامعية .**

**دراسة مسحية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية**

من 10ماي إلى غاية 31 ماي 2023

**إعداد الطلبة:** **إشراف الأستاذة :**

وديع عبير د/ سعودي أسماء

بن علي أحلام

نرجو من سيادتكم ملئ الإستيان أدناه ، وهو إستبيان معد في إطار البحث العلمي ، في إطار تحضير لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال .

ونعلمكم أن المعلومات التي تقدمونها تبقى سرية ، ولا تستعمل إلا لغرض علمي لا غير ، فالرجاء منكم الإجابة عن الأسئلة بوضع علامة (×) أمام الإجابة التي ترونها مناسبة ، وبملئ الفراغات برأيك إذا كانت الإجابة تتطلب ذلك .

تقبلوا منا أسمى عبارات التقدير والشكر لمنحكم جزءا من وقتكم في سبيل البحث العلمي .

**السنة الجامعية : 2022/ 2023**

**المحور الأول :البيانات الشخصية**

1. الجنس

ذكر ☐ أنثى ☐

2. المسار

ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه ☐

3. التخصص العام

علوم إنسانية ☐ علوم إجتماعية ☐ تاريخ ☐ علوم الإعلام والإتصال ☐

علم النفس ☐ علم الاجتماع ☐ علوم التربية ☐ أرطفونيا ☐

**المحور الثاني :الطالب و وسائل الإتصال الرقمي المستخدمة في كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية**

4.في تواصلك مع الإدارة هل تفضل إستخدام الوسائل :

التقليدية ☐ الحديثة ☐ معا ☐

في كل الحالات برر إجابتك :

.....

5. من بين هذه الوسائل ماهي الوسائل التي تفضل إستخدامها أكثر في تواصلك مع إدارة الكلية ؟

الإتصال الشخصي ☐ الهاتف ☐ بريد الإلكتروني ☐ الصفحة الرسمية للكلية ☐ موقع الجامعة ☐

6. إذا واجهتك مشكلة كبيرة ماهي الوسائل التي تفضل إستخدامها من أجل حل المشكلة ؟

الإتصال الشخصي ☐ الهاتف ☐ البريد الإلكتروني ☐ الصفحة الرسمية للكلية ☐

7. إذا إكتشفت أي خطأ سواء تعلق بالعلامة أو المعدل ماذا تستخدم لطرح إنشغالك على الإدارة ؟

أودع تظلم لدى الإدارة ورقيا ☐ أودع تظلم إلكتروني عبر المنصات الرقمية ☐

**المحور الثالث : أهم الخدمات التي يقدمها الإتصال الرقمي في تحسين صورة الكلية لدى الطالب .**

8. هل تستخدم وسائل الإتصال الرقمي أكثر في تواصلك مع

الإدارة ☐ الأساتذة ☐ الزملاء ☐

9. هل ترى أن الوسائط الرقمية تقدم خدمات

إدارية ☐ بيداغوجية ☐

10. فيما تستخدم الوسائل الرقمية

منصة التعليم عن بعد ☐ فضاء الطالب ☐ الإعلانات ☐ التواصل مع الأساتذة ☐

التواصل مع الإدارة ☐

11. هل تجد أن الخدمات الرقمية التي توفرها الكلية تلبي إحتياجاتك ؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة بلا لماذا ؟ :

.....

.....

**المحور الرابع : مدى فعالية الإتصال الرقمي في تحسين صورة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية من وجهة نظر الطالب .**

12.منذ إعتماد الكلية على الإتصال الرقمي هل ترى أن مستوى الخدمات

جيد ☐ متوسط ☐ لم يتحسن ☐

13. ما هو إنطباعك على كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية من خلال تواصلها الرقمي ؟

إيجابي جدا ☐ إيجابي ☐ مقبول ☐ متوسط ☐ سلبي ☐

14. برأيك هل المحتوى الرقمي للكلية يخدم الطالب ؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم لماذا وإذا كانت بلا فلماذا ؟

.....
.....

15. هل تواجه صعوبات أثناء إستخدامك للإتصال الرقمي ؟

نعم ☐ لا ☐

16. ما الذي تقترحه لتحسين الخدمات الرقمية بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية :

.....
.....

**الأساتذة المحكمين :**

- الدكتور مصطفى سحاري، أستاذ محاضر في قسم علوم الاعلام والاتصال.
- الدكتور الاستاذ موسى العيدي، أستاذ محاضر في قسم علوم الاعلام والاتصال.
- الدكتور الاستاذ ايدر معياش، أستاذ محاضر في قسم علوم الاعلام والاتصال ونائب رئيس قسم علوم الاعلام والاتصال.

**ملخص الدراسة:**

**العنوان: مساهمة الإتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسة الجامعية**

تعالج هذه الدراسة موضوع الإتصال الرقمي في الجامعة الجزائرية مع إختيارنا لجامعة المدية كنموذج للدراسة، بإعتبارالإتصال الرقمي أحد الركائز التي تعتمد عليها الجامعات الجزائرية لتطوير أدائها .

قد تناولت الدراسة الموضوع من جانب كيفية مساهمة الإتصال الرقمي في تحسين صورة الجامعة ، حيث تطرقنا إلى مفهوم الإتصال الرقمي ووظائفه ، ومفهوم صورة المؤسسة ووظائفها ، ومن خلال دراستنا أسقطنا هذا الموضوع على كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية لمحاولة التعرف أكثر على كيفية إستخدامهاللإتصال الرقمي ، خاصة معرفة وسائل الإتصال الرقمية المستخدمة التي تعد بمثابة النافذة الأساسية التي يطل من خلالها الأفراد على العالم الخارجي .

الكلمات المفتاحية: الإتصال الرقمي ـ صورة المؤسسة .

**Abstract :**

**Title:** The Contribution of Digital Communication in Improving the Image of the University Institution

This study addresses the topic of digital communication in Algerian universities, with our selection of the University of Medea as a case study. Digital communication is considered one of the pillars on which Algerian universities rely to enhance their performance.

The study examines how digital communication contributes to improving the university's image. We discuss the concept of digital communication, its functions, as well as the concept and functions of the institution's image. Through our study, we focus on the College of Humanities and Social Sciences to explore how it utilizes digital communication. In particular, we investigate the digital communication tools used, which

serve as the primary window through which individuals interact with the outside world.

**Keywords:** Digital communication, institutions image.