

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République algérienne démocratique et populaire

Ministère de l'enseignement supérieur et de
la recherche scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj – Bouira –
Tasdawit Akli Mohand Ulhadj –Tubirett –
Faculté des sciences humaines et sociales



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محند أولحاج

– البويرة –

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم: تاريخ

تخصص: علوم الإعلام و الاتصال

عنوان المذكرة

دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل الاتصال المؤسسي خلال جائحة كورونا
دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصالات وعلاقات عامة

إشراف:

د. حماني إسماعيل

إعداد الطالب:

كرميش نبيل

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	اسم و لقب الأستاذ
رئيسا	جامعة البويرة	د/ نواربي عانشة
مشرقا و مناقشا		د/ حماني إسماعيل
مناقشا		د/ باي أمال

العام الجامعي: 2021 - 2022

الإهداء

الحمد لله الذي وفقنا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله - وأصلي وأسلم على الحبيب المصطفى

محمد صلى الله عليه وسلم

الى التي جعل الله الجنة تحت اقدامها، مرتخانة بحياتي وسلطانة قلبي سر لجاحي وتوفيتي ملكة

كياني امي الغالية حفظها الله وأطال في عمرها .

الى من فتح لي نوافذ العلم وشق لي جسور العبور من أجل اسمي بكل افتخار الى أبي حفظه الله

وسرعاه

الى الزوجة الغالية، الفى اخواتي وأخواتي، أزواجهم وأولادهم

الى كل جمع الاصدقاء وكل من ساعدني وساهم في اجاز هذه المذكرة .

الطالب: كرميش نبيل



شكر و تقدير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم "من لا يشكر الناس لا يشكر الله"

الاساذ المشرف جاني إسماعيل الذي لم يتردد في مساعدتي لي ولم يدخل على بنوحياتها ونصائحها

القيمة.

كما اتقدم بالشكر الى جميع اساتذة القسم والزملاء الذين ساعدوني على جمع المعلومات الضرورية

لاجاز المذاكرة.

الى الذين ساعدوني من قريب أو من بعيد

في اجاز هذه المذاكرة.



1. اشكالية الدراسة
2. تساؤلات الدراسة
3. فرضية الدراسة
4. اسباب اختيار الموضوع
5. أهمية و أهداف الدراسة
6. تحديد المفاهيم
7. الدراسات السابقة
8. مقارنة الدراسة
9. منهج الدراسة
10. مجتمع و عينة الدراسة

الإطار النظري

الفصل الأول: مدخل عام الى وسائط الاتصال

تمهيد

- نشأة و تطور وسائل الاتصال
- لمحة تاريخية عن وسائط الاتصال
- تعريف وسائط الاتصال
- خصائص وسائط الاتصال
- أنواع وسائط الاتصال
- وسائط التواصل الاجتماعي
- خصائص وسائط التواصل الاجتماعي
- وظائف وسائط الاتصال الجديدة
- خاتمة

الفصل الثاني: الاتصال المؤسسي

تمهيد

مفهوم المؤسسة

أنواع المؤسسة

أشكال المؤسسة

تعريف الاتصال المؤسسي

أنواع الاتصال المؤسسي وفعاليتها

أهداف الاتصال المؤسسي وأهميته

خاتمة

الفصل الثالث: تفعيل الاتصال المؤسسي خلال أزمة كورونا

تمهيد

إدارة أزمة كورونا

ماهية كورونا و انتشارها

لقاحات ضد فيروس كورونا

أهمية وسائط الاتصال الحديثة خلال أزمة كورونا

دور وسائط الاتصال الجديدة في التخفيف من حدة أزمة كورونا

استراتيجية الاتصال الرقمي و دورها في تفعيل ادارة أزمة كورونا

تأثير وسائط التكنولوجيات الحديثة خلال أزمة كورونا

واقع الاتصال المؤسسي خلال أزمة كورونا

خاتمة



الإطار التطبيقي

الفصل الرابع: دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل الاتصال المؤسسي خلال أزمة كورونا

تمهيد

لمحة عن المؤسسة محل الدراسة

تعريف المؤسسة

الهيكل التنظيمي للمؤسسة

عرض بيانات الدراسة

عرض و تحليل نتائج و فرضيات الدراسة

نتائج الدراسة الميدانية

توصيات و مقترحات علمية

خاتمة



يشهد العالم قفزات كبيرة في الاستخدام المتزايد للآليات التكنولوجية والتي رافقها تطور تكنولوجيا وسائط الاعلام و الاتصال، اذ ظهرت كعامل مؤثر في كافة الأنشطة والعمليات وخاصة ما تعلق منها بأساليب الاتصال واستخدامها من طرف المؤسسة، في ظل هذه التغيرات التي شهدتها تطور وسائط الاتصال التي بدأت بالاتصالات اللاسلكية وانتهت بالأقمار الصناعية، وأخيرا الحاسبات الالكترونية التي أخذت حيزها الهام في كل المجالات والأنشطة الانسانية التي أصبح لا يفارقها استخدام هذه الوسائط .

وبالتغيرات التي شهدها العالم في الجانب الاجتماعي في ظل ظهور فيروس كورونا الذي غير أسلوب الحياة لدى الأفراد بفرض التباعد الاجتماعي، ذلك ما وضع الأفراد و المؤسسات أمام ضرورة تغيير اساليب الاتصال التقليدية واستقطاب تكنولوجيا وسائط الاتصال الجديدة وذلك للمزايا الكبيرة التي تتميز بها هذه الوسائط من سرعة نشر المعلومات واختصارها للجانب الزماني والمكاني لتضاف الى سلسلة وسائط الاتصال التقليدية، و باعتبار المؤسسة نسق لا بد لها من الاتصال بأقسامها وفروعها وكذا الفاعلين الداخليين والخارجيين على حد سواء وفي ظل ذلك عرف قطاع المؤسسات الخدماتية خلال هذه الفترة تسارعا هائلا في استحداث تقنيات وسائط الاتصال الجديدة، حيث أصبحت جزء لا يتجزأ من نسيج الادارة وموردا أساسيا تعتمد عليه في تسيير نشاطات المؤسسة . ان خاصية سرعة الانتشار لفيروس كورونا أجبر المؤسسات على تحديث نظم الاتصال بها و ادخال وسائط اتصال جديدة تضمن تفعيل الاتصال واستمرار نشاط المؤسسة وتقديم خدماتها .

وعليه فإن هذه الدراسة تهتم بالدور الذي لعبته وسائط الاتصال الجديدة في ضمان العملية الاتصالية داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية في ظل التباعد الاجتماعي الذي فرضته جائحة كورونا، ونظرا للدور البارز الذي كانت تلعبه المؤسسات الصحية في ظل أزمة كورونا جاءت هذه الدراسة لمعرفة دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل الاتصال المؤسساتي .تعويضا لوسائل الاتصال التقليدية، ولمعالجة هذا الموضوع اعتمدنا على خطة اشتملت على التقسيمات التالية:

الإطار المنهجي، والذي تضمن الإشكالية أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، ومقاربة الدراسة، مع منهج الدراسة وأدوات الدراسة، إضافة إلى مجتمع البحث وعينته، وحدود الدراسة، ثم قمنا بتحديد المفاهيم التي شملت متغيرات الدراسة، مع عرض الدراسات السابقة.

وتناولنا في الشق النظري ثلاثة فصول شملت متغيرات الدراسة.

فالفصل الأول جاء بعنوان "مدخل عام الى وسائط الاتصال"، حيث ضم مبحثين رئيسيين، وكل مبحث ثلاثة مطالب، حيث تناولنا في المبحث الأول نشأة وتطور وسائط الاتصال (تعريف وسائط الاتصال، خصائصها وأنواعها)، بينما خصص المبحث الثاني لإبراز «أنواع وسائط الاتصال"، بالتركيز وسائط التواصل الاجتماعي، خصائصها وأنواعها، وأخيرا خاتمة الفصل.

أما الفصل الثاني فقد جاء بعنوان "الاتصال المؤسسي"، وضم هو الآخر مبحثين رئيسيين كل مبحث بثلاثة مطالب، إذ تناولنا في المبحث الأول من هذا الفصل عموميات حول المؤسسة بتقديم تعريف لها وعرض نشأتها وتطورها، أشكالها وأنواعها، في حين خصصنا المبحث الثاني ل(ماهية الاتصال المؤسسي) حيث تناولنا فيه مفهوم الاتصال المؤسسي، أنواع الاتصال المؤسسي، أهداف الاتصال المؤسسي وأهميته، وأخيرا خاتمة الفصل.

والفصل الثالث فقد جاء بعنوان: "تفعيل الاتصال المؤسسي خلال جائحة كورونا" وقسمناه إلى مبحثين رئيسيين، وكل مبحث بثلاثة مطالب، وقد خصص المبحث الأول فيه (ماهية كورونا وانتشارها)، بتقديم تعريف لها، انتشارها وأهم اللقاعات المستعملة لها، وأهمية وسائط الاتصال الحديثة خلال الجائحة وتعرضنا في المبحث الثاني (دور وسائط الاتصال الجديدة في التخفيف من حدة أزمة كورونا) ذكرنا فيه الاتصال الرقمي ودوره في تفعيل ادارة أزمة كورونا ثم تأثير وسائط التكنولوجيات الحديثة خلال أزمة كورونا تناولنا بعدها واقع الاتصال المؤسسي بالمؤسسة ميدان الدراسة خلال جائحة كورونا، وأخيرا خاتمة الفصل

بعدها جاء الشق التطبيقي الذي تضمن الدراسة الميدانية، حيث قسمناه إلى مبحثين رئيسيين، فالمبحث الأول بعنوان التعريف بميدان وعينة الدراسة تضمن عنصرين حيث تم تقديم لمحة المؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام، ثم عرض خصائص أفراد العينة المتمثلين الموظفين بالمؤسسة، أما المبحث الثاني، فقد جاء بعنوان عرض بيانات الدراسة، وتضمن هو أيضا عنصرين اشتملا على ذكر نتائج محاور الدراسة، ومناقشة نتائج فرضيات ثم تناولنا النتائج العامة للدراسة، وبعدها تم تقديم توصيات ومقترحات علمية.

وفي الأخير قمنا بصياغة خاتمة الدراسة.



1. الإشكالية:

إن الاتصال ظاهرة اجتماعية يتمتع بجاذبية مثيرة لدى المختصين في الاتصال والعلاقات العامة على حد سواء، حيث أن الاتصال وجد بمولد الانسان وفرض نفسه على مستوى تعاملات الافراد فيما بينهم أو تعاملات الافراد مع المؤسسات، وتبقى حاجة المؤسسة ضرورية للإتصال مهما كان نشاطها وذلك لتوفير المعلومات والبيانات الضرورية لاستمرار العملية الادارية ثم التحكم في سير هذه المعلومات داخل بنائها التنظيمي، ومن هذا المنظور كان الاتصال المؤسساتي أحد أهم المجالات التي تعني بها المؤسسات في عمليات التفاعل وبناء العلاقات داخل المؤسسة وخارجها، وتزداد اهمية الاتصال يوما بعد يوم مع تطور تكنولوجيا الاتصال وظهور أهمية شبكات التواصل الاجتماعي خاصة في ظل ظهور أزمة جائحة كورونا التي مست العالم، حيث أوقف التواصل المباشر بين الافرد ودعت منظمة الصحة العالمية الى ضرورة اتباع الحجر الصحي، وغلق الحدود بين دول العالم وكانت الجزائر من بين الدول التي فرضت الحجر الصحي واتبعت برتكول منظمة الصحة العالمية من أجل الحد من انتشار فيروس كورونا والسيطرة عليه، انجر عن ذلك تطبيق أساليب الوقاية سواء من طرف الافراد أو داخل التنظيمات، وجدت المؤسسات نفسها أمام واقع استخدام وسائط الاتصال الجديدة بمميزاتها التي لا تعترف بالحدود السياسية أو المواقع الجغرافية التي تضمن استمرار العملية الاتصالية ضمن ظروف مماثلة، كفرض العمل عن بعد، تسهل عملية التواصل بين الافراد والمؤسسات مما دفع المختصين في مجال الاتصال الى استغلال هذه الوسائط في مختلف العمليات الاتصالية من أجل منع الاتصال المباشر بين المؤسسات و متعاملاتها أو حتي مستخدمها فيما بينهم ودعت الحاجة الى استغلال وسائط الاتصال الجديدة لضمان تسيير المؤسسة وبقاء الاتصال الفعال داخل الهيكل التنظيمي لها. ومن خلال هذه الدراسة نحاول معرفة الدور الذي تقوم به وسائط الاتصال الجديدة في ادى مؤسسات الصحة بالجزائر، ومن هنا تظهر معالم الاشكالية وتحديد هدفها فهي تسعى لفهم الدور الفعلى لوسائط الاتصال الجديدة في تفعيل الاتصال المؤسساتي خلال أزمة كورونا.

-ما هو دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل الاتصال المؤسساتي خلال أزمة كورونا بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام.

➤ تساؤلات الدراسة:

انطلاقا من الاشكالية ارتتبنا طرح التساؤلات التالية :

- ما هي طبيعة استخدام وسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسات العمومية للصحة الجوارية عين بسام؟
- ما هو دور وسائط الاتصال الجديدة في الحد من انتشار فيروس كورونا داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام؟
- هل ساهمت وسائط الاتصال الجديدة في ضمان العملية الاتصالية خلال أزمة كورونا المؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام؟

➤ فرضيات الدراسة:

تلعب الفرضيات دورا اساسيا في توجيه البحث وابعاده عن العموميات فلا يمكن أن نتقدم في بحثنا من دون تقديم تفسير للمشكلة التي تواجهنا والتي من أجلها نقوم بالبحث وعلى هذا الاساس ومن خلال القيام بهذه الدراسة سعينا الى اختيار الفرضيات التالية:

- هناك علاقة بين استخدام وسائط الاتصال الجديدة والظروف والأزمات التي تمر بها المؤسسة
- هناك علاقة بين استخدام وسائط الاتصال الجديدة في الاتصال المؤسساتي والحد من جائحة كورونا
- هناك علاقة بين وسائط الاتصال الجديدة وضمان العملية الاتصالية خلال أزمة كورونا

2.أسباب اختيار الموضوع:

أ (الاسباب الذاتية:

- -الاهتمام بوسائط الاتصال الجديدة بسبب الاستعمال الواسع لها
- -محاولة معرفة دور استعمال وسائط الاتصال الجديدة في الحد من جائحة كورونا.

➤ -معرفة واقع استخدام وسائط الاتصال الجديدة في الاتصال المؤسساتي

(ب) الاسباب الموضوعية:

➤ قلة الدراسات التي تناولت الموضوع

➤ اهمية الموضوع وتزايد استخدام وسائط الاتصال الجديدة كضرورة ملحة خلال الجائحة.

➤ تسليط الضوء على وسائط الاتصال الجديدة وفعاليتها خلال ازمة كورونا.

➤ ضرورة اقتحام وسائط الاتصال الجديدة ضمن وسائل الاتصال الرسمية للمؤسسة.

3.أهمية الدراسة:

تتمثل اهمية الدراسة في التالي:

كون الموضوع من الساعة حيث يتصف بالجدة والحداثة باعتبار جائحة كورونا حديثة على العالم أجمع وفرضت التواصل عن بعد كسبب من أسباب مواجهة الجائحة ما وضع المؤسسات أمام واقع استخدام وسائط الاتصال الجديدة وضرورة مواكبتها لتكنولوجيا الحديثة ،كما أن ادخال استخدام وسائط الاتصال الجديدة ضمن وسائل الاتصال يدعم ويعزز قوة وصول المعلومة وسرعة انتقالها وكذا حجم انتشارها وهو ما يعتبر تفعيل للاتصال المؤسساتي.

▪ يعتبر استخدام وسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسات اسلوب امثل لمنع الاتصال المباشر بين الافراد مما يحد من انتشار فيروس كورونا.

▪ استخدام وسائط الاتصال الجديدة خلال ازمة كورونا هو بمثابة نقطة انتقال داخل المؤسسات ونقطة نوعية تضمن استخدام التكنولوجيا الحديثة في ظل غياب أو قلة استخدام هذه الوسائط الجديدة.

4.أهداف الدراسة:

▪ محاولة معرفة طبيعة استخدام وسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسات العمومية للصحة الجوارية عين بسام.

▪ معرفة دور وسائط الاتصال الجديدة في الحد من انتشار فيروس كورونا داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام.

- محاولة معرفة دور وسائط الاتصال الجديدة في ضمان العملية الاتصالية خلال أزمة كورونا بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام.

5. مقارنة الدراسة

5-1 - نظرية الحتمية التكنولوجية نظرية ماكلوهان

قام مارشال ماكلوهان خلال الستينات من القرن الماضي بوضع تصور خاص يربط فيه بين الرسالة والوسيلة الاعلامية مؤكدا فيه اهمية الوسيلة الاعلامية في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره اعاد موازين القوى الى تأثير الوسيلة الاعلامية اذ اعتبر ان مضمون وسائل الاعلام لايمكن الجزم بتأثيره بمنعزل عن تقنيات الوسائل نفسها ونظرية ماكلوهان هي عبارة عن تصورات تطور وسائل الاتصال وتأثيرتها على المجتمعات الحديثة هذه النظرية بنيت على ثلاثة افتراضات اساسية .

وسائل الاتصال هي امتداد لحواس الانسان اعتقد ماكلوهان فيما يسميه الحتمية التكنولوجية اي المخترعات التكنولوجية هي التي تاتر على تكوين المجتمع وبالتالي فان طبيعة وسائل الاتصال هي التي تسود في فترة من الفترات وهي التي تكون المجتمعات اكثر مما يكون مضمون الرسالة الاصلية اي انه وبدون فهم الاسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الاعلام لن نستطيع فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تؤطر على المجتمعات فاي وسيلة كما راماكلوهان هي امتداد للإنسان تؤثر على طريقة تفكيره وسلوكه فكل حقيقة بشرية تستمد شخصيتها من الوسيلة الاعلامية المتاحة

الوسيلة هي الرسالة:اي ان طبيعة كل وسيلة ليس مضمونها هو الاساس في تشكيل المجتمعات حسب ماكلوهان المضمون غير مهم بل المهم هو الوسيلة باعتبار ان لكل وسيلة جمهور يفوق حبه لهذه الوسيلة مضمونها ووسائل الاتصال الساخنة والباردة اذ ابتكر ماكلوهان في تعريفه لذلك الميكانيزم اصطلاحات فئات الساخن والبارد ليصف في نفس الوقت بناء وسيلة الاتصال او التجربة التي يتم نقلها ومدى تفاعلها ونطقعليه كلمة ساخن يستخدم عادة في وقتنا

الحاضر لتعني الجدل الذي تتغمس فيه الناس بشدة ومن ناحية أخرى الاتجاه البارد كان يعني الاتجاه الذي يميل إلى الحياد.¹

5-2 - نظرية ثراء وسائل الإعلام:

ويقصد بها النظرية التي ترتبط بشكل وثيق بعملية ثراء المعلومات، بحيث تساهم في وصف وتفسير الوسائل الإعلامية بكافة أشكالها، ويكون ذلك وفقا للقدرة الإنتاجية للمعلومات الإعلامية وتعود هذه النظرية إلى عام الاتصال "ريتشارد دافت" (Richard Daft)²، وتستخدم هذه النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي، وهي ترى أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثا³.

ومن فروض النظرية:

تفترض النظرية أن مستوى الأداء الوظيفي أو المهني في المهام التي يكتنفها الغموض يتحسن عندما يستخدم الناس وسائل أغنى، والعكس صحيح فعند القيام بالمهام الواضحة غير الغامضة فإن الناس يستخدمون وسائل أقل ثراء⁴.

وتتص النظرية على أن جميع قنوات الاتصال تمتلك خصائص معينة تجعلها أقل أو أكثر ثراء وأحد أهم أهداف اختيار وسيلة اتصال هو تقليل غموض الرسالة، إذا كانت الرسالة غامضة فإنها تكون غير واضحة، ويكون فكشفتها أكثر صعوبة على مستقبلها، وتضع النظرية

¹ - فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال. المفهوم. الاستعمالات، الأهداف، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010، ص 63

² - البني مهدي، 2020، الموقع الإلكتروني: <https://e3arabi.com> تاريخ الزيارة (06/ ماي / 2020، الساعة 14:00.

³ - لامية طالة: نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية، دراسة في النماذج الإعلامية، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران، 02، ج10، 2019. ص-ص 179-180.

⁴ - محمد سلطان ناصر القاسمي: مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد، رسالة مكملة للحصول

على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص-ص 17-18

وسائل الاتصال على مقياسٍ متواصلٍ يمثل ثراء الوسيلة وقدرتها على إيصال رسالة معقدة، على سبيل المثال رسالة بسيطة معدة لترتيب موعد ومكان اللقاء، يمكن نقلها من خلال رسالة قصيرة عبر البريد الإلكتروني، بينما رسالة أكثر عن أداء عمل شخص ما والتوقعات حوله يكون الأفضل نقلها من خلال الاتصال المباشر وجها لوجه، وتشمل النظرية على إطار له محاور على مستوى الغموض والشك تمتد من الأدنى إلى الأقصى، مع انخفاض درجة الغموض والشك، يصبح الموقف واضحاً ومعروفاً جيداً، مع ارتفاع درجة الغموض والشك تصبح الأحداث مبهمّة وملتبسة المعنى، تحتاج إلى توضيح القائم بالاتصال¹.

ويُلخص المؤلفون ثراء وسائل الإعلام على أنها: "تمكّن الوسائط الغنية الأشخاص من تفسير القضايا الصعبة والتوصل إلى اتفاق بشأنها، ووسائل الإعلام منخفضة الثراء مناسبة للرسالة الروتينية"²

وبينا أيضاً على أن وضوح الرسالة يكون مهدداً أثناء اتصال الإدارات المتعددة مع بعضها البعض وذلك لأن الإدارات من الممكن أن تكون مدربة في مجموعات نهائية مختلفة أولها قواعد ومبادئ اتصالية متناقضة، وفي مقال مشترك ذكر انه: "كلما زادت نسبة التعلم التي يمكن ضخها من خلال الوسيلة، كانت الوسيلة أكثر ثراءً"، وقالوا أن ثراء وسائل الإعلام يعد وظيفة لعدة خصائص شاملة هي:

- القدرة على معالجة إشارات المعلومات المتعددة في وقت واحد.
- القدرة على تيسير فورية رجع الصدى.
- القدرة على جذب التركيز الشخصي.
- القدرة على استخدام اللغة الطبيعية¹.

¹- خضر إبراهيم حيدر: الميديا مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي، ط1، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية، (د، ب، ن)، 2018، ص-ص 113-114.

² - Jimmy Ekstrom and others , does richness lead to riches? Unea School of business and economics, 2016, P 17.

إذ تتجلى الخاصية الأولى في تعدد الإشارات، وهذه الإشارات تمثل الإيماءات أو الحالات المزاجية، وندجات الصوت، والابتسامات التي يمكن نقلها باستخدام قناة الاتصال، والخاصية الثانية تتمثل في تعدد الإشارات، فهذه الإشارات تمثل الإيماءات أو الحالات المزاجية، وندجات الصوت، والابتسامات التي يمكن نقلها باستخدام قناة اتصال².

ومن الانتقادات الموجهة للنظرية:

- ظهور النظرية في فترة سابقة لظهور التقنيات الجديدة، كالإنترنت وغيرها.
- الطبيعة الحتمية للنظرية: إذ ناقش الكثير من الباحثين أن الضغط الاجتماعي وبعض العوامل الأخرى يمكن أن تؤثر على استخدام الوسيلة أكثر من ثرائها³.

6. منهج الدراسة:

لكل علم من العلوم مادة ومنهج⁴، إذ ليس هناك بحث علمي دون منهج واضح يتم وفقا لقواعد دراسة المشكلة محور البحث وتحليل أبعادها ومسبباتها ومعرفة جوانبها وتأثيراتها وتأثرها بالظواهر المحيطة⁵.

ويُعرّف المنهج على أنه "مصدر بمعنى طريق أو سلوك، وهي مشتقة من فعل نهج بمعنى طرق أو سلك"⁶، فهو تتبع فكري واعي به تنزن المعلومة حتى تأخذ مكانها الذي يليق بها بين المعلومات السابقة لها والمعلومات اللاحقة لها¹.

¹ - خضر إبراهيم حيدر، نفس المرجع السابق، ص 114.

² - Rukundo Patrick ,étude sur l'impact de la richesse des canaux de communication sur la satisfaction de la résolution des défaillance des service en ligne et l'ingne et l'intention de ré-achat du consommateur, mémoire présenté comme exigence Partille de la maitrise en technologies d'information, université du Québec à Montréal, 2018, P 10-11.

³ - محمد سلطان ناصر القاسمي، المرجع نفسه، ص20.

⁴ - عبد الخالق علي، خطوات نحو النهج الإعلامي، (د، ط)، دار المحجة البيضاء، (د، ب، ن)، (د، س، ن) ص100.

⁵ - محسن احمد الخضري وآخرون، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، ط2، مكتبة الانجلو مصرية القاهرة،

1992، ص 41.

⁶ - سعد سلمان، المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (د، ط) دار الكتاب الجامعي 2017، ص19.

ويُعرّف منهج البحث العلمي (Méthode Scientifique) على أنه "طريقة موضوعية يتبعها الباحث في دراسة أو تتبع ظاهرة من الظواهر أو مشكلة من المشاكل أو حالة من الحالات بقصد تشخيصها أو وصفها وصفا دقيقا، وتحديد أبعادها بشكل كامل يجعل من السهل التعرف عليها وتمييزها، وتتيح معرفة أسبابها ومؤثراتها والأنماط التي تستخدمها أو تتشكل فيها العوامل التي أثرت فيها أو تأثرت بها وقياس هذا الأثر والتنبؤ به بشكل موضوعي دقيق"².

ويمكن في البحث العلمي استخدام منهج واحد أو أكثر في دراسة الظواهر المختلفة، وهذا حسب طبيعة الدراسة ومجالاتها المختلفة وأهدافها المطلوبة³. والاعمال القليلة حول دور وسائل الاتصال الجديدة ودورها الفعال والتميز خلال الجائحة في ضمان الاتصال المؤسسي وعليه من الضروري القيام بدراسة ميدانية لمعرفة استخدام وسائل الاتصال الجديدة داخل المؤسسة الخدمائية خلال الجائحة خاصة أن المؤسسات اليوم تأخذ اشكالا تنظيمية جديدة في أساليبها الاتصالية، وعلى ضوء الاشكالية المطروحة، فإن هذه الدراسة اعتمدت على منهج دراسة الحالة، والذي يعرفه محمد سرحان على المحمودي "بأنه المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأي وحدة، سواء كانت فرد أو مؤسسة، أو نظاما إجتماعيا، وذلك بقصد الوصول الى تعليقات متعلقة بالوحدة المدروسة وبغيرها من الوحدات المتشابهة"⁴. ومن ثم امكانية دراسة الظاهرة ضمن ظروفها الطبيعية،

وقد فرضت علينا طبيعة دراستنا الاعتماد على منهج دراسة الحالة لأنه الأكثر ملائمة لموضوع بحثنا لجمع البيانات واستخراج النتائج وتعميمها، لأنه يؤدي الى كشف الكثير من الحقائق والمعلومات الدقيقة عن الحالة المدروسة، حيث يهتم أسلوب دراسة الحالة بدراسة حالة

¹ - عقيل حسين عقيل، خطوات البحث العلمي من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة، (د، ط)، دار ابن الكثير، (د بن)، (د، س، ن)، (د، ص).

² - محسن احمد الخضيرى وآخرون، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، ط2، مكتبة الانجلو مصرية القاهرة، 1992، ص 42.

³ - احمد مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، (د، ب، ن) (د، س، ن)، ص98.

⁴ محمد سرحان على المحمودي: مناهج البحث العلمي، ط2، الجمهورية اليمنية صنعاء، دار الكتب، 2015، ص55

واحدة قائمة مثل دراسة فرد أو أسرة أو مؤسسة، كما يستعمل في دراسة المشكلات الاجتماعية كظروف العمل كدور سائط الاتصال الجديدة في تفعيل الاتصال المؤسساتي خلال أزمة كورونا كما يعرفه بأنه: "أسلوب يقوم بجمع بيانات ومعلومات كثيرة وشاملة عن حالة فردية واحدة

أو عدد من الحالات بهدف الوصول الى فهم أعمق للظاهرة المدروسة وما يشابهها من مظاهر"¹. حيث يساعد هذا المنهج في تحديد دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل الاتصال المؤسساتي خلال ظرف معين للمؤسسة حيث يساعد منهج دراسة الحالة في اختيار عينة قصدية ثم تعميم النتائج على باقي أفراد العينة حيث يعطي ذلك نتائج أكثر دقة للمجتمع محل الدراسة، أما عن ادوات البحث فقد اعتمدت على الاستمارة و المقابلة مع عمال المؤسسة.

7. أدوات الدراسة:

تختلف عملية جمع المعلومات والبيانات في البحث العلمي من مرحلة إلى أخرى، تبعا لنوع المعلومة ومدى الحاجة إليها وتوظيفها، ويحتاج الباحث إلى معلومات من نوع آخر ستحصل بأدوات أخرى للتحقق من الافتراضات، والتوصل إلى النتائج وتفسيرها وتحليلها². وقد تمّ الاعتماد في دراستنا على الأدوات البحثية التالية:

✓ **المقابلة:** يمكن اعتبار المقابلة استبيانا شفويا في محادثة بين الباحث والشخص او اشخاص اخرين بهدف الوصول الى حقيقة أو موقف معين ،يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة والمقابلة ليست مجرد الالتقاء مع الناس وسؤالهم لبعض الاسئلة العرضية انما تقوم على أسس علمية ومنهجية.³

وقدتم استخدام أداة المقابلة كأداة مكملة من أجل توضيح الاسئلة التي وجد المبحوثين صعوبة في الاجابة عليها، أو الاسئلة غير المفهومة في أداة الاستبيان.

¹ محمد سرحان على المحمودي: مناهج البحث العلمي، مرجع سابق، ص55.

² مصطفى حميد الطائي وآخرون: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، ط1، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر الإسكندرية، 2008، ص 230.

³ رجاء وحيد دويدي: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية ،دمشق، دار الفكر المعاصر، 2000، ص323

✓ الاستبيان:

يعد الاستبيان من أكثر أدوات جمع البيانات استخداماً في منهج دراسة الحالة¹، ويعتبر إحدى الوسائل شائعة الاستعمال للحصول على المعلومات وحقائق تتعلق بآراء واتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين²، لمعرفة الانحرافات والإبداع والتأثير والتأثر بين الأفراد والجماعات³، ويستخدم عادة عندما يتم سحب عينة قصدية من مجموعة سكانية، كما يعتبر أكثر ملائمة لدراسة جمهور المتلقين⁴، يعتمد بشكل رئيسي على مكون واحد وهو الأسئلة⁵.

وتعد أسباب توظيفنا للاستبيان في دراستنا إلى أنها تهدف إلى جمع البيانات لمعرفة دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل الاتصال المؤسسي خلال أزمة كورونا لاختبارها، إذ بالإمكان عدّها ومعالجتها إحصائياً كبيانات تم ترميزها وبيانات رقمية⁶.

وعليه فقد اتبعت الخطوات الآتية لبناء الاستبيان:

- أ. مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة والاستفادة منها في بناء الاستبيان؛
- ب. إعداد استبيان أولي من أجل استخدامه في جمع البيانات والمعلومات؛
- ت. عرض الاستبيان على المشرف من أجل اختيار مدى ملائمته لجمع البيانات وتعديلها؛
- ث. عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين والذين قاموا بدورهم بتقديم النصح والإرشاد وحذف وتعديل ما يلزم؛

¹ - محمد الفاتح حمدي، سميرة سطو طاح: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، ط1، دار

الحامد، (د، ب، ن)، 2019، ص 92.

² عبد الخالق محمد علي: نفس المرجع السابق، ص 43.

³ عقيل حسين عقيل: خطوات البحث العلمي من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة، (د، ط)، دار ابن الكثير، (د بن)، (د، س، ن)، (د، ص).

⁴ محمد الفاتح حمدي وآخرون، نفس المرجع السابق، ص 92

⁵ المهندس بن حسان السبيعي، دليل تصميم الاستبيانات في أنواع الأسئلة والمقاييس، (د، ط)، (د، ن)، (د، ب، ن).

⁶ بوب ماتيو وآخرون، تر: محمد الجوهرة، نفس المرجع السابق ص 418.

ج. إجراء دراسة استطلاعية وتوزيع الاستبيان على عينة تجريبية لقياس مدى ملائمة الاستبيان ودرجة الفهم، حيث تم تعديل بعض العبارات الغير مفهومة والملتبسة المعنى؛

د. توزيع الاستبيان على جميع أفراد مجتمع الدراسة لجمع البيانات اللازمة للدراسة؛ حيث تم تقسيم الاستبيان إلى قسمين رئيسيين:

- **القسم الأول:** وهو عبارة عن السمات الشخصية للمستجيب من جنس، عمر، مؤهل علمي و نشاطه الوظيفي؛

- **القسم الثاني:** وهو عبارة عن محاور متغيرات الدراسة ويتكون الاستبيان من ثلاثة محاور رئيسية كما يلي:

المحور الأول: طبيعة استخدام وسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية.

المحور الثاني: دور وسائط الاتصال الجديدة في الحد من إنتشار فيروس كورونا داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام.

المحور الثالث: دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل العملية الإتصالية خلال جائحة كورونا بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام.

8. مجتمع و عينة الدراسة :

ويعرّف مجتمع البحث على أنّه: "مجموع الأفراد أو العناصر التي لها خصائص مشتركة والتي يهتم بها الباحث، ويشتمل مجتمع البحث على أفراد أو عناصر لها سمات متقاسمة تجعلهم ينتمون إلى مجتمع بحث ما، مختلفين بذلك عن مجتمعات بحث أخرى تجمع أفرادا أو عناصر لها خصائص أخرى"¹، وهذا النوع من المجتمعات يختلف حسب طبيعة المشكلة المدروسة، فهناك عدد معتبر من السمات العامة يركز عليها الباحث لضبط خصائص

¹-لمياء مرتاض، ديناميكية البحث في العلوم الإنسانية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع-الجزائر، ص202.

مجتمع بحثه، ومن أبرز هذه السمات: الجنس المستوى التعليمي، الحالة الاقتصادية، الحالة الاجتماعية، مكان الإقامة، طبيعة الوظيفة، سنوات العمل¹.

وبما أن دراستنا تهدف إلى معرفة دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل الاتصال المؤسسي خلال أزمة كورونا.

وذلك بالتطرق الي معرفة كيف ساهمت هذه الوسائط من الحد في انتشار فيروس كورونا ، فمجتمع بحثنا يتكون من عينة من العاملين بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام . و العينة حسب تعريف **عمار بوحوش** : " هي جزء من مجتمع البحث بمعنى إن تكون و جهات نظر العينة متشابهة أو مقارنة لوجهات نظر المجتمع الأصلي"²

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية و تعرف العينة القصدية بأنها الطرق المستخدمة حال معرفة الباحث للمعالم الإحصائية للمجتمع و خصائصه لأنها تتكون من مفردات تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا جيدا .³

و تمثل عدد العينة في المؤسسة العمومية للصحة الجوارية علي 30 عينة من الموظفين ورؤساء المصالح و عليه تم توزيع 30 استمارة .

9. حدود الدراسة:

➤ المجال الزمني:

يرتبط المجال الزمني لدراستنا بداية باختيار الموضوع مع بداية السنة الجامعية ، و تحديدا أواخر شهر نوفمبر الفين واثنان وعشرين ، حيث قمنا مبدئيا بعملية إحصائية للمراجع المتعلقة بشكل مباشر أو غير مباشر بموضوع الدراسة ، ثم مرحلة البحث الوثائقي ، لتأتي عملية تسطير الخطة المنهجية للدراسة، أما الجانب الميداني للدراسة، فكانت الانطلاقة شهر ماي

¹ - محمد الفاتح حمدي، سميرة سطو طاح، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، ط1، دار

الحامد، (د، ب، ن)، 2019، ص 92.

² عمار بوحوش: "مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1995، ص45 .

³ خضير شعبان: "مصطلحات في الإعلام والاتصال"، دار اللسان العربي، الجزائر، ط1، 1422هـ، ص76 .

حيث تم إعداد استمارة استبيانيه بالإضافة الى أسئلة المقابلة وتم تحديد العينة التي تتكون من موظفين ورؤساء مصالح بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام

➤ المجال المكاني:

اخترنا توزيع استمارات على موظفي المؤسسة العمومية للصحة الجوارية من سلك إداري وسلك طبي وشبه طبيين.

10. تحديد المفاهيم:

تعتبر عملية تحديد المفاهيم عملية مهمة وأساسية في ضبط تصور ومسار الدراسة حتى يتضح الامر ،سواءا بالنسبة للباحث او الدارس ومنه التعرف على الكلمات المفتاحية في الدراسة حيث تمثلت المفاهيم المفتاحية لهذه الدراسة في:

أ- الدور:

لغة: دور جمع أدوار ،مصدر من دار عودة الشيء الى ماكان عليه ،والدور طبقة من الشيء المدار بعضه فوق بعضه الاخر ،وفي الموسيقى قطعة مركبة من بيتين فأكثر ،وعلم الادوار هو علم الموسيقى¹

اصطلاحا:

هو "نموذج يتركز حول بعض الحقوق والواجبات ،ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل الجماعة أو موقف اجتماعي معين² أي أن الدور يحدد لأفراد المجتمع مايتوجب القيام به وكذا ما يتمتعون به من حقوق وهذا من خلال المكانة التي يحتلها ويشغلها الفرد في هذا المجتمع ،كما عرف الدور بأنه : "وظيفة أو مكانة الانسان الفرد في موقف كدور الاب والطبيب والقائد والداعية وهو الجانب الحركي للمركز أو هو كيفية التمتع بالحقوق وتحمل الواجبات التي يمنحها

¹ جبران مسعود:الرائد معجم ألف بائي في اللغة والاعلام ،دار العلم للملايين،بيروت ،2005،ص 412.

محمد عبد الرحمان وآخرون:المعجم الشامل للترجمة مصطلحات علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي،دار الوفاء،الاسكندرية، ط²،1،2013،

أو يفرضها المركز"¹، بناء على هذا التعريف فإن كل فرد في المجتمع يقوم بوظائف معينة حيث انها تعكس الدور الذي يقوم به والدور أيضا هو: "تعبير عن التوقعات هي انعكاسات لنوع الانشطة المشتركة بينه وبين المرسل اليه، وكلما كانت الانشطة المشتركة متوفرة بكثرة كلما كان الدور الذي يقوم به المرسل تجاه المرسل اليه اقل مجهود يعبر فعل مكتسب ليس بوليد الفطرة إذ ان الفرد يولد في بيئة معينة ويتعلم ويكتسب دور في هذه البيئة ،وعند انتقاله الى بيئة أخرى يتغير الذي يقوم به، وعلى أساس هذا التباين في تعاريف الدور سنعرض التعريف الاجرائي التالي له.

اجرائيا: الدور هو ذلك الاداء المتعلق بوسيلة معينة والتغيير الذي يمكن أن تحدثه في المؤسسة

ب - الاتصال المؤسساتي:

اصطلاحا:

يعرفه الباحث rogers بأنه عن "عملية هادفة تتم بين طرفين أو أكثر لتبادل المعلومات والآراء للتأثير في المواقف والاتجاهات"² نلاحظ على هذا التعريف أنه لم يقم بتبيان لنوع الاطراف التي يكون بينها هذا الاتصال المؤسساتي الذي قد يكون بين المؤسسة والجمهور الخارجي وبالتالي اعتباره اتصالا خارجيا أو بين عمال المؤسسة فيما بينهم وبالتالي اتصالا داخليا أو جامعا لكليهما وبالتالي اتصالا مؤسساتيا ،لأن هذا النوع من الاتصال هو "من الفروع الجديدة في العلوم الاجتماعية ونظرية التنظيم ونظريات الاتصال"³ فهذا التعريف اذا نلاحظ عليه أنه يعكس اهمية الاتصال المؤسساتي ويعتبره فرعا تمتد فروعه الى عدة علوم ونظريات ،ومن خلال هذا الامتداد يمكننا اعتبار الاتصال المؤسساتي بأنه ليس مرتبطا فقط بمؤسسات معينة ضمن مجال معين أو نظرية محددة أي أن كل مؤسسة ذات نشاط معين بإمكانها ممارسة هذا النوع من الاتصال ،وهذا الامتداد الى النظريات المتعددة التي قامت بدراسة الاتصال المؤسساتي تبرز قيمته ،هذا

¹ خضير شعبان: مصطلحات في الاعلام والاتصال، ط1، دار اللسان العربي، الجزائر، ص93.

² عبد الرحمان عزي وآخرون: عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص151.

³ مصطفى عشوي: اساس علم النفس الصناعي والتنظيمي، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1992، ص151

وقد تم تعريف الاتصال المؤسساتي أيضا بأنه عبارة عن "عملية نقل وتبادل المعلومات الخاصة بالمنظمة داخلها وخارجها، وهو وسيلة تبادل الافكار والاتجاهات والرغبات بين أعضاء التنظيم، وذلك يساعد على الارتباط والتماسك ومن خلاله يحقق الرئيس الاعلى ومعاونوه التأثير المطلوب في تحريك الجماعة نحو الهدف¹، نلاحظ من خلال هذا التعريف لمصطلح الاتصال المؤسساتي أنه قد بين وركز على كل جزئي الاتصال المؤسساتي الداخلى والخارجي.

اجرائيا: الاتصال المؤسساتي هو الاتصال الذي تقوم به المؤسسة على المستوى الداخلى والخارجي سواء لتحقيق التنظيم والتسيق فيها.

ج- الأزمة:

لغة: تعرف في المعجم الوسيط بأنها "الشدة والقحط، أما في المجدد فإن أصل الكلمة مشتق من زام زؤوما أي مات سريعا" اذا فالأزمة لغويا مردها الى نهاية الشئ.

اصطلاحا: وردت العديد من التعريفات فيما يخص مصطلح الأزمة فقد عرفت بأنها: "حالة توتر ونقطة تحول تتطلب قرار تنتج عنه مواقف جديدة سلبية كانت أم ايجابية تؤثر على مختلف الكيانات ذات العلاقة"² نلاحظ من خلال هذا التعريف للأزمة أنه يؤكد على ضرورة اجراء قرارات للتعديل عند حدوث ازمة ما ولكن ليس بالضرورة أن حدوث أي أزمة يتطلب مواقف وقرارات جديدة خاصة اذا كانت قرارات المؤسسة تحوى قرارات بديلة أو أن هذه الأزمة لها انعكاسات ايجابية على قسم معين أو المؤسسة ككل على اعتبار أن الأزمة هي "حدث او موقف مفاجئ يؤدي الى تغيير في البيئة الداخلية أو الخارجية للدولة، ينشأ عنه تهديم لقيم أو أهداف أو مصالح أو أمن الدولة الخارجي أو الشرعية الدستورية ويتطلب سرعة التدخل والمواجهة للتحكم في تأثيراتها المختلفة المنتظرة والمتوقعة"³، نلاحظ من خلال هذا التعريف انه خاص بالأزمة الدولية وقد عرض خاتمة من خصائص الازمة-المفاجئة- وكذا ماينجر عنها من انعكاسات.

¹ منال طلحت محمود: مدخل الى علم الاتصال، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2002، ص22.

² عليوة السيد: ادارة الوقت وادارة الازمات: دار الأمين، القاهرة، 2007، ص33.

³ محمد نصر مهنا: ادارة الازمات، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2004، ص243.

د - مفهوم المؤسسة:

لغة: "ورد في معجم لسان العرب لابن منصور في فعل "أسس" والأسس والاساس: كل مبتدأ بشئ والاساس أصل البناء أي يؤسسه تأسيساً"¹ وكلمة مؤسسة هي بالواقع ترجمة لكلمة أي المقالة وهي التي تطلق على أي تجمع اقتصادي أو اجتماعي مؤسس بصفة رسمية حيث هناك عدة مؤسسات منها سياسية اجتماعية اقتصادية تربوية... الخ.

وحسب المنجد الأبجدي مأخوذ من فعل أسس وتعني جمعية أو شركة.

اصطلاحاً: توجد عدة تعاريف للمؤسسة نذكر من بينها:

المؤسسة يعرفها مختص المناجمنت والتنظيم الإداري بأنها "عبارة عن تنظيم يضع قيد العمل مختلف إمكانياته القصوى لتحقيق الأهداف التي تحدد من أجل انتاج وتسويق المنافع والخدمات"².

وقد عرفت المؤسسة بتعريف اجتماعي وذلك بعد سنة 1929 أي في العلاقات حيث "تعتبر بأنها منظمة اجتماعية تتألف من خليط غير متجانس من الافراد ثقافة وانحدارا وهذه الاختلافات تنعكس على ما يتكون من صورة ذهنية عن هذه المؤسسة فهي تعيش في بيئة اجتماعية وسط مجتمع معين يؤثر بها وتؤثر به"³

"المؤسسة هي تنظيم إنتاجي معين، الهدف منه هو ايجاد قيمة تسويقية معينة من خلال الجمع بين عوامل إنتاجية معينة يتم بيعها في السوق لتحقيق الربح المتحصل من الفرق بين الإيراد الكلي الناتج عن ضرب سعر السلعة في الكمية المباعة منها وتكاليف الإنتاج"⁴

حسب كارل ماكس: "المؤسسة الحرة تتميز بأنها عدد كبير من العمال يعملون في نفس الوقت تحت إشراف المقاومة الذي يعتبر روح المؤسسة."⁵

¹الطاهر بن خلف الله وآخرون: الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الرابع، دار هومة، الجزائر، 2003، ص27.

² معن خليل العمر: معجم علم الاجتماع، دار الشروق، الاردن، 2000، ص339.

³ مصطفى حجازي: الاتصال في العلاقات الإنسانية والإدارية، ط2، دار الطليعة، بيروت، 1992، ص19.

⁴ محمد علام اعتماد: دراسات في علم الاجتماع التنظيمي، المكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1994، ص72.

⁵ صمويل عبود: اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص58.

المؤسسة: "هي جميع أشكال المنظمات الاقتصادية المستعملة ماليا هدفها توفير الانتاج أن تعريف السوق وهي منظمة ومجهزة بكيفية توزع فيها المهام والمسؤوليات ،ويمكن أن تعرف أنها وحدة اقتصادية تتجمع فيها الموارد البشرية والمادية اللازمة لإنتاج اقتصادي".

المؤسسة هي تركيبة يبدعها الإنسان بالتعاون مع الأفراد الآخرين من المجتمع ،ويتمثل مفهوم المؤسسة في كل التنظيمات القائمة في المجتمع كالعائلة المشروع الاقتصادي الهيئات السياسية والقانونية وغيرها.

هـ - المؤسسة الخدمائية: هي كل مؤسسة يتحدد غرضها الاساسي في تقديم الخدمة للعميل ومن امثله هذه المؤسسات المستشفيات ،الفنادق، المؤسسات التعليمية حيث يكون المؤسسة مبدؤها ارضاء العميل¹.

11. الدراسات السابقة:

من المهم جدا لأي باحث إجتماعي أن يضطلع على البحوث التي سبقت بحثه لأن اطلاعه على ما سبق بحثه لتفادي التكرار والأخطاء الآخرين، وقد يسمح له ذلك بفهم الموضوع بحثه أكثر وإختيار الطرق والإجراءات المنهجية الملائمة لدارسة فضلا عن هذه الدراسات تتضمن قوائم بالمراجع العامة التي إعتمدت عليها فتفيد الباحث في التعريف ومصادرة لذلك حاولنا قدر الإمكان حصول على دراسات سابقة أو مشابهة لهذه الدراسة

الدراسة الأولى: وبعنوان " واقع الإتصال الداخلي في مؤسسة الوطنية لتأمين وإعادة التأمين " بالوحدة الجهوية بعناية لنيل شهادة ماجيستر في علوم الإعلام و الإتصال سنة 1999-2000 وتطور اشكالية هذه الدراسة حول الإتصال في المؤسسة ودوره في تسيير وتنظيم العلاقات بين الأفراد والهيكل التنظيم وكذا تنظيم مختلف السيرورات والتأثير الذي يلعبه على أداء الأفكار الآخرين، وذلك لتحقيق الإنسجام وتحفيز المؤسسة لكل عضو في المؤسسة الجزائرية كما تناولت الإشكالية سعي المؤسسة الجزائرية لتبني الإتصال في تعاملها داخليا وخارجيا لتعزيز

¹ احمد شاكور العسكري: التسويق "مدخل استراتيجي" دار الشروق، بيروت، عمان، 2000، ص16.

مكانتها في البنوك ومسايرة معطيات ا و التوضع في السيرورة الإقتصادية الجديدة وعلى ضوء ما ذكرت صاحبة البحث إشكالياتها في التساؤل التالي : ماهو واقع الإتصال في هذه الشركة في ظل التغيرات الجديدة؟

- نتائج الدراسة:

أهم النتائج التي وصل إليها هي أنه لا زال الإتصال مجرد أوامر .ومن القمة إلي القاعدة فقط أما بالنسبة للخلايا فهي تبقى مجرد مصلحة لإنعدام الإتصال فيها.
الدراسة الثانية: بعنوان " دور الاتصال المؤسساتي في رفع الأداء الوظيفي لدى مستخدمي الإدارة المحلية ؟".

جاءت هذه الدراسة استكمالاً لنيل درجة الماجستير من إعداد الباحث محمد عزوز، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة الجزائر، 2004 -2010.
انطلق الباحث في دراسته من أفكار أساسية بدايتها الحديث عن الاتصال بكونه ميزة المجتمع الإنساني وما يوفره له من أهداف ليعرج بعدها الحديث عن الاتصال المؤسساتي و أهميته في الإدارة المحلية و تسييره للعاملين وتحسينه لمستوى الأداء الوظيفي لديهم، ليحصر دراسته في الاتصال الداخلي ودوره في الأداء الوظيفي، حيث أن هذه الدراسة جاءت هادفة إلى معرفة دور الاتصال الداخلي للإدارة المحلية في التأثير على مستوى الأداء الوظيفي لدى العاملين، وهذا من خلال طرح التساؤلين التاليين فيما تعدد وسائل الاتصال الداخلي يؤثر على أداء الموظفين ؟ هل هناك عوامل تؤثر في عملية الاتصال التي تساهم في التأثير على أداء الموظفين ؟
قد توصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:
أن تعدد وسائل الاتصال له دور في رفع الأداء الوظيفي لدى العاملين وتحسينه وترقية الأداء
أن الأداء يسجل نسب أعلى عند استعمال وسائل الاتصال المتعددة بكثرة داخل الإدارة وأن العملية الاتصالية داخل الإدارة تعترضها بعض المعوقات الفنية والادراكية
الدراسة الثالثة:

وهي دراسة المركز البحوث والدراسات الإدارية بالمملكة العربية السعودية، معدة من طرف الباحث عجلان بن محمد. الشهري، ومعنوية التقنيات المكتبة الحديثة، والوظائف الإدارية المعاونة والأجهزة الحكومية والتي قام بها سنة 1999 وعلى العموم تناول صاحب هذه الدراسة الإشكالية التالية:

استخدام تكنولوجيا اتصال الحديثة على الأعمال المكتبية في أجهزة الحكومية ومن جهة النظر الموظفين وموافقهم نحو هذه التكنولوجيات فيما يتعلق بالإنتاجية وتحسين أساليب الاتصال ومحيط العمل

نتائج الدراسة:

وقد توصل هذه الدراسة إلى أن التكنولوجيا الاتصال الحديثة لها آثار إيجابية على مستوى الأداء ونوعية الاتصال حسب نظرة الموظفين .

تكنولوجيا الاتصال تسهل العمل المكتبي وهي أكثر دقة وسرعة.

التعليق على الدراسات السابقة :

لقد اعتمدنا على الدراسات التي ذكرت سابقا كونها ساعدتنا في بلورة مشكلة البحث ،وتحديد أبعادها، كما زودتنا بالعديد من الافكار فهي تعتبر بمثابة تجارب سابقة التمسنا من خلالها الإحاطة بالموضوع محل الدراسة من الناحية النظرية والميدانية لتحديد مشكلة الدراسة ،واختيار الفرضيات الملائمة ،ووضع أسئلة الاستمارة.

وتتشابه هذه الدراسات مع دراستنا من حيث موضوع وسائل الاتصال الجديدة حيث تناولت هذه الدراسات تأثير التقنيات الحديثة للاتصال على الانتاجية وتحسين أساليب الاتصال ومحيط العمل على مستوى المؤسسات ،بالاضافة الى مجتمع البحث المتمثل في العاملين في المؤسسات المدروسة.

اما بالنسبة لأوجه الاختلاف ،كون هذه الدراسات تبحث عن أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على العمال ومردود يتهم، بينما تتمحور دراستنا حول تفعيل وسائط الاتصال الجديدة للاتصال المؤسساتي.

الفصل الأول:

للنقل عام إلى وسائل الاتصال الحديثة

الفصل الأول: مدخل عام إلى وسائط الاتصال الجديدة

المبحث الأول: نشأة و تطور وسائل الاتصال

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن وسائط الاتصال

المطلب الثاني: تعريف وسائط الاتصال

المطلب الثالث: خصائص وسائط الاتصال

المبحث الثاني: وسائط الاتصال الجديدة

المطلب الأول: انواع وسائط التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: خصائص وسائط التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: وظائف وسائط الاتصال الجديدة

تمهيد:

لقت موجة التكنولوجيا الرقمية شيوعا واسعا لاغراض اتصالية واعلامية تسعى لجعل العالم قرية صغيرة من خلال الاعلام الرقمي الذي جعل العالم قرية صغيرة والذي أفرز وسائط متعددة بما يعرف بـ "NEW MEDIA" بهدف تسهيل التواصل بين الأفراد، الى أن باتت وسيلة لحماية حياة الأفراد في ظل ظهور جائحة كورونا التي فرضت التباعد بين الأفراد وحتمت التواصل عبر وسائط الاتصال الجديدة التي أصبحت المنفذ الوحيد لضمان الاتصال والتواصل بين الأفراد داخل المؤسسة، مما دعى الى ضرورة استحداث المؤسسة الى تقنيات جديدة لضمان الاتصال وأداء وظيفتها الاتصالية .

المبحث الأول: نشأة و تطور وسائل الاتصال

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن وسائط الاتصال

1- ظهور وسائط الاتصال الجديدة

لقد مر الإعلام والاتصال بمراحل عديدة من التطور قبل أن يصبح على ما هو عليه اليوم، وسائل الإعلام والاتصال منذ ظهورها كانت تؤكد على أن الإعلام أو بالأحرى المحتوى الإعلامي لم يكن غريبا على الأمم السابقة فقد عرفته ومارسته وان لم تكن ممارسته مرتبطة بمنهج أو منظمة من قبلعلم وآلية في التطبيق، أو تقنن له نظريات كما نشهد اليوم فقد كانت وسائل الإعلام والاتصال فيالعصور الماضية وسائل فطرية لإشباع الحاجات الأساسية لدى الإنسان.فكما تعددت مداخل النظر في مفهوم الإعلام الجديد وتطور وسائله في سياقات تاريخيةوتكنولوجية مختلفة. فبعض ممن تصدوا للبحث في فكرة الإعلام الجديد الذي تولد من خلال الثورة الرقمية والإنترنت وما يليهما من تطبيقات في الخمسين عاما الماضية، وباحثون آخرون مثل "ديفيس" davis " و"واين Owen " الذينيريا انطلاقتهم من خلال مجموعة من الأشكال الإعلامية الجديدة التي غيرت تماما نموذج الإعلام التقليدي كبرنامجMtv الموسيقية على سبيل المثال، وهي برامج غيرت شاشات التلفزيون بشكل انقلابي، وهما لا يغفلان دور التكنولوجيا الرقمية وظهور الإنترنت في بلورة هذا النوع من الإعلام والاتصال، ولكنهما يختلفان مع بقية الباحثين حول تاريخ بدايات حقبة الإعلام والاتصال الجديد¹. أين شهدت هذه الوسائل تطورا هائلا، بحيث حقق طفرة واضحة نشهدها إاليوم من خلال الأساليب التقنية الحديثة حيث ألغت وسائل الإعلام. والاتصال الجديدة المسافات وتوصلت إلى تلاشي عامل الزمن ونقلص المسافات².

¹ عباسمصطفىصادق:الإعلامالجديد) المفاهيم,الوسائل, والتطبيقات (،ط1،) عمان: دارالشروق، 2008، 220
² محمد محمود سفر: الاعلام موقف، ط1 جدة توهامة 1982 ص 19.

وتقترن الجذور التاريخية لفكرة الحق في الاتصال وفق الجانب القانوني، بالدعوة إلى حرية الرأي وحرية التعبير والتي حصلت على أول اعتراف رسمي بها في المادة (11) من ميثاق حقوق الإنسان الذي أعلن في فرنسا عام 1789 غداة الثورة الفرنسية والذي نص على أن "التداول الحر للأفكار والآراء هو احد حقوق الإنسان المهمة والتي يجب التركيز عليها"، فيجوز لأي مواطن أن يتكلم و يكتب ويطبع بصورة حرة مع مسؤوليته عن سوء استخدام هذه الحرية. ثم بدأ تعبير حرية الإعلام يحل محل حرية الصحافة أو يقترن به ليوسع مداه في أعقاب الحرب العالمية الثانية مع التطور السريع لوسائل الإعلام. والاتصال وتقنياتها وشيوع الحركات التحررية¹. وفي عام 1946 اتخذت الجمعية العامة للأمم المتحدة قرارها رقم (59) الذي نص على "حرية تداول المعلومات من حقوق الإنسان الأساسية وهي المعيار الذي تقاس به جميع الحريات لجميع الدول"، أما في عام 1959 فقد طلب المجلس الاقتصادي والاجتماعي في منظمة الأمم المتحدة من "اليونسكو" أنتعد للجمعية العامة للأمم برنامجا لدعم التطوير ووسائل الإعلام الجماهيرية في كل أنحاء العالم لكن لمتحقق هذه الطلبات إلا في السبعينات بسبب ظروف التخلف الاقتصادي. وفي جانفي 1960 عقد أول اجتماع خاص بتطوير وسائل الاتصال في آسيا في "بانكوك"، ثم تلتها سلسلة من الاجتماعات لمعالجة مشكلة التدفق الإخباري الغربي، والنهوض بإنشاء وكالات إقليمية ووطنية في أمريكا اللاتينية².

كما قامت الأمم المتحدة بعقد اتفاقية أخرى في نفس السياق سنة 1966 حيث نص في موادها (18-19-20) على "حق كل فرد في اعتناق الآراء والمعتقدات وعلى حقه في حرية التعبير واستقاء المعلومات والأفكار من كل نوع وتلقيها ونقلها"³ ، وفي "باريس" أصدرت الجلسة العامة السابعة عشر لليونسكو" عام 1972 الإعلان عن المبادئ الهامة حول استخدام البث الفضائي من اجل التدفق الحر للمعلومات وقد أكد الإعلان عن ضرورة السيادة الثقافية والسيطرة

¹ منذر صالح جاسم الزبيدي: دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي، ط1 عمان ، مكتبة حامد للنشر والتوزيع 2013، ص 37.

² عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد، مرجع سابق، ص 18

³ منذر صالح جاسم الزبيدي: نفس المرجع، ص 38-39.

الدولية على دقة بث الأخبار¹ ، فقد كان تطور وسائل الإعلام والاتصال وممارستها بتطور الجانب القانوني لها وبالتزامن مع التطور في الوسيلة أو التقنية. أما البث الإذاعي للراديو والتلفاز فقد جاء مع النصف الأول من القرن العشرين، بالتوازي في نفس الوقت مع صناعة السينما التي بدأت في التشكل في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، أما في منتصف القرن العشرين قد أسهم خط الهاتف تحت المحيط الأطلنطي في توسيع فعالية الإعلام الدولي حينها، وبعد فترة وجيزة من تلك التطورات بدأت تكنولوجيا الأطباق اللاقطة والبث عن طريق الأسلاك في الظهور، كما تم التوسع في تكنولوجيا الهاتف والراديو والتلفزيون وكل أشكال وسائل الاتصال الأخرى، إلى غاية حلول الإنترنت مرافقا بذلك تقنيات الرقمية الجديدة في مجال وسائط الاتصال والإعلام الدولية، في حين يظل الإنترنت الوسيلة الأكثر تميزا لاعتباره موجة إعلام و اتصال دولية وبالأحرى نظاما إعلاميا اتصالي فردي نشهده لغاية اليوم².

يعود التأثير الفعلي للإعلام الجديد في الحقل السياسي إلى فترة ما بعد الحرب الباردة بعد التطورات الحاصلة في الثورة الصناعية والمعلوماتية. بحيث استغلت الأحداث السياسية هذا التطور بغية نشر أيديولوجياتها - الليبرالية والرأسمالية - خاصة بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية بعد سقوط الاتحاد السوفياتي واكتساح القطب الواحد النظام الدولي. كما ساهم الإعلام الجديد في تفعيل صدى عدة ظواهر أصبحت قضايا دولية، منها الإرهاب الدولي، وتبعات الاحتباس الحراري ، والنفط، مما أدى إلى شيوع. واقتتران عدة متغيرات دولية ببعضها بفعل ظاهرة إعلامية حديثة تسمى "العولمة"³.

وقد نشأ الإعلام الإلكتروني نشأة عشوائية على إثر تطور الشبكة المعلوماتية العالمية الإنترنت وتزايدت استخداماتها، فظهرت ملامحه الأولى مع ظهور الإنترنت عام (1969) في الولايات

¹ عباس مصطفى صادق: نفس المرجع، ص 18

² حسني نصر وعبد الله الكندي: مترجم، الاعلام الدولي النظريات -الاتجاهات والملكية، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة

2013، ص 444-445.

³ موسى جواد المرسي: الاعلام الجديد، ص 11.

المتحدة الأمريكية تحديداً، حينما كلفت وزارة الدفاع الأمريكية مجموعة من الباحثين بمهمة البحث لإيجاد شبكة اتصالات تستطيع أن تستمر في الوجود حتى في حالة هجوم نووي، وللتأكد بأن الاتصالات الحربية يمكن استمرارها في حالة حدوث أي حرب، قامت مجموعة من علماء جامعة كاليفورنيا بتجربة علمية كانت محاولة لربط جهاز حاسب آلي في مدينة لوس أنجلوس بجهاز آخر في مدينة (منلو بارك) بواسطة خطهاقي؛ بحيث يستطيع الجهازان العمل معاً في شكل نظام اتصال مغلق، كانت هذه التجربة جزءاً من متطلبات إيجاد وسائل اتصال ذات فاعلية ومضمونة لإبقاء الصواريخ النووية الأمريكية قابلة للاستخدام. حتى بعد تعرض أمريكا لضربة مدمرة، ففرضت العولمة نفسها بعد انهيار الشيوعية باعتبارها النقطة المفصلية، وأفرزت نظاماً عالمياً يعتمد على الانفتاح الإعلامي الدولي، وعلى التجدد السريع للتكنولوجيا، وزيادة التقارب الاتصالي بين الدول، حيث كان من ميزات الثورة الاتصالية التي رفقتها حركة اجتماعية دولية، وأصبحت تستخدم بموجبها أشكالاً جديدة، من وسائل النقل وتكنولوجيا الاتصال المرئية، خلقت نوعاً من الاندماج الأمامي¹، ومن هنا يذهب قسم من الباحثين إلى الحديث عن مفهوم "عولمة الإعلام" بوصفه عملية تهدف إلى التعاضد المتسارع والمستمر فيقدرة وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية بين المجتمعات، بفضل ما توفره التكنولوجيا الحديثة، وذلك لدعم توحيد أسواق العالم ودمجها من ناحية، وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصالات، على حساب تقليص سلطة ودور الدولة في المجال الإعلامي من ناحية أخرى.

¹ موسى جواد المرسي: الإعلام الجديد، ص 13.

المطلب الثاني: مفهوم وسائط الاتصال الجديدة.

بداية ومدخل للدراسة لابد من توضيح أن مفهوم وسائل الإعلام والاتصال الجديدة هو مفهوم حديث العهد، مثير للجدل، لم يجد تعريفا واحدا بين المنظرين نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته. فقد عكس هذا المفهوم في بداياته التطور التقني الكبير الذي طرأ على استخدام تكنولوجيا الصوت والصورة في الإعلام والاتصال، وبعد ثورة الإنترنت أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد. والجماعات على هذه الشبكة العنكبوتية العملاقة.

1-الاتصال: " يرجع اصل كلمة الاتصال communication إلى الكلمة اللاتينية "commence" ومعناها مشترك وعام وبالتالي الاتصال يتضمن المشاركة والتفاهم حول فكرة معينة أو سلوك أو اتجاه. أما في اللغة العربية فقد ورد تحديدها بمعنى الصلة وبلوغ الغاية فوصل الشيء إلى الشيء وصلا وتوصل اليه انتهى اليه وبلغها اصطلاحا: فيعرف بأنه نقلا لأفكار والمشاعر والمعلومات والتأثيرات بالإضافة إلى التوزيع والتفاوض¹. ويعرف أيضا بأنه انتقال المعلومات، الحقائق، الأفكار، الآراء و المشاعر أيضا، فالاتصال هو نشاط أنساني حيوي وهو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى العلاقة المتضمنة فيه، وهو العملية التي يعبر فيها الإنسان عن أفكاره إلى الآخرين بهدف التأثير فيهم وتعديل اتجاهاتهم والإبقاء عليها، وهذا يتطلب نوعية الوسائل المستخدمة في التعبير، ونوعية الموضوع أو الأفكار، ومدى الوضوح في عرض الأفكار والموضوعات²

¹ طه حسين الزبيدي: معجم مصطلح الدعوة الإسلامية، عربي انجليزي، ط1، بغداد دار النفائس للنشر والتوزيع، 2010، ص12.

² منال طلعت محمود: مدخل الى علم الاتصال، الاسكندرية دار الجامعة، 2002، ص17.

2- مفهوم وسائط الاتصال الجديدة:

حسب قاموس التكنولوجيا الرفيعة، Gigh-Tech Dictionry يعرف الإعلام الجديد بأنه: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة". تعرف أيضا ب: "الطرق الجديدة في الإعلام والاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات من الناس بإمكانية الانتقاء والتجمع على الأنترنت، وتبادل المعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم اجمع¹.

كما تعرف أيضا بأنها وسائل الإعلام والاتصال الحديثة التي نشأت في ظل البيئة الرقمية، حيث تتميز بالتفاعلية والتنوع في الأشكال والتكنولوجيا. قد ورد تعريفها في الموسوعة الإعلامية بأنها: "الأدوات والنظم التي تساعد على القيام بالاتصال، وتتمثل هذه الأدوات أساسا في الحاسبات الإلكترونية"² يحدد مفهوم وسائل الإعلام والاتصال الجديدة في العملية الاتصالية الناتجة عن اندماج ثلاثة عناصر: 1 الكمبيوتر، 2 الشبكات، 3 الوسائط المتعددة.

فبدمج هذه التقنيات تجعل وسائل الإعلام والاتصال الجديدة مقرا لإلغاء الضوابط والحدود، التي تنقل دور الإعلام، من خلال العمل بآليات: الترميز الرقمي للصوت والنصوص والصور واستخدام. الألياف، والخطوط البصرية، بذلك تم تحقيق اختراق في التحولات الرقمية واسعة النطاق³.

تتعدد مرادفات وسائل الإعلام والاتصال الجديدة حيث يطلق عليها العديد من المسميات والمصطلحات منها: الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال (Online Media)، الإعلام السيبروتي (Cyber Media)، الإعلام التشعبي (Hyper Media)⁴ كما تتعدد وسائل

¹ عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد المفاهيم، الوسائل والتطبيقات، ط1، عمان، دار الشروق، 2008، ص31.

² محمد منذر حجاب: الموسوعة الاعلامية، ج2، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص805..

³Barrie Axford and Richard Huggins, New Media and politics (London: SAGE Publications, 2001), P25.

⁴فهد بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الاعلامية، كيف نتعامل مع الاعلام؟ ط1 مكتبة الملك فهد الوطنية، 2010، ص188.

الإعلام والاتصال الجديدة بتعدد أدواتها، وهي تزداد تنوعاً ونموً وتداخلاً مع مرور الوقت وزيادة التطور الرقمي ويمكن تحديد هذه الوسائل في:

المحطات التلفزيونية التفاعلية، والكابل الرقمي، والصحافة الإلكترونية، ومنتديات الحوار والمدونات، والمواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومقاطع الفيديو، والإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية، وغيرها. بالإضافة إلى الهواتف الجوال التي تنقل الإذاعات الرقمية، والبث التلفزيوني التفاعلي، ومواقع الإنترنت والموسيقى، ومقاطع الفيديو والمتاجرة بالأسهم، والأحوال الجوية وحركات الطيران، والخرائط الرقمية، ومجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة.

3. مفاهيم ذات صلة بمفهوم وسائط الاتصال الجديدة:

1.3 تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة: Technology new communication

إذا حاولنا تعريف "تكنولوجيا الاتصال الحديثة" سوف تواجهنا مسألتان أولهما ما المقصود بتكنولوجيا الاتصال؟ وثانيهما ما الذي نعني بكلمة "حديثة" خاصة وأن هناك مفهوم آخر يترادف مع تكنولوجيا الاتصال ويحل محله أحياناً، ونعني بذلك مفهوم "تكنولوجيا المعلومات"

إضافة إلى ما تثيره كلمة "حديثة" من إشكاليات تتعلق بالسياق. "Information technology" الذي تستخدم فيه، ويستخدم مصطلح "تكنولوجيا الاتصال الحديثة" في سياق العالم الثالث ليشير إلى التلفزيون، الهاتف المعتمد على الأقمار الصناعية، مسجلات الفيديو كاسيت والتكنولوجيا التفاعلية المستعينة بالحاسب والتراسل الإلكتروني والتيليكس والفيديو. وتعرف تكنولوجيا الاتصال الحديثة بأنها: "أداة أو جهاز أو وسيلة تقنية يمكن استخدامها في معالجة البيانات والمعلومات على مستويات إنتاجية وتخزينها واستقبالها وتوزيعها أو بثها"، وينطبق ذلك على مدبوع من التقنيات ونظم الاتصال الرقمية ومنها: نظام الاتصال المستعينة بالحاسب (مثل الأنترنت)، ونظم استقبال رسائل الأقمار الصناعية، الاتصالات عن بعد

وتجهيزات المكتب الحديثة (مثل أجهزة الفاكس والمساحات الضوئية) ، كما يشمل ذلك تقنيات أخرى مثل: مسجلات الفيديو كاسيت وكاميرات¹. تجدر الإشارة إلى أنه لا يوجد تعريف محدد ومتفق عليه لمصطلح "تكنولوجيا الاتصال الحديثة"، لأن كلمة "حديثة" ذات طابع نسبي، فما يعتبر حديث اليوم يكون قديم الغد، و ما هو حديث في المجتمع النامي يعتبر قديم في المجتمعات الغربية المتقدمة في تكنولوجيات الاتصال، لذلك فإن كلمة "حديثة" تستعمل على إعادة تعريف تكنولوجيا الاتصال بصفة دائمة ومستمرة. هناك مفاهيم أخرى ذات علاقة مباشرة بتكنولوجيا الاتصال الجديدة ومنها:

2.3 تكنولوجيا المعلومات: فحسب "محمود علم الدين" و"محمود تيمور عبد الحسين" 1997 ("هي اقتناء واختزان المعلومات وتجهيزها في مختلف صورها وأوعيتها واسترجاعها ونشرها، وتبادلها مع من نحب ووقت ما نريد بسهولة وسرعة فائقة"، أي أنها على العموم التكنولوجيا المستعملة في تفعيل الدور التنقيفي والعلمي والتعليمي للمكتبات الكلاسيكية الورقية، وهي تستعمل تقريبا الروافد المادية والذهنية نفسها المستعملة في التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (الكمبيوتر، الاتصالات السلكية، واللاسلكية...))، مع خصوصية بعض الوسائل مثل أشعة الليزر، والمايكرويف.... الخ.

المطلب الثالث: خصائص وسائط الاتصال الحديثة:

4. خصائص وسائط الاتصال:

هناك جملة من الخصائص تتميز بها وسائط الاتصال الحديثة وهي:

1.4 التفاعلية Interactivity: حيث يؤثر المشاركون في العملية الاتصالية على أدوار الآخرين وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر. وقد ساهمت هذه الخاصية في نوع جديد من منتديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل والمتفاعل عن بعد، مما جعل المتلقي متفاعلا مع وسائل الاتصال تفاعلا إيجابيا.

¹ منال أبو الحسن: أساسيات علم الاجتماع الاعلامي، النظريات، الوظائف والتأثيرات، ط1، دار النشر للجامعات القاهرة، 2006، ص129-130..

2.4 اللامجاهرية Demassification: ما يؤخذ على وسائل الاتصال الحديثة تحولها في توزيع رسائل جماهيرية إلى الميل إلى تحديد هذه الرسائل وتصنيفها لتلائم جماعات نوعية أكثر تخصصاً، وتشير الدلائل إلى أن رؤية "مارشال ماكلوهان" الخاصة بوحدة العالم والحياة في قرية عالمية التي حققتها نهضة وسائل الاتصال الجماهيري خلال عقد الستينات قد أصبحت في حاجة إلى إعادة النظر في عقد التسعينات والقرن الحادي والعشرين.

3.4 اللاتزامنية Asynchmanization: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل مشارك أن يستخدم النظام في الوقت نفسه.

4.4 القابلية الحركية Modality: عني أن هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان ثم نقلها إلى آخر¹.

5.4 قابلية التوصيل: وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنوعة كبرى من أجهزة أخرى، بغض النظر عن الشركة الصناعية لها أو البلد الذي تم فيه التصنيع.

6.4 قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسط إلى آخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس².

7.4 التوجه نحو التصغير: تتجه الوسائل الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر.

8.4 الشبوع والانتشار: ويعني به تغلغل وسائل الاتصال حول العالم وداخل كل طبقة اجتماعية، فتكنولوجيا الاتصال تتجه من الضخم إلى الصغر، ومن المعقد إلى البسيط، ومن الحادي إلى المتعدد مثل: الكمبيوتر الذي تميز في أجياله الأولى بالضخامة والعمليات المحددة ليصبح فيما بعد صغيراً، وفي متناول الشرائح ومتعدد الخدمات والوظائف.

¹ محمد الفاتح الحامدي، ياسين فرقاني، مسعود بوسعدية: تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، ط1، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص8-9.

² حسن عماد مكاي، محمود سليمان علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ط1، مركز جامعة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2000، ص314.

9.4 التداول أو الكونية والعالمية: التطور المتسارع في هذه التكنولوجيا في اتجاه اختصار عامل المسافة و الزمن، هذا التطور بلغ من الأهمية في الحقبة الأخيرة، إلى حد أن أطلق على الكرة الأرضية التي نعيش عليها وصف "القرية العالمية".

10.4 التعقيد وكثافة الاستخدام: تكنولوجيا الاتصال وبالذات المتقدمة منها تتسم بكثافة استخدام رأس المال والتعقيد الشديد وارتفاع التكلفة.

11.4 الاحتكارية وسيطرة قلة قليلة عليها: إن صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حاليًا في عدد من الدول الصناعية الكبرى، ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات، ويؤدي هذا التركيز إلى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية ليس فقط على عملية نقل وتسويق هذه التكنولوجيا ولكن أيضا على طريق إدارتها واستخدامها وصياغتها¹.

5. أهمية تكنولوجيا وسائط الاتصال الحديثة:

تكمن أهمية تكنولوجيا وسائط الاتصال داخل المؤسسة فيما يلي:

- تقليل تكاليف العمل.

- المساهمة في تحسين الجودة من خلال تقليل أوقات العمل والتأخيرات في العمل.

- تحسين الظروف البيئية، إذ تساهم في القضاء على الضوضاء، فضلا عن تقليل نسب التلوث البيئي بشكل كبير.

- تساعد في الاختراعات والتجديدات والإبداعات والخدمات والوسائل والعمليات لإشباع الحاجات والرغبات التي هي في تطور دائم.

- تساعد على تحقيق الميزة التنافسية وكذا المحافظة على البقاء والاستمرارية².

¹ محمد الفاتح حامدي، مسعوديوسعدية، فاتح فرقاني: مرجع سابق، ص 9-10.

² غسان قاسم داود اللامي: ادارة تكنولوجيا مفاهيم ومدخيل تقنيات تطبيقات علمية، ط1 دار المناهج للنشر والتوزيع عمان، 2007، ص 41.

1. أنواع وسائط التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة:

من أهم وسائط التواصل الاجتماعي الحديثة داخل المؤسسة: الحاسوب ومنظومة الشبكات (الأنترنت، الإكسترنت، الهاتف،) التي قدمت للمؤسسة إمكانية البحث عن المعلومات وتسجيلها وتخزينها ثم استرجاعها في الوقت المناسب.

1.1 تكنولوجيا الحاسوب:

"computer" تعريف الحاسوب" هو وسيلة لتجهيز البيانات، بمعنى أنه يستلم البيانات كمدخلات ويجهزها في صورة معلومات كمخرجات، أي أنه مصمم على أساس احتواء قدر كبير من البيانات الداخلية وتخزينها، ثم إنجاز العمليات الحسابية عليها وإجراء المقارنات المنطقية المتعلقة بها، وأخيرا الإمداد بالمعلومات المطلوبة وذلك كله بمعدل سرعة كبيرة"¹

2.1 خصائص الحاسوب:

هنا كمجموعة كبير من الخصائص للحواسيب من أهمها:

1.2.1 السرعة: ونقصد بها سرعة معالجة العمليات الحسابية والمنطقية وحل القضايا التي لا يمكن أن تنفذها سرعة الإنسان.

2.2.1 الدقة: وهي إمكانية تحديد الاحتياجات بالضبط بين الكم الهائل من المعلومات ومصادرها المتاحة ثم الحصول عليها حسب الرغبة والحاجة وعند الطلب.

3.2.1 إمكانية الوثوق والاعتماد: المعلومات التي نحصل عليها من خلال استخدام الحاسوب موثوق بها ويمكن الاعتماد عليها لأن نسبة الخطأ فيها تكاد تكون معدومة مقارنة بالأخطاء البشرية.

4.2.1 القدرة الفائقة على التخزين: تمتاز الحواسيب بقدرتها الفائقة في تخزين كمية هائلة من المعلومات في حيز صغير، وهذه القدرات وفرت على المؤسسات والإدارات المساحات الضخمة التي كانت تكفيها الورق لغرض تخزين المعلومات بشكلها الورقي.

¹ محمد شوقي شادي: الحاسب الالكتروني ونظم المعلومات، د، ط، دار النهضة بيروت، 1983، ص16.

5.2.1 ارتباط الحواسيب بوسائل اتصال عن بعد: إن تطور صناعة تكنولوجيا الحواسيب من حيث السرعة والمعالجة والتخزين والاسترجاع، مع تمكين وسائل الاتصال في الشبكات والبروتوكولات الخاصة بنقل البيانات بأنواعها المختلفة المقروءة والمرئية والمسموعة جعل العالم قرية صغيرة قوساهم بفاعلية كبيرة على ربط المؤسسات بشبكة هائلة من الاتصالات البريدية، وساعد في تطوير التجارة والصناعة¹.

2- الأنترنت:

تعتبر شبكة الأنترنت إمبراطورية أخرى على امتداد التاريخ، فشبكة الأنترنت تغطي على نحو مأكامل مساحة الأرض من القطب الشمالي إلى القطب الجنوبي، وتمتد خيوط اتصالاتها عبر عشرات الأقمار الصناعية، ويشار إلى الأنترنت بالعديد من الألقاب المجازية مثل: "طريق المعلومات السريع"، "المجتمع العالمي" وأحيانا بالاسم الأسطوري "سيبر سبايس"، "cyber space"

1. تعريف الأنترنت:

- تعريف "بيتر دايسون": "مجموعة من شبكات الحاسوب التي تصل ملايين الأجهزة حول العالم عن طريق ما يسمى: "بروتوكول مشترك"، بغية تحقيق أهداف مختلفة: تجارية، ثقافية، شخصية، تعليمية، دينية، سياسية، وتعد شبكة الأنترنت مصدر متميز للمعلومات كونها تتغير وتتجدد باستمرار، واستخدامها يحتاج إلى إتباع خطوات معينة وصحيحة من أجل الاستفادة منها بأقصر الطرق وأكثرها سهولة"².

2. خصائص الأنترنت:

1.2 التفاعلية: وهي السمة المميزة التي تسم الأنترنت، وهي تعمي انتهاء فكرة الأنترنت الخطي، في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل، بحيث يصبح الأنترنت باتجاهين

¹ سليمان مصطفى الدلاهمة: أساسيات نظم المعلومات المحاسبية وتكنولوجيا المعلومات، ط1، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص330.
² جودة أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي: استخدام الحاسوب والأنترنت في ميادين التربية والتعليم، د/ط، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص68.

يتبادل أطراف العملية، ويكون لكل طرف القدرة والحرية والتحكم في عملية الاتصال في الوقت والمكان والزمان الذي يناسبه.

2.2 التنوع: أدى تطوّر المستحدثات الرقمية إلى ارتفاع القدرة على التخزين والإتاحة وتوظيف

أفضل للعملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه، ويتمثل التنوع في الاتصال الرقمي ب:

أ - تنوع أشكال الاتصال عبر الحاسب (اتصال صوتي- بريد إلكتروني- جماعات النقاش- الاتصال بمواقع إلكترونية ومواقع محطات التلفزيون).

ب- التنوع في المحتوى سواء في وظائف هذا المحتوى أو مجالاته (التنوع في محتوى الاتصال

عبر الوسائل - التنوع في امتدادات هذا المحتوى وروابطه وتفسيراته من خلال النصوص).

3.2 التكامل: تتيح عملية الاتصال الرقمي (عبر شبكات الاتصال) مختلف نظم الاتصال

وأشكاله مما يوفر للمستخدم ما يراه مطلوباً من تخزين أو طباعة أو إرسال، لأن هذا النظام يوفر مختلف أساليب التعرّف والإتاحة والتخزين بأسلوب متكامل.

4.2 الفردية والتجزئة: يحقق الاتصال الرقمي للمستخدم حرية كبيرة في التجوّل والاختيار

والاستخدام وتقييم الاستفادة في عملية الاتصال، وهو بذلك يعلي من شأن الفردية.

5.2 تجاوز الحدود الثقافية: شبكة الإنترنت هي مجموعة شبكات دولية وإقليمية تزداد يوماً بعد

يوم ويزداد معها عدد المستخدمين لهذه الشبكة نتيجة توفر إمكانية الاتصال ورفض تكلفته، مما

أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية والوصول إلى العالمية أو الكونية، هذا ما دفع الكثير من

الدول والمجتمعات إلى إنشاء طرق المعلومات السريعة التي ما كانت إلا تعبيراً عن إدراكها

لأهمية الاتصال الثقافي العالمي¹.

6.2 تجاوز وحدة الزمان والمكان: الاتصال الرقمي اتصال عن بعد لا يفترض فيه تواجد

أطراف الاتصال في مكان واحد وفي نفس الوقت (التزامن) إلا في عمليات الدردشة أو

المؤتمرات عن بعد، وأدى ظهور الكثير من الأجهزة الرقمية والهواتف إلى تسهيل إمكانية

¹ مصطفى يوسف كافي: تكنولوجيا الاعلام والاتصال، ط1، دار الاعصار العالمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص68-69-70.

الاتصال مهما تباعدت المسافات بين أطراف عملية الاتصال نظرا لإمكانية الأجهزة والبرامج الرقمية في الاستقبال والإرسال والتخزين والتحميل على الأجهزة والأسطوانات وإعادة استقبالها مرّة أخرى في الوقت المناسب.

3. الفيس بوك " Face book ":

يعد الفيس بوك لوحة إعلانات تفاعلية تم إطلاقه عام 2004 باعتباره شبكة اجتماعية يمكن الدخول والتسجيل فيها بصورة مجانية كما يعتمد على نشر الصور لمجموعة من الأشخاص وهو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليقات، كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمن والمكان ويعد موقع الفيس بوك، واحد من أشهر المواقع على الشبكة العالمية ورائد التواصل الاجتماعي وأصبح موقع الفيس بوك اليوم منبرا افتراضي للتعبير، واتّخذ الشباب اليوم بديلا للأحزاب السياسية العاجزة، بدأ الفيس بوك على يد أحد طلاب جامعة هارفارد يدعى مارك جوكربيرج " حيث بدأ بتصميم موقع على الشبكة الإلكترونية يهدف من خلاله للتواصل مع زملائه فيه ويمكنهم من تبادل صورهم وملفاتهم وآرائهم وأفكارهم¹.

4. تويتر " Twitter ":

تويتر أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين بإرسال رسائل نصية قصيرة " وهو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة "sms" أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيس بوك وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات².

¹ صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان 2015، ص 122، 123
² صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 124.

5. اليوتيوب " you Tube ":

هو عبارة عن شبكة اجتماعية متخصصة بمشاركة الفيديو تسمح للمستخدمين بمشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني ويمكن اليوتيوب المستخدمين من تحميل وتنزيل الصور ومقاطع الفيديو مجانا وبشكل عاجل، تأسس بواسطة ثلاثة موظفين في شركة paypal وهم:

Steve den jawed karim و Chad hurley حيث فكر كل من Chad و hurley

في بداية عام 2005 في إنشاء موقع لمشاركة الفيديوهات حيث كانوا في حفلة عشاء في منزل في سان فرانسيسكو وقاموا بالتقاط بعض الفيديوهات لكنهم واجهوا مشكلة في نشر تلك الفيديوهات ومن هنا جاءت فكرة الموقع، وقد تلقى المشروع في بدايته تمويلا قدره 11,5 مليون دولار كاستثمار وكان أول مقر للموقع في مكتب مؤقت وفي مايو 2005 تم إطلاق النسخة التجريبية من الموقع وبعد 6 شهور وفي نوفمبر 2005 تم إطلاق النسخة الرسمية وفي أكتوبر 2006 كانت أهم اللحظات في تاريخ الموقع حيث قامت شركة جوجل بالإستحوذ على موقع يوتيوب بصفقة ضخمة بلغت قيمتها 1,65 مليار دولار ويقدم الموقع خدماته حاليا كأحد الخدمات الفرعية لشركة جوجل ويقع مقر الشركة الحالي في مدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا، وأول فيديو تم رفعه على اليوتيوب كان من نصيب jawed karim وهو في حديقة الحيوانات خلال صيف 2006 وفكرة اليوتيوب لاقت نجاحا لدى المستخدمين، فكانت بمثابة قنوات خاصة يبث فيها كل فرد ما يخلو...¹

6. الإنترنت:

1. تعريف الإنترنت (intranet):

- تعرف على أنها: "شبكة داخلية خاصة تستخدم كل أدوات الإنترنت، يهدف استخدامها إلى تحسين آليات الاستغلال المشترك للموارد والمعلومات والرفع من كفاءة العمل الذي يغير المؤسسة أو الشركة المعنية". فشبكة الإنترنت تقتصر على مؤسسة بعينها ولا يمكن الدخول إليها إلا للعاملين بالمؤسسة وعن طريق كلمة مرور خاصة، تستخدم تطبيقات الإنترنت بحيث تسمح

¹ياس خضير البياتي: الاعلام الجديد، الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، الامارات العربية المتحدة، 2014، ص333.

بتبادل المعلومات المختلفة داخل المؤسسة التي قد تكون سرية خاصة بالمؤسسة المستخدمة فقط والحصول عليها في الوقت المطلوب وبشكل أسهل وأسرع¹.

- تعرف أيضا: "أنها الشبكة التي يتم تصميمها لمقابلة احتياجات العاملين في المنظمة من المعلومات، و تتضمن عادة معلومات الأرقام الهاتفية، عناوين البريد الإلكتروني للعاملين بالمنظمة، أو لخدمات الرعاية الصحية، أو أنواع البرامج التدريبية، أو أنواع وأسعار المنتجات... الخ". ويلاحظ أن الجماهير خارج المنظمة لا يستطيعون الدخول إلى مواقع الإنترنت، لأن المنظمات تقوم بتصميمها للاستخدام الخاص بأعضائها والعاملين بها فقط. وهي تساعد منظمات الأعمال المعاصرة في عدة مجالات.

2. مزايا الإنترنت:

- الحصول على المعلومات في الوقت الحقيقي أو فور حدوث الحدث المتعلق بها.
- رفع كفاءة عملية الاتصال واتخاذ القرار.
- المساهمة في زيادة تلقائية العمليات الأمر الذي يساهم في عملية التشغيل.
- تقليص في نفقات توزيع المعلومات.
- بالإمكان تأمين تطبيقات تفاعلية تشتمل على نصوص وأصوات وفيديو.
- سهولة الاستخدام من خلال وجود نظام ربط شبكي عالمي².

3. بعض تطبيقات الانترنت:

- المنتديات: ويسمح التبادل بين المشاركين حول موضوع ما.
- الجريدة: ويسمح ببث المعلومات عبر الشبكة لمختلف المستفيدين.
- الملفات: هذا النوع يسمح بتسيير الأرشيف الوثائقي، والملفات يمكن لها أن تقتسم بين مجموعة من المشاركين فقط قصد تجميع الوثائق حول الموضوع الذي يهمهم.

¹ مروى عصام صلاح: الاعلام الإلكتروني في الاسس والافاق والمستقبل، د/ط، دار الوفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص142، 143.

² عامر ابراهيم قندلجي، علاء الدين عبد القادر الجنابي: نظم المعلومات الادارية، وتكنولوجيا المعلومات، ط5 دار الميسرة، عمان 2009، ص182.

- البريد الإلكتروني: وهي تسيير البريد الشخصي، إلى مستعمل الإنترنت والإنترنت يملك علبة للرسائل، وعنوان إلكتروني وبما يمكنه استقبال الرسائل الشخصية

7. الهاتف النقال:

1. تعريف الهاتف النقال:

يعرفه "فوضيلديو": "بأنه عبارة عن جهاز اتصال صغير الحجم مربوط بشبكة للاتصالات اللاسلكية والرقمية ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية والصور عن بعد وبسرعة فائقة". فقد عرف الهاتف النقال بأنه: "هاتف يمكنك حمله معك" كما يعرف بأنه: "Oxford" أما قاموس "جهاز إلكتروني للاتصالات اللاسلكية، قد يشار إليه باسم الهاتف الخليوي، ويرتبط الهاتف النقال بشبكات اتصال لاسلكية من خلال موجات الراديو، أو بث الأقمار الصناعية". يطلق على الهاتف النقال عدة تسميات: الهاتف النقال، الهاتف المحمول أو الخليوي.

- فهو نقال نظرا للقدرة على التنقل به، ونقله من مكان لآخر.

- وهو محمول من الحمل، وأطلق عليه هذا الاسم لأنه يحمل من طرف الشخص وينتقل معه.

- وهو الخليوي نسبة لنظام الخلية الذي يعمل به الجهاز¹.

2. خصائص الهاتف النقال:

يشهد استخدام الهواتف النقالة تطورا مذهلا على مر الزمان وسيظل يشهد المزيد بخطى دائمة التسارع، فالكثير من أجهزة الهاتف النقال لا سيما في بلدان العالم النامية تسمى هواتف أساسية والذي تعتمد هذه المواصفات القياسية الجيل الثاني من النظام العالمي للاتصالات المتنقلة تم استخدامه في عام (1991) ويوفر هذا النظام عدد من الخدمات وتتمثل هذه الخدمات في خدمة:

الرسائل النصية القصيرة (GSM): التي لا تتجاوز 160 حرفا بالإضافة إلى الرسائل الفورية باستخدام بيانات الخدمة المكتملة MSSD وتقوم العديد من تطبيقات الهاتف النقال الأقدم عهدا

¹سمير غانم: الموسوعة العلمية الشاملة، المجلد 10 نوبيليس، بيروت، لبنان، 2004، ص03.

في بلدان العالم النامية على هاتين الخدمتين؛ لأنهما لا تتطلبان خدمات بيانات إضافية أو قيام المستخدم بتنزيل بيانات فضلا عن توفرها في أي جهاز تقريبا، غير أن هذه الخدمات بصراحة ينبغي أن تسمى خدمات شبكية التطبيقات وتم إدخال الأجهزة القادرة على الدخول الأنترنت. التطبيقات الخاصة بالهواتف الذكية: وهي برامج الكترونية تستقر بذاكرة الهاتف وتقوم بوظائف معينة مثل: الدخول إلى المواقع الالكترونية أو الإبلاغ عن موقع الهاتف النقال ووضعها، وأكثر التطبيقات شيوعا هي الألعاب بما يصل إلى نحو 20 % من إجمالي الناتج المحلي. حيث باتت معظم الأجهزة عبارة عن محطات مصغرة للألعاب الإلكترونية وتعتبر بمثابة طريقة سهلة وبسيطة لصنع تجربة مغامرة.

المطلب الثالث: وظائف وسائط الاتصال الجديدة

تتعدد وظائف وسائل الإعلام والاتصال حسب الهدف المراد من خلال إيصال الرسالة أو المعلومة أو حسب نوعية الأثر الذي تسعى لان تحقيقه، أو حسب الظروف البيئية والدولية، فوظائف وسائط الاتصال التقليدية والحديثة تعتبر ذات ماهية واحدة لكن تختلف في جزئياته من تقليدية وجديدة حسب درجة التطور السائدة، فيمكن ان نحدد وظائف وسائط الاتصال الجديدة في النقاط التالية:

1- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه و الاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في إطار واقع وهمي، حيث لا يتم الاتصال وجها لوجه، ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، ومع آخرين يعرف بعضهم. البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته¹

¹ رحيمة الطيب عيساني، مدخلنا للإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1

2 - سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام، حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية، وتنتشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها.

3 - القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار بحث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والافراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الإنترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية، المنتشرة فيها، مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع "المواقع الرقمية التعبوي" التي تعمل بمعزل عن كل النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تساهم في تنمية المشاركة الديمقراطية¹

4 - غياب المصادر وتحري المصادقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية، التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية²

5 - تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشك غير مسبوق، نتيجة خصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي "منبر من لا منبر له" فكل من لا يملك القدرة على الظهور في وسائل الإعلام الرسمية المختلفة أو يعتلي أي منبر إعلامي، يستطيع بث ما يريد ليستقبله عدد كبير من الجمهور

¹ مجد هاشمال هاشمي، الإعلام المعاصر وتقنيات الحديثة، ط 1، الأردن: دار المناهل للنشر والتوزيع، 2006 ص 45.

² رحيمة الطيب عيساني، مرجع سابق، 155.

خاتمة:

يعد استقطاب المؤسسات لوسائط الاتصال الحديثة منفذا لضمان سير العمل داخل المؤسسة بالإضافة إلى التأثير الإيجابي الذي أضفته على العمل داخل المؤسسة وذلك بالخصائص التي تتميز بها وسائط الاتصال الحديثة من السرعة والآنية التي لم تكن تحويها الوسائط التقليدية، حيث اعتبرت هذه الوسائط من الطرق المثلى لمكافحة انتشار فيروس كورونا من خلال فرضها للتباعد الجسدي بين الموظفين وحفاظها على أداء مهامهم في نفس الوقت.

الفصل الثاني

الاتصال المؤسسي

الفصل الثاني: الاتصال المؤسسي

المبحث الأول: عموميات حول المؤسسة

المطلب الأول: مفهوم المؤسسة

المطلب الثاني: أشكال المؤسسة

المطلب الثالث: أنواع المؤسسة

المبحث الثاني: ماهية الاتصال المؤسسي

المطلب الأول: نشأة الاتصال المؤسسي

المطلب الثاني: أنواع الاتصال المؤسسي وفعاليتها

المطلب الثالث: أهداف الاتصال المؤسسي وأهميته

تمهيد:

ان تطور ومصادر المعلومات,كان نتيجة حتمية لتامين سير المعلومات وضمن هذا التطور أصبحت وسائط الاتصال الحديثة وسيلة أساسية لسير المعلومات داخل المؤسسة وخارجها,حيث سعت المؤسسات في ظل هذا الزخم الاتصالي وفي ظل جائحة كورونا استغلال هذه الوسائط من اجل تفعيل الاتصال المؤسسي وضمان سير المؤسسة في ظل التخوف من انتشار الفيروس وتداعياته ،اصبح سبيل المؤسسة الوحيد لضمان الاتصال المؤسسي هو استقطاب واستحداث تقنيات وسائط الاتصال الحديثة.

المبحث الأول: عموميات حول المؤسسة

المطلب الأول: مفهوم المؤسسة:

أ المؤسسة لغة : "ورد في معجم لسان العرب لابن منصور في فعل "أسس" والأسس لاساس كل مبتدأ بشئ والاساس أصل البناء أي يؤسسه تأسيساً"¹ وكلمة مؤسسة هي بالواقع ترجمة لكلمة أي المقابلة وهي التي تطلق على أي تجمع اقتصادي أو اجتماعي مؤسس بصفة رسمية حيث هناك عدة مؤسسات منها سياسية اجتماعية اقتصادية تربوية....الخ. وحسب المنجد الأبجدي مأخوذ من فعل أسس وتعني جمعية أو شركة.

ب اصطلاحاً: توجد عدة تعاريف للمؤسسة نذكر من بينها:

المؤسسة يعرفها مختص المناجمنت والتنظيم الإداري بأنها "عبارة عن تنظيم يضع قيد العمل مختلف إمكانياته القصوى لتحقيق الأهداف التي تحدد من أجل انتاج وتسويق المنافع والخدمات"². وقد عرفت المؤسسة بتعريف اجتماعي وذلك بعد سنة 1929 أي في العلاقات حيث "تعتبر بأنها منظمة اجتماعية تتألف من خليط غير متجانس من الافراد ثقافة وانحدارا وهذه الاختلافات تتعكس على ما يتكون من صورة ذهنية عن هذه المؤسسة فهي تعيش في بيئة اجتماعية وسط مجتمع معين يؤثر بها وتؤثر به"³

"المؤسسة هي تنظيم إنتاجي معين، الهدف منه هو ايجاد قيمة تسويقية معينة من خلال الجمع بين عوامل إنتاجية معينة يتم بيعها في السوق لتحقيق الربح المتحصل من الفرق بين الإيراد الكلي الناتج عن ضرب سعر السلعة في الكمية المباعة منها وتكاليف الانتاج"⁴

حسب كارل ماكس : "المؤسسة الحرة تتميز بأنها عدد كبير من العمال يعملون في نفس الوقت تحت إشراف المقاومة الذي يعتبر روح المؤسسة."⁵

¹ الطاهر بن خلف الله وآخرون: الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الرابع، دار هومة، الجزائر، 2003، ص27.

² معن خليل العمر: معجم علم الاجتماع، دار الشروق، الاردن، 2000، ص339.

³ مصطفى حجازي: الاتصال في العلاقات الإنسانية والإدارية، ط2، دار الطليعة، بيروت، 1992، ص19.

⁴ محمد علام اعتماد: دراسات في علم الاجتماع التنظيمي، المكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1994، ص72.

⁵ صمويل عيود: اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص58.

المؤسسة: "هي جميع أشكال المنظمات الاقتصادية المستعملة ماليا هدفها توفير الانتاج أن تعريف السوق وهي منظمة ومجهزة بكيفية توزع فيها المهام والمسؤوليات ،ويمكن أن تعرف أنها وحدة اقتصادية تتجمع فيها الموارد البشرية والمادية اللازمة لإنتاج اقتصادي."¹

المؤسسة هي تركيبة يبدعها الإنسان بالتعاون مع الأفراد الآخرين من المجتمع ،ويتمثل مفهوم المؤسسة في كل التنظيمات القائمة في المجتمع كالعائلة المشروع الاقتصادي الهيئات السياسية والقانونية وغيرها.

المطلب الثاني: أشكال المؤسسة:

هناك عدة أشكال للمؤسسة و هذا إتباع المعيار المأخوذ فنذكر منها:

1.2 المؤسسات الخاصة : وهي المؤسسات التي تشترك ملكيتها بين القطاع الخاص و القطاع العام.

2.2 المؤسسات العامة : وهي التي تعود ملكيا للدولة، أو الجهات المحلية (البلديات، دوائر، ولايات)

3.2 المؤسسات الصناعية: وهي ذات طابع إنتاجي حيث تختص في صناعة السلع المختلفة سواء تلك التي تتدرج في إطار الصناعة الثقيلة كالحديد والصلب، أو الصناعة الخفيفة كالنسيج

4.2 المؤسسات الفلاحية :وهي التي تهتم بزيادة إنتاجية الأرض تقدم ثلاثة أنواع من الإنتاج النباتي، الحيواني، والإنتاج السمكي.

5.2 المؤسسات التجارية :وهي التي بالنشاط التجاري الذي يتم بعملية البيع والشراء سواء للمؤسسات الخاصة أو المؤسسات العامة .²

6.2 المؤسسات المالية: وهي التي تقوم بالنشاطات المالية كالبنوك و مؤسسات التأمين والضمان الاجتماعي.

1

²مهدي حسن ويلف، كتاب الإدارة ينظرياً ومبادئ، عمان، دار الفكر والنشر والتوزيع، 1996، ص 33

7.2 المؤسسات الخدمائية: هي كل مؤسسة يتحدد غرضها الاساسي في تقديم الخدمة للعميل ومن امثله هذه المؤسسات المستشفيات ،الفنادق، المؤسسات التعليمية حيث يكون المؤسسة مبدؤها ارضاء العميل¹.

المطلب الثالث: أنواع المؤسسة

للمؤسسة أنواع تظهر كالتالي:

1.3 مؤسسات فردية: وهي المؤسسات التي يمتلكها شخص واحد أو عائلية، ولهذا النوع مزايا أهمها صاحب المؤسسة هو الذي يقوم لوحده بالإدارة وتنظيم وتسيير المؤسسة وهذا يسهل العمل واتخاذ القرار، كما يبعد الكثير من المشاكل عن الشركاء.² أما عيوبها:

قلة رأس المال وهذا مادام صاحب المؤسسة هو الذي يقوم لوحده بإمدادها بعنصر رأس المال. صعوبة الحصول على القروض من المؤسسات المالية.

ضعف الخبرة لدى المالك الواحد مما يعرض المؤسسة للمشاكل الفنية والإدارية.

2.3 الشركات: وهي المؤسسة التي تعود ملكيتها إلى شخصين أو أكثر يلتزم كل منهم بتقديم

حصة من المال أو العمل لاقتسام الأرباح والشركات تقسم إلى قسمين

أ - شركات الأشخاص : كشركات الضمان الاجتماعي وشركات ذات مسؤولية محدودة.

ب- شركات الأموال: كشركات الأسهم وشركات المساهمة.... الخ ولهذا النوع من الشركات

مزايا نذكر منها

- سهولة التكوين فهي تحتاج فقط إلى عقد شراكة.

- زيادة القدرة المالية بسبب تضامن الشركاء كما تسهل إمكانية الحصول على القروض.

أما مساوئ هذه الأنواع :

- حياة الشراكة معرضة للخطر في حالة انسحاب أحد الشركاء أو وفاته.

¹ احمد شاكر العسكري: التسويق "مدخل استراتيجي"، دار الشروق، بيروت، عمان، 2000، ص16.

² عبدالعزیز، أصول الإدارة العامة، إسكندرية، منشأة معارف، 1993، ص 14

- تعدد الشركاء قد يؤثر بعض المنازعات والتعارض مما يؤثر سلبا على الشراكة تسعى أي مؤسسة على اختلاف نشاطها سواء الداخلي أو الخارجي الى تحقيق أهداف تجعلها تحقق استمراريتها حتى في أصعب الاوقات التي تواجهها وخلال الازمات ،ولكنها لتحقيق أهدافها هذه يجب أن تكون على دراية بأهمية ومعنى الاتصال المؤسسي وهو ما سنحاول التطرق اليه في هذا الفصل.

المبحث الثاني: ماهية الاتصال المؤسسي:

المطلب الأول: نشأة الاتصال المؤسسي:

عرف الاتصال المؤسسي بعد الحرب العالمية الاولى تدرجا في التطور وفقا لأسس فنية ومنهجية علمية وذلك بفضل جهود المفكرين في هذا المجال خاصة في أمريكا وأوروبا حيث يعتبر ليفيلي رائد العلاقات العامة الذي بدأ حياته الصحفية عام 1903 م، ويرجع عليه الفضل في حث مؤسسات الأعمال التجارية والصناعية على نشر سياستها واعلام الجمهور بأهدافها وأغراضها والعمل على اكتساب ثقة الجمهور فيها وتأييده ومساندته لها ولقد درس المختصون أهمية النشر والاعلام كميدان جديد في عالم التجارة ،ونادوا بأن دور الاتصال المؤسسي ينحصر في نقل اتجاهات الرأي العام الى المؤسسة والعكس.¹

إذا فقد كان للعلاقات الأثر البالغ في لفت انتباه المؤسسات لدور الاتصال المؤسسي سواء في تناقلها للاتجاهات مع الرأي العام نحو هذه المؤسسات. "واستمر نضال اتصال المؤسسة في التطور تحت تأثير وبرعاية الهيئات العسكرية حيث وردت الاشارة في مذكرات الجنرال (فوش) الى دور المكلف بالصحافة الذي قام به احد ضباطه بصفة مؤقتة وبالموازاة مع مهام أخرى وفي نفس فترة بداية القرن العشرين أنشأ "بيجو" أول صحيفة مؤسسية سنة 1926 وفي فرنسا كانت الشركة الوطنية للسكك الحديدية (snCF) عند انشائها عام 1937 أول مؤسسة تزود ب مصلحة صحفية ولم يشهد مجال الاتصال انتعاشا الا خلال فترة الثمانينات²

¹ محمد العزاري، أحمد ادريس: العلاقات العامة وفعالية الإدارة، المكتبة العلمية، مصر، 2004، ص 70 .
² فيصل دليو: اتصال المؤسسة، الأشهار والعلاقات العامة، علاقات مع الصحافة، دار الفجر، القاهرة، 2003، ص 77.

2. مراحل الاتصال المؤسسي:

يعتمد الاتصال المؤسسي على عدة وسائل اتصالية، حيث يكون استعمال هذه الوسائل خاضعا لعدة شروط ضمن المراحل التالية:

1.2 مرحلة التفكير:

"حيث أنه في هذه المرحلة يتم تحديد أهداف المؤسسة وتشخيص الجمهور المستهدف"¹ اي ان مرحلة التفكير تعتبر بمثابة حس نبض للجمهور الذي ستوجه له الرسالة الاتصالية ويكون هذا التفكير في شكل خطة، وهناك من يسميها، بمرحلة الاعداد" اذ لابد من تحديد الهدف من استخدام الوسيلة حيث تختلف الاهداف تبعا لاختلاف المواقف الاتصالية، كما تختلف الوسائل في امكانية تحقيق هذه الاهداف.

2.2 مرحلة التنفيذ والاستخدام:

في هذه المرحلة يتم اختيار الوسيلة المناسبة للموضوع باستثارة اهتمام المرسل للمستقبل بعد أن يتم التحقق من مدى تفهمهم لمحتوى الرسالة والتأكد من فهم الرموز المقدمة ضمنها.

3.2 مرحلة التقييم:

إن هذه المرحلة تجعل المرسل يقوم بمعرفة مدى نجاح الوسيلة التي استخدمها في لرسالة الاتصالية عند تحقيق هدفه"²، ونلاحظ من خلال هذه المراحل أنها تأخذ شكل الخطة الاتصالية للوسائل التي تستخدمها المؤسسة في اتصالها سواء الداخلي أو الخارجي بدءا من أولى خطوات هذه الخطة والمتمثلة في التفكير وذلك بوضع الخطوط العريضة التي ستسير عليها الوسائل الاتصالية، مرورا بمرحلة التنفيذ أي تطبيق الخطوط التي تم رسمها مسبقا لتمر الى مرحلة التقييم التي هي بمثابة رجع الصدى من المستقبل للمرسل من خلال هذه المرحلة يعرف المرسل ما اذا كانت الرسائل التي قدمها قد وصلت وتم فهمها أو لم يتم ذلك

¹ محمد صلاح الحناوي: التسويق مدخل للانظمة والاستراتيجية، دار الجامعات المصرية، الاسكندرية، 1984، ص 203.
² رواية حسن: السلوك في التنظيمات، دار الجامعات المصرية، الاسكندرية، 1998، ص 18.

3. وسائل الاتصال المؤسسي:

1.3. وسائل الاتصال الشفهية:

هي الوسائل التي يتم بواسطتها تبادل المعلومات بين المتصل والمتصل به شفاهة ، عن طريق الكلمة المنطوقة¹ حيث أن هذه الوسائل يكون أساسها الكلام الذي يضم رسالة متمثلة في المعلومات والرموز ومن بين هذه الرسائل نذكر:

***المقابلات:** والتي تعتبر أهم الاساليب الاتصالية الشفهية والهدف منها هو الحصول على الحقائق والوقوف على قدرات طالب وظيفة أو حاجته أو مهارته أو قياس الاتجاهات² عليه فالمقابلة هي أداة التي بواسطتها يقوم القائم بها على طرح تساؤلات سفهية تتنوع وتتحدد طبقا لاهداف التي يسعى الى تحقيقها ومدى تحقيق هذه الاهداف مرهون بمدى تمتعه بمهارات اتصالية معينة من اسلوب المراوغة في الحديث دون ان يمل الطرف الاخر في المقابلة.

***المناقشة:** وهي عبارة عن وسيلة اتصالية ممثلة في شكل "موقف مخطط يشترك فيه مجموعة من الافراد تحت اشراف وتوجيه قيادة معينة لبحث مشكلة او موضوع محدد بطريقة منظمة ويعرف كل فرد فيها دوره بهدف الوصول الى حل لتلك المشكلة أو الموضوع وتحليلها وتفسيرها وتقويمها للتوصل الى أفضل الحلول"³ وعليه فالمناقشة من خلال هذا التعريف يتضح أنها طريقة منظمة في الاتصال كونها تكون تحت مشرف عليها وقيادة موجهة لها، هذا التنظيم في المناقشة سيجعل من المهام الموزعة على الافراد موظفي المؤسسة تكون بانتظام كل ونوعية العمل المكلف به ،ولكن ينبغي أن لا تخرج المناقشة عن حدودها حتى لا يتأزم الحديث ويتغير مجرى الاتصال الى نحو مناقشة حادة ما يخلق مشاكل في المؤسسة.

***الاجتماعات:** هي تعبير عن لقاء فردين أو اكثر لقاء تفاعليا وصولا الى قرار جماعي ،ويختلف عدد الافراد باختلاف الاجتماعات فهي لاتقل عن فردين ولكنها ربما تصل الى

¹ محمد عمر الزعبي، محمد تركي البطانية: القيادة الادارية، ط1، دار وائل عمان، 2014، ص 149.
² أحمد محمد عليق زآخرون: وسائل الاتصال والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2004، ص 84.
³ منى ابراهيم اللبودي: الحوار فنياته واستراتيجياته واساليب تعلمه، مكتبة وهبة، القاهرة، 2002، ص 14.

المئات واحيانا الآلاف، كما تتباين مسميات الاجتماعات بين لقاء عمل أو لجنة أو مؤتمر¹، أي ان الاجتماع ينتهي في مدلوله اللغوي وحتى المضمون الى المؤتمرات تكون ذات جماهيرية كبيرة على عكس الاجتماع الذيهما تعددت جماهيره الا أنه يصطح عليه بالاجتماع، كما أن كلمة المؤتمرات تغلب على الاجتماعات الجد منظمة وخاصة منها الدولية، ولكن تبقى هذه الوسيلة من بين ضروريات المؤسسة.

2.3 وسائل الاتصال المكتوبة:

وهي عبارة عن وسائل تعمل على نقل المعلومات المطلوبة كتابة إلي عدد كبير من الأفراد بالإضافة الى انه يمكن الرجوع اليها في وقت الحاجة فهي تسمح بتوصيل المعلومات كلها وتقديمها بصورة تفصيلية للجمهور²، أي أن هذه الوسائل تجعل منها ميزة الكلمة المكتوبة تصل الى أكبر عدد ممكن من الجماهير كما أنه بإمكان الجماهير الرجوع اليها وقت الحاجة، ولكن تخزين هذه الوسائل مثلا في كتاب الأرشيف سيتعرض للتلف والتقادم نتيجة مرور الوقت عليه أو حتى كمؤثرات طبيعية كالرطوبة الموجودة في المؤسسة، ومن بين هذه الوسائل الاتصالية المكتوبة نذكر:

***التقارير:** التي هي عبارة عن وسيلة اتصالية مكتوبة يتم من خلالها تبادل المعاني و الآراء والافكار حول الموضوع الذي يتضمنه التقرير المكتوب³ أي أن هذه الوسيلة تحمل موضوع معين مكتوب، في شكل وثيقة ادارية.

***التيلكس:** ويستعمل هذه الوسيلة الاتصالية المكتوبة لاعلام فرد أو اكثر خارج اتصالات العمل كنتائج عن اجتماع ما لتمييزها بالسرعة أي ان هذه الوسيلة المتمثلة في التلكس يمكن أن توجه لفرد واحد كما في البريد الالكتروني، كما يمكن أن توجه الى عدة افراد، فهي ليست حكرا كوسيلة اتصال في المؤسسة فقط بل تمتد لتكون اتصالات خارجية عنها، وما يجعلها وسيلة متميزة هو سر في نقل وتبادل المعلومات.

¹ محمد حافظ حجازي: وسائل الاتصال الرسمي البيروقراطية والكمبيوترية، ط1، دار الجامعات المصرية، الاسكندرية، ص208.

² محمد معوض، عبد السلام امام: التسويق والاتصال، ط1، دار الكتاب الحديث القاهرة، 2011، ص254.

³ محمد علي فوزي: نشأة وسائل الاتصال وتطورها، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007، ص49.

*الرسائل الوظيفية: وهي عبارة عن وسيلة تنتقل المعلومات العقلانية الفنية ،العلمية، القانونية، الادارية والاجتماعية....الخ أي ان الوسائل الوظيفية هي التي تنقل الجانب الموضوعي من المعلومات وتتركز حول العمل أساسا كالتعليمات التي يعطيها مدير الإنتاج مثلا¹. نلاحظ من خلال هذا التعريف الخاص بالرسائل الوظيفية ،أنها مضمون اتصالي في شكل الاسلوب الكتابي ،غرضها نقل المعلومات وآراء معينة في وظيفة محددة ،سواء في الجانب الاداري أو الجانب الاجتماعي.

*المذكرات و الاقتراحات: حيث أن هذه المذكرات والاقتراحات تنقل معلومات هامة ومفيدة أو آراء صائبة تساهم في تقديم العمل وتطوره أو حل مشكلاته².

نلاحظ على هذه الوسيلة الاتصالية الكتابية أنها تشترك مع وسيلة الرسائل الوظيفية في كون كاتهما تسعيان لنقل المعلومات والتركيز على العمل غير أن المذكرات يكون مجالها أكثر حصرا من الرسائل الوظيفية في مجالات واسعة عكس المذكرات التي ترتبط بالجانب الاداري.

*الشكاوى: هي وسيلة اتصالية كتابية يلجأ إليها العمال للتعبير عن مشاكلهم حيث يكون سببها في غالب الاحيان توزيع العمل بين القائمين بمباشرة العملية الانتاجية أو التنفيذ الذي لا يتم بالصورة المطلوبة³ أي ان هذه الوسيلة الاتصالية تكون نتيجة لاسباب سلبية تعبر عن غضب الطبقة الدنيا في المؤسسة التي تحمل مضمون شكاوى تدور عادة حول طبيعة العمل وما يتعلق به من ساعات اضافية واوقات العمل ،وخاصة الاجور.

¹ مصطفى حجازي: الاتصال الفعال في العلاقات الانسانية والادارة، المؤسسة الجامعية، بيروت، 1982، ص120.
² محمد اسماعيل قباري: علم الاجتماع الصناعي ومشكلات الادارة والتنمية الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة، ص72.
³ عبد الكريم درويشوليلينكلا: أصول الادارة العامة، المكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، ص490.

3.3 وسائل اتصالية حديثة: هناك وسائل اتصالية حديثة تستخدمها المؤسسة في اتصالها بجمهورها وهي:

*الانترنت: وهي عبارة عن دائرة معارف عملاقة يمكن للمشاركين فيها الحصول على المعلومات وفي نفس الوقت بإمكان المعلومات التي تعرضها المؤسسة حول منتجاتها وخدماتها ستصل الى جميع الافراد الذين يستخدمون هذه الوسيلة الاتصالية.

*البريد الالكتروني: وهو عبارة عن وسيلة تكنولوجية تستهدف تبادل المعلومات على الفور ويمكن أن تكون هذه البيانات في شكل نصوص *texte*، أو صوت *voix*، أو رسوم في استقبال الرسائل وتخزينها ونقلها الى أماكن بعيدة¹ تملك المؤسسة بريدها الالكتروني، ولكن يؤخذ على تبادلية المعلومات وهي ميزة ليست دائمة وغالبية اذ ان أغلب مانجد بعض الجماهير التي ترد على الرسائل الواردة لها من طرف المؤسسة عبر البريد الالكتروني، كما أن المشترك في الانترنت يستطيع من خلال هذه العملية ارسال واستقبال الرسائل الالكترونية من مختلف أنحاء العالم في لحظات معدودة، حيث يتيح البريد الالكتروني ارسال رسالة واحدة الى أي عدد من الاشخاص في وقت واحد² أي أن الاشتراك مع المؤسسات من خلال البريد الالكتروني الذي يمتلكه المشترك يجعله على تواصل بكل جديد يصدر من هذه المؤسسة والذي سيزيد من تواصلها مع الجمهور وحتى درجة الفالية في حالة اذا فتحت بريدها الالكتروني امام الردود والتعليقات الخاصة بهذه الجماهير.

*الفايسبوك: هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول اليه مجاناً، حيث بإمكان المستخدمين الانضمام الى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل والمدرسة أو الاقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كما يمكن اضافة اصدقاء وارسال اليهم، وكذا تحديد ملفاتهم الشخصية وتعريف الاصدقاء بأنفسهم، أي أن هذه الشبكة الاجتماعية دور ايجابي في زيادة ترابط المجتمع وتوسيع دائرة التعارف بينهم اذا تم استغلالها بالكل المطلوب.

¹ عبد المجيد شكري: تكنولوجيا الاتصال انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996، ص38
² فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك، ط1، دار العربي، القاهرة، 2011، ص203.

***المعارض:** هي وسيلة هامة من وسائل الاتصال بالجمهور، حيث تقوم المؤسسات بعرض منتجاتها أو نماذج لخدماتها مدعمة برسوم بيانية وأشكال احصائية ووسائل اتصالية، وتقوم المؤسسات بتخصيص مساحة معينة داخل مكاتبها أو مواقعها لاستخدامها كعرض دائم أو مؤقت لها¹. ان هذه الوسيلة الاتصالية ستجعل من الرسائل التي تثبتها المؤسسة تصل الى أكبر عدد ممكن من الجماهير خاصة اذا قامت بعرض منتجاتها في أكثر من معرض وبأكثر من مجرد الكلمة المكتوبة، أي ان التدعيم أكثر بالحجج من احصائيات ورسومات ودراسات الامر الذي يجعل من الجماهير تزيد اقبالا على مثل هذه المعارض بل وحتى تقتنع بما تقدمه هذه المؤسسات من ترويج لمنتجاتها نتيجة توظيفها للحجج المدعمة لذلك، وهذه الوسائل الاتصالية مثل المعارض يزيد نجاحها اذا كانت قد مهدت لها المؤسسة مسبقا وذلك بالترويج لها بواسطة الوسائل التوعيمية (دعوات اتصالية) ونذكر منها:

***الحملة الاعلانية:** تنطوي على تحليل للموظف والظروف المتعلقة بالاتصالات بما يمكن من اتخاذ قرارات استراتيجية فعالة ممكنة التنفيذ من خلال تصميم سلسلة من الاعلانات ووضعها في وسائل الاعلان المختلفة سواء الالكترونية منها أو التقليدية².

فهذه الدعامة الاتصالية هي بمثابة ترويج سواء للسلع أو الخدمات التي ترغب نشرها والاعلان عنها المؤسسة، وكذلك هي دعامة تسبق نشر اعلانات المؤسسة في الوسائل الاتصالية الاخرى مثل التلفزيون، الانترنت... الخ وهذه الدعامة لها ميزة امكانية التعرض لها بصفة كبيرة أكثر من التلفزيون مثلا، خاصة اذا وضعت في لافتات خاصة بتجمعات الجماهير على عكس مثلا نشرها في التلفزيون الذي يرتبط بوقت معين قد لا يراها كل الجماهير اضافة الى تكلفة عالية.

***الكتيبات:** هي عبارة عن كتب صغيرة الحجم تحتوي على عدد ملائم من الصفحات وتتيح المجال لشرح مفصل عن نشاط المؤسسة منذ تأسيسها وحتى يوم صدور الكتب، كما تتضمن شرحا عن جميع منتجات المؤسسة وطريقة استخدامها وعناوين ومراكز البيع والفروع ويتم توزيع

¹ زيد منير عبوي: فن الادارة بالاتصال، مرجع سابق ص 155
² بشير العلاف: ادارة الحملات الاعلانية، دار اليازوري، الاردن، 2009، ص 114.

هذه الكتيبات مجاناً في المعارض والمهرجانات والنوادي¹، إن هذه الدعاية المحدودة الحجم بإمكان المؤسسة استغلالها خاصة في الأوقات المناسبة لخدماتها أو إعلاناتها بحدث معين سيزوره جماهير كثيرة كربطها مثلاً بالوسيلة الاتصالية الجماهيرية المتمثلة في المعارض، وعلى المؤسسة أيضاً أن تولي اهتماماً للجانب الشكلي لهذه الكتيبات.

***المطويات:** هي عبارة عن أوراق مطبوعة على أحد وجهيها أو على الوجهين سوية على أن يراعي تنسيق النص والصور بداخلها ويجب أن تكون متصلة ومتراصة، في المعنى كلما فتحت طياتها² أي أن المضمون في هذه الدعاية الاتصالية يجب أن يكون مكماً لبعضه لبعضه البعض بين أوجه المطوية حتى لا يحس القارئ بأن كل وجه منفصل عن الآخر، وبإمكان المؤسسة أن تضع مطويات بين فترة وأخرى وترجع لها سواء من المؤسسة ذاتها أو عن طريق طرق أخرى كتعاملها مع المكتبات المعروفة، أو نوادي الانترنت...

المطلب الثاني أنواع الاتصال المؤسسي:

هناك عدة تصنيفات لأنواع الاتصال المؤسسي وأكثر التصنيفات شيوعاً هي تصنيفه إلى النوعين المتمثلين في الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي:

1. الاتصال الداخلي: وهو الاتصال الذي يكون ما بين التنظيم الإداري بكل مستوياته، يسير المؤسسة وفق قانون وسياسة معينة في إطار تحقيق الأهداف المسطرة لذلك سواء التي تخص الأفراد في التنظيم أو المؤسسة ككل.

2. الاتصال الخارجي: وهو الاتصال الذي يكون ما بين المؤسسة والجماهير الخارجية، ويكون هو الآخر ضمن قواعد وقوانين تحكمه وتسير علاقاته مع هذه الجماهير الخارجية التي قد تكون أفراد أو جماعات أو مؤسسات، والاتصال الخارجي بدوره ينقسم إلى ثلاثة أنواع وهي:

1.2. اتصال خارجي عملي: ينشط أعضاء المؤسسة في إطار تواجدهم الدائم في المؤسسة ومن منطلق إحساسهم بالانتماء وشعورهم بتقديم خدماتهم لها في نطاق مباشر مع المحيط الذي

¹ فاطمة مروة: الاتصالات المهنية، دار النهضة العربية، لبنان، ط1، 2004، ص 198.

²

يتواجدون فيه من خلال مهامهم اليومية والوظائف المسندة اليهم ،وهذا لكونهم ممثلين لهذه المؤسسة أمام شركائهم الخارجيين، كما يمكن أن ينشطوا اتصاليا أيضا مع المنافسين فهم ايضا يقومون بتمرير صور عن المؤسسة ويتلقون بالمقابل ردود ومعلومات يدمجها المسؤولين ضمن شبكة المعلومات داخل المؤسسة ،وبدونها لا يمكن التواجد ولاحتى التموضع البسيط في محيطها الخارجي"¹

2.2 اتصال خارجي استراتيجي: وفي هذا النوع نميز بين نوعين من الاتصالات:

***النوع الاول:** له مهمة انشاء وتكوين الشبكات لان المؤسسة تبحث عن التواجد وتحقيق الذات في محيطها ،وكذلك تنمية علاقات جد ايجابية مع الناشطين في هذا المحيط الخارجي.
***النوع الثاني:** هو مايعبر عنه بالسمع الخارجي حيث تضع المؤسسات قنوات الاستقبال للمعلومات الاستراتيجية في محيط تواجدها"²

3 اتصال خارجي حول السمعة: يرى بعض الدارسين المختصين في الاتصال أن هذا النوع هو الاتصال الخارجي في حد ذاته لانه منتشر بكثرة والمؤسسة تستعمله بشكل واسع لايعال اشاراتها الخارجية الى الاهداف وأن افراد التنظيم غير معنيون بهذا الاتصال لأن المؤسسة ذاتها هي التي تنشط اتصاليا"³، ولكن ما يؤخذ على هذا الاتصال أنه حصر بصفة كاملة الاتصال الخارجي ضمن هدف تحسين الصورة بل وجرى الموظفين من القيام بالهدف الاتصالي، اذلا يمكن للمؤسسة أن تقوم بتحسين صورتها دون بذل جهود اتصالية من قبل موظفيها ،لانه لو اعتبرنا بأن المؤسسة تحسن صورتها تلقائيا من خلال ماتقدمه من خدمات أو سلع أو معلومات ،هو أمر غير كاف لخلق صورة اتصالية جيدة للمؤسسة لدى الجماهير سواء الخارجية أو الداخلية أيضا ،كما يوجد هناك أنواع أخرى للاتصال الخارجي نذكر منها:

***الاتصال الازموي:** "هذا الاتصال تجريه العلاقات العامة بالمؤسسة عند حدوث الازمة، ويتبع ذلك أن يتصف اتصال الازمة بكونه يجري في ظروف غير اعتيادية وفي جو مشحون

¹ عبد الفتاح محمد سعيد :التسويق ،دار النهضة العربية،بيروت،1983،ص417.

² المرجع نفسه ص417.

³ عبد الفتاح محمد سعيد:التسويق، دار النهضة العربية،بيروت،ص417.

بالسلبية والعدائية من قبل وسائل الاعلام¹، ما يؤخذ على هذا التعريف للنوع الاتصالي الخارجي أنه قام بحصر هذا الاتصال على قسم العلاقات العامة، بل بإمكان كل فرد التنظيم ممارسته وأن اتصال الأزمة هو اتصال داخلي أكثر منه خارجي، وليس بالضرورة أن يكون تعامل وسائل الاعلام معه سلبيا، الا اذا قامت المؤسسة بالتغطية على أسباب الازمة وعدم قبول اجراء أي تصريح مع وسائل الاعلام أو تغطيتها، ما يجعل هذه الاخيرة تنتهج الاسلوب السلبي في الرد، كما أن المؤسسة ليست مقيدة بتطبيق هذا النوع الاتصالي أثناء الازمات فقط بإمكانها تطبيقه في الاوقات العادية التي تخلق هي منها أزمات (افتعال الازمة) الامر الذي يجعل موظفي المؤسسة يتقنون هذا النوع الاتصالي أكثر.

*الاتصال الاجتماعي: "هو تلك العملية التي من خلالها يتم نقل الاراء والافكار والمعاني والخبرات من شخص (الاصصائي الاجتماعي) الى شخص آخر (الفرد، الجماعة، المجتمع) بما يسهم في تحقيق التوافق الاجتماعي ومواجهة المشكلات"²، أي أن هذا النوع الاتصالي يهدف الي تحقيق الاهداف الاجتماعية من خلال الكشف عن الحالات أو الماشكل التي يعاني منها الفرد، إذ أنه لايمكن أي شخص تشخيص حالة من هو في خط هذه المعانات إلا المختص في ذلك لانه يتبع طرق اتصالية اجتماعية محددة ومدروسة لتشخيص كل حالة، والتي قد تتشابه ولكنها تختلف في الاسباب.

*الاتصالات التسويقية: هي "كافة الوسائل السائدة التي تستخدمها الشركة مع المجاميع المستهدفة والجمهور للترويج الي منتجاتها أو لها ككل"³، هذا النوع الاتصالي فكرته الشائعة أنه يكون بكثرة في المؤسسات الاقتصادية ولكنه في الحقيقة لايقنصر على مجرد نشاط هذه المؤسسات بل حتى المؤسسات الخدمائية التي بإمكانها أن تقوم بالترويج والتسويق لخدماتها حتى لو كانت أفكار لأنه في كثير من الاحيان تكون الضرورة في الترويج والتسويق للخدمة

¹ قدرى على عبد المجيد: اتصالات الازمة، ص177.

² عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدي: الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2004، ص31.

³ ثامر البكري: الاتصالات التسويقية والترويج، دار الحامد، الاردن، 2006، ص65.

ذات أهمية أكثر من السلعة، لأن هذه الأخيرة يمكن ايجادها في أي مكان تباع فيه على عكس الفكرة التي قد تكون فقط في يد المؤسسة.

5. شروط فعالية الاتصال:

قد يتبادر لى أذهان البعض بأن العملية الاتصالية هي عملية تهدف الى مجرد ايصال معلومات وآراء معينة من طرف هذه المعلومات (المؤسسة) ولكن هذه العملية الاتصالية تحكمها شروط معينة إذ توفرت وتحقق معها الاتصال الفعال، وتتمثل هذه الشروط العلمية في:

* **التخطيط الجيد للاتصالات:** فكما تم حل المشكلة أو الفكرة المطلوب نقلها تحليلا كافيا كلما زاد وضوحا، وهذه الخطوة الأولى نحو الاتصال¹، فالالاتصال الجيد اذا هو الاتصال المسبوق بخطة يسير عليها هذا الشكل الاتصالي الذي بإمكانه التعرض الى دراسة النقاط التي قد تبدوا غامضة لدى المستقبل وهذا عند عملية الاتصال والتفاوض والحوار، وهذا التخطيط أو المرحلة التمهيديّة تبدأ بالاتصالات الاولية بين الاطراف لتحديد الفرص الاستثمارية المتاحة وامكانية التعاون للاستفادة منها، وايجاد أرضية اللاتفاق على الدخول في مفاوضات من حيث المبدأ²، اذا فمرحلة التخطيط والتمهيد تكون سابقة للعملية الاتصالية مهما كان مضمونها وشكلها سواء مقابلة، أو اجتماع، أو تفاوض، وكلما كان التمهيد جيدا أو واسعا لشكل العملية الاتصالية قلت نسب الغموض والفهم الخاطئ الذي قد يرد في ذهن المستقبل.

* **استشارة الآخرين في تخطيط الاتصالات:** وذلك بالتأكد من أن المرسل قد قام بنقل ما أراد فعلا بوضوح وذلك بمراجعة ما كتب واستشارة بعض الاشخاص إذ أمكن والتأكد أنهم يفهمون ما يريد³، فهذا التوجه نحو تفكير آخر غير الذي يقصده المرسل، وعليه فالاستشارة للافراد الاخرين غير الذين ستوجه لهم هذه الرسالة أو حتى الذين ستوجه لهم هذه الرسالة ستخلق اتصالا فعالا الذي يطلق من مبدأ اعتبار العملية الاتصالية ووجوب تفهم الاهداف التي تتعارض أو تختلف مع أهداف المرسل لذلك وجب قبل ذلك اكتشاف الاشياء التي تثير اهتمام

¹ صلاح الدين محمد عبد الباقي، السلوك الانساني في المنظمات، الدار الجامعية، القاهرة، 2000، ص 249.

² طه كاسب الدروبي: فن التفاوض والاقناع، دار الميسرة، الاردن، ط1، 2006، ص 13.

³ صلاح الدين محمد عبد الباقي: مرجع سابق، ص 249.

الطرف الاخر والاشياء التي قد تثير شكوكه أو ضيقه أو غضبه،"¹، وعليه فاستشارة الاخرين في التخطيط ومضمون الاتصالات لا يخلق اتصالا فعلا وحسب بل تتعداها الى تفكير المرسل بعقل المستقبل ومراعاته لافكاره وأهدافه حتى وان كانت لا تتفق مع ما يرغب هو في تحقيقه، وكلما كان عدد الافراد الذين يستشيرهم المرسل كبيرا كلما قلت النقاط التي قد تكون غامضة له حول المستقبلين للرسالة.

***اجادة فن الانصات:** ففي الاتصال المباشر على المرسل أن يتيح الطرف الآخر الفرصة الكافية للتعبير عن أفكاره تماما وأن ينصت اليه جيدا حتى يتمكن من فهم ما يريد قوله فعلا، ولا يتدخل إلا لإزالة التشوش في الحديث"²، حيث أن المرسل في هذا الشرط يكتفي بالاستماع الى المستقبل مع اعطائه أهمية للإشارات التي تقوم بها، وأن يجعل المرسل من المستقبل أنه يحس فعلا بأن حديثه قيد الاستماع والاهتمام وحتى وإن لا يوافق ما أراد المرسل سماعه، حيث يعتبر فن الانصات من بين أهم فنون الحوار المتمثل في المواجهة والمراجعة التي تكون اما بين الفرد والذات أو الفرد والاخر، بل ان الحوار أصبح فنا من فنون الانسانية في اطار علم التفاوض الذي أصبح له أسس وقواعد، "والحوار سمة من سمات الانسان القائمة على الكلمة، ولا يقصد به أن يتكلم الفرد، بل أن يجعل الاخر يتكلم ويستمع اليه"، وعليه نلاحظ من خلال هذا التعريف الخاص بالحوار أنه يركز على ضرورة فن الاتصالات مهما كان مضمون الاتصال حتى بين الفرد وذاته، فنحن أحيانا نعطي فرصة للاستماع الى الاخرين والانصات بكل تمعن لما يقال، ولكن لا نمح لأنفسنا هذه الفرصة لما تمليه علينا الذات لذلك ففن الحوار يجعلنا نفكر بأن ننصت للذات (الأننا) مثل الانصات للآخرين.

***الحصول على التغذية العكسية:** وذلك بمتابعة الاتصالات إذ قد تضيع الجهود الاتصالية دون إنفتاح إنا مدى نجاح الرسالة و ما لاتباع عملية الاتصال من خلال إرجاع الصدى من

¹ علاء محمد القاضي، بكر محمد حمدان: مهارات الاتصال، مكتبة المجتمع العربي، الاردن، ط1، 2010، ص41.
² صلاح الدين محمد عبد الباقي: مرجع سابق، ص250.

قبل المتلقي لا تتيسر معرفة نجاح العملية الاتصالية أي الرسالة إن الاتصالية حتى لو تكون قد تم التخطيط لها مسبقا وقام المرسل بجهود بالغة لتصميمها وجمع المعلومات ولم يتابع الرسالة، بعد وصولها وبنها إلى المستقبلين فستضيع هذه التي قام بها ، لانه لن يدرك ما اذا كانت قد وصلت بالشكل الذي كان يرغب في تحقيقها وحتى في مضمون الرسالة في حد ذاتها، وفكرة" التغذية العكسية(رجع الصدى،المفعول الارتجالي)حسب winer قد ولدت بمعناها الحديث، وأنها تستخدم لوصف كل ما يتوفر من معلومات صرفة تكون بمثابة جهاز معلوماتي صرف، قادر على تعديل تصرفه حسب تحليله لأثار ما صدر عنه، فالتغذية العكسية اذا من منظور winer تركز هي الاخرى على ضرورة متابعة العملية الاتصالية الى ما بعد الارسال حيث نلاحظ انه قد عرض الايجابيات التي قد تحققها هذه التغذية العكسية والمتمثلة في تعديل التصرف مثلا قبل المرسل.

***معرفة الظروف المحيطة:** فيجب على الاداري الناجح أن يكون حساسا للظروف التي يتم خلالها الاتصال وأن يعمل على إزالة المؤثرات والعوامل الخارجية السلبية ، وذلك مثلا من خلال استخدام وسائل اتصال مناسبة وأكثر فهما ومصداقية من جانب المتلقي وتفهم طبيعة المرسل إليه وظروفه وميوله ورغباته ووجوب الأخذ بعين الاعتبار عدد المستويات عند صياغة الرسالة.¹، فهذا الشرط متعلق بالظروف المحيطة يجمع الواجبات والشروط اللازمة والمستوجبة على الاداري الراغب في أن يكون ناجحا إذ يجب عليه أن يدرس الظروف سواء التي تبث فيها العملية الاتصالية أو حتى الظروف التي يكون فيها التفكير في هذه الرسالة ، ودراسة المتلقي من ناحية مستواه التعليمي ، وتوجهاته ورغباته وحتى يمكن المرسل المتلقي من تحقيق اتصال جيد يصل به الى قلوب المتحدثين وعقولهم عليه بالتركيز على بعض المقومات الخاصة باللقاء والتي من أهمها:

* معرفة وقت بداية الحديث ووقت نهايته.

¹ صلاح الدين محمد عبد الباقي: مرجع سابق، ص250.

* استخدام اليومية السهلة.

* التحدث عن أشياء تهم الآخرين.

* غثارة اشارات طبيعية.

* الحديث دون تفاخر.

* المحافظة على التواصل بالعين.¹

نلاحظ على هذه المقومات أنها تجمع بين مقومات خاصة بالمضمون كاللغة السهلة، والحديث بتواضع، إضافة الى مقومات خاصة بالجانب الشكلي مثل استخدام الاشارات الطبيعية، التواصل بالعين وقت بداية ونهاية الحديث، فهذه المقومات تجعل من العملية الاتصالية منتظمة زيادة على عنصر الفعالية الاتصالية.

المطلب الثالث: أهداف الاتصال المؤسسي:

يسعى الاتصال المؤسسي الى تحقيق جملة من الاهداف منها:

* **الاهداف الخاصة بالعاملين:** حيث أنه من أهداف اتصال المؤسسة تلك الخاصة بالعاملين، حيث يسعى الاتصال الى التعريف بما يجري داخل المؤسسة، مما يؤدي الى زيادة الثقة، كما يهدف الى خلق الرضا والارتياح في المؤسسة وبين العاملين ببعضهم البعض ودعم هذا الرضا بصورة مستمرة وكذا الارتقاء بمعنويات العاملين من خلال اشراكهم في عملية تسيير الادارة وذلك بإبداء آرائهم اتجاه المواضيع المطروحة²، أي أن القائم بالاتصال في المؤسسة عليه تسطير الاهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها لما لهذه المشاركة من ايجابيات في تعزيز ثقة هؤلاء العمال بأنفسهم وكذا بأنهم ذات جدوى في هذه المؤسسة، مما يؤثر بالايجاب في نجاح المؤسسة من خلال زيادة الانتاج أو نوعية الخدمات المقدمة، ولكن في نفس الوقت على القائم بالاتصال أثناء اشراكه للعمال في عملية تسطير الاهداف أن يتحلى "بالأمانة التي تشمل قول الحق والنزاهة وإعطاء كل ذي حق حقه والامين يحاول قدر استطاعته أن يمارس

¹ عيد الرمان ابراهيم الشاعر: مهارات الاتصال، دار الصفاء، الاردن، ط1، 2012، ص102.
² خيري خليل الجميلي: الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1997، ص35.

الموضوعية وعدم الانحياز والادارة السليمة وهي التي تشجع على اختلاف الرأي، وحرية التعبير والتنافس البناء والحوار الفعال¹، وعليه فالامانه تأخذ دورا بارزا في رسم أهداف المؤسسة.

***الاهداف الاتصالية الخاصة بالقيادة الادارية:** حيث تدور في مجملها حول تمكين القائد من التعرف حول ما يحدث داخل المؤسسة بصورة صادقة الامر الذي من شأنه مساعدته على اتخاذ القرارات السليمة والهامة والقائمة على قدر كافي من الحقائق والمعلومات والبيانات الصحيحة مما يسهل عليه عملية التوجيه والاشراف والتأثير على العاملين وبالتالي تحقيق التنسيق الكامل بين الانشطة والادارات المختلفة داخل المؤسسة²، فالقائد الاداري إذ من خلال هذا الطرح يجب أن يكون على دراية تامة بكل الأحداث التي تقع في المؤسسة وحتى خارجها الان معرفته لحيثيات هذه الوقائع سيجعل من القرارات التي يتخذها قابلة للتحقيق وقريبة من واقع المؤسسة، ولكي تكون الاهداف الاتصالية الخاصة بالقيادة الادارية ناجحة ومحقة وفعالة على القائد أن يتمتع بعدة صفات تجعل منه يكون ناجحا، حيث تتمثل هذه الصفات في النقاط التالية:

-**الذكاء:**والذي يتطلب القدرة على التحليل وتفهم المشاكل المعقدة التي تواجهه.
-**النضج الاجتماعي:**حيث أن لايجعله عاجزا عن الحركة ولا النصر أو النجاح أو نسيان الأهداف المرجو تحقيقها.

- **التحفيز الذاتي:**فالقائد الناجح يكون مدفوعا الى عمله بحوافز داخلية نابعة من نفسه.
- **المقدرة على فهم الناس والتعامل معهم:** فالمدير او القائد الناجح هو أصلا خبير بالعلاقات الانسانية وأسس تنظيمها³، وعليه فإن القائد الاداري متى توفرت فيه هذه الصفات أن يكون قائدا ناجحا وضرورة أن يطبق هذه الصفات في الميدان العملي سواء داخل المؤسسة (كالنضج الاجتماعي) أو خارج المؤسسة (كالقدرة على الفهم والتعامل مع الناس).

***أهداف الاتصال بالنسبة الى الجمهور:**وتتمثل في اقامة نظام اتصالي للمؤسسة يمكنها من توصيل حقيقة الجهود التي تبذلها، وكذا ترسيخ صورة المؤسسة في ذهنه والنشاطات التي يقوم

¹ صموئيل حبيب:كيف تكون علاقات ناجحة مع الناس؟، دار الثقافة، القاهرة، ص59.

² خيرى خليل الجميلي:مرجع سابق، ص 36.

³ على السلمي: السلوك الانساني في الادارة، مكتبة غريب، القاهرة، ص284.

بها، وكذا طبيعة إنتاجها وخدماتها، والتعرف على رأي الجمهور فيها وكذا مقترحاته وتحسين خدماتها¹. فالمؤسسة من أجل تحقيق أهدافها وإيصالها للجمهور تقوم بنشاط نظام اتصالي لها يكون بمثابة قناة وواسطة بينها وبين هذا الجمهور بغض النظر عن مضمون هذه الأهداف التي قد تتعلق بزيادة الأرباح أو كسب جماهير جدد أو تدعيم آراء الجماهير السابقين...، كما يهدف الاتصال المؤسسي إلى إحداث تغيير في البيئة أو في الآخرين من خلال تجديد وصول الرسالة الاتصالية إلى الطرف المقصود في الاتصال²، وهنا على المؤسسة أن تقوم بدراسة الجماهير التي لها علاقة مع مضمون اتصالها المؤسسي ومعرفة توجهاته وآرائه نحو هذه السلع أو الخدمات أو الآراء التي ستقوم بها، وكلما قامت المؤسسة بتحديد دقيق لجماهيرها سواء من حيث العدد أو التوجهات والرغبات الخاصة بها كلما كانت أهدافها قريبة للنجاح والتحقيق.

-موقع الاتصال في الهيكل التنظيمي للمؤسسة: يتباين موقع الاتصال في الهيكل التنظيمي للمؤسسة وذلك من مؤسسة إلى أخرى، حيث يرى الباحثون في مجال تنظيم وإدارة الاتصال أن موقعه في الهيكل التنظيمي مرتبط بجملة من العوامل منها:

* درجة وعي المؤسسة بأهمية الاتصال .

* درجة اقتناعها بأهمية آراء المتعاملين معها وأخذها بعين الاعتبار عند وضع السياسات.

* مستوى ادراكها لأهمية توفير المعلومات إلى أطرافها، الداخلية والخارجية.

* طبيعة نشاط المؤسسة ومدى حجمه وكذلك مركزه المالي.³

7 أهمية الاتصال المؤسسي:

يحتل الاتصال المؤسسي أهمية بالغة بالنسبة لجميع المؤسسات على مستوى الأنشطة التي تقوم بها، ويمكن إجمال هذه الأهمية في النقاط التالية:

¹ محمد خليل الجميلي: مرجع سابق، ص 37.

² محمد محمود الحيلة: التكنولوجيا التعليمية والمعلوماتية، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2001، ص 96.

سالم عطية الحاج: القائم بالاتصال في المؤسسة الجزائرية، دراسة مقارنة بين سنلغاز وسونطراك القرض الشعبي الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، 2001، ص 55.

* ان الاتصال المؤسسي يمكن من فهم كل فريق للإدارة والعمال لوجهة نظرهما لاهتماماته بالإدارات. أي أن الاتصال المؤسسي يعني بالجانب الإداري بشقيه (الرؤساء والمرؤوسين) وذلك بعرض أوجه الآراء الخاصة بهما وبالتالي يساهم في الوصول الى اتفاق بينهما.

* إن الاتصال المؤسسي ينظم عملية سريان المعلومات على مستوى المؤسسة، فهو يجنب انتشار الشائعات التي قد تؤدي الى حدوث الفوضى في عملية اعلام الموظفين وهذا ما قد يؤثر سلبا على نشاطهم بالمؤسسة أي أن عملية الاتصال المؤسسي تكمن في قيمة التنظيم الداخلي للمؤسسة بتوجيه المعلومات في سياقها المحدد، وفي نفس الوقت التنظيم الخارجي للمؤسسة من خلال منع انتشار الشائعات ذلك لأن الجمهور لما يكون على دراية بالمجريات والتطورات التي تكون في المؤسسة تكون الشائعات قليلة أو حتى منعدمة فكلما كان اتصال المؤسسة في شقه الخارجي فعالا ودوريا كلما كانت نسبة الشائعات ضئيلة.

* إن أهمية الاتصال المؤسسي تكمن في قيمته المتمثلة في التنسيق الجيد الذي يعتمد على حد كبير على سهولة الاتصال وفعاليتته وذلك لأن عملية الاتصال تمثل همزة وصل التي تجمع كافة أجزاء التنظيم الإداري² من خلال هذه النقطة لأهمية الاتصال المؤسسي يتبين بأنه أساس التنسيق، فكلما كان الاتصال المؤسسي متوفرا في المؤسسة وخارجها فكلما تمتعت المؤسسة بنسبة عالية من التنسيق سواء بين القطاعات الموجودة بالمؤسسة وأقسامها أو بين المؤسسة والفروع التابعة لها، أو المؤسسات الأخرى التي تتعامل معها.

* إن أهمية الاتصال المؤسسي تتبع من اهتمام الإدارة بإتصال رسائلها وتعليماتها الى العاملين بالمؤسسة فضلا عن الاتصال بالبيئة المحيطة بها، فالاتصال المؤسسي إذا هو الوسيلة الداخلية للاتصال في نقل المعلومات الى المرؤوسين من طرف الرؤساء وكذا تبادل مختلف

¹ غريب محمد سيد أحمد: علم الاجتماع والاتصال والاعلام، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1996، ص24.
² هناء حافظ بدوي: مرجع سابق، ص248.

المهام والنشاطات وكذا تبادل مختلف المهام والنشاطات وكذا هو الوسيلة الخارجية لا يصلح المؤسسة بجمهورها ضمن البيئة التي تنشط فيها.

* ان الاتصال المؤسسي ذات علاقة وثيقة وواضحة بمبادئ الادارة من التخطيط، وإصدار قرارات وممارسة عملية الرقابة¹، أي أن الاتصال المؤسسي لا تنتهي اهميته عند مجرد التنظيم الداخلي بل تتعداها وتسبقها الى مبدأ التخطيط للخدمات أو السلع أو الاراء التي ستروج لها المؤسسة أو تقوم بإنتاجها، لتتابع عملية التخطيط الى التنظيم والتنفيذ وصولا الى ممارسة عملية الرقابة وذلك للتحقق من مدى تطبيق الخطة التي تم وضعها ومدى توافقها مع الوسائل المستخدمة في التطبيق واستيعاب العمال لها، ووصولها الى الجماهير الخارجية.

* ان اتصال المؤسسة يساهم في الرفع من معنويات العامل ويحسسه بأهميته، ودوره في المؤسسة، مما من شأنه زيادة معدلات المشاركة في المؤسسة عن طريق اسهامهم في المشروعات التي تقوم بها وكذا زيادة انتمائهم الى محيط عملهم وتحسين آدائهم² فأهمية الاتصال المؤسسي تجسد عامل التحفيز لدى العمال ويكون هذا التحفيز بعدة طرق كإشراك العمال في عملية اتخاذ القرار، اقامة حفلات ولو بسيطة في مناسبة خاصة بالمؤسسة.

* إن الاتصال يساهم في توفير المعلومات عن الظروف المحيطة بالمؤسسة لدى عمالها وكذا شرح وتفسير القرارات بكل وضوح بما يقطع الطريق على مروجي الاشاعات³، فالاتصال بصفة عامة يعتبر مورد للمعلومات التي تأخذ بها المؤسسة، وكذا عملياتها الداخلية، وكذا بناء القرارات والنتائج على أساس هذه المعلومات لصياغتها في قالبها النهائي ونشرها للجماهير الامر الذي يمنع وجود التاويلات والشائعات .

¹ محمد على محمد: علم الاجتماع والاتصال والاعلام، دار المعارف الجامعية، الاسكندرية، ط1، 1986، ص196.

² محمد فهمي العطروري: مرجع سابق، ص469.

³ صالح بن نوار: الاتصال الفعال والعلاقات الانسانية، مرجع سابق، ص117.

خاتمة:

أدى التطور والتقدم الذي شهدته المؤسسات في استحداث وسائط الاتصال الجديدة في العملية الاتصالية الى نتائج ايجابية في تفعيل الاتصال المؤسسي, وكان لها أثر واضح في تطور خدماتها, ولقد لعبت هذه الاستخدامات لوسائط الاتصال الجديدة دور بارز في انجاح العملية الاتصالية في ظل التباعد الذي فرضته جائحة كورونا.

الفصل الثالث

تفعيل الاتصال المؤسسي خلال أزمة كورونا

الفصل الثالث: تفعيل الاتصال المؤسسي خلال أزمة كورونا

المبحث الأول: إدارة أزمة كورونا

المطلب الأول: ماهية فيروس كورونا و انتشارها

المطلب الثاني: الوظيفة الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي في

جائحة كورونا

المطلب الثالث: أهمية وسائط الاتصال الحديثة خلال أزمة كورونا

المبحث الثاني: دور وسائط الاتصال الجديدة في التخفيف من حدة

أزمة كورونا

المطلب الأول: استراتيجية الاتصال الرقمي و دورها في تفعيل ادارة

أزمة كورونا

المطلب الثاني: تأثير وسائط التكنولوجيات الحديثة خلال أزمة كورونا

المطلب الثالث: واقع استخدام وسائط الاتصال الجديدة بالمؤسسات

الصحية خلال جائحة كورونا

تمهيد :

تعد فيروسات كورونا فصيلة كبيرة من الفيروسات التي تسبب إعتلالات تتنوع بين الزكام وأمراض أكثر وخامة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS – COV) ومتلازمة التهاب الرئوي الحاد الوخيم ،(SARS – COV)، ويمثل فيروس كورونا المستجد n c o v سلالة جديدة من الفيروسات لم يسبق تحديدها لدى البشر من قبل وتعد فيروسات كورونا حيوانية المصدر ويعني ذلك أنها تنتقل بين الحيوانات والبشر، وتوصلت الاستقصاءات المستفيضة إلى أن فيروس كورونا المسبب لمتلازمة التهاب الرئوي الحاد الوخيم (سارس) قد انتقل من سنايبر الزباد إلى البشر بينما انتقل فيروس كورونا المسبب لمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية من الجمال الوحيدة السنام إلى البشر كما تنتشر العديد من فيروسات كورونا المعروفة بين الحيوانات ولم تصيب البشر بعد. وسنحاول في هذا الفصل شرح مفهوم فيروس كورونا وسبب اختلاف الاسم عن المرض، بداية انتقال فيروس كورونا كوفيد - 19 وأعراضه وكيفية الوقاية منه، كذلك التطرق للوظيفة الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا كوفيد - 19. ودور وسائط الاتصال الجديدة في الحد من انتشار هذا الفيروس.

المبحث الأول: إدارة أزمة كورونا

المطلب الأول: ماهية فيروس كورونا و انتشارها

1. مفهوم فيروس كورونا: تعرف فيروسات كورونا حسب منظمة الصحة العالمية بأنها:

« فصيلة فيروسات واسعة الانتشار وتسبب أمراضا تتراوح من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد حدة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS) ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (السارس)، وفيروس كورونا المستجد (NCOV) هو سلالة جديدة من الفيروس لم يسبق اكتشافها لدى البشر¹».

الشكل رقم (01) يمثل صورة فيروس كورونا كوفيد - 19.

2. تسمية مرض كورونا (كوفيد - 19) والفيروس المسبب له:

تم إعلان الاسم الرسمي لكل من مرض كوفيد - 19 والفيروس المسبب لهذا المرض (وكان يعرف سابقا باسم فيروس كورونا المستجد 2019) على النحو التالي:

التسمية: في اللغة العربية تعد تسمية فيروس كورونا الأكثر استخداما غير أنه يمكن تسمية فيروس كورونا عدة تسميات ومن أهمها الفيروس التاجي وفيروس الهالة والفيروس المكللة، أما في اللغات الأجنبية فيعود أصلها إلى اللغة اللاتينية corona التي تعني التاج أو الهالة كما تعني إكليل الزهور أو الإكليل، وكل التسميات السابقة الذكر تدل على الشكل المعدي للفيروس بعد التقاطه في المجهر²».

المرض: تسمية المرض تسمى مرض فيروس كورونا (كوفيد - 19)

الفيروس: أما الفيروس يسمى بفيروس كورونا 2 المسبب لمتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (SARS - cov - 2)³.

¹ منظمة الصحة العالمية.

-<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>, le 23/02/2021 .

² منظمة الصحة العالمية: <https://www.who.int/epi-win>, le 23/02/2021, 20:20 h.

وبناء عليه فإن تسمية الفيروسات تختلف عن أسماء الأمراض كما أن الأشخاص يعرفون المرض دون معرفة الفيروس الذي يسببه.

اختلاف اسم الفيروس عن اسم المرض:

تختلف اسم الفيروسات عادة عن أسماء الأمراض التي تسببها وتتفاوت إجراءات تسمية الفيروسات والأمراض وأغراضها من خلال: تركيبها الجينية لتسهيل تطوير الاختبارات التشخيصية واللقاحات والأدوية وهو العمل الذي يضطلع به أخصائيو الفيروسات والمجتمع العلمي الأوسع نطاقاً حيث تحدد أسماء الفيروسات للجنة الدولية لتصنيف الفيروسات وتهدف تسمية الأمراض إلى تيسير النقاش بشأن الوقاية من المرض ومدى انتشاره وسهولة انتقاله وحدته وعلاجه ويتمثل دور منظمة الصحة العالمية في التأهب للأمراض

البشرية والاستجابة لها لذلك فهي من تحدد رسمياً أسماء هذه الأمراض في مرجع " التصنيف الدولي للأمراض" وقد أعلنت اللجنة الدولية لتصنيف الفيروسات تسمية " فيروس كورونا المسبب لمتلازمة الالتهاب، (ICD)، اسماً رسمياً للفيروس الجديد في 11 شباط/ فبراير 2020 (SARS – COV-) الرئوي الحاد الوخيم "

واختير هذا الاسم لارتباط الفيروس جينياً بفيروس كورونا الذي سبب فاشية متلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (سارس) في عام 2003 ، غير أن الفيروسين مختلفان رغم ارتباطهما الجيني، وأعلنت المنظمة بدورها أن " كوفيد 19" هو الاسم الرسمي لهذا المرض الجديد في 11 فبراير 2020 عملاً بالإرشادات التي وضعتها سابقاً المنظمة العالمية لصحة الحيوان و منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، (الفاو)، وكان الاتصال قائماً بين المنظمة واللجنة الدولية بشأن تسمية الفيروس والمرض على السواء وتشير المنظمة إلى الفيروس باسم " الفيروس المسبب لمرض كوفيد - 19 " أو " فيروس مرض كوفيد 19 " عند مخاطبة الجمهور

ولا يقصد بأي من هاتين التسميتين « أن تحل محل الإسم الرسمي للفيروس الذي اعتمده اللجنة الدولية لتصنيف الفيروسات.¹

3. بداية انتقال فيروس كورونا (كوفيد - 19):

ظهر هذا الوباء القاتل الذي عرف في البداية باسم كورونا فيروس (corona virus) ثم باسم virus COVID ثم باسم (COVID19) منتصف شهر ديسمبر (2019) في منطقة ووهان wuhan ، وقد ذكر أن مصدر الوباء يعود إلى السوق العمومي للأسماك حيث تناولت سيدة صينية في التاسعة والأربعين من عمرها حساء الطوطا أو الخفاش² (Bat soup) ، فأصيبت بأعراض مرض فتاك لم تعرف حقيقته في بادئ الأمر وفي 23 ديسمبر وبعد قيام فريق طبي بإخضاع المرأة المصابة لتحاليل طبية معمقة أستطاع أحد الأطباء وهو الدكتور Li wenliang (33) عاما من التعرف على هذا الفيروس القاتل فقام على الفور بنشر تحذيرات صارمة لزملائه على صفحته الخاصة، حيث فندت الحكومة الصينية كل تلك التحذيرات، معتبرة إياها محض شائعات ولوحت بعقوبة ستطال كل مروجيها، وبعد أيام قليلة أصيب الدكتور (Li) نفسه بهذا الفيروس وتوفي بتاريخ 07 فيفري 2020 وقد تأكد ذلك مع استفحال فيروس كورونا في الصين وانتشاره بشكل واسع. وقد ساهمت عدة عوامل في تضاعف عدة إصابات واستفحال الفيروس وانتقاله من الصين إلى عدة دول مجاورة في مرحلة أولى ثم إلى جل دول العالم في المرحلة الثانية ومن أبرز هذه العوامل:

- مجال النقل والطيران المفتوح على مستوى العالم.

- التراخي في اتخاذ إجراءات صارمة لوقف انتشار فيروس وغيرها الأمر الذي أدى إلى تفشي الفيروس بصورة سريعة جدا يتحول فيما بعد إلى وباء عالمي سجل أرقاما مخيفة جدا تجاوزت وبائي إيبولا و (SARS) واللذان قدرت حالات الوفيات فيها بضعة آلاف³.

¹ كلمة المدير العام في الاحاطة الاعلامية يوم 11 فيفراير 2020:

2- <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>.
le 23/02/2021,21:30h.

³ ابو بكر خوالد، خير الدين بوزرب:نمرجع سابق ص 40،41.

أما في الجزائر ظهر هذا الوباء بعد ما ذكر التلفزيون الرسمي أن الجزائر أعلنت الثلاثاء عن أول حالة إصابة مؤكدة بفيروس كورونا وهي لرجل إيطالي وصل إلى البلاد يوم 17 فيفري 2020 م بعدما خضع لفحوصات طبية في مركز باستور في بالجزائر العاصمة¹. يلاحظ مما سبق أن فيروس كورونا كوفيد - 19 لم يعد مشكلة الصين فقط بل أضحت مشكلة عالمية لأن كل أولئك الموجودين بالقرب من المريض هم جميعهم محتملون أن يكونوا حاملون للفيروس وبالتالي فإن عملية السيطرة والتحكم في انتشار الفيروس وتفشيته أصبحت صعبة ومعقدة.

ثالثا: أعراض مرض فيروس كورونا كوفيد - 19 : تتمثل الأعراض الأكثر شيوعا لمرض فيروس كورونا

كوفيد - 19 في الحمى والإرهاق والسعال الجاف، وتشمل الأعراض الأخرى الأقل شيوعا ولكن قد يصاب بها بعض المرضى الآلام والأوجاع واحتقان الأنف، والصداع ، والتهاب الملتحمة، وألم الحلق، والإسهال، وفقدان حاسة الذوق أو الشم، ظهور طفح جلدي أو تغير أصابع اليدين أو القدمين، وعادة ما تكون هذه الأعراض خفيفة وتبدأ بشكل تدريجي، ويصاب بعض الناس بالعدوى دون أن يشعروا إلا بأعراض خفيفة جدا، ويتعافى معظم الناس (نحو 80 %) من المرض دون الحاجة إلى علاج خاص ولكن الأعراض تشتد لدى شخص واحد تقريبا من بين كل 5 أشخاص مصابين لمرض كوفيد - 19 فيعاني من صعوبة في التنفس وتزداد مخاطر الإصابة بمضاعفات وخيمة بين المسنين والأشخاص المصابين بمشاكل صحية أخرى مثل ارتفاع ضغط الدم أو أمراض القلب أو الرئة أو السكري أو السرطان، وينبغي لجميع الأشخاص أياً كانت أعمارهم التماس العناية الطبية فورا إذا أصيبوا بالحمى أو السعال المصحوبين بصعوبة في التنفس، ضيق النفس وألم و ضغط في الصدر أو فقدان القدرة على النطق أو

¹ -https://www.France24.com,le 24/02/2021,12 :50 h.

الحركة وي وصي قدر الإمكان بالاتصال بالطبيب أو بمرفق الرعاية الصحية مسبقا ليتسنى توجيه المريض إلى العيادة المناسبة¹.

الشكل رقم (02) يمثل ملحق وصفي لأعراض مرض فيروس كورونا.

4. كيفية انتقال عدوى فيروس كورونا كوفيد - 19 وكيفية علاجه وطرق الوقاية منه:

سنتناول فيما يلي كيفية انتقال عدوى فيروس كورونا كوفيد - 19 وكيفية علاجه وطرق الوقاية منه:

1-العدوى : حسب منظمة الصحة الدولية فإن الفيروس المسبب لمرض كوفيد - 19 يمكن أن ينتقل أساسا عن طريق²:

القطرات التنفسية والمخالطة، وحسب نفس المنظمة فإنه كلما زادت مخالطة الأشخاص الذي تظهر عليهم أعراض تنفسية كالعطس والسعال كما زادت احتمالية إصابته بمرض كوفيد - 19 ، بحيث تتعرض أغشيته المخاطية سواء الفم أو الأنف أو ملتحمة عينه لقطرات تنفسية مليئة بالفيروس المسبب لمرض كوفيد - 19 ، كما يمكن للأشخاص الإصابة بمرض كوفيد - 19 بعد احتكاكهم بأدوات ملوثة بالفيروس.³

2-العلاج: لحد الساعة توصل الباحثين إلى لقاح مضاد لفيروس كورونا كوفيد - 19 ، إذ يعد اللقاح جسد الإنسان لمحاربة عدوى فيروس كورونا وتحتوي اللقاحات على أجزاء غير نشطة أو ضعيفة من الكائن الحي الذي يسبب المرض أو " الشفرة الجينية " التي من شأنها أن تؤدي إلى نفس الاستجابة أين تم نشر برامج التلقيح الجماعي في جميع أنحاء العالم في محاولة للسيطرة على وباء كوفيد - 19 ومن هذه اللقاحات نجد:

¹ احمد بن سالم المنظري:المدير الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية،تم الاستيراد من المكتب الاقليمي للشرق الاوسط:

² tp://www.emro.who.int/ar/health- topics/ corona virus/about-couvid- 19 .hTML.Le
24/02/2021. 06:10 h.

³ منظمة الصحة العالمية:le24/02/2021, 20:30h: https://www.who.inf,

1- لقاح جامعة أكسفورد - أسترازينيكا: بدأ طرح لقاح أكسفورد للاستخدام في 5 يناير / كانون الثاني، وكانت الموافقة على اعتماده في أواخر عام 2020 ، بعد أن أظهرت التجارب نجاحه بنسبة 70 في المائة توفير حماية للناس من الإصابة بكوفيد 19 وظهور أعراضه عليهم، وأظهرت البيانات أيضا وجود استجابة مناعية قوية لدى كبار السن الذين تلقوا التطعيم باللقاح. وثمة أيضا بيانات مثيرة للاهتمام تشير إلى أن إتمام الجرعة (أخذ جرعة ثانية من اللقاح)، يمكن أن يزيد الحماية بنسبة تصل إلى 90 % كما طلبت المملكة المتحدة 100 مليون جرعة منه ويتم التطعيم باللقاح عبر جرعتين منفصلتين وهو لا يحتاج إلى تخزين درجات حرارة بالغة البرودة.

2- لقاح فايزر - بيونتيك: في نوفمبر أظهرت فعالية اللقاح بنسبة تصل إلى 95 % ويعطي اللقاح في جرعتين منفصلتين بثلاثة أسابيع بينهما، ويجب أن يخزن هذا اللقاح في درجة حرارة نحو 70 درجة مئوية تحت الصفر وينقل في صندوق معد خصيصا لهذا الغرض ويكون معبئا في صناديق ثلج جاف وتثبت فيها أجهزة تعقب جي بي إس وفي الثاني من كانوا الأول/ ديسمبر الماضي أصبحت المملكة المتحدة أول دولة في العالم تعتمد لقاح فايزر بيونتيك للاستخدام على نطاق واسع.

3- لقاح موديرنا: هو نوع جديد يسمى لقاح " آر إن أي " الحمض النووي الريبوزي ويستخدم جزءا صغيرا جدا من الشفرة الجينية للفيروس إذ يبدأ هذا في تكوين جزء من الفيروس داخل الجسم فيتعرف عليه جهاز المناعة لدينا على أنه جسم غريب ويبدأ في مهاجمته. وتقول الشركة إن اللقاح يحمي 94,5 % من الناس ويعطي اللقاح على جرعتين بفاصل زمني مدته أربعة أسابيع، شارك 30 ألف شخص في التجارب وحصل نصفهم على اللقاح الفعلي والنصف الآخر حقن وهمية. ويعتمد لقاح " موديرنا " النهج ذاته المستخدم في لقاح فايزر لكنه يختلف عنه في أن تخزينه أسهل لأنه يصل ثابتا في مستوى 20 درجة مئوية تحت الصفر ولمدة تصل إلى ستة أشهر.

4- لقاح " سبوتنيك في " الروسي ": يعمل مثل لقاح أكسفورد إلى أنه فعال بنسبة 92 % بالإضافة إلى مجموعة من اللقاحات الأخرى التي يجري تطويرها في مرحلتها النهائية طرق الوقاية: تتطلب الوقاية من مرض كورونا كوفيد- 19 إتباع مجموعة من التدابير وتشمل التوصيات الموحدة للوقاية من انتشار العدوى ما يلي:

-الغسل الجيد لليدين بالمطهرات والصابون .

-النظافة العامة.

-استخدام المناديل عند السعال والعطس.

-غسل الفواكه جيدا.

-تجنب ملامسة العينين والأنف قدر والمستطاع.

-استخدام الكمادات في أماكن الازدحام.

-تجنب المخالطة.

-المحافظة على النظافة الشخصية.

-ضرورة مراجعة الطبيب عند الضرورة.

-غسل اليدين قبل وبعد إعداد الأطعمة والتعامل معها.

المطلب الثاني: الوظيفة الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي في جائحة كورونا :

يعيش العالم بأسره اليوم أزمة صحية غير مسبوقه مع انتشار فيروس كورونا وتنامي الخطر الذي يسببه ذلك لأن فيروس كورونا كوفيد- 19 ليس وباء عاديا بل هو وباء يهدد حياة الإنسان وقد حصلت آلاف الإصابات ناشرة القلق في النفوس وأمام هذه الأزمة أضحت الحاجة ملحة للتوعية والتنقيف ونشر الوعي الصحي عبر مختلف وسائل الاتصال للحد من إنتشار الفيروس وانطلاقا من أهمية التوعية تبرز أهمية ودور الإعلام في التوعية بهذا الوباء، حيث أكد الدكتور " علي قسايسية " ل القدس العربي، أن فيروس كورونا قلب حياة البشر على سطح الكرة الأرضية رأسا على عقب، ليس لأنه أكثر فتكا بالحياة فحسب ولكن نظرا لسرعة انتشاره

كالنار في الهشيم رغم اقتصار مداخله على الفم والأنف والعينين، وكذلك بالنظر لحدثة العهد به وبالتالي انعدام اللقاحات الخاصة به والعقاقير الشافية من آثاره فوباء كوفيد - 19 شل نشاطات البشر تقريبا وفرض على الجميع حجر صحيا شاملا وعزلة اجتماعية طوعية أو إجبارية، هذا الاهتمام المركز الذي رافق ظهور وتطور ومعالجة كورونا ما كان ليأخذ هذا الحجم الكبير والنجاح النسبي في الحد من قدراته الفتاكة لولا مساهمة وسائل الاتصال القديمة والجديدة تحت رقابة الحكومات في الغالب ووسائل اتصال إلكترونية حرة في مقدمتها " شبكات التواصل الاجتماعي " التي أصبحت أحد أبرز الفواعل في إدارة أزمة انتشار فيروس كورونا المستجد كوفيد - 19 وتزايد هذا الدور بصورة كبيرة بعد إجراءات الحجر المنزلي الاحتياطي أو حظر التجوال التي إتخذتها العديد من الحكومات حول العالم فأصبحت هي المتنفس الرئيسي لجميع الأفراد كوسيلة للحصول على المعلومات.¹

وأمام تفشي وباء كورونا المستجد كوفيد - 19 يقف الإعلام في الجزائر أمام تحد كبير حول كيفية التعامل وتغطيته. لتطورات المتعلقة بجائحة كورونا من خلال:

اهتمام وسائل الإعلام الجزائرية في كثير من الأحيان بمحاربة الشائعات أكثر من اهتمامها بنشر المعلومات وفي ظل اهتمام المواطن بما يتناوله الإعلام خاصة في هذا الظرف وأمام الإشاعات و الأخبار مجهولة المصدر واحتكار السلطات الصحية للمعلومة شكلت مواقع السوشيل ميديا منبرا ومنصة تتداول الأخبار والمعلومات والدراسات كما انتشرت العديد من الرسائل والنصائح والإرشادات عبر مواقع فيسبوك وتويتير ويوتيوب حيث تعد بعضها مضررة بالصحة ولا تعالج من الوباء في الحقيقة بحسب متابعين، حيث يرى الكاتب والإعلامي " أحسن خلاص " أن السلطات الصحية شددت على المحافظة على المعلومة الرسمية عبر الرجوع الحصري إلى وكالة الأنباء الرسمية لاستقاء المعلومة الصحية و أية محاولة لتخطي القناة الرسمية قد تعرض الوسيلة الإعلامية لطائلة القانون.

¹ القدس العربي.: https://www.alquds.co.uk,le26/02/2021, 14:32h.

وفي هذا الصدد اضطرت إدارة " الفيسبوك " إلى تغيير طريقة التعامل مع المعلومات المضللة عبر إشعار تحذيري يدعوهم إلى زيارة الموقع الإلكتروني لمنظمة الصحة العالمية والتضييق على الأخبار والمنشورات الزائفة، كما أعلنت إدارة موقع " تويتر " من جهتها أنها ستحذف كل محتوى أو أخبار تتعلق بفيروس كورونا لا يكون مصدرها هيئة صحية عالمية لها مصداقية في تعاملها مع السلطات الصحية الرسمية وفي هذا السياق أكد الخبراء على ضرورة الاعتماد على المواقع الرسمية والابتعاد عن منصات التواصل الاجتماعي ويرى " خلاص " أن المعلومة الصحية لها مصداقية كون مصدرها طبي وليس سياسي¹.

نقر مما سبق أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور هام في هذه الأزمة فهو النافذة الرئيسية للمواطن في مجال التعريف بكيفية انتشار هذا الفيروس وسبل الوقاية منه والتعاطي معه وما توصلت إليه المختبرات في العالم من إيجاد لقاح أو دواء لمعالجته أو التخلص منه عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك - تويتر...) فقد استخدمت بشكل كبير في إمداد الجمهور بالمعلومات العامة حول فيروس كورونا كوفيد- 19 مما يعزز الخدمات الصحية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ويحسن مصداقيتها وزيادة الوعي حول مرض فيروس كورونا. حول الوباء من مصادر رسمية، وجانب آخر سلبي يتمثل في نشر الشائعات والمعلومات الخاطئة.

المطلب الثالث: أهمية وسائط الاتصال الجديدة خلال جائحة كورونا:

أثبتت أزمة فيروس كورونا COVID-19 غير المسبوقة الدور الحيوي الذي تؤديه التكنولوجيا الرقمية من خلال وسائط الاتصال الجديدة، وقد كانت قدرة الشبكات والأشخاص على الصمود منذ ظهور هذه الجائحة استثنائية بالفعل. فقد شهد العالم تسارع رقمنة العديد من الشركات والخدمات، بما في ذلك أنظمة العمل عن بُعد والمؤتمرات الفيديوية في مكان العمل وخارجه والحصول على الرعاية الصحية والتعليم والسلع والخدمات الأساسية. ساعد توافر توصيلية

¹ <https://ultra.algeria-ultra-sawat.com>, le 26/02/2021, 15 :30 h.

الإنترنت خلال جائحة فيروس كورونا COVID-19 العالمية في الحفاظ على استمرارية الأعمال وإبقاء الأطفال في التعليم وضمان حصول الناس على السلع والخدمات الأساسية عبر الإنترنت. وتقول دورين بوغدان-مارتن، مديرة مكتب تنمية الاتصالات بالاتحاد: "في عالم اليوم الهش، من المهم للغاية توزيع المعلومات الرقمية وإتاحتها في أشكال يمكن النفاذ إليها". فالرسائل النصية تتقذ الأرواح وتحد من انتشار الجائحة. وستساعد تطبيقات تتبع المخالطة في إدارة الانتشار وتخفيف القيود التي تعطل الاقتصادات. وستساعد التكنولوجيات الجديدة مثل الذكاء الاصطناعي في فهم هذا الفيروس والتعامل معه بشكل مباشر. حافظت وسائط الاتصال الجديدة على التباعد البشري داخل المؤسسات مما قلل من نسبة ارتفاع حالات الإصابة بالفيروس¹.

المبحث الثاني: دور وسائط الاتصال الجديدة في التخفيف من حدة أزمة كورونا

المطلب الأول: استراتيجية العمل المؤسسي في ظل جائحة كورونا:

بين شهري كانون الثاني/يناير وآذار/مارس 2020 ، مع انتشار حالات العدوى بكوفيد-19 في جميع أنحاء العالم، أصدرت دولة تلو الأخرى تعليمات لأصحاب العمل بإغلاق العمليات، وإذا أمكن، بإدخال العمل عن بُعد بدوام كامل لعمالهم، ومنحت القليل من الوقت للاستعداد لصاحب العمل والعامل على السواء. إنه شيء خُطِّط له كحل مؤقت قصير الأمد لكن استمر لشهور ما هو العمل عن بُعد؟ يُعرّف العمل عن بُعد على أنه استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل الهواتف الذكية والحواسيب اللوحية والحواسيب المحمولة والحواسيب المكتبية، للعمل الذي يُنفَّذ خارج مقر صاحب العمل؛ وبعبارة أخرى، يعني العمل عن بُعد العمل المنجز بمساعدة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ويتم خارج مواقع صاحب العمل.

¹ جريدة 03ITU NEWSMAGAZINE .2020

هناك عدد من العوامل التي تُحدّد ما إذا بالإمكان أداء العمل عن بُعد. يُحدّد جزء الأعمال القابلة للعمل عن بُعد حجم القوى العاملة التي يمكن أن تعمل من المنزل أثناء الجائحة، وبالتالي يقل الانتقال المجتمعي للفيروسات إمكانية العمل من المنزل في بلدان ذات مستويات مختلفة من التنمية الاقتصادية، ووجدنا أن هناك عوامل، مثل البنيتين الاقتصادية والمهنية، والوصول إلى شبكة الإنترنت ذات النطاق العريض، واحتمال امتلاك جهاز حاسوب شخصي، تُعدّ مُحدّدات مهمة للعمل من المنزل :

- توضيح الأولويات وعدم ترتيب أولويات العمل غير الضروري أو غير الواقعي في ظل الظروف الحالية.

- الاتفاق على نظام مشترك للإشارة إلى توافر العمل وضمان احترام المدراء والزملاء له. تجزئة الفرق الأكبر حجماً إلى فرق أصغر متعددة الوظائف، لكل منها مهمة واضحة وخط إبلاغ، حيث يُسهّل ذلك تنفيذ التوجيهات والمهام.

- تشجيع العاملين على المشاركة عندما يشعرون بأنهم مُثقلون بعبء العمل، حيث يُستخدم ذلك كنظام إنذار مبكر لاكتشاف أخطار الإرهاق، ومعرفة متى يتعين إعادة تعيين المهام أو أعضاء الفريق

- وضع مخططات للمهارات بين العمال، من أجل إعادة نشر العمال من العمل قليل الإجهاد إلى فرق العمل المُجهّد

- التحدث عن كيفية إنجاز العمل. الاستفسار من الموظفين عن كيفية العمل عندما يشعرون أنهم أكثر إنتاجية ونشاطاً وتركيزاً. تشجيع العمال على العمل بهذه الطريقة قدر الإمكان

- الطلب من العمال المشاركة بأمثلة عن كيفية تغييرهم لممارساتهم الاعتيادية اليومية بطرق تناسبهم إدراك أن الوقت أثناء عدم الاتصال بالإنترنت ضروري لإنجاز العمل الجوهري بشكل جيد¹.

¹ منظمة العمل الدولية، ترجمة المعهد العربي للصحة والسلامة، دمشق 2020.

المطلب الثاني: تأثير وسائط تكنولوجيا الاتصال الحديثة خلال جائحة كورونا:

لقد ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التأثير على المؤسسات من عدة جوانب أهمها:

- زيادة السرعة في إنجاز مختلف الوظائف على مختلف مستويات المؤسسة.
- تقليل التكاليف اللازمة لأداء العمل, من خلال تخفيض ساعات العمل المكتبي.
- تحسين وزيادة الجودة والنوعية في تصميم وتنفيذ وتقديم الخدمة.
- زيادة الكفاءة والفاعلية من خلال التنسيق بين الأعمال المطلوبة بالطريقة الصحيحة بحيث كل مقدم خدمة يعرف ما له وما عليه من التزامات.
- إعادة توزيع الأعمال تنظيمياً ومكانياً حيث يمكن إنجاز الكثير من الخدمات دون الحاجة للحضور إلى مكان العمل وهذا ما يعرف بإدارة العمل إلكترونياً.
- جعل ساعات العمل أكثر مرونة وزيادة تأهيل العاملين من خلال التمكن من الأجهزة الإلكترونية.
- تقليل الأعباء الوظيفية الروتينية الملقاة على عاتق المدراء مما يتيح لهم استغلال هذا الوقت في التخطيط الاستراتيجي ورسم السياسات العامة للمؤسسة مما يساهم في رفع كفاءة وفاعلية الإدارة العليا¹.

المطلب الثالث : واقع استخدام وسائط الاتصال الجديدة بالمؤسسات الصحية خلال جائحة

كورونا

تنفيذا للتوجه العام للحكومة من اجل عصرنه الإدارة العمومية و التوجه الخاص لوزارة الصحة لتطوير وتحسين الخدمات الصحية المقدمة للمواطنين وتعميم استخدام نظم المعلومات ووسائل الاتصال الحديثة بالمؤسسات الصحية، قامت المؤسسات الصحية بالعمل على استقطاب وسائط اتصال جديدة حيث قامت المؤسسة باقتناء أجهزة حاسوب حديثة و ربط مختلف المصالح بشبكات الاتصال، كما قامت المؤسسة بإجراء عدة مناقصات من اجل اقتناء مختلف الوسائل المادية والبرمجيات.

¹ مراد رايس، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، المرجع السابق، ص68

1. المتطلبات المادية: من أجل تسهيل عملية الاتصال قامت المؤسسات بما يلي:

- اقتناء أجهزة كمبيوتر وطابعات حديثة؛
- الاشتراك من أجل ربط المؤسسة بالانترنت؛
- اقتناء أجهزة مودم خاصة من أجل ربط مختلف المصالح بشبكة الانترنت الخاصة بوزارة الصحة .
- تجهيز مختلف المكاتب بمختلف الوسائل الضرورية للعمل على النظام.
- اعتماد مختلف شبكات التواصل الاجتماعي .

- اجبارية فتح حساب على موقع فيس بوك، أو بريد الكتروني للعمال من أجل التكوين.

2. المتطلبات البشرية: يعتبر المورد البشري من أهم العناصر في استخدام نظم المعلومات،

حيث تعمل المؤسسة على تطوير مهارة العاملين عن طريق القيام بما يلي:

- إرسال الطاقم الفني المسؤول على النظام للتكوين من خلال الدورات التكوينية التي تنظمها الوزارة الوصية؛
- تدريب العاملين بالمؤسسة على استخدام التكنولوجيات الحديثة وكذا وسائط الاتصال الجديدة¹.

3. المتطلبات البرمجية: قامت المؤسسة بإدخال مجموعة من البرامج والتطبيقات وتنظيم طرق

استخدامها وتقسيم المهام والمسؤوليات حسب النشاطات المختلفة للمؤسسة كما يلي:

أ. الأنشطة الإدارية: تم إدخال مجموعة من البرامج والتطبيقات لتنظيم عمل المديرية المختلفة كما يلي:

- **نظام معلومات الموارد البشرية (SIRH):** وهو نظام يتم استخدامه بالمديرية الفرعية للموارد البشرية ، حيث يعمل النظام على شبكة الانترنت ومربوط مباشرة بوزارة الصحة، ويتم من خلاله متابعة الحياة المهنية للموظفين من خلال ما يلي:

- ✓ تألية جميع عمليات مكتب الموارد البشرية من توظيف، ترقية وغيرها من العمليات؛
- ✓ يعتبر البرنامج بمثابة قاعدة معطيات يحمل جميع المعلومات عن الموظفين؛
- ✓ السماح للوزارة الوصية بالتعرف على حركة الموظفين والنقص المسجل في بعض التخصصات الطبية والشبه الطبية ومعالجتها.

¹ - الصفحة الرسمية لمديرية بوزارة الصحة.

- تطبيق التجهيزات الطبية والأجهزة المرافقة (Mini GMAO): دخل هذا التطبيق الخدمة أواخر سنة 2013، حيث ينظم نشاطات المديرية الفرعية لصيانة التجهيزات الطبية والأجهزة المرافقة ويقوم التطبيق بما يلي:

- ✓ جرد التجهيزات الطبية والتجهيزات المرافقة الأخرى للمؤسسة والاقتناء الجديدة؛
- ✓ مراقبة حالة التجهيزات الطبية وعمليات الصيانة والتصليح؛

- نظام معلومات اتخاذ القرار (System d'information décisionnel): يستخدم النظام من طرف المديرية الفرعية للمصالح الصحية حيث يعتبر النظام بمثابة لوحة قيادة للمدير الفرعي والمدير العام، حيث يسمح النظام لهم بالتعرف على جميع الإحصائيات والأعمال التي تتم في مختلف المصالح والعيادات، إضافة إلى قدرته على عرض مختلف المعلومات حول المؤشرات الصحية حسب الولايات أو على المستوى الوطني، كما يوفر النظام القدرة على التواصل بالبريد الإلكتروني .

- استخدام التواصل المرئي عن بعد لتعويض الاجتماعات التقليدية: حيث اتخذت الوزارة الوصية من الاجتماعات الافتراضية من خلال التواصل المرئي عن بعد من أجل تعويض الاجتماعات التقليدية وفرض التباعد لتقليل من انتشار فيروس كورونا¹.

¹ - الصفحة الرسمية لمديرية الصحة لولاية البويرة على موقع الفاييس بوك DSP

خاتمة:

نستنتج من خلال الدراسة أن الانتشار السريع الذي عرفه فيروس كورونا، جعل العالم عاجزا على مجابهته فالمؤسسات توقفت نشاطاتها ووقفت نظم الاتصال التقليدية عاجزة على امام تلبية متطلبات الاتصال لتسيير نسقها، فأصبحت تسعى لتغير نظم الاتصال بها من خلال استحداث تكنولوجيات اتصال جديدة تتماشى والوضع الراهن لتحتل وسائط الاتصال الجديدة مكانتها بالمؤسسات لتعوض الفراغ وتضمن استمرار الاتصال بالمؤسسات.

الظفر

الظفر

الفصل الرابع

لوروسلطان الأتصال الحديثة في تفصيل الأتصال الموسسلي خلال أزمة كورونا

المبحث الأول: عرض ميدان الدراسة وخصائص مفردات العينة.

المطلب الأول: تعريف المؤسسة العمومية للصحة الجوارية ب"عين بسام".

المطلب الثاني: عرض خصائص مفردات الدراسة.

المبحث الثاني: طبيعة استخدام وسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية.

المطلب الأول: عرض نتائج تساؤلات محور طبيعة استخدام وسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية.

المطلب الثاني: عرض نتائج فرضيات محور طبيعة استخدام وسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية.

المبحث الثالث: دور وسائط الاتصال الجديدة في الحد من انتشار فيروس كورونا داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام"

المطلب الأول: عرض نتائج تساؤلات محور دور وسائط الاتصال الجديدة في الحد من انتشار فيروس كورونا داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام".

المطلب الثاني: عرض نتائج فرضيات محور دور وسائط الاتصال الجديدة في الحد من انتشار فيروس كورونا داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام".

المبحث الرابع: دور وسائل الاتصال الجديدة في تفعيل العملية الاتصالية خلال جائحة كورونا بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام".

المطلب الأول: عرض نتائج تساؤلات محور دور وسائل الاتصال الجديدة في تفعيل العملية الاتصالية خلال جائحة كورونا بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام".

المطلب الثاني: عرض نتائج فرضيات محور دور وسائل الاتصال الجديدة في تفعيل العملية الاتصالية خلال جائحة كورونا بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام".

نتائج الدراسة.

توصيات و مقترحات علمية.

تمهيد:

سنتناول في هذا الفصل التطبيقي، مناقشة دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل الاتصال المؤسسي خلال أزمة كورونا بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام، وذلك من خلال توزيع استمارة استبيان على المبحوثين قدر عددهم ب 30 مفردة، بأسلوب العينة القصدية، لجمع البيانات ووصف الظاهرة، وعرض بيانات محاور الدراسة وجدولتها وتفسيرها، ولقد ارتأينا في هذه الدراسة الى وعرض نتائج الدراسة في أربعة مباحث، حيث خصصنا المبحث الأول "لعرض ميدان الدراسة وخصائص مفردات العينة"، وتم تقسيمه الى مطلبين، فالمطلب الأول قدمنا فيه ميدان الدراسة، أما المطلب الثاني فعرضنا فيه خصائص مفردات العينة، أما المبحث الثاني فتم فيه عرض نتائج وفرضيات محور طبيعة استخدام وسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية، حيث يضم مطلبين فالأول خصص لعرض نتائج التساؤلات والمطلب الثاني لعرض نتائج الفرضية.

والمبحث الثالث قمنا بتقديم نتائج تساؤلات وفرضيات محور دور وسائط الاتصال الجديدة في الحد من انتشار فيروس كورونا داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام"، فكان المطلب الأول لعرض نتائج التساؤلات أما المطلب الثاني لتقديم نتائج الدراسة.

والمبحث الرابع تم فيه عرض نتائج تساؤلات وفرضيات محور دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل العملية الاتصالية خلال جائحة كورونا، حيث قسم الى مطلبين، فالأول يضم نتائج التساؤلات والمطلب الثاني يعرض نتائج الفرضية، وأخيرا تم عرض نتائج الدراسة مع تقديم توصيات ومقترحات علمية.

المبحث الأول: عرض ميدان الدراسة وخصائص مفردات العينة.

المطلب الأول: تعريف المؤسسة العمومية للصحة الجوارية بـ"عين بسام".

➤ تعريف المؤسسة ونشأتها:

المؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتوضع تحت وصاية الوالي وتتكون المؤسسة العمومية للصحة الجوارية بعين بسام من مصالح التشخيص والعلاج والاستشفاء وتعمل على التكفل الطبي والتغطية صحية على مستوى عشر بلديات (عين بسام، عين العلوي، عين الحجر، بئر اغبالو، الخبوزية، الروراوة، سوق الخميس، المقراني، الهاشمية وواد البردي).

تم إنشاء المؤسسة العمومية للصحة الجوارية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 07-140 المؤرخ في 19 ماي 2007، المحدد للتنظيم الداخلي للمؤسسات العمومية للصحة الجوارية. وبموجب القرار رقم 321 المؤرخ في 03 أبريل 2010 المحدد للممتلكات المادية للمؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام" ولاية البويرة.

وبموجب القرار رقم 2964 المؤرخ في 15 أكتوبر 2008 المتضمن إنشاء وتنظيم المصالح الطبية على مستوى المؤسسات العمومية للصحة الجوارية فإن المؤسسة العمومية للصحة الجوارية لعين بسام تتكون من:

- 07 عيادات متعددة الخدمات، ثلاثة منها تعمل بنظام المناوبة 24/سا و 4 تعمل بنظام 12/سا/12 والتي تقدم خدماتها على مدى ايام الاسبوع؛
- 28 قاعة للعلاج تغطي مختلف البلديات والمناطق النائية؛
- مصالح (طب العمل، علم الأوبئة والطب الوقائي، مكافحة مرض السل والأمراض التنفسية، الصحة المدرسية، الصحة العقلية).

حيث تتمثل المهام الأساسية لهذه العيادات والمصالح فيما يلي:

1. العلاج الطبي العام: وفيه يقوم الأطباء بتقديم الفحوصات الطبية العامة والمتخصصة للمرضى.

2. التمريض العام: وفيه يقوم الطاقم الشبه الطبي المكون من عدة اختصاصات بتقديم الخدمات التالية:

- مكافحة الأمراض المتنقلة عن طريق المستشفيات؛
- تقديم الإسعافات الأولية، خياطة الجروح، التضميد، الحقن وغيرها؛
- التصوير الطبي بالأشعة؛
- التحاليل الطبية؛
- تنفيذ مختلف البرامج الوطنية للصحة.

➤ التنظيم الإداري للمؤسسة العمومية للصحة الجوارية بعين بسام:

تنظيم المؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام يخضع لقوانين وزارة الصحة والسكان والوظيفة العمومية، حيث يتم تنظيمها وفقا لما يلي:

1. مجلس الإدارة: يعين أعضائه لعهددة 03 سنوات قابلة للتجديد بقرار من السلطات والهيئات التابعة لها، وفي حالة انقطاع عهددة أحد أعضاء مجلس الإدارة يعين عضو جديد حسب نفس الأشكال لخلافته إلى غاية انتهاء العهددة، وتنتهي عهددة الأعضاء الذين تم تعيينهم بحكم وظائفهم بانتهاء هذه الوظائف يضم مجلس الإدارة للمؤسسة كلا من:

- والي ولاية البويرة رئيسا؛
- ممثل عن إدارة المالية؛
- ممثل عن التأمينات الاقتصادية؛
- ممثل عن هيئات الضمان الاجتماعية؛
- ممثل عن المجلس الشعبي الولائي لولاية البويرة.

- ممثل عن المجلس الشعبي البلدي عين بسام؛
- ممثل عن المستخدمين الطبيين ينتخبه نظراؤه؛
- ممثل عن المستخدمين الشبه الطبيين ينتخبه نظراؤه؛
- ممثل عن جمعيات مرتفقي الصحة؛
- ممثل عن مستخدمي الإدارة ينتخبه نظراؤه؛
- رئيس المجلس الطبي.

يجتمع مجلس الإدارة في دورة عادية مرة واحدة كل 06 أشهر، ويمكنه الاجتماع في دورة غير عادية بناء على استدعاء من رئيسته أو بطلب من ثلثي أعضائه، وتحرر مداورات مجلس الإدارة في محاضر يوقعها الرئيس وأمين الجلسة، وتفيد في سجل خاص يرقمه ويؤشر عليه الرئيس، يتداول مجلس الإدارة على الخصوص فيما يلي:

- مخطط النشاط السنوي: وهو مخطط نشاط يضم مختلف الأهداف والنشاطات التي تسعى المؤسسة لإنجازها في مدة محددة بسنة؛
- مشروع المؤسسة: وهو مشروع لمدة 05 سنوات يضم جميع المشاريع التي ستجزها المؤسسة خلال هذه الفترة ويظم:
 - المشروع الطبي؛
 - مشروع علاجات التمريض؛
 - مشروع الاتصال والحوار مع الشركاء الاجتماعيين؛
 - مشروع الموارد البشرية؛
 - مشروع الموارد المالية؛
 - مشروع نظام المعلومات.

2. المجلس الطبي: يعتبر المجلس الطبي هيئة استشارية ويكلف بدراسة كل المسائل التي تهم المؤسسة وإبداء رأيه الطبي والتقني فيها، لاسيما فيما يخص التنظيم والعلاقات الوظيفية بين

المصالح الطبية ومشاريع البرامج المتعلقة بالتجهيزات الطبية وبناء المصالح الطبية وإعادة تهيئتها، وبرامج الصحة والسكان وبرامج التظاهرات العلمية والتقنية، وكذا اقتراح كل التدابير التي من شأنها تحسين تنظيم المؤسسة وسيرها لاسيما مصالح العلاج والوقاية، ويتشكل المجلس الطبي من:

- مسؤولي المصالح الطبية؛

- الصيدلي المسؤول عن الصيدلية؛

- منسق جراحي الأسنان.

3. المدير: ينتمي مدراء المؤسسات العمومية للصحة إلى سلك متصرفي المصالح الصحية، والذين ينظم مركزهم القانوني المرسوم التنفيذي 09-161 المؤرخ في 02 ماي 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين لسلك متصرفي مصالح الصحة، ويشمل سلك المتصرفين في المصالح الصحية الرتب المذكورة في المادة 15 من هذا المرسوم.

يعين مدير المؤسسة العمومية للصحة الجوارية بعين بسام بقرار من الوزير المكلف بالصحة، وتتهى مهامه حسب نفس الشكل، يسهر المدير باعتباره الأمر بالصرف بالمؤسسة على حسن سيرها وذلك بالقيام بالمهام التالية:

- تحضير مشاريع الميزانيات التقديرية ويعد حسابات المؤسسة ويعرضه على مجلس الإدارة للمداولة:

- يعد مشروع النظام الداخلي للمؤسسة؛

- ينفذ مداولات مجلس الإدارة؛

- يعد التقرير السنوي عن النشاط ويرسله إلى السلطة الوصية بعد موافقة مجلس الإدارة عليه؛

- يبرم كل العقود والصفقات والاتفاقيات والاتفاقات في إطار التنظيم المعمول به؛

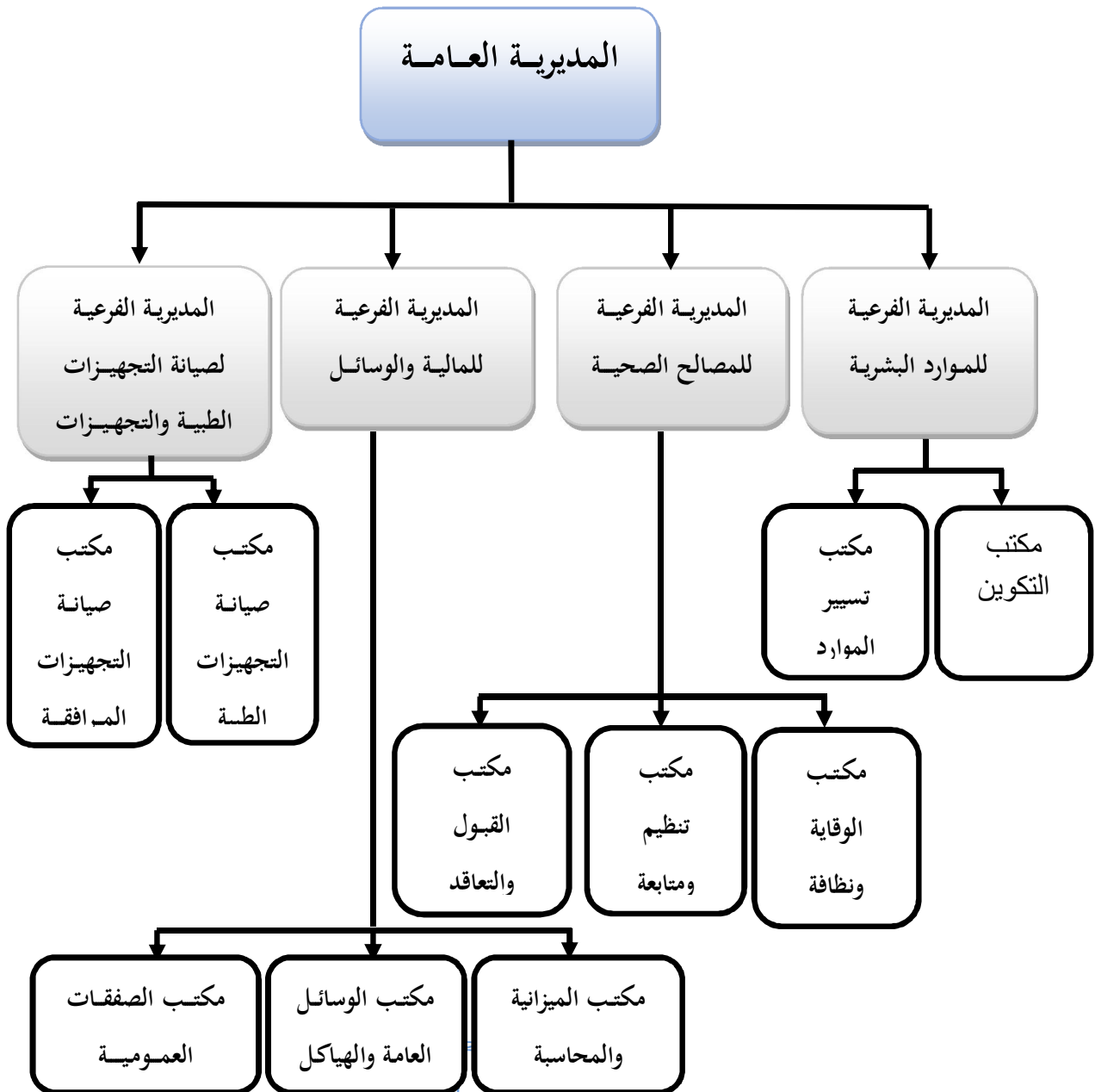
- يمارس السلطة السلمية على المستخدمين الخاضعين لسلطته؛

- يعين جميع مستخدمي المؤسسة باستثناء المستخدمين الذي تقرر طريقة أخرى تعيينهم.

➤ الهيكل التنظيمي للمؤسسة وواقع نظام المعلومات فيها.

يتم تقسيم المهام والمسؤوليات في المؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام من خلال هيكل تنظيمي ينظم عمل المؤسسة ويقسمها إلى مجموعة من المديريات الفرعية والمكاتب وفقا للنصوص والقوانين المنظمة لعملها.

أولا_ الهيكل التنظيمي للمؤسسة: سنقوم بعرض الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام من خلال الشكل التالي:



الشكل رقم (01): يمثل الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام

يبين الشكل أعلاه عرض الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام، حيث يظهر انه يتكون من المديرية العامة والتي تمثل قمة الهرم الإداري، يتأسسها مدير المؤسسة والذي يتولى القيام بالإدارة واتخاذ مختلف القرارات الهامة، وتتفرع منها مجموعة من المديريات الفرعية والتي يتم من خلالها تأدية مختلف مهام ووظائف المؤسسة، ومن اجل التعرف أكثر على المديريات الفرعية وتقسيم المسؤوليات والمهام في المؤسسة سنقوم بعرض تفصيلي للهيكل التنظيمي للمؤسسة كما يلي:

1. المديرية الفرعية للموارد البشرية: نظرا لأهمية هذه المصلحة وحجم نشاطها وقصد التحكم والتسيير الجيد للموارد البشرية بالمؤسسة، الحق بها مكتبين هما:

- مكتب تسيير الموارد البشرية والمنازعات؛
- مكتب التكوين.

وتتمثل مهام هذه المديرية الفرعية فيما يلي:

- ✓ إعداد التقارير الشهرية، الثلاثية والسنوية الخاصة بحركة الموظفين؛
- ✓ إعداد وتنفيذ المخطط السنوي لتسيير الموارد البشرية؛
- ✓ تنفيذ برامج التكوين المسطرة من طرف الوزارة الوصية؛
- ✓ الاشراف على مختلف عمليات التوظيف، الترقية، النقل، وغيرها...
- ✓ مواكبة النصوص والتشريعات القانونية المتعلقة بتنظيم وتسيير الحياة المهنية للموظف.

2. المديرية الفرعية للمالية والوسائل: تعتبر هذه المديرية من أهم المديريات حيث تقوم بتسيير الموارد المالية للمؤسسة ووسائلها المادية الثابتة والمنقولة وبها ثلاث مكاتب هي:

- مكتب الميزانية والمحاسبة؛
- مكتب الوسائل العامة والهيكل؛
- مكتب الصفات العمومية

وتتمثل مهام هذه المديرية فيما يلي:

- ✓ الحرص على اختيار أحسن المعدات والأدوات التي تحتاجها المؤسسة في نشاطها ومتابعة حسن استغلالها على مستوى المؤسسة وصيانتها من التلف؛
- ✓ متابعة عمل المصالح الاقتصادية للمؤسسة (المخزن، المطبخ، البياضة، حظيرة السيارات)؛
- ✓ تقديم حوصلة شهرية عن مختلف النشاطات التي يقوم بها؛
- ✓ العمل على توفير الأدوية والمستلزمات الطبية والحفاظ الجيد لها ومراقبة استعمالها من خلال تنظيم عمل الصيدلية التابعة للمؤسسة؛
- ✓ القيام بالاستشارات والمناقشات الخاصة باقتناء مختلف حاجيات المؤسسة والتسوية المالية للالتزامات المؤسسة اتجاه الموردين.

3. المديرية الفرعية للمصالح الصحية: تلعب هذه المديرية دور حساس وفعال فيما يخص المراقبة والتنسيق وتنظيم مختلف المصالح الطبية التابعة للمؤسسة من عيادات متعددة الخدمات وقاعات علاج ومصالح اخرى مختلفة حيث تتكون من ثلاث مكاتب هي:

- مكتب القبول والتعاقد وحساب التكاليف؛
- مكتب تنظيم النشاطات الصحية ومتابعتها؛
- مكتب الوقاية ونظافة المحيط.

تمثل مهام هذه المديرية الفرعية فيما يلي:

- ✓ إعداد جميع الإحصائيات الشهرية والثلاثية والسنوية والسادسية والسنوية؛
- ✓ اعداد حساب تكلفة المريض الذي يحتوي على تقديرات نسبية للتكاليف التي تنفقها المؤسسة في العلاج والتمريض؛
- ✓ تنظيم عمل العيادات وقاعات لعلاج ومختلف المصالح؛
- ✓ إعداد قوائم المناوبة للأطباء والمرمضين خلال العمل الليلي وأيام العطل والأعياد من اجل ضمان استمرار التغطية الصحية 24/24 سا؛

✓ توفير التغطية الصحية للتلاميذ أثناء الدراسة وفترات الامتحانات الرسمية والسهر على تطبيق برامج التفقيح الوطنية ومختلف برامج الصحة الوطنية؛
 ✓ إعداد مختلف مخططات التدخل ضد الحريق والأمن الداخلي للمؤسسة، والتدخل عند الطوارئ والكوارث؛

4. المديرية الفرعية لصيانة التجهيزات الطبية والتجهيزات المرافقة: تسهر هذه المديرية على مراقبة وسلامة التجهيزات الطبية والأجهزة المرافقة، بها مكتبين هما:

- مكتب صيانة التجهيزات الطبية؛

- مكتب صيانة التجهيزات المرفقة.

حيث تقوم هذه المديرية بالمهام التالية.:

✓ وضع مخطط للصيانة الدورية لمختلف التجهيزات الطبية والتقنية المتواجدة بالمؤسسة؛
 ✓ التعاقد مع مختلف مؤسسات التي تقدم خدمات إصلاح وصيانة مختلف التجهيزات؛
 ✓ تقييم مدى صلاحية التجهيزات الطبية ومراعاتها لمعايير الاستعمال؛
 ✓ تقديم حصيلة سنوية حول حالة التجهيزات الطبية وتكاليف إصلاح وصيانة هذه التجهيزات؛

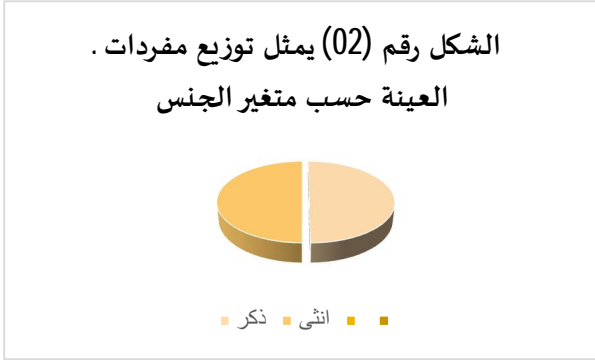
✓ إعداد قائمة بالتجهيزات الغير الصالحة للاستعمال من خلال عرضها على الجهات التقنية المخولة لذلك من اجل مباشرة إجراءات التخلي عن استخدامها¹.

¹ - المصدر: المؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام، المديرية الفرعية للموارد البشرية.

المطلب الثاني: عرض خصائص مفردات الدراسة.

➤ تبعا لمتغير السن:

الجدول رقم (01)، يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.



النسبة	التكرار	الجنس
%50	15	ذكر
%50	15	أنثى
%100	30	المجموع

أدلت معطيات الجدول رقم (1)، أن فئة "الذكور" جاءت متساوية مع فئة "الإناث"، حيث قدرت النسبة بـ: 50% من عينة الدراسة، ويعود ذلك الى تكافئ الفرص بين الرجل والمرأة في العمل، كما اوضحه الشكل أعلاه.

➤ تبعا لمتغير الوظيفة.

الجدول رقم (02)، يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير الوظيفة.

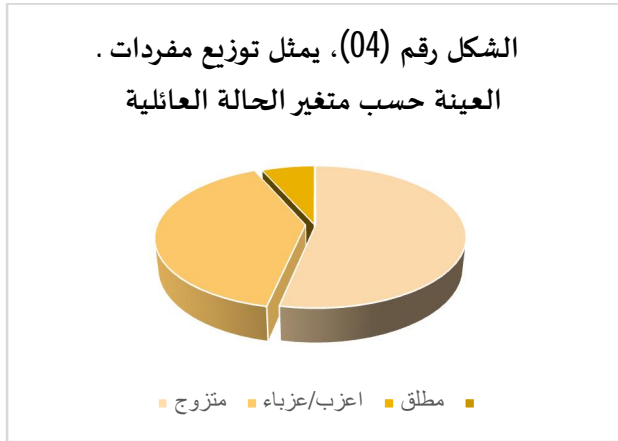


النسبة	التكرار	الوظيفة
% 34.3	13	السلوك الاداري
% 26.7	8	السلوك الطبي
% 30.0	9	السلوك شبه طبي
%100	30	المجموع

يظهر من خلال الجدول رقم (2)، أن فئة "السلك الإداري" تمثل النسبة الأعلى ضمن عينة الدراسة حيث بلغت 34,3% نظرا إلى أن هذه الفئة الأكثر تجاوبا مع أداة الدراسة، تليها نسبة "السلك شبه الطبي" والتي قدرت بـ: 30,0%، تأتي في الأخير فئة "السلك الطبي" كأقل نسبة حيث قدرت بـ: 26,7%، وهذا راجع إلى أن الفئتين الأخيرتين كانتا أقل تجاوبا مع أداة الدراسة نظرا لانشغالاتهم أكثر بالمهام الطبية خاصة مع جائحة كورونا واهتمامهم بالمرضى والاستشارات والكشوفات الطبية، كما بينه الشكل أعلاه.

➤ تبعا لمتغير الحالة العائلية.

الجدول رقم (03)، يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير الحالة العائلية.



الحالة العائلية	التكرار	النسبة
متزوج(ة)	16	53.3%
أعزب/ عذباء	12	40.0%
مطلق(ة)	2	6.7%
المجموع	30	100%

بينت معطيات الجدول رقم (3)، أن نسبة فئة "متزوج(ة)" قد مثلت النسبة الأكبر مقارنة بغيرهم حيث بلغت 53,3%، ويعود هذا إلى أن فئة المتزوجين هم من فئة الموظفين وكبار في السن خاصة مع طول مدة الدراسة بالسلك الطبي، تليهم فئة "أعزب/ عذباء" في المرتبة الثانية بنسبة 40,0%، ويعود هذا إلى أن فئة العزاب من الفئات المتخرجة حديثا من التكوين الشبه الطبي أو الطبي، ثم أخيرا تأتي فئة "مطلق(ة)" بنسبة قدرت بـ: 6,7% فقط، كما أوضحه الشكل أعلاه.

➤ تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

الجدول رقم (04)، يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

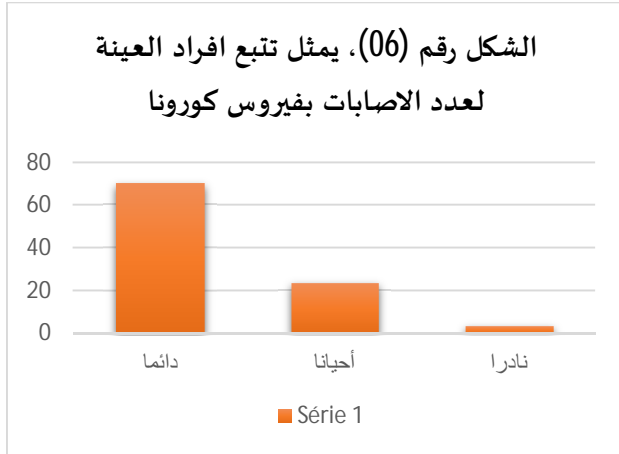


النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
6.7%	2	متوسط
13.3%	4	ثانوي
80%	24	جامعي
100%	30	المجموع

يظهر من خلال الجدول رقم (04) أعلاه، أن فئة المستوى "الجامعي" مثلت أعلى نسبة مقارنة بالفئات الأخرى حيث بلغت نسبتها 80 %، تليها فئة المستوى "الثانوي" بنسبة قدرت بـ 13.3 %، وجاءت في الأخير فئة المستوى "المتوسط" حيث قدرت نسبتها 6.7 %. ويمكن ان يعود ذلك الى أهمية المستوى التعليمي الجامعي خاصة وأن هذه المؤسسة تهتم بمجال حساس الا وهو صحة الافراد والمجتمع، وبالتالي توظف من يحملون كفاءات وشهادات جامعية خاصة الطب، وتبقى المستويات الأخرى في ذيل الترتيب ربما نظرا لكونهم يشتغلون في سلك الشبه طبي، كما أوضحه الشكل أعلاه.

➤ تبعا لمتغير تتبع عدد الإصابات بفيروس كورونا.

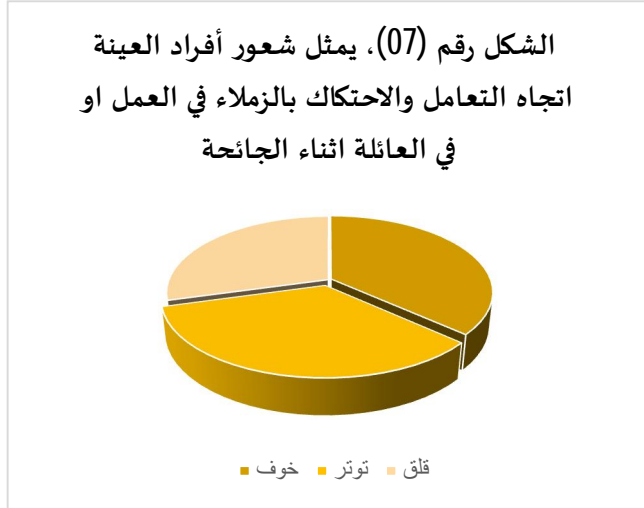
الجدول رقم (05)، يمثل تتبع افراد العينة لعدد الإصابات بفيروس كورونا.



تتبع عدد الإصابات بفيروس كورونا	التكرار	النسبة
دائما	21	70.0%
أحيانا	7	23.3%
نادرا	2	6.7%
المجموع	30	100%

يتجلى من خلال البيانات المذكورة في الجدول رقم (5)، ان فئة المتابعين لعدد الإصابات بفيروس كورونا بشكل "دائم" حققت النسبة الأكبر، حيث قدرت بـ: 70,0%، ويعود هذا الى قطاع المؤسسة بالدرجة الأولى والذي يمثل مؤسسة استشفائية، وضرورة تسجيل حالات الإصابات بفيروس كورونا وعرض النتائج الإحصائية الوطنية ثم العالمية، وبالتالي التعرف لأحدث مستجدات الفيروس وسرعة انتشاره بين الافراد، ثم تليها نسبة " أحيانا" في المرتبة الثانية والتي بلغت 23,3%، ويعود هذا ربما لعدم تعرضهم الكبير لمستجدات الفيروس وانشغالاتهم بمهام الإدارية والطبية الخاصة ، وعدم وجود وقت كافي يسمح لهم بتتبع الاخبار المتعلقة بالفيروس مع تزايد حالات الإصابات والوفيات، ثم تأتي في المرتبة الأخيرة نسبة " نادرا" و قدرت ب 6,7% و يعود هذا لتواجد حالات الاضطرابات النفسية لدى المتبعين مثل حالات القلق المرضي، والتوهم المرضي، والخوف والتوتر، كما أوضحه الشكل أعلاه.

➤ تبعا لمتغير شعور المبحوثين نحو الزملاء او العائلة اثناء الاحتكاك بهم خلال الجائحة. الجدول رقم (06)، يمثل شعور أفراد العينة اتجاه التعامل والاحتكاك بالزملاء في العمل أو في العائلة أثناء الجائحة.



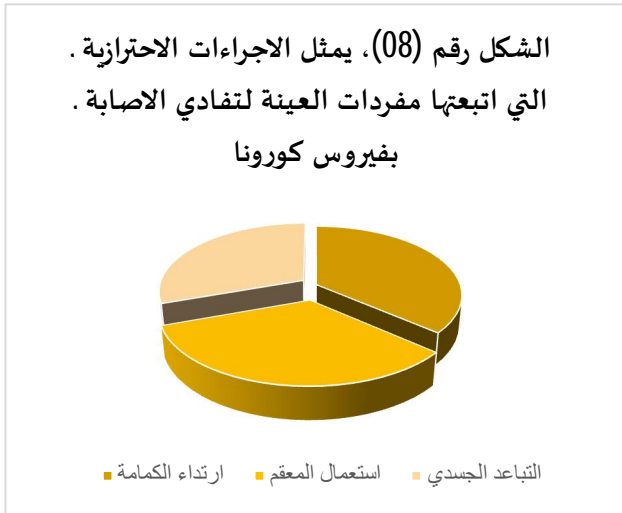
شعورك اتجاه التعامل والاحتكاك بزملائك في العمل أو في العائلة أثناء جائحة كورونا	التكرار	النسبة
خوف	15	36.6%
توتر	14	34.1%
قلق	12	29.3%
المجموع	41	100%

أبانت النتائج المذكورة في الجدول رقم (6) أن اغلب مفردات عينة الدراسة تخاف وتقلق من الاحتكاك او التعامل مع زملاء العمل خلال جائحة كورونا، وقد جاءت بنسب متقاربة حيث قدرت النسبة التي "تخاف"

في المرتبة الأولى و قدرت ب 36,6%، وتأتي في نسبة متقاربة أيضا الفئة التي "تتوتر" من التعامل والاحتكاك مع زملاء العمل حيث قدرت ب: 34,1%، وفي الأخير جاءت فئة التي "تقلق" بنسبة 29.3%.

ويمكن أن يعود هذا "الخوف" من انتقال العدوى، وغموض هذا الفيروس المستجد وقلة المعلومات عنه، وبالتالي سرعة انتشاره ودرجه فتكه بالصحة الجسدية والنفسية للمريض، وتأتي في المرتبة الأخيرة نسبة الفئة التي "تقلق" من المحاكاة او التعامل مع زملاء العمل حيث قدرت ب 29,3%، ويعود هذا لقلة تأثيرها بالفيروس مقارنة بالأولى، كما يوضح الشكل أعلاه.

➤ تبعا لمتغير الإجراءات الاحترازية لدى عينة الدراسة لتفادي الإصابة بفيروس كورونا. الجدول رقم (07)، يمثل الإجراءات الاحترازية التي اتبعتها مفردات العينة لتفادي الإصابة بفيروس كورونا.



النسبة	التكرار	الإجراءات الاحترازية التي اتبعتها لتفادي الإصابة بفيروس كورونا
37.1%	26	ارتداء الكمامة
32.9%	23	استعمال المعقم
30.0%	21	التباعد الجسدي
100%	70	المجموع

أدلت معطيات الجدول رقم (7)، ان الفئة التي تستعمل "الكمامة" لتفادي الإصابة بفيروس كورونا مثلت النسبة الأكبر من إجابات المبحوثين حيث قدرت ب: 37,1%، ويعود هذا الى ان الكمامة الى فرض قوانين اجبارية من الدولة، ويعاقب كل فرد يخالف هذا القانون بدفع غرامة مالية، وتأتي في المرتبة الثانية الفئة التي تستعمل "المعقم" بنسبة بلغت 32,9%، ويعود هذا الى أن الفيروس ينتقل عبر اللمس، ثم تأتي في المرتبة الأخيرة نسبة "التباعد الجسدي" حيث قدرت ب: 30,0% ، ويعود هذا الى تفادي الافراد الاقتراب من بعضهم البعض خوفا من عدوى الفيروس وخاصة مع الاخبار المروجة حول الفيروس من مصادر صحية واخبارية متعددة، وبالتالي تطبيق الإجراءات القانونية.

المبحث الثاني: طبيعة استخدام وسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية.

المطلب الأول: عرض نتائج تساؤلات محور طبيعة استخدام وسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية.

الجدول رقم (08)، يمثل امتلاك جهاز حاسوب خاص بأفراد العينة.

النسبة	التكرار	هل تمتلك جهاز حاسوب خاص بك؟
50%	15	نعم
50%	15	لا
100%	30	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم (08) أعلاه، أن ما نسبته 50% من عينة الدراسة يمتلكون جهاز حاسوب خاص بهم حيث أجابوا ب "نعم"، وتأتي بالتساوي ما نسبته 50% انهم لا يمتلكون جهازا حاسوب خاص بهم، حيث اجابوا ب "لا".

ونستنتج من خلال ذلك أن نصف عينة الدراسة تمتلك جهاز حاسوب خاص بها، ونصف آخر لا تمتلك حاسوب خاص بها.

ويمكن أن يعود سبب ذلك الى طبيعة المهنة فالسلك الإداري أو الطبي يحتاج الى جهاز حاسوب خاص به نظرا لطبيعة الانشغالات والوظائف، عكس السلط الشبه الطبي الذي ينشغل بمراقبة المريض وتلبية احتياجاتهم، مع عدم القدرة على اقتناء جهاز الحاسوب نظرا لضعف القدرة الشرائية والدخل المحتشم للموظفين.

الجدول رقم (09)ن يمثل تزود جهاز الحاسوب الخاص بخدمة الانترنت.

النسبة	التكرار	إذا كانت اجابتك بنعم، هل هو مزود بخدمة الانترنت
%43.3	13	نعم
%56.7	17	لا
%100	30	المجموع

تبين نتائج الجدول رقم (09) أعلاه، المتعلق بتزود جهاز الحاسوب الخاص بعينة الدراسة بخدمة الانترنت، أن ما نسبته %56.7 لم يزود جهاز الحاسوب الخاص بها بخدمة الانترنت حيث اجابوا ب "لا"، وتليه ما نسبته %43.3 والتي اجابت ب "نعم" حيث أن جهاز الحاسوب الخاص بها مزود لخدمة الأنترنت.

ويمكن أن يرجع ذلك الى طبيعة المهام لدى الأفراد داخل المنظمة، والى نسبة امتلاكهم لجهاز حاسوب خاص من عدمها بالمؤسسة كما ادلت عليه عينة الدراسة، كما يمكن ان يعود ذلك أيضا الى حجم تكلفة المؤسسة ضعف توظيف الوسائل التكنولوجية الحديثة.

الجدول رقم (10)، يمثل مجالات استخدام الاتصال داخل المؤسسة.

النسبة	التكرار	ماهي مجالات استخدام الاتصال داخل المؤسسة
%50.0	22	الحصول على المعلومة
%25.0	11	نقل القرارات بين السلطة العليا والموظفين
%25.0	11	اجتماعات العمل بالمؤسسة
%100	44	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (10) أعلاه، توزيع إجابات عينة الدراسة حول استخدامات الاتصال داخل المؤسسة، حيث أن المؤسسة تستخدم الاتصال لأجل "الحصول على المعلومة" بنسبة أعلى حيث بلغت 50%، ويليه "نقل القرارات بين السلطة العليا والموظفين" مع "اجتماعات العمل بالمؤسسة" بنسب متساوية حيث قدرت ب 25%.

ويمكن أن يعود ذلك للحاجة الماسة الى المعلومات خلال أزمة كورونا والتي تتعلق بعدد الإصابات والوفيات بالفيروس داخل المؤسسة وكذا الإجراءات المتخذة لتسيير الازمة.

الجدول رقم (11)، يمثل استخدام عينة الدراسة لوسائط التواصل الجديدة في

المؤسسة.

النسبة	التكرار	هل تستخدم وسائط التواصل الجديدة في المؤسسة
80.0%	24	نعم
20.0%	6	لا
100%	30	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (11)، إجابات المبحوثين حول استخدام وسائط التواصل الجديدة في المؤسسة، حيث تستخدم أغلبية المبحوثين هذه الوسائط بنسبة قدرت ب 80%، في حين أن نسبة قليلة منهم لا تستخدم هذه الوسائط وذلك بنسبة 20%

يمكن تفسير ذلك من خلال التوجه نحو رقمنة الإدارة جراء التطور التكنولوجي وما فرضه وسائل الاتصال من مميزات جعلتها منافسة للإدارة التقليدية من سهولة الاستخدام، وتوفير الجهد والوقت لدى الموظفين وتقليل الأعباء، كما أكدته دراسة (مراد ميلود، حمزة طلحي 2019) من خلال أن استخدام التكنولوجيا ساهمت في تغيير وجه ونوعية الخدمات الصحية

المقدمة بما ينعكس على تحسين الصورة العامة للمؤسسة، وتحسين المردود العام للخدمات الصحية المقدمة للمرضى¹.

الجدول رقم (12)، يمثل مدى استخدام وسائط الاتصال الجديدة في المؤسسة.

النسبة	التكرار	الى أي مدى تستخدم وسائط الاتصال الجديدة في المؤسسة
13.3%	4	غالبا
50.0%	15	أحيانا
36.7%	11	نادرا
100%	30	المجموع

يظهر من خلال نتائج الجدول رقم (12)، توزيع إجابات عينة الدراسة حول استخدامها لوسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسة، حيث أن 50% من المبحوثين يستخدمون وسائط الاتصال الجديدة "أحيانا" كأعلى نسبة، في حين أن ما نسبته 36.7% "نادرا" ما يستخدمون هذه الوسائط، أما ما نسبته 13.3% من المبحوثين فأجابت ب "غالبا".

ويمكن تفسير ذلك، من خلال أن المؤسسة لم تعطي أهمية لتوظيف هذه الوسائل من

اجل الاندماج في عصر التكنولوجيا الرقمية لما لها من انعكاساتها لتحسين جودة الخدمة.

كما يمكن أن يعود ذلك حسب نتائج المقابلة مع "المديرية الفرعية لدى الموارد البشرية" الى اختلاف الموظفين في مستوى التعليم ودرجة ادراكهم لتقنيات التواصل الحديثة حيث يواجه الموظفون كبار السن وكذا اصحاب المستوى التعليمي الضعيف من صعوبة في استخدام هذه الوسائط اما بقية الموظفين فقد سهلت لهم هذه الوسائط مهامهم من خلال اتمام اعمالهم عن بعد، وهذا ما أدلت عليه نتائج المقابلة.

¹ - مراد ميلود، حمزة طلحي، دور استخدام التكنولوجيا المتطورة عبر منظومة الاتصال والاعلان المؤسساتي الداخلية وأثرها على تحسين صورة المؤسسة الاستشفائية العمومية بالجزائر، مجلة الرواق، مجلد 05، عدد 01، 2019، ص 63.

الجدول رقم (13)، يمثل وسائل الاتصال الأكثر استخداما من طرف المؤسسة العمومية خلال الظروف العادية.

النسبة	التكرار	ماهي وسائل الاتصال الأكثر استخداما من طرف مؤسستكم خلال الظروف العادية
11.4%	8	البريد الالكتروني
20.0%	14	المواقع الالكترونية للمؤسسة
24.3%	17	التواصل المرئي
20.0%	14	الصفحة الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي
20.0%	14	الإنترنت
2.9%	2	الهاتف
1.4%	1	الإعلانات والمذكرات المصلحية
100%	70	المجموع

يوضح الجدول رقم (13) أعلاه، توزيع إجابات المبحوثين حول الوسائل التي تستخدمها المؤسسة خلال الظروف العادية، حيث اجابت ما نسبتهم 24.3% على استخدام "التواصل المرئي"، ويمكن ان يعود ذلك الى طبيعة العلاقات الإنسانية الجيدة بين الموظفين، ثم جاءت كل من "المواقع الالكترونية للمؤسسة"، "الصفحة الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي" و"الانترنت" بنسب متساوية قدرت ب 20%، ويمكن ان يعود ذلك الى انفتاح المؤسسة لمواكبة الرقمنة الإدارية والتكنولوجيا الحديثة للاتصال، وتليها استخدام "البريد الالكتروني" بنسبة قدرت ب 11.4%.

ويأتي في الأخير اقتراحات أخرى تمثلت في استخدام "الهاتف" والاعلانات والمذكرات المصلحية" بنسب ضئيلة حيث قدرت على التوالي (2.9%، 1.4%).
المطلب الثاني: عرض نتائج فرضية محور طبيعة استخدام وسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية.

الجدول رقم (14)، يمثل اختبار معامل "فاي" (Phi)، لقياس العلاقة بين استخدام وسائط الاتصال الجديدة والظروف التي تمر بها المؤسسة خلال جائحة كورونا.

حجم العينة	مستوى الدلالة الاحصائية	قيمة الدلالة الاحصائية	قيمة كرامر (V de cramer)	قيمة معامل فاي (phi)
30	0.05	<u>0.18</u>	0.24	0.24

أدلت نتائج الجدول رقم (14)، من خلال اختبار معامل "فاي" (Phi)، الذي كشف عن قيمة الدلالة الإحصائية للاختبار، حيث تساوي (0,18) وهي أكبر من مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، مما يفضي إلى قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة، وأنه توجد لا توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والظروف التي تمر بها المؤسسة خلال جائحة كورونا.

ويمكن تفسير نتائج الجدول من خلال أن استخدام الوسائط الاتصالية المتعددة ليست وليدة الأزمات، بل هي وليدة التطورات الفكرية عبر المراحل التاريخية، والتي جعلت من الوسيلة امتدادا للحواس ومماثلة للواقع الإنساني، وهذا ما تفترضه نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال مكلوهان، "فالناس يتكيفون مع بيئتهم في كل عصر من خلال توازن ونسبة محددة لاستخدام

الحواس وصلتها الرئيسية بالوسيلة الاتصالية المستخدمة والتي ينتج عنها نسبة استخدام لحاسة معينة ذات صلة بتنوع الوسيلة المستخدمة¹.

ويمكن أن نقول ان العلاقة بين استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة والظروف التي تمر بها المؤسسة هي مسألة زيادة الاستخدام فقط، وهذا ما عبرت عليه عينة البحث.

المبحث الثالث: وسائط الاتصال الجديدة في الحد من انتشار فيروس كورونا داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام".

المطلب الأول: عرض نتائج تساؤلات محور دور وسائط الاتصال الجديدة في الحد من انتشار فيروس كورونا داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام".

الجدول رقم (15)، يمثل قيام المؤسسة العمومية للصحة الجوارية بتوظيف وسائط الاتصال الجديدة لتوعية العمال من مخاطر انتشار فيروس كورونا وإجراءات الوقاية منه.

النسبة	التكرار	هل قامت مؤسستكم بتوظيف وسائل الاتصال الجديدة لتوعية العمال من مخاطر انتشار فيروس كورونا وإجراءات الوقاية منه؟
96.7%	29	نعم
3.3%	1	لا
100%	30	المجموع

أبانت النتائج المذكورة في الجدول رقم (15) أن اغلب مفردات عينة الدراسة يؤكدون أن المؤسسة قامت بتوظيف وسائط الاتصال الجديدة لتوعية العمال من مخاطر انتشار فيروس

¹- ياسين قرنانين، قراءة تحليلية لنظرية الحتمية التكنولوجية والحتمية القيمية، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد 08، العدد 01، 2014، ص68.

كورونا وإجراءات الوقاية منه، حيث بلغت النسبة بـ 96.7%، في حين تليها نسبة قليلة
المبحوثين الذين يدلون بالعكس، حيث قدرت نسبتهم بـ 3.3%،

ويمكن تفسير ذلك نظرا للرواج الكبير لهذه المواقع والخصائص التي تتمتع بها من
سهولة الاستخدام وتنوع المعلومات، وطريقة عرضها للحملات الإعلامية بأشكال مختلفة
كالفيديوهات والصور، والتي تحمل استمالات متعددة لأقناع المتلقي بالمضمون وهذا يشير
لثرائها المعلوماتي، وهذا ما أكدته دراسة مشابهة (جمال الدين مدفوني 2022)، من خلال أن
"مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بحملات التوعية الصحية، وقد كان لها انعكاس بالتزامهم
بالسلوكيات الصحية"¹.

الجدول رقم (16)، يمثل توظيف المؤسسة العمومية وسائط الاتصال الجديدة للتقليل من
انتشار الفيروس.

النسبة	التكرار	هل وظفت مؤسستكم وسائل الاتصال الجديدة للتقليل من انتشار الفيروس؟
93.3%	28	نعم
6.7%	2	لا
100%	30	المجموع

يوضح الجدول رقم (16)، أن أغلب المستخدمين يوظفون وسائط الاتصال الجديدة للتقليل
من انتشار الفيروس بنسبة بلغت 93,3%، ويليها الذين يعتمدون على وسائل الاتصال الجديدة
للتقليل من انتشار الفيروس بنسبة قدرت 6,7%، ويعود هذا الى ضعف التفاعل في وسائل
الاتصال الجديدة لدى الموظفين.

¹ - جمال الدين مدفوني، مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا، مجلة طنبية للدراسات العلمية
الأكاديمية، مجلد 03، العدد 05، 2020، ص 548.

ويمكن تفسير ذلك، من خلال أن القطاع الطبي أو الشبه الطبي أو السلك الإداري يساهم في نشر المعلومات الاحترازية للوقاية من الفيروس عن طريق وسائل الاتصال المختلفة مع تقديم نصائح وتوجيهات طبية، حيث أصبحت ضرورة تستخدمها المؤسسة للتواصل في ظل إجراءات التباعد الجسدية، وهذا ما أكدته دراسة (حمزة طلحي، مراد ميلود 2022)، من خلال "أن استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة مرهون بالإجبارية وليس الاختيار لما تمنحه من انعكاسات إيجابية تدعم منظومة الاتصال"¹.

الجدول رقم (17)، يمثل كيفية توظيف المؤسسة العمومية لوسائط الاتصال الجديدة.

النسبة	التكرار	إذا كانت الإجابة بنعم، كيف وظفت هذه الوسائل؟
23.0%	17	تعويض الاجتماعات التقليدية بالاجتماعات الافتراضية
14.9%	11	تعويض الاتصال المباشر بين العمال بالاتصال الإلكتروني
8.1%	6	تعويض العمليات الإدارية التقليدية بالعمليات الإدارية الرقمية
21.6%	16	تعويض الإعلانات الورقية بالإعلان على شبكات التواصل الاجتماعي
13.5%	10	تبادل الملفات عبر شبكة اتصال داخلية
18.9%	14	استخدام الأرصديات الرقمية
100%	74	المجموع

¹ - حمزة طلحي، مراد ميلود، واقع العمل بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات والاعلان في تحسين أداء ودورها في تحسين صورة الأداء الاستشفائي بالجزائر، المجلة الجزائرية للامن والتنمية، مجلد 11، عدد 01، 2022، ص 433

توضح معطيات الجدول رقم (17)، الذي يمثل توزيع إجابات المبحوثين حول كيفية توظيف المؤسسة لوسائل الاتصال الجديدة، حيث جاءت أولاً "تعويض الاجتماعات التقليدية بالاجتماعات الافتراضية" بنسبة قدرت بـ 23,0 %، تليها "تعويض الإعلانات الورقية بالإعلان على شبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة بلغت 21.6%، وتليها "استخدام الارضيات الرقمية" بنسبة قدرت بـ 18.9%، ويتبعها "تعويض الاتصال المباشر بين العمال بالاتصال الإلكتروني" بنسبة قدرت بـ 14,9 %، ثم تليها "تبادل الملفات عبر شبكة اتصال داخلية" بنسبة 13.5%، ثم تأتي أخيراً "تعويض العمليات الإدارية التقليدية بالعمليات الإدارية الرقمية" حيث قدرت نسبتها بـ 8,1%.

ويمكن تفسير ذلك، من خلال أن وسائل الاتصال الجديدة حلت محل الوسائل الاتصالية القديمة، وصيرت العالم الى قرية صغيرة وقزمتها، كما تتميز بخصائص متعددة جعلتها تتصدر القائمة الأولى في مجال تكنولوجيا الاتصال للاتصال والتواصل والتفاعل عن بعد، خاصة في ظل الازمات كأزمة كورونا بما ينعكس على تحسين جودة الخدمة داخل المؤسسة، وهذا ما تؤكدته دراسة (ايمن عبد الله النور 2021) حيث أن هذه المواقع "حلت محل قنوات الاتصال الإدارية التقليدية نظراً لسرعة انجاز العمل وسهولة تنقل المعلومات المتعلقة بالرؤساء والمرؤوسين كذلك ارسال الخطابات الإدارية"¹.

¹ - ايمن عبد الله النور، فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال التنظيمي خلال أزمة كورونا، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مجلد 05، العدد 02، 2021، ص 522.

الجدول رقم (18)، يمثل توظيف وسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية للمساهمة في الحد أو التقليل من انتشار الفيروس.

النسبة	التكرار	هل ترى أن توظيف وسائط الاتصال الجديدة من طرف مؤسساتكم ساهم فعلا في الحد من أو التقليل من انتشار الفيروس؟
90.0%	27	نعم
10.0%	3	لا
100%	30	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (18) أعلاه، أن أغلبية عينة الدراسة ترى أن توظيف وسائل الاتصال الجديدة من طرف المؤسسة قد ساهمت فعلا في الحد من أو التقليل من انتشار الفيروس وذلك بنسبة 90%، في حين ما نسبتهم 10%، ترى أن توظيف هذه الوسائل لم تساهم في الحد من انتشار الفيروس.

ويمكن تفسير ذلك من خلال نتائج المقابلة مع «المديرية الفرعية لدى الموارد البشرية» حيث عبر المبحوث على انه: "بفضل وسائط الاتصال الجديدة فقد تم فرض التباعد الجسدي بين الموظفين، من خلال الاجتماعات الافتراضية واستغلال منصات التواصل لتعويض وسائل الاتصال القديمة".

كما اصبحت هذه الوسائط ادوات اتصال رسمية فرضتها المؤسسة، وجب على الموظفين اتباعها باعتبارها مصدر موثوق للمعلومة، كما انه يتم من خلالها الاجابة على انشغالات الموظفين وطرح تساؤلاتهم.

المطلب الثاني: عرض نتائج فرضيات محور دور وسائط الاتصال الجديدة في الحد من انتشار فيروس كورونا داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام".
الجدول رقم (19)، يمثل اختبار معامل "فاي" (Phi)، لقياس العلاقة بين توظيف وسائط الاتصال الجديدة والحد من انتشار جائحة كورونا.

حجم العينة	مستوى الدلالة الاحصائية	قيمة الدلالة الاحصائية	قيمة كرامر (V de cramer)	قيمة معامل فاي (phi)
30	0.05	<u>0.051</u>	0.356	0.356

بينت نتائج اختبار معامل "فاي" (Phi)، في الجدول رقم (19)، أن قيمة الدلالة الإحصائية تساوي (0.05) وهي بالتساوي مع مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، مما يفضي الى قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الصفرية، ونستنتج من ذلك انه توجد علاقة دالة احصائيا بين توظيف وسائط الاتصال الجديدة والحد من انتشار جائحة كورونا، مما يعني أن الفرضية تحققت.

ويمكن تفسير ذلك، من خلال السلوكيات والإجراءات التي يقوم بها الموظفون لتسيير الأزمة داخل المؤسسة من توعية حول فيروس كورونا، وهذا ما أدلت عليه عينة الدراسة، ولا شك أن العامل النفسي للمبحوثين من خوف وقلق وتوتر كما ادلت عليه عينة الدراسة جراء تعرضهم للمضامين الزائفة المنشورة عبر الوسائط المتعددة حول خطورة الفيروس خاصة في ظل غياب المعلومات الرسمية جعلهم يلجؤون الى توظيف وسائل اتصال تساعدهم على التواصل عن بعد وتجنب التنقل داخل المكاتب والاحتكاك الجسدي، وبالتالي ينتج عن هذا

تطبيق الاحترازمات الوقائية كارتداء الكمامات وتعقيم اليدين، والتباعد الجسدي كما ادلت عليه عينة الدراسة.

المبحث الرابع: وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل العملية الاتصالية خلال جائحة كورونا بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام".

المطلب الأول: عرض نتائج تساؤلات محور دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل العملية الاتصالية خلال جائحة كورونا بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام".

الجدول رقم (20)، يمثل ما إذا كانت جائحة كورونا سببا في زيادة نسبة استخدام وسائل الاتصال الجديدة داخل المؤسسة العمومية.

النسبة	التكرار	حسب رأيك، هل كانت جائحة كورونا سببا في زيادة نسبة استخدام وسائل الاتصال الجديدة داخل مؤسستك؟
96.7%	29	نعم
3.3%	1	لا
100%	30	المجموع

أدلت معطيات الجدول رقم (20) أعلاه، أن أغلبية المبحوثين تعتبر أن جائحة كورونا هي السبب في زيادة نسبة استخدام وسائل الاتصال الجديدة داخل المؤسسة وذلك بنسبة بلغت 96.7%، في حين تعبر ما نسبته 3.3% من المبحوثين بالعكس.

ويمكن ان نفسر ذلك من خلال نتائج المقابلة مع "المديرية الفرعية لدى الموارد البشرية" حيث أن "خطورة الفيروس من حيث سرعة انتقاله بين الافراد حيث فرض ذلك ضرورة التباعد الجسدي بينهم وفقا لتعليمات وزارة الصحة مما اضطر المؤسسة الى تغيير نظام التواصل باستخدام وسائط اتصال عن بعد"، وبالتالي زيادة استخدامه للحصول على المعلومات و"متابعة العمل" مع "ضمان الاتصال مع الموظفين" كما ادلت به عينة الدراسة، وهذا ما أكدته دراسة

(جمال الدين مدفوني 2020)، حيث أن "مواقع التواصل الاجتماعي تمثل في الوقت الحالي أهم مصادر المعلومات في الحالات العادية وحال الأزمات يزيد الاعتماد عليها للبحث عن التحليلات"¹.

الجدول رقم (21)، يمثل الوسائط المستخدمة لتفعيل العملية الاتصالية داخل المؤسسة خلال هذه جائحة.

النسبة	التكرار	إذا كانت اجابتك بنعم، ماهي الوسائل المستخدمة لتفعيل العملية الاتصالية داخل المؤسسة خلال هذه الجائحة
39.1%	25	الصفحة الرسمية على موقع فيس بوك
15.6%	10	البريد الالكتروني
18.8%	12	الأرضية الرقمية
26.6%	17	الاتصال المرئي عن بعد
100%	64	المجموع

يوضح الجدول رقم (21) أعلاه، إجابات المبحوثين حول الوسائط المستخدمة لتفعيل العملية الاتصالية داخل المؤسسة، فكانت الوسيلة الأولى "الصفحة الرسمية على موقع الفيسبوك" بنسبة بلغت 39.1 %، ثم تليها "الاتصال الرقمي عن بعد" بنسبة قدرت 15.6 %، وجاءت بعدها "الأرضية الرقمية" بنسبة 15.6 %، وفي الأخير يأتي "البريد الالكتروني" بنسبة قدرت ب 15.6 %.

ويمكن تفسير ذلك كما وضحته نتائج المقابلة مع "المديرية الفرعية لدى الموارد البشرية"، ففي "ظل التطور التكنولوجي يتم الاعتماد على الوسائط الالكترونية لاستقاء المعلومات منها "موقع الفيس بوك"، حيث يتم فيه نشر الاعلانات والتعليمات للموظفين عبر

¹ - جمال الدين مدفوني، مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا، نفس المرجع السابق، ص 540.

الصفحة الرسمية للمؤسسة، كما يتم استخدام تقنية التخاطب المرئي في الاجتماعات ودورات التكوين، بالإضافة الى الارضيات الرقمية".

الجدول رقم (22)، يمثل درجة استخدام أفراد العينة لوسائل الاتصال الجديدة المسخرة من طرف مؤسستكم خلال جائحة كورونا؟

النسبة	التكرار	ماهي درجة استخدامك لوسائل الاتصال الجديدة المسخرة من طرف مؤسستكم خلال جائحة كورونا
46.7%	14	بدرجة كبيرة
33.3%	10	بدرجة متوسطة
20.0%	6	بدرجة قليلة
100%	30	المجموع

أظهرت بيانات الجدول رقم (22) أعلاه، إجابات المبحوثين حول درجة استخدامهم لوسائل الاتصال الجديدة المسخرة من طرف المؤسسة خلال جائحة كورونا، حيث يستخدم ما نسبتهم 46.7 % وسائل الاتصال الجديدة "بدرجة كبيرة"، في حين ما نسبتهم 33.3% يستخدمونها "بدرجة متوسطة"، وتأتي أخيرا فئة من يستخدمون هذه الوسائل "بدرجة قليلة" بنسبة قدرت ب 20%.

ويمكن تفسير ذلك من خلال طبيعة العمل داخل المؤسسة في ظل التباعد الجسدي وغياب التواصل المباشر مع الموظفين خلال أزمة كورونا.

الجدول رقم (23)، يمثل الغرض من استخدام هذه الوسائل.

النسبة	التكرار	ما هو الغرض من استخدامك لهذه الوسائل؟
21.9%	14	ضمان الاتصال مع الموظفين
29.7%	19	متابعة العمل
25.0%	16	تلقي ونشر المعلومات
16.9%	13	تفادي الاتصال المباشر مع الموظفين
1.3%	1	التقليل من انتشار العدوى
1.3%	1	الحفاظ على حياة الموظفين وأهله والمحيطين به
100%	64	المجموع

يتجلى من خلال الجدول رقم (23) أعلاه، نتائج المبحوثين حول الغرض من استخدامهم لهذه الوسائل، حيث جاء أولاً غرض "متابعة العمل" بنسبة بلغت 29.7%، ويليه "تلقي ونشر المعلومات" بنسبة قدرت بـ 25.0%، ثم جاء بعد ذلك "ضمان الاتصال مع الموظفين" بنسبة قدرت بـ 21.9%، ويتبعه على التوالي "تفادي الاتصال مع الموظفين" بنسبة قدرت بـ 16.9%.

ويأتي في الأخير اقتراحات أخرى بنسب متساوية وهي على التوالي "التقليل من انتشار العدوى" و"الحفاظ على حياة الموظفين وأهله والمحيطين به" بنسبة قدرت بـ 1.3%. ويمكن تفسير ذلك، من خلال حالة التخوف لدى الموظفين من انتقال العدوى وتزايد الاضطراب داخل المؤسسة، مما يؤدي إلى تفاقم الأزمة وصعوبة السيطرة عليها، والذي ينعكس سلباً على أداء وسمعة المؤسسة ببعدها عن المسؤولية الاجتماعية.

الجدول رقم (24)، يمثل ما إذا كان استخدام وسائط الاتصال الجديدة لدى افراد العينة خلال جائحة كورونا داخل المؤسسة العمومية قد ساهم فعلا في تفعيل العملية الاتصالية.

النسبة	التكرار	هل ترى أن استخدام وسائل الاتصال الجديدة خلال جائحة كورونا داخل مؤسستك، قد ساهم فعلا في تفعيل العملية الاتصالية؟
36.7%	11	نعم
63.3%	19	لا
100%	30	المجموع

يلاحظ من معطيات الجدول رقم (24) أعلاه، أن أكثر من نصف افراد العينة يرون أن استخدام وسائل الاتصال الجديدة خلال جائحة كورونا لم يساهم في تفعيل العملية الاتصالية داخل المؤسسة، وذلك بنسبة 63.3%، في حين ترى ما نسبته 36.7% أن استخدام هذه الوسائل خلال الجائحة قد ساهم فعلا في تفعيل العملية الاتصالية داخل المؤسسة. ويمكن ان يعود ذلك الى انشغال أغلبية المبحوثين بمهامهم الطبية من علاج المرضى أكثر من تحقيق التواصل بينهم وبين السلك الإداري للمؤسسة.

المطلب الثاني: عرض نتائج فرضيات محور دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل العملية الاتصالية خلال جائحة كورونا بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام".
الجدول رقم (25)، يمثل اختبار معامل "فاي" (Phi)، لقياس العلاقة بين بين استخدام الوسائط الجديدة داخل المؤسسة العمومية وضمان تفعيل العملية الاتصالية خلال جائحة كورونا.

حجم العينة	مستوى الدلالة الاحصائية	قيمة الدلالة الاحصائية	قيمة كرامر (V de cramer)	قيمة معامل فاي (phi)
30	0.05	0.44	0.139	-0.139

يتضح من خلال الجدول رقم (25) أن قيمة الدلالة لمعامل الارتباط "فاي" (Phi)، غير دالة احصائياً، حيث تساوي (0.44)، وهي أكبر من مستوى الدلالة $0.05 \leq \alpha$ ، ما يفضي الى قبول الفرضية البديلة وقبول الفرضية الصفرية، حيث أنه لا توجد علاقة دالة احصائياً بين استخدام الوسائط الجديدة داخل المؤسسة العمومية وضمان تفعيل العملية الاتصالية خلال جائحة كورونا.

ويمكن أن يعود ذلك، الى تلك الفجوة الرقمية التي تقف عائقاً لدى الدول العربية في تحسين جودة الخدمات ووصولها الى درجة من الابتكار والتميز الإداري، فالمؤسسات الجزائرية لا تمتلك ثقافة استخدام المعدات التكنولوجية وتكتفي بما هو كلاسيكي نظراً الى العجز المادي لاقتنائها، إضافة الى ذلك ضعف تدفق الانترنت الذي يعرقل عملية الاتصال والتواصل لسبب الانقطاعات المتواصلة، الذي يعود الى "احتكار القطاع العام لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات

من قبل قطاع الاتصالات" وهذا ما ادلته دراسة (جوهر بن رجّال 2013)¹، مما يؤدي الى حدوث تشويش في عملية الاتصال أو وصول رسالة مشوهة لدى المتلقي، وبذلك لا يمكن للعملية الاتصالية أن تتم بشكل فعال داخل المنظمة خلال جائحة كورونا، خاصة وأن المؤسسة تستخدم "الصفحة الرسمية للمؤسسة على موقع الفيسبوك" كما أدلت عينة الدراسة.

¹ - جوهر بن رجّال، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية الداء في المنظمة، مع لمحة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، مجلد 04، العدد 01، 2013، ص 219.

نتائج الدراسة:

كشفت هذه الدراسة الميدانية على النتائج كما يلي:

- طبيعة استخدام وسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية.
- بينت نتائج الدراسة ان نصف عينة الدراسة تمتلك جهاز حاسوب خاص بها والنصف الاخر لا يمتلك جهاز حاسوب خاص بهم، وذلك بنسبة 50%، وأن 56.7% من الحواسيب الخاصة غير مزودة بالانترنت.
- أكدت عينة الدراسة أنها تستخدم الاتصال "لأجل الحصول على المعلومة" وذلك بنسبة 50%، ثم تليها مجالات "نقل القرارات بين السلطة العليا والموظفين" و " اجتماعات العمل بالمؤسسة" بنسبة 25%.
- أغلب إجابات المبحوثين، تشير الى أنهم يستخدمون وسائط الاتصال الجديدة في المؤسسة وذلك بنسبة 80%، كما تدلي نصف عينة الدراسة أنهم يستخدمون "أحيانا" فقط الوسائط الاتصالية الجديدة داخل المؤسسة وذلك بنسبة 50%.
- جاءت وسيلة "التواصل المرئي" من أهم الوسائل التي تستخدمها المؤسسة العمومية للصحة الجوارية "بعين بسام" خلال الظروف العادية الوسائل الاتصالية التالية وذلك بنسبة 24%، ثم تليها "المواقع الإلكترونية للمؤسسة" و"الصفحة الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي" و"الانترنت" بنسبة 20%.
- تبين من خلال نتائج الدراسة، على غياب العلاقة الارتباطية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والظروف العادية، ما يفضي الى رفض الفرضية البديلة وقبول الفرضية الصفرية، وبالتالي الفرضية لم تتحقق.

➤ دور وسائط الاتصال الجديدة في الحد من انتشار فيروس كورونا داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية "بعين بسام".

- يؤكد المبحوثين أن "المؤسسة العمومية للصحة الجوارية بعين بسام" قامت بتوظيف وسائل الاتصال الجديدة لتوعية العمال من مخاطر انتشار فيروس كورونا وإجراءات الوقاية منه وذلك بنسبة 96.7%.

- تبين أغلبية عينة الدراسة انهم يوظفون وسائط الاتصال الجديدة للتقليل من انتشار فيروس كورونا وذلك بنسبة 93.3%.

- تنوعت كيفية توظيف المؤسسة لوسائط الاتصال الجديدة، وكالتالي فأولها: "تعويض الاجتماعات التقليدية بالاجتماعات الافتراضية" بنسبة 23%، تليها "تعويض الإعلانات الورقية بالإعلان على شبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة 21.6%، ثم "استخدام الأرضيات الرقمية" بنسبة 18.9%.

- أسفرت نتائج الدراسة على وجود علاقة ارتباطية ضعيفة عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، بين توظيف وسائط الاتصال الجديدة والحد من انتشار جائحة كورونا، مما يعني قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الصفرية، وبالتالي فالفرضية تحققت.

➤ دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل العملية الاتصالية خلال جائحة كورونا بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية "عين بسام".

- تعتبر عينة الدراسة أن جائحة كورونا هي السبب في زيادة نسبة استخدام وسائل الاتصال الجديدة داخل المؤسسة وذلك بنسبة 96.7%.

- تعددت الوسائل الاتصالية المستخدمة في تفعيل العملية الاتصالية داخل المنظمة، فكانت أهمها "الصفحة الرسمية على موقع الفيسبوك" بنسبة 39.1%، تليها "الاتصال الرقمي عن بعد" بنسبة 15.6%.

- تستخدم عينة الدراسة وسائط الاتصال الجديدة المسخرة من طرف المؤسسة خلال جائحة كورونا "بدرجة كبيرة"، وذلك بنسبة 46.7%.
- تنوعت أغراض استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة من طرف عينة الدراسة فكانت أهمها "متابعة العمل" بنسبة 29.7%، مع "تلقي ونشر المعلومات" بنسبة 25%.
- يؤكد المبحوثين أن استخدام الوسائط الالكترونية الجديدة خلال جائحة كورونا لم يساهم في تفعيل العملية الاتصالية داخل المؤسسة، وذلك بنسبة 63.3%.
- تبين النتائج أنه لا توجد علاقة ارتباطية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$ ، بين استخدام الوسائط الاتصالية الجديدة داخل المؤسسة وتفعيل العملية الاتصالية خلال جائحة كورونا، ما يعني رفض الفرضية البديلة وقبول الفرضية الصفرية، وبالتالي فالفرضية لم تتحقق.

توصيات ومقترحات علمية:

- توصي الدراسة الى ضرورة تدريب الموظفين على كيفية استغلال الوسائط الاتصالية الجديدة لتحسين جودة الخدمة والأداء.
- توصي الدراسة الى زيادة الاهتمام بالوسائط الاتصالية الجديدة والاستفادة منها وتوظيفها في المنظمة.
- توصي الدراسة الى إجراء دراسات وبحوث اكايدمية معمقة حول أسباب قصور الفعالية الاتصالية عن طريق استخدام الوسائط الالكترونية الجديدة في المنظمات المعاصرة خاصة منها الحساسة كالمستشفيات.
- تدعوا الدراسة الى ضرورة رقمته الإدارة لمواكبة التطور التكنولوجي.
- تدعوا الدراسة الى الكشف والتحقق عن واقع الاتصال المؤسساتي في ظل التباعد الجسدي خلال أزمة كورونا في المؤسسات الخدماتية خاصة المستشفيات.

نتائج المقابلة:

لجاناً الى أسلوب المقابلة من أجل تدعيم الاجوبة التي تضمنها الاستبيان كما يتم من خلالها دراسة ومعرفة ايماءات المستجوب .وهذا ما نسعى لمعرفة من خلال أسئلة المقابلة مع رئيس المصلحة بالمؤسسة محل الدراسة من أجل معرفة دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل العملية الاتصالية خلال جائحة كورونا.

س1: ماهو الجديد الذي فرضته جائحة كورونا من ناحية استخدام وسائط الاتصال الجديدة؟
ج1: فيروس كورونا خطير جدا من حيث سرعة انتقاله بين الافراد حيث فرض ذلك ضرورة التباعد الجسدي بين الأفراد وفقا لتعليمات وزارة الصحة مما اضطر المؤسسة الى تغيير نظام التواصل باستخدام وسائط اتصال عن بعد.

س2: ماهي وسائط الاتصال الجديدة التي يتم استخدامها في ظل الجائحة؟
ج2: في ظل التطور التكنولوجي على شبكات التواصل تم الاعتماد على بعض التقنيات كموقع فيس بوك ،يتم فيه نشر الاعلانات والتعليمات للموظفين عبر الصفحة الرسمية للمؤسسة، كما يتم استخدام تقنية التخاطب المرئي في الاجتماعات ودورات التكوين، بالإضافة الى الارضيات الرقمية .

س3: هل واجه الموظفون صعوبة في استعمال وسائل الاتصال الجديدة؟
ج3: يختلف الموظفون في مستوى التعليم ودرجة ادراكهم لتقنيات التواصل الحديثة حيث يواجه الموظفون كبار السن وكذا اصحاب المستوى التعليمي الضعيف من صعوبة في استخدام هذه الوسائط اما بقية الموظفين فقد سهلت لهم هذه الوسائط مهامهم من خلال اتمام اعمالهم عن بعد.

س4: هل نجحت وسائل الاتصال الجديدة في تحقيق الاتصال الفعال بلا من الوسائط التقليدية؟

ج4: اصبح استخدام التكنولوجيا الحديثة لوسائط الاتصال ضرورة حتمية للمؤسسات حيث اصبحت اختصار للوقت والعمل وتسهيل لعملية نقل ونشر المعلومات للموظفين كما تسهل عملية حفظ الملفات والمعلومات ،والرجوع اليها.

س5: حسب رأيكم هل ساهمت وسائط الاتصال الجديدة في التقليل من انتشار فيروس كورونا؟

ج5: بفضل وسائط الاتصال الجديدة فقد تم فرض التباعد الجسدي بين الموظفين ،من خلال الاجتماعات الافتراضية واستغلال منصات التواصل لتعويض وسائل الاتصال القديمة. كما اصبحت هذه الوسائط ادوات اتصال رسمية فرضتها المؤسسة ،وجب على الموظفين اتباعها باعتبارها مصدر موثوق للمعلومة، كما انه يتم من خلالها الاجابة على انشغالات الموظفين وطرح تساؤلاتهم.¹

¹ - المؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام

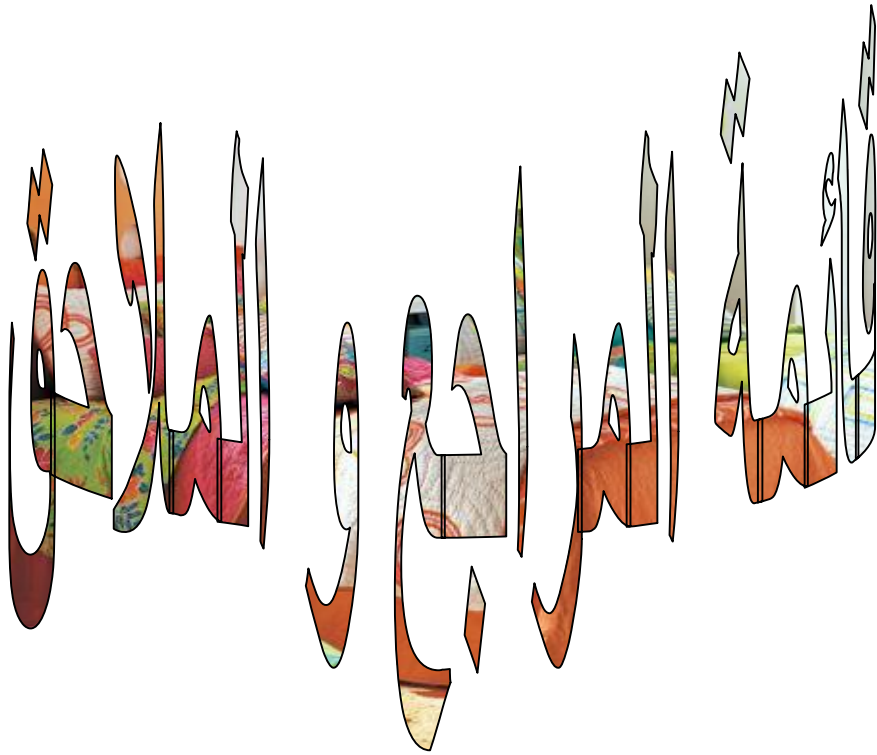


خاتمة :

حاولنا من خلال هذه الدراسة معالجة ادى المواضيع الراهنة التي شهدتها المؤسسات في ظل أزمة التي عرفها العالم ،حيث عرفت المؤسسات استحداث وسائط الاتصال الجديدة كمكمل للوسائط التقليدية التي عجزت عن عن ضمان العملية الاتصالية في ظل الحياة الخاصة التي فرضها انتشار فيروس كورونا،بعد أن وجد افراد التنظيمات أنفسهم أمام واقع التباعد الاجتماعي،حيث فرضت وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة نفسها واصبحت ضرورة ملحة استحدثتها المؤسسة من أجل ضمان استمرار تقديم خدماتها ،وقد كان لها اله الواسط الاثر الايجاب يم ن حيث تغيير واستحداث تقنيات تواصل جديدة مما ساهم في مواكبة المؤسسة للتطورات التكنولوجية في مجال الاتصال.

ومن اهم ما خلصت اليه هذه الدراسة التي تمت على مستوى المؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام ،ان استحداث وسائط اتصال جديدة يتطلب ربط مصالح المؤسسة بالانترنت بالاضافة الى تقنيات تكنولوجية حديثة من أجل استخدام وسائط الاتصال عن بعد بالاضافة الحاجة الى تكوين الموظفين على استخدام الارضيات الرقمية واستخدام التكنولوجيات الحديثة ،على الرغم من الك فقد كان استحداث هذه الوسائط هو الحل الامثل لتفعيل الاتصال المؤسستي خلال الجائحة حيث ساهمت هذه الاخيرة في المساعدة على التباعد الجسدي والتقليل من الاحتكاك بين الأفراد وبالتالي ضمنت هذه الوسائط استمرار المؤسسات الصحية في تقديم خدماتها التي كانت تعتبر من أهم المؤسسات في ظل ظروف مماثلة كجائحة كورونا.

وفي النهاية لابد من الاشارة يمكن القول بأن هذه الدراسة هي جزء بسيط من موضوع آني في غاية الاهمية بحاجة الى داراسات معمقة في ظل الاهداف المسطرة.



قائمة المراجع

- 1- محمد سلطان ناصر القاسمي: مستوى استخدام القائم بالاتصال في العلاقات العامة للإعلام الجديد، رسالة مكملة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2016.
- 2- أبو الحسن منال: أساسيات علم الاجتماع الاعلامي، النظريات، الوظائف والتأثيرات، ط1، دار النشر للجامعات القاهرة، 2006.
- 3- احمد مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، (د، ب، ن) (د، س، ن)، ص98.
- 4- البكري ثامر: الاتصالات التسويقية والترويج، دار الحامد، الاردن، ط2006.
- 5- بن خلف الله الطاهر وآخرون: الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء الرابع، دار هومة، الجزائر، 2003.
- 6- بوحوش عمار: "مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1 1995.
- 7- جبران مسعود: الرائد معجم ألف بائي في اللغة والاعلام، دار العلم للملايين، بيروت، 2005.
- 8- الجميلي خيرى خليل: الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1997.
- 9- جودة أحمد سعادة، عادل فايز السرطاوي: استخدام الحاسوب والانترنت في ميادين التربية والتعليم، د/ط، دار الشروق للنشر والتوزيع، الاردن، 2007.
- 10- الحاج سالم عطية: القائم بالاتصال في المؤسسة الجزائرية، دراسة مقارنة بين سونلغاز وسونطراك القرض الشعبي الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، 2001.

- 11- الحامدي محمد الفاتح ،ياسين فرقاني،مسعود بوسعدية: تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة الاستخدام والتأثير ،ط1، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع ،الجزائر ، 2011
- 12- حجاب محمد منذر: الموسوعة الاعلامية، ج2 ،القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003 .
- 13- حجازي محمد حافظ: وسائل الاتصال الرسمي البيروقراطية والكمبيوترية، ط1، دار الجامعات المصرية ،الاسكندرية .
- 14- حجازي مصطفى: الاتصال الفعال في العلاقات الانسانية والادارة، المؤسسة الجامعية بيروت، 1982.
- 15- حسني نصر و الكندي عبد الله: مترجم، الاعلام الدولي النظريات-الاتجاهات والملكية ،ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة 2013.
- 16- الحناوي محمد صلاح: التسويق مدخل للانظمة والاستراتيجية ،دار الجامعات المصرية ،الاسكندرية ، 1984 .
- 17- الحيلة محمد محمود: التكنولوجيا التعليمية والمعلوماتية، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، ط2001، 1.
- 18- خضر إبراهيم حيدر :الميديا مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي، ط1، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية، (د، ب، ن)، 2018.
- 19- خضير شعبان، "مصطلحات في الإعلام والاتصال"، دار اللسان العربي ،الجزائر، ط1، 1422هـ .
- 20- داود اللامي غسان قاسم: ادارة تكنولوجيا مفاهيم ومداخيل تقنيات تطبيقات علمية، ط1 دار المناهج للنشر والتوزيع عمان، 2007.
- 21- درويشوليلي تكلا عبد الكريم: أصول الادارة العامة ،المكتبة الانجلو مصرية ،القاهرة.
- 22- الدلاهمة سليمان مصطفى: أساسيات نظم المعلومات الحاسبية وتكنولوجيا المعلومات، ط1 ،دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن ، 2008 ،ص330.

- 23- دليو فيضيل: اتصال المؤسسة، الاشهار والعلاقات العامة، علاقات مع الصحافة، دار الفجر، القاهرة، 20.
- 24- رجاء وحيد دويدي: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، دمشق، دار الفكر المعاصر، 2000.
- 25- رواية حسن: السلوك في التنظيمات، دار الجامعات المصرية، الاسكندرية، 1998 .
- 26- الزعبي محمد عمر، محمد تركي البطانية: القيادة الادارية، ط1، دار وائل عمان، 2014.
- 27- زويلف مهدي حسن، كتاب الإداري نظريات و مبادئ، عمان، دار الفكر والنشر والتوزيع، 1996 .
- 28- سفر محمد محمود: الاعلام موقف، ط1 جدة توهامة 1982 ص 19.
- 29- سلمان سعد، المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (د، ط) دار الكتاب الجامعي 2017، ص 19.
- 30- السلمي على: السلوك الانساني في الادارة، مكتبة غريب، القاهرة.
- 31- شادي محمد شوقي: الحاسب الالكتروني ونظم المعلومات، د/ط، دار النهضة بيروت، 1983.
- 32- شكري عبد المجيد: تكنولوجيا الاتصال انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996.
- 33- الشميمري فهد بن عبد الرحمان: التربية الاعلامية، كيف نتعامل مع الاعلام؟ ط1 مكتبة الملك فهد الوطنية، 2010.
- 34- صلاح الدين محمد عبد الباقي، السلوك الانساني في المنظمات، الدار الجامعية، القاهرة، 2000.
- 35- صمويل عبود: اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.

- 36-طلعت محمود منال: مدخل الى علم الاتصال، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية 2002.
- 37-طه حسين الزبيدي:معجم مصطلح الدعوة الاسلامية،عربي انجليزي،ط1، بغداد دار النفائس للنشر والتوزيع،2010.
- 38-طه كاسب الدروبي:فن التفاوض والاقناع،دار الميسرة،الاردن،ط،1.2006.
- 39-عامر فتحي حسين:وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك،ط1،دار العربي ،القاهرة ،2011،
- 40-عباس مصطفى صادق :الاعلام الجديد المفاهيم ،الوسائل والتطبيقات،ط1 ،عمان ،دار الشروق،2008 .
- 41-عبد الرحمان ابراهيم:مهارات الاتصال، دار الصفاء، الاردن، ط1، 2012 .
- 42-العزاري محمد ،أحمد ادريس:العلاقات العامة وفعالية الادارة ،المكتبة العلمية ،مصر، 2004.
- 43-عزي عبد الرحمان وآخرون:عالم الاتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،1992.
- 44-العسكري احمد شاكرا: التسويق "مدخل استراتيجي"،دار الشروق، بيروت، عمان،2000.
- 45-عشوي مصطفى:اسس علم النفس الصناعي والتنظيمي، المؤسسة الوطنية للكتاب ،1992.
- 46-عطية عبد الحميد ، مهدي محمد محمود:الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية،المكتب الجامعي الحديث،الاسكندرية،2004.
- 47-العلاف بشير:ادارة الحملات الاعلانية ،دار اليازوري،الاردن،2009.
- 48-علام محمد اعتماد: دراسات في علم الاجتماع التنظيمي، المكتبة الأنجلو مصرية، مصر، 1994 .

- 49-العلی صالح:مهارات التواصل الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان 2015.
- 50-عليق أحمد محمد وآخرون:وسائل الاتصال والخدمة الاجتماعية،المكتب الجامعي الحديث،الاسكندرية،2004.
- 51-عليوة السيد:ادارة الوقت وادارة الازمات: دار الأمين ،القاهرة،2007.
- 52-عيساني رحيمة الطيب ، مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1.
- 53-غانم سمير:الموسوعة العلمية الشاملة،، المجلد 10 نوبيليس ،بيروت ،لبنان ،2004.
- 54-غريب محمد سيد أحمد :علم الاجتماع والاتصال والاعلام،دار المعرفة الجامعية،الاسكندرية ،1996.
- 55-فوزي محمد علي:نشأة وسائل الاتصال وتطورها،دار النهضة العربية ،القاهرة ،2007.
- 56-القاضي علاء محمد ،بكر محمد حمدان :مهارات الاتصال ،مكتبة المجتمع العربي،الاردن ،ط1 ،2010 .
- 57-قباري محمد اسماعيل:علم الاجتماع الصناعي ومشكلات الادارة والتنمية الاقتصادية، دار الفكر العربي ،القاهرة .
- 58-القدس العربي: كلمة المدير العام في الاحاطة الاعلامية يوم 11فبراير، 2020.
- 59-قندلجي عامر ابراهيم ،علاء الدين عبد القادر الجنابي:نظم المعلومات الادارية، وتكنولوجيا المعلومات، دار الميسرة،عمان ،ط5 ،2009.
- 60-كافي مصطفى يوسف: تكنولوجيا الاعلام والاتصال،ط1 ،دار الاعصار العالمي للنشر والتوزيع، الأردن،2015.

- 61- اللبودي منى ابراهيم: الحوار فنياته واستراتيجياته واساليب تعلمه، مكتبة وهبة، القاهرة، 2002.
- 62- ماجد عبد المهدي: ادارة الازمات، المداخل، المفاهيم، العمليات دار الثقافة الأردن، ط1، 2012.
- 63- محسن احمد الخضيرى وآخرون، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، ط2، مكتبة الانجلو مصرية القاهرة، 1992.
- 64- محمد عبد الرحمان وآخرون: المعجم الشامل للترجمة مصطلحات علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، دار الوفاء، الاسكندرية، ط1، 2013.
- 65- محمد على محمد: علم الاجتماع والاتصال والاعلام، دار المعارف الجامعية، الإسكندرية، ط1، 1986.
- 66- مروة فاطمة: الاتصالات المهنية، دار النهضة العربية، لبنان، ط1، 2004.
- 67- مروى عصام صلاح: الاعلام الالكتروني في الاسس والافاق والمستقبل، د/ط، دار الوفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 68- مصطفى حميد الطائي وآخرون: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، ط1، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر الإسكندرية، 2008.
- 69- معن خليل العمر: معجم علم الاجتماع، دار الشروق، الاردن، 2000.
- 70- معوض محمد، عبد السلام امام: التسويق والاتصال، ط1، دار الكتاب الحديث القاهرة، 2011.
- 71- مكايي حسن عماد، محمود سليمان علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ط1، مركز جامعة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2000.
- 72- منذر صالح جاسم الزبيدي: دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي، ط1 عمان، مكتبة حامد للنشر والتوزيع 2013.

73-المنظري احمد بن سالم:المدير الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية،تم الاستيراد من المكتب الاقليمي للشرق الاوسط.

74-منظمة الصحة العالمية.

75-منظمة العمل الدولية، ترجمة المعهد العربي للصحة والسلامة، دمشق 2020.

76-مهنا محمد نصر:ادارة الازمات،مؤسسة شباب الجامعة،الاسكندرية ،2004.

77-الهاشمي مجد هاشم ، الإعلام المعاصر وتقنيات هـ الحديثة، ط 1، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006.

78-ياس خضير البياتي:الاعلام الجديد،الدولة الافتراضية الجديدة،دار البداية ناشرون وموزعون،ط1، الامارات العربية المتحدة،2014.

الجرائد والمجلات :

1-جريدة 03ITU NEWSMAGAZINE .2020

المراجع والمواقع باللغة الاجنبية:

1-Barrie Axford and Richard Huggins, New Media and politics

(London: SAGE Publications, 2001),P25.

2-[https://ultra.algeria-ultra sawat.com](https://ultra.algeria-ultra-sawat.com)

4--<https://www.aLquds.co.uk>

5-<https://www.France24.com>

6-[https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus - 2019](https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019)

7-<https://www.who.int>

8-[https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus- 2019.](https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019)

9-[https://www.who.int/epi.](https://www.who.int/epi)

10-[tp://www.emro.who.int/ar/health- topics/ corona virus/about-covid- 19](http://www.emro.who.int/ar/health-topics/corona-virus/about-covid-19) .

11-<https://e3arabi.com>

Jimmy Ekstrom and others , does richness lead to riches? Unea School of business and economics, 2016.

Rukundo Patrick ,étude sur l'impact de la richesse des canaux de communication sur la satisfaction de la résolution des défaillance des service en ligne et l'ingne et l'intention de ré-achat du consommateur, mémoire présenté comme exigence Partille de la maitrise en technologies d'information, université du Québec à Montréal, 2018.

عنوان المذكرة: دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل الاتصال المؤسسي خلال جائحة كورونا.

استمارة استبيان

استمارة تستخدم لغرض البحث العلمي لنيل شهادة الماجستير بعنوان: دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل الاتصال المؤسسي خلال أزمة كورونا (المؤسسة العمومية للصحة الجوارية نموذجاً).

ملاحظة :

- ضع العلامة (X) في الخانة المناسبة حسب رأيك الشخصي.

- يرجى التأكد من الإجابة على جميع الأسئلة.

- لا نبحت عن إجابة نموذجية وإنمانسى لمعرفة رأيك الشخصي.

- البيانات الشخصية :

(1) الجنس:

ذكر أنثى

(2) الوظيفة :

السلك الإداري السلك الطبي السلك الشبه طبي

(3) الحالة العائلية:

متزوج(ة) أعزب(ة) مطلق(ة)

(4) المستوى التعليمي:

متوسط ثانوي جامعي

(5) تتبعك لعدد الإصابات بفيروس كورونا:

دائماً أحيانا نادراً

(6) شعورك اتجاه التعامل والاحتكاك بزملائك في العمل أو العائلة أثناء جائحة كورونا:

خوف توتر قلق

(7) ماهي الإجراءات الاحترازية التي اتبعتها لتفادي الإصابة بفيروس كورونا:

ارتداء الكمامة استعمال المعقم التباعد الجسدي

-المحور الاول: ماهي طبيعة استخدام وسائط الاتصال الجديدة داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية:

(8) هل تملك جهاز حاسوب خاص بك:

نعم لا

(9) اذا كانت الاجابة بنعم هل هو مزود بخدمة الانترنت

نعم لا

(10) ماهي مجالات استخدام الاتصال داخل المؤسسة:

- الحصول على المعلومة

- نقل القرارات بين السلطة العليا والموظفين

- اجتماعات العمل بالمؤسسة

(11) هل تستخدم وسائط الاتصال الجديدة في المؤسسة:

غالبا أحيانا نادرا

(12) ماهي وسائل الاتصال الاكثر استخداما من طرف مؤسستكم خلال الظروف العادية؟

البريد الالكتروني الموقع الالكتروني الرسمي للمؤسسة

التواصل المرئي

الصفحة الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي

الأنترنات

وسائل اتصال جديدة أذكرها.....

(13) هل تستخدم وسائط الاتصال الجديدة في المؤسسة:

نعم لا

المحور الثاني : دور وسائط الاتصال الجديدة في الحد من انتشار فيروس كورونا داخل المؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام.

14) هل قامت مؤسستكم بتوظيف وسائل الاتصال الجديدة لتوعية العمال من مخاطر انتشار فيروس كورونا و اجراءات الوقاية منه:

نعم لا

15) هل وظفت مؤسستكم وسائل الاتصال الجديدة للتقليل من انتشار الفيروس:

نعم لا

16) اذا كانت الاجابة بنعم كيف وظفت هذه الوسائل؟

- تعويض الاجتماعات التقليدية بالاجتماعات الافتراضية

-تعويض الاتصال المباشر بين العمال بالاتصال الالكتروني

- تعويض العمليات الادارية التقليدية بالعمليات الادارية الرقمية

-تعويض الاعلانات الورقية بالاعلان على شبكات التواصل الاجتماعي

-تبادل الملفات عبر شبكة اتصال داخلية

-استخدام الارضيات الرقمية

طرق اخرى اذكرها.....

17) هل ترى أن توظيف وسائل الاتصال الجديدة من طرف مؤسستكم ساهم فعلا في الحد أو التقليل من انتشار الفيروس؟

نعم لا

في كلتا الحالتين لماذا؟.....

المحور الثالث: دور وسائل الاتصال الجديدة في تفعيل العملية الاتصالية خلال جائحة كورونا بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام.

18) حسب رأيك هل جائحة كورونا كانت سببا في زيادة نسبة استخدام وسائل الاتصال الجديدة داخل مؤسستك؟

نعم لا

اذا كانت اجابتك بنعم ،ماهي الوسائل المستخدمة لتفعيل العملية الاتصالية داخل المؤسسة خلال هذه الجائحة؟

-الصفحة الرسمية على موقع فيس بوك

-البريد الالكتروني

-الارضية الرقمية

-الاتصال المرئي عن بعد

وسائل اخرى اذكرها.....

19) حسب رأيك ماهو الغرض من استخدام مؤسستك لهذه الوسائل خلال الجائحة؟

-فرض التباعد الجسدي

-التقليل من العدوى

-ضمان الاتصال ومواصلة العمل

غرض آخر اذكره.....

20) ماهي درجة استخدامك لوسائل الاتصال الجديدة المسخرة من طرف مؤسستكم خلال جائحة كورونا؟

بدرجة كبيرة بدرجة متوسطة بدرجة قليلة

ماهو الغرض من استخدامك لهذه الوسائل؟

-ضمان الاتصال مع الموظفين

-متابعة العمل

-تلقي ونشر المعلومات

-تفادي الاتصال المباشر مع الموظفين

غرض آخر اذكره.....

21) هل ترى أن استخدام وسائل الاتصال الجديدة خلال جائحة كورونا داخل مؤسستكم قد ساهم فعلا في تفعيل العملية الاتصالية؟

نعم لا

في كلتا الحالتين لماذا.....

الملاحق:

هل تستخدم وسائط الاتصال الجديدة في المؤسسة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نادرا	4	13,3	13,3	13,3
	أحيانا	15	50,0	50,0	63,3
	غالبا	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	15	50,0	50,0	50,0
	أنثى	15	50,0	50,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

الوظيفة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	السلك الإداري	13	43,3	43,3	43,3
	السلك الطبي	8	26,7	26,7	70,0
	السلك الشبه طبي	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

الحالة العائلية

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide متزوج(ة)	16	53,3	53,3	53,3
أعزب(ة)	12	40,0	40,0	93,3
مطلق(ة)	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

المستوى التعليمي

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide متوسط	2	6,7	6,7	6,7
ثانوي	4	13,3	13,3	20,0
جامعي	24	80,0	80,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

fréquences بيان \$6

	Réponses	Pourcentage d'observations	
		N	Pourcentage
شعورك اتجاه التعامل والاحتكاك ببزملائك في	خوف	15	36,6%
	توتر	14	34,1%
	قلق	12	29,3%
Total		41	100,0%

س7 \$ fréquences

		Réponses		Pourcentage d'observations
		N	Pourcentage	
الاجراءات الاحترازية المتبعة ^أ	ارتداء الكمامة	26	37,1%	89,7%
	استعمال المعقم	23	32,9%	79,3%
	التباعد الجسدي	21	30,0%	72,4%
Total		70	100,0%	241,4%

تتبعك لعدد الإصابات بفيروس كورونا

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نادرا	2	6,7	6,7	6,7
	أحيانا	7	23,3	23,3	30,0
	دائما	21	70,0	70,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل تمتلك جهاز حاسوب خاص

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	15	50,0	50,0	50,0
	لا	15	50,0	50,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	

إذا كانت الإجابة بنعم، هل هو مزود بخدمة الانترنت

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	13	43,3	43,3	43,3
	لا	17	56,7	56,7	100,0
Total		30	100,0	100,0	

\$3 fréquences

		Réponses		Pourcentage d'observations
		N	Pourcentage	
مجالات التوظيف ^a	الحصول على المعلومة	22	50,0%	73,3%
	نقل القرارات بين السلطة العليا والموظفين	11	25,0%	36,7%
	اجتماعات العمل بالمؤسسة	11	25,0%	36,7%
Total		44	100,0%	146,7%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

هل تستخدم وسائل التواصل الجديدة في المؤسسة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	24	80,0	80,0	80,0
	لا	6	20,0	20,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	

الى أي مدى تستخدم وسائط الاتصال الجديدة في المؤسسة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نادرا	4	13,3	13,3	13,3
	أحيانا	15	50,0	50,0	63,3
	غالباً	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

حسب رأيك، هل كانت جائحة كورونا سبباً في زيادة نسبة استخدام وسائل الاتصال الجديدة داخل مؤسستك؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	29	96,7	96,7	96,7
	لا	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل ترى أن استخدام وسائل الاتصال الجديدة خلال جائحة كورونا داخل مؤسستكم قد ساهم في تفعيل العملية الاتصالية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	11	36,7	36,7	36,7
	لا	19	63,3	63,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

ماهي درجة استخدامك لوسائل الاتصال الجديدة المسخرة من طرف مؤسستكم خلال جائحة كورونا؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بدرجة قليلة	6	20,0	20,0	20,0
	بدرجة متوسطة	10	33,3	33,3	53,3
	بدرجة كبيرة	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

fréquences \$20

		Réponses		Pourcentage d'observations
		N	Pourcentage	
الغرض من استخدامك لهذه الوسائل ^a	ضمان الاتصال مع الموظفين	14	21,9%	46,7%
	متابعة العمل	19	29,7%	63,3%
	تلقي ونشر المعلومات	16	25,0%	53,3%
	تفادي الاتصال المباشر مع الموظفين	13	20,3%	43,3%
	التقليل من انتشار العدوى	1	1,6%	3,3%
	الحفاظ على حياة الموظفين وأهله والمحيطين به	1	1,6%	3,3%
Total		64	100,0%	213,3%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

Mesures symétriques

		Valeur	Signification approximative
Nominal par Nominal	Phi	,244	,181
	V de Cramer	,244	,181
N d'observations valides		30	

س12 \$ fréquences

	N	Réponses	
		Pourcentage	Pourcentage d'observations
الوسائل الأكثر استخداما من طرف المؤسسة ^a	8	11,4%	26,7%
البريد الإلكتروني	14	20,0%	46,7%
الموقع الإلكتروني الرسمي للمؤسسة	17	24,3%	56,7%
التواصل المرئي	14	20,0%	46,7%
الصفحة الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي	14	20,0%	46,7%
الأنترنات	2	2,9%	6,7%
الهاتف/ اقتراحات اخرى	1	1,4%	3,3%
الاعلانات والمذكرات المصلحية			
Total	70	100,0%	233,3%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

س18 \$ fréquences

	Réponses		Pourcentage d'observations
	N	Pourcentage	
الصفحة الرسمية على موقع فيس بوك الوسائل المستخدمة لتفعيل العملية الاتصال ^a	25	39,1%	83,3%
البريد الإلكتروني	10	15,6%	33,3%
الأرضية الرقمية	12	18,8%	40,0%
الاتصال الرقمي عن بعد	17	26,6%	56,7%
Total	64	100,0%	213,3%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

هل وظفت مؤسستكم وسائل الاتصال الجديدة للتقليل من انتشار الفيروس؟

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	28	93,3	93,3	93,3
لا	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

هل وظفت مؤسستكم وسائل الاتصال الجديدة للتقليل من انتشار الفيروس؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	28	93,3	93,3	93,3
	لا	2	6,7	6,7	100,0
Total		30	100,0	100,0	

fréquences \$20

		N	Réponses Pourcentage	Pourcentage d'observations
الغرض من استخدامك لهذه الوسائل ^a	ضمان الاتصال مع الموظفين	14	21,9%	46,7%
	متابعة العمل	19	29,7%	63,3%
	تلقي ونشر المعلومات	16	25,0%	53,3%
	تفادي الاتصال المباشر مع الموظفين	13	20,3%	43,3%
	التقليل من انتشار العدوى	1	1,6%	3,3%
	الحفاظ على حياة الموظفين وأهله والمحيطين به	1	1,6%	3,3%
Total		64	100,0%	213,3%

Mesures symétriques

		Valeur	Signification approximative
Nominal par Nominal	Phi	,356	,051
	V de Cramer	,356	,051
N d'observations valides		30	

Mesures symétriques

		Valeur	Signification approximative
Nominal par Nominal	Phi	-,139	,447
	V de Cramer	,139	,447
N d'observations valides		30	

الفهرس

الفهرس

الصفحة	قائمة المحتويات
	شكر و اهداء
الإطار المنهجي	
01	اشكالية الدراسة
02	تساؤلات الدراسة
02	فرضية الدراسة
02	اسباب اختيار الموضوع
03	أهمية و أهداف الدراسة
04	مقاربات الدراسة
07	منهج الدراسة
09	أدوات الدراسة
11	مجتمع و عينة الدراسة
11	حدود الدراسة
13	تحديد المفاهيم
17	الدراسات السابقة
الإطار النظري	
الفصل الأول: مدخل عام إلى وسائط الاتصال الجديدة	
20	تمهيد
21	نشأة و تطور وسائل الاتصال
21	لمحة تاريخية عن وسائط الاتصال
25	مفهوم وسائط الاتصال
28	خصائص وسائط الاتصال

31	أنواع وسائط الاتصال
33	وسائط التواصل الاجتماعي
33	خصائص وسائط التواصل الاجتماعي
35	وظائف وسائط الاتصال الجديدة
40	خاتمة
الفصل الثاني: الاتصال المؤسسي	
41	تمهيد
42	مفهوم المؤسسة
43	أشكال المؤسسة
44	أنواع المؤسسة
45	نشأة الاتصال المؤسسي
46	مراحل الاتصال المؤسسي
47	وسائل الاتصال المؤسسي
52	أنواع الاتصال المؤسسي
58	أهداف الاتصال المؤسسي
60	أهمية الاتصال المؤسسي
63	خاتمة
الفصل الثالث: تفعيل الاتصال المؤسسي خلال أزمة كورونا	
64	تمهيد
65	إدارة أزمة كورونا
65	ماهية كورونا و انتشارها
70	لقاحات ضد فيروس كورونا
71	الوظيفة الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي في جائحة كورونا
73	أهمية وسائط الاتصال الحديثة خلال أزمة كورونا
74	دور وسائط الاتصال الجديدة في التخفيف من حدة أزمة كورونا
74	استراتيجية العمل المؤسسي في ظل جائحة كورونا

76	تأثير وسائط التكنولوجيات الحديثة خلال أزمة كورونا
76	واقع استخدام وسائط الاتصال الجديدة بالمؤسسات الصحية خلال جائحة كورونا
79	خاتمة
الاطار التطبيقي	
الفصل الرابع: دور وسائط الاتصال الجديدة في تفعيل الاتصال المؤسسي خلال جائحة كورونا	
80	تمهيد
81	عرض ميدان الدراسة و خصائص مفردات العينة
81	التعريف بالمؤسسة العمومية للصحة الجوارية عين بسام
89	عرض خصائص مفردات الدراسة
95	عرض نتائج تساؤلات و فرضيات المحور الثاني
100	عرض نتائج تساؤلات و فرضيات المحور الثالث
107	عرض نتائج تساؤلات و فرضيات المحور الرابع
114	نتائج الدراسة
116	توصيات و مقترحات
	خاتمة
	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق