جامعة يحي فارس – بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

العنوان

الإتصال العمومي عبر المواقع الإلكترونية الرسمية

دراسة حالة الموقع الالكتروني لجامعة يحي فارس المدية

من 15 مارس إلى بداية جوان 2024

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستـر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالبتين:

– أميرة فضيلي

– إلهام مكيد

تحت إشراف الأستاذ:

د.فزاني إبراهيم سعد شاكر

السنة الجامعية: 2024/2023

جامعة يحي فارس – بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

العنوان

الإتصال العمومي عبر المواقع الإلكترونية الرسمية

دراسة حالة الموقع الالكتروني لجامعة يحي فارس المدية

من 15 مارس إلى بداية جوان2024

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستـر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالبتين:

– أميرة فضيلي

– إلهام مكيد

تحت إشراف الأستاذ:

د.فزاني إبراهيم سعد شاكر

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
بلقاسمي رابح	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
فزاني إبراهيم سعد شاكر	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
العيدي موسى	أستاذ محاضر" أ "	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2024/2023

شـــــكر وعرفـــــان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، الحمد لله على توفيقه وإحسانه، الحمد لله على فضله و إنعامه، الحمد لله على جوده و إكرامه، الحمد لله حمدا يوافي نعمه، ويكافئ مزيده

والصلاة والسلام على سيدنا محمد خير خلقه، وخاتم انبيائه ورسله، وعلى آله وصحبه أجمعين، ومن اقتفى أثرهم الى يوم الدين

أما بعد، فعملا بقول رسولنا الكريم صلى الله عليه وسلم "من لم يشكر الناس لم يشكر الله" أقدم شكري وجزيل امتناني وفائق تقديري واحترامي الى كل من منحني من وقته الثمين، أو أفادني بعلمه الغزير وتوجيهاته القيمة وملاحظاته الصائبة، والتي بفضل الله تعالى وبسببها خرج هذا البحث المتواضع الى النور، وأخص بالذكر الأستاذ المشرف الدكتور فزاني شاكر، الذي تكرم علي بقبول الاشراف على هذه الرسالة، والشكر موصول الى اساتذتي الكرام، والسادة أعضاء لجنة المناقشة على تحملهم عناء تصفح البحث ومناقشته و إثراءه، فلهم مني كل التقدير والشكر وجزاهم الله خير الجزاء؛

كما أشكر كل من قدّم لي يد العون والمساعدة ماديا أو معنويا من قريب أو من بعيد، أساتذة واداريين، نسأل الله عزّوجلّ أن يجعل ذلك في ميزان حسناتهم إنّه قريب مجيب.

الى هؤلاء أتوجه بعظيم الامتنان، وجزيل الشكر، مع فائق عبارات التقدير والامتنان.

الإهـــــــــداء

إلى من كلل العرق جبينه ومن علمني أن النجاح لا يأتي إلا بالصبروالاصرارإلى النورالذي أناردربي والسراح الذي لا ينطفئ نوره بقلبي أبدا من بذل الغالي والنفيس واستمدت منه قوتي واعتزازي بذاتي "والدي العزيز".

إلى من جعل الجنة تحت أقدامها وسهلت لي الشدائد بدعائها إلى الانسانة العظيمة التي لطالما تمنت أن تقرعينها لرؤيتي في يوم كهذا "أمي العزيزة".

إلى ضلعي الثابت وأمان أيامي إلى من شددت عضدي بهم فكانوا لي ينابيع أرتوي منها، إلى خيرتي أيامي وصفوتها الى قرة عيني إلى إخو اني وأخو اتي الغالين.

لكل من كان عونا وسندا في هذا الطريق ... إلى زوجي دُمت لي سنداً لا يميل ... للأصدقاء الاوفياء ورفقاء السنين لأصحاب الشدائد والأزمات إلى من أفاضني بمشاعره ونصائحه المخلصة اليكم عائلتي.

أهديكم هذا الإنجازوثمرة نجاحي الذي لطالما تمنيته ها أنا اليوم أكملت و أتممت أول ثمرته بفضله سبحانه وتعالى

فالحمد الله على ما وهبني وأن يجعلني مباركا وأن يعينني أينما كنت

فمن قال أنا لها نالها فأنا لها وإن أبت رغما عنها

أتيت بها فالحمد الله شكراً وحباً وامتناناً على البدئ والختام.

أميرة فضيلي

الإهـــــــداء

الحمد الله حبا وشكرا وأمتنانا على البدء والختام

(وآخر دعواهم أن الحمد الله رب العالمين)

لم تكن الرحلة قصيرة ولا الطريق محفوفا بالتسهيلات، لكنني فعلتها، فالحمدالله الذي يسر البدايات وبلغنا النهايات بفضله وكرمه.

اهدي هذا النجاح لنفسي الطموحة أولا بدأت بطموح و انتهت بنجاح ثم الى كل من سعى معي لإتمام مسيرتي الجامعية بكل حب اهدي ثمرة نجاحي وتخرجي الى النورالذي انار دربي والسراج الذي لا ينطفئ نوره والذي بذل جهد السنين من أجل ان أعتلي سلالم النجاح الى من احمل اسمه بكل فخروالى من حصد الاشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم لطالما عاهدته بهذا النجاح ها أنا أتممت وعدي واهديته اليك "والدي العزيز".

إلى من علمتني الاخلاق قبل الحروف الى الجسر الصاعد بي إلى الجنة الى اليد الخفية التي أزالت عن طريقي الأشواك، ومن تحملت كل لحظة ألم مررت بها وساندتني عند ضعفي وسهلت لي الشدائد بدعائها الانسانة العظيمة التي لطالما تمنت أن تقرعينها لرؤيتي في يوم كهذا "والدتي العزيزة"

إلى ضلعي الثابت الذي لا يميل إلى من رزقت بهم سنداً إلى من شددت عضدي بهم فكانوا ينابيع ارتوي منها إلى خيرة أيامي وصفوتها إلى قرة عيني إلى اخو اني واخو اتي الغالين.....

""شيء جميل أن يسعي الانسان الي النجاح ويحصل عليه "

والاجمل ان يذكر من كان السبب في ذلك.

إذا كان اول الطريق ألم فإن آخره تحقيق حلم، وإذا كانت أول انطلاقة دمعة فإن نهايتها بسمة.

ها هي السنوات قد مرت والحلم قد تحقق، فالحمدالله دائما و أبدا.

وأخير من قال أنا لها "نالها" و أنا لها وإن أبت رغما عنها أتيت بها ،ما كنت لأفعل هذا أولا توفيق من الله عزوجل ،ها هو اليوم العظيم هنا،اليوم الذي أجربت وسنوات الدراسة الشاقة حالمة فيها حتى توالت بمنه وكرمه لفرحة الامان . الحمد الله الذي به خيرا وأملا وأغرقنا سرورا وفرحا وينسيني مشقتي.

إلهام مكيد

المستخلص:

ملخص الدراسة:

تتمحور دراستنا هذه حول الإتصال العمومي عبر المواقع الإلكترونية الرسمية، "دراسة حالة الموقع الإلكتروني لجامعة المدية"، التي تهدف إلى التعرف على مساهمة الإتصال العمومي في تحسين الخدمة العمومية للأسرة الجامعية.

فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي باعتباره الأنسب لهاته الدراسة من أجل الحصول على معلومات معمقة ومفصلة لأجل تحليل الظاهرة المدروسة، كما اعتمدنا على الاستبيان كأداة أساسية لجمع المعلومات المتعلقة بموضوعنا، اعتماداً على العينة القصدية من مجتمع البحث المتمثل في الطلبة، تمثلت العينة في 60 مفردة من طلبة السنة الثانية ماستر كل من تخصص اتصال وعلاقات عامة وتخصص سمعي بصري.

تبين لنا بناء على المعلومات التي توصلنا اليها من خلال الدراسة والتحليل أن الاتصال العمومي عبر الموقع الالكتروني للجامعة له مكانة ودور كبير في تحسين الخدمة العمومية بجامعة الدكتور يحي فارس بالمدية، بالرغم من أنه تواجه تحديات ونقص في البنية التحتية الإلكترونية وتدفق الانترنت إلا أنه أصبح أداة اساسية للتواصل الفعال وتسهيل العمليات التعليمية وتحسين الخدمة العمومية لهيئة التدريس والطلبة هدفه تحقيق المصلحة العامة.

الكلمات المفتاحية: الاتصال العمومي، المواقع الإلكترونية الرسمية.

Abstract :

Our study focuses on public communication through official websites, "The State of the Medea University Website", which aims to identify the contribution of public communication to improving the public service of the university family.

We have relied on the descriptive curriculum as the most appropriate for this study in order to obtain in-depth and detailed information for the analysis of the phenomenon studied, and we have also relied on the questionnaire as an essential tool for collecting information on our subject, based on the intentional sample of the research community of students. The sample consisted of 60 individual second-year students, both communication and public relations specialization and audiovisual specialization.

Based on the information we have obtained through the study and analysis, we have found that public communication via the university's website has a great place and role in improving the public service at Dr. Yahya Faris University. While facing challenges and shortages in electronic infrastructure and Internet flow, it has become an essential tool for effective communication, facilitation of educational processes and improvement of the public service of the teaching staff and students with the aim of achieving the public interest.

Keywords: Public contact ,Official websites.

خطة الدراسة

مقدمة

أولا: الإطار المنهجي

01-إشكالية الدراسة

02-تساؤلات الدراسة

03-أسباب اختيار موضوع الدراسة

04-أهداف الدراسة

05-أهمية الدراسة

06-نوع الدراسة

07-منهج الدراسة

08-أدوات الدراسة

09- مجتمع وعينة الدراسة

10-مجالات الدراسة

11-تحديد المصطلحات

12-الدراسات السابقة

13-أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

ثانيا: الإطار النظري

الفصل الأول: ماهية الإتصال العمومي

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الإتصال العمومي

المطلب الأول: تعريف الإتصال

المطلب الثاني: تعريف الإتصال العمومي

المطلب الثالث: نشأة وتطور الإتصال العمومي

المبحث الثاني: خصائص ومبادئ الإتصال العمومي

المطلب الأول: خصائص الإتصال العمومي

المطلب الثاني: المبادئ والفاعلين في الإتصال العمومي

المبحث الثالث: وظائف وأهمية الاتصال العمومي

المطلب الأول: وظائف الإتصال العمومي

المطلب الثاني: أهمية الإتصال العمومي

المبحث الرابع: الإتصال العمومي وتكنولوجيا الإعلام والإتصال

المطلب الأول: تعريف تكنولوجيا الإعلام والإتصال

المطلب الثاني: سمات وخصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة

المطلب الثالث: أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة

الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي والنظري للمواقع الإلكترونية

تمهيد

المبحث الأول: ماهية المواقع الإلكترونية

المطلب الأول: تعريف الموقع الالكتروني– لغة، اصطلاحا –

المطلب الثاني: مفهوم المواقع الإلكترونية.

المبحث الثاني: خصائص وأهداف المواقع الإلكترونية

المطلب الاول: خصائص المواقع الإلكترونية

المطلب الثاني: أهداف المواقع الإلكترونية

المطلب الثالث: وظائف المواقع الإلكترونية

المبحث الثالث: مكونات وأنواع المواقع الإلكترونية

المطلب الأول: مكونات المواقع الإلكترونية

المطلب الثاني: عملية بناء الموقع الإلكتروني

المطلب الثالث: أنواع المواقع الإلكترونية

المبحث الرابع: الوظيفة الإتصالية وأهمية المواقع الإلكترونية

المطلب الأول: الوظيفة الإتصالية للمواقع الإلكترونية

المطلب الثاني: عوامل نجاح المواقع الإلكترونية

المطلب الثالث: أهمية المواقع الإلكترونية

فهرس المحتويات

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

المبحث الأول: بطاقة فنية للجامعة والموقع الإلكتروني يحي فارس بالمدية

المطلب الأول: التعريف بجامعة المدية.

المطلب الثاني: نبذة تاريخية عن جامعة المدية

المطلب الثالث: التعريف بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

المطلب الرابع: نبذة عن الموقع الالكتروني وأهم الخدمات التي يقدمها.

المبحث الثاني: تحليل البيانات واستخلاص نتائج الدراسة.

المطلب الأول: وصف البيانات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.

المطلب الثاني: نتائج خاصة بدراسة.

نتائج الدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

ملاحق

مقدمـــة

مقدمة:

مارس الإنسان الإتصال منذ القدم عبر مختلف العصور كنشاط لنقل واستقبال المعلومات والتعايش مع من حوله، حيث أنه لم يهمل نشاط الإتصال بل طوره وطور وسائله المختلفة التي يستعملها دائما في ظل جهوده المستمرة والتي يبذلها في إنشاء علاقات إتصالية جيدة.

شهد الإتصال تطورا من مجرد ألواح ورموز وإيماءات في الكهوف والمغارات إلى الإتصال عبر الحمام. توصل الإتصال إلى المنعرج الحقيقي وتزامن ذلك مع ظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر ظهرت الوسائل الإعلامية حيث صنع الراديو وجاءت السينما، وتوالت الإختراعات وظهر التلفزيون اذا اعتبر أحدث ما توصل إليه العقل البشري في مجال التكنولوجيا السمعية والبصرية ليعقبه سلسلة من التعديلات والتقنيات المتطورة كظهور الأقمار الصناعية.

مع تطور تقنيات الاتصال اتسعت مجالات استخداماته فتكاد لا تخلو أي مؤسسة مهما كان نشاطها واختصاصها من الاتصال بأنواعه، فصلات العمل وربط مختلف المصالح مع بعضها والتعامل مع الآخرين لا يتم إلا بالاعتماد على وسائل الاتصال المختلفة والتي تتغير باستمرار مع مرور الزمن انسجاما مع التقدم والتطور في كافة المجالات.

إن عملية الاتصال أساسية في مخلف مجالات الحياة، فهو لم يعد اليوم مجرد هدف يرجى تحقيقه بل أصبح وسيلة وغاية ملحة لتحقيق الاهداف لكونه عملية يتم وفقها نقل المعلومات والافكار للأفراد والجماعات واشتراكهم فيها من خلال تبادل الآراء وباعتبار أن الانسان اجتماعي بطبعه يمارس الاتصال ليفهم البيئة المحيطة به فيؤثر ويتأثر بها.

فالاتصال في العصر الحالي ضرورة حتمية تمليها متطلبات حياة الانسان الاجتماعية والمادية، ومن الأمور التي لا يمكن الاستغناء عنها، فالمؤسسات من خلال توظيفها للاتصال تهدف إلى بناء علاقة تفاعلية مع

محيطها، بقصد بناء سمعة طيبة لها وتقديم المصلحة العامة لجماهيرها، للتواصل مع جمهورها تستخدم نوع من الاتصال يتميز بالعمومية لتحقيق المنفعة العامة.

يعتبر الاتصال العمومي ركيزة أساسية في المؤسسات حيث يعمل على تسهيل التسيير والانسجام والتعاون بين الأفراد، ويعتبر نوع من الأنواع الاتصالية التي تعتمد عليها المؤسسات العمومية.

إن المهمة الأسمى للاتصال العمومي في تعريف المواطن بالسياسات العامة للمؤسسة، فهو اتصال ذا اهتمام عام تصدره الإدارات والهيئات العامة، يضمنها القانون وهي خدمة عمومية في حد ذاتها يستفيد منه جميع المواطنين، وهذا ما جعل الاتصال العمومي الأداة المناسبة لتوثيق العلاقة بين الإدارة والمواطن من خلال التواصل يمكن فهم انشغالاتهم ومطالبهم لتلبيتها، فالمؤسسات الجامعية إحدى المؤسسات التي تستخدم الاتصال العمومي بمختلف وسائله وآلياته لضمان تدفق المعلومات لجمهورها المستهدف بغية تحقيق المنفعة العامة.

التطورات السريعة التي شهدها مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات خلال السنوات الأخيرة والتأثيرات المباشرة للثورة الرقمية على نمط الحياة الإنسانية على كافة الأصعدة هذا ما ألزم الإدارات بتفعيل التكنولوجيا لتصبح إلكترونية، فالمؤسسة الجامعية كغيرها من المؤسسات واكبت التطور التكنولوجي وتوفير مواقع لها لمسايرة التحولات بقصد استغلال الإمكانيات المتوفرة والمتجددة للعالم الرقمي.

تعد مواقع الجامعات إحدى الطرق الأساسية التي تقوم من خلالها بتقديم خدماتها، فموقع الجامعة لم يعد عنصرا تكميليا أو ترفيهيا، بل هو رافد مهم للبيئة الجامعية لتوفر المعلومات والأخبار والإنتاج العلمي للجامعة. وعلية تأتي هذه الدراسة لمعرفة كيف ساهم الاتصال العمومي عبر الموقع الإلكتروني على تحسين الخدمة العمومية للأسرة الجامعية، تحديدا بجامعة المدية.

ومن أجل إنجاز هذه المذكرة قمنا بوضع خطة مكونة من ثلاثة فصول:

حيث خصصنا الفصل الأول للإطار المنهجي والمفاهيمي، وبيّنا من خلاله إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، ودوافع الدراسة وأهدافها وأهميتها، ونوع الدراسة والمنهج المتبع للدراسة وأدواته، ومجالات الدراسة، وتحديد المصطلحات، والدراسات السابقة،فالجانب النظري من هذه الدراسة، فتم التطرق إليه من خلال الفصل الأول، تحت عنوان ماهية الاتصال العمومي، وفيه تم التطرق في المبحث الأول منه إلى مفهوم الاتصال العمومي، والسيرورة التاريخية للاتصال العمومي، ثم تطرقنا في المبحث الثاني إلى خصائص ومبادئ الاتصال العمومي، ثم تطرقنا في المبحث الثالث إلى وظائف وأهمية والاتصال العمومي، أما في المبحث الرابع فتطرقنا فيه إلى الاتصال العمومي وتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

أما بالنسبة للفصل الثاني جاء بعنوان الإطار المفاهيمي للمواقع الالكترونية، حيث تناولنا في المبحث الأول ماهية المواقع الالكترونية، وكذا خصائص وأهداف المواقع الالكترونية في المبحث الثاني، أما المبحث الثالث كان حول مكونات وأنواع المواقع الالكترونية، وأخيرا في المبحث الرابع تحدثنا فيه عن الوظيفة الاتصالية وأهمية المواقع الالكترونية.

وفي الفصل التطبيقي فتناولنا من خلاله بطاقة فنية حول جامعة المدية وموقعها الالكتروني، والخدمات التي يقدمها الموقع الرسمي للجامعة، إضافة إلى تفريغ البيانات وتحليلها واستخلاص أهم نتائج الدراسة.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي:

01- إشكالية الدراسة

02- تساؤلات الدراسة

03- دوافع اختيار الموضوع

04- اهداف الدراسة

05- أهمية الدراسة

06- نوع الدراسة

07- منهج الدراسة

08- أدوات الدراسة

09- مجتمع البحث وعينة الدراسة

10- مجالات الدراسة

11- تحديد المصطلحات

12- الدراسات السابقة

13- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

الإشكالية:

يحتل الإتصال في الوقت الحالي حيزا هاما من اهتمام الدارسين والباحثين والمختصين، فالإتصال عبارة عن نوع من التفاهم الاجتماعي من خلال الرسائل المرسلة، وهو مجموعة من العمليات تؤدي إلى زيادة الشيوع والمشاركة والعمومية، فهو الشيء المشترك بين المشاركين في هذه العملية لأن الإتصال نشاط يستهدف العمومية وانتشار لفكرة أو موضوع عن طريق انتقال المعلومات والأفكار والآراء والاتجاهات عن شخص أو جماعة الى أشخاص أو مجموعات باستخدام معاني محددة ومفهومة، فالإتصال هو أساس تفاعل إجتماعي وإتصالي وثقافي حيث ينتج عنه نقل المعارف والمعلومات التي يستخدمها الفرد لتنظيم حياته كما هو عليه في المؤسسات فلابد من الإتصال لتسير وتنظيم شؤونها ، فالتطور الذي شهدته مختلف المؤسسات والهيئات والإدارات خاصة منها العمومية ، أدى الى ضرورة وجود نوع من الإتصال يساهم في تأدية الوظائف الخدمات التي تقدمها هذه المؤسسات وهذا النوع من الإتصال يطلق عليه بالإتصال العمومي باستخدامها لهذا النوع من الإتصال تساهم في إيجاد ترابط وانسجام بينها وبين المواطن .

فالإتصال العمومي يلعب دورا هاما في الربط بين المؤسسات ذات الطابع العمومي والمواطنين، فالإتصال العمومي يلعب العديد من الأدوار المحورية التي تصب في خدمة المصلحة العامة، وتعزيز الإنسجام بين المؤسسات وعامة المجتمع من منطلق حق المواطن في الحصول على المعلومة.

ان المهمة الأسمى للإتصال العمومي هي تعريف المواطن بالسياسات العامة للسلطات العمومية فهو إتصال ذو إهتمام عام تصدره الإدارات والهيئات العامة يضمنها القانون وهي خدمة عمومية في حد ذاتها ويستفيد منها جميع المواطنين.

وتكمن أهمية تقنيات الإتصال العمومي الى إعلام المواطنين،ومحاولة إقناعهم والتأثير فيهم وذلك حسب طبيعة الرسالة الإتصالية الموجهة لهم، توفير القائم بالإتصال العمومي لمعلومات صادقة ودقيقة وتحديثها بشكل دوري، وضمان وصولها الى الجمهور المستهدف عبر مختلف قنوات التواصل الممكنة .

تعتبر المؤسسة الجامعية بمختلف أشكالها وأهدافها وأحجامها ومهما كانت المداخل المستعملة في دراستها كمجموعة من الأفراد في شكل قانوني وضمن شروط واقعية معينة بغرض القيام بمهام محددة تهدف في مجموعها الى تحقيق غايات وأهداف وتقديم خدمات عامة.

في هذا الإطار تعتبر الجامعة جهازا رسميا منظما يعمل على تقديم الخدمة العمومية وتسيير شؤون البيئة الجامعية فهي بمثابة شخص معنوي وتمثل من منظور إتصالي طرف في وضعية إتصالية تربطها بطرف آخر معني بشؤونها ومستفيد بخدمتها وهو الطالب.

في ظل التطور الهائل لتكنولوجيا الإعلام والإتصال ظهرت إمكانية تبادل المعلومات بين الأشخاص في شبكات منتشرة الحاجز الزماني والمكاني وهو مايعرف بالأنترنت، ظهر ما يعرف بمجتمع المعلومات والبيئة الإلكترونية، فالمؤسسات على اختلاف طبيعة نشاطها وحجمها واكبت التغيرات الحاصلة في مجال التكنولوجيا، من أجل التواصل مع جماهيرها.

من بين خدمات الأنترنت نجد المواقع الإلكترونية التي تستخدمها المؤسسات لضمان سهولة الإتصال، حيث تعد المواقع الإلكترونية جزءا أساسيا من استراتيجية التواصل الحديثة تمكن المؤسسات من إتاحة إتصال فعال بينها وبين المواطن، خاصة الجامعات فقد اعتمدت على وسائل رقمية من خلال إنشاءها لمواقع الإلكترونية بفضلها قربت المسافات بين الطالب والإدارة، فهذه الأخيرة ما تملك من خصائص ومميزات تمكن من نشر وعرض مختلف الخدمات الجامعية للمتصفحين لها.

فالجامعات الجزائرية كغيرها واكبت التطور التكنولوجي من بينها جامعة يحي فارس بالمدية، تبنت جامعة يحي فارس موقعا إلكترونيا جعلها همزة وصل بين الإدارة والطالب، وتوفر من خلاله العديد من الخدمات والبيانات للطلاب وهيئة التدريس بالجامعة.

ومن هنا يمكننا صياغة الإشكالية الرئيسية كما يلي: كيف ساهم الإتصال العمومي عبر الموقع الإلكتروني لجامعة المدية على تحسين الخدمة العمومية للأسرة الجامعية ؟

تتفرع عن الإشكالية الرئيسية مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالتالي:

- ما هو الإتصال العمومي؟

-ماهي أليات واستراتيجيات الإتصال العمومي المستعملة عبر المواقع الإلكترونية بجامعة المدية؟

-ماهي مجالات الخدمة العمومية للجامعة المتاحة في الموقع الإلكتروني بالمدية؟

دوافع اختيار الموضوع:

يكتسب الإتصال العمومي عبر الموقع الإلكتروني الجامعي أهمية بالغة، انطلاقاً من ذلك قمنا بإختيار هذا الموضوع بناء على دوافع ذاتية وموضوعية نذكرها فيما يلي:

الدوافع الذاتية:

-الرغبة في دراسة موضوع الإتصال العمومي في الجامعة.

- الميول الشخصي للبحث في مجال الإتصال العمومي عبر المواقع الإلكترونية في جامعة المدية.

-بإعتبار هذا الموضوع يدخل ضمن مجال تخصصنا العلمي والمهني.

-الرغبة في معرفة دور الذي يلعبه الموقع الإلكتروني الرسمي في الإتصال داخل الجامعات الجزائرية.

-محاولة التعمق في الموضوع كونه موضوع جديد.

الدوافع الموضوعية:

-قابلية الدراسة والبحث منهجيا ومعرفيا.

-الوقوف على أراء الطلبة اتجاه الموقع الإلكتروني للجامعة وعلاقته في تحسين الخدمة العمومية لصالح الطلبة.

-أهمية الموضوع خاصة وأن المواقع الإلكترونية أصبحت القاعدة الأساسية للجامعة في الإتصال بفعالية وتحقيق المصلحة العامة.

-القيمة العلمية للموضوع محل الدراسة وندرة الدراسات في هذا الموضوع.

أهداف الدراسة:

هناك مجموعة من الأهداف المحددة والتي كانت مرتبطة ارتباطا مباشرا بالموضوع في حد ذاته والتي نسعى للوصول إليها من خلال هذه الدراسة ومن أهمها:

-التعرف على الإتصال العمومي.

-التعرف على آليات واستراتيجيات الإتصال العمومي عبر الموقع الإلكتروني لجامعة المدية.

-معرفة أهم مجالات الخدمة العمومية التي يقدمها الموقع الإلكتروني لطلبة جامعة المدية.

- التعرف على جميع المعطيات حول هذا الموقع الإلكتروني الرسمي وأهميته في المؤسسة الجامعية.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة من أهمية الموضوع في حد ذاته كون المواقع الإلكترونية لها أهمية بالنسبة للمؤسسات الجامعية ولا سيما في الإتصال العمومي، مدى إقبال الطلبة على هذه المواقع فهي عبارة عن أداة للتعريف بالمؤسسة ونشاطاتها وتقديم خدماتها للجمهور، بالإضافة إلى زيادة المعارف وإثراء المعلومات حول هذا الموضوع الذي يعد مهماً في العملية التعليمية.

كما تكمن أهمية هذه الدراسة في محاولة التعرف على آراء واقتراحات المبحوثين في خدمات هذه المواقع.

فتح المجال للمهتمين بهذا الموضوع للبحث فيه بكل جدية وإعطاء كل حقه من الاهتمام.

منهج الدراسة:

إن طبيعة الموضوع في أي بحث علمي هو العامل الوحيد المجسد للمنهج المناسب في عملية البحث، فالمنهج في اللغة العربية مصطلح مرادف لكلمتي النهج والمنهاج اللتان تعنيان الطريق الواضح.

تعريف المنهج: يعرف المنهج العلمي لغة: " بأنه الطريق أو المسلك " [1].

اصطلاحا: يعرف على أنه مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف.

هو مجموعة من القواعد والخطوات التي يجب أن يتبعها الباحث للوصول الى النتائج المستهدفة، فهو وسيلة الباحث في ضبط البحث بصفة عامة وضبط إجراءاته طبقا للقواعد اللا معيارية المميزة لكل منهج، كما يشير من الناحية التطبيقية الى طريقة تعامل الباحث مع القاعدة المعرفية او قاعدة البيانات المتاحة لتحقيق أهداف الدراسة [2].

يشير المنهج الى الطريق الذي يسلكه الباحث للوصول الى الحقيقة العلمية او ذلك الإجراء يقوم به العقل للوصول إلى المعرفة.

وفي دراستنا انطلاقا من الإشكالية التي طرحناها اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يعتمد على جمع المعلومات من مجتمع الدراسة وأن التحليل الذي يمكن أن نقدمه لاستعمالنا هذا المنهج يعود إلى طبيعة الدراسة والهدف منها.

نوع الدراسة: دراسة الحالة.

تعريفه هو طريقة منهجية تحدد اهتمام الباحث بحالة واحدة يتمكن من دراستها بعمق ودقة واهتمام مشخصا جميع جوانبها سواء أكانت الحالة المدروسة فردا، أسرة، مؤسسة، هيئة، جماعة، أم مجتمع صغيراً[3].

---

1 د/ بوحوش عمار وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في البحوث الاجتماعية، ط 1، المركز الديموقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2019، ص 13.

2 عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، ط 1، وكالة المطبوعات للنشر، الكويت1997، ص 83.

3 محمد الفاتح حمدي، سميرة سطو طاح، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال وطريقة اعداد البحوث، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع ،2019 ص136.

وهناك من يعرفه على أنه إعطاء صورة شاملة لدراسة ظاهرة معينة في مجتمع محدد، وربما يكون موضوع هذه الظاهرة فردنا، جماعة، مجتمع محلي، مدرسة أو وحدة إدارة.

منهج الدراسة: وقمنا باختيار المنهج الوصفي وذلك لأنه يهدف إلى دراسة الظاهرة خصائصها وأبعادها في إطار معين ويقول بتحليلها استنادا لبيانات المجمعة حولها ثم محاولة الوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها، وبالتالي الوصول إلى نتائج قابلة لتعميم[1].

ويعرف هذا المنهج بأنه المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأي واحدة سواء كانت فرد أو مؤسسة وهو يقوم على أساس تعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة أو دراسة المراحل التي مرت بها.

وهناك من عرفه بأنه منهج يمكن عن طريقه جمع البيانات ودراستها وهذه الحالة الوحدة قد تكون فردا وقد تكن مؤسسة [2].

تعريف قدمه ويتني 1976 في كتابه عناصر البحث فان البحث الوصفي حسب قوله يهدف الى دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها والحكم فيها هدف فهم الحاضر لتوجيه المستقبل فهو يوفر بياناته وحقائقه تحديد المشاكل الموجودة أو توضيح بعض الظواهر والمنهج الوصفي عبارة عن دراسة شاملة لعدد كبير من الحالات نسبيا في وقت الإحصاءات العامة التي تنتج عندما نستخلص البيانات من حالات العينة[3].

أدوات جمع البيانات:

تعد عملية جمع البيانات الركيزة الأساسية في البحث العلمي، بحيث أن النتائج التي يتوصل إليها الباحث ومدى صحتها وتطابقها مع الواقع تتوقف على الاختيار السليم لأدوات جمع البيانات التي يعتمد عليها الباحث في جمع المعلومات والبيانات للإنجاز بحث حول موضوع معين.

1 عثمان حسن عثمان، المنهجية في كتابة البحوث والرسائل الجامعية، منشورات الشهاب، د ط،1998، ص24.

2 حسين عبد الحميد رشوان، في مناهج العلوم، ديوان المطبوعات الجامعية، د ط، الاسكندرية، 2003، ص 962.

3 عمار الطيب كشرود، البحث العلمي ومناهجه في العلوم الاجتماعية والسلوكية، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط 3، غزة، د س، ص221.

انطلاقا من طبيعة الدراسة نحدد حجم ونوعية جمع البيانات، وعليه فقد تم اعتماد على أداة المنهجية المتمثلة في الاستبيان.

الاستبيان:

هو أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب[1].

مجتمع البحث:

تعد عملية اختيار مجتمع البحث والعينة من الخطوات الضرورية بغرض إتمام البحث العلمي إذ يتطلب من الباحث تحديد عينة ومجتمع بحث يتلاءم مع طبيعة عمله وتنسجم مع المشكلة المراد حلها.

أولا: مجتمع البحث.

يقصد به " جميع المفردات أو الوحدات التي تتوفر فيها الخصائص المطلوبة لدراستها وعادة ما يعرّف مجتمع البحث باسم إطار مجتمع البحث والذي يشتمل عليه جميع أسماء وعناوين مفردات البحث".[2]

وبعد تقديم تعريف حول مجتمع البحث، أصبح من الضروري اختيار المجتمع الدراسي، ونظراً لتعدد السنوات قمنا باختيار طلبة السنة الثانية ماستر كل من التخصص "إتصال وعلاقات عامة"و "سمعي بصري"، نظراً لدراستهم طيلة خمسة سنوات، جعلتهم: على اطلاع

على إطلاع ببعض التغييرات أو التطورات التي شهدتها الجامعة خلال تمدرسهم.

استخدامهم للموقع لإلكتروني خصوصاً في تلقيهم للمعلومات والإعلانات المتعلقة بالدراسة.

العينة:

تعرف العينة بأنها: "مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية، ويجب أن تكون مماثلة تمثيلا صادقا ومتكافئ مع المجتمع الأصلي، ويمكن تعميم نتائجها عليه، ويعد اختيار العينة هدفا مهما وواعيا

1 فوزي غرايبة وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، الأردنية، عمان، 1977، ص53.

2 موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون،ط1،دار القصبة للنشر،الجزائر،2004،ص289.

لكل الدارسين والباحثين، ويتوقف عليها استخلاص النتائج، وتعميم النتائج الظاهرة للمجتمع الأصلي الذي اشتقت منه الظاهرة العلمية موضوع الدراسة والبحث.

وهي مجموعة نسبية من مجتمع الدراسة الأصلي، يتم اختيارها بطريقة معينة، وإجراء الدراسة عليها بالملاحظة والتحليل[1].

وهي انعكاس شامل لصفات وخصائص مجتمع البحث[2].

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية وهي العينة التي يتعمد الباحث أن تكون من حالات معينة لأنها تمثل المجتمع الأصلي[3].

وفيها يتقصد الباحث اختيار عينته بحيث يتحقق في كل منهم شروط معينة ويعتقد الباحث عند اختياره هذه العينة أنها تمثل مجتمع البحث أفضل تمثيل، أي يختار الوحدة أو الوحدات التي تكون مقاييسها مماثلة مشابهة لمقياس المجتمع الأصلي[4] .

وقد اعتمدنا على العينية القصدية لكون مجتمع البحث لا يمكن تغطيته بالمسح الشامل خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وباعتبارها العينة التي تخدم بحثنا، وباعتبار الطلبة هم عينة الدراسة يسهل علينا توزيع الاستمارة عليهم ووقع اختيارنا عليهم لأنّهم الأقرب الى دراستنا تم توزيع الاستبيان على عينة من الطلبة بالجامعة قدر عددهم 60 طالب.

مجالات الدراسة:

1-المجال المكاني: يقصد به البعد أو الإطار المكاني للدراسة وموضعها أو المنطقة التي يستخدمها الباحث في أخذ عينة الدراسة، أجريت هذه الدراسة بجامعة "يحي فارس بالمدية ".

1 سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2019، ص85.

2 صالح محمد العساق، المدخل الى البحث في العلوم السلوكية، ط4، مكتبة العيكان ، السعودية ،2006،ص94

3 مصطفى حسين باهي، منى احمد الازهري واخرون، المرجع في البحث العلمي (نظري –تطبيقي) مكتبة الانجلو المصرية،مصر ،ص111 .

4 رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار نجلة ، الأردن ، 2007،ص173.

2 –المجال الزماني: يتمثل المجال الزمني في الفترة التي استغرقتها الدراسة ابتداء من 15 مارس إلى بداية جوان.

3–المجال البشري: يقصد به الفئة التي أجريت عليها الدراسة تتمثل في 60 طالب من تخصص اتصال وعلاقات عامة، سمعي بصري، كعينة للدراسة بجامعة يحي فارس بالمدية.

تحديد المصطلحات:

لقد ورد في موضوع بحثنا عدة مفاهيم ومصطلحات تفرض علينا أن نزيل عنها اللبس والغموض حتى يرقى بحثنا إلى مستوى البحوث العلمية والأكاديمية من أهمها:

الإتصال: يرجع أصل كلمة الإتصال إلى "communication" إلى الكلمة اللاتينية "communis" ومعناها "communأي مشترك أو عام، وبالتالي فان الإتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكرة أو إحساس أو فعل ما[1].

أنها عملية نقل وتبادل المعلومات وجعل معانيها معروفة بين الناس لتحقيق غرض أو أثر ما[2].

الإتصال العمومي: هو اتصال الخدمة الصالح العام وهو نشاط اتصالي أو ممارسة اتصالية خاصة بالميدان العام أي المؤسسات إدارتها وعلاقاتها مع المجال السياسي والمواطنين.

الموقع: عبارة عن مكان على شبكة الأنترنت يحتوي على مجموعة من الصفحات حول موضوع معين ولكل موقع رابط مستقل به.

الموقع الإلكتروني: هو مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف الى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما، بحيث يكون الوصول إليه غير محدد بزمان ولا مكان وله عنوان فريد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الأنترنت.

---

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 23.

2 راكان حبيب وآخرون، مقدمة وسائل الاتصال، ط1، مكتبة دار زهران، 2001، ص 19 _ 20

الموقع الإلكتروني الرسمي: هي مجموع المواقع الإلكترونية المعتمدة رسميا من طرف الهيئات الوزارية الجزائرية وتخضع لوصايتها المباشرة، بحيث تشكل هذه المواقع منصاتها الإلكترونية التي تغطي كل الأحداث والقضايا التي تخدم الشأن العام حسب طبيعة كل قطاع من القطاعات.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

من إعداد الطالبة: إيناس رغيس، الموسوعة بـ: الإتصال العمومي الجواري ودوره في تحسين الخدمة العمومية، نوع الدراسة وصفية تحليلية، واستطلاعية لعينة من المواطنين المنتفعين بخدمات المرفق العمومي،

أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والإتصال، تخصص الإشهار والعلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، 2019/2018.

وجاءت إشكالية الدراسة كالتالي:

ما دور الإتصال العمومي الجواري في تحسين الخدمة العمومية على مستوى الإدارة الإقليمية الجزائرية؟

واندرجت تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات التالية:

1-هل تمكن المواطنين من المعلومات التي تخص الصالح العام يساهم في تحسين مستوى الخدمة العمومية؟

2-هل يتم إشراك المواطنين في تحسين الخدمة العمومية بالإدارة الإقليمية الجزائرية؟

3-ماهي إسهامات وسائل الاعلام المحلية وتكنولوجيا الإعلام والإتصال في تحسين مستوى الخدمة العمومية المقدمة بالإدارة الإقليمية الجزائرية؟

كما اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج الذي يمكنه من القيام بالوصف الدقيق والموضوعي للدور الذي يؤديه الاتصال العمومي الذي يتجسد في تبادل نشر المعلومات بين الهيئات المحلية والمواطنين.

أهداف الدراسة:

-التعرف على إسهامات حصول المواطن على المعلومات الإدارية أو التنموية في تحسين مستوى الخدمة العمومية المقدمة بالإدارة المحلية.

-الوقوف عند أهمية مشاركة المواطن واتهامات منظمات المجتمع المدني في تحسين الخدمة العمومية.

-التعرف على إسهامات وسائل الإعلام الجوارية في تحسين الخدمة العمومية.

- التعرف على أهم المبادرات المقترحة في سبيل تحسين الخدمة العمومية وأفاق

ترقيتها في خضم حركيه وتطور انتقال معلومات وانتشار استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

كما أنها احتوت على أربعة فصول نظرية

الفصل النظري الأول كان بعنوان الإتصال العمومي كآلية لإدارة الفضاء العام.

الفصل النظري الثاني بعنوان تطور الإدارة العمومية في الجزائر.

الفصل النظري الثالث كان بعنوان الأطر النظرية والمعرفية للخدمة العمومية ومحدداتها.

الفصل النظري الرابع كان بعنوان دور الإتصال العمومي في تحسين الخدمة العمومية بالإدارة الإقليمية.

توصلت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

الإتصال العمومي يساعد في تحسين الخدمة العمومية عبر تحسين تداول المعلومات المختلفة وتحقيق مشاركة المواطنين غير أن الطريقة التي يتم بها توظيف الإتصال العمومي لا يكرس شفافية المعلومات وتدفقها بإستمرار بسبب عدم تأسيس الوظيفة الإتصالية على مستوى البلديات.

فوصلت نتائج الدراسة أيضا إلى غياب ثقافة إتصالية تراعي نشر المعلومات والحقائق والإجابة عن استفسارات كل الفاعلين العموميين بما فيهم المواطن بوصفه مستفيدا من هذه الخدمات.

-كما كشفت الدراسة من جانب آخر أن عملية تقديم المعلومات لا يخضع لأي هياكل تنظيمية ولا لأي توضيح لمهام الموظفون الذين يعملون بأوامر إدارية أك يتولاها أي موظف في البلدية ثر منها بمساهمات فردية كما أن المهام المسندة في تقديم المعلومات تبدأ في غاية العمومية.

تعقيب: تلتقي هذه الدراسة مع موضوعنا محل الدراسة في العديد من النقاط على المستوى النظري خاصة فيما يتعلق بفصل الاتصال العمومي (نشأة الاتصال العمومي، المبادئ).

أما على جانب المنهجي تتشابه مع دراستنا باعتمادها على أدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان.

الدراسة الثانية: دراسة لنبيلة بوخبزة بعنوان تطبيقات تقنيات الإتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والإتصال ،جامعة الجزائر ، 2006 -2007

تناولت هذه الدراسة تطبيقات تقنيات الإتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة، فكانت الإشكالية كالتالي

إلى أي مدى ساهمت الرسائل الوقائية للحملات الإعلامية العمومية المتلفزة لحساب شركة سونلغاز في تحسيس أفراد الجمهور وتوعيتهم وتثقيفهم بمتطلبات الوقائية من الحوادث الناجمة من تسربات الغاز والتكهرب ؟

التساؤلات الفرعية:

1- ما مدى متابعة الجمهور المستجوب للإعلانات المتلفزة المكافحة للحوادث الناجمة عن تسرب الغاز والتكهرب؟

2- ماهي آراء الجمهور المستجوب حول الإجراءات الوقائية التي تقدمها شركة سونلغاز عبر التلفزيون؟

3- هل تساهم الحملات الإعلامية العمومية التي يقدمها التلفزيون الجزائري (كمتغير مستقل)، في إحداث تغيير في السلوكيات نحو الحوادث الناجمة عن تسرب الغاز والتكهرب؟

4- هل يتحصل أفراد الجمهور المبحوث على معلومات من خلال تعرضه إلى إعلانات الحملات العمومية المتلفزة لشركة سونلغاز؟

5- إلى أي مدى كانت الرسائل المعدة من طرف سونلغاز مقنعة بالنسبة للجمهور المستهدف لكي يلتزم بقواعد الوقاية من حوادث تسرب الغاز والتكهرب ؟

6- ما هي الأساليب الإقناعية التي يفضلها أفراد الجمهور البحوث للاقتناع بالنصيحة الاجتماعية المتلفزة ؟

7- ما هي اللغة المفضلة لدى الجمهور المبحوث لتقديم إعلانات الحملات العمومية المتلفزة؟

8- هل استطاعت الإعلانات التحسيسية المعدة من طرف سونلغاز أن تجعل الجمهور المستجوب يغير سلوكياته لتفادي الوقوع في هذه الحوادث؟

9-هل تثير إعلانات الحملات العمومية المتلفزة اهتمام أفراد الجمهور المبحوث وانتباهه؟

10- هل يتم تصميم إعلانات الحملات العمومية المتلفزة لشركة سونلغاز وفق الأساليب العلمية؟

11-هل يوافق أفراد الجمهور المبحوث على ضرورة تدخل السلطات العمومية من أجل التطبيق الفعلي للقوانين الخاصة باحترام الترتيبات السارية المفعول الخاصة بمنشآت الغاز والكهرباء؟

وتسعى هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة الرسالة الإعلامية ذات المنفعة العامة الهادفة إلى الحد أو التقليل من الحوادث التي يتعرض لها الفرد في حياته اليومية بصفة عامة، وأبرزها الحوادث الناجمة عن التكهرب والغاز في الجزائر، وعلاقتها بالمواطن وكذا تثقيفه بمختلف الأمور اللازمة لتفادي مثل هذه الحوادث التي بدأت تعرف منحى خطيرا بسبب غياب ثقافة الإرشاد حول استعمال هذه المادة التي قد تتحول من مادة تحد بالطاقة إلى مادة مدمرة، وأخذت سونلغاز على عاتقها وكذا السلطات العمومية الجزائرية وزارة الطاقة والمناجم مهمة إعداد برامج لمكافحة هذه الحوادث و من خلال الشروع في تخطيط استراتيجيات تعمل على تحرير المواطن الجزائري من ميكانيزمات المقاومة على المستوى الفكري والاجتماعي والثقافي، التي يفترض فيها أنها تشكل حاجزا أمام عملية إقناعه للالتزام ببعض التوجيهات التي تقدمها الرسالة الإعلامية الوقائية، كما كشفت عن ذلك الكثير من الأدبيات التي عالجت مشاكل الإتصال الاجتماعي وبصفة خاصة في البلدان الانتقالية.

التعقيب: أوجه الاستفادة من الدراسة الثانية للنبيلة بوخبزة في الإطار النظري من الفصل الأول وكذلك تتشابه في أداة البحث الاستبيان

الدراسة الثالثة: من إعداد موسي سهام الموسومة ب: تفعيل المواقع الإلكترونية لتحقيق تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة "، دراسة حالة مؤسسة قديلة لتعبئة المياه المعدنية الطبيعية بسكرة"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، بسكرة الجزائر، 2007 / 2008 وجاءت إشكالية الدراسة كالتالي:

ما هي العوامل التي يمكن أن تعمل على تفعيل المواقع الإلكترونية من أجل تحقيق تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر؟

وجاءت تساؤلات الدراسة كالتالي:

1- ما هي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وما خصائصها؟ وهل يستمد هذا القطاع أهميته من السمات التي تميزه عن غيره؟

2- كيف يمكن التمييز بين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة؟ وما هي مصادر الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؟

3 . ما هي المواقع الإلكترونية ؟ وكيف يمكن أن تتغير مختلف العلاقات في ظل المنافسة الافتراضية عبر المواقع؟

توصلت الدراسة إلى ضرورة دراسة المؤسسة وتحديد مواردها، وتبادل المعلومات الداخلية فيها،واعتماد تكنولوجيات عالية في الإنتاج، فذلك ما يكسبها ميزة تنافسية " على مستوى المؤسسة إن الموقع الإلكتروني يعتبر أداة مباشرة، وهو ما نفى دور وسطاء التموين، لكن تصميم الموقع لا يرقى إلى المستوى المطلوب فهو يخلو من الدعائم المرئية كالأيقونات المتحركة و الومضات الإشهارية على مستوى الموقع الإلكتروني "..

تعقيب: استفدنا من هذه الدراسة كونها تخدم الجانب النظري من الفصل الثاني الخاص بالمواقع الالكترونية وتتشابه في نوع الدراسة وأداة جمع البيانات الا انها تختلف في المؤسسة والمتغير الثاني من هذه الدراسة.

الدراسة الرابعة:

الباحثة حذري فضيلة بعنوان "مواقع المكتبات الجامعية على الخط بالجزائر: البحث والوصول إلى المعلومات العلمية والتقنية".

هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على المشاكل والعوائق التي تحول دون الاستثمار الأمثل لتكنولوجية المواقع الإلكترونية في ميدان البحث العلمي، إضافة إلى التعرف على النقائص التي تحول دون اعتبار مواقع المكتبات الجامعية الجزائرية أدلة بحث عن المعلومات والسعي للوصول إلى نتائج لدعم الجهود الرامية لرفع مستوى مردودية هذه المواقع.

إعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي، كما تمثلت العينة في 195 أستاذ باحث مسجل لنيل درجة ماجيستر ودكتوراه)، ما يمثل 50% من مجموع المجتمع الأصلي، واعتمدت الباحثة على أدوات جمع البيانات المتمثلة في الملاحظة الدقيقة وعبرت من خلال إستمارة تقييمية بطرح مجموعة من الأسئلة على الأساتذة لمعرفة مدى اعتمادهم على موقع المكتبة الجامعية.

توصلت الدراسة إلى أن المواقع الإلكترونية للمكتبات الجامعية الجزائرية لا ترق لتصنيفها ضمن المواقع التي تخدم البحث عن المعلومات العلمية والتقنية، خاصة أن نسبة كبيرة من الباحثين تجهل حتى وجود مثل هذه المواقع على الخط.

وخرجت الدراسات بمجموعة من التوصيات:

- ضرورة دخول جميع الجامعات الجزائرية للفضاء الإلكتروني من خلال المواقع الإلكترونية.
- ضرورة التركيز على توفير أدوات البحث التي تعين الباحث.
- يجب أن تنتهج مواقع المكتبات الجامعية على الخط سياسة رصد معلوماتي للنهوض بالمحتوى في موقعها وجعله ينافس المواقع العالمية.

_ وجوب التمكن من مفاتيح التواصل وهي اللغة، لذلك يجب الاهتمام بجعل الموقع الإلكتروني أداة بحث مفتوحة للجميع بلغاتهم.

تعقيب: تتفق هذه الدراسة مع دراستنا : كلاهما يعتمدان على أداة الاستبيان للدراسة بالإضافة أن الدراسة تتفق مع دراستنا في المتغير المواقع الإلكترونية وتختلف في حجم العينة ونوعية العينة ومجتمع البحث والمنهج المستخدم أفادتنا هذه الدراسة في الجانب النظري للمواقع الإلكترونية.

الفصل الأول: ماهية الإتصال العمومي

تمهيد:

يعتبر الإتصال العمومي أحد الممارسات الإتصالية المؤسساتية في المجتمعات الديمقراطية التي تحيل الى وجهات جديدة مشبعة بقيم الحكم الراشد، والذي يعلن مفاهيم الشفافية، المواطنة المكاشفة وإعلام المواطنين بالمعلومات والبيانات اللازمة المتعلقة بالصالح العام، وتفعيل مشاركة المواطنين في بناء السياسات العامة وتنفيذها وإقناع المواطنين في الانخراط بفاعلية في خدمة قضايا المصلحة العامة، حيث تسمح هذه لمقاربة الإتصالية ببلورة نظرة أفقية للقرارات المشتركة تنعدم فيها أي تراتبية سلطوية عمودية في النسق العمومي.

المبحث الأول: مفهوم الإتصال العمومي.

يعد الإتصال عملية مهمة وضرورية في تكوين الجماعات واندماجها مهما اختلفت أنواعها، والذي من خلاله تحدد مدى قوة المجتمعات من أنواع الإتصال والإتصال العمومي الذي كثرت فيها وجهات النظر والتعاريف.

المطلب الأول: تعريف الإتصال.

لغة: كلمة إتصال مشتقة من كلمة التواصل –واصل– على وزن فاعل وكلمة تواصل جاءت صيغة تفاعل ومصدرها وصال مواصلة وتشير كلمة تواصل إلى حدود المشاركة في الفعل ما بين الطرفين ويكون نقيض تواصل في تهاجر وتنافر وتقاطع [1].

اصطلاحا: يعتبر الإتصال مشاركة فكرة أو اتجاه أو موقف أو بالمشاركة في حوار اجتماعي، لقد اختلف الكثير من العلماء حول تعريف عملية الإتصال[2].

عرفه "بيولسون وستين"بأنه عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب إما شفويا أو بإستعمال الرموز والكلمات والصور والإحصائيات بقصد الإقناع أو التأثير على السلوك أنه عملية النقل هي نفسها تشير للإتصال.

وعرفه " دون سيدني" وهو أستاذ إتصال في فهم التكنولوجيا في مدينة نيويورك أنه فن إبلاغ الرسائل عن طريق القنوات الإتصالية من أجل أهداف محددة[3].

ويعرف "كرتشووكرتشفلين" الإتصال بأنه تبادل المعاني بين الأفراد ويحدث بشكل أولي من خلال استخدامهم للرموز المألوفة والمعروفة لهم[4] .

1 بسام عبد الرحمان المشافية، نظريات الاتصال، دار أسامة، الأردن،ص21 .

2 نجلاء محمد صالح، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية الأسس النظرية والعلمية، ط1، دار الثقافة لنشر ،الأردن ، 2012، ص 22.

3 نصيف فهمي منفربوس، الاتصال بين الجوانب الإنسانية والتكنولوجية المعاصرة، ط 1، دار المكتب الجامعي الحديث،2010، ص20.

4 نصيف فهمي منفربوس ، المرجع نفسه ،ص20 .

وعرفه الآخرين بأن الإتصال هو عملية تفاعل أي تأثير متبادل تمكن الإنسان أن يكون كائنا اجتماعيا، فقد وصف القاموس عملية الإتصال بأنه التفاعل أو الإتصال بالكلمات والخطابات والرسائل وتبادل الأفكار والآراء.

كما يعرف الإتصال بالعملية التي تتضمن تبادل الأفكار والآراء والمفاهيم والاتجاهات بين شخصين أو أكثر باستخدام صيغة أو أكثر من صيغة التعبير حيث يفهم كل طرف ما يعنيه الطرف الآخر، فهو يحدث عندما توجد معلومات من مكان واحد أو لدى شخص ما ويريد توصيلها إلى مكان آخر أو شخص آخر.

الإتصال هو أي سلوك ينتج عنه تبادل المعنى[1] .

كما تعرفه خضرة مفلح "بالعملية التي يتفاعل فيها طرفين من خلال رسالة معينة فكرة أو خبرة أو أي مضمون اتصالي آخر عبر القنوات الاتصالية ينبغي أن تتناسب مع محتوى الرسالة بصورة توضح تفاعلا مشتركا فيما بينها[2].

المطلب الثاني: تعريف الإتصال العمومي.

يختلف تعريف الإتصال العمومي باختلاف وجهات النظر وعليه سيتم فيما يلي ذكر البعض من هذه التعاريف:

يعرف" بيار زيمور" الإتصال العمومي بأنه "إتصال رسمي يهدف إلى تبادل المعلومات ذات المنفعة العامة، وكذلك الحفاظ الرابطة الاجتماعية التي تقع مسؤوليتها على المؤسسات والمنظمات العمومية ذات المهام المجتمعية[3] .

كما يعرف بأنه الإتصال الذي يهدف إلى تقديم خدمة عمومية للفرد والجماعة من خلال مؤسساته المختلفة الإعلامية أو الخدماتية في جميع مجالات الحياة من أجل ترقية الفرد إلى الأفضل بتغير أو تطوير ظروف معيشته

1 محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، ط 1، دار العربي، 1990، ص26.

2 خضرة عمر المفلح، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، ط1، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن ، 2014 ، ص 22.

3جحنيط رضوان، دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية، العدد 2، المجلد 8 ، سطيف-الجزائر 2021 أكتوبر،ص26 .

اليومية الضرورية والمهنية، أي تحقيق المنفعة والمصلحة العامة، ويهدف الإتصال العمومي إلى إستعمال تقنيات وإستراتيجيات إتصالية إلى تغيير وتعديل أو تطوير أفكار الأفراد وتحسين سلوكياتهم[1] .

يعرف الاتصال العمومي بث الرسائل الواقعية أو الخيالية تشمل موضوعات معينة على إعداد كبيرة من الناس مختلفين فيها بينهم من النواحي الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية ، والسياسية يتواجدون في منطقة مختلفة وتبث هذه الرسائل عن طريق وسيلة عمومية .[2]

ولقد جاء الإتصال العمومي في موسوعة الإدارة العامة الفرنسية على أنه مجموعة من أنشطة المؤسسات والمنظمات العمومية التي تهدف إلى نقل وتبادل المعلومات للغرض الرئيسي وهو تقديم وشرح القرارات والإجراءات العمومية وتعزيز الشرعية، للدفاع عن القيم المعترف بها وللمساعدة في الحفاظ على الرابط الإجتماعي، ويتعلق الإتصال العمومي بكل المؤسسات العمومية.

الإتصال العمومي هو عملية تبدأ عندما يصنع القائمون بالإتصال وسائل معينة فهم ينشرون رسائلهم بسرعة ويتم نشرها من خلال إستخدام وسيلة فتية إلى مناطق جيدة وإلى جماهير مختلفة، وعندما يدرك الأعضاء من الجمهور هذه الرسائل فهي ببساطة تكون قد حققت المعنى الذي يقصده القائمون بالإتصال وحركت مشاعر الأعضاء من العامة[3].

التعريف:

الإتصال العمومي هو نشاط إتصالي تقوم به الجامعة من أجل تقديم المعلومات والخدمة للطلاب، لتحقيق المصلحة والمنفعة العامة عبر الموقع الإلكتروني الرسمي للجامعة.

المطلب الثالث: نشأة وتطور الاتصال العمومي.

يعتبر مفهوم "الإتصال العمومي" كخلاصة لتطورات اجتماعية وسياسية ترتبط بظهور الدولة(Etat).

1 مصطفى ثابت ،الفضاء العمومي وديمقراطية الاتصال في الوطن العربي ، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد الأول ،المجلد 2018،،11،ص509.

2 درفوف عماد ، دور الاتصال العمومي والعلاقات الانسانية على مجتمع البحث ، دراسة مقدمة لنيل شهادة ماستر ، تخصص استراتيجية تسيير الموارد البشرية ،جامعة بوشعيب بلحاج ، عين تموشنت ، 2015، ص16.

3 مي عبد الله ، نظريات الاتصال ، ط2 ، دار النهضة العربية ، لبنان ، 2010 ، ص 27-29.

عليه يمكن رصد أول منعرج تاريخي في تطور الإتصال العمومي لحظة توقيع معاهدة واست فال1648، وهي المعاهدة التي إنتقلت بأشكال التجمع البشري نحو أفق جديد هو مفهوم "الدولة"، "الأمة" وهو المفهوم الذي قدم شكلا جديدا للتنظيم السياسي للمجتمع والذي ترافق تاريخيا مع ظهور حركات الإصلاح الديني ، التي قضت على دور الكنيسة في وصفها المصدر الرئيسي الإضفاء الشرعية على أي سلطة غير شرعية.

أما المنعرج الثاني لتطور الإتصال العمومي فيكمن في ظهور النظام الديموقراطي في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث أدت الحروب الأهلية في أمريكا إلى سقوط عدد كبير من القتلى استدعى التفاف جهود كبار زعماء السياسة أمثال توماس جيفرسون" و" جورج واشنطن"، من أجل الإعلان عن تأسيس دولة ذات طابع ديموقراطي يتساوى فيه الجميع في الحقوق والواجبات، هذا التطور فتح المجال لاكتشاف جديد هو مفهوم "المواطن" و"المواطنة"، وأن العلاقة الجيدة والحسنة بين الدولة والمواطن فيما يخص بعض الحقوق والواجبات هي المفتاح الرئيسي لضمان تسيير رشيد ومحكم لكل شؤون الدولة والإتصال الجيد بين الطرفين هو السبيل الأنسب لذلك لأن التسيير والإدارة هما عملية إتصال قبل كل شيء . وعليه يمكن رصد أهم المراحل التي مر بها الإتصال العمومي في ست مراحل أساسية:

المرحلة الأولى: الدعاية

استعملت للتأثير على الرأي العام، وفي هذا الإطار لابد من التأكيد على التفريق بين الدعاية والديكتاتورية، فالدعاية ترتكز على إستعمال تقنيات التلاعب بالحقيقة وتحريف الواقع وقولبته بما يخدم جماعات المصالح وإقناع الرأي العام بهذه الحقائق المقولبة بما يعرف بـ "التلاعب بعقول الجماهير".

المرحلة الثانية: الإعلام

اصطلح على هذه المرحلة بالمرحلة الإعلامية، كان الهدف الأساسي منها هو تمرير المعلومات للرأي العام وما تحمله من معاني مخفية بين السطور، حيث ركزت هذه المرحلة على بث المعلومات فقط في إطار النموذج الخطي للإتصال خاصة نموذج شانون وويفر.

المرحلة الثالثة: الإشهار

خلال هذه المرحلة تم الإستعانة بتقنيات الإشهار وتكليف وكالات الإتصال بتنظيم النشاطات الإتصاليةL'évènementiel Les fêtes populaire وما صاحب من تغيير في تسمية هذه النشاطات .

المرحلة الرابعة: التركيز على تكنولوجيا الإتصال

بدأت مع سنوات التسعينات حيث عرفت سنواتها الذهبية وذروة تألقها مع ظهور الأنترنيت وشبكات التواصل الإجتماعي، ركزت هذه المرحلة على التكنولوجيا على حساب المضمون.

المرحلة الخامسة: الآخر هو الهدف الأساسي للإتصال .

جاءت هذه المرحلة لتلغي تماما نظريات الإتصالالخطي ، تقنيات الإشهار السياسي والإنتقال من التركيز على الوسيلة الإتصالية(المرحلة الرابعة) إلى مستخدمها ، ومن هنا ضرورة التركيز على إدراك أهمية الآخر في الإتصال، فالأخر ليس مجرد تفصيل ثانوي، فالتجربة تؤكد على أن نجاح القائم بالإتصال تكمن في فهمه وتكيفه مع المتلقي.

المرحلة السادسة: إتصال تميز" لتلاحظ" .

تمثل هذه المرحلة بداية إستخدام تقنيات التسويق، حيث أصبحت توضح إستراتيجياتإتصال تركز على بناء هوية وصورة المؤسسات العمومية والسياسة العامة .

أما على مستوى التأسيس الأكاديمي للإتصال العمومي فتعود البدايات الأولى لظهور مفهوم الإتصال العمومي في أعمال عالم الإتصال الأمريكي ولبر شرام "سنوات الخمسينات والستينات، والتي تجسدت في شكل حملات واسعة سماها هو "بحملات الإتصال العمومي " تمت مباشرتها بهدف إقناع الناس بسلوكيات ما يمكن في النهاية قياسها عبر وسائل منهجية، ولكن هذه الحملات التي جاءت في أجواء مكهربة مرتبطة بالحرب الباردة، كانت السمة الغالبة عليها هي الدعاية، لذلك وجه" برنارد مياج " إنتقادات للقول بأن شرام بعد المؤسس الفعلي للإتصال العمومي.

أما سنوات السبعينيات والثمانينات فيشار إليها على أنها السنوات التي تبلور فيه الإتصال العمومي كنظرية جديدة وكممارسة بإعتباره الاتصال العمومي أحد أهم حقول البحث الجديدة في ميدان بحوث الإعلام والإتصال، فظهوره للتداول العلمي العام كان نتيجة المجهودات التي قام بها فريق بحث بجامعة لإفال الكندية توج بإصدار كتاب جماعي تحت إشراف" ميشال بوشون". (. (Michel Beauchampصدر عام 1990 بعنوان الإتصال العمومي والمجتمع : "معالم للتفكير والفعل " منذ ذلك الحين تمت مباشرة الكثير من البحوث التي سعت لتطوير هذا الحقل ومن دراساته للإفادة منها ، فيما يتجاوز بعده النظري إلى أبعاد عملية تقدم نتائج ملموسة في الواقع. وقد عمدت العديد من الجامعات والمعاهد في تدريس هذا التخصص الجديد، تم إسناد مهمة البحث فيه لوحدات ومخابر بحث[1] .

1 ايناس رغيس ، الاتصال العمومي الجواري ودوره في تحسين الخدمة العمومية ، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث ، علوم الاعلام والاتصال ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 ، 2018-2019 ، ص85 -88

المبحث الثاني: خصائص ومبادئ الإتصال العمومي.

الاتصال العمومي هو مجال متعدد لأوجه يلعب دوراً حيوياً في نقل المعلومات بين المؤسسات والجمهور العام ، هذا النوع من الإتصال يشمل جميع الأنشطة التي تهدف إلى تبادل المعلومات والأفكار مع الجمهور، سواء كان ذلك الجمهور داخلياً أو خارجياً تميزه مجموعة من الخصائص وتحكمه مبادئ يقوم عليها وهذا ما نقوم بالتطرق اليه في هذا المبحث.

المطلب الأول: خصائص الإتصال العمومي.

يرى "Dominique Mégard "أن الإتصال العمومي يتسم بمجموعة من الخصائص تميزه عن غيره من الأنماط الاتصالية الأخرى :

خدمة الصالح العام: شرح القرارات المتخذة، إقامة إتصالات متبادلة بين المرافق العمومية والمواطنين، خلق اتجاهات و سلوكيات إيجابية لدى المواطنين تتعلق بالقضايا الاجتماعية ذات المنفعة العامة .

الإتصال العمومي ليس إتصالا دعائيا أو تسويقيا [1].

الإتصال العمومي رهانه أخلاقي بالأساس ،جوهره هو التعامل بصدق وشفافية مع الواقع[2] .

تناول تشارلز رأيت خصائص الإتصال العمومي فحددها كالتالي:

الإتصال العمومي موجه صوب العامة و الذي يكون كبير و مختلف الاتجاهات و منها، أن كاتب الرسائل الموجهة إلى أفراد متخصصين لا تعتبر في العادة إتصالا عموميا.

الإتصال العمومي عام و عاجل و عابر، فالإتصال عاجل لأن القصد منه أن تصل الرسائل إلى جماهير كبيرة في أقصر وقت ميسور، و الإتصال عابر في العادة الدوام و البقاء و الدخول في المجالات بل أن يستهلك على الفور[1].

1 سامي خنفي ، جمال بن زروق :الاتصال العمومي في الجزائر ، قراءة في المفهوم والممارسات مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية ،المجلد6،العدد3،سبتمبر2021، ص274.

2 سامي خنفي ، جمال بن زروق ، المرجع نفسه ، ص275.

يتميز الإتصال العمومي بملكية الوسائل التابعة للدولة.

الإتصال العمومي منظمة، فصاحب الرسائل في الأجهزة العمومية يختلف عن الفنان أو الفرد أو الكاتب، من حيث أنه يعمل من خلال تنظيم معقد فيه مبدأ تقسيم العمل على نطاق كبير كما ينطوي في تقليل الكلفة، إن الجمهور المتلقي لرسائل الإتصال العمومي جمهور يتصف بضخامة حجمه، و عدم تجانس الأفراد في القدرات و المعارف و الأعمار، و اختلاف ميولهم و أذواقهم و تعدد إتجاهاتهم وأفكارهم .

إن المرسل لا يرى هذا الجمهور مباشرة في غالب الأحيان و لا يسمع منه إلا القليل، و منها نقل التغذية العكسية يغلب على طبيعة هذا الإتصال كونه أحادي الاتجاه، يطفى عليه سريان المعلومات في اتجاه واحد أي من المرسل إلى المتلقي.

تتصف الرسائل المرسلة بأنها عاملة و عليه تصل إلى جميع الناس و الذين يرغبون بالتعرض لها في وقت واحد.

عملية منظمة و مدروسة و معدة و غير عشوائية، يقوم عليها عددا كبيرا من المختصين ويتطلب مخصصات مالية ضخمة، و تستخدم آليات الإتصال المعقدة و تعمل على تحقيق أهداف معينة[2].

حسب MEGRAD DOMONIQ إن الإتصال العمومي يتسم بمجموعة من السمات تميزه عن غيره من أنماط الإتصال وتخص بالذكر :

خدمة الصالح العام من شرح القرارات المتخذة .

إقامة إتصالات متبادلة بين المرافق العمومية والمواطنين .

خلق إتجاهات وسلوكيات إيجابية لدى المواطنين تتعلق بالقضايا الإجتماعية ذات المنفعة العامة.

يقتصر الإتصال العمومي على النشاطات الإتصالية التي يقوم بإعدادها و تنفذها الحكومة ووزارتها إتجاه المواطنين.

الإتصال العمومي متعدد الأبعاد، أهدافه منسجمة و متناسقة و لا مجال فيها للتنافس أو التناقض.

---

1 مي عبد الله ، المرجع السابق ، ص19.

2 زبير بن عون، محاضرات في الاتصال الجماهيري، جامعة الأغواط، الجزائر، 2005، ص5.

الإتصال العمومي رهانه أخلاقي بالأساس جوهره التعامل بصدق و شفافية من الواقع[1].

المطلب الثاني: مبادئ الإتصال العمومي

يرى "بيار ماري فيدال" "بأن الإتصال العمومي أصبح أكثر توجها نحو الإبتكار والتجديد خصوصا في السنوات الأخيرة، بفعل إنتشار الثورة التكنولوجية التي توجتها الشبكة العنكبوتية العالمية ولكن رغم هذه التطورات لم تمس بالمبادئ الأساسية التي إنطلق منها الإتصال العمومي والتي تشكل جوهره في الأصل، لذلك فمهما تغيرت أشكال وممارسات الإتصال العمومي فأنها تبقى مستندة على الدوام إلي مبادئ تتجسد بالأساس:

حسب" بيار زيمور "في :

1. عدم إختزال المواطن إلى المستهلك:

حيث يرى" بيار زيمور "على أن المؤسسات العمومية التي تقدم الخدمة العمومية تجنب نظرة المؤسسات الهادفة للربح – التجارية–للمواطن بوصفه مستهلك في مجال القضايا العامة وفي هذا الإتجاه يكشف زيمور في دراسة على أن هناك مشكلة كبيرة في نظرة المؤسسات العمومية للمواطن في فرنسا ،كما كشفت نتائج الدراسة أن 17% من المواطنين الخاضعين للدراسة أن المؤسسات العمومية تنظر إليهم كزبائن و33% يعتبرون تنظر إليهم كمواطنين أو –488ناخبين أو دافعين ضرائب، ومن هنا فمهمة الإتصال العمومي هي تجاوز كل هذه الرؤى وتكريس فكرة المواطن بوصفه صاحب حق وملزم بواجبات معينة .

2. التميز عن الإتصال السياسي:

يؤكد بيار زيمور في هذا الإتجاه على ضرورة تميز الإتصال العمومي عن الإتصال السياسي في أداءه بإعتبار هذا الأخيرة يرتبط بممارسات السلطة والتوقعات السياسية في الخدمة العمومية، وليس والشرعية المتأتية من

1 سامية عواج وآخرون ، الاتصال العمومي من النظرية الى التطبيق ، ط 1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2017 ، ص10 .

الإنتخابات بينما يرتبط الإتصال العمومي بالمؤسسات العمومية المستقلة التي لا تتبع أي جهة سياسية وهو في ذلك يبحث عن أحدث التناسق والتفاهم الازم لتسيير الفعل العمومي والخدمة العمومية

3.تقاسم الوظيفة الإعلامية مع وسائل الإعلام:

تسيطر وسائل الإعلام على وظيفة الإعلام داخل الفضاء العام ولكن يجب الإشارة الخصوصية ودور وسائل الإعلام الذي لا يرتبط بتقديم الخدمة العمومية، ولكنه يميل أكثر لما يسمي بالبراديغم الصحفي ، فان المؤسسات العمومية مخولة أكثر من ناحية القانونية لتقديم المعلومات والبيانات ذات الطابع العمومي، وتوجيه النقاش العام نحو المواضيع الأكثر أهمية ونحو شفافية إجراءات الفعل العمومي.

4.المراهنة على إشراك المواطن

إن تقاسم المعلومات والبيانات عبر الإتصال العمومي يهدف إلى غاية نهائية هي الدوافع بالمواطن نحو المشاركة والانخراط في الشأن العام بشكل مستمر ويومي من خلال ممارسة ديمقراطية تشاركية وليس ديمقراطية تمثيلية، ويشير مفهوم الديمقراطية التشاركية كمصطلح سياسي على مشاركة المواطن بصورة مباشرة من خلال ممثليهم في رسم السياسة العامة وصنع القرارات وقد اشارت ريان فوت في كتابها "النسوية والمواطنة " الى أن الديمقراطية التشاركية الكاملة – كما وصفها – تتطلب قدرا كبيرا جد من العمل التطوعي من كل موطن عادي، وليس بإمكانها أن تفسح مجالا لقرار سريع وفعال،بل انا تذهب إلي المواطنين العاديين لا يملكون تقييما ذو كفاءة في كل المجالات،

فالمواطن ليس بديلا للحكومة، ولكن حتى يكون القرار ملائما ورشيد ينبغي لصناع القرار استشارة الناس المعنيين بهذه السياسة.

5.التحكم في آلية الانترنت

يشكل هذا المبدأ تحديد الوجه المعاصر للإتصال العمومي، حيث ساهمت الأنترنت في تكريس التفاعل في تناقل المعلومات وفي دعم المشاركة الفاعلة في نشر المعرفة وفي إبداء الرأي وتبسيط الحوار بين مختلف أطراف

العملية الإتصالية وبذلك أصبحت الشبكة العنكبوتية مرحلة متطورة في مجال المشاركة في تبادل المعلومات ويجسم الأسلوب الديمقراطي في الشؤون العامة من خلال تعزيز مبدأ الحق في الوصول إلي المعلومة .وإعطاء النقاش العمومي دفعة قوية من خلال تشجيع لمواطنة جديدة قائمة على الممارسة النقدية والإحتجاج وحرية الرأي العام،وهذا المتغير الذي أفرز واقعا جديدا من شانه أن توثر على ممارسة الإتصال العمومي لأنه يدفع إلي تحسين المعلومة وتحسين النقاش العمومي على الدوام[1].

– يرتكز الإتصال العمومي كغيره من المجالات على مجموعة من المبادئ ، فيقول أن خليطا من القليل مما تعلمه نظريا وعشرون سنة من الممارسة في هذا المجال، Marc thebault ساعده على خط تسعة مبادئ للإتصال العمومي :

الحتمية: 'لا يمكن ألا نتصل ' تسجل هذه المقولة قوتها عندما يتعلق الأمر بالإتصال العمومي، فمهمة القائم بالاتصال العمومي هنا تحرم عليه الصمت .

الآخر:الإتصال هو الذهاب الى الاخر، إذن هو الإعتراف به ثم تعلم التعرف عليه ، وذلك لفهم طريقة تفكيره إيجاد الوسيلة الأكثر فعالية للتواصل معه ..

الشمولية: يقول "باسكال" "من المستحيل معرفة الأجزاء دون معرفة الكل، ولا يمكن أيضا معرفة الكل دون معرفة الأجزاء بشكل من الخصوصية". فالرسالة لوحدها لا تمثل الإتصال، ولكن الإتصال هو مضمون، معنى، علاقة وسياق .

الملائمة: هذا المبدأ هو نتيجة مباشرة لسابقه، إذ لا بد من وجود تناسق في عناصر العملية الإتصالية، ومنه فتحقيق التناغم والتناسق يحقق التوافق في الإتصال ، وتظهر تلك الملائمة في السياق من حيث أهمية المعلومة وأسلوب صياغتها، كما في العلاقة من حيث إختيار الوقت المناسب للإتصال .

[1] إيناس رغيس ، الاتصال العمومي وإدارة الفضاء العام ، جامعة محمد لمين دباغين ، سطيف 2، مجلد 16، عدد 2 ، تاريخ الارسال 23-10-2018 ،تاريخ القبول 13-06 – 2019 ، ص 99-100.

النسقية: هناك ثلاث عوامل تجعل الإتصال العمومي في قلب الوظيفة النسقية المعقدة، وبفهم أكثر سننطلق من التعريف التالي: " مجموعة عناصر متكاملة ومتفاعلة ومنظمة من أجل تحقيق هدف مشترك". أولى تلك العوامل أن الإتصال العمومي يتواجد في قلب نسق مفتوح، وهو بطبيعته مفتوح على بيئته وفي حركة مستمرة، يبتغي الوصول إلى هدف.

التوقيت (الزمن) :الإتصال مسألة مدّة وتسلسل زمني والرغبة في التواصل هو رغبة في بناء علاقة، وهذه الأخيرة تتطلب وقتا لبنائها. وليسمح الزمن ببناء هذه العلاقة لابد من إتباع "عملية وبما أنّ هدف الإتصال الجوهري هو الذهاب إلى الآخر، أي خلق علاقة والحفاظ "Processus عليها، فإنّ ذلك يتطلب الوقت.

التفاعل: علينا أن نحمي الاعتقاد السائد بأنّ :الإتصال الناجح هو الإتصال الذي يُصمِت، لأن Feed_back هو الذي يجلب رد فعل الإتصال، فالاتصال في الواقع ما هو إلاّ سلسلة من الأفعال وردود الأفعال، قد تكون هذه الأخيرة ذكية، بناءة واضحة، وأحيانا أخرى أقل ذكاء، سلبية وغير واضحة .

المواجهة :الإتصال العمومي هو مكان رمزي لإلتقاء مختلف وجهات النظر والأفكار لنفس الظاهرة، فهو يجسّد منطق مواجهة الأنساق المختلفة، فهو ليس نفيا لوجود الإختلاف في الرأي وإنما قبول لمواجهتها ومناقشتها.

التوقّع: ردود الفعل أمر مفروغ منه ولا يمكن تجاهلها في عملية الإتصال العمومي، ومنه فإنّ مهمّة هذا الأخير لا تتوقف عند توصيل الرسالة إلى الجمهور وفقط، بل تتعدّى ذلك إلى توقّع ردود الأفعال وتحضير إستراتيجيات للإجابة عليها[1].

الفاعلين الأساسيين للإتصال العمومي:

الإتصال العمومي هو نتيجة الخطابات أو الإجراءات الإتصالية التي يقوم بها العديد من

1 نسرين داودي ، الاتصال العمومي في الجزائر بين قناع الديمقراطية وواقع الابوية الاستبدادية، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية ، مجلد 5 ، العدد 8 ،جامعة الجزائر3 ، 2017 ، ص 140_ 143.

الجهات الفاعلة فحسب ما جاء في الدليل الذي أعدته السلطات الفرنسية فإن الجهات الفاعلة في مجال الإتصال العمومي هم كل من :

رئيس الوزراء (رئيس الحكومة) .

الوزارات .

الولاة .

الإدارات الغير مركزية ..

الهيئات الخاضعة لإشراف الوزارات [1].

المطلب الأول: وظائف الإتصال العمومي.

الإتصال العمومي بمهام ووظائف متباينة، التي تصب كلها في إطار تعريف المواطنين وإعلامهم بالسياسات العامة الممارسة من طرف السلطات السياسية، حيث تنشر الرسالة أو المعلومات العمومية في سياق يمتاز بالتعددية، والإتصال العمومي قبل كل شيء هو توزيع المعلومات النافعة للجمهور والهامة من المعطيات المشتركة للجمهور من أجل ممارسات أفضل في الحياة الجماعية للمواطن وتعزيز الروابط الإجتماعية، فرهان الإتصال العمومي هو إعطاء معنى للفعل العام لتحقيق المنفعة العامة للمواطن، وترى دومينيك ميقار أن الإتصال العمومي في تصور بيار زيمور يجب أن يقوم بمجموعة مهام جوهرية وهي:

ضمان المعلومات وسيرها في اتجاهين: والتي تتجسد في المستوى الأول في إعلام المواطنين من خلال توفير وتقديم المعلومات الضرورية واللازمة التي تتعلق أساسا بالسياسات العامة والخدمات العمومية وجعل الجمهور على علم بكل القرارات المتخذة، أما على مستوى ثاني حيث تساهم في قياس مستوى السياسات العمومية للمجتمعات التي تهدف إلى لتحسين عمل مؤسسات المجتمع تجاه قضايا الصالح العام وتفعيل المشاركة العمومية في كل مراحل بناء هذه السياسات والقرارات وعلى مستوى ثاني تقديم صورة عن المؤسسات العمومية.

1جحنيط رضوان الياس شويخي، دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف، المجلة الدولية الاتصال الاجتماعي ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ،العدد 2 ، المجلد8 ، 28 أوت 2021، ص32.

الإستماع والإصغاء تطلعات المواطنين ومختلف الفواعل.

العمل على توثيق العلاقات الاجتماعية وتغيير السلوكيات :فإنتشار السلوكيات السلبية التي تؤثر على المجتمع وعلى هويته وأفكاره وتوجهاته تتطلب ممارسة إتصال عمومي ذا طابع إجتماعي للحفاظ على الروابط الإجتماعية، ويتعلق الأمر بحملات التوعية والوقاية في المجالات المختلفة الأمن المروري، البيئة والصحة والتعليم.

الإعلام عن الخدمات العمومية: وذلك من خلال زيادة الوعي لدى المواطن من خلال توفير التدابير المناسبة وتشجيع إستخدامها" كالسكن والعمل والتكوين".

تحسين المعرفة والوعي حول صورة الخدمات العامة "الإستقبال، الخدمات الإجتماعية، خدمات لمؤسسات العمومية ".

تحسين جودة المعلومات المتضمنة في سياسة الإتصال العمومي، الأنواع الأساسية من المعلومات التي تقدمها الهيئات العمومية والإدارات العمومية إلى وسائل الإعلام والإتصال بصفة عامة[1].

المطلب الثاني: أهمية الاتصال العمومي.

إن تراكم الآفات وتعقد المجتمع وإزدياد تخصصاته أدى إلى الحاجة إلى الإتصال العمومي أكثر من أي وقت مضى من أجل التوعية والشرح والتفسير حيث لابد لهذا النوع من الإتصال حتى يمكننا أن نطلق عليه –صفة إستراتيجية –أن يبدأ منذ الصغر .

تتجلى أهمية الإتصال العمومي القدرة على توجيه الفعل العمومي لخدمة المصلحة العامة سيما من خلال الإعلام ،الشرح تمكين الجماهير المستهدفة من فهم ،التثمين المساعدة على التغيير، الإنصات للفاعلين

1 ايناس رغيس ، الاتصال العمومي الجواري ودوره في تحسين الخدمة العمومية ، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث ، علوم الاعلام والاتصال ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 ، 2018-2019 ، ص92.

والمواطنين ... أنه إتصال يسعى أيضا للتحكم في التصورات الجماعية إتجاه المؤسسة والإقليم ومختلف الفاعلين[1].

إن الإتصال العمومي يعتبر أداة هامة في يد السلطة والهيئات العمومية المركزية والمحلية لإشراك المواطن في تسيير تلك المرافق العمومية وكذا المشاركة في عملية التنمية المسطرة.

إذ إن إعلام المواطنين وتمكينهم من كافة المعلومات والمعطيات المتعلقة بالقضايا والمسائل التي تهمهم من شأنهم المساهمة في إيجاد الحلول للمشاكل التي تواجهها الدولة هذا من جهة

ثانية جعل البرامج والسياسات والقرارات العمومية المتخذة من قبل الدولة ومختلف مرافقها تحظى بالقبول لدى المواطن[2].

ويشهد الإتصال العمومي إهتماما متزايدا بإعتباره توجه حديثا في آليات التواصل بين الدولة والمواطن.

وهذا من خلال تبني نهج الحوار بين الإدارة والمواطنين وذلك من خلال الإستماعلإنشغالات المواطن ومشاكله، وآراءه والعمل على أخذها بعين الإعتبار عند عملية وضع السياسات العمومية يهدف تحسين الخدمة العمومية ويكون ذلك من خلال إعلام المواطن بكافة المستجدات والإجراءات المتخذة،والبرامج المسطرة وتسيير وصوله للمعلومات[3].

_1 نصر الدين بوزيان ،الاتصال العمومي الجزائري خلال عدوان تيقرنتورين ، المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية ،المجلد 9، العدد4،السنة 2020،ص701

2 سامي خنفي جمال بن زروق، الاتصال العمومي في الجزائر قراءة في المفهوم والممارسات، سكيكدة، ص 284.

3 سامي خنفي جمال بن زروق، المرجع نفسه، ص284.

المبحث الرابع: الإتصال العمومي وتكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديث.

تعد تكنولوجيا والإتصال أحد سمات العصر الحالي فمظاهر هذه الأخيرة تعد بارزة وواضحة إنها توجهنا، وهذا النظر للإعتماد عليها وتوظيفها في مختلف الأنشطة البشرية ، فهي تستخدم في العديد من المجالات حيث يتم الإستفادة منها في المعاملات اليومية ، والعمليات الإجتماعية والإقتصادية والشخصية ، فقد عملت تكنولوجيا على تغير كيفية عمل الناس، وكيفية تواصلهم ، وتعاملهم .

المطلب الأول: مفهوم التكنولوجيا.

يعتبر مفهوم التكنولوجيا من المفاهيم التي ناقشها الكثير من الباحثين والمفكرين، وإختلفوا في نظرتهم له بسبب إختلاف تخصصهم وتطور خصائص التكنولوجيا نفسها، ولكن من الأمور المتفق عليها أن ماهية التكنولوجيا قديمة قدم المخترعات البشرية نفسها، حيث كانت تعتبر وسيلة من الوسائل التي إكتشفها الإنسان عند تطويعه البدائي للطبيعة، وبعدها أصبحت أداة يستعملها لخدمته ومساعدته لقضاء حاجياته المتنامية، ثم تطور إستعمالها وعم إلى درجة أصبحت مهمة جدا في حياته العامة والخاصة، مما جعل البعض من المفكرين يعتقدون بأنها المسئولة عن معظم التغيرات التي تحدث داخل المجتمع المعاصر.

لغة: تعود الأصول اللغوية المصطلح التكنولوجيا إلى اللغة الإغريقية القديمة بمعنى ((Technologia، وهي مشتقة من كلمتين ((Techneوتعني المهارة الفنية، أما ((Logosفتعني دراسة، أي تنظيم المهارة الفنية وقد تم استخدامها لأول مرة في القرن السابع عشر ميلادي.

إصطلاحا: تعريف التكنولوجيا بأنها " البحث عن حل للمشكلات وتطبيق هذه الحلول، كما أنها تهتم بتلبية حاجيات البشر ورغباتهم المتعدد في جميع مجالات الحياة"[1] .

واللفظان معا يشيران إلى كل معرفة فنية تنطوي على منطق وتبعث جدلا حولها، وتشكل المعارف الفنية في معطياتها منظومة متكاملة تتفاعل فيها المعرفة مع التطبيقات العملية ضمن نسق منطقي متكامل[1].

1 فضيل دليو ، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال _المفهوم_ الاستعمالات _الآفاق، ط1 ،دار الثقافة ، الأردن عمان ، 2010، ص 19 .

لغة: فان مصطلح تكنولوجيا مكون من شقين الشق الأول تكنو ومعناها المهارة، والشق الثاني لوجي ومعناه العلم أو الفن، ومعني ذلك أن مصطلح تكنولوجيا يعني المهارة الفنية.

إصطلاحا:تشير بصفة عامة الى الوسائل والأجهزة التي يستخدمها الإنسان في توجيه شؤون الحياة فهي بشكل عام الإستخدام المفيد في مختلف مجالات المعرفة .

يعرف قاموس أكسفورد التكنولوجيا : أنها الدراسة العلمية للفنون العلمية أو الصناعية وكذلك بإعتبارها تطبيقا للعلم [2].

مفهوم الإعلام: تلك العملية التي يترتب عنها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي ترتكز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والإرتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الإعلام على التنوير والتثقيف مستخدما أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي[3].

تكنولوجيا الإتصال والإعلام: هي مجموعة من التقنيات والأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الإعلامي والإتصالي_ الذي يراد توصيله من خلال عملية الإتصال الجماهيري أو الشخصي أو الجمعي أو التنظيمي أو الوسطي، أو التي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة المرسومة أو الرقمية من خلال الحاسبات الإلكترونية أو الكهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الإتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور.

كما تعرف على أنها مجموعة من الآلات أو الأجهزة أو الوسائل التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها[4].

---

1 محمد صفوح الاخرس ، الأساس الاجتماعي للتقدم العلمي والتقني ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ن 1990 ، ص13 .

2 مجد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري مدخل الى الاتصال وتقنياته الحديثة ، ط1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2004 ، ص44.

3 محمد جمال فار، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2013 ، ص27-28.

4 محمد الفاتح حمدي واخرون، تكنولوجيا الاتصال الاعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، ط1 ،كنوز الحكمة ، الجزائر ، 2011، ص 4.

المطلب الثاني: خصائص وسمات تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة.

تعمل تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة الحصول على المعلومات الرقمية والمكتوبة واللاسلكية والصوتية ومعالجتها وتخزينها و نشرها بواسطة مجموعة من الأجهزة الإلكترونية و الإتصالات السلكية واللاسلكية والكمبيوتر من أقمار صناعية والحاسبات الشخصية وأجهزةالتليفزيون والفيديوتكس و التليتكست والكابلات المحورية والألياف الضوئية و أقراص الفيديو بأنواعها والبريد الإلكتروني، وشبكة الأنترنت و الهواتف المحمولة.

و بما أن هذه التكنولوجيات الحديثة إكتشافها وتطورها يكون دائما في صالح الإنسان الذي يساير ويتابع كل ما تطرحه عليه من جديد من أجل الإستفادة منها في حياته اليومية، وهذا ما دفعنا لمعرفة خصائص وسمات هذه الوسائط الحديثة وما يميزها عن بقية الوسائل التقليدية، وهذا ما تناوله المفكر "الفن" توفلر" في كتابه "تحول السلطة بين العنف والثورة والمعرفة" بأن هناك جملة من الخصائص تتميز بها تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة وهي :

التفاعلية: Interactivity:

حيث يؤثر المشاركون في العملية الإتصالية على أدوار الآخرين وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات ويطلق على القائمين بالإتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وقد ساهمت هذه الخاصية في ظهور نوع جديد من منتديات الإتصال والحوار الثقافي المتكامل والمتفاعل عن بعد، مما يجعل المتلقي متفاعلا مع وسائل الإتصال تفاعلا إيجابيا. [1]

اللاجماهيرية:Demessification:

ما يؤخذ على وسائل الإتصال الحديثة تحولها من توزيع رسائل جماهيرية إلى الميل إلى تحديد هذه الرسائل وتصنيفها لتلاءم جماعات نوعية أكثر تخصصا ،وتشير الدلائل إلى أن رؤية "مارشال ماكلوهان" الخاصة بوحدة العالم والحياة في قربة عالمية التي حققتها نهضة وسائل الإتصال الجماهيري خلال عقد الستينات قد أصبحت

[1] محمد الفاتح حمدي واخرون ، مرجع سابق ، ص 8.

في حاجة الى إعادة النظر في عقد التسعينات والقرن الحادي والعشرون ،حيث تتجه وسائل التكنولوجيا الحديثة الى جعل خبرات القراءة والإستماع والمشاهدة عبارة عن خبرات معزولة ، لكونها خبرات مشتركة كما يرى ماكلوهان وبذلك نشهد سقوط العقل الجماعي ، حيث تنشر وسائل الإعلام والإتصالات الجديدة التي توصف بأنها غير جماهيرية ، بل أنها ذات اتجاهات فردية أو مجموعاتية.

اللاتزامنية:(Asynchnanization):

وتعني إمكانية إرسال الرسائل وإستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل مشارك أن يستخدم النظام في الوقت نفسه. فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة إلى وجود مستقبل للرسالة، أو من خلال تسخير تقنيات الإتصال الحديثة مثل الفيديو لتسجيل البرامج وتخزينها ثم مشاهدتها في الأوقات المناسبة.

القابلية الحركية (Mobility):

تعني أن هناك وسائل إتصالية كثيرة يمكن إستخدامهاللإستفادة منها في الإتصال من أي مكان، ثم نقلها إلى آخر حركته مثل الهاتف النقال والتليفون المدمج في ساعة اليد وحاسب آلي نقال مزود بطابعة، كما تعني إمكانية نقل المعلومات من مكان إلى آخر بكل يسر وسهولة.

قابلية التحويل: Convertibility:

وهي قدرة وسائل الإتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر. كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس كما هو الحال في أنظمة التليتكست التي تقدم خدمات ورسائل مطبوعة على شاشات التليفزيون تلبية لرغبات زبائنها التي أضحت تتميز بالتعدد والتنوع ويبرز هذا أيضا في أنظمة الدبلجة والترجمة للمواد المرئية كما هو الحال في بعض المحطات التليفزيونية[1].

[1] محمد الفاتح حمدي واخرون ، مرجع سابق ، ص ص 9-10.

قابلية التوصيل والتركيب (Connectivity)

لم تعد شركات صناعة أدوات الإتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد إندمجت أنظمة وإتخذت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المختصة في صناعة أدوات الإتصال، ومن الأمثلة الدالة على ذلك، وحدات الهوائي المقعر التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال إستقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه.

التوجه نحو التصغير :

نتجه الوسائل الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر –الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك، عكس مستهلك العقود الماضية التي إتسمت بالسكون والثبات ومن الأمثلة عن هذه الوسائل الجديدة، تليفزيون الجيب، والهاتف النقال والحاسب النقال المزود بطابعة إلكترونية.

الشيوع والإنتشار:

وعني به تغلغل وسائط الإتصال حول العالم، وداخل كل طبقة إجتماعية، فتكنولوجيا الإتصال تتجه من الضخم إلى الصغير، ومن المعقد إلى البسيط ومن الأحادي إلى المتعدد مثل الكمبيوتر.[1]

التدويل أو الكونية والعالمية(Golbalization):

التطور المتسارع في هذه التكنولوجيا في إتجاهإختصار عامل المسافة و الزمن، هذا التطور بلغ من الأهمية في الحقب الأخيرة إلى حد أن أطلق البعض على الكرة الأرضية التي نعيش عليها وصف القرية العالمية، كناية عن القدرة الهائلة التي تتحها تكنولوجيا الإتصال الحديثة في مجال نقل وتبادل المعلومات بين مختلف أجزاء العالم الآن واللحظة . ، إنه بوجود وسائل الإعلام والإتصال لم يعد التفاعل على أرض واحدة هو الباعث الأول

[1] محمد الفاتح حمدي واخرون ، مرجع سابق ، ص ص11-12.

للتجمع بل أصبح التفاعل يتم عبر تكنولوجيا ووسائط المعلومات والإعلام متخطيا الحدود الجغرافية عابرا فوق الحدود الوطنية.

التعقيد وكثافة الإستخدام:

تكنولوجيا الاتصال وبالذات المتقدمة منها تتسم بكثافة إستخدام رأس المال والتعقيد الشديد وإرتفاع التكلفة، وهي لكل ذلك تأخذ صبغة إحتكاريةحيث تتركز عادة في أيدي بناء القوة والنفوذ السائدة.

الإحتكارية وسيطرة قلة قليلة عليها :

إن صناعة هذه التكنولوجيا، تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات، ويؤدي هذا التركيز إلى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الإحتكارية، ليس فقط على عملية نقل وتسويق هذه التكنولوجيا في الدول الأقل تقدما ولكن أيضا في التأثير على طريقة إدارتها وإستخدامها بل وصيانتها في أحيان كثيرة في هذه الدول ، مما يعزز من أحكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية ثانية للأولى في المجال الثقافي[1] .

المطلب الثالث : أهمية تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة

تتمثل أهمية تكنولوجيا الإتصال الحديثة فيما يلي:

– لقد ساهم التطور العلمي والتكنولوجي في تحقيق رفاهية الأفراد ومن بين التطورات التي تحدث باستمرار تلك المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والإتصال الحديثة وما تبلغه من أهميته من ناحية توفير خدمات الإتصال بمختلف أنواعها، وخدمات التعليم والتثقيف وتوفير المعلومات اللازمة للأشخاص والمنظمات، حيث جعلت من العالم قرية صغيرة يستطيع أفرادها الإتصال فيما بينهم بسهولة وتبادل المعلومات في أي وقت وفي أي مكان، وتعود هذه الأهمية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال إلى الخصائص التي تمتاز بها هذه الأخيرة، بما

1 محمد الفاتح حمدي واخرون ، مرجع سابق ، ص ص 12-13.

فيها الإنتشار الواسع وسعة التحمل سواء بالنسبة لعدد الأشخاص المشاركين أو المتصلين، أو بالنسبة لحجم المعلومات المنقولة، كما أنها تتسم بسرعة الأداء وسهولة الإستعمال وتنوع الخدمات.

– إن توفر تكنولوجيا المعلومات والإتصالات يعتبر أداة قوية لتجاوز الإنقسام الإنمائي بين البلدان الغنية والفقيرة والإسراع ببذل الجهود بغية دحر الفقر، الجوع ، المرض ،الأمية ، والتدهور البيئي.

– يمكن لتكنولوجيا الإتصال توصيل منافع الإلمام بالقراءة ،الكتابة، التعليم والتدريب إلى أكثر المناطق انعزالا.

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

– إن تكنولوجيا المعلومات والإتصال تساهم في التنمية الإقتصادية، حيث تؤدي الثورة الرقمية إلى نشوء أشكال جديدة تماما من التفاعل الاجتماعي والإقتصادي وقيام المجتمعات جديدة .

– تعمل تكنولوجيا الإتصال الحديثة على زيادة قدرة الأشخاص على الإتصال وتقاسم المعلومات والمعارف ، وترفع من فرصة تحول العالم إلى مكان أكثر سلما ورخاء لجميع سكانه [1] .

1 ماهر عودة الشمالية وآخرون ، تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، ط 1، دار الاعصار للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015 ، ص98-99.

خلاصة الفصل:

نستنتج أن الاتصال العمومي هو ذلك من أجل الكل المركب من النشاطات الاتصالية فهو يلعب دورا هاما في نشاط المؤسسات العمومية وتحسين مستوى الخدمات وكما أن تمتعه بالنوعية ساهم في تواصله مع جميع شرائح المجتمع وتعزيز روابط الصلة مع المواطن عن طريق قيامه بمجموعة من الوظائف اللازمة كما أنه يسعى لبلوغ الغايات المسطرة ومجموعة المبادئ التي تحكمه وتسيره في نطاقات مختلفة، اقتحام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الإدارة العمومية أصبح الاتصال العمومي يمارس عبر وسائل ومضامين الكترونية كلاهما يهدف الى تحقيق المصلحة العامة والارتقاء بالإدارة العمومية والخدمة العمومية .

الفصل الثاني:

الإطار المفاهيمي للمواقع الالكترونية

تمهيد:

في ظل التطور السريع للتكنولوجيا وانتشار استخدام الإنترنت في مختلف جوانب الحياة اليومية، أصبحت المواقع الإلكترونية لها أهمية كبيرة في مجتمعاتنا الحديثة. تعتبر هذه المواقع واجهة رقمية تتيح للأفراد والمؤسسات التواصل مع العالم الخارجي بشكل فعال وسهل، وتشمل المواقع الإلكترونية مجموعة متنوعة من الأنواع والأغراض، بدءًا من مواقع التواصل الاجتماعي التي تسهل التواصل وتبادل المعلومات، وصولاً إلى المتاجر الإلكترونية التي توفر منصة للتسوق عبر الإنترنت والمواقع التعليمية التي تقدم محتوى تعليمي متنوع.

تعتمد المواقع الإلكترونية على تقنيات متقدمة مثل تطوير الويب وتصميم الواجهات الرسومية لتوفير تجربة مستخدم مميزة، وتؤدي المواقع الإلكترونية دورًا حيويًا في توسيع دائرة الوصول إلى المعلومات والخدمات بشكل عام، مما يعزز التواصل والتفاعل بين الأفراد ويسهم في تحقيق التقدم والتنمية الشاملة.

سيكون تحليل ودراسة تأثير المواقع الإلكترونية ودورها في المجتمعات المعاصرة محوراً مهماً في هذا الفصل، حيث سنستكشف الجوانب الفنية والاجتماعية والاقتصادية المتعلقة بهذه الظاهرة الرقمية الحديثة.

المبحث الأول: ماهية المواقع الإلكترونية.

تعد المواقع الإلكترونية إحدى الركائز الأساسية لعصر المعلوماتية والإتصال الإلكتروني التي تمتلكها أغلب المؤسسات، من خلال هذه المنصات الإلكترونية يمكن للمستخدمين الوصول إلى كميات هائلة من المعلومات والتواصل، ممارسة الانشطة التعليمية، التجارية والتسويقية وغيرها. وفي هذا المبحث سنتطرق إلى مفهوم المواقع الإلكترونية ونشأتها.

مطلب الأول: مفهوم الموقع الالكتروني.

تعتبر المواقع الإلكترونية جزءاً من كل مؤسسة لها جمهورها باعتباره واجهة تعبر عن تلك المؤسسة وأهم خدماتها، سنتطرق في هذا المطلب إلى تعريف المواقع الإلكترونية.

1. تعريف الموقع الإلكتروني:

لغة:

المواقع الإلكترونية هي مجموعة من الصفحات والمحتوى الرقمي الذي يتم تخزينه ونشره عبر الإنترنت. تعمل هذه الصفحات كواجهات رقمية تتيح للأفراد والمؤسسات التواصل مع العالم الخارجي، سواء من خلال تقديم المعلومات، أو توفير الخدمات، أو التفاعل مع المستخدمين الآخرين.

عادةً ما تكون المواقع الإلكترونية مكونة من صفحات ويب متعددة، تتضمن محتوى متنوعًا مثل النصوص والصور والفيديوهات والرسوم البيانية والروابط الهامة. تعتمد المواقع الإلكترونية على بروتوكول الاتصال العالمي (HTTP) وعادة ما يتم الوصول إليها باستخدام متصفح الويب.

تتنوع أنواع المواقع الإلكترونية بشكل كبير، بما في ذلك المدونات الشخصية، والمواقع الإخبارية، والمتاجر الإلكترونية، والمواقع التعليمية، والمواقع الحكومية، والمواقع الاجتماعية، والعديد من الأنواع الأخرى التي تلبي احتياجات مختلفة للمستخدمين عبر الإنترنت[1].

اصطلاحا:

يتألف الموقع الإلكتروني من مجموعة منسقة ومتكاملة من الصفحات، النصوص، الصور، ومقاطع الفيديو، التي تُنظم ضمن إطار تفاعلي ومنسجم بهدف تقديم وتوضيح المعلومات عن كيان أو مؤسسة معينة. يمكن الوصول إلى هذه المعلومات من أي مكان وفي أي وقت، حيث يتم تمييز الموقع بعنوان فريد على شبكة الإنترنت[2]، والموقع الإلكتروني هو عبارة عن مجموعة مترابطة من الصفحات أو الوثائق التي توفرها جهة أو فرد، مصممة لتعزيز وتحقيق أهداف المنظمة أو الفرد الذي أنشأها.

نستنتج من التعريف السابق:

يُعرف بأنه صفحة ويب متاحة للعرض والتفاعل من قبل الطلاب، الأكاديميين، والموظفين، وذلك لتلبية احتياجاتهم من خلال استخدام برامج التصفح الإلكتروني. تُستضاف هذه الصفحة ضمن قاعدة بيانات الإنترنت، حيث يتم استخدام المعلومات المتاحة فيها لتقديم مجموعة متنوعة من الخدمات، بما في ذلك تقديم الخدمات العامة من خلال عرضها على الموقع الإلكتروني.

2. مفهوم المواقع الالكترونية.

يعرف "عبد الله عمر خليل" الموقع الإلكتروني بأنه مكان أو مساحة على شبكة الإنترنت تحتوي على مجموعة من المعلومات والخدمات التفاعلية للمستخدمين. كل موقع مقسم إلى عدة صفحات، وتتميز كل صفحة بتنظيم معين ومحتوى متناسق. يوجد في الموقع مجموعة من الملفات المخزنة بشكل محدد ومنظم على خادم الإنترنت، ويمكن الوصول إليها عبر الإنترنت. يحتوي الموقع عادةً على صفحة رئيسية تصمم لتكون

[1] بدوي كرم، تصميم مواقع الانترنت، كيف تصمم موقعا محترفا بنفسك، مصر، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2005، ص 12-14.

[2] ثنيوسمية، المواقع الالكترونية: خصائص ومعايير قياس جودتها، مجلة العلوم الإنسانية مجلد "ب" العدد47، جوان 2017، ص 69.

الصفحة الأولى التي يراها المستخدم، وتحتوي الملفات على محتوى نصي أو رسومي يمكن النقر عليه للتنقل بين الصفحات داخل الموقع أو خارجه. يكون لكل موقع عنوانه الخاص على الشبكة.

يمكن أن يصف مفهوم الموقع أيضًا مجموعة صفحات تصف شخصًا أو مؤسسة ما، وتنظم هذه الصفحات بشكل هرمي أو يمكن أن تتعامل مع مواضيع أو مجالات معينة من النشاطات والاهتمامات.

في المعجم الخاص بعلم المكتبات والمعلومات، يعرف الموقع كمجموعة من صفحات الويب المتصلة ببعضها البعض بروابط مخزنة على خوادم الإنترنت، ويمكن لمستخدمي الإنترنت الوصول إليها عبر برامج التصفح. يمكن أن يكون هدف المواقع التعريف بالشركات، أو المؤسسات، أو المعاهد، أو تقديم معلومات مفيدة للزوار[1].

المطلب الثاني: نشأة وتطور المواقع الالكترونية.

في عصرنا الحالي، تشكل الإنترنت الركيزة الأساسية لعمليات ووظائف المؤسسات المختلفة، حيث يعتمد المستخدمون بشكل متزايد على الإنترنت لتلبية مجموعة واسعة من الاحتياجات. الإنترنت، بفضل مجموعة واسعة من التطبيقات والخدمات التي تقدمها، قد سهلت تجاوز الحواجز الجغرافية والزمنية، مما يجعل العالم أصغر وأكثر ترابطًا[2]. حيث تعتبر المواقع الإلكترونية توجهاً جديداً للأنترنت وهو يعرض مستقبلها فالأنترنت تتكون من الملايين من صفحات الويب المتصلة ببعضها البعض عن طريق روابط فائقة وكل مجموعة من هذه الروابط تشكل لنا موقعاً.[3]

تتنوع المواقع الإلكترونية بشكل كبير، حيث تتراوح من مواقع بسيطة تقدم معلومات الاتصال ووصف الخدمات، إلى منصات معقدة تدمج التجارة الإلكترونية، قواعد البيانات الديناميكية، وتطبيقات تفاعلية متطورة تستخدم أحدث التقنيات في الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي لتحسين تجربة المستخدم[4].

---

[1] مسعود عمر سعيد نصرو، إنشاء وتطوير مواقع الانترنت، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010، ص ص 17- 18.

[2] علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، مطبعة ومكتبة الإشعاع، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 23.

[3] موسى سهام، تفعيل المواقع الإلكترونية لتحقيق تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية علوم الاقتصادية والتسيير، جامعة بسكرة ، الجزائر، 2007/2008،ص50.

[4] محمد عبد الحميد، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 32.

تتطلب عملية تطوير المواقع الإلكترونية تخطيطًا دقيقًا وتنفيذًا ممنهجًا، تتضمن عدة مراحل أساسية مثل تحديد الأهداف الاستراتيجية، تصميم الواجهات الجرافيكية، تطوير البرمجيات الأساسية، واختبار الأداء والأمان. بالإضافة إلى ذلك، تتطلب هذه العملية مراعاة عوامل النجاح الحاسمة مثل سهولة الاستخدام، التوافق مع مختلف الأجهزة والمتصفحات، الأمان السيبراني، واستراتيجيات تحسين محركات البحث (SEO) لضمان الوصول الأمثل إلى الجمهور المستهدف[1].

إن فهم هذه العناصر وتطبيقها بكفاءة يعد ضروريًا لضمان النجاح والاستدامة في البيئة الرقمية الديناميكية اليوم. هذا القسم سيستعرض تفصيليًا كل مرحلة من مراحل تطوير المواقع الإلكترونية، مع تسليط الضوء على العوامل الحرجة لنجاحها والتحديات الشائعة التي قد تواجه المطورين.

تطور الإنترنت يُعد قصة مثيرة للإعجاب، تعكس التطورات التقنية والعلمية التي شهدها القرن العشرين، بدءًا من الحرب الباردة وحتى العصر الرقمي الحديث. البداية كانت مع إطلاق الاتحاد السوفييتي للقمر الصناعي "سبوتنيك" في عام 1957، الأمر الذي أثار قلق الولايات المتحدة ودفعها لتعزيز بحوثها العسكرية والتقنية.

في هذا السياق، أسست الحكومة الأمريكية وكالة مشروعات البحث المتقدمة (ARPA) لتطوير مشاريع تقنية مبتكرة. وكان من ثمار هذه الجهود إنشاء "ARPANET" في عام 1969، وهي شبكة قامت بربط أربع جامعات في الولايات المتحدة، بهدف استغلال القدرات الحاسوبية المتاحة ودعم البحث الأكاديمي.

في عام 1972، أقيم أول عرض عام لشبكة "ARPANET" خلال مؤتمر في واشنطن، حيث تم كذلك إرسال أول رسالة بريد إلكتروني، ما مثّل بداية لثورة في التواصل الرقمي. بحلول عام 1973، توسعت الشبكة دوليًا بإضافة النرويج وإنجلترا إليها.

[1] نصر الدين حسن، عناوين مواقع الانترنت، بيروت: مكتبة زين الحقوقية، 2008، ص 6

شهدت الإنترنت في الثمانينات تطورات مهمة، بما في ذلك ابتكار بروتوكول الإنترنت (IP) وبروتوكول التحكم بالنقل (TCP)، وهما الأساس الذي بنيت عليه شبكة الإنترنت العالمية. كما أُطلقت العديد من الشبكات المتخصصة، مثل NSFNET التي أسستها مؤسسة العلوم الوطنية في 1986، والتي ساهمت بدور كبير في توسيع نطاق الإنترنت[1].

مع بداية التسعينات، تطورت الشبكة العنكبوتية العالمية (WWW)، وهي تحول رئيسي قاده "تيم بيرنرز" لي، مما سمح بنشر الوثائق المترابطة والقابلة للتصفح. وبحلول منتصف التسعينات، مع ظهور متصفحات مثل موزايك، نتسكيب، وإكسبلورر، بدأت الإنترنت تدخل في كل بيت، مما أدى إلى انتشار استخدام الإنترنت على نطاق واسع، وهكذا أضحت الانترنت من مشروع دفاعي خلال الحرب الباردة إلى شبكة عالمية تربط ملايين الأجهزة، تُظهر قصة الإنترنت كيف يمكن للتقنية أن تتطور وتؤثر في جميع جوانب الحياة الإنسانية.

أظهر تطور المواقع الإلكترونية وتقدمها على مر الأجيال تحولاً كبيراً في كيفية تفاعلنا مع الإنترنت واستخدامه. يمكن أن تكون هذه الفروقات في الأجيال الأربعة مفيدة للغاية في فهم تطور تكنولوجيا الويب وكيف أثرت هذه التغييرات في طريقة تقديم المعلومات والخدمات عبر الإنترنت، وهذه الأجيال هي[2]:

- **الجيل الأول**: هذه المواقع كانت بسيطة وثابتة، وغالباً ما كانت محدودة بمعلومات قليلة وصور. الهدف منها كان نقل المعلومات بشكل مباشر وسهل.
- **الجيل الثاني**: مع ظهور لغة HTML بتقدمها من قبل شركة Netscape، بدأت المواقع بإدراج عناصر تفاعلية أكثر مثل الأزرار وشرائط التنقل. هذه التطورات مهدت الطريق لتجارب مستخدم أكثر تفاعلية وجاذبية.

[1] جوهر الجمّوسي. الافتراضي والثورة: مكانة الإنترنت في نشأة مجتمع مدني عربي. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2016، ص 62.
[2] منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الالكترونية، دار العالم العربي، القاهرة، 2011، ص ص 33-36.

_ **الجيل الثالث**: يركز على جمالية التصميم وتجربة المستخدم، حيث تم استخدام الصور والتصاميم بشكل مكثف لجذب الزبائن. التطورات في برامج التصميم ومعالجة الصور ساعدت المواقع على أن تصبح أكثر جاذبية وفعالية في التواصل مع الجمهور.

_ **الجيل الرابع**: هذا هو العصر الحالي، حيث تتكامل المواقع مع قواعد البيانات وتقدم محتوى ديناميكي يمكن تحديثه بسهولة ويفاعل مع المستخدم. هذه المواقع لا تقتصر على كونها وسائل إعلانية فقط بل أصبحت قنوات توزيع ومنصات لتبادل المعلومات.

المبحث الثاني: خصائص وأهداف المواقع الإلكترونية.

إذا نظرنا لتطور المستحدثات الإلكترونية إمكانياتها، فإن نظام المواقع الإلكترونية قد تجاوز الكثير من الفروق والتباينات وأقام حزمة من الخصائص الموحدة التي تتسم بها كل أشكال المواقع الإلكترونية وهذه المواقع لها أهداف تسيير نحو تحقيقها وعليه سنتطرق في هذا المبحث للحديث عن أهم الخصائص والأهداف المتعلقة بالمواقع الإلكترونية.

المطلب الأول: الخصائص التقنية للمواقع الالكترونية.

تعتمد الوثائق المتواجدة داخل المواقع الإلكترونية على هندسة تقنية لنقل المعلومات للمستخدم، وتعتمد على مجموعة من الخصائص، ومنها[1]:

_ **هندسة خادم/زبون**: هو عملية الاتصال حيث يُطلب المستفيد المعلومة من الموزع الذي يرد على الطلب بعد البحث داخل قاعدة البيانات الموجودة على الموقع، ويعتمد ذلك على بروتوكول توزيع المعلومات.

[1] صالحي مريم، زناش أمال، مواقع المكتبات الجزائرية على الخط "دراسة تقيمية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة08ماي1945،قالمة،2019/2018،ص ص 27-28.

ـ. **بروتوكول "HTTP "**: أثناء عملية الاتصال، يتم الاتفاق على كيفية نقل البيانات باستخدام مبدأ عمل البروتوكول المعروف باسم "HTTP "، وهو بروتوكول يسمح بتبادل المعلومات بين المرتبطين بالشبكة العنكبوتية.

ـ **لغة الوصف"HTML"**: البيانات المتداولة داخل الشبكة العنكبوتية تكون مرمزة بلغة "HTML " وهي بشكل مبسط من لغة "SGML "، وتعتبر "HTML" معيارًا يهتم بشكل الوثيقة.

ـ **موزع المواقع الإلكترونية:** هو برنامج يعالج الوثائق المرسلة عبر بروتوكول "HTTP"، ويكون موجودًا داخل آلة تتصل بالحواسيب للوصول إلى المعلومات المخزنة داخله.

ـ **أدوات التصفح:** هي أدوات مساعدة تُقدم للمستخدم أثناء عملية التصفح، مثل شريط الأدوات الذي يسمح بالتنقل بين الصفحات وشريط العنوان الذي يستخدم لكتابة عناوين المواقع المراد زيارتها.

المطلب الثاني: أهداف المواقع الإلكترونية.

تتنوع أهداف المواقع الإلكترونية ويمكن تلخيصها في النقاط التالية[1]:

- تمكين المستخدم من الوصول السريع إلى المعلومات المطلوبة عبر كتابة عنوان الموقع في محركات البحث؛
- توفير وسيلة سهلة للبحث عن المعلومات دون الحاجة للجهد الكبير، خاصة عبر الاستفادة من تقنيات الاستقبال عن طريق الأقمار الصناعية؛
- توفير معلومات فورية للجمهور عبر النصوص السريعة؛
- إمكانية الوصول إلى البريد الإلكتروني وخدمات أخرى مثل الدردشة المباشرة والخدمات المالية؛
- متابعة التطورات التكنولوجية وتقديم معلومات متجددة ومتميزة؛
- الترويج لمنتجات الشركات عبر المواقع الخاصة بها وإمكانية الإعلان للمنتجات في مواقع أخرى؛
- استخدام تقنيات التسويق الرقمي لجذب المستخدمين وزيادة الوعي بالمنتجات والخدمات المقدمة[1].

[1] بنت ناصر الهزاني نورة، الخدمات الالكترونية في الأجهزة الحكومية، مكتبة الملك فهد الوطنية، ط1، 2018، ص 39-42.

المطلب الثالث: وظائف المواقع الالكترونية

في العصر الرقمي الحالي، تعتبر المواقع الإلكترونية واحدة من أهم الأدوات التي تستخدمها الشركات لتعزيز حضورها في السوق وتوسيع نطاق أعمالها. لكل موقع ويب وظائف محددة يمكن أن تسهم بشكل كبير في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة، ومن بين وظائف المواقع الالكترونية نذكر ما يلي:

_ **الوظيفة التأسيسية:** تهدف هذه الوظيفة بشكل أساسي إلى تعريف الزائر بالمؤسسة، قيمها، رسالتها، ونطاق عملها. هذا النوع من المحتوى مهم جدًا لبناء الثقة مع العملاء المحتملين والمستثمرين، حيث يوفر نظرة شاملة عن الاستقرار والأمان الذي توفره المؤسسة.

_ **وظيفة عرض المنتجات والخدمات:** هذه الوظيفة تعتبر من أهم الوظائف في المواقع التجارية، حيث توفر معلومات مفصلة عن المنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسة. الشفافية والتفصيل في العرض تعزز من فرص البيع بالتأثير المباشر على قرارات الشراء لدى الزبائن.

_ **وظيفة التحويل:** الهدف الرئيسي لهذه الوظيفة هو تسهيل عملية البيع والشراء عبر الإنترنت. تحويل الزائر إلى مشتري عبر واجهات استخدام سهلة وآمنة لإجراء المعاملات المالية يعتبر أساسيًا لنجاح التجارة الإلكترونية.

_ **وظيفة تكوين القيمة المضافة:** تساهم هذه الوظيفة في زيادة القيمة المستلمة من المنتج أو الخدمة، عبر تقديم محتوى معلوماتي إضافي، أو خدمات دعم، أو تحديثات منتظمة. وهذا يساعد على بناء علاقة مستدامة مع العملاء وتعزيز الولاء للعلامة التجارية.

[1] أبو النيل، مصطفى، "تقييم دور المواقع وخدمات الحجز الالكترونية على زيادة رضا المسافرين: بالتطبيق على شركات الطيران منخفضة التكاليف." المجلة الدولية للدراسات السياحية والفندقية 3.2 (2022): ص ص 195-199.

تفاعل هذه الوظائف معًا يمكن أن يكون مفتاحًا لتحقيق نجاح الموقع الإلكتروني وبالتالي نجاح الأعمال التجارية. إدارة هذه الوظائف بفعالية وتحديثها باستمرار يضمن تقديم تجربة مستخدم استثنائية وتعزيز الحضور الرقمي للمؤسسة.[1]

تتعدد الوظائف التي يمكن لموقع الويب تقديمها للمؤسسات، وكل منها يعزز من قدرة الشركة على التواصل والتفاعل مع المستهلكين والمستثمرين وحتى الشركاء الآخرين في الصناعة. تتنوع هذه الوظائف بين تعزيز العلامة التجارية، دعم الزبون، وجمع المعلومات، كلٌ بطريقة تساهم في تحقيق أهداف الشركة وتوسيع نطاق تأثيرها.

ـ **وظيفة العلامة التجارية:** المواقع الإلكترونية تعد بمثابة واجهة للشركة على الإنترنت، ويمكن استغلالها بفعالية لتعزيز العلامة التجارية. من خلال توفير محتوى جذاب وفعال يعكس قيم ورسالة الشركة، يمكن للمواقع أن تشجع الزوار على العودة مرارًا وتكرارًا، مما يعمل على ترسيخ العلامة التجارية في أذهانهم.

ـ **وظيفة دعم الزبون:** الدعم الفوري والمستمر أمر بالغ الأهمية لتعزيز رضا العملاء والحفاظ على ولائهم. المواقع الإلكترونية التي توفر دعمًا تقنيًا ومعلوماتيًا حول الساعة تُظهر للعملاء أن الشركة ملتزمة بتقديم تجربة مستخدم استثنائية، وهذا يمكن أن يعزز الثقة في العلامة التجارية.

ـ **وظيفة جمع المعلومات:** استخدام الويب والبريد الإلكتروني كأدوات لجمع المعلومات يعد طريقة فعالة للتفاعل مع العملاء والحصول على ردود فعل قيمة يمكن استخدامها لتحسين المنتجات والخدمات. هذه البيانات يمكن أن تساعد الشركات على فهم احتياجات وتوقعات العملاء بشكل أفضل، وتعزيز تطوير المنتجات والاستراتيجيات التسويقية لتلبيتها.

[1] خضر مصباح الطيطي، التجارة الالكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، الأردن: دار الحامد، 2008، ص 161-162.

باختصار، يمكن لمواقع الويب أن تلعب دورًا متعدد الجوانب في دعم وتعزيز العمليات التجارية. تقديم تجربة مستخدم جيدة، تعزيز التواصل مع العملاء، وتقديم معلومات دقيقة ومحدثة، كلها عناصر يمكن أن تسهم في نجاح الشركة على المدى الطويل. [1]

المبحث الثالث: مكونات وأنواع المواقع الإلكترونية.

تتكون المواقع الإلكترونية من مجموعة متكاملة من التقنيات والمكونات التي تعمل سوياً لتوفير تجربة مستخدم متكاملة وسلسلة، اختيار النوع المناسب والمكونات الملائمة يعتمد على الهدف من إنشاء الموقع والجمهور المستهدف.

المطلب الأول: مكونات ومواصفات المواقع الإلكترونية.

الفرع الأول: مكونات المواقع الإلكترونية.

تُعتبر المكونات الأساسية لأي موقع إلكتروني للتسويق من العوامل الحيوية التي تحدد فعالية وجاذبية الموقع على الإنترنت التي تتمثل في[2]:

_ **عنوان الصفحة:** يُعتبر عنوان كل صفحة فريدًا ومهمًا، حيث يساهم في تحسين ظهور الموقع في نتائج محركات البحث.

_ **وصف الصفحة:** يحتوي وصف الصفحة على ملخص لمحتوى الصفحة، ويظهر في نتائج البحث لجذب الزوار المحتملين.

_ **الكلمات الدالة:** تُعتبر الكلمات الدالة المفتاحية جزءًا أساسيًا في استراتيجية التسويق عبر محركات البحث، حيث تساعد في زيادة رؤية الموقع على الإنترنت.

[1] إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2008، ص 163

[2] خضر مصباح الطيطي ، مرجع سبق ذكره ، ص 209 ،212

ـ **نص الصفحة**: يجب أن يكون نص محتوى الصفحة غنيًا بالمعلومات ويحتوي على الكلمات الدالة بشكل مناسب، مما يُساهم في تحسين تصنيف الموقع في نتائج البحث.

الفرع الثاني: مواصفات المواقع الإلكترونية

تتميز المواقع الالكترونية بالعديد من المواصفات والمتمثلة في[1] :

ـ **توجيه الزوار**: يجب تصميم الموقع بطريقة تسهل تحرك الزوار وتوجيههم نحو الأهداف المحددة، مثل عملية الشراء أو الاشتراك.

ـ **تحسين تجربة المستخدم**: يجب أن يتم التركيز على تحسين تجربة المستخدم من خلال توفير محتوى جذاب وسهل الوصول إليه.

ـ **تحسين الأداء**: يجب أن تكون سرعة التحميل عالية وأن يكون الموقع متوافقًا مع مختلف الأجهزة والمتصفحات.

ـ **التفاعلية**: يمكن إضافة عناصر تفاعلية مثل نماذج الاتصال أو تعليقات المستخدمين لتعزيز تفاعل الزوار مع الموقع.

تُعتبر المواقع الإلكترونية أداة قوية لنقل المعلومات والتفاعل مع الجمهور بشكل سريع وفعال. هذه بعض السمات الرئيسية للمواقع الإلكترونية:

ـ**اختراق الحدود**: تمكن المواقع الإلكترونية من الوصول إلى جمهور عالمي دون قيود جغرافية، مما يتيح التواصل مع الجماهير في مختلف أنحاء العالم بسهولة وفورية.

ـ **النقل الفوري للأخبار**: تتيح المواقع الإلكترونية نقل الأخبار ومتابعة التطورات بشكل فوري، مما يسمح بتحديث المحتوى بسرعة وسهولة في أي وقت.

[1] إبراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص 169.

ـ **تمويل من خلال الإعلانات:** يعتمد العديد من مواقع الإنترنت على الإعلانات كمصدر رئيسي للدخل، حيث تُعرض الإعلانات على الموقع لجذب الزوار وتحقيق الإيرادات.

ـ **تفاعلية وتفاعل مع القراء:** توفر المواقع الإلكترونية فرصة للتفاعل المباشر مع القراء، حيث يمكن للمستخدمين التعليق على المقالات وتبادل الآراء بسهولة.

ـ **حفظ أرشيف إلكتروني:** تسمح المواقع الإلكترونية بحفظ الأرشيف الإلكتروني الذي يمكن الوصول إليه بسهولة وسرعة، مما يتيح للمستخدمين استرجاع المعلومات والمواد القديمة بسهولة.

باختصار، تعتبر المواقع الإلكترونية أداة قوية لنقل المعلومات والتفاعل مع الجمهور، وتوفر ميزات تجعلها فعالة في التسويق وتبادل المعلومات على مستوى عالمي.

المطلب الثاني: عملية بناء موقع إلكتروني

تشمل عملية بناء موقع إلكتروني العديد من المراحل تتمثل فيما يلي[1]:

ـ **تحديد الهدف من الموقع:** يجب على المؤسسة تحديد الغرض الرئيسي لإنشاء الموقع الإلكتروني، سواء كان ذلك لعرض المنتجات والخدمات، تقديم المعلومات، بيع المنتجات عبر الإنترنت، أو التواصل مع العملاء ودعمهم. هذا يساعد في توجيه جهود التصميم والتطوير نحو تحقيق أهداف محددة.

ـ**تصميم وتطوير الموقع:** بناءً على التخطيط السابق، يجب تصميم وتطوير الموقع بطريقة تتوافق مع الهدف المحدد واحتياجات الجمهور المستهدف. يشمل ذلك اختيار التصميم المناسب، وتطوير واجهة المستخدم، وتنفيذ وظائف محددة مثل البحث، وتجربة المستخدم السلسة.

ـ **اختبار الموقع:** بعد الانتهاء من تطوير الموقع، يجب إجراء اختبارات شاملة لضمان أنه يعمل بشكل صحيح على جميع المتصفحات والأجهزة المختلفة. يشمل ذلك اختبار الأداء، والتوافق، وسهولة الاستخدام.

[1] رضوان احمد فاروق، احمد عمر محمد، "عناصر بناء محتوى المواقع الإلكترونية الحكومية: دراسة تجريبية."، مجلة الباحث العالمي، المجلد 11،العدد46، 2019، ص ص 71-96.

ـ **نشر الموقع وتسويقه:** بعد التأكد من أن الموقع جاهز للإطلاق، يتم نشره على الإنترنت والبدء في استراتيجيات التسويق الرقمي لجذب الجمهور المستهدف. يشمل ذلك الاستفادة من التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وإعلانات البحث، والتسويق بالبريد الإلكتروني، وغيرها من الطرق.

ـ **تقييم الأداء والتحسين المستمر:** يجب على المؤسسة متابعة أداء الموقع وتحليل بياناته لتحديد نقاط القوة والضعف، واتخاذ التحسينات اللازمة بناءً على النتائج وتغييرات احتياجات الجمهور والتكنولوجيا.

ـ **تحليل الجمهور المستهدف:** بعد تحديد الجمهور المستهدف، يتم إجراء تحليل شامل لهذا الجمهور، بما في ذلك سلوكياتهم على الإنترنت، واهتماماتهم، وتفضيلاتهم. يمكن استخدام أدوات التحليل مثل "Google Analytics" لفهم كيفية تفاعل الزوار مع الموقع وما يبحثون عنه.

ـ **تخصيص المحتوى والتصميم للجمهور المستهدف:** بناءً على تحليل الجمهور المستهدف، يتم تخصيص المحتوى وتصميم الموقع بطريقة تتناسب مع احتياجات وتفضيلات الجمهور. يجب أن يكون المحتوى موجهًا نحو الجمهور المستهدف ويتضمن المعلومات والموارد التي يبحثون عنها.

ـ **استراتيجية التسويق والتواصل:** يتم وضع استراتيجية لجذب الجمهور المستهدف إلى الموقع وتحفيزهم على التفاعل معه. يشمل ذلك استخدام التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات عبر الإنترنت، وإنشاء محتوى جذاب يستهدف الجمهور المستهدف.

ـ **قياس الأداء والتحسين المستمر:** يتم مراقبة أداء الموقع باستمرار وقياس فعالية الاستراتيجيات التسويقية المستخدمة لجذب الجمهور المستهدف. يجب على الفريق التحليل وتقييم البيانات المتاحة واتخاذ التحسينات الضرورية لتحسين أداء الموقع وتحقيق أهدافه[1].

المطلب الثالث: أنواع المواقع الإلكترونية

يشمل تصنيف المواقع الإلكترونية عدة فئات حسب خصائصها، ونذكر منها:

[1] منصور بن فهد صالح العبيدّ، الانترنت استثمار المستقبل، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 1996، ص ص 19-21.

أولا: من حيث المحتوى:

ـ **مواقع تجارية:** تشمل المواقع التي تعرض وتبيع منتجات أو خدمات معينة، سواء كانت تابعة للشركات أو المؤسسات.

ـ **مواقع إخبارية:** تقدم الأخبار والمعلومات اللحظية في مجالات مختلفة مثل السياسة والاقتصاد والثقافة.

ـ **مواقع شاملة:** تغطي مجموعة واسعة من المواضيع والمجالات، سواء كانت متخصصة في مجالات معينة مثل العلوم والتكنولوجيا أو تقديم خدمات شاملة.

ـ **مواقع إعلامية:** تكون تابعة لمؤسسات إعلامية كبيرة مثل الصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية، وتسعى لتكملة عرضها الإعلامي بوسائل الإعلام الرقمية.

ـ **مواقع علمية وتعليمية:** تقدم المعرفة العلمية والتعليمية بشكل متخصص، سواء كانت للبحوث العلمية أو لتقديم المواد التعليمية.

ـ **مواقع عسكرية:** تقدم خدمات للجمهور المتعلقة بالجانب الترفيهي مثل الرسائل القصيرة وتنزيل الملفات الصوتية. [1]

ـ **مواقع شخصية:** تكون مملوكة ومدارة من قبل أفراد يقومون بنشر محتوى شخصي أو إبداعي على الإنترنت[2].

ثانيا: من حيث الاحترافية

ـ **مواقع هواة:** يديرها أشخاص هواة يرغبون في التعبير عن أنفسهم أو مشاركة إبداعاتهم.

ـ **مواقع محترفة:** تديرها مؤسسات محترفة وتعتمد على فرق عمل متخصصة وخبراء في مجالاتهم.

ثالثا: حسب الهدف

[1] حذري فضيلة، المرجع السابق. ص ص. 50-55.

[2] رضا عبد الواحد امين، الصحافة الالكترونية، دار الفجر، القاهرة، 2011، ص ص 68-72.

ـ **صفحات طرح ومناقشة الآراء:** تتخذها المنظمات التي ترغب في تشجيع الحوار العام أو الترويج لأفكار معينة، مثل منظمات حقوق الإنسان والمنظمات الدولية.

ـ **صفحات الأعمال والتسويق:** يديرها أصحاب الأعمال للترويج لمنتجاتهم أو خدماتهم، وقد تتخذ شكل صفحات تسويقية لعرض المنتجات أو الخدمات.

ـ **صفحات الأخبار:** تقدم الأخبار والتغطية الإخبارية في مختلف المجالات، سواء كانت منظمات تجارية أو حكومية أو علمية.

ـ **صفحات تقديم المعلومات:** تقدم البيانات والإحصائيات والحقائق التعليمية بشكل مجرد، وقد تكون متعلقة بمؤسسات تعليمية أو حكومية.

ـ **صفحات البيانات الشخصية:** تديرها الأفراد لنشر بياناتهم الشخصية والإبداعات الخاصة بهم.[1]

رابعا: من حيث التكوين

ـ **المواقع البسيطة:** تكون محدودة في الأقسام والمحتوى، وقد تكون التحديثات بها غير منتظمة.

ـ **المواقع الكثيفة:** تتميز بكثرة المحتوى وسهولة تقسيمه إلى أقسام معينة، وتحديثاتها منتظمة.

ـ **المواقع المركبة:** تتميز بكثافة المحتوى والتقسيمات الكبيرة، وتتطلب تحديثات منتظمة.

خامسا: من حيث الجمهور المستهدف

ـ **جمهور محترف أو متخصص:** تستهدف المواقع هذا الجمهور الذي يمتلك خبرة في مجال معين مثل العلوم أو الاقتصاد.

ـ **جمهور عام متنوع:** تتنوع المواقع في محتواها لتلبية احتياجات جمهور الإنترنت المتنوع.

سادسا: من حيث إمكانية تغيير المحتوى

ـ **ديناميكية:** حيث يمكن تعديل المحتوى بواسطة أدوات إدارة المحتوى.

[1] رضا عبد الواحد أمين، المرجع نفسه، ص 73-75

ـ **ثابتة:** لا يمكن تعديل المحتوى إلا بالرجوع إلى المصمم الأصلي للموقع وتعديل الصفحة مباشرة. [1]

المبحث الرابع: الوظيفة الاتصالية وأهمية المواقع الإلكترونية.

أصبحت المواقع الإلكترونية أداة أساسية في عملية التواصل الحديثة تؤدي وظائف متعددة تتجاوز مجرد معلومات تعتمدها المؤسسات بمختلف نشاطاتها نظراً لأهميتها البالغة في تسهيل الحياة الجامعية.

المطلب الأول: الوظيفة الاتصالية للمواقع الإلكترونية

تتمثل الوظيفة الاتصالية للمواقع الإلكترونية في توفير وسيلة فعالة للتواصل والتفاعل بين الأفراد والمؤسسات عبر الإنترنت، وتعمل هذه المواقع كواجهات رقمية تمكن الناس من تبادل المعلومات والتفاعل مع بعضهم البعض بسهولة وسرعة، فهي تتيح للأفراد التواصل عبر الرسائل النصية والمحادثات الصوتية والفيديوهات والبريد الإلكتروني وغيرها من وسائل الاتصال الرقمية.

بالإضافة إلى ذلك، توفر المواقع الإلكترونية فرصًا للتواصل الاجتماعي، حيث يمكن للأفراد إنشاء ملفات شخصية والتفاعل مع الآخرين عبر التعليقات والمشاركات والاعجابات وما إلى ذلك. كما تُستخدم المواقع الإلكترونية كمنصات للتواصل بين الشركات وعملائها، حيث يمكن للعملاء التواصل مع الشركة لطلب المساعدة أو تقديم الشكاوى أو تقديم الملاحظات.

وبفضل وجود وسائل تواصل متعددة ومتنوعة، تعتبر المواقع الإلكترونية منصة مثالية لتبادل الأفكار والمعلومات وبناء علاقات جديدة بين الأفراد والمؤسسات. وبذلك، تسهم الوظيفة الاتصالية للمواقع الإلكترونية في تعزيز التواصل وبناء جسور التفاهم والتعاون بين الناس على مستوى عالمي[2].

المواقع الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من التطور التكنولوجي الحديث، حيث تلعب دوراً حيوياً في تعزيز التواصل والتفاعل بين الأفراد والمؤسسات عبر الإنترنت. فهي توفر واجهة رقمية تمكن المستخدمين من التواصل

---

[1] أبو النيل مصطفى، "تقييم دور المواقع وخدمات الحجز الالكترونية على زيادة رضا المسافرين: بالتطبيق على شركات الطيران منخفضة التكاليف."، المجلة الدولية للدراسات السياحية والفندقية 3.2 (2022)، ص ص 191-220.

[2] بوعجيمي جمال وبراون بلقاسم، الصحافة الالكترونية في الجزائر واقع وآفاق، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والاعلام، قسم علوم الاعلام والاتصال، 2005، ص 32-39.

بسهولة وسرعة، سواء كان ذلك من خلال الرسائل النصية أو الدردشات الصوتية أو الفيديوهات المباشرة. بالإضافة إلى ذلك، تعزز المواقع الإلكترونية التفاعل والمشاركة بين المستخدمين من خلال إتاحة الفرص للتعليق والتفاعل مع المحتوى المقدم، وتوسع نطاق الجمهور المستهدف بفضل الوصول إلى جمهور عالمي. وتسهم أيضاً في تقديم محتوى تفاعلي يشجع المستخدمين على المشاركة والمشاركة في تجارب تفاعلية مثل الألعاب عبر الإنترنت والاستطلاعات والاختبارات، مما يعزز التواصل الفعال والواقعي ويسهم في بناء علاقات جديدة ومتينة بين الأفراد عبر العالم الرقمي[1].

المطلب الثاني: عوامل نجاح المواقع الإلكترونية

تُعتبر جاذبية الموقع علامة على نجاحه، ولذلك فإن إضافة الترتيب والأناقة واللغة البسيطة والمخاطبة الواضحة تعزز الانتباه والفضول، مما يشجع على زيارة الموقع. بالإضافة إلى ذلك، يُعتبر أسلوب المخاطبة أحد العوامل الرئيسية التي تُشجع على الشراء، ولذلك يُعتبر شكل الموقع ومحتواه هو الذي يُحدد مبيعاته من خلال الموقع. تُمثل النقاط التالية أساسيات كتابة محتوى الموقع والتي تُؤدي إلى نجاحه:

– **تنسيق المحتوى**: يجب كتابة المحتوى على شكل فقرات قصيرة وبمسافات فارغة بينها لتسهيل القراءة. يُفضل استخدام خطوط بسيطة وتجنب الزخارف والصور الزائدة.

– **اختيار الألوان**: يُفضل أن تكون خلفية الموقع بيضاء والكتابة باللون الأسود وباستخدام خطوط مناسبة[2].

– **العنوان**: يجب أن يكون عنوان الصفحة واضحًا وبارزًا لجذب الانتباه باستخدام عبارات ذات معنى ومؤثرة.

– **العناوين الفرعية**: يجب الاهتمام بالعناوين الفرعية لجذب الانتباه وتوجيه الزوار للمحتوى المناسب.

– **أسلوب كتابة المحتوى**: يجب استخدام أسلوب واضح ومباشر لجذب اهتمام الزوار وإقناعهم بجودة المنتجات والخدمات.

[1] بوعجيمي جمال ، براون بلقاسم ،المرجع نفسه، ص 41.

[2] فضيلة حذري، المرجع السابق. ص ص. 53-55.

بالإضافة إلى ذلك، هناك مبادئ أساسية يجب اتباعها لجعل الموقع الإلكتروني ناجحًا:

_ **التصميم البسيط والجاذب:** يجب أن يكون التصميم بسيطًا وجاذبًا للزوار.

_**قائمة التصفح:** يجب أن تكون قائمة التصفح في الأعلى لتسهيل وصول الزوار للمحتوى.

_ **استخدام لغة HTML:** يجب استخدام لغة HTML لتصميم الموقع.

_ **عدم استخدام برمجيات معقدة:** يجب تجنب استخدام برمجيات تحتاج إلى تنزيل.

_ **عدم وضع إعلانات غير ذات صلة:** يجب عدم وضع إعلانات لمواضيع ليست ذات صلة بالمحتوى.

_ **تقليل الرسومات والمخططات غير الضرورية:** يجب تقليل استخدام الرسومات غير الضرورية لتحسين سرعة التحميل[1].

_ **سهولة الاستخدام:** يجب أن يكون الموقع سهل الاستخدام وجاذبًا للزوار.

تلك العوامل المذكورة تلعب دورًا حيويًا في جعل الموقع الإلكتروني ناجحًا وجاذبًا للزوار وفضلا عن ذلك فإننا نجد أيضا:

_ **قابلية الاستخدام:** يجب أن يكون الموقع سهل الاستخدام، حيث يمكن للزوار التنقل فيه بسهولة ويسر دون وجود عقبات.

_ **قابلية الدخول:** يجب أن يكون الموقع متاحًا لجميع الفئات دون أي عوائق، بما في ذلك الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة.

_ **الجمال والتصميم:** يجب أن يكون التصميم جذابًا وملهمًا للزوار، مع مراعاة العناصر البصرية المناسبة وتنسيق الألوان.

_ **الخصوصية والأمان:** يجب أن يوفر الموقع حماية لبيانات الزوار ويضمن سرية معلوماتهم الشخصية.

[1] خيرت عياد، أحمد فاروق، العلاقات العامة والاتصال المؤسسي عبر الانترنت، دار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2015، ص 55-58.

ـ **التخصيص:** يمكن تحسين تجربة المستخدم عبر توفير محتوى مخصص وتجربة فريدة لكل زائر.

ـ **الخبرات السابقة:** يمكن أن تلعب خبرات الزوار السابقة دورًا في تشكيل تجربتهم في الموقع وزيادة فعالية العوامل الأخرى.

ـ **التأثير الاجتماعي والإعلان:** يمكن استخدام التأثير الاجتماعي والإعلان لجذب المزيد من الزوار وتعزيز شهرة الموقع عبر منصات التواصل الاجتماعي والإعلانات عبر الإنترنت.

تساهم تلك الأسس والمبادئ في جعل الموقع الإلكتروني فعالًا وجاذبًا للزوار، مما يعزز فرص نجاحه وجودته[1].

المطلب الثالث: أهمية الموقع الإلكترونية

تتمثل أهمية المواقع الالكترونية في دورها البارز في عالمنا المعاصر، فهي تعد كثيرة ومتعددة الجوانب:

- حلقة وصل: توفر المواقع الإلكترونية وسيلة فعالة للتواصل بين الشركات والأفراد، مما يسهل العديد من العمليات والمعاملات.

- توفير المعلومات: تقديم المعلومات بشكل مجاني عبر الإنترنت يسهل الوصول إلى العلم والمعرفة للجميع في كل مكان.

- تسهيل الإجراءات: الكثير من العمليات التي كانت تستغرق وقتاً طويلاً وجهداً كبيراً يمكن الآن إنجازها بسهولة عبر الإنترنت.

- بناء العلاقات: المنتديات ومواقع التعارف تساهم في توطيد العلاقات الاجتماعية وبناء جسور التواصل بين الأشخاص من مختلف أنحاء العالم.

كل هذه العناصر تعكس التأثير العميق والمستمر للمواقع الإلكترونية في تحولات المجتمع والأعمال والتعليم والثقافة على مستوى العالم[2].

[1] خيرت عياد، أحمد فاروق، المرجع نفسه، ص ص 60-62.

[2] منار فتحي محمد، مرجع سبق ذكره، ص 36.

حيث تمثل واجهة رقمية تمكن الأفراد والمؤسسات من تبادل المعلومات والتواصل بسرعة وفاعلية. فهي تساهم في تحسين الوصول إلى المعلومات عبر الإنترنت، مما يعزز التواصل والتفاعل بين الناس ويسهم في بناء مجتمعات افتراضية نشطة ومتصلة. بالإضافة إلى ذلك، تعتبر المواقع الإلكترونية منصة قوية للتسويق والترويج للمنتجات والخدمات، وتوفر فرصاً عديدة للشركات والأفراد للتواصل مع جمهور واسع. كما تلعب دوراً حيوياً في دعم التعليم عن بُعد وتوفير موارد تعليمية متنوعة ومتاحة للجميع. وأخيراً، تسهم المواقع الإلكترونية في تعزيز الحوكمة الإلكترونية وتشجيع المشاركة المجتمعية في صنع القرار، مما يعزز التطور والتقدم في مختلف المجتمعات.

تشكل المواقع الإلكترونية جزءاً حيوياً من البنية التحتية الرقمية في عصرنا الحالي، حيث تلعب دوراً محورياً في تسهيل الوصول إلى المعلومات والخدمات على مستوى عالمي. توفر هذه المواقع واجهة رقمية تمكن الأفراد والمؤسسات من التواصل وتبادل المعرفة بشكل سريع وفعال، مما يعزز التفاعل والتواصل بين الأفراد ويسهم في بناء مجتمعات متصلة. بالإضافة إلى ذلك، تعتبر المواقع الإلكترونية منصة مهمة للتسويق والترويج للمنتجات والخدمات، حيث توفر فرصاً عديدة للشركات والأفراد للوصول إلى جمهور واسع وتحقيق نتائج إعلانية فعالة. ومن خلال دعم التعليم عن بُعد وتوفير موارد تعليمية متنوعة ومتاحة للجميع، تلعب المواقع الإلكترونية دوراً حيوياً في تعزيز التعليم وتطوير المهارات. وتسهم المواقع الإلكترونية أيضاً في تعزيز الحوكمة الإلكترونية من خلال تشجيع المشاركة المجتمعية في صنع القرار ونشر المعلومات الحكومية والشركاتية بشكل مفهوم ومتاح. ولا يقتصر دور المواقع الإلكترونية على ذلك فحسب، بل تمتد إلى توفير خدمات عبر الإنترنت مثل الحجز والدفع الإلكتروني وخدمات التوظيف، مما يسهم في تحقيق التطور والتقدم في مختلف المجالات. تعكس هذه المعلومات أهمية المواقع الإلكترونية كمحرك رئيسي للتغيير والتطور في العصر الرقمي الحديث[1].

[1] تمار يوسف، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، توم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص ص 32-38.

خلاصة الفصل:

في الأخير نقول بأن المواقع الإلكترونية، من أهم الوسائل التي تتبنها المؤسسات بمختلف نشاطاتها الآن من أجل توفير فضاء للوصول والتواصل جماهيرها سواء كانت الداخلية أو الخارجية، وهذا ما حاولنا إظهاره في هذا الفصل حيث تناولنا تعريف المواقع الإلكترونية ونشأتها وتطورها بالإضافة إلى الخصائص ووظائف المواقع الإلكترونية، الأنواع والوظيفة الاتصالية للمواقع الإلكترونية بالإضافة على الأهمية التي تكتسبها المواقع الإلكترونية .

الفصل الثالث:

دراسة حالة الموقع الإلكتروني

– جامعة يحي فارس المدية–

تمهيد:

يعد الجانب التطبيقي أهم مرحلة من مراحل البحث العلمي التي ينتقل فيها الباحث من الجانب النظري إلى الجانب التطبيقي، وذلك للحصول على التفاصيل والنتائج المراد البحث عنها وذلك من خلال جمع المعلومات حول الموضوع وتحليلها، وفي هذا الفصل سنقوم بإجراء الدراسة على عينة من طلبة ثانية ماستر تخصص إتصال وعلاقات عامة وتخصص سمعي بصري، بجامعة المدية بكلية علوم الإنسانية والاجتماعية بغية التعرف على الاتصال العمومي عبر المواقع الالكترونية الرسمية، سنتطرق في هذا الفصل إلى مبحثين:

مبحث الأول: بطاقة فنية عن جامعة المدية.

مبحث الثاني: تحليل البيانات واستخلاص نتائج الدراسة.

المبحث الأول: بطاقة فنية عن جامعة المدية.

يتضمن هذا المبحث أربعة مطالب وهي كما يلي:

المطلب الأول: تعريف بجامعة المدية.

لم تكن جامعة يحيي فارس بالمدية في بدايتها جامعة كما هي اليوم ، وأنما كانت عبارة عن معهد وطني ذات تخصص وطني ذات تخصص واحد حيث كان إسمه المعهد الوطني لعلوم المهندس وكان عدد الطلبة الوافدين إليه في العام الأول لا يتجاوز ال200طالب وعدد الأساتذة الدائمين فيه لا يتعدى العشرة ، ونظرا لظروف الصعبة التي أملتها الزيادة المرتفعة في عدد الناجحين في شهادة الباكالوريا مقارنة بنقص الهياكل والإمكانيات لإستقبال الكم المتزايد من الطلبة في المقاعد البيداغوجية وكذا مشكل الإقامة بالنسبة للطلبة البعيدين عن مقر سكناهم ، إضافة إلى تزايد نسبة المتحصلين على شهادات الدراسات العليا ، كل هذا دفع بالمسؤولين الضرورة إحتواء هذه المشاكل وذالك بتوفير عدد من المقاعد البيداغوجية للقضاء على الإكتظاض الذي تعاني منه الجامعات وتوفير مناصب شغل جديدة للمتحصلين على الشهادات العليا للإستفادة من مستواهم وخبرتهم .[1]

المطلب الثاني: نبذة تاريخية عن جامعة المدية.

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

- جذع مشترك تكنولوجيا.
- تكوين قصير المدى في الإلكتروتقني.

في شهر جويلية من عام 2000، تمت ترقية المعهد الوطني للتعليم العالي إلى مركز جامعي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 198-2000 المؤرخ في 23 ربيع الثاني1421 الموافق 25 جويلية 2000. وشمل المركز أربعة معاهد:

- معهد العلوم والتكنولوجيا .
- معهد العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير .
- معهد العلوم القانونية والإدارية .
- معهد الآداب واللغات.

1

بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-11 المؤرخ في 7 محرم 1430 الموافق 4 جانفي 2009 المتضمن إنشاء جامعة المدية، حدد عدد الكليات التي تتكون منها جامعة المدية وإختصاصاتها كما يلي:

- كلية العلوم والتكنولوجيا
- كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير[1]
- كلية الآداب واللغات والعلوم الإجتماعية والإنسانية
- كلية الحقوق.

وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-403 المؤرخ في 27 محرم 1435 الموافق 1 ديسمبر 2013 المعدل والمتمم للمرسوم رقم 09-11 المؤرخ في 7 محرم 1430 الموفق 4 جانفي 2009، تم تحديد عدد الكليات المكونة لجامعة المدية وإختصاصاتها كما يلي:

- كلية الآداب واللغات،
- كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية،
- كلية العلوم والتكنولوجيا،
- كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير،
- كلية الحقوق.

وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 16-74 المؤرخ في 13 جمادى الأولى 1437 الموافق 22 فيفري 2016 المعدل والمتمم للمرسوم رقم 09-11 المؤرخ في 7 محرم 1430 الموفق 4 جانفي 2009، تم تحديد عدد الكليات المكونة لجامعة المدية واختصاصاتها كما يلي:

- كلية الآداب واللغات
- كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية،
- كلية التكنولوجيا،
- كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير،
- كلية الحقوق والعلوم السياسية،

1

،2024/05/20على الساعة https://www.univ-medea.dz/ موقع جامعة المدية

- كلية العلوم.

المطلب الثالث: التعريف بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

تم بتاريخ الفاتح من ديسمبر عام 2013 إنشاء كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بمقتضى المرسوم التنفيذي المعدل والمتمم رقم 13/403، الموافق ل : 01/12/2013، متفرعا عن كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية سابقاً، والمنشأة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 09/11، الموافق ل 04/11/2009 الذي تضمن استحداث جامعة المدية والكليات التابعة لها، وتعد كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية واحدة من كليات تابعة لجامعة المدية، إذ تضم طاقماً إدارياً وبيداغوجياً متكاملاً يكفل تكويناً عاليا المستوى في أطواره الثلاث :ليسانس، ماستر، دكتوراه لضمان تخرج الدفعات المتتالية في أحسن الظروف.

حيث تضم الكلية ثلاثة أقسام وكل قسم يضم مجموعة من التخصصات وهي على النحو التالي:

- قسم علوم إنسانية: * جذع مشترك علوم الإنسانية
  - علوم الإنسانية – تاريخ
  - تاريخ عام
  - أولى ماستر تاريخ دولة عثمانية(1453-1924)
  - ثانية ماستر تاريخ دولة عثمانية(1453-1924)
  - أولى ماستر تاريخ الغرب الإسلامي
  - ثانية ماستر تاريخ الغرب الإسلامي
  - أولى ماستر تاريخ المقاومة والحركة الوطنية
  - ثانية ماستر تاريخ المقاومة والحركة الوطنية الجزائرية
- قسم العلوم الاعلام والاتصال: * علوم الإنسانية – الإعلام والاتصال
  - إعلام
  - أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة
  - ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة
  - أولى ماستر سمعي بصري
  - ثانية ماستر سمعي بصري
- قسم علوم اجتماعية: * جذع مشترك علوم الاجتماعية
  - علوم الاجتماعية – علوم التربية

- علوم الاجتماعية – علم النفس العيادي
- علوم الاجتماعية – أرطوفونيا
- علوم الاجتماعية – علم الاجتماع
- ارشاد وتوجيه
- علم النفس العيادي
- ارشاد وتوجيه
- أرطوفونيا
- علم الاجتماع
- أولى ماستر تنظيم وعمل
- ثانية ماستر تنظيم وعمل
- أولى ماستر جريمة وانحراف
- ثانية ماستر جريمة وانحراف
- أولى ماستر ارشاد وتوجيه
- ثانية ماستر ارشاد وتوجيه
- أولى ماستر علم النفس العيادي
- ثانية ماستر علم النفس العيادي
- أولى ماستر أمراض اللغة والتواصل
- ثانية ماستر أمراض اللغة والتواصل

المطلب الرابع: نبذة عن الموقع الإلكتروني وأهم الخدمات التي يقدمها.

الفرع الأول : نبذة عن الموقع الإلكتروني .

ورغبة في تقريب إدارة الجامعة من الطلبة ومختلف الفاعلين معها ومحاولة تسهيل التواصل فيما بينهم جاءت فكرة إنشاء الموقع الإلكتروني الخاص بالجامعة، حيث كان ذلك في العام 2007 باستخدام نظام HTML ولكن لم يكن يلبي متطلبات الجامعة لإنه لم يكن هناك فريق يشرف على إدارة الموقع في كل أقسامه كما هو الحال الآن حيث تطور النظام المتبع في تصميم الموقع ألا وهو "جملة joomla "الذي يعمل على قاعدة بيانات MYSQL وقد تم تغيير شكل الموقع القالب مرتين في سنة 2013 و2015 وتم تحيين نسخة الموقع "joomla "مرتين.

الفرع الثاني: الخدمات التي يقدمها موقع الجامعة.

_خدمة نشر الأخبار والمعلومات المتعلقة بالجامعة ومختلف نشاطاتها.

_ خدمة نشر البرامج التعليمية وبرامج الامتحانات، ونتائج المداولات المتعلقة بمختلف أقسام الكليات.

_خدمة فضاء الطالب المستخدم لنشر نتائج المداولات، وتواصل بين الطلبة والأساتذة بحيث هذه الخدمة تتيح للطالب التواصل مع الأساتذة والإدارة، تتميز هذه الخدمة بحساب المعدلات، سحب كشوف النقاطk وأيضا تقديم الطعون.

_ خدمة منصة التعليم عن بعد، او التعليم الإلكتروني.

_ خدمة المكتبة الإلكترونية التي تحتوي على كتب ومذكرات في شكل ملفات قابلة لتصفح أو التحميل من أجل الاطلاع عليها والاستفادة منها.

_خدمة نشر المدخلات وتوصيات الملتقيات العلمية التي يتم تنظيمها على مستوى الكليات الجامعة من أجل ولوج الطلبة والباحثون للاستفادة منها.

خدمة نشر المجلات العلمية وإعداد مجلة ومضات جامعية التي تصدر عن مديرية الجامعة.

خدمة التعرف بمخابر البحث العلمي المتواجدة على مستوى الكليات، إضافة الى نشر أعمالها البحثية. [1]

[1]مقابلة مع بن يحي أمينة عائشة، مسؤولة الموقع الإلكتروني لجامعة يحي فارس، بالمصالح المشتركة، بتاريخ 28ماي 2024، على الساعة 11:26

المبحث الثاني: تحليل البيانات واستخلاص النتائج .

تطرقنا في هذا المبحث الى جمع البيانات و تفريغها ومن ثم تحليل هاته النتائج وتفسيرها.

المطلب الأول: وصف البيانات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.

أولا: وصف خصائص العينة من حيث متغير الجنس.

يمثل الجدول التالي تلخيصا للنتائج المتعلقة بتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

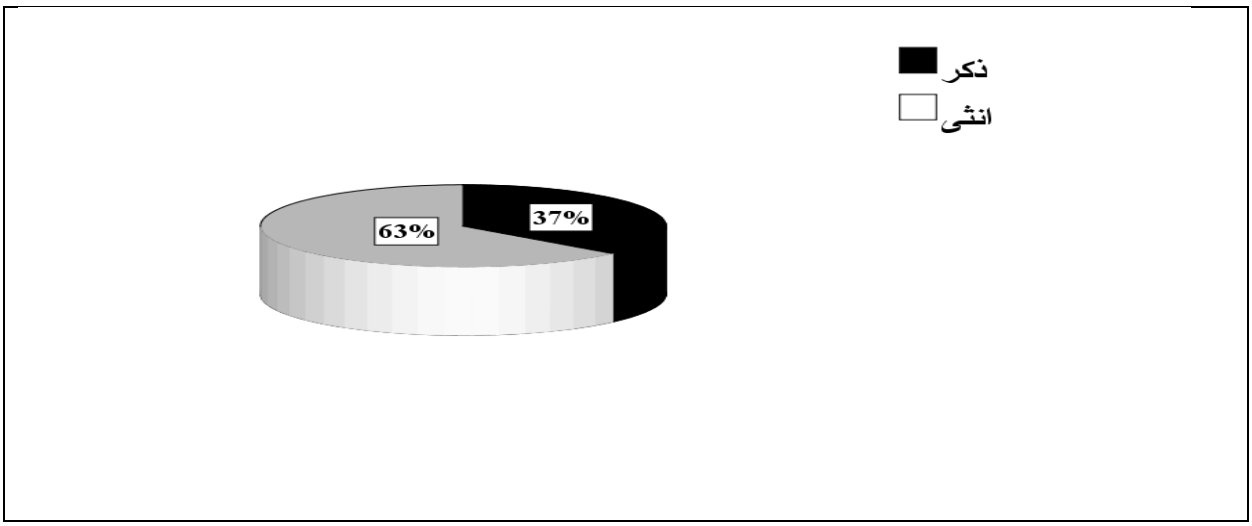
الجدول رقم (3-1): توزيع أفراد العيّنة حسب متغير الجنس

المتغير	الفئات	التكرار f	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	22	%37
	أنثى	38	%63
	المجموع	60	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

نلاحظ من الجدول رقم (3-1): أن أفراد عينة الدراسة كان أغالبهم إناث حيث بلغت نسبتهم (63%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما بلغت نسبة الذكور (37%)، وهذا يدل على أن الإناث هم الأكثر استجابة للإستبيان مقارنة بالذكور، وكذلك لأن طلبة السنة الثانية ماستر نسبة الإناث فيها أكثر من نسبة الذكور. والشكل الموالي يوضح ذلك.

الشكل رقم (3-1): توزيع أفراد العيّنة حسب متغير الجنس



المصدر: شكل مقتطع باستعمال برنامج "Excel".

ثانيا: وصف خصائص عينة الدراسة من حيث متغير السن

يوضح الجدول أدناه، توزيع أفراد العيّنة حسب متغير السن.

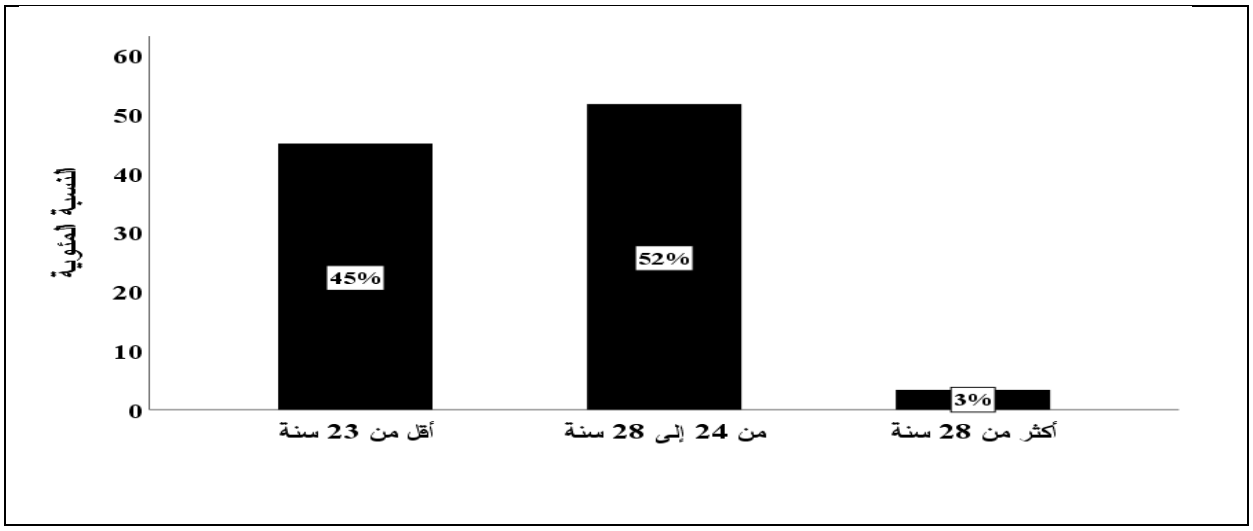
الجدول رقم (3-2): توزيع أفراد العيّنة حسب متغير السن

المتغير	الفئات	التكرار f	النسبة المئوية %
السن	أقل من 23 سنة	27	%45
	من 24 إلى 28 سنة	31	%52
	أكثر من 28 سنة	02	%03
	المجموع	60	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

يلاحظ من الجدول أعلاه، أنّ غالبية أفراد عينة الدراسة هم من الفئة العمرية [من 24 إلى 28 سنة]، حيث بلغ عددهم (31) طالبا وبنسبة مقدارها (52%)، يليهم الطلبة من ذوي الفئة العمرية [أقل من 23 سنة]، حيث بلغ عددهم (27) طالبا وبنسبة مقدارها (45%)، في حين نجد أدنى نسبة كانت للطلبة الذين يمثلون الفئة العمرية [أكثر من 28 سنة]، إذ بلغ عددهم طالبين إثنين وبنسبة بلغت (08%)، وبشكل عام يمكن القول أن غالبية الأفراد الذين يمثلون عينة الدراسة هم من الفئات الشبانية، والشكل التالي يبين ذلك:

الشكل رقم (3–2): توزيع أفراد العيّنة حسب متغير السن



المصدر: شكل مقتطع باستعمال برنامج "Excel".

ثالثا: وصف خصائص عينة الدراسة من حيث متغير التخصص.

يوضح الجدول أدناه، توزيع أفراد العيّنة حسب متغير التخصص

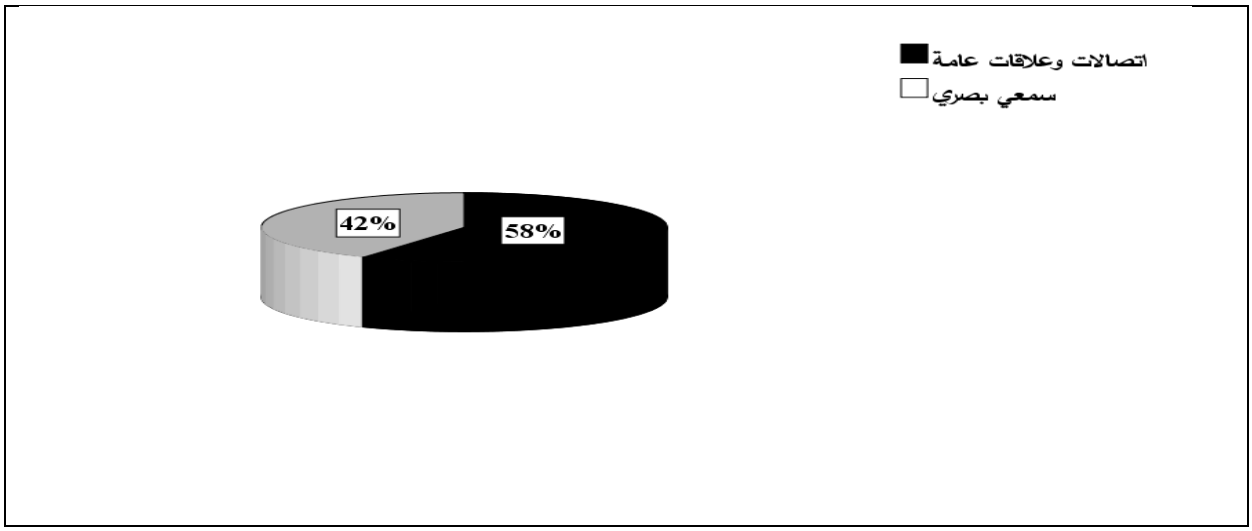
الجدول رقم (3-3): توزيع أفراد العيّنة حسب متغير التخصص.

المتغير	الفئات	التكرار f	النسبة المئوية %
التخصص	اتصالات وعلاقات عامة	35	%58
	سمعي بصري	25	%42
	المجموع	60	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق نجد أن الطلبة من فئة اتصال وعلاقات عامة يمثلون التخصص الغالب على عينة الدراسة إذ بلغ عددهم (35) طالبا وبنسبة مئوية بلغت (58%)، في حين نجد أن الطلبة الذين ينتمون إلى تخصص السمعي البصري يمثلون أدنى نسبة من عينة الدراسة حيث بلغ عددهم (25) طالبا وبنسبة مقدارها (42%) من إجمالي عينة الدراسة. وبالتالي، فأن التخصصين اللذان ينتميان لهما الطلبة كلاهما من شعبة علوم الاتصال والاعلام؛ ما يعني أن البيانات المتحصل عليها تعتبر صادقة على اعتبار أن طلبة هذين التخصصين يمتلكون المعرفة الكافية التي تخولهم الإجابة على أسئلة الإستبيان، وذلك راجع لعدد الطلبة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة أكثر من طلبة سمعي بصري. والشكل التالي يبين ذلك:

الشكل رقم (3-3) :توزيع أفراد العيّنة حسب متغير التخصص.



المصدر: شكل مقتطع باستعمال برنامج "Excel".

رابعا: التحليل الوصفي لإجابات طلبة عينة الدراسة

المحور الأول: واقع الاتصال العمومي داخل الجامعة

من أجل تحليل البيانات المتعلقة بإجابات الطلبة حول محور واقع الاتصال العمومي داخل جامعة يحي فارس المدية سوف نستخدم الجداول البسيطة والمركبة وذلك بالاعتماد على التكرارات والنسب المئوية.

1-ما هي الطريقة التي تعتمد عليها للاتصال داخل الجامعة.

الجدول رقم (3-4):توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم فيما يتعلق بالطريقة التي يعتمدونها في عملية الإتصال داخل الجامعة؟

البيان		الجنس		المجموع
		الذكر	الأنثى	
ما هي الطريقة التي تعتمد عليها للاتصال داخل الجامعة؟	الاتصال الشفوي المباشر	12	18	30
		%20	%30	%50
	عن طريق المراسلة	07	16	23
		%11.7	%26.7	%38.3
	عن طريق المواقع الإلكترونية	03	04	07
		%05	%06.7	%11.7

المصدر: من إعداد الطالبتين.

استنادا إلى النتائج الواردة في الجدول السابق يتضح بأن نسبة (50%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة صرحوا بأن الطريقة التي يعتمدون عليها في عملية الاتصال داخل الجامعة هي الاتصال الشفوي المباشر، والذي تدعمه نسبة (30%) من الطلبة الإناث مقارنة بنسبة (20%) للطلبة الذكور، تليها نسبة (38.3%) من الطلبة الذين أقروا بان طريقة المراسلة أهم الطرق التي يعتمدونها في عملية الاتصال داخل الجامعة، والذي تدعمه نسبة (26.7 %) من الطلبة الإناث مقارنة بنسبة (11.7%) للطلبة الذكور، في حين لم تتعدى نسبة الطلبة الذين أكدوا على أن الطريقة التي يعتمدون عليها في عملية الاتصال داخل الجامعة هي المواقع الإلكترونية سوى (11.7%). وقد كانت هذه النسبة موزعة مابين (06.7%) للطلبة الإناث و(05%) للطلبة الذكور.

يتبين لنا مما سبق أكبر نسبة من الإجابات كانت " الاتصال الشفوي "راجع الإحتياجات الفردية للطالب والتفضيلات الشخصية والثقافية فقد يميل الطالب الى الاتصال الشفوي المباشر بسبب الطابع الاجتماعي والثقافي السائد في البيئة الجامعية، فالاتصال الشفوي المباشر يمكن أن يكون أكثر تفاعلية أو يعزز العلاقات الاجتماعية. كون الاتصال الشفوي المباشر قد يكون أسرع وأكثر فعالية في حل المشكلات وتوضيح الأمور بشكل فوري، حيث كانت نسبة الإناث النسبة الأكثر اعتمادا على الاتصال الشفوي المباشر قد يكن أكثرا ارتياحاً لتفاعل المباشر أو القرب الاجتماعي حيث يكون أكثر اندماجا في المجموعات الدراسية أو اجتماعية.

في حين من كانت إجابتهم ب " عن طريق المراسلة " تفسير كونها طريقة مناسبة للتواصل الرسمي أو الحاجة لتوثيق المعلومات مما يسهل الرجوع إليها، نفسر يتجنب المواجهة المباشرة للشعور بالراحة دون ضغط نفسي فالاتصال عن طريق المراسلة يتيح الفرصة للتفكير بعمق وتنظيم الأفكار وصياغتها ولها طابع الخصوصية.

نفسر اعتماد عينة الإناث على أكثر من الذكور تعود الى طابع الشخصي والفيزيولوجي لكلا الجنسين.

نجد أقل نسبة التي كانت الإجابات " المواقع الإلكترونية " استخدام المواقع الإلكترونية كوسيلة اتصال نلاحظ النسبة ضئيلة مقارنة بالطرق الأخرى قد يعود السبب إلى عدم توافر النسبة التحتية المناسبة الذى يعبر عنه بضعف تدفق الانترنت في المحيط الجغرافي للجامعة وتوفير الموارد المادية كالحواسيب والأنظمة المحدثة ، كذلك غياب ثقافة الاتصال عبر هذه الوسيلة بالجامعة فما يدل قلة الوعي بأهمية استخدام أدوات الاتصال الإلكتروني تكن فعال، وقد يفتقر الطلبة الى المهارات اللازمة في استخدام تكنولوجيا الانترنت بكفاءة ، وكذلك نجد بعض الطلبة يفضلون الطرق التقليدية للإتصال.

2- ما هي حالة الاتصال العمومي في الجامعة؟

الجدول رقم (3-5): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول حالة الاتصال العمومي في الجامعة

البيان		التكرار f	النسبة المئوية %
ما هي حالة الاتصال العمومي في الجامعة؟	ممتازة	03	%05
	جيدة جدا	08	%13.33
	جيدة	25	%41.67
	متوسطة	17	%28.33
	ضعيفة	07	%11.67
المجموع		60	% 100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

نلاحظ من الجدول السابق أن أعلى نسبة (41.67%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا بأن حالة الاتصال العمومي في الجامعة جيدة، تليها نسبة (28.33%) من الطلبة الذين صرحوا بأن حالة الاتصال العمومي في الجامعة متوسطة، ثم نسبة (13.33%) من الطلبة الذين أقروا بأن حالة الاتصال العمومي في الجامعة جيدة جدا، ونسبة (11.67%) من الطلبة الذي كشفوا بأن حالة الاتصال العمومي في الجامعة ضعيفة، وأخيرا نسبة (05%) من الطلبة صرحوا بأن حالة الاتصال العمومي في الجامعة ممتازة.

يتضح لنا مما سبق أن أكثر الإجابات الطلبة كانت بـــ"جيدة" وذلك يعكس رضا عام إلى حد ما عن جودة الخدمات المقدمة له كطالب أن الخدمة المقدمة تلبي احتياجات معظم الطلبة بشكل جيد من خلال:

الطلبة الذين يرون أ الاتصال العمومي "متوسط" يشير الى وجود بعض النقائص التقنية او الإدارية القابلة للتحسين.

أما بالنسبة شريحة للطلبة الذين عبرعن حالة الاتصال العمومي بـ"جيدة جدا " راجع إلى وجود الخدمات ممتازة بالفعل في مختلف تعاملاتهم وتلبية رغباتهم في البيئة الجامعية مثال:

تعويضات، جدول الامتحانات، أمر يخص الطالب تدعوه الإدارة، الاستدارك.

بينما شريحة من الطلبة كانت إجاباتهم بـ"ضعيفة " يرون أن الاتصال العمومي ضعيف في الجامعة ذلك راجع لعدم توفير الخدمة التي يرغبون بها أو عدم وصول المعلومات التي يحتاجونها.

ويرى الآخرين أن الاتصال العمومي "ممتاز " وهي أقل نسبة مما يدل على أن الإدارة وفعالية الاتصال موجودة لخدمة الطالب وتلبي الاحتياجات ووجود تسهيلات.

3- هل تعاملت مع خلية الاتصال في الجامعة؟

الجدول رقم (3-6): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم فيما يتعلق بتعاملهم مع خلية الاتصال في الجامعة

البيان		التخصص		المجموع
		اتصال وعلاقات عامة	سمعي بصري	
هل تعاملت مع خلية الاتصال في الجامعة؟	نعم	11	09	20
		%18.3	%15	33.3 %
	لا	24	16	40
		%40	%26.7	66.7 %

المصدر: من إعداد الطالبتين.

انطلاقا من النتائج الموضحة في الجدول السابق نجد بأن نسبة (66.7%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا على أنهم لم يتعاملوا مع خلية الاتصال في الجامعة، والذي تدعمه نسبة (40%) من طلبة تخصص اتصالات وعلاقات عامة مقارنة بنسبة (26.7%) لطلبة تخصص سمعي بصري، في حين نجد أن النسبة المتبقية (33.3%) من الطلبة أكدوا على تعاملهم مع خلية الاتصال في الجامعة، حيث كانت هذه النسبة موزعة ما بين (18.3%) لطلبة تخصص اتصالات وعلاقات عامة و(15%) لطلبة تخصص سمعي بصري.

يتضح لنا مما سبق أن أكثر الإجابات في كل من التخصصين (سمعي بصري، علاقات عامة)كانت بـ "لا" وذلك بسبب عدم وعيهم بوجودها أو أهميتها ، لعدم الحاجة إلى استخدامها في سياق دراستهم ز في حين نجد بعض الإجابات بـ "لا"عند تخصص اتصال وعلاقات عامة أكبر مقارنة بتخصص سمعي بصري ، هذا راجع كون عدد الطلبة في تخصص اتصال وعلاقات عامة أكثر من سمعي بصري، يمكن أن يكون سبب وجود بعض المعرفة أو الوعي بأهمية الاتصال في مجال تخصصهم أو على الوعي الفردي (الشخصي) مما يجعل بعضهم يتعاملون مع الخلية ، نسبة طلبة تخصص سمعي بصري الذين لم يتعاملوا مع خلية الاتصال أقل مقارنة بتخصص اتصال وعلاقات عامة راجع كذلك لطبيعة دراستهم قد تتطلب منهم التعامل مع أدوات ووسائل اتصال معينة، مما يقلل من حاجتهم للتعامل مع خلية الاتصال في الجامعة.

أما الطلبة الذين تعاملوا مع خلية الاتصال إجابتهم بـ"نعم" نجد تخصص اتصال وعلاقات عامة أكثر من عينة طلبة تخصص سمعي بصري ن هذا يشير إلى أن هناك جزاء من الطلبة في كلا التخصصين يدركون فائدة وضرورة التعامل مع خلية الاتصال، المرور بتجارب شخصية إيجابية عند التعامل مع الخلية، مما يجعلهم يستمرون في استخدام خدماتها، ووعي الطلبة بأهمية الخلية للإستفادة منها في دراستهم ووسيلة لحل مشاكلهم الأكاديمية أو الإدارية مثل التسجيل في الدورات ، الحصول على معلومات حول فعاليات الجماهرية ، الاستفادة من الخدمات الأخرى التي تقدمها خلية الاتصال .

4-هل تعتقد أن هناك قنوات كافية للإتصال العمومي داخل الجامعة؟

الجدول رقم (3-7): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم من حيث كفاية قنوات الإتصال العمومي داخل الجامعة

البيان	الفئات	التكرار f	النسبة المئوية %
هل تعتقد أن هناك قنوات كافية للإتصال العمومي داخل الجامعة؟	نعم توجد	41	68.33%
	نعم بنسبة قليلة	19	31.67%
	لا توجد	-	-
	المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه يتضح بأن نسبة عالية (68.33%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا على أن هناك قنوات كافية للإتصال العمومي داخل الجامعة، في حين يتبين أن أدنى نسبة (31.67%) من الطلبة أكدوا أن قنوات الاتصال العمومي داخل الجامعة تتوافر بنسبة قليلة.

يتبين لنا مما سبق بأن النسبة العالية من الطلبة إجابتهم "نعم توجد" الذين يمثلون عينة الدارسة أكدوا أن هناك قنوات كافية للاتصال العمومي داخل الجامعة، هذا يعني أن أغلبية الطلبة يشعرون أن الجامعة توفر وسائل كافية للتواصل بين الطلاب والإدارة أو بين الطلاب وأنفسهم سواء كان من خلال البريد الإلكتروني، المنتديات الطلابية، الإعلانات على المواقع الإلكترونية أو وسائل التواصل الاجتماعي.

تبين أن نسبة أقل من الطلبة أكدوا أن قنوات الاتصال العمومي داخل الجامعة غير كافية، كانت إجابتهم بـ"نعم بنسبة قليلة " يشير إلى أن هناك شريحة من الطلاب تعتقد أن وسائل التواصل الموجودة لا تلبي احتياجاتهم بشكل كامل، عدم كفاية تلك الوسائل لتحقيق التواصل الفعال، قد يعكس بعض المشاكل أو

العقبات في طرق الاتصال المتاحة بالنسبة للإجابة التي كانت بـــ "لا توجد" كانت نسبة منعدمة لا تعبر عن أي عينة (عن أي فرد) راجع الى وجود قنوات للاتصال العمومي في الأصل.

وتفوت هذه النسبة جاء نتيجة تجارب شخصية مختلفة لدى الطلبة (العينة) ولتفاوت في احتياجاتهم وتوقعاتهم من قنوات الاتصال داخل الجامعة.

5-هل تستخدم وسائل الاتصال الرسمية للجامعة مثل البريد الإلكتروني أو المواقع الإلكترونية بشكل منتظم؟

الجدول رقم (3-8): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول ما إذا كانوا يستخدمون وسائل الاتصال الرسمية للجامعة مثل البريد الإلكتروني أو المواقع الإلكترونية بشكل منتظم.

البيان		الجنس		المجموع
		ذكر	أنثى	
هل تستخدم وسائل الاتصال الرسمية للجامعة مثل البريد الإلكتروني أو المواقع الإلكترونية بشكل منتظم؟	نعم	17	25	42
		%28.3	%41.7	%70
	لا	05	13	18
		%08.3	%21.7	%3

المصدر: من إعداد الطالبتين.

انطلاقا من النتائج الموضحة في الجدول السابق نجد بأن نسبة (70%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا على أنهم يستخدمون وسائل الاتصال الرسمية للجامعة مثل البريد الإلكتروني أو المواقع الإلكترونية بشكل منتظم، والذي تدعمه نسبة (41.7%) من الطلبة الإناث مقارنة بنسبة (28.3%) للطلبة الذكور، في حين نجد أن النسبة المتبقية (30%) من الطلبة كشفوا عن عدم استخدامهم لوسائل

الاتصال الرسمية للجامعة مثل البريد الإلكتروني أو المواقع الإلكترونية بشكل منتظم، حيث كانت هذه النسبة موزعة ما بين (21.7%) للطلبة الإناث و(15%) للطلبة الذكور.

يبين لنا مما سبق أن أكثر الإجابات عند الجنسين كانت بـ"نعم " تقر بأن الطلبة يستخدمون وسائل الاتصال الرسمية للجامعة كالبريد الإلكتروني والموقع الإلكتروني بشكل منتظم لعدة أسباب كالوصول الى المعلومات الأكاديمية مثل المواد المدرسية ، الجدول الزمني للمحاضرات ، كذلك التواصل مع الأساتذة والإدارة مثل استقبال الرسائل البريدية من الأساتذة والإدارة مما يسهل التواصل وتبادل المعلومات .التسجيل في الدوارات، الاطلاع على الإعلانات والأخبار كالمؤتمرات الفعاليات الأكاديمية وورش العمل ، الحصول على النتائج الأكاديمية عبر الموقع .الوصول إلى الموارد الإلكترونية مثل المكتبات الإلكترونية ومصادر تعليمية أخرى تساعد الطلبة في أبحاثهم العلمية ، توفير الخدمات الإدارية مثل كطلب شهادة مدرسية ، فاستخدام هذه الوسائل يوفر الجهد والوقت ويسهل الوصول إلى مجموعة متنوعة من الخدمات الأكاديمية والإدارية التي يحتاجها الطلبة خلال توفر الأنترنت، أما بالنسبة الأقل المتمثلة بالإجابات كانت بـ"لا" كذلك تفضيلات التواصل هناك من يفضل وسائل تكنولوجية أخرى مثل المجموعات الدراسية على وسائل التواصل الاجتماعي أو التواصل المباشر، اختلاف التصورات الثقافية عدم الثقة لإستعمال هذه وسائل ونقص الدعم والتوجيه حول كيفية استخدام وسائل الاتصال الرسمية بفعالية ،عدم توفير إمكانيات مادية وقدرات ذاتية تؤدي إلى تقليل استخدام هذه الوسائل.

6-كيف تقيم أداء الاتصال العمومي من خلال الفعاليات المنظمة في الجامعة؟

الجدول رقم (3-09): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم من حيث تقيم أداء الاتصال العمومي من خلال الفعاليات المنظمة في الجامعة

البيان	الفئات	التكرار f	النسبة المئوية %
كيف تقيم أداء الاتصال العمومي من خلال الفعاليات المنظمة في الجامعة؟	فعالة	14	%23.33
	متوسطة	29	%48.33
	غير فعالة	17	%28.33
	المجموع	60	% 100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه يتضح بأن نسبة عالية (48.33%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة صرحوا بأن تقيم أداء الاتصال العمومي من خلال الفعاليات المنظمة في الجامعة يعتبر متوسطا، تليها نسبة (28.33%) من الطلبة الذين أوضحوا بأن تقيم أداء الاتصال العمومي من خلال الفعاليات المنظمة في الجامعة يعتبر غير فعال، في حين أن أدنى نسبة (23.33%) من الطلبة أكدوا أن تقيم أداء الاتصال العمومي من خلال الفعاليات المنظمة في الجامعة يعتبر فعالا.

يتبين مما سبق أن أكثر الإجابات كانت متوسطة بنسبة عالية راجع (يفسر) نوعية الفعاليات المنظمة تفتقر الى جودة المحتوى أو التفاعل الذي يتوقعه الطلبة، مما يجعلهم يصنفونه كمتوسطة، التواصل في الفعاليات قد يكون هناك ضعف في الترويج والتواصل حول الفعاليات، مما يؤدي إلى نقص الحضور والمشاركة الفعالة ومدى ارتباط واهتمامات الطلبة بهذه الفعاليات وتوقعاتهم التي تكون أعلى مما تقدمه لفعاليات الحالية مما يؤدي إلى تقديمات أقل من المتوقع ، اما بالنسبة للإجابات "غير فعالة "يفسر بضعف في التنظيم أو التنسيق مما يؤثر

سلبا على تجربة الطلبة ويجعلهم يشعرون بأن الاتصال العمومي غير فعال، المضامين والمعلومات لا تخدم إحتياج الطالب،نسبة قليلة الذين كانت إجابتهم بـ"فعالة "يفسر بالتنظيم الجيد والناجح في تلبية التوقعات للطلبة واحتياجاتهم بشكل إيجابي، الفعاليات التي تتناول مواضيع ذات صلة وقيمة تهم الطلبة وتساهم في تطوير مهاراتهم الأكاديمية والشخصية من خلال اكتساب معرفة جديدة وتطوير مهارات تتضمن قنوات تواصل فعالة وجذابة لشعر الطلبة بأنهم جزء من العملية ويشعرون بأن أراءهم ومشاركتهم مهمة.

7–ما الهدف من الاتصال العمومي في الجامعة؟

الجدول رقم (3–10): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول الهدف من الاتصال العمومي في الجامعة

البيان	الفئات	التكرار f	النسبة المئوية %
ما الهدف من الاتصال العمومي في الجامعة؟	تحقيق المصلحة العامة	28	%46.67
	مراعاة حقوق وواجبات الطلبة	20	%33.33
	الاقناع والتأثير في الطلبة	12	%20
	المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه يتضح بأن نسبة عالية (46.67%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة صرحوا بأن الهدف من الاتصال العمومي في الجامعة هو تحقيق المصلحة العامة، تليها نسبة (33.33%) من الطلبة الذين أوضحوا بأن الهدف من الاتصال العمومي في الجامعة هو مراعاة حقوق

وواجبات الطلبة، في حين نجد أن أدنى نسبة (20%) من الطلبة أكدوا أن الهدف من الاتصال العمومي في الجامعة هو الإقناع والتأثير في الطلبة.

يتبين لنا مما سبق أن اجابات المبحوثين صرحوا بان الهدف من الاتصال العمومي في الجامعة هو تحقيق المصلحة العامة تعكس بأن الجامعة تسعى لخدمة الطلبة بشكل عام وتعزيز الفائدة العامة للطلبة والجامعة نفسها، الطلاب الذين يرون ان تحقيق المصلحة العامة هو الهدف الرئيسي للاتصال العمومي ينظرون أن الجامعة تعتبر جزءا مهما من المجتمع وتعمل على تعزيز الخدمة والفائدة العامة بشكل أساسي للطلبة.

بينما نسبة الطلبة التي كانت إجاباتهم ب مراعاة حقوق وواجبات الطلبة تشير الى ان الطلاب يرون ان الاتصال العمومي يجب أن يركز على توعية الطلاب بحقوقهم وواجباتهم داخل الجامعة، يشمل تعزيز الوعي بالقوانين والسياسات الجامعية وضمان حقوقهم، حقوق الطلاب مثل: الحصول على تعليم جيد وبيئة دراسية آمنة.

أما بنسبة أقل كانت إجاباتهم "الإقناع والتأثير في الطلبة" تدل على أنهم يعتقدون أن الهدف الرئيسي من الاتصال العمومي هو تأثيرهم واقناعهم بفكرة معينة أو سلوك وتوجيههم نحو أهدف معينة مثل الترويج لبرامج أو مبادرات جديدة.

8-هل الحصول على المعلومات العامة يؤدي إلى إضفاء الشفافية، أو تلقي المعلومة في وقتها، تحديث المعلومات؟

الجدول رقم (3-11): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول النتائج المترتبة عن الحصول على المعلومات العامة.

البيان	الفئات	التكرار f	النسبة المئوية %
هل الحصول على المعلومات العامة يؤدي إلى؟	إضفاء الشفافية	15	%25
	تلقي المعلومة في وقتها	34	%56.67
	تحديث المعلومات	11	%18.33
	المجموع	60	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه يتضح بأن نسبة عالية (56.67%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة صرحوا بأنهم الحصول على المعلومات العامة يؤدي إلى تلقي المعلومة في وقتها، تليها نسبة (25%) من الطلبة الذين أوضحوا بأن الحصول على المعلومات العامة يؤدي إلى إضفاء الشفافية، في حين أن أدنى نسبة (18.33%) من الطلبة أكدوا أن الحصول على المعلومات العامة يؤدي إلى تحديث المعلومات.

يتبين لنا مما سبق أن أكثر الاجابات كانت تلقي المعلومة في وقتها تشير الى أن الطلاب يرون أن هذا النوع من الافادة مهم لأنه يساعدهم على الاطلاع على الأحداث والمعلومات بشكل سريع ومنتظم، الحصول على المعلومات بسرعة وفي الوقت الذي يحتاجونه فيها، الوصول الفوري للمعلومات يساهم في تعزيز فهمهم للأحداث الجارية ويمكنهم من اتخاذ قرارات مستنيرة بناء على المعرفة الحديثة والدقيقة والتفاعل مع الأحداث الحالية بطريقة فعالة وفي الوقت المناسب.

بالنسبة التي كانت اجاباتهم اضفاء الشفافية تعكس رؤية أخرى للطلاب زيادة شفافية العمليات والقرارات، فالوصول للمعلومات العامة يزيد من الشفافية وتتوفر بشكل شفاف يساهم في فهم أعمق للمسائل والقرارات التي تؤثر عليهم والذي يؤدي الى زيادة الثقة في الاتصال بنسبة أقل كانت اجاباتهم ب تحديث المعلومات، يفسر برغبة الأفراد في البحث عن المعرفة المحدثة والدقيقة يساهم من تطوير المعرفة والمعلومات التي يمتلكونها مثل استكشاف مصادر جديدة، تحديثات وتطورات حديثة في مجالات مختلفة مما يساعد على الاطلاع المستمر بالتطورات الجديدة والمعلومات الحديثة.

المحور الثاني: آليات واستراتيجيات الإتصال العمومي عبر الموقع الإلكتروني الجامعي.

من أجل تحليل البيانات المتعلقة بإجابات الطلبة حول محور آليات واستراتيجيات الاتصال العمومي عبر الموقع الإلكتروني الجامعي سوف نستخدم الجداول البسيطة والمركبة وذلك بالاعتماد على التكرارات والنسب المئوية.

1-ما هي مصادر معلوماتك في الجامعة؟

الجدول رقم (3-12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم من حيث مصادر المعلومات التي يتحصلون عليها في الجامعة

البيان		العمر			المجموع
		أقل من 23 سنة	من 24 إلى 28 سنة	أكثر من 28 سنة	
ما هي مصادر معلوماتك في الجامعة؟	الفيسبوك	19	23	02	44
		%31.7	%38.3	%03.3	%73.3
	الموقع الإلكتروني	08	08	-	16
		%13.3	%13.3	-	%26.7

المصدر: من إعداد الطالبتين.

بناءً على النتائج الواردة في الجدول السابق نجد بأن نسبة (73.3%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أقروا بأن مصادر المعلومات التي يتحصلون عليها في الجامعة تكون عبر الفيسبوك، والذي تدعمه نسبة (38.3%) من الطلبة ذوي الفئة العمرية [من 24 إلى 28 سنة] ونسبة (31.7%) للطلبة من ذوي الفئة العمرية [أقل من 23 سنة] وأيضا نسبة (3.3%) للطلبة ذوي الفئة العمرية [أكثر من 28 سنة]، في حين نجد أن النسبة المتبقية (26.7%) من الطلبة أكدوا بأن مصادر المعلومات التي يتحصلون عليها في الجامعة تكون عبر الموقع الإلكتروني. وقد كانت هذه النسبة موزعة بالتساوي ما بين الطلبة ذوي الفئة العمرية [أقل من 23 سنة] والطلبة ذوي الفئة العمرية [من 24 إلى 28 سنة].

نستنتج مما سبق أن أغلب الطلبة وباختلاف أعمارهم يملكون حساب فايسبوك ويفضلون استخدامه كمصدر للحصول على المعلومات بدل الموقع الإلكتروني، وهذا نظرا لسهولته ومجانية تصفحه أي إمكانية الوصول إليه في وقت قصير وبتكلفة قليلة، وأيضا طريقة عرضه للأخبار، إذ يمكن الطالب من معرفة كل ما هو جديد، بحيث فتح هذا الموقع مجالا لتواصل الطلبة مع بعضهم البعض وسمح لهم بنقل أفكارهم وآرائهم واتجاهاتهم والتعبير عن مشاعرهم بطريقة أفضل وأكثر تفاعلا. كما ساهم في توسيع العلاقات والحفاظ عليها ولهذا نجد كل الجامعات لديها صفحات رسمية على موقع الفيس بوك من أجل زيادة تفاعل الطلبة مع المضامين التي تنشرها، هذا من جهة.

من جهة أخرى وبالرجوع للنتائج المتحصل عليها وبعد المعالجة الإحصائية للبيانات نستنتج أن فئة قليلة يعتمدون على الموقع الإلكتروني كمصدر للحصول على المعلومة وهذا راجع لمحدودية الموقع الإلكتروني فهو غالبا ما يكون متخصص في تقديم خدمة معينة وهدف محدد، كتزويد الطلبة بطريقة سير العملية البيداغوجية، أيضا نشر الأخبار والمعلومات الرسمية عن الجامعة.

2-هل تعتمد على الموقع الإلكتروني ك: وسيلة لتزويد المعلومات، أو وسيلة للإطلاع على مكتبة الجامعة، أو وسيلة قانونية للاتصال وتلقي الإعلانات؟

الجدول رقم (3-13): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم فيما إذا كان الموقع الإلكتروني يشكل وسيلة لتزويد المعلومات، أو وسيلة للإطلاع على مكتبة الجامعة، أو وسيلة قانونية للاتصال وتلقي الإعلانات.

البيان		الجنس		المجموع
		الذكر	الأنثى	
هل تعتمد على الموقع الإلكتروني ك؟	وسيلة لتزويد المعلومات	14	21	35
		%23.3	%35	%58.3
	وسيلة للإطلاع على مكتبة الجامعة	07	12	19
		%11.7	%20	%31.7
	وسيلة قانونية للاتصال وتلقي الإعلانات	01	05	06
		%01.7	%08.3	%10

المصدر: من إعداد الطالبتين.

استنادا إلى النتائج الواردة في الجدول السابق يتضح بأن نسبة (58.3%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة صرحوا بأن الاعتماد على الموقع الإلكتروني يعد وسيلة لتزويد بالمعلومات، والذي تدعمه نسبة (35%) من الطلبة الإناث مقارنة بنسبة (23.3%) للطلبة الذكور، تليها نسبة (31.7.3%) من الطلبة الذين أقروا بأن الاعتماد على الموقع الإلكتروني يعد وسيلة وسيلة للإطلاع على مكتبة الجامعة، والذي تدعمه نسبة (20 %) من الطلبة الإناث مقارنة بنسبة (11.7%) للطلبة الذكور، في حين لم تتعدى نسبة الطلبة

الذين أكدوا على أن الاعتماد على الموقع الإلكتروني يعتبر وسيلة قانونية للاتصال وتلقي الإعلانات سوى (10%). وقد كانت هذه النسبة موزعة مابين (08.3%) للطلبة الإناث و(01.7%) للطلبة الذكور.

نستنتج مما سبق أن أغلبية أفراد عينة الدراسة وباختلاف جنسهم يرون أن الموقع الإلكتروني يشكل وسيلة لتزويد المعلومات، إذ أن المعروف عن المواقع التابعة للمؤسسات الجامعية أنها تقوم بنشر وعرض مختلف الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة، والتي تفيد مختلف المستخدمين الذين لديهم اهتمام بالاطلاع على ما له علاقة بالنشاطات العلمية والأكاديمية في مؤسسات التعليم العالي، فالموقع يساهم في اعلام الطالب بشكل كبير من الناحية البيداغوجية وذلك من خلال اعلامه ببعض المستجدات داخل الجامعة والمتمثلة في الاعلام بالتوزيع الزمني لجداول التوقيت والامتحانات والمناهج البيداغوجية ومضمونها.

بينما يرى البعض أنها وسيلة للاطلاع على مكتبة الجامعة، حيث أنه أصبحت هذه الخدمة متوفرة بكثرة نظرا لأهميتها ويمكن أن نقول إن ظهورها ارتبط بظهور التعليم الإلكتروني الذي سمح بممارسة عملية البحث العلمي عبر الانترنت، فالباحثون والطلبة الذين يدرسون في الجامعات الافتراضية يجب أن تتوفر لهم مكتبة رقمية تحوي كتبا على شكل ملفات نصية قابلة للتصفح وهذا للاستفادة منها.

في حين توجد فئة قليلة ترى أنها وسيلة قانونية للاتصال وتلقي الإعلانات، فعلى غرار العديد من المواقع الإلكترونية، يوفر موقع الجامعة أيضا خدمة البريد الالكتروني والذي يستعمل للتواصل بين الإدراريين والأساتذة والطلبة لنقل الانشغالات والمطالب وما يتعلق بشؤون التعليم عموما، كما يمكن الشخص أيضا من معرفة تفاصيل الإعلانات حول ملتقيات معينة تم نشرها على صفحات الموقع وهذا بدلا من الذهاب إلى الجامعة للاستفسار والاطلاع على نفس الاعلان وبالتالي توفير الوقت والجهد.

أ-الإستخدام العام:

1-كم مرة تتصفح الموقع الإلكتروني للجامعة؟

الجدول رقم (3-14): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول عدد مرات تصفحهم للموقع الإلكتروني الخاص بالجامعة

البيان		التكرار f	النسبة المئوية %
كم مرة تتصفح الموقع الإلكتروني للجامعة؟	كل يوم	09	%15
	مرة في الأسبوع	07	%11.67
	مرة في الشهر	03	%05
	كل سداسي	-	-
	عدة مرات	41	%68.33
المجموع		60	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

نلاحظ من الجدول السابق أن أعلى نسبة (68.33%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا بأن تصفح الموقع الإلكتروني للجامعة يكون عدة مرات، تليها نسبة (15%) من الطلبة الذين صرحوا بأن تصفح الموقع الإلكتروني للجامعة يكون كل يوم، فنسبة (11.67%) من الطلبة الذين أقروا بأن تصفحهم للموقع الإلكتروني للجامعة يكون مرة في الأسبوع، وأخيرا نسبة (05%) من الطلبة الذين كشفوا من أنهم يتصفحون الموقع الإلكتروني للجامعة كل سداسي.

نستنتج مما سبق أن معظم أفراد عينة الدراسة على اتفقوا على أنهم يتصفحون الموقع الإلكتروني للجامعة عدة مرات، وهذا راجع لطبيعة المستوى التعليمي العالي والذي يتطلب تصفح أكثر للمواقع الإلكترونية للحصول على معلومات تعزز رصيدهم الفكري، أو انجاز مذكرات ورسائل تخرج، بالإضافة إلى متابعة كل التطورات والمستجدات الحاصلة في الجامعة.

بينما تراوحت آراء بقية العينة المدروسة حول عدد مرات تصفح الموقع الالكتروني بين (كل يوم، مرة في الأسبوع، ومرة في الشهر) وهذا راجع إلى ارتباط الطلبة بواجبات وانشغالات أخرى، أو لعدم توفر الأنترنت بشكل كبير وحداثة هذه الوسيلة مقارنة بالوسائل الأخرى.

2-ما هي الأغراض الرئيسية التي تستخدم الموقع من أجلها؟

الجدول رقم (3-15): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول الأغراض الرئيسية التي يستخدم من أجلها الموقع.

البيان	الفئات	التكرار f	النسبة المئوية %
ما هي الأغراض الرئيسية التي تستخدم الموقع من أجلها؟	الوصول للموارد الأكاديمية	22	36.67%
	متابعة الأخبار والإعلانات	30	50%
	التواصل مع الإدارة	08	13.33%
	المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه يتضح بأن نسبة عالية (50%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة صرحوا بأن الغرض الرئيسي من وراء استخدام الموقع الإلكتروني هو متابعة الأخبار والإعلانات، تليها نسبة (36.67%) من الطلبة الذين أوضحوا بأن الغرض الرئيسي من وراء استخدام الموقع الإلكتروني هو الوصول للموارد الأكاديمية، في حين أن أدنى نسبة (13.33%) من الطلبة أكدوا أن الغرض الرئيسي الذي يستخدم من أجله الموقع الإلكتروني هو التواصل مع الإدارة.

نستنتج مما سبق ومن خلال النتائج المتحصل عليها أن أفراد عينة الدراسة يستخدمون الموقع الإلكتروني لغرض متابعة الاخبار والإعلانات، فالطالب يسعى دائما لمعرفة المستجدات الجامعية من الناحية البيداغوجية والتي تخص أوقات ورزنامات الدراسة والمحاضرات في الوقت المناسب، وتقويم النتائج بعد التصحيح مباشرة كما ينشر الموقع الالكتروني أيضا كل المستجدات حول الملتقيات والدورات ومواقيتها والمشرفين عليها والقاعات التي سوف تقام فيها.

بينما رأى البعض أن الغرض الرئيسي من استخدام الموقع الإلكتروني هو الوصول للموارد الأكاديمية إذ يتيح الموقع الالكتروني للباحث العثور على بيانات البحث والوصول إليها وإدارتها، فالوصول إلى موارد موثوقة ومتنوعة أمرًا ضروريًا لإنتاج عمل أكاديمي عالي الجودة يتسم بالمصداقية وغني بالمعلومات وحديث.

ومن جهة أخرى وجدنا فئة قليلة ترى بأن الموقع الالكتروني يستخدم للتواصل مع الإدارة، وهذا راجع إلى أن الموق الالكتروني قد خلق مجالا للتواصل بين الطالب والإدارة الجامعية من أجل حل المشاكل والإجابة على استفسارات الطالب بالإضافة إلى أنها فتحت أمامه المجال للتواصل مع الأستاذ، وهذا من أجل سموه الفكري والتعليمي من خلال تقديم استفسارات حول المحاضرات أو مواضيع دراسية مبهمة ولم يستطع فهمها أو تبادل الآراء والنقاشات في مواضيع محددة.

ب–سهولة الإستخدام:

1–كيف تقيم سهولة التنقل داخل الموقع؟

الجدول رقم (3–16): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم فيما يتعلق بالكيفية التي يقيمون بها سهولة التنقل داخل الموقع

البيان		التكرار f	النسبة المئوية %
كيف تقيم سهولة التنقل داخل الموقع؟	ممتازة	07	%11.67
	جيد جدا	13	%21.67
	جيدة	21	%35
	متوسطة	16	%26.67
	رديئة	03	%05
المجموع		60	% 100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

نلاحظ من الجدول السابق أن أعلى نسبة (35%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا بأن سهولة التنقل داخل الموقع جيدة، تليها نسبة (26.67%) من الطلبة الذين صرحوا بأن سهولة التنقل داخل الموقع متوسطة، ثم نسبة (21.67%) من الطلبة الذين أقروا بأن سهولة التنقل داخل الموقع جيد جدا، ونسبة (11.67%) من الطلبة الذين كشفوا من أن سهولة التنقل داخل الموقع ممتازة، وأخيرا نسبة (05%) من الطلبة الذين صرحوا بأن سهولة التنقل داخل الموقع رديئة.

نستنتج مما سبق أن أغلبية الطلبة يرون بأن كيفية التنقل داخل الموقع تتم بطريقة جيدة، حيث أن المواقع الالكترونية تميز بسهولة الدخول والحصول على الخدمات المقدمة، نظرا لما تتمتع به من قاعدة بيانات ديناميكية، كما تسهل على الطلبة زيارة الموقع عن طريق الدخول إلى رابط إلكتروني الخاص بالجامعة، حيث يتم الاطلاع على المعلومات والأحداث بمختلف تفاصيلها دون عراقيل، بينما نجد في بعض الأحيان ضعف تدفق الأنترنت في الجامعة وهذا ما يصعب من عملية الدخول إلى فضاء الطالب.

2-هل تجد المعلومات التي تبحث عنها بسهولة؟

الجدول رقم (3-17): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول مدى سهولة إيجاد المعلومات التي يبحثون عنها داخل الموقع الإلكتروني الخاص بالجامعة

البيان		التخصص		المجموع
		اتصال وعلاقات عامة	سمعي بصري	
هل تجد المعلومات التي تبحث عنها بسهولة؟	نعم	30	25	55
		%50	%41.7	91.7 %
	لا	05	-	05
		%08.3	-	08.3 %

المصدر: من إعداد الطالبتين.

انطلاقا من النتائج الموضحة في الجدول السابق نجد بأن نسبة (91.7%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا على أن المعلومات التي يبحثون عنها تتم بسهولة، والذي تدعمه نسبة (50%) من طلبة تخصص اتصالات وعلاقات عامة مقارنة بنسبة (41.7%) لطلبة تخصص سمعي بصري، في حين نجد أن النسبة المتبقية (08.3%) من الطلبة أكدوا على أن المعلومات التي يبحثون عنها لا تتم بسهولة، حيث كانت هذه النسبة كلها لطلبة تخصص اتصالات وعلاقات عامة.

نستنتج مما سبق أن معظم أفراد عينة الدراسة باختلاف تخصصاتهم أكدوا على أنهم يجيدون المعلومات التي يبحثون عنها بسهولة، نظرا لتمكنهم من استخدام الموقع، حيث أصبح بإمكانهم الحصول على الدروس والمحاضرات بطريقة تلبي رغباتهم، كما يرجع أيضا لحداثة المعلومات المعروضة وتدفقها بشكل مرن نتيجة توفر الموقع على فريق للدعم الفني والديناميكي للإجابة على استفسارات زوار الموقع والمستفيدين منه. فالمواقع الالكترونية الجامعية تتمتع بمميزات فاعلة من الناحية العلمية والتعليمية إذ ساعدت الطالب على الرقي بمستواه العلمي والفكري من خلال منح تسهيلات وخدمات نوعية.

بينما رأت فئة قليلة جدا لطلبة اتصال وعلاقات عامة أن المعلومات التي يبحثون عنها لا تتم بسهولة وهذا راجع ضعف تدفق شبكة الانترنت من جهة، وتعقد عملية تصفح بعض المواقع الإلكترونية وصعوبتها بالنسبة لهم من جهة أخرى.

3-هل واجهت أي مشاكل تقنية أثناء استخدام الموقع؟

الجدول رقم (3-18): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول المشاكل التقنية المتوقعة أثناء استخدام الموقع الإلكتروني.

البيان		الجنس		المجموع
		ذكر	أنثى	
هل واجهت أي مشاكل تقنية أثناء استخدام الموقع؟	نعم	17	25	42
		%28.3	%41.7	%70
	لا	05	13	18
		%08.3	%21.7	%3

المصدر: من إعداد الطالبتين.

انطلاقا من النتائج الموضحة في الجدول السابق نجد بأن نسبة (70%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا على أنهم يستخدمون وسائل الاتصال الرسمية للجامعة مثل البريد الإلكتروني أو المواقع الإلكترونية بشكل منتظم، والذي تدعمه نسبة (41.7%) من الطلبة الإناث مقارنة بنسبة (28.3%) للطلبة الذكور، في حين نجد أن النسبة المتبقية (30%) من الطلبة كشفوا عن عدم استخدامهم لوسائل الاتصال الرسمية للجامعة مثل البريد الإلكتروني أو المواقع الإلكترونية بشكل منتظم، حيث كانت هذه النسبة موزعة ما بين (21.7%) للطلبة الإناث و(15%) للطلبة الذكور.

نستنتج مما سبق أن معظم أفراد عينة الدراسة باختلاف جنسهم اتفقوا على أنهم يواجهون مشاكل تقنية أثناء استخدامهم للموقع، وهذا راجع لضعف الربط بشبكة الانترنت أحيانا، وقد يحدث خلل في التحديثات

عند القيام بإجراء عمليات الصيانة الدورية للموقع، بالإضافة إلى مشاكل أثناء تسجيل الدخول إلى حسابات المستخدمين، فعند إضافة الزوار لابد من مراقبة جميع الثغرات والتعديلات التي تطرأ على الموقع.

ب–سهولة الإستخدام:

1–هل تجد أن المعلومات محدثة بانتظام؟

الجدول رقم (3–19): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم فيما إذا كانت المعلومات محدثة باستمرار

البيان		العمر			المجموع
		أقل من 23 سنة	من 24 إلى 28 سنة	أكثر من 28 سنة	
هل تجد أن المعلومات محدثة بانتظام؟	نعم	15	29	01	45
		%25	%48.33	%01.67	%75
	لا	12	02	01	15
		%20	%3.33	%1.67	%25

المصدر: من إعداد الطالبتين.

بناءً على النتائج الواردة في الجدول السابق نجد بأن نسبة (75%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أقروا بأن أن المعلومات محدثة بانتظام، والذي تدعمه نسبة (48.33%) من الطلبة ذوي الفئة العمرية [من 24 إلى 28 سنة] ونسبة (25%) للطلبة من ذوي الفئة العمرية [أقل من 23 سنة] وأيضا نسبة (01.67%) للطلبة ذوي الفئة العمرية [أكثر من 28 سنة]، في حين نجد أن النسبة المتبقية (25%) من الطلبة أكدوا بأن أن المعلومات ليست محدثة بانتظام. وقد كانت هذه النسبة موزعة ما بين (20%) للطلبة

ذوي الفئة العمرية [أقل من 23 سنة] ونسبة (3.33%) للطلبة ذوي الفئة العمرية [من 24 إلى 28 سنة] إضافة إلى نسبة (01.67%) للطلبة ذوي الفئة العمرية [أكثر من 28 سنة].

نستنتج مما سبق أن أفراد عينة الدراسة باختلاف أعمارهم يرون أن المعلومات محدثة بانتظام فلا قيمة لموقع يحتوي على معلومات سبق نشرها من مصادر أخرى باعتبار أن التطور يتوقف على مدى التجديد والإضافة في المعلومات وفي المعارف بشكل تراكمي ومستمر، والمستعمل تشده تلك المواقع التي تضيف إلى رصيده من المعلومات والمعرف شيئا جديدا وأصليا بإمكانه أن يؤثر على تطوير مجال اهتمامه. فالمعلومات تخضع لظاهرة التعطل أو التقادم عبر الزمن، وكلما تقادمت المعلومات وبخاصة العلمية والتقنية كلما قلت قيمتها الاستعمالية وبالتالي ظهرت الحاجة إلى تحديثها أو استبدالها بمعلومات حديثة وجديدة.

2-كيف تقيم دقة المعلومات المتاحة على الموقع الجامعي؟

الجدول رقم (3-20): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم فيما يتعلق بالكيفية التي يقيمون بها دقة المعلومات المتاحة على الموقع الجامعي

البيان		التكرار f	النسبة المئوية %
كيف تقيم دقة المعلومات المتاحة على الموقع الجامعي؟	ممتازة	05	%08.33
	جيد جدا	15	%25
	جيدة	24	%40
	متوسطة	12	%20
	رديئة	04	%06.67
المجموع		60	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

نلاحظ من الجدول السابق أن أعلى نسبة (40%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا بأن دقة المعلومات المتاحة على الموقع الجامعي جيدة، تليها نسبة (25%) من الطلبة الذين صرحوا بأن دقة المعلومات المتاحة على الموقع الجامعي جيدة جدا، ثم نسبة (20%) من الطلبة الذين أقروا بأن دقة المعلومات المتاحة على الموقع الجامعي متوسطة، ونسبة (08.33%) من الطلبة الذين كشفوا من أن دقة المعلومات المتاحة على الموقع الجامعي ممتازة، وأخيرا نسبة (06.67%) من الطلبة الذين صرحوا بأن دقة المعلومات المتاحة على الموقع الجامعي رديئة.

نستنتج مما سبق أن ومن خلال النتائج المتحصل عليها أن أغلب أفراد عينة الدراسة ترى أن دقة المعلومات المتاحة عبر الموقع الجامعي جيدة، حيث أنها تصدر من الجهات الرسمية المسؤولة، إذ تتحرص هذه الأخيرة على اتخاذها جميع التدابير اللازمة لإيصال المعلومة للطالب في الوقت المناسب دون تأخير وبالتالي توفير الوقت والجهد واستعمالها يفضي إلى نتائج لا مجال فيها للتأويل وهذا ما يؤدي إلى كسب ثقة الطالب.

3_كيف ترى وضوح وشفافية المعلومات المعروضة؟

إن المعلومات التي يتم نشرها عبر هذا الفضاء تلقى في أغلب الأحيان اهتماما بطريقة عرضها، وحرصا على توفيرها بأحسن شكل وأفضل محتوى يعبر عن الموضوع المتناول أو يوضح الهدف المراد تحقيقه، يقوم الموقع الإلكتروني بعرضها بطريقة بسيطة خالية من الممارسات المثيرة للريبة والشك كاستخدام رموز واختصارات غريبة، كما لا يقوم بالإفصاح عن المعلومات الشخصية للمستخدمين إلا في حدود ما تتطلبه سياسة هذا الموقع.

المحور الثالث: مجالات الخدمة العمومية عبر الموقع الإلكتروني

من أجل تحليل البيانات المتعلقة بإجابات الأفراد حول محور مجالات الخدمة العمومية عبر الموقع الإلكتروني سوف نستخدم الجداول البسيطة والمركبة وذلك بالاعتماد على التكرارات والنسب المئوية.

1-درجة رضاك عن سهولة استخدام الموقع الإلكتروني للجامعة؟

الجدول رقم (3-21): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول مستويات الرضا عن سهولة استخدام الموقع الإلكتروني للجامعة.

البيان		الجنس		المجموع
		الذكر	الأنثى	
درجة رضاك عن سهولة استخدام الموقع الإلكتروني للجامعة؟	راض تماما	02	09	11
		%03.33	%15	%18.33
	راض	19	27	46
		%31.67	%45	%76.67
	غير راض	01	02	03
		%01.67	%03.33	%05

المصدر: من إعداد الطالبتين.

استنادا إلى النتائج الواردة في الجدول السابق يتضح بأن نسبة (76.67%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة راضون عن درجة رضاك عن سهولة استخدام الموقع الإلكتروني للجامعة، والذي تدعمه نسبة (45%) من الطلبة الإناث مقارنة بنسبة (31.67%) للطلبة الذكور، تليها نسبة (18.33%) من الطلبة الذين كشفوا عن رضاهم التام فيما يتعلق بسهولة استخدام الموقع الإلكتروني للجامعة، والذي تدعمه نسبة (15 %) من الطلبة الإناث مقارنة بنسبة (03.33%) للطلبة الذكور، في حين لم تتعدى نسبة الطلبة الذين

أكدوا على أنهم غير راضيين عن سهولة استخدام الموقع الإلكتروني للجامعة سوى (05%). وقد كانت هذه النسبة موزعة ما بين (03.33%) للطلبة الإناث و(01.67%) للطلبة الذكور.

مما سبق يتضح أن أغلب أفراد عينة الدراسة من كلا الجنسين راضيين عن سهولة استخدام الموقع الإلكتروني للجامعة، فهو يتيح للطلبة والأساتذة فرص كبيرة لتبادل المعلومات والبيانات الكترونيا بطريقة سهلة وبسيطة، فلا تحتاج المعلومات المعروضة في هذا الفضاء لبدل جهد ووقت كبير للحصول عليها.

2-هل المعلومات المتاحة على الموقع الإلكتروني فعالة في تلبية احتياجاتك؟

الجدول رقم (3-22): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم من حيث مدى فعالية المعلومات المتاحة على الموقع الإلكتروني في تلبية الاحتياجات

البيان	الفئات	التكرار f	النسبة المئوية %
هل المعلومات المتاحة على الموقع الإلكتروني فعالة في تلبية احتياجاتك؟	فعالة جدا	21	%35
	فعالة	25	%41.67
	غير فعالة	14	%23.33
	المجموع	60	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه يتضح بأن نسبة عالية (41.67%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة صرحوا بأن المعلومات المتاحة على الموقع الإلكتروني فعالة في تلبية احتياجاتك، تليها نسبة (35%) من الطلبة الذين أوضحوا بأن المعلومات المتاحة على الموقع الإلكتروني فعالة جدا في تلبية احتياجاتك، في حين أن أدنى نسبة (23.33%) من الطلبة أكدوا أن المعلومات المتاحة على الموقع الإلكتروني غير فعالة في تلبية احتياجاتك.

نستنتج مما سبق أن أغلب أفراد عينة الدراسة يقرون بأن المعلومات المتاحة فعالة في تلبية احتياجاتهم، فهي تساهم بشكل كبير في اعلام الطالب من الناحية التعليمية وهذا من خلال الاستعانة بها في انجاز البحوث والتطبيقات والحصول على مختلف المستجدات البيداغوجية.

3-هل تجد أن واجهة الموقع الإلكتروني جذابة وسهلة التصفح؟

الجدول رقم (3-23): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول ما إذا كانت واجهة الموقع الإلكتروني جذابة وسهلة التصفح

البيان		التخصص		المجموع
		اتصال وعلاقات عامة	سمعي بصري	
هل تجد أن واجهة الموقع الإلكتروني جذابة وسهلة التصفح؟	نعم بشكل كبير	09	10	19
		%15	%16.67	31.67 %
	نعم إلى حد ما	21	12	33
		%35	%20	%55
	لا	05	03	08
		%08.33	%05	13.33 %

المصدر: من إعداد الطالبتين

انطلاقا من النتائج الموضحة في الجدول السابق نجد بأن نسبة (55%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا على أن واجهة الموقع الإلكتروني جذابة وسهلة التصفح إلى حد ما، والذي تدعمه نسبة

(35%) من طلبة تخصص اتصالات وعلاقات عامة مقارنة بنسبة (20%) لطلبة تخصص سمعي بصري، تليها نسبة (31.67%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا على أن واجهة الموقع الإلكتروني جذابة وسهلة التصفح بشكل كبير، والذي تدعمه نسبة (16.67%) من طلبة تخصص سمعي بصري مقارنة بنسبة (15%) لطلبة تخصص اتصال وعلاقات عامة، في حين نجد أن النسبة المتبقية (13.33%) من الطلبة أكدوا على أن من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا على أن واجهة الموقع الإلكتروني ليست جذابة وسهلة التصفح، والذي تدعمه نسبة (08.33%) من طلبة تخصص اتصالات وعلاقات عامة مقارنة بنسبة (05%) لطلبة تخصص سمعي بصري.

نستنتج مما سبق أن أغلب أفراد عينة الدراسة يرون أن واجهة الموقع جذابة وسهلة التصفح إلى حد ما، فالواجهة تعطي انطباع عن الموقع للوهلة الأولى التي يدخل فيها المستخدم عند زيارة الموقع، وتلعب دورًا مهما في تشكيل انطباع المستخدم الأول عن الموقع وجاذبيته، ولهذا فعند تصميم واجهة أي موقع الكتروني، يجب الأخذ في الاعتبار سهولة الاستخدام وجاذبية التصميم وترتيب العناصر بطريقة منطقية واستخدم ألوان متناسقة وواجهة بسيطة ومبسطة لتحقيق تجربة مرضية للمستخدم.

4-هل تقدم الخدمات الإلكترونية المتاحة عبر المواقع الإلكترونية بطريقة مرضية؟

الجدول رقم (3-24): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول ما إذا كانت واجهة الموقع الإلكتروني جذابة وسهلة التصفح.

البيان		الجنس		المجموع
		ذكر	أنثى	
هل تقدم الخدمات الإلكترونية المتاحة عبر المواقع الإلكترونية بطريقة مرضية؟	نعم بشكل ممتاز	05	10	15
		%08.33	%16.67	%25
	نعم بشكل جيد	14	22	36
		%23.33	%36.67	%60
	نعم، بحاجة للتحسين	03	06	09
		%05	%10	%15

المصدر: من إعداد الطالبتين.

انطلاقا من النتائج الواردة في الجدول السابق يتضح بأن نسبة (60%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أقروا بأن طريقة تقديم الخدمات الإلكترونية المتاحة عبر المواقع الإلكترونية تقدم بشكل جيد، والذي تدعمه نسبة (36.67%) من الطلبة الإناث مقارنة بنسبة (23.33%) من الطلبة الذكور، تليها نسبة (25%) من الطلبة الذين أكدوا بأن طريقة تقديم الخدمات الإلكترونية المتاحة عبر المواقع الإلكترونية تقدم بشكل ممتاز، والذي تدعمه نسبة (16.67 %) من الإناث مقارنة بنسبة (08.33%) من الطلبة الذكور، في حين لم تتعدى نسبة الطلبة الذين صرحوا بأن طريقة تقديم الخدمات الإلكترونية المتاحة عبر المواقع الإلكترونية بحاجة للتحسين سوى (15%). وقد كانت هذه النسبة موزعة ما بين (10%) للطلبة الإناث و(05%) للطلبة الذكور.

نستنتج مما سبق أن أغلب أفراد عينة الدراسة يقرون بأن الخدمات الإلكترونية المتاحة عبر المواقع الالكترونية تقدم بطريقة مرضية وبشكل جيد،يعود ذلك إلى أن المعلومات الأكاديمية المقدمة عن الموقع الإلكتروني تلبي إحتياجات ومحتوى المناهج الدراسية .

أما بنسبة للذين كانت إجابتهم ب "نعم بالحاجة للتحسين " راجع إلى أن الموقع الإلكتروني لا يلبي توقعاتهم وإحتياجاتهم الأكاديمية بشكل كافي وقد يكون هناك نقص في المعلومات أو عدم تحديثها بإضافة إلى إفتقار إلى بعض المواد والأدوات التي يرونها ضرورية لدراستهم.

5-ما هي أكثر الخدمات الإلكترونية التي تستخدمها عبر الموقع الجامعي؟

الجدول رقم (3-25): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول أكثر الخدمات الإلكترونية التي تستخدمها عبر الموقع الجامعي

البيان	الفئات	التكرار f	النسبة المئوية %
ما هي أكثر الخدمات الإلكترونية التي تستخدمها عبر الموقع الجامعي؟	تسجيل المواد	10	%16.67
	دفع الرسوم الدراسية	28	%46.67
	الحصول على الإعلانات والأخبار	22	%36.67
	المجموع	60	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه يتضح بأن نسبة عالية (46.67%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة صرحوا بأن الخدمات الإلكترونية التي يستخدمونها عبر الموقع الجامعي تكون لدفع الرسوم الدراسية، تليها نسبة (36.67%) من الطلبة الذين أقروا بأن الحصول على الإعلانات والأخبار تمثل أكثر

الخدمات الإلكترونية التي يستخدمونها عبر الموقع الجامعي، في حين أن أدنى نسبة (16.67%) من الطلبة أكدوا على أن تسجيل المواد يعد أكثر الخدمات الإلكترونية التي يستخدمونها عبر الموقع الجامعي.

نستنتج مما سبق أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون الموقع الالكتروني لدفع الرسوم الدراسية التي تفرضها المؤسسة التعليمية مقابل التعلم أو الخدمات الأخرى، فبدون دفع هذه الرسوم لن يتمكن الطالب من الالتحاق بالمؤسسة الجامعية.

6- هل ترى أن الموقع الإلكتروني يوفر جميع الخدمات التي تحتاجها كطالب؟

الجدول رقم (3-26): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم من حيث مدى توافر الخدمات الإلكترونية التي يحتاجها الطالب

البيان	الفئات	التكرار f	النسبة المئوية %
هل ترى أن الموقع الإلكتروني يوفر جميع الخدمات التي تحتاجها كطالب؟	جل الخدمات	17	%28.33
	بعض الخدمات	19	%31.67
	قليل من الخدمات	18	%30
	غير متوفرة	06	%10
	المجموع	60	% 100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

يتضح من الجدول السابق أن النسبة الغالبة (31.67%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا على أن الموقع الإلكتروني يوفر بعض الخدمات التي يحتجونها كطلاب، تليها نسبة (30%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أقروا بأن الموقع الإلكتروني يوفر قليلا من الخدمات التي يحتجونها كطلاب، ثم نسبة (28.33%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة صرحوا بأن الموقع الإلكتروني يوفر جل الخدمات التي

يحتجونها كطلاب، في حين نجد أن أدنى نسبة (10%) من الطلبة أقروا بأن الموقع الإلكتروني لا يوفر الخدمات التي يحتجونها كطلاب.

ستنتج مما سبق أن وجهات ننظر أفراد عينة الدراسة تختلف فمنهم من يرى أن الموقع الإلكتروني يوفر بعض الخدمات، ومنهم من يؤكد أن الموقع يوفرها كل ما يحتاج إليه الطالب، بينما يذهب البعض إلى الاتفاق على أنه يقدم القليل من الخدمات ويرجع هذا إلى مدى قدرة ورغبة واستعداد مقدمي الخدمة في أن يكونوا بشكل دائم في خدمة المستخدمين وقدرتهم على أداء الخدمة لهم عند احتياجهم لها.

7-هل أنت راض عن جودة المعلومات الأكاديمية المقدمة على الموقع الإلكتروني؟

الجدول رقم (3-27): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول مدى مدى رضاهم عن جودة المعلومات الأكاديمية المقدمة على الموقع الإلكتروني

البيان		التخصص		المجموع
		اتصال وعلاقات عامة	سمعي بصري	
هل أنت راض عن جودة المعلومات الأكاديمية المقدمة على الموقع الإلكتروني؟	راض تماما	06	08	14
		%10	%13.33	23.33 %
	راض	27	16	43
		%45	%26.67	71.67 %
	غير راض	02	01	03
		%03.33	%01.67	%05

المصدر: من إعداد الطالبتين.

انطلاقا من النتائج الموضحة في الجدول السابق نجد بأن نسبة (71.67%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا على أنهم راضين عن جودة المعلومات الأكاديمية المقدمة على الموقع الإلكتروني، والذي تدعمه نسبة (45%) من طلبة تخصص اتصالات وعلاقات عامة مقارنة بنسبة (26.67%) لطلبة تخصص سمعي بصري، تليها نسبة (23.33%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا على أنهم راضين تماما عن جودة المعلومات الأكاديمية المقدمة على الموقع الإلكتروني، والذي تدعمه نسبة (13.33%) من طلبة تخصص

سمعي بصري مقارنة بنسبة (10%) لطلبة تخصص اتصالات وعلاقات عامة، في حين نجد أن النسبة المتبقية (05%) من الطلبة أكدوا على أنهم غير راضين عن جودة المعلومات الأكاديمية المقدمة على الموقع الإلكتروني، حيث كانت هذه النسبة موزعة ما بين (03.33%) لطلبة تخصص اتصالات وعلاقات عامة و(01.67%) لطلبة تخصص سمعي بصري. نستنتج مما سبق أن أغلب أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأنهم يشعرون بالرضى عن جودة المعلومات الأكاديمية المقدمة على الموقع الإلكتروني، وهذا من خلال فاعلية وقدرة الخدمة الإلكترونية على تحقيق أهدافها، وتلبية احتياجات المستخدمين وذلك من خلال توفير المعلومات بكل سهولة ووضوح وفي الوقت المناسب.

نستنتج مما سبق أن أغلب أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأنهم يشعرون بالرضى عن جودة المعلومات الأكاديمية المقدمة على الموقع الإلكتروني، وهذا من خلال فاعلية وقدرة الخدمة الإلكترونية على تحقيق أهدافها، وتلبية احتياجات المستخدمين وذلك من خلال توفير المعلومات بكل سهولة ووضوح وفي الوقت المناسب. وعوامل أخرى لتحديث المعلومات بانتظام وسهولة الوصول إليها، دقتها وشموليتها.

بنسبة ضئيلة من كانت إجابتهم ب"غير راضا" وهذا راجع إلى أن المعلومات والاحتياجات التي يقدمها الموقع غير كافية وغير راض عنها الطالب، مثل صعوبة الوصول إلى المعلومات، نقص التحديثات، وعدم توافق المعلومات مع احتياجات بعض التخصصات، نقص الدعم الفني استجابة البطيئة للمشكلات التقنية التي يواجهها الطلبة عند استخدام الموقع.

8-هل وجدت أي صعوبة في استخدام الخدمات الإلكترونية؟

الجدول رقم (3-28): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول ما إذا كانت هناك صعوبة في استخدام الخدمات الإلكترونية

البيان	الفئات	التكرار f	النسبة المئوية %
هل وجدت أي صعوبة في استخدام الخدمات الإلكترونية؟	نعم بعض الصعوبات	42	%70
	نعم صعوبة كبيرة	16	%26.67
	لم أستخدم الخدمات الإلكترونية	02	%03.33
	المجموع	60	% 100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه يتضح بأن نسبة عالية (70%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أقروا بوجود بعض الصعوبات في أثناء استخدامهم للخدمات الإلكترونية، تليها نسبة (26.67%) من الطلبة الذين أكدوا على تلقيهم صعوبات كبيرة أثناء استخدامهم للخدمات الإلكترونية، في حين يتضح أن أدنى نسبة (03.33%) من الطلبة كشفوا عن عدم استخدامهم للخدمات الإلكترونية.

يتبين لنا مما سبق أن أغلبية الطلبة التي كانت إجابتهم بـ "وجود بعض الصعوبات " أثناء استخدامهم للموقع الإلكتروني راجع لوجود بعض المشاكل التصميم الاستخدام أو الدعم المتاحة لهذه الخدمات، وجود بعض النوافذ صعبة الولوج لها وغير واضحة لبعض الطلبة هذا ما يجعلهم يتلقون صعوبات، كذلك ضعف تدفق الأنترنت أضافة إلى الازدحام في بعض الفترات على الموقع مثل فضاء الطالب في فترة صب النقاط.

أما بالنسبة للطلبة التي كانت إجابتهم بـ "نعم صعوبة كبيرة " فقد عبرت هذه النسبة عن ربع الطلبة راجع إلى أن تكون الخدمات الإلكترونية معقدة أو غير بديهية مما يجعل وجود تعقد تكنولوجي، نقص أهميته في استخدام هذه الخدمات مع وجود مشاكل في البينية التحتية التنفسية مثل الشبكة.

والنظام التكنولوجي المستخدم كبطئ الإتصال بالإنترنت، انقطاع الخدمة أو أخطاء برمجية، تصميم الخدمات لا تتناسب مع احتياجات الطلبة مما يصعب عليهم الاستفادة منها بشكل فعال، وكذلك التباين في مستويات معرفة الطلبة بالتكنولوجيا حيث البعض قد لا يكون متمكن من طريقة الوصول للمعلومات المتاحة.

بالنسبة للطلبة التي كانت إجابتهم بـ "لم استخدم الخدمات الإلكترونية " يتضح أنها أدنى نسبة لأسباب متنوعة راجعة لعدم الحاجة، قد يكون هناك نقص في الوعي بوجود هذه الخدمات أو فوائدها وكذلك بعض الطلبة لهم تفضيلات التعليم التقليدي مثل الحضور الشخصي، المحاضرات الورقية، وجود بعض الصعوبات للوصول للاستخدام الخدمات سواء لأسباب مادية أو..... افتقارهم الثقة والكفاءة التقنية لاستخدام الموقع الإلكتروني.

9-هل المعلومات التي يقدمها الموقع بشأن الأنشطة الطلابية والخدمات المتاحة للصالح العام تتلاءم مع مبادئ الخدمة العمومية؟

الجدول رقم (3-29): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول ما إذا كانت المعلومات التي يقدمها الموقع بشأن الأنشطة الطلابية والخدمات المتاحة للصالح العام تتلاءم مع مبادئ الخدمة العمومية

البيان	الفئات	التكرار f	النسبة المئوية %
هل المعلومات التي يقدمها الموقع بشأن الأنشطة الطلابية والخدمات المتاحة للصالح العام تتلاءم مع مبادئ الخدمة العمومية؟	الإستمرارية	20	%33.33
	المساواة	18	%30
	التفاعلية	22	%36.67
	المجموع	60	% 100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

بناء على النتائج الواردة في الجدول أعلاه يتضح بأن نسبة عالية (36.67%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا بأن المعلومات التي يقدمها الموقع بشأن الأنشطة الطلابية والخدمات المتاحة للصالح العام تتلاءم مع مبادئ الخدمة العمومية وفق مبدأ التفاعلية، تليها نسبة (33.33%) من الطلبة الذين صرحوا بأن المعلومات التي يقدمها الموقع بشأن الأنشطة الطلابية والخدمات المتاحة للصالح العام تتلاءم مع مبادئ الخدمة العمومية وفق مبدأ الاستمرارية، في حين يتضح أن أدنى نسبة (30%) من الطلبة أقروا بأن المعلومات التي يقدمها الموقع بشأن الأنشطة الطلابية والخدمات المتاحة للصالح العام تتلاءم مع مبادئ الخدمة العمومية وفق مبدأ المساواة.

يتبين لنا مما سبق أن الطلبة أكبر نسبة كانت إجابتهم بـ "التفاعلية" ذلك يفسر بأن الموقع يمتاز بتقديم المعلومات تتفاعل بشكل جيد مع احتياجات الطلبة، مما يعزز شعورهم بأنهم يتلقون خدمات محدثة ومناسبة لمتطلباتهم، مما يعزز من إشراكهم وراضاهم عن الخدمات التي يقدمها.

أما بالنسبة للطلبة التي كانت إجابتهم بـ" الاستمرارية " يفسر بوجود المعلومات والخدمات المتاحة باستمرار وعدم الاقطاع، يوفر الموقع معلومات دائمة ومتجددة يضمن للطلاب الحصول على معلومات دقيقة وموثوقة في كل الأوقات تحديث الموقع بتحديثات منتظمة للمعلومات والخدمات لتلبية تطورات والتغيرات في احتياجات الطلاب التي تحقق رضا الطلاب عن الخدمات، بالنسبة التي كانت إجابتهم بـ " المساواة " التي تمثل النسبة الأدنى لأنها لا تزال تمثل جزءا كبير من الطلبة يرون أن الموقع يلتزم بمبدأ المساواة في تقديم الخدمات وأن الكل معني بالخدمات المتوفرة ولديه الحق من الاستفادة منها وتقديم المعلومات لجميع الطلبة.

10-هل تجد أن الموقع الإلكتروني يوفر تواصلا جيدا بين إدارة الجامعة والطلاب؟

الجدول رقم (3-30): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول ما إذا كان الموقع الإلكتروني يوفر تواصلا جيدا بين إدارة الجامعة والطلاب

البيان	الفئات	التكرار f	النسبة المئوية %
هل تجد أن الموقع الإلكتروني يوفر تواصلا جيدا بين إدارة الجامعة والطلاب؟	نعم بشكل ممتاز	18	%30
	نعم، بشكل جيد	11	%18.33
	لا، بحاجة للتحسين	31	%51.67
	المجموع	60	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين.

بناء على النتائج الواردة في الجدول أعلاه يتضح بأن نسبة عالية (51.67%) من الطلبة الذين يمثلون عينة الدراسة أكدوا بأن الموقع الإلكتروني بحاجة الة التحسين حتى يوفر تواصلا جيدا بين إدارة الجامعة والطلاب، تليها نسبة (30%) من الطلبة الذين صرحوا الموقع الإلكتروني يوفر تواصلا جيدا بين إدارة الجامعة والطلاب، في حين يتضح أن أدنى نسبة (18.33%) من الطلبة أقروا بأن الموقع الإلكتروني يوفر تواصلا ممتاز بين إدارة الجامعة والطلاب.

نستنتج مما سبق أن أغلب أفراد العينة أكدوا بأن الموقع الإلكتروني بحاجة إلى التحسين حتى يوفر تواصلا جيدا بين إدارة الجامعة والطلاب، وهذا راجع لبعض النقائص التي تعرفها هذه المواقع، بينما يرى البعض أنه يوفر تواصلا جيدا بين إدارة الجامعة والطلاب، و نجد فئة قليلة أقرت بأن الموقع الإلكتروني يوفر تواصلا ممتازا بين إدارة الجامعة والطلاب وهذا من خلال تقديم خدمات متكاملة ذات جودة عالية، وبصورة أكثر فعالية وكفاءة، فقد ساهم في ضمان جودة التعليم العالي في المؤسسات الجامعية، من خلال تمكين الطالب من الاطلاع على سجلاته الاكاديمية، ومختلف القضايا والفعاليات التي تعلنها الجامعة، كذلك الحصول على المعلومات والوثائق الخاصة بهم.

المطلب الثاني: النتائج الخاصة بالدراسة.

من خلال هذه الدراسة حاولنا تسليط الضوء على واقع الاتصال العمومي عبر المواقع الإلكترونية الرسمية ومعرفة كيف ساهم الإتصال العمومي عبر الموقع الإلكتروني لجامعة المدية في تحسين الخدمة العمومية للأسرة الجامعية، وبعد تحديد العينة المستهدفة من الدراسة وتوزيع الاستبانات عليها ومن ثم جمعها وتفريغها وتحليل بياناتها نستعرض في ما يلي أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

- الإعتماد على الاتصال الشفوي داخل الجامعة بسبب الطابع الاجتماعي والثقافي السائد في البيئة الجامعية.
- الاتصال الشفوي المباشر يكون أسرع وأكثر فعالية في حل المشكلات وتوضيح الأمور.

– الاتصال داخل الجامعة عن طريق المراسلة فهي طريقة مناسبة للتواصل الرسمي أو الحاجة لتوثيق المعلومات مما يسهل الرجوع إليها.

– يتم استخدام المواقع الإلكترونية كوسيلة اتصال داخل الجامعة.

– يلبي الاتصال العمومي في الجامعة احتياجات معظم الطلبة بشكل جيد وذلك من خلال وجود خدمات ممتازة في البيئة الجامعية.

– يتم التعامل مع خلية الاتصال لحل المشاكل الأكاديمية أو الإدارية الخاصة بالطلبة والإستفادة من الخدمات الأخرى التي تقدمها هذه الخلية.

– وجود قنوات كافية للاتصال العمومي داخل الجامعة، فالجامعة توفر وسائل كافية للتواصل بين الطلاب والإدارة من خلال البريد الإلكتروني، المنتديات الطلابية، الإعلانات على المواقع الإلكترونية أو وسائل التواصل الاجتماعي.

– استخدام وسائل الاتصال الرسمية للجامعة كالبريد الإلكتروني والموقع الإلكتروني بشكل منتظم للوصول الى المعلومات الأكاديمية مثل المواد المدرسية، الجدول الزمني للمحاضرات، كذلك التواصل مع الأساتذة والإدارة مثل استقبال الرسائل البريدية من الأساتذة والإدارة مما يسهل التواصل وتبادل المعلومات.

– تفضيل وسائل تكنولوجية أخرى مثل المجموعات الدراسية على وسائل التواصل الاجتماعي أو التواصل المباشر، وهذا لعدم الثقة لاستعمال هذه وسائل ونقص الدعم والتوجيه حول كيفية استخدام وسائل الاتصال الرسمية بفعالية، عدم توفير إمكانيات مادية وقدرات ذاتية.

– نقص أداء الاتصال العمومي من خلال الفعاليات المنظمة في الجامعة، فنوعية هذه الفعاليات تفتقر الى جودة المحتوى أو التفاعل الذي يتوقعه الطلبة.

– الهدف من الإتصال العمومي في الجامعة هو "تحقيق المصلحة العامة بالدرجة الأولى ومراعات حقوق وواجبات الطلبة.

– استخدام الفايس بوك كمصدر للحصول على المعلومات بدل الموقع الإلكتروني، وهذا نظرا لسهولته ومجانية تصفحه أي إمكانية الوصول إليه في وقت قصير وبتكلفة قليلة.

– الموقع الإلكتروني وسيلة لتزويد الطلبة بالمعلومات بحيث يقوم بنشر وعرض مختلف الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة، كالإعلام بالتوزيع الزمني لجداول التوقيت، الامتحانات والمناهج البيداغوجية ومضمونها.

– تصفح الموقع الإلكتروني للجامعة عدة مرات فطبيعة المستوى التعليمي للطلبة تتطلب منهم الدخول للموقع الالكتروني للحصول على معلومات تعزز رصيدهم الفكري، أو انجاز مذكرات ورسائل تخرج، بالإضافة إلى متابعة كل التطورات والمستجدات الحاصلة في الجامعة.

– يقوم أغلب الطلبة باستخدام الموقع الإلكتروني لغرض متابعة الاخبار والإعلانات، فالطالب يسعى دائما لمعرفة المستجدات الجامعية من الناحية البيداغوجية والتي تخص أوقات ورزنامات الدراسة والمحاضرات في الوقت المناسب.

– كيفية التنقل داخل الموقع تتم بطريقة جيدة حيث أن المواقع الالكترونية تميز بسهولة الدخول والحصول على الخدمات المقدمة، نظرا لما تتمتع به من قاعدة بيانات ديناميكية.

– ايجاد المعلومة التي يبحث عنها الطلبةبسهولة، وهذا لتمكنهم من استخدام الموقع نظرا لما يتميز به من تصميم واضح.

– وجود مشاكل تقنية أثناء استخدام الموقع، وهذا لوجود اختلال في التحديثات عند القيام بإجراء عمليات الصيانة.

– يتم تحديث المعلومات بانتظام فلا قيمة لموقع يحتوي على معلومات سبق نشرها من مصادر أخرى باعتبار أن التطور يتوقف على مدى التجديد والإضافة في المعلومات.

– المعلومات المتاحة عبر الموقع الجامعي جيدة، حيث أنها تصدر من الجهات الرسمية المسؤولة، إذ تتحرص هذه الأخيرة على اتخاذها جميع التدابير اللازمة لإيصال المعلومة للطالب في الوقت المناسب دون تأخير وبالتالي توفير الوقت والجهد.

– سهولة استخدام الموقع الالكتروني، فهو يتيح للطلبة والأساتذة فرص كبيرة لتبادل المعلومات والبيانات الكترونيا بطريقة سهلة وبسيطة، فلا تحتاج المعلومات المعروضة في هذا الفضاء لبدل جهد ووقت كبير للحصول عليها.

– المعلومات المتاحة في الموقع الالكتروني فعالة في تلبية احتياجات الطلبة، فهي تساهم بشكل كبير في اعلام الطالب من الناحية التعليمية وهذا من خلال الاستعانة بها في انجاز البحوث والتطبيقات والحصول على مختلف المستجدات البيداغوجية.

– واجهة الموقع جذابة وسهلة التصفح، فالواجهة تعطي انطباع عن الموقع للوهلة الأولى التي يدخل فيها المستخدم عند زيارة الموقع، وتلعب دورًا مهما في تشكيل انطباع المستخدم الأول عن الموقع وجاذبيته.

– الخدمات الإلكترونية المتاحة عبر المواقع الالكترونية تقدم بطريقة مرضية وبشكل جيد.

–يستخدم الطلبة الموقع الالكتروني لدفع الرسوم الدراسية التي تفرضها المؤسسة التعليمية مقابل التعلم أو الخدمات الأخرى، فبدون دفع هذه الرسوم لن يتمكن الطالب من الالتحاق بالمؤسسة الجامعية.

– جودة المعلومات الأكاديمية المقدمة على الموقع الإلكتروني، من خلال قدرة الخدمة الإلكترونية على تحقيق أهدافها، وتلبية احتياجات المستخدمين بكل سهولة ووضوح وفي الوقت المناسب.

– وجود بعض الصعوبات في استخدام المواقع الالكترونية، نظرا لتعذر الاستجابة للطلبات والاستفسارات.

– المعلومات التي يقدمها الموقع بشأن الأنشطة الطلابية والخدمات المتاحة للصالح العام تتلائم مع مبادئ الخدمة العمومية وفق مبدأ الاستمرارية، المساواة، والفاعلية، وهذا من خلال مواكبة التطور والتحديث الدائم والمستمر.

– الموقع الإلكتروني يوفر تواصلا جيدا بين إدارة الجامعة والطلاب وهذا من خلال تقديم خدمات متكاملة ذات جودة عالية، وبصورة أكثر فعالية وكفاءة.

– نستنتج أن الاتصال العمومي عبر الموقع الالكتروني أدى إلى تجاوز وحدة الزمان والمكان حيث يستطيع الطالب أن يستفيد من الخدمات وانتقاء المعلومات والأخبار دون قيود زمنية أو جغرافية.

– نستنتج أن الاتصال العمومي عبر الموقع الالكتر وني أحدث زيادة في تنوع الخدمات ،من بين هذه التنوع الالكتروني نجد دروس في المنصة Moodle،النقاط عبر نافذة فضاء الطالب ،وكذلك المكتبة الإلكترونية dspace كل هذا التنوع يساهم في خدمة الطالب وتحقيق المنفعة له.

– نستنتج أن أهم ما يجذب الطلبة للموقع الالكتروني لجامعة يحي فارس هو حصولهم على الأخبار والمعلومات بالإضافة الى الاعلانات عن المنح الجامعية.

– نستنتج أن أغلبية الطلبة لا يواجهون صعوبات أثناء تصفحهم للموقع، للحصول على المعلومات والاستفادة منها وفي بعض الأوقات يكون هناك ضغط يصعب عليهم الدخول للموقع.

– نستنتج أن جامعة المدية تحرص على التواصل مع الطلبة وكسب ثقتهم واقناعهم من خلال موقعها الالكتروني الذي يعتبر وسيط يربطها بالطلبة وبجمهورها بصفة عامة.

حقق الاتصال العمومي عبر الموقع الالكتروني المرونة والمساواة التي تتمثل في ايصال المواد الجامعية واتاحة المعلومات والاعلانات لجميع الطلبة.

–نستنتج وجود تحديات للاتصال العمومي عبر الموقع في تحديات تقنية المتمثلة في الحواسيب والموارد المادية وكذلك تدفق الأنترنت نتيجة نقص الموارد المالية الازمة، في حين نقص توفر بنية التحتية جيدة لتدفق الأنترنت بسبب يعود إلى قلة التمويل أو الموقع الجغرافي للجامعة موجودة في منطقة تغطية شبكتها ضعيفة.

أما بالنسبة للتحديات الفنية تمثلت في:

– انعدام مراكز التدريب والتأهيل فهذا يدل على أن الجامعة لم تخصص قاعات متخصصة لهذا النوع من التدريبات.

وكتحديات تنظيمية:

– تمثلت في غياب ثقافة الاتصال العمومي عبر الموقع الإلكتروني للجامعة نتيجة قلة الوعي بأهمية الوسائل الالكترونية للخدمة العمومية.

–استطاع الاتصال العمومي عبر الموقع الالكتروني للجامعة بالاسهام في تحسين الخدمة العمومية المقدمة للطلبة بنسبة جيدة عبر تداول المعلومات للعامة وتحقيق مشاركتهم مفادها ايصال كل المعلومات للصالح العام .

الخـــاتمـة

الخاتمة:

يعتبر موضوع الإتصال العمومي عبر المواقع الإلكترونية الرسمية في الجامعة في وقتنا الحالي أمرا ضرورياً، أي جامعة تبرز قوتها من خلال القدرة على التحكم في المعلومات والبيانات التي تعتبر القاعدة الأساسية لكل جامعة باعتبارها لغة الإتصال، فقد لعب الاتصال العمومي عبر الموقع الإلكتروني الجامعي دوراً مهما في تحسين الخدمات العمومية الجامعية للطلبة وفي التعليم الجامعي كونه يمثل ظاهرة من أبرز الظواهر السائدة في الجامعة، وهذا لما له مكانة هامة في تحقيق المصلحة العامة للطلبة.

لقد حاولنا في هذه الدراسة العلمية تسليط الضوء على اسهامات الاتصال العمومي عبر المواقع الإلكترونية الرسمية في تحسين الخدمة العمومية للأسرة الجامعية، ومن خلال المعطيات والمعلومات التي تم تناولها في الجانب النظري والبيانات والاحصائيات التي تم الحصول عليها من الدراسة الميدانية بالجامعة تم التوصل إلى أن الاتصال العمومي أصبح يمارس عبر وسائل ومضامين الكترونية كلاهما يهدف الى تحقيق المصلحة العامة والارتقاء بالإدارة العمومية والخدمة العمومية، إذ نجد الموقع الإلكتروني والذي ساهم بشكل كبير في دعم العملية الاتصالية مما سمح بتحقيق عدة مزايا بحيث حسنت من جودة التعليم العالي بالمؤسسات الجامعية في كل من الجانب البيداغوجي والجانب التعليمي وعملت على خلق مجال للاتصال بين الا دارة والطلبة الشي الذي عمل على تسهيل تبادل الآراء والقدرة على الحوار والعمل على حل المشاكل التي يمكن أن تنشأ بين الادارة والطلبة الجامعيين، كما مكنت هذه المواقع من الاستفادة من مختلف المعلومات التي تنشرها الجامعة من محاضرات ندوات علمية ملتقيات، توزيع أيام الدراسة، وكل ما يخص الطلبة، بالإضافة إلى أنها وفرت الجهد والوقت فبدل التنقل إلى الجامعة ومعرفة ما هو جديد يكفي فقط الإطلاع على الموقع الالكتروني الخاص بالجامعة، خاصة في فترات صب النقاط عبر فضاء الطالب التي تمكن الطلبة من التفاعل مع الإدارة من خلال التطلع على نتائج المداولات وتقديم الطعون وغيرها كما يمكنهم استخراج الوثائق التي يحتاجونها ،وكذلك منصة التعليم عن بعد لتحميل المحاضرات وغيرها من المحتويات العلمية، حيث تعمل الجامعة من خلال الموقع الإلكتروني على

تحسين الاتصال العمومي الذي أخد الطابع الالكتروني وكذلك التأثير وإقناع الطلبة ببعض التوجهات باعتبار الجامعة مؤسسة عمومية توفر خدمة عمومية لتحقق مصلحة عامة.

في الأخير نستنتج أن الموقع الإلكتروني الرسمي لجامعة يحي فارس بالمدية لديه أهمية كبيرة لدى الطلبة فهو وسيلة تواصل والإخبار بين الطلبة والإدارة من خلال تقديم نشاطات الجامعة، فالإتصال العمومي عبر الموقع يوفر الجهد والوقت بالإضافة لتوفر المعلومة لجميع فرد ينتمي للمؤسسة الجامعية يهدف لتحقيق المصلحة العامة.

الإقتراحات:

إذ نقدم بعض الاقتراحات لفك هذه التحديات والمتمثلة فيما يلي:

- يجب تزويد الجامعة بالبنية التحتية الضرورية من معدات وبرمجيات وتحديثات للموقع كذلك.
- أن تتوفر مراكز التدريب والتأهيل الخاصة بالرقمنة وتحديث الموقع الإلكتروني.
- يجب تطوير أنظمة الاتصال عبر الموقع الإلكتروني بالجامعة.
- أن تخصص ميزانية خاصة لتحسين الخدمات الإلكترونية.
- يجب تنظيم دورات تكوينية متعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات للطلبة والأساتذة.
- إضافة بعض الخدمات الجديدة على الموقع الإلكتروني "نافذة جديدة تفيد البيئة الجامعية "
- تدعيم المواقع بتطبيقات الخدمات التفاعلية مثل مواقع التواصل الاجتماعي.
- العمل على توفير أكثر من لغة على الموقع الإلكتروني.
- القيام بفعاليات الخدمات الإلكترونية المتوفرة على المواقع الإلكترونية.
- ضرورة اتاحة خدمات لذوي الاحتياجات الخاصة على مستوى الموقع الإلكتروني.

_ تحسين أدوات الوصول إلى الموقع الإلكتروني وتسهيل طرق وكيفيات استخدامها والولوج إليها والاستفادة من محتواها وإغنائها بالخدمات ذات المنفعة.

_ إضافة اشارات تتبع تتمثل في خطوات الدخول لأي خدمة من الخدمات المتاحة عبر الموقع لتسهيل الوصول للمعلومة.

_ نتمنى أن تكون دراستنا هذه مساعدة للطلبة الباحثين خاصة الذين يدرسون هذا المجال مستقبلاً، وأن تعمل على إثارة وزيادة الاهتمام بالاتصال العمومي عبر الموقع الالكتروني داخل الجامعة لدى القائمين عليه.

_ تحسين السير الداخلي للموقع.

_ إضافة خانة التعليقات للذين يستخدمون الموقع لمعالجة النقص.

_ إنشاء نسخة للأجهزة الجوالة لإتاحة الولوج لمختلف الروابط على الموقع.

المـــراجـع

الكتب :

1. إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2008.
2. أبو النيل مصطفى، "تقييم دور المواقع وخدمات الحجز الالكترونية على زيادة رضا المسافرين: بالتطبيق على شركات الطيران منخفضة التكاليف."، المجلة الدولية للدراسات السياحية والفندقية 3.2 (2022).
3. بدوي كرم، تصميم مواقع الانترنت، كيف تصمم موقعا محترفا بنفسك، مصر، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2005.
4. بسام عبد الرحمان المشافية، نظريات الاتصال، دار أسامة، الأردن.
5. بنت ناصر الهزاني نورة، الخدمات الالكترونية في الأجهزة الحكومية، مكتبة الملك فهد الوطنية، ط1، 2018.
6. بوحوش عمار وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في البحوث الاجتماعية، ط 1، المركز الديموقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2019.
7. بوعجيمي جمال وبراون بلقاسم، الصحافة الالكترونية في الجزائر واقع وآفاق، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والاعلام، قسم علوم الاعلام والاتصال، 2005.
8. تمار يوسف، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، توم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
9. جوهر الجمّوسي. الافتراضي والثورة: مكانة الإنترنت في نشأة مجتمع مدني عربي. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2016.
10. حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
11. حسين عبد الحميد رشوان، في مناهج العلوم، ديوان المطبوعات الجامعبة، د ط، الاسكندرية، 2003.
12. خضر مصباح الطيطي، التجارة الالكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، الأردن: دار الحامد، 2008.
13. خضرة عمر المفلح، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، ط1، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن ، 2014.

14. خيرت عياد، أحمد فاروق، العلاقات العامة والاتصال المؤسسي عبر الانترنت، دار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2015.

15. راكان حبيب وآخرون، مقدمة وسائل الاتصال، ط1، مكتبة دار زهران، 2001.

16. رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار نجلة ، الأردن ، 2007.

17. رضا عبد الواحد امين، الصحافة الالكترونية، دار الفجر، القاهرة، 2011.

18. سامية عواج وآخرون ، الاتصال العمومي من النظرية الى التطبيق ، ط 1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2017 .

19. سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2019.

20. صالح محمد العساق، المدخل الى البحث في العلوم السلوكية، ط4، مكتبة العيكان ، السعودية ،2006.

21. عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، ط 1، وكالة المطبوعات للنشر، الكويت1997.

22. عثمان حسن عثمان، المنهجية في كتابة البحوث والرسائل الجامعية، منشورات الشهاب، ط،1998.

23. علي محمد شمو، الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة، مطبعة ومكتبة الإشعاع، الإسكندرية، مصر، 2004.

24. عمار الطيب كشرود، البحث العلمي ومناهجه في العلوم الاجتماعية والسلوكية، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط 3، غزة.

25. فضيل دليو ، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال _المفهوم_ الاستعمالات _الآفاق، ط1 ،دار الثقافة ، الأردن عمان ، 2010.

26. فوزي غرايبة وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، الأردنية، عمان، 1977.

27. ماهر عودة الشمالية وآخرون ، تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، ط 1، دار الاعصار للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015.

28. مجد هاشم الهاشمي ، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري مدخل الى الاتصال وتقنياته الحديثة ، ط1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2004.

29. محمد الفاتح حمدي واخرون ، تكنولوجيا الاتصال الاعلام الحديثة الاستخدام والتأثير ، ط1 ،كنوز الحكمة ، الجزائر ، 2011.

30. محمد الفاتح حمدي، سميرة سطو طاح، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال وطريقة اعداد البحوث، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع ،2019

31. محمد جمال فار ، معجم المصطلحات الإعلامية ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2013.

32. محمد عبد الحميد، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007.

33. محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، ط 1، دار العربي، 1990.

34. مسعود عمر سعيد نصرو، إنشاء وتطوير مواقع الانترنت، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010.

35. مصطفى ثابت ،الفضاء العمومي وديمقراطية الاتصال في الوطن العربي ، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد الأول ،المجلد 2018،،11.

36. مصطفى حسين باهي، منى احمد الازهري واخرون، المرجع في البحث العلمي (نظري – تطبيقي) مكتبة الانجلو المصرية،مصر.

37. منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الالكترونية، دار العالم العربي، القاهرة، 2011.

38. منصور بن فهد صالح العبيدّ، الانترنت استثمار المستقبل، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 1996.

39. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون،ط1،دار القصبة للنشر،الجزائر،2004.

40. مي عبد الله ، نظريات الاتصال ، ط2 ، دار النهضة العربية ، لبنان ، 2010.

41. نجلاء محمد صالح، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية الأسس النظرية والعلمية، ط1، دار الثقافة لنشر ،الأردن ، 2012.

42. نصر الدين حسن، عناوين مواقع الانترنت، بيروت: مكتبة زين الحقوقية، 2008.

43. نصيف فهمي منفربوس، الاتصال بين الجوانب الإنسانية والتكنولوجية المعاصرة، ط 1، دار المكتب الجامعي الحديث،2010.

الرسائل والأطروحات:

1. ايناس رغيس ، الاتصال العمومي الجواري ودوره في تحسين الخدمة العمومية ، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث ، علوم الاعلام والاتصال ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 ، 2018-2019.

2. درفوف عماد ، دور الاتصال العمومي والعلاقات الانسانية على مجتمع البحث ، دراسة مقدمة لنيل شهادة ماستر ، تخصص استراتيجية تسيير الموارد البشرية ،جامعة بوشعيب بلحاج ، عين تموشنت ، 2015.
3. صالحي مريم، زناش أمال، مواقع المكتبات الجزائرية على الخط "دراسة تقيمية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة08ماي1945،قالمة،2019/2018.
4. صالحي مريم، زناش أمال، مواقع المكتبات الجزائرية على الخط "دراسة تقيمية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة08ماي1945،قالمة،2019/2018.
5. موسى سهام، تفعيل المواقع الإلكترونية لتحقيق تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية علوم الاقتصادية والتسيير، جامعة بسكرة ، الجزائر، 2007/2008.

المطبوعات والمجلات:

1. ثنيوسمية، المواقع الالكترونية: خصائص ومعايير قياس جودتها، مجلة العلوم الإنسانية مجلد "ب" العدد47، جوان 2017.
2. جحنيط رضوان الياس شويخي، دور الاتصال العمومي في تحسين صورة الهيئات العمومية دراسة ميدانية على عينة من بلديات ولاية سطيف، المجلة الدولية الاتصال الاجتماعي ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ،العدد 2 ، المجلد8 ، 28 أوت 2021.
3. رضوان احمد فاروق، احمد عمر محمد، "عناصر بناء محتوى المواقع الإلكترونية الحكومية: دراسة تجريبية."، مجلة الباحث العالمي، المجلد 11،العدد46، 2019.
4. سامي خنفي ، جمال بن زروق :الاتصال العمومي في الجزائر ، قراءة في المفهوم والممارسات مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية ،المجلد6،العدد3،سبتمبر2021.
5. محمد صفوح الاخرس ، الأساس الاجتماعي للتقدم العلمي والتقني ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ن 1990.
6. نسرين داودي ، الاتصال العمومي في الجزائر بين قناع الديمقراطية وواقع الابوية الاستبدادية، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية ، مجلد 5 ، العدد 8 ،جامعة الجزائر3 ، 2017.
7. نصر الدين بوزيان ،الاتصال العمومي الجزائري خلال عدوان تيقرنتورين ، المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية ،المجلد 9، العدد4،السنة 2020.

المؤتمرات والملتقيات:

1. مقابلة مع بن يحي أمينة عائشة، مسؤولة الموقع الإلكتروني لجامعة يحي فارس، بالمصالح المشتركة، بتاريخ 28ماي 2024، على الساعة 11:26

المحاضرات:

1. زبير بن عون، محاضرات في الاتصال الجماهيري، جامعة الأغواط، الجزائر، 2005.

المراجع الالكترونية:

1. 2024/05/20،على الساعة https://www.univ-medea.dz/ موقع جامعة المدية

قائمة الجداول

الجدول رقم (3-1): توزيع أفراد العيّنة حسب متغير الجنس 69

الجدول رقم (3-2): توزيع أفراد العيّنة حسب متغير السن 70

الجدول رقم (3-3): توزيع أفراد العيّنة حسب متغير التخصص..... 72

الجدول رقم (3-4):توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم فيما يتعلق بالطريقة التي يعتمدونها في عملية الإتصال داخل الجامعة؟..... 74

الجدول رقم (3-5): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول حالة الاتصال العمومي في الجامعة..... 76

الجدول رقم (3-6): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم فيما يتعلق بتعاملهم مع خلية الاتصال في الجامعة..... 78

الجدول رقم (3-7): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم من حيث كفاية قنوات الإتصال العمومي داخل الجامعة 80

الجدول رقم (3-8): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول ما إذا كانوا يستخدمون وسائل الاتصال الرسمية للجامعة مثل البريد الإلكتروني أو المواقع الإلكترونية بشكل منتظم. ... 81

الجدول رقم (3-09): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم من حيث تقيم أداء الاتصال العمومي من خلال الفعاليات المنظمة في الجامعة..... 83

الجدول رقم (3-10): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول الهدف من الاتصال العمومي في الجامعة..... 84

الجدول رقم (3-11): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول النتائج المترتبة عن الحصول على المعلومات العامة. 86

الجدول رقم (3-12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم من حيث مصادر المعلومات التي يتحصلون عليها في الجامعة..... 87

الجدول رقم (3-13): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم فيما إذا كان الموقع الإلكتروني يشكل وسيلة لتزويد المعلومات، أو وسيلة للإطلاع على مكتبة الجامعة، أو وسيلة قانونية للاتصال وتلقي الإعلانات..... 89

الجدول رقم (3-14): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول عدد مرات تصفحهم للموقع الإلكتروني الخاص بالجامعة..... 91

الجدول رقم (3-15): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول الأغراض الرئيسية التي يستخدم من أجلها الموقع. 92

الجدول رقم (3-16): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم فيما يتعلق بالكيفية التي يقيمون بها سهولة التنقل داخل الموقع..... 94

الجدول رقم (3-17): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول مدى سهولة إيجاد المعلومات التي يبحثون عنها داخل الموقع الإلكتروني الخاص بالجامعة..... 95

الجدول رقم (3-18): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول المشاكل التقنية المتوقعة أثناء استخدام الموقع الإلكتروني. 97

الجدول رقم (3-19): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم فيما إذا كانت المعلومات محدثة باستمرار..... 98

الجدول رقم (3-20): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم فيما يتعلق بالكيفية التي يقيمون بها دقة المعلومات المتاحة على الموقع الجامعي 99

الجدول رقم (3-21): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول مستويات الرضا عن سهولة استخدام الموقع الإلكتروني للجامعة..... 101

الجدول رقم (3-22): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم من حيث مدى فعالية المعلومات المتاحة على الموقع الإلكتروني في تلبية الاحتياجات..... 102

الجدول رقم (3-23): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول ما إذا كانت واجهة الموقع الإلكتروني جذابة وسهلة التصفح 103

الجدول رقم (3-24): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول ما إذا كانت واجهة الموقع الإلكتروني جذابة وسهلة التصفح. 105

الجدول رقم (3-25): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول أكثر الخدمات الإلكترونية التي تستخدمها عبر الموقع الجامعي 106

الجدول رقم (3-26): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم من حيث مدى توافر الخدمات الإلكترونية التي يحتاجها الطالب..... 107

الجدول رقم (3-27): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول مدى مدى رضاهم عن جودة المعلومات الأكاديمية المقدمة على الموقع الإلكتروني 109

الجدول رقم (3-28): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول ما إذا كانت هناك صعوبة في استخدام الخدمات الإلكترونية..... 111

الجدول رقم (3-29): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول ما إذا كانت المعلومات التي يقدمها الموقع بشأن الأنشطة الطلابية والخدمات المتاحة للصالح العام تتلاءم مع مبادئ الخدمة العمومية 113

الجدول رقم (3-30): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وجهة نظرهم حول ما إذا كان الموقع الإلكتروني يوفر تواصلا جيدا بين إدارة الجامعة والطلاب 114

قائمة الأشكال:

الشكل رقم (3-1): توزيع أفراد العيّنة حسب متغير الجنس 70

الشكل رقم (3-2): توزيع أفراد العيّنة حسب متغير السن 71

الشكل رقم (3-3) :توزيع أفراد العيّنة حسب متغير التخصص..... 73

الملاحق

الملحق رقم (06): إستمارة الاستبيان.

جامعة الدكتور يحي فارس المدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

موضوع البحث :

الإتصال العمومي عبر المواقع الإلكترونية الرسمية

دراسة حالة الموقع الإلكتروني لجامعة الدكتور يحيي فارس المدية

– من الـ 15 مارس إلى بداية جوان_

في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة نضع بين أيديكم استبيان حول الإتصال العمومي عبر المواقع الإلكترونية الرسمية، دراسة حالة الموقع الإلكتروني لجامعة الدكتور يحي فارس بالمدية .

نظراً لأهمية رأيكم في هذا الموضوع، نأمل منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستمارة بدقة، حيث أن صحة النتائج تعتمد على صحة إجاباتكم، لذلك نأمل منكم أن تولوا هذا الاستبيان اهتماما، فمشاركتكم ضرورية.

لذا نرجوا منكم وضع الرمز (×) في المكان المخصص للإجابة، ونحيطكم علما أن جميع إجاباتكم تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

مع خالص التقدير والشكر لتعاونكم ومساهمتكم في انجاز هذه الدراسة .

- ضع علامة (×) مكان الإجابة :

البيانات الشخصية

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

السن : أقل من 23 سنة ☐ من 24 إلى 28 سنة ☐ أكثر من 28 سنة ☐

التخصص: اتصال وعلاقات عامة ☐ سمعي بصري ☐

المحور الأول: واقع الإتصال العمومي داخل الجامعة.

1_ ما هي الطريقة التي تعتمد عليها للإتصال داخل الجامعة ؟

الإتصال الشفوي المباشر ☐ عن طريق المراسلة ☐ عن طريق الموقع الإلكتروني ☐

2_ما حالة الإتصال العمومي في الجامعة ؟

ممتازة ☐ جيدة جدا ☐ جيدة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

3–هل تعاملت مع خلية اتصال في الجامعة؟

نعم ☐ لا ☐

4–هل تعتقد انا هناك قنوات كافية للاتصال العمومي داخل الجامعة؟

نعم توجد ☐ نعم بنسبة قليلة ☐ لا توجد ☐

حدد القناة التي تعتمد عليها أذكرها :

.....

....

5–هل تستخدم وسائل الإتصال الرسمية للجامعة مثل البريد الإلكتروني أو المواقع الإلكترونية بشكل منتظم ؟

نعم ☐ لا ☐

6_ كيف تقيم أداء الإتصال العمومي من خلال الفعاليات المنظمة في الجامعة ؟

فعالة ☐ متوسطة ☐ غير فعالة ☐

7_ ما الهدف من الإتصال العمومي في الجامعة :

تحقيق المصلحة العامة ☐ مراعاة حقوق وواجبات الطلبة ☐ الإقناع والتأثير في الطلبة ☐

أخرى أذكرها :

.....

8_هل الحصول على المعلومات العامة يؤدي الى :

إضفاء الشفافية ☐ تلقي المعلومة في وقتها ☐ تحديث المعلومات ☐

تحديات أخرى أذكرها

.....

المحور الثاني : آليات واستراتيجيات الإتصال العمومي عبر الموقع الإلكتروني الجامعي.

1__ماهي مصادر معلوماتك في الجامعة ؟

الموقع الإلكتروني ☐ الفيسبوك ☐

2_هل تعتمد على الموقع الإلكتروني كـ :

وسيلة لتزود بالمعلومات ☐ وسيلة للإطلاع على مكتبة الجامعة ☐ وسيلة قانونية للإتصال وتلقي الإعلانات ☐

أ. **الإستخدام العام** :

1- كم مرة تتصفح الموقع الإلكتروني للجامعة ؟

كل يوم ☐ مرة في الأسبوع ☐ مرة في شهر ☐ كل سداسي ☐ عدة مرات ☐

2- ماهي الأغراض الرئيسية التي تستخدم الموقع من أجلها :

الوصول للموارد الأكاديمية ☐ متابعة الأخبار والإعلانات ☐ التواصل مع الإدارة ☐

ب. سهولة الإستخدام :

1- كيف تقيم سهولة التنقل داخل الموقع ؟

ممتازة ☐ جيدا جدا ☐ جيدة ☐ متوسطة ☐ رديئة ☐

2- هل تجد المعلومات التي تبحث عنها بسهولة ؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت لا ، لماذا ؟

.....

.....

3- هل واجهت أي مشاكل تقنية أثناء استخدام الموقع ؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت ب لا، لماذا ؟

.....

.....

ج. طبيعة المعلومات :

1_ هل تجد أن المعلومات محدثة بانتظام ؟

نعم ☐ لا ☐

2_ كيف تقيم دقة المعلومات المتاحة على الموقع الجامعي ؟

ممتاز ☐ جيدة جدا ☐ جيدة ☐ متوسطة ☐ رديئة ☐

3 _ كيف ترى وضوح وشفافية المعلومات المعروضة؟

.....

.....

المحور الثالث : مجالات الخدمة العمومية عبر الموقع الإلكتروني.

1_درجة رضاك عن سهولة استخدام الموقع الإلكتروني للجامعة ؟

راضٍ تما ☐ راضٍ ☐ غير راضٍ ☐

2_ هل المعلومات المتاحة على الموقع الإلكتروني فعالة في تلبية احتياجاتك ؟

فعالة جداً ☐ فعالة ☐ غير فعالة ☐

3_ هل تجد أن واجهة الموقع الإلكتروني جذابة وسهلة التصفح ؟

نعم بشكل كبير ☐ نعم إلى حد ما ☐ لا ☐

4_هل تقدم الخدمات الإلكترونية المتاحة عبر المواقع الإلكترونية بطريقة مرضية ؟

نعم بشكل ممتاز ☐ نعم بشكل جيد ☐ لا، بحاجة للتحسين ☐

5_ما هي أكثر الخدمات الإلكترونية التي تستخدمها عبر الموقع الجامعي ؟

تسجيل المواد ☐ دفع الرسوم الدراسية ☐ الحصول على الإعلانات والأخبار ☐

أخرى ، أذكرها ؟

.....

.....

6_ هل ترى أن الموقع الإلكتروني يوفر جميع الخدمات التي تحتاجها كطالب ؟

جل الخدمات ☐ بعض الخدمات ☐ قليل من الخدمات ☐ غير متوفرة ☐

7_ هل انت راضٍ عن جودة المعلومات الأكاديمية المقدمة على الموقع الإلكتروني كل ما يخص الطالب ؟

راضٍ تما ☐ راضٍ ☐ غير راضٍ ☐

8_ هل وجدت أي صعوبة في استخدام الخدمات الإلكترونية ؟

نعم بعض الصعوبة ☐ نعم صعوبة كبيرة ☐ لم أستخدم الخدمات الالكترونية ☐

9_ هل المعلومات التي يقدمها الموقع بشأن الأنشطة الطلابية والخدمات المتاحة للصالح العام تتلاءم مع مبادئ الخدمة العمومية؟

الإستمرارية ☐ المساواة ☐ التفاعلية ☐

10_هل تجد أن الموقع الإلكتروني يوفر تواصلاً جيداً بين إدارة الجامعة والطلاب ؟

نعم، بشكل ممتاز ☐ نعم، بشكل جيد ☐ لا، بحاجة للتحسين ☐

11_ هل لديك اقتراحات أو ملاحظات إضافية لتحسين الخدمات الإلكترونية المقدمة عبر الموقع الجامعي ؟

.....

الملحق رقم (02): قائمة الأستاذة المحكمين للاستبانة.

قائمة الأساتذة المحكمين لاستبانة الطالبتين:

- فضيلي أميرة.
- مكيد إلهام.

إشراف الدكتور

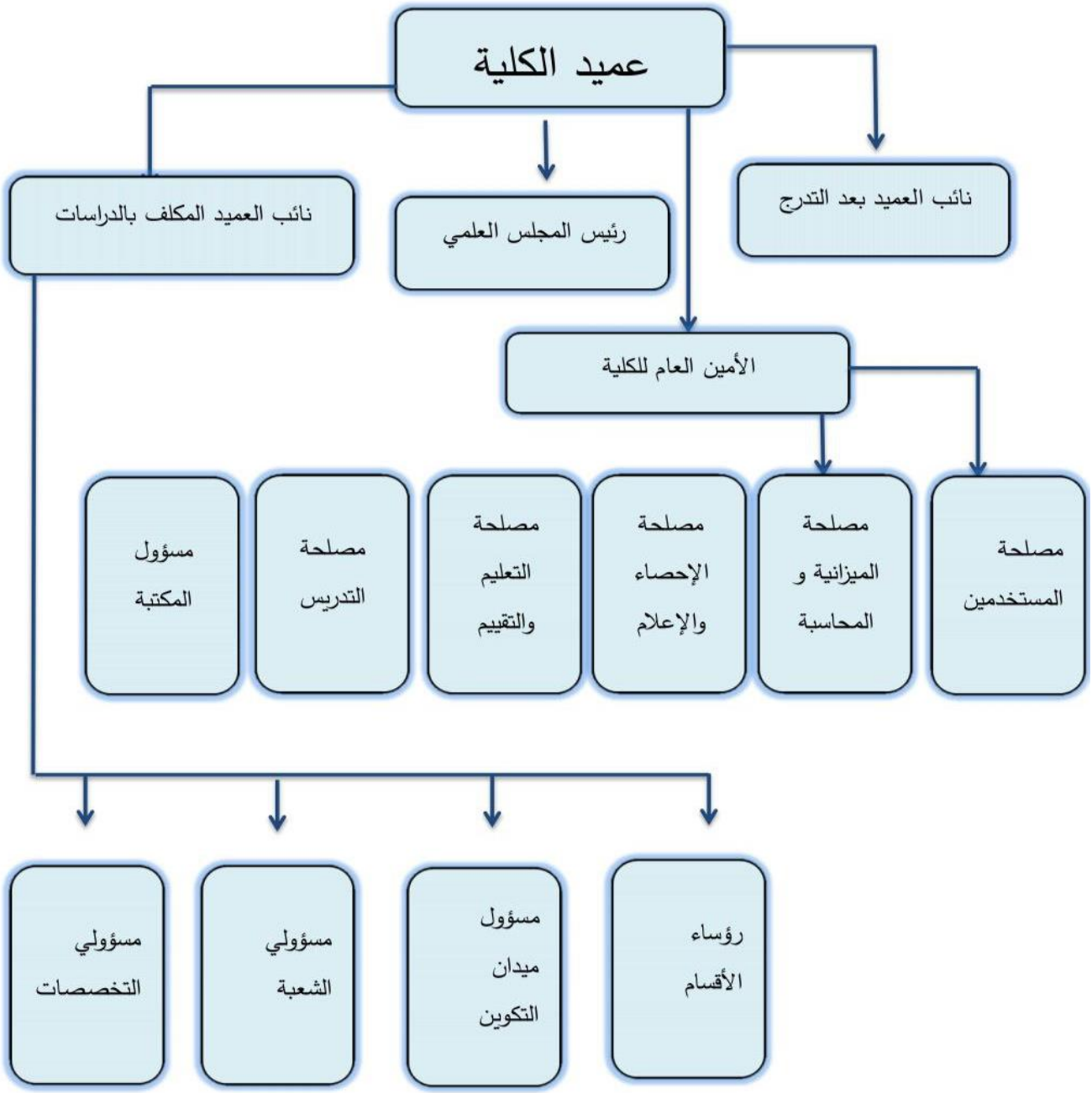
– د. فزاني شاكر

الموضوع: الإتصال العمومي عبر المواقع الالكترونية الرسمية

دراسة حالة – الموقع الالكتروني لجامعة الدكتور يحيى فارس بالمدية–

قائمة الأساتذة المحكمين	الإمضاء
وردية زاتي	
نادية بوفرص	

الملحق رقم (03): يمثل الهيكل التنظيمي الخاص بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية.



الملحق رقم (04): يمثل واجهة الموقع.



الملحق رقم (05): يمثل الإعلانات المنشورة على صفحة الموقع.





الملحق رقم (06): الخدمات المتاحة على الموقع.



فهرس المحتويات

شـــكر وعرفـــان 23
الإهـــــــداء 24
الإهـــــــداء..... 25
ملخص الدراسة:..... 21
مقدمة: ..... ب
الإطار المنهجي:..... 2
الإشكالية:..... 3
دوافع اختيار الموضوع:..... 5
أهداف الدراسة:..... 6
أهمية الدراسة:..... 6
منهج الدراسة:..... 7
أدوات جمع البيانات:..... 8
مجتمع البحث:..... 9
مجالات الدراسة:..... 10
تحديد المصطلحات:..... 11
الدراسات السابقة:..... 12
أهداف الدراسة:..... 13
الفصل الأول:ماهية الإتصال العمومي 18
تمهيد: 19
المبحث الأول: مفهوم الإتصال العمومي. 20

المطلب الأول: تعريف الإتصال. 20
المطلب الثاني: تعريف الإتصال العمومي. 21
المطلب الثالث: نشأة وتطور الاتصال العمومي. 22
المبحث الثاني: خصائص ومبادئ الإتصال العمومي. 26
المطلب الأول: خصائص الإتصال العمومي. 26
المطلب الثاني: مبادئ الإتصال العمومي 28
المطلب الثاث: أهمية الاتصال العمومي. 33
المبحث الرابع: الإتصال العمومي وتكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديث. 35
المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا. 35
المطلب الثاني: خصائص وسمات تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة. 37
المطلب الثالث : أهمية تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة 40
خلاصة الفصل: 42
الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي للمواقع الالكترونية 43
تمهيد: 44
المبحث الأول: ماهية المواقع الإلكترونية. 45
مطلب الأول: مفهوم الموقع الالكتروني..... 45
المطلب الثاني: نشأة وتطور المواقع الالكترونية..... 47
المبحث الثاني: خصائص وأهداف المواقع الإلكترونية..... 50
المطلب الأول: الخصائص التقنية للمواقع الالكترونية..... 50
المطلب الثاني: أهداف المواقع الإلكترونية..... 51
المطلب الثالث: وظائف المواقع الالكترونية 52

المبحث الثالث: مكونات وأنواع المواقع الإلكترونية. 54
المطلب الأول: مكونات ومواصفات المواقع الإلكترونية. 54
المطلب الثاني: عملية بناء موقع إلكتروني 56
المطلب الثالث: أنواع المواقع الإلكترونية 57
المبحث الرابع: الوظيفة الاتصالية وأهمية المواقع الإلكترونية. 60
المطلب الأول: الوظيفة الاتصالية للمواقع الإلكترونية. 60
المطلب الثاني: عوامل نجاح المواقع الإلكترونية 61
المطلب الثالث: أهمية الموقع الإلكترونية 63
خلاصة الفصل: 65
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي .....Error! Bookmark not defined
تمهيد: 63
المبحث الأول: بطاقة فنية عن جامعة المدية. 64
المطلب الأول: تعريف بجامعة المدية 64
المطلب الثاني: نبذة تاريخية عن جامعة المدية. 64
المطلب الثالث: التعريف بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. 66
المطلب الرابع: نبذة عن الموقع الإلكتروني وأهم الخدمات التي يقدمها. 67
المبحث الثالث: تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة. 69
المطلب الأول: وصف البيانات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة. 69
المطلب الثاني: التحليل الوصفي لإجابات طلبة عينة الدراسة 73
الخاتمة: 122

المـراجع 125

قائمة الجداول..... 131

المـلاحق 136

فهرس المحتويات 148