

قدرات ومهارات الاتصال المؤسسي عبر المنصات الرقمية
دراسة تحليلية للمنصات الرقمية الخاصة بالمديرية العامة للأمن
الوطني-الجزائر العاصمة-

من 05 فيفري الى 29 فيفري 2024

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال مؤسسي

دفعة: 2019

تحت اشراف:
الدكتور سمير عرجون.

من اعداد الطالبة:
بن عبيد لطيفة.

أعضاء لجنة المناقشة:

الرئيس:

المشرف: الدكتور عرجون سمير

المناقش:

السنة الجامعية:

2024/2023



Ministry of Higher Education and Scientific Research

National school of journalism

And information sciences

**Institutional communication capabilities and skills via
digital platforms**

**An analytical study of the digital platforms of the
General Directorate of Police - Algiers-**

From February 5 to February 29, 2024

Master's thesis in information and communication science

Sector : institutional communication

Promotion : 2019

Submitted by:

BENABID Latifa.

Supervised by:

Dr. ARDJOUN Samir.

Board of Examiners :

Chairperson :

Supervisor: Dr. ARDJOUN Samir

Examiner:

2023/2024

الشكر

قال الله تعالى: " لئن شكرتم لأزيدنكم " (سورة إبراهيم، الآية 7)

ما بين قد اوتيت سؤالك يا موسى وبين قد جعلها ربي حقا، انا هنا اليوم اشارككم فرحة تخرجي فالحمد لله على التمام والكمال.

لا يسعني وانا انهي هذا الجهد العلمي الا ان أتقدم بفائق الشكر والامتنان الى نفسي أولا والى كل من مد لي يد العون وساعدني في انجاز هذا البحث، وخص منهم بالذكر استاذي المشرف "عرجون سمير" الذي قدم لي الإرشادات والتوجيهات السديدة لإخراج البحث بالمستوى المطلوب، جزاه الله خيرا.

واثني كامل الثناء على كل من علمني حرفا او كلمة، اساتذتي الكرام من بداية مشواري الدراسي 2007 الى غاية وصولي لهذا اليوم.

وأتوجه بالشكر الى كل من ساهم في هذا العمل من بعيد او قريب.

الاهداء

من قال انا لها نالها، وانا لها وان ابت رغما عنها اتيت بها

بعد تعب ومشقة دامت سنوات في سبيل الحلم والعلم، ها انا اليوم أقف على عتبة تخرجني
اقطف ثمار تعبتي وارفع قبعتي بكل فخر، فاللهم لك الحمد قبل ان ترضى، ولك الحمد إذا
رضيت، ولك الحمد بعد الرضا، لأنك وفقتني على إتمام هذا النجاح وتحقيق حلمي.

وبكل حب اهدي ثمرة نجاحي وتخرجني:

الى من كلله الله بالهيبة والوقار..الى من احمل اسمه بكل افتخار.. " ابي العزيز " -رحمه
الله-واسكنه فسيح جناته.

الى ملاكي في الحياة الى معنى الحنان والتفاني.. الى من كان دعائها سر نجاحي، التي
كانت لنا السند والعض، التي لعبت دور الاب والام، داعمتي الأولى، شكرا على كل شيء
يا أعظم ام وأغلى الحبايب امي الحبيبة، متعها الله بالصحة والعافية وادامها الله تاجا فوق
رؤوسنا.

الى من ساندني بكل حب عند ضعفي وازاح عن طريقي المتاعب الى من شجعني في
التغيير وزرع بداخلي الإصرار الى من شد الله به عضدي فكان خير معين " اخواتي "
- نصيرة ومريم-والى بهجة عائلتنا الصغيرة ابنة اختي جنى.

الى من لم تربطني بها علاقة النسب، بل عطر الصداقة، وورد المحبة، الى توأم روحي
وصديقتي الصدوقة، الى من كانت جزء من رحلتي، الى سندي ومن شاركنتي اغلب
لحظاتي الى اختي التي لم تلدها امي الى "أسماء".

الى اصحاب عمري ومن تجمعنا علاقة نقية صادقة الى اصدقاء الطفولة " ريان وسلسبيل".
ولا أنسى رفيقات الروح جميلات القلوب أتمنى لهم كل التوفيق في المراحل القادة من
حياتهم، لن ننسى ابدًا اللحظات التي قضيناها معا. وأخيرا، وأكد ان هذه ليست النهاية بل
هي بداية جديدة لرحلة أخرى مليئة بالتحديات والفرص وفقني الله واياكم.

ملخص:

تتناول هذه الدراسة قدرات ومهارات الاتصال المؤسستي عبر المنصات الرقمية في المديرية العامة للأمن الوطني بالجزائر العاصمة، حيث تهدف الدراسة الى التعرف على سياسة واستراتيجية تسيير المنصات الرقمية الخاصة بالأمن الوطني، بالإضافة الى معرفة مدى اهتمامهم بها.

تسعى الدراسة ايضا الى تبيان أهمية توفير المهارات الاتصالية لدى الإداريين لتحسين أداء المديرية وتعزيز صورتها. بالإضافة الى أهمية الاتصال الرقمي في العصر الحديث كوسيلة أساسية للتواصل والتفاعل بين المديرية العامة للأمن الوطني والمجتمع، فتواجدها على المنصات الرقمية يساعد في نقل المعلومات بسرعة وفعالية وتساعد أيضا في نشر التوعية. بالإضافة الى تقديم توصيات محددة لتعزيز قدرات ومهارات الاتصال المؤسستي لدى المديرية عبر المنصات الرقمية، وتحسين فعالية استخدامها لتحقيق أهدافها الاستراتيجية وتعزيز صورتها العامة في وسائط الاتصال الحديثة.

الكلمات المفتاحية: مهارات-الاتصال المؤسستي-المنصات الرقمية.

Abstract:

This study examined the capabilities and skills of institutional communication via digital platforms in the General Directorate of Police in Algiers. The study aims to identify the policy and strategy for managing the digital platforms of the Algerian police, in addition to knowing the extent of their interest in them.

The studies emphasizes on the importance of providing communication skills to administrators to improve the directorate's performance and enhance its image, in addition to the importance of digital communication in the modern era as a primary means of communication and interaction between the General Directorate of National Security and society, as its presence on digital platforms helps in transferring information quickly and effectively and also helps in spreading awareness. In addition to providing specific recommendations to enhance the directorate's institutional communication capabilities and skills through digital platforms, improve the effectiveness of their use to achieve its strategic goals and enhance its public image in modern communication media.

Keywords : skills- institutional communication- digital platforms.

خطة الدراسة

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي

الفصل الثاني: مهارات الاتصال المؤسساتي

أولاً: ماهية الاتصال المؤسساتي

مفهوم الاتصال المؤسساتي

استراتيجية الاتصال المؤسساتي

شروط فعاليته

ثانياً: ماهية مهارة الاتصال.

مفهوم مهارة الاتصال

أنواع مهارة الاتصال

ثالثاً: مدخل الى المنصات الرقمية

تعريف ونشأة المنصات الرقمية

ابعاد المنصات الرقمية

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

نتائج الدراسة

خاتمة

المقدمة:

في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة والتحول الرقمي الذي يشهده العالم، أصبح الاتصال المؤسسي عبر المنصات الرقمية أمرًا حيويًا لتحقيق التواصل الفعال بين المؤسسات والجمهور. يعتبر الاتصال المؤسسي أداة استراتيجية تسهم في بناء صورة إيجابية للمؤسسات، وتعزيز الثقة بينها وبين الجمهور، ونشر المعلومات الهامة بشكل سريع وفعال. في هذا السياق، تلعب المنصات الرقمية دورًا محوريًا في تمكين المؤسسات من تحقيق أهدافها الاتصالية بفضل ما توفره من تفاعل مباشر وسرعة في نشر المعلومات والوصول إلى شرائح واسعة من المجتمع.

تعد المديرية العامة للأمن الوطني من أبرز المؤسسات التي تعتمد على الاتصال المؤسسي لتعزيز الأمن وبناء علاقات وثيقة مع المواطنين. ومن خلال استخدامها للمنصات الرقمية، تسعى المديرية إلى تحقيق عدة أهداف، منها نشر التوعية الأمنية، التواصل الفوري مع الجمهور، وتوفير قنوات للتبليغ والاستفسار. وبالنظر إلى الأهمية الكبيرة لهذا الدور، تظهر الحاجة الملحة لدراسة قدرات ومهارات الاتصال المؤسسي لدى هذه المؤسسة عبر المنصات الرقمية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل كيفية استخدام المديرية العامة للأمن الوطني للمنصات الرقمية، وتقييم فعالية هذه الاستخدامات، وتسليط الضوء على القدرات والمهارات التي يمتلكها موظفو الشرطة في إدارة هذه المنصات. من خلال هذه الدراسة، نسعى إلى تقديم توصيات عملية يمكن أن تسهم في تحسين الأداء الاتصالي للمديرية، وتعزيز قدرتها على التفاعل بفعالية أكبر مع الجمهور.

إن تحقيق هذه الأهداف يتطلب منهجية بحثية دقيقة تتضمن جمع البيانات وتحليلها بشكل شامل. سنقوم من خلال هذه الدراسة باستخدام مجموعة من الأدوات البحثية مثل تحليل المحتوى والملاحظة لضمان الوصول إلى نتائج موثوقة وشاملة. نتطلع من خلال هذه المذكرة إلى تقديم إسهام علمي يعزز من فهمنا لدور المنصات الرقمية في الاتصال المؤسسي، ويساعد المؤسسات الأمنية في تطوير استراتيجيات اتصال أكثر فعالية.

جاءت هذه الدراسة مقسمة إلى ثلاثة فصول رئيسية:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة، والذي يتضمن تحديد مشكلة البحث وأهدافه وفرضيات الدراسة، والمنهجية المتبعة في جمع وتحليل البيانات.

الفصل الثاني بعنوان مهارات الاتصال المؤسسي، والذي تناول ماهية الاتصال المؤسسي، واستراتيجية الاتصال المؤسسي بالإضافة إلى أهمية وأهداف الاتصال المؤسسي مع شروط فعاليته،

ثم انتقلنا الى ماهية مهارة الاتصال والتي جاء فيها كل من المفهوم العام، المكونات، الخصائص وأنواع مهارات الاتصال، اما في مدخل الى المنصات الرقمية جمع بين كل من التعريف، الخصائص، أنواع، أهمية وابعاد المنصات الرقمية.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي، حيث يتضمن تقديم نبذة تاريخية عن المديرية العامة للأمن الوطني ثم سنقوم بعرض وتحليل البيانات العلمية المستخلصة من الدراسة الميدانية التي أجريت على المديرية العامة للأمن الوطني، ومن ثم وضعنا نتائج الدراسة مع التوصيات والنصائح التي سيتم تقديمها.

نأمل ان تساهم النتائج التي سنتوصل اليها هذه الدراسة في تقديم رؤى واضحة واستراتيجيات فعالة لتطوير مهارات الاتصال المؤسستي عبر المنصات الرقمية، وهذا يساهم في تحسين أداء المديرية العامة للأمن الوطني وتعزيز قدراتها على مواجهة التحديات الأمنية الحديثة.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي

الإشكالية:

يعد الاتصال عنصراً حيوياً في بيئة المؤسسات والشركات، خاصة مع تقدم التكنولوجيا. فهو ليس مجرد وسيلة للتواصل بل يشكل الركيزة الأساسية لتحقيق أهداف المؤسسة وتبادل المعارف والخبرات بين فرق العمل والمؤسسة نفسها. هذه المهارات المؤسسية تساعد على تعزيز فعالية الإدارة وتوجيه الاتجاهات الإدارية لتحسين الخدمات المقدمة للمواطنين ومراقبة رغبات ومطالب الجمهور بشكل أفضل. ومع تطور التكنولوجيا وانتشار المنصات الرقمية، أصبحت هذه الأدوات ليست فقط وسيلة للتواصل ولكنها أيضاً معيار للاتصال الإلكتروني الفعّال داخل المؤسسات.

كما تعتبر المنصات الرقمية والوسائط الاجتماعية أداة حيوية لبناء شراكات مع الجمهور والمنظمات الحكومية لدعم الأمن العام والتوعية بقضايا السلامة العامة حيث إن تبني المهارات الرقمية والتواصل الفعّال عبر هذه الوسائط يُعتبر ضرورة ملحة لتحسين الأداء وبناء علاقات إيجابية دائمة مع المجتمع.

تُعتبر الوسائط الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي كفرصة لتحسين صورة المديرية العامة للأمن الوطني وخدماتها وللتواصل الفعّال مع الجمهور الخارجي حيث يلعب الاتصال المؤسسي دوراً حيوياً في إدارة العلاقات العامة، حيث يساهم في بناء الثقة مع المواطنين وتعزيز العلاقات الإنسانية وإيجاد قنوات تواصل فعّالة مع المجتمع .

وبالنظر إلى التطورات السريعة في عالم الاتصالات، يتطلب العمل الشرطي الحديث استخدام وسائل الاتصال الحديثة بشكل فعّال. فالمنصات الرقمية التي أصبحت قناة رئيسية للتفاعل مع الجمهور ونقل المعلومات الأمنية والتوعية، وهي توفر فرصة للشرطة للتواصل بشكل مباشر مع المواطنين وفهم احتياجاتهم واستجابة سريعة للمشكلات الأمنية .

بناء على ما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية:

ما هو الدور الذي تلعبه مهارات الاتصال المؤسسي في المديرية العامة للأمن الوطني عبر المنصات الرقمية لتحسين الأداء الخاص بها؟

تقف التحديات أمام المديرية العامة للأمن الوطني في تحقيق تواصل فعال وشفاف مع الجمهور عبر المنصات الرقمية، حيث يتطلب الأمر توظيف القدرات والمهارات الاتصالية المؤسسية بشكل متقن. فهذه المهارات ليست مجرد إضافة جانبية، بل تمثل العامل الرئيسي في بناء علاقة قوية مع المجتمع وتعزيز الثقة بين المؤسسة والجمهور، من خلال تحسين هذه المهارات، يمكن للمديرية تحسين تجربة الجمهور عبر المنصات الرقمية، وتعزيز فعالية التواصل والتفاعل، وبالتالي تعزيز مكانتها وسمعتها في الوسط الرقمي.

ومن هنا تدرج التساؤلات الفرعية التالية :

- كيف يمكن لمهارات الاتصال المؤسستي عبر المنصات الرقمية أن تعزز صورة المديرية العامة للأمن الوطني أمام الجمهور والمجتمع؟
- ما هو تأثير استخدام منصات الاتصال الرقمي على تفاعل المديرية مع الجمهور وكيف يمكن أن تؤثر هذه التفاعلات على الثقة والتعاون مع المجتمع؟
- كيف يمكن استخدام مهارات الاتصال المؤسستي عبر المنصات الرقمية في تعزيز التواصل وتسهيل تدفق المعلومات الهامة للعامة بشأن أنشطة وخدمات المديرية؟

2-الفرضيات:

- من خلال الاستخدام الأمثل للمنصات الرقمية، فإن ذلك يمكن أن يعزز صورة المديرية أمام الجمهور، من خلال تبسيط تدفق المعلومات وتحسين التواصل مع المجتمع. ويمكن للمديرية نشر المعلومات بسرعة وفي الوقت الفعلي، مما يضمن وصول الأخبار والتحديثات الهامة للجمهور بشكل فوري، بالإضافة إلى ذلك، توفر هذه المنصات وسيلة للتفاعل المباشر مع المواطنين، حيث يمكنهم طرح الأسئلة وتلقي الإجابات الفورية، مما يعزز من الثقة والمصداقية. هذه العوامل تجعل المنصات الرقمية أداة قوية لتعزيز صورة المديرية العامة للأمن الوطني وتحسين علاقتها مع المجتمع.
- عندما يتفاعل الشرطة بشكل فعال ومهاري عبر المنصات الرقمية، فإن ذلك يساهم في بناء ثقة المجتمع وتعزيز التعاون، حيث يشعرون بالاهتمام والاحترافية في التعامل مع متطلباتهم واحتياجاتهم، عندما يجدون أن استفساراتهم وشكاواهم تتلقى استجابة سريعة ومهنية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للأمن الوطني استخدام المنصات الرقمية لتقديم معلومات توعوية وتوجيهات مهمة في حالات الطوارئ، مما يعزز من شعور الأمان والثقة لدى الجمهور. هذا النوع من التواصل الفعال يبني جسوراً من التعاون بين الشرطة والمجتمع، مما يعزز من فعالية العمل الأمني ويدعم تحقيق أهداف المديرية العامة للأمن الوطني بشكل أكثر كفاءة واحترافية.
- تنوع اشكال المحتوى (نصوص، صور، فيديوهات) المنشورة على صفحة الفيسبوك الخاصة بمديرية الامن الوطني يؤدي الى زيادة تفاعل الجمهور، هذا التنوع في الوسائط يساعد على جذب انتباه مجموعة واسعة من الجمهور، حيث يفضل البعض استهلاك المعلومات عبر النصوص المكتوبة، بينما يفضل آخرون الصور أو الفيديوهات التوضيحية. الصور والفيديوهات، يمكن أن تنقل المعلومات بسرعة وفعالية، مما يجعل الرسائل أكثر وضوحاً وتأثيراً. الفيديوهات، مثل تلك التي تعرض إنجازات الشرطة أو حملات التوعية، يمكن أن تولد تفاعلاً عالياً من خلال التعليقات والمشاركات، مما يزيد من وصول الرسائل إلى جمهور أوسع. من خلال تقديم محتوى متنوع وجذاب، يمكن للشرطة تعزيز ارتباط

الجمهور بالصفحة وزيادة مشاركتهم، مما يساهم في بناء مجتمع أكثر تفاعلاً ودعماً. هذا التفاعل المتزايد يعزز من قدرة الشرطة على توصيل رسائلها بفعالية، ويعزز من الثقة والتعاون بين الشرطة والمجتمع.

3-المفاهيم:

3-1-تعريف المهارة :

لغة: احكام الشيء واجادته والحذق فيه، فيقال مهر يمهر مهارة فهي تعني الاجادة، المصدر مهر في، أي القدرة على أداء عمل بحذق وبراعة. اكتسب مهارة في عمله بالممارسة الدائمة: أي حذقا، براعة: ينجز عمله بمهارة.¹

اصطلاحا: المهارة لا تبعد كثيرا عما أورده علماء اللغة، ولكنها تقوم على أسس وإجراءات عملية، يمكن ملاحظتها وقياسها، وثما اتجاهات مختلفة في النظر الى مفهوم المهارة، فهناك فريق من العلماء والباحثين ينظر اليها على انها القدرة على قيام الفرد بأداء اعمال مختلفة قد تكون عملية او انفعالية او حركية، وفريق اخر يرى انها أداء الفرد لعمل ما، ويتسم هذا الأداء بالسرعة والدقة والالتقان والفاعلية، وفريق ثالث ينظر اليها على انها نشاط يقوم به الفرد يستهدف تحقيق هدف معين.²

يستخلص عبد الشافي رحاب تعريفا للمهارة بأنها " شيء يمكن تعلمه أو اكتسابه أو تكوينه لدى المتعلم عن طريق المحاكاة والتدريب، وأن ما يتعلمه يختلف باختلاف نوع المادة وطبيعتها وخصائصها والهدف من تعلمها.³

يعرفها مان Munn بأنها تعني الكفاءة في أداء مهمة ما. ويميز بين نوعين من المهام الأول حركي والثاني لغوي. ويضيف بأن المهارة الحركية هي: إلى حد ما، لفظية وأن المهارات اللفظية تعتبر في جزء منها حركية.⁴

اجرائيا :

قدرة الفرد على القيام بأي عمل بدرجة كبير من السرعة والالتقان سواء كانت حركية أم لفظية أم عقلية.

¹ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، دار المعارف، ط2، مصر، 1973م.

² أبو هاشم محمد، سيكولوجية المهارات، مكتبة زهراء الشرق للنشر والتوزيع، القاهرة 2002، ص15.

³ عبد الشافي احمد سيد رحاب، فعالية برنامج مقترح لتنمية المهارات الاملائية اللازمة لتلاميذ الحلقة الثانية من التعليم الأساسي لدى طلاب كلية التربية (قسم اللغة العربية)، المجلة التربوية كلية التربية بسوهاج، جامعة جنوب الوادي، العدد الثاني عشر، الجزء الأول، مصر، يناير، 1997، ص213.

⁴ رشدى احمد طعيمة، المهارات اللغوية، مستوياتها، صعوبات تدريسها"، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص305.

3-2- تعريف الاتصال:

لغة: هو اتحاد النهايات، اتصل اتصالا أي اجتمع ولم يتفرق والاتصال بالشيء أي بلوغه.

اصطلاحا:

يعد الاتصال من أقدم الأنشطة الإنسانية حيث يعد الميزة التي كرم الله بها الإنسان بعد العقل وإذا أردنا تحديد هذا المفهوم، فإن كلمة اتصال "Communication" ترجع إلى الكلمة اللاتينية "Commun care" ومعناها "Mettre en Commun" والتي تعني بدورها مشتركا أو عاما.¹

والاتصال لغويا، كلمة مشتقة من مصدر "وصل" الذي يعني أساسا الصلة وبلوغ الغاية السان العرب). أما قاموس أوكسفورد فيعرف الاتصال بأنه "نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات بالكلام أو الكتابة أو الإشارات".²

يعني الاتصال فنيا حسب ريتشارد أندي "Richard Indy" عملية يقصد بواسطتها مصدرا نوعيا لإثارة استجابة نوعية لدى مستقبل نوعي أي أنه عملية مقصودة هادفة وذات عناصر متعددة³.

ويرى عالم الاجتماع تشارلز كولي Charles Collie بأن الاتصال يعني "ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان".⁴

أما بيرلسون وستاينير Berelson et Steiner فقد عرفا الاتصال بأنه "عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب، إما شفويا أو باستعمال الرموز والكلمات والصور والإحصائيات بقصد الإقناع أو التأثير على السلوك"⁵

أما الباحث كارل هو فلاند Carle Howfelande فيرى بأن الاتصال هو العملية التي ينقل بمقتضاها المرسل منبهات عمدا لكي يعدل سلوك المستقبلين". وعلى عكس ذلك يرى إدوارد سابير Edward Sabir بأن الاتصال يشمل العلاقات التي لا يكون فيها نقل متعمد للمنبهات⁶.

3-3- تعريف المؤسسة:

لغة: منشأة تؤسس لغرض معين او لمنفعة عامة ولديها من الموارد ما تمارس فيه هذه المنفعة.

¹ حسن عماد مكاوي ولبلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص23.

² أبو عرقوب إبراهيم، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار محمد لاوي، الأردن، 1993، ص17.

³ حجارى مصطفى، علم الاتصال، ديوان المطبوعات، الكويت، 1982، ص8.

⁴ CH.Baylan et Pligout , Lacomunication, Natau, France,1991,p20.

⁵ الجودي، عارف نبيل، مقدمة في علم الاتصال، مكتبة الامارات، العين، 1985، ص21.

⁶ ا.د.فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، دار اقطاب الفكر، الجزائر، 2007، ص18.

اصطلاحا:

تعرف الأمم المتحدة المؤسسة العمومية بأنها " المؤسسات التي تمتلك فيها الدولة كل أسماها أو أغلبيته"¹ ويعرفها الفقيه الفرنسي جيز بأنها " منظمة عامة مملوكة للدولة والتي تدار بأسلوب اللامركزية، كما أنها مرفق عام يتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية"²

كما تعرف المؤسسة العمومية حسب النظام المعياري للمحاسبة بأنها " ككل المؤسسات، فهي ملك للدولة أو تحت إشرافها، فالميزة العامة للمؤسسة العمومية مبنية على ملكية الدولة أو على ممارسة رقابتها من جانب السلطات العمومية"³

تعرف المؤسسة على أنها " منظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعا ما، تؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية، المالية، المادية والإعلامية بغية تحقيق الأهداف الموجودة في نطاق زمني ومكاني"⁴

التعريف الاجرائي:

المؤسسة هي انشاء وتأسيس مكان خاص او عام من اجل تطبيق برنامج معين او فكرة ما.

3-4-تعريف الاتصال المؤسسي:

اصطلاحا: ويعرف "فان ريل" الاتصال المؤسسي بأنه "أداة للإدارة عن طريق الوسائل الاتصالية المستخدمة للاتصال الداخلي والخارجي، بأنه العمل بكل فعالية وكفاءة ممكنة، مع التركيز على الهدف العام"، ويقصد هنا الهدف العام خلق جو ملائم للعلاقات مع الفئات المستهدفة. ويمكن تعريف الاتصال المؤسسي بأنه "نهج متكامل لكافة الاتصالات التي تنتجها المؤسسة، والتي تستهدف الفئات المستهدفة ذات الصلة"⁵.

ويعد الاتصال المؤسسي وظيفة الإدارة التي توفر إطارا للتنسيق الفعال لجميع الاتصالات الداخلية والخارجية مع الهدف العام من إنشاء والمحافظة على سمعة المنظمة المواتية مع مجموعات أصحاب المصالح التي تقوم عليها المنظمة التابعة.

¹ علوان حميد، فعالية التخطيط الاستراتيجي في المؤسسة العمومية الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2000، ص71.

² حماد محمد شط، تطور وظيفة الدولة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص25.

³ قرامز فاطمة الزهراء، الاستراتيجية المالية للمؤسسات العمومية الاقتصادية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص22.

⁴ بن حبيب عبد الرزاق، اقتصاد وتسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص25.

⁵ C.B.M. Van riel, Principles of corporate communication, 1st Edition, British library, 1995, p24.

يعرفه إبراهيم أبو عرقوب: بأنه عبارة عن الاتصال الإنساني المنطوق والمكتوب الذي يتم داخل المؤسسة على المستوى الفردي والجماعي وساهم في تطور أساليب العمل وتقوية العلاقات الاجتماعية بين الموظفين وكما هو معروف فهو اتصال رسمي (نازل، صاعد، أفقي) او اتصال غير رسمي¹.

ويتبين لنا ان إبراهيم في تعريفه هذا اعتبر الاتصال المؤسساتي اتصال انساني يتم داخل المؤسسة بصفة رسمية او غير رسمية.

اجرائيا :

الاتصال المؤسساتي اتصال يتمحور حول المؤسسة نفسها، ويهدف الى انشاء وتسيير صورة المؤسسة والتعبير والتعريف عن هويتها، حيث عليها ان تؤكد هويتها وأهدافها وما الذي تتقنه وما هو نشاطها، بمعنى نتحدث عن نفسها وعن قيمها وعن فلسفتها وعن شرعيتها.

3-5- تعريف المنصات الرقمية:

اصطلاحا :

المنصات الرقمية هي بيئات إلكترونية تمكن المستخدمين من التفاعل والتبادل عبر الإنترنت. تشمل هذه المنصات مجموعة واسعة من الخدمات والتطبيقات، مثل الشبكات الاجتماعية (Facebook)، (Twitter)، والمتاجر الإلكترونية (Amazon)، (eBay)، وخدمات البث الرقمي (YouTube)، (Netflix). يمكن أن تكون هذه المنصات مفتوحة للتفاعل الاجتماعي، أو تستخدم للتجارة الإلكترونية، أو تقديم الخدمات عبر الإنترنت. تلعب المنصات الرقمية دورًا حيويًا في تشكيل الحياة اليومية والتواصل العالمي.

من الناحية العلمية، يمكن تعريف منصات الرقمية كبنى تحتية تقنية متكاملة توفر بيئة رقمية للتفاعل والتبادل الإلكتروني بين المستخدمين. تتيح هذه المنصات استخدام تقنيات الحوسبة السحابية وتحليل البيانات لتوفير خدمات متعددة، مثل التواصل الاجتماعي، والتعليم الإلكتروني، والتجارة الإلكترونية. يتطلب تصميمها وتطويرها فهماً عميقاً للتكنولوجيا واحتياجات المستخدمين.

تعريف اجرائي :

يمكن تعريف المنصات الرقمية بأنها نظم تكنولوجية تفاعلية تعتمد على برمجيات وأجهزة لتمكين تبادل المعلومات والخدمات الرقمية بين مجموعة من المستخدمين. يشمل التصميم والتنفيذ لهذه المنصات استخدام مجموعة متنوعة من اللغات البرمجية وتقنيات تطوير البرمجيات، مع التركيز على تحقيق تجربة مستخدم فعالة وأمنة.

¹ العرقوب ابراهيم: <http://forum.2dab.org/showthread.php?t=13555>, 2024-02-10, 23سا00

4-أسباب اختيار الموضوع :

الأسباب الموضوعية:

- توفير بيانات وتجارب واقعية، تقديم دراسة تحليلية للمديرية العامة للأمن الوطني يوفر بيانات واقعية يمكن ان تكون مرجعا للدراسات المستقبلية، مما يعزز من مصداقية واهمية الأبحاث العلمية في هذا المجال.
- تقديم توصيات لتحسين الأداء، البحث في هذا الموضوع يمكن ان يوفر توصيات عملية لتحسين استراتيجيات الاتصال الرقمي، مما يعزز من كفاءة وفعالية المديرية العامة للأمن الوطني في تواصلها مع الجمهور.
- تحسين الصورة العامة للمديرية الأمنية، الاتصال الرقمي الفعال يساهم في تحسين الصورة العامة للمديرية العامة للأمن الوطني، مما يعزز دورها في المجتمع وهذا يساعد على انشاء روابط بينها وبين المواطن.

الأسباب الذاتية:

- الفضول الأكاديمي والبحثي، الفضول الأكاديمي لمعرفة كيف يمكن للمؤسسات الأمنية استخدام التقنيات الرقمية بفعالية يشكل دافعا قويا لاختيار هذا الموضوع.
- الرغبة في تقديم قيمة للمجتمع، من خلال البحث في هذا الموضوع، اسعى الى تقديم توصيات يمكن ان تساعد في تحسين التواصل بين المديرية العامة للأمن الوطني والجمهور، لأنني أرى ان الاتصال الفعال يساهم في بناء مجتمع أكثر امانا وثقة بالمؤسسات الأمنية.

اختياري لهذا الموضوع يأتي نتيجة تواجد مزيج من الشغف بالتكنولوجيا، والرغبة في تقديم اسهام فعال للمؤسسات الأمنية بالإضافة الى الفضول الأكاديمي، هذه الدوافع الشخصية تزودني بالحافز الكاف لإجراء دراسة عميقة وتحليلية حول قدرات ومهارات الاتصال المؤسستي عبر المنصات الرقمية، بهدف تحقيق نتائج قابلة للاستفادة على كل من المستوى العلمي والعملية.

5-أهمية الدراسة :

- الشفافية والمصداقية، من خلال التواصل المفتوح والشفاف عبر المنصات الرقمية، يمكن للمؤسسات زيادة مستوى الشفافية والمصداقية. هذا مهم بشكل خاص للمديرية العامة للأمن الوطني حيث ان التواصل الفعال والشفاف يمكن ان يعزز الثقة العامة ويقلل من الشائعات والمعلومات المضللة.
- أهمية توفر المهارات الاتصالية لدى الإداريين لتحقيق اهداف المديرية الأمنية وتحسين صورتها، وتوضيح الرؤية وزيادة الكفاءة وتحقيق التنسيق الفعال داخل المديرية.

- تعزيز الفعالية المؤسسية، الاتصال الرقمي عبر المنصات الرقمية أصبح عنصرا أساسيا في تعزيز فعالية المؤسسات، فهي تتيح الفرصة للتفاعل المباشر مع الجمهور، هذا التفاعل يساعد في بناء علاقات قوية مع المجتمع مما يعزز ثقة المواطنين بالمديرية العامة للأمن الوطني.

6-اهداف الدراسة :

- تحليل قدرات ومهارات الاتصال المؤسسي للمديرية العامة للأمن الوطني عبر منصة الفيسبوك، وهذا يكشف عن مدى فعالية هذه المؤسسة في التواصل مع الجمهور وتعزيز صورتها العامة، تشمل هذه القدرات في استخدام استراتيجيات متنوعة لنشر المعلومات، مثل النصوص، الصور، الفيديوهات، مما يعزز من تفاعل الجمهور وفهمهم للرسائل المؤسسية. كما تشمل المهارات نشر المعلومات الموثوقة في الوقت المناسب، مما يزيد من مستوى الثقة والمصداقية.
- معرفة قوة وسائل المنصات الرقمية في نقل المعلومة، حيث تتميز هذ المنصات بقدرتها على توزيع المعلومات في لوقت الفعلي، وتوفر تفاعلا مباشرا مع الجمهور من خلال التعليقات والمشاركات، مما يعزز انتشار المعلومات ويزيد تفاعل المستخدمين.

7-منهج الدراسة:

يعرف الوصف لغويا إظهار خصائص ومميزات الشيء الموصوف، وقد استعمل كمنهج من أجل تفسير وتحليل المشكلة موضوع البحث. فالباحث الذي يختار المنهج الوصفي كطريقة للإجابة على الأسئلة التي أثارها موضوع البحث، يقوم بوصف الظاهرة التي اختارها كموضوع للدراسة، وصفا دقيقا من أجل فهمها وبالتالي معالجتها.

يعرف المنهج الوصفي على أنه (مجموعة من الخطوات المتتابعة التي تقوم على وصف الظاهرة موضوع الدراسة، ولا يقتصر البحث الوصفي على الوصف فقط ولكنه يتعدى ذلك إلى تفسير الظاهرة وتحليل البيانات بهدف التوصل إلى حلول للمشكلات أو الإجابة عن تساؤلات أو تفسير علمي للظواهر.¹)

مميزات المنهج الوصفي :

يتميز المنهج الوصفي بسهولة استعماله في العلوم الاجتماعية، حيث يسمح للباحث من تنظيم بحثه بطريقة جيدة، كما يسمح للباحث من جمع مراجع كثيرة عن موضوع البحث، مما يمكنه من التحكم في مجريات الدراسة، ومن مميزاته أيضا تنظيم وجمع المعلومات من الميدان واستغالها في البحث، كما يمنح المنهج الوصفي للباحث القدرة في تفسير نتائج بحثه، كما يبني له الطريقة العلمية في معالجة المواضيع، وذلك من خلال إعداد فرضيات البحث والتحقق من صحتها.

¹ مورييس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبه، الجزائر، 2004-2006، ص106

8-مجتمع البحث :

يعرف مجتمع البحث الدراسة على انه: "مجموع الإجراءات والخطوات المتبناة من اجل الوصول الى نتيجة، وهو فن التنظيم والتصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، من اجل البرهنة عن حقيقة لا يعرفها الاخرون".¹

حسب نتائج تحليل المحتوى يتمثل مجتمع البحث في المنشورات التي تم نشرها على صفحة الفيسبوك الرسمية الخاصة بالمديرية العامة للأمن الوطني.

9-عينة الدراسة:

العينة هي " عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة بحيث تكون ممثلة لمجتمع الدراسة تمثيلا دقيقا ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل المجتمع الأصلي للدراسة".²

وانطلاقا من موضوع الدراسة قمنا باختيار أسلوب العينة العشوائية المنتظمة وهي عينة يتم اختيارها باستخدام طريقة عشوائية. ولكن بتحديد فترات متساوية بين العناصر المختارة بشكل عشوائي، مما يضمن توزيعا منتظما للعناصر في العينة.

يستخدم هذا النوع من العينات عند دراسة المجتمعات المتجانسة والتي لا تتباين مفرداتها كثيرا وسميت بالعينة المنتظمة لانتظام المسافات بين المفردات المختارة من مجتمع الدراسة ويتم عادة اختيار العينة المنتظمة من خلال حصر مفردات مجتمع الدراسة الأصلي ثم يعطى كل فرد رقما متسلسلا.

10-أدوات الدراسة:

فيما يخص أدوات الدراسة كنت اريد ان استعمل الاستبيان لأنني وجدته يخدم هذه الدراسة كثيرا لكن صعوبة المهمة وحساسية المؤسسة كانت عائق لي لذا اكتفيت بأداتين وهما الملاحظة وتحليل المضمون.

1- الملاحظة:

تعد الملاحظة من أقدم طرق جمع البيانات والمعلومات الخاصة بظاهرة ما، كما انها الخطوة الأولى في البحث العلمي واهم خطواته، تعني الملاحظة بمعناها البسيط: الانتباه العفوي الى حادثة او ظاهرة او امر ما، اما الملاحظة العلمية فهي انتباه مقصود ومنظم ومضبوط للظواهرات او الحوادث او الأمور بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها.

¹ بن مرسللي احمد، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص283.

² نفس المرجع السابق، ص 292

تعرف أيضا بانها وسيلة يستخدمها الانسان العادي في اكتساب خبراته ومعلوماته على ان يتبع الباحث في ذلك منهاجا معيناً يجعل الباحث من ملاحظاته أساساً لمعرفة او فهم دقيق لظاهرة معينة.¹

مزاياها:

نشير الى ضرورة استعمال الملاحظة كأداة في جمع المعلومات والبيانات خاصة في دراسة الظواهر الاجتماعية ودراسة تحليل المضمون والوثائق، واهم مزاياها:

- دقة المعلومات بسبب ملاحظة الظواهر في ظروفها الطبيعية.
- الملاحظة من أكثر وسائل جمع المعلومات فائدة للتعرف على الظاهرة او الحادثة.
- دقة التسجيل بسبب اجرائه اثناء فترة الملاحظة.
- أسلوب الملاحظة، الأسلوب الأكثر أهمية في حال عدم التمكن من استخدام أسلوب المقابلة والاستبيان لجمع المعلومات.
- يمكن اجراء المقابلة على عدد قليل من المفحوصين.

2- أداة تحليل المضمون (تحليل المحتوى) :

يعتبر تحليل المضمون وسيلة من وسائل جمع البيانات، يتم بمنهج وصفي حيث يستخدم كأداة في تحليل محتوى المادة التي تقدمها وسائل الاتصال الجمعي، وتقوم دراسات تحليل المضمون (تحليل المحتوى) من غير اتصال حيث يكتفي الباحث باختيار عدد من الوثائق المرتبطة بموضوع بحث مثل السجلات والقوانين والأنظمة والصحف والمجلات وبرامج التلفاز والكتب وغيرها من المواد التي تحتوي المعلومات التي يبحث عنها الباحث.

من مزايا دراسات تحليل المضمون ما يلي:

- تقليل فرص التدخل الذاتي من قبل مدلي المعلومات، لأنها تعتمد على الوثائق نفسها.
- الحصول على البيانات والمعلومات دون اخراج مصادر مما يشعره بالرضا النفسي.
- إمكانية الحصول على المعلومات في أي وقت يرغب به الباحث.

تحليل الصفحة من حيث الشكل: تضمن العناصر التالية:

لغة المنشور، حجم الخط، لون الخط، تصميم الصفحة، التفاعل، مدى التحيين.

تحليل الصفحة من حيث المضمون: تضمن ما يلي:

¹ ذوقان عبيدات، البحث العلمي: مفهومه، دواته، اساليبه، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 1988 ص149

الموضوع المنشور، التعليقات، الجمهور المستهدف، الهدف، طبيعة المواضيع، المعلومات الخاصة بالشرطة¹.

11-نظرية الدراسة:

النظرية حسب موريس انجرس: " هي مجموعة من المصطلحات والتعريفات والافتراضات لها علاقة ببعضها البعض، والتي تقترح رؤية منظمة للظاهرة، وذلك بهدف عرضها والتنبؤ بمظاهرها².

تعد النظرية التكنولوجية لوسائل الاعلام من النظريات الحديثة التي ظهرت عن دور وسائل الاعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات، ومبتكر هذه النظرية "مارشال ماكلوهان" حيث قال: " لا يمكن النظر الى مضمون وسائل الاعلام مستقلا عن تكنولوجيا الوسائل الإعلامية نفسها، فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات، والجمهور الذي توجه له رسالتها، يؤثران على ما تقوله تلك الرسائل. ولكن طبيعة وسائل الاعلام التي يتصل بها الانسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال. فالنظرية الحتمية الرقمية تعتبر من أكثر النظريات الإعلامية انتشارا ووضوحا في الاعتقاد بأهمية طبيعة وسائل الاعلام والتقنيات التي يتصل بها الانسان في تشكيل المجتمعات، أكثر مما يعمل مضمونها على ذلك، على الرغم من عدم اتفاقنا كليا معها الا اننا نجد ان الأمر كذلك على الأقل بالنسبة لمفرزات الثورة الخامسة للاتصال من تكنولوجيا الاتصال الحديثة بوجه عام والطريقة التي أصبح الناس يستعمل بها الوسائط الجديدة وتطبيقات الويب 2.0 اليوم بوجه خاص على غرار الشبكات الاجتماعية الالكترونية³.

12-الدراسات السابقة :

من أهم المراحل التي يمر بها الباحث هو الإطلاع على البحوث والدراسات التي سبقت بحثه لأن إطلاعه سوف يجنبه أخطاء الآخرين وقد يسمح له بذلك فهم موضوع بحثه أكثر وكيفية اختيار الطرق والإجراءات المنهجية والمراجع الهامة التي اعتمدت عليها هذه الدراسات، فهي بمثابة الإطار المرجعي للباحث ومن هذا المنطلق فقد اعتمدنا على مجموعة من الدراسات التي قد تتشابه أو تتطابق مع ادرستنا وتتمثل في:

¹ موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة، الجزائر، 2004-2006، ص 218

² نفس المرجع السابق، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ص54

³ Mcluhan, Marshall, Understanding Media : The Extensions of man, MIT Press, 1964

الدراسة الأولى :

الطالبة سعاد صياد: فعالية الاتصال المؤسسي في التعريف بهوية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية-مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر-دراسة ميدانية بمؤسسة حابيلي برج بوعريريج تخصص اتصال وعلاقات عامة سنة 2018-2019

حيث لخصت الباحثة دراستها في التساؤل الرئيسي التالي:

هل للاتصال المؤسسي فعالية في التعريف بهوية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟ وندرج عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل في :

هل تحظى العلامة التجارية لمؤسسة حابيلي بشهرة لدى جمهورها الخارجي؟

ماهي أنماط وإجراءات الاتصال المستخدمة في إبراز هوية مؤسسة حابيلي؟

ماهي العوائق التي تواجه مؤسسة حابيلي في التعريف بهويتها؟

وقد اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي اما أدوات جمع البيانات من الميدان هي استمارة استبيان.

نتائج الدراسة في ظل التساؤلات:

نستنتج أن العلامة التجارية لمؤسسة حابيلي حسب المبحوثين لا تحظى بشهرة لدى جمهورها الخارجي.

نستنتج أهم الأنماط والإجراءات الاتصالية المستخدمة في إبراز هوية مؤسسة حابيلي حسب المبحوثين تمثلت أساسا في المعارض والإشهارت ونقاط البيع.

نستنتج أن أهم المعوقات التي تواجه مؤسسة حابيلي في التعريف بهويتها حسب المبحوثين

تمثلت في غياب سياسة اتصالية يقلل من معرفة الجمهور بها، وكذا وجب توفر المؤسسة على متخصصين في الاتصال لمساعدتها في التعريف بهويتها.

الدراسة الثانية:

رزيفة بن يوب-بشرى قارة-زهرة بريمة: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل سمعة المؤسسة السياحية الفندقية-مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر-دراسة تحليلية لصفحة الفيسبوك الخاصة بفندق الشيراتون-عنابة-

سنة 2019-2020 تخصص: اتصال وعلاقات عامة.

حيث لخص الباحثات دراستهن في التساؤل الرئيسي التالي :

كيف يستخدم موقع الفيسبوك في تشكيل سمعة حسنة للمؤسسة السياحية الفندقية؟

اندرجت تحته هذه التساؤلات :

فيما تتمثل أبعاد السمعة الجيدة للمؤسسة؟

كيف تعتمد المؤسسة السياحية الفندقية على موقع الفيسبوك في تشكيل السمعة؟

ما هي أبرز المشاكل والمعوقات التي تواجه السمعة في تشكيل سمعة حسنة عنها؟

كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على مكونات السمعة؟

نوع الدراسة وصفية اما المنهج المتبع فهو مسحي وأدوات جمع البيانات المستخدمة هي تحليل المحتوى.

نتائج على ضوء التساؤلات :

-تمثل أبعاد السمعة الجيدة من خلال صفحة الفيسبوك في التركيز على إبراز تموقعها بنسبة جمهورها المحلي إضافة إلى استنتاج صورتها الذهنية من خلال تعليقات متابعيها كما ركزت على الاشهار من أجل الترويج لعاملتها التجارية وقامت أيضا بتعريف عن هويتها عبر صفحتها الرسمية على الفيسبوك.

-تعتمد المؤسسة السياحية الفندقية على موقع الفيسبوك في بناء سمعتها من خلال الاشهار والترويج لعلامتها التجارية ومختلف نشاطاتها من أجل تحسين الصورة الذهنية للفندق.

من أبرز المعوقات والمشاكل التي تواجه تشكيل سمعة حسنة للمؤسسة على موقع الفيسبوك هي عدم التزام المكلف بالصفحة بعنصر التحيين والمزامنة في النشر الأنشطة الخاصة بالفندق، تجاهل التساؤلات والاستفسارات المتابعين وعدم الإجابة عليها في الكثير من الأحيان، والاعتماد على اللغة الفرنسية كلغة أولى في النشر هذا ما يعرقل عملية فهم محتوى المضمون لبعض الفئات.

-تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على مكونات السمعة من خلال التأثير على الصورة الذهنية للمؤسسة والعلامة التجارية وهوية المؤسسة، وذلك عن طريق عملية الاشهار والترويج لها على مواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسة الثالثة:

مسعود تونسي-ياسين زاريفي: الاتصال المؤسسي في الجامعة الجزائرية-مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر-دراسة ميدانية بجامعة تبسة-دفعة 2020 قسم علوم الاعلام والاتصال.

لخص الباحثين دراستهم في التساؤل الرئيسي التالي: ما هو واقع الاتصال المؤسسي في الجامعة الجزائرية؟ وندرج عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل في:

ما هي الأساليب الاتصالية المستخدمة في الجامعة؟

ما المقصود بالاتصال المؤسساتي؟

هل الاستراتيجية الاتصالية المستخدمة في الجامعة فعالة أو لا؟

نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة:

أكدت دراستنا وكذلك الدراسات السابقة أن من متطلبات فعالية الاتصال المؤسساتي الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة للاعلام والاتصال حتى تحافظ المؤسسة على بقائها وتساير الركب.

- خلصت دراستنا وكذلك الدراسة السابقة إلى أن الاتصال المؤسساتي ساهم في خلق علاقات اجتماعية وإنسانية بين أطراف الاسرة الجامعية الامر الذي يطور من نشاط هذه المؤسسة، ويمكنها من القيام بمهامها على أكمل وجه، وفي معظم الأحيان تتحول هذه العلاقات إلى علاقات صداقة خارج إطار العمل.

-أكدت دراستنا وكذلك الدراسات السابقة أن الاتصال المؤسساتي يعمل على تسهيل العمليات الإدارية من خلال ضمان نقل المعلومات والآراء والاورام إلى الجهات المعنية بها.

الدراسة الرابعة :

ايمان بن نذير: مهارات الاتصال ودورها في تحسين الأداء المهني لدى العاملين -دراسة ميدانية على عينة من اداريي كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة محمد خيضر-بسكرة-

تخصص اتصال وعلاقات سنة 2013-2014

لخصت الباحثة دراستها في التساؤل الرئيسي التالي:

ما الدور الذي تؤديه مهارات الاتصال لتحسين الأداء المهني؟ ويندرج تحته هذه التساؤلات:

ما الدور الذي يؤديه الاتصال داخل الإدارة؟

ما اهم المرات الاتصالية المستخدمة لتحسين الأداء المهني؟

الى أي مدى يساهم توظيف المهارات الاتصالية في تحسين الأداء بالإدارة الجامعية؟

قاموا باستخدام المنهج الوصفي التحليلي كونه الأنسب لمختلف الدراسات الإنسانية والاجتماعية-بالاعتماد على استمارة استبيان حيث يحتوي على أسئلة مغلقة ومفتوحة.

نتائج الدراسة:

نستنتج من خلال أجوبة المحور الأول بعنوان الدور الذي يؤديه الاتصال داخل الإدارة: نستنتج كلما زاد المستوي التعليمي زاد معرفتهم لدور الذي يؤديه الاتصال داخل الإدارة وسهولة الاتصال بالمرؤوسين ونلاحظ أن نقص الخبرة والأقدمية لا يؤثر في الاتصال بالرئيس.

أما عن المحور الثاني: أهم المهارات الاتصالية المستخدمة لتحسين الأداء: نستنتج كلما زاد عمر المبحوثين زاد الاحترام المتبادل بين الطرفين سواء في مهارة الحديث، الاستماع، إدارة الاجتماعات، تقديم العروض، ونستنتج أن المبحوثين الذين خبرتهم أقل من 5 سنوات برغم من قصرها إلا أنهم يرغبون في اكتساب المهارات الاتصالية ويطبقونها سواء في اتصالهم مع الرئيس أو الزملاء وهذا واضح في جميع أجوبة المحور.

أوجه التشابه بين هذه الدراسة الدراسات السابقة المستعملة:

- تتوافق الدراسة مع الأبحاث السابقة في الاعتماد على منهج دراسة الحالة وكذلك في اختيار نماذج الدراسة من مواقع التواصل الاجتماعي وأبرزها الفيسبوك.
- تتبنى هذه الدراسة طريقة التحليل المشابهة للدراسات السابقة، كما تتبنى أيضا منهج الوصفي والذي يتوافق مع معظم الدراسات.
- هذه الدراسة مصنفة على انها دراسة تحليل محتوى وهو ما ينسجم مع الدراسات السابقة التي تندرج أيضا ضمن الدراسات التحليلية.
- تتوافق أيضا الدراسة مع الدراسات السابقة في دراسة الاتصال المؤسسي من جميع النواحي.
- توافق الدراسة مع الدراسات السابقة في المنصات الرقمية واهميتها في عصرنا الحالي مع تحليل صفحة الفيسبوك وهذا ما تشاركت فيه الدراسة مع الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: مهارات الاتصال المؤسسي

تمهيد:

يعد اتصال المؤسسة من الفروع الجديدة في العلوم الاجتماعية والإنسانية وقد انبثق من علم النفس نظريات التنظيم ونظريات الاتصال، حيث يتناول عملية الاتصال داخل المؤسسة تلك التي تسهل تدفق المعلومات، وفي هذا الإطار ركز الباحثون على دراسة العملية الاتصالية أي الاتصال بصفة عامة وعلاقتها بالمؤسسة، حيث تعتبر طريقة تبادل المعلومات أو الحقائق أو التوجيهات أو الأفكار أو المهارات من شخص إلى آخر، لتفاعل وتأثير بين أفراد المؤسسة فهي بذلك عملية هادفة ومهارة إنسانية اتصالية تقوم على استخدام مناسب لكافة القدرات الإدراكية والنفسية والاجتماعية. ومن هنا تعد عملية ضرورية بحكم أهميتها ودورها في نجاح وسير المؤسسات بكفاءة وفعالية.

سنتطرق في هذا الفصل إلى العملية الاتصالية وننتقل إلى الاتصال المؤسسي والاستراتيجيات التي يتبعها الاتصال المؤسسي للوصول إلى الأهداف المراد تحقيقها ثم التطرق إلى المنصات الرقمية، خصائصها أنواعها وابعادها.

أولاً: ماهية الاتصال المؤسساتي:

ان الحديث عن ماهية الاتصال المؤسساتي يجعلنا نتطرق الى مفهوم العملية الاتصالية.

1- مفهوم الاتصال:

كلمة الاتصال مشتقة من كلمة التواصل او واصل على وزن فاعل وكلمة تواصل جاءت على وزن تفاعل ومصدرها وصال مواصلة وتشير الى حدود المشاركة في الفعل ما بين الطرفين ويكون نقيض تواصل في تهاجر وتنافر وتقاطع.

وهي مشتقة من الكلمة اللاتينية communis وتعني المشاركة في الراي والحديث او المشورة. أي ان الاتصال يعني الاشتراك في المعلومات او تبادل المعلومات والمشاعر والاتجاهات. وتم تعريفه وفق قاموس أكسفورد بانه " نقل وتوصيل او تبادل الأفكار والمعلومات بالكلام او الكتابة او بالإشارات".

وعرفه محمد عوده، "الاتصال هو العملية التي تنقل بها المعلومات والأفكار داخل نسق اجتماعي او تنظيم اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث العلاقات المتضمنة فيه".

كما يعد الاتصال ظاهرة اجتماعية ترتبط بطبيعة الانسان من منطلق كونه كائن اجتماعي بطبعه لا يستطيع الحياة بمعزل عن الاخرين. فالالاتصال يساعد الانسان في كل شيء ابتداء من تبادل المنافع الى المشاركة الوجدانية (الصريفي, 2009).¹

قام ياسين عامر بإضافة معنى اخر في الاتصال بقوله "الاتصال ظاهرة اجتماعية حركية تؤثر وتتأثر بمكونات السلوك الفردي، وبالعوامل المؤثرة على طرفي عملية الاتصال القائمة على نقل وتبادل المعلومات والأفكار والمعاني المختلفة التي نفهمها باستخدام لغة مفهومة لدى الطرفين من خلال قنوات معينة".

اما موسى فقد عرف الاتصال بانه عملية نفسية اجتماعية ضرورية للإنسان. وهو كعلم يعني بدراسة المعاني بين الافراد في المجتمع عبر نظام مشترك من الرموز.

ويعرفه كل من بيرلسون وستايز بانه: " عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب، اما شفويا او باستعمال الرموز والكلمات والصور والاحصائيات بقصد الإقناع او التأثير على السلوك".

وعرفه خبراء العلاقات العامة بانه طريق مزدوج الاتجاه ولهذا فهو اقوى العوامل التي تتضمن لطرفي الاتصال ان يتفهم كل منهما وجهات نظر الاخر، فيعمل على تحقيق رغباته، تجمعهما في ذلك المصالح المشتركة.²

¹ الصريفي محمد، الاتصالات الإدارية، المكتب الجامعي الحديث، 2009.

²الصحن، محمد فريد، 1998. العلاقات العامة: المبادئ والتطبيق. الدار الجامعية، القاهرة.

1-1- عناصر العملية الاتصالية:

تشير الدراسات الإعلامية والاتصالية المختلفة إلى أن مكونات العملية الاتصالية تتمثل في ستة عناصر أساسية متداخلة ومتشابكة وتشمل ما يلي:

- **المصدر أو المرسل:** هو القائم بعملية الاتصال، والذي يقوم بإصدار الرسالة وقد يكون المرسل متمثل في شخص يتكلم أو يرسم أو مجموعة من الأشخاص أو مؤسسة عبر (صحيفة، دار النشر، محطة، إذاعة تلفزيون، مواقع، شبكات تواصل) تريد أن "تؤثر في الآخرين بناء على معلومات واتجاهاتهم النفسية وأحاسيسهم ومشاعرهم وسلوكهم ومعتقداتهم"¹، وهذا العنصر لعملية الاتصال هو الأهم، لأن بدونه لا يتوقع وجود عملية اتصال أصلا، وحتى مع وجودها يظل هو الأبرز فيها كونه المحرك الرئيس، وعليه يعود بنجاحها أو فشلها.
- **الرسالة أو المحتوى:** هي المضمون والفكرة التي يريد المرسل توصيلها إلى المتلقي ويجب أن تصاغ بطريقة يفهمها المتلقي ويستطيع فك رموزها بسهولة، وقد تكون الرسالة كلمة منطوقة أو مكتوبة أو مقروءة أو مصورة أو حركة معينة بالأيدي أو بتعبير الوجه أو رسم معين، فالرسالة يمكن أن تكون صوت أو صورة أو حركة أو لونا أو كلها معا، وباختصار هي أفكار ومشاعر المرسل التي يريد نقلها للمستقبل.
- **الوسيلة أو القناة:** يمكن تشبيه الوسيلة بأنها القناة أو القنوات التي تمر خلالها الرسالة بين المرسل والمستقبل فهي باختصار "عبارة عن قنوات للاتصال ولنقل المعرفة، شأنها في ذلك شأن وسائل المواصلات، فكما توجد عدة وسائل للسفر بين بلد وآخر لا يمكن الانتقال إلا باختيار إحداها، فكذلك وسائل الاتصال هي متعددة ومتنوعة وضرورية ولا بد للرسالة ان تسلك احداها والا توقفت عملية الاتصال"².
- **المستقبل:** أو المتلقي، أو المرسل إليه أو السامع، "هو الذي يستقبل الرسالة ويقوم بتفسير الرموز وإدراك المعاني في إطار العمليات العقلية التي يقوم بها من خلال العملية بتفسير الرموز الاتصالية، وبغير امتلاكه لزام لغة المرسل، وفهمه للسياق الذي ترد فيه الرسالة لن يتمكن أداء دوره"³
- **التشويش:** "التشويش هو العنصر الذي يدخل على العملية الاتصالية فيغير من المعنى المراد إيصاله بدرجات متفاوتة، أي أن كل ما يغير المعنى المراد من الرسالة يسمى تشويشا عليها"⁴.

¹ عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي، خلفيتها لنظرية والبيات العلمية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ط2، ص25.

² العبد الله مي، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006، ط1، ص33.

³ عزوز احمد، الاتصال ومهاراته، مدخل الى تقنيات فن التبليغ والحوار والكتابة، منشورات مختبر اللغة العربية والاتصال، جامعة احمد بن بلة⁰¹، وهران، 2016، ص32.

⁴ حصة محمد ال ساعد، أحلام عبد السميع العقباني، مهارات الاتصال والتفاعل، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2011، ط1، ص65.

- **الاستجابة (رجع الصدى):** وهي مدى قبول المستقل للرسالة أو رفضها، هي نعم للرسالة أو لا للرسالة، وقد تكون سريعة أو بطيئة، إيجابية أو سلبية، ويعبر عنها المستقبل أما بابتسامة أو كلمة طيبة، أو اتصال هاتفي، أو مظاهرة عارمة، أو استسلام للعدو برفع الأيدي، أو انتخاب زعيم لمنصب ما، وتكون الاستجابة الناجحة منبثقة عن الفهم الجيد للرسالة لهدف المرسل.

- **التأثير:** وهو المحصلة النهائية لعملية الاتصال وحتى يحصل التأثير لا بد للمرسل أن يكون هدفه واضحا تماما، ومعلوماته التي يعطيها دقيقة، وأن يركز على النقاط المهمة. وفي خضم ما تم تناوله حول عناصر الاتصال يتضح أنه لكي تكتمل العملية الاتصالية تتطلب توفر عددا من العناصر أو المكونات الأساسية المت اربطة والمكملة لبعضها البعض وبدون هذه العناصر لا يمكن لعملية الاتصال أن تتم بشكل فعال ومؤثر. ويتفق جميع الباحثين والمتخصصين في مجال الاتصال على تواجد العناصر الأربعة للاتصال من مرسل ورسالة والوسيلة والمستقبل، وتعطى هذه العناصر وغيرها تسميات مختلفة من باحث لأخر.¹

1- مفهوم الاتصال المؤسسي :

تعددت مفاهيم وتعريف الاتصال المؤسسي سواء كانوا من مفكرين او باحثين باختلاف الاتجاهات القائمين على دراسته ولكل نظرتة ومفهومه لهذا المصطلح، ويرجع ذلك الاختلاف الى طبيعة ميدان كل من يتناول هذا اللفظ:

يعرف "فان ريل" الاتصال المؤسسي بأنه "أداة للإدارة عن طريق الوسائل الاتصالية المستخدمة للاتصال الداخلي والخارجي، بأنه العمل بكل فعالية وكفاءة ممكنة، مع التركيز على الهدف العام"، ويقصد هنا الهدف العام خلق جو ملائم للعلاقات مع الفئات المستهدفة. ويمكن تعريف الاتصال المؤسسي بأنه "نهج متكامل لكافة الاتصالات التي تنتجها المؤسسة، والتي تستهدف الفئات المستهدفة ذات صلة"²

ويسلط ريتشارد إيلمان، الرئيس التنفيذي لشركة إدلمان، أكبر وكالة للعلاقات العامة المستقلة في العالم، الضوء على الاتصال المؤسسي على النحو التالي: "كنا نتبع الذيل الذي يهزه الكلب، ولكن الآن بوجود الاتصال المؤسسي أصبح المبدأ المنظم وراء العديد من الأعمال". والمقصود أن جزء صغير هو المسيطر على كل شيء. إذا كنت تصف الوضع بأنه الذيل الذي يهز الكلب، يعني أن أقل جزء مهم من الوضع له تأثير كبير جدا على الجزء الأكثر أهمية. أما اليوم فاستدامة ونجاح الشركة يعتمد على كيفية

¹ بن عودة موسى، الاتصال المؤسسي ودوره في تحسين الخدمة العمومية (دراسة ميدانية في المؤسسة العمومية الاستشفائية للأمراض العقلية لولاية تيارت)، شهادة ماستر، قسم اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2019-2020، ص19، ص20.

² منصور حنان، الاتصال المؤسسي كرافد لتحسين صورة المؤسسة، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام، الجزائر، ص3،

النظر من قبل أصحاب المصلحة الرئيسيين للاتصال على أنه جزء هام من بناء وصيانة وحماية سمعة المنظمة¹.

يرى أحمد خاطر من خلال كتابه مقدمة في إدارة المؤسسات الاجتماعية بأن الاتصال المؤسسي هو "عملية نقل المعلومات الخاصة بالمؤسسة وخارجها والاتصال كونه عملية إدارية، فهو أيضا عملية اجتماعية عن طريقها تتفاعل جماعات العمل ويستطيع الرئيس الأعلى أو معاونيه تحقيق التأثير المطلوب في تحريك الجماعات نحو الهدف وهي أيضا عملية نفسية تتطلب قدرا مناسباً من فهم الصورة الكاملة لسير العمل، مما ينمي الإحساس بالإسهام في الإدارة والشعور بالاهتمام وهذا ما يعزز شعورهم بالرضا والاستقرار النفسي².

ويعتبر ألكس مكابلي بأن الاتصال المؤسسي هو مجموع الأنشطة الإعلامية والاتصالية المنجزة من قبل مسؤولي الاتصال الداخلي أو المختصين الآخرين الذين يقومون بوضع سياسة اتصالية للمؤسسة، حيث تهدف هذه الأنشطة إلى تسهيل التداخل واحتواء الأفراد مع قيم المؤسسة وكذا تحريك وتفعيل العمل المشترك من أجل السماح للآخرين بإيجاد معنى لأنشطتهم داخل المؤسسة. فهو يرى بأن الاتصال المؤسسي بأنه "ذلك النشاط الذي يشمل القاعدة والقيمة والمشاركة في إدارة الأفراد بهدف تحريكهم وتحقيق التناسق الاجتماعي داخل المؤسسة وذلك باستعمال عدة وسائل أهمها: جريدة المؤسسة، الملصقات والاجتماعات الخ...³

يمكننا القول بان الاتصال المؤسسي هو ذلك الاتصال الذي يجمع بين الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي (اتصال المؤسسة مع المجتمع)، يسعى لتحقيق الأهداف الخاصة بالمؤسسة وتحقيق السير الحسن لأنشطتها.

2- استراتيجية الاتصال المؤسسي:

الاستراتيجية هي أسلوب التحرك لمواجهة التهديدات أو الفرص البيئية، والتي تأخذ بعين الاعتبار نقاط القوة والضعف الداخلية والخارجية من أجل تحقيق الأهداف المسطرة، فهي أداة للتلاحم والاستمرارية بين سياسة الترويج والعلاقات العامة لمواجهة المحيط الخارجي وبرامج الاتصال داخل وخارج المؤسسة، كما أنها تعتمد على التقدير والتنسيق للأهداف والوسائل المتاحة، حيث أن لكل هدف وسائل تستخدم لبلوغه.

¹ Joep CORNELISSEN: CORPORATE COMMUNICATION, a guide to theory and practice, 3rd edition, SAGE, 2011, p21.

² خاطر احمد، مقدمة في إدارة المؤسسات الاجتماعية، دار الكتاب الجامعي الحديث، القاهرة، مصر، 1982، ص139،140.

³ بلحاجي وهيبه، الاتصال المؤسسي وعلاقته بتفعيل عملية التشريع، حالة المجلس الشعبي الوطني، دراسة وصفيّة استطلاعية، 2000-2002، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، الجزائر، ص40.

توضع استراتيجية الاتصال من طرف مصلحة الاتصال وكذا مختلف المصالح الأخرى، وهي خطوة تستهدف المؤسسة بأكملها، وهي عبارة عن مستند يرتبط ببرنامج العمل والذي ينشر إلى المسؤولين لما تصادق عليه المديرية العامة. وتمثل هذه الاستراتيجية الاتصالية فلسفة في مجال الاتصال الصورة والعلاقة الموجودة أو القابلة للتحسين، وتعتبر استراتيجية الاتصال في المؤسسة من بين العوامل المساعدة في تحديد الطرق والوسائل المساهمة في تطبيق وأداء الاستراتيجية العامة للمؤسسة. إن التطورات المتسارعة في مختلف الميادين وتغيرات وديناميكية محيط المؤسسة جعلت من الاتصال لدى بعض المختصين لم يعد محدودا في الاستراتيجية ومرافقة تنفيذ المشاريع، بل يجب أن يكون جزء لا يتجزأ من التفكير الاستراتيجي وادخال البعد الاتصالي في هذا الاتجاه يعتبر ضروريا، فهو يثري التفكير

الاستراتيجي ويضع المشاكل في إطار الوضع الحالي والمستقبلي للمؤسسة مقابلة مع الأطراف المعنية ذات الارتباط الهام بها كالإدارة والمتعاملين والمحيط... إلخ.

وتستجيب الاستراتيجية المتعلقة بالاتصال لأكثر من هدف فهي تبين طريقة وهوية المؤسسة في النشاط من خلال خطابها سواء مع المتعاملين داخلها أو خارجها. ومن الميزات التي يجب أن تتوفر في هذه الاستراتيجية:¹

- الانسجام بين الاتصال الداخلي والخارجي.

- الانسجام بين مختلف سجلاتها للاتصال.

- انسجام الخطب بين مختلف مشاريعها.

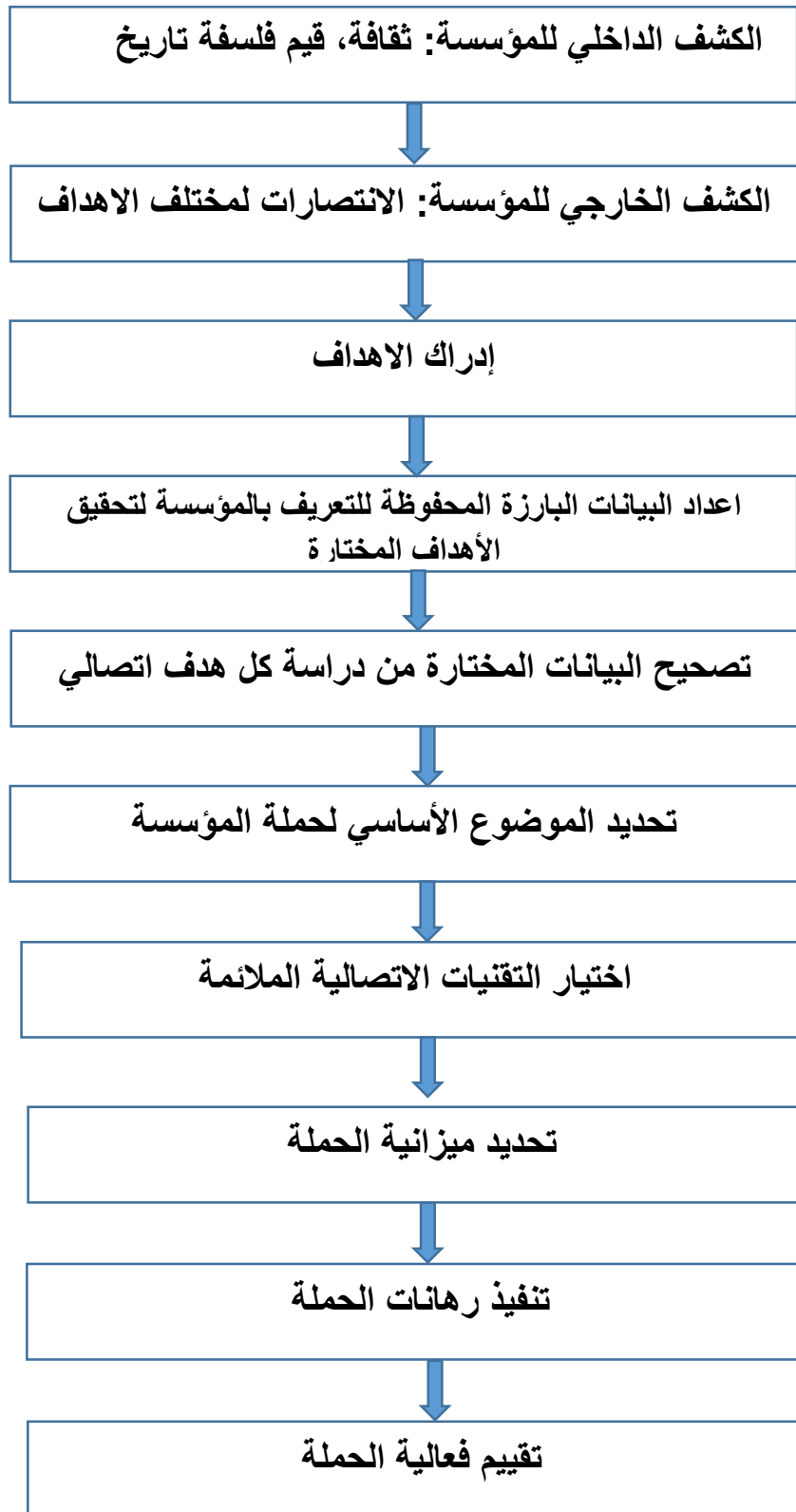
- الانسجام في مخططها.

1-2- الأهداف العامة لاستراتيجية الاتصال:

- تنمية المعلومات والفهم الجيد بين جميع الموظفين .
- تشجيع كل موقف من شأنه تحفيز الموظفين والرضا الوظيفي.
- تصحيح أي معلومة خاطئة أو مواقف مظلمة أو غموض في السياسات أو إشاعات مغرصة لتفادي أي سوء فهم بين الموظفين.
- تشجيع المرؤوسين على تقديم أفكارهم واقتراحاتهم لتحسين الإنتاج أو بيئة العمل وأخذ هذه الاقتراحات بجدية من قبل الإدارة العليا.
- تحسين العلاقات بين الموظفين والإدارة بالمحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة.
- تعزيز العلاقات الاجتماعية بين الموظفين بتعزيز الاتصالات بينهم وخلق الراحة والانسجام.

¹ Dominique Beau, Sylvain Daudel, Stratégie d'entreprise et communication, Dunod, 1992, p54.

- تكوين العاملين وتنمية قدراتهم، وذلك بإكسابهم خبرات جديدة او مهارات تسهل عليهم تحقيق اهداف المؤسسة سير العمل بسهولة.



الشكل رقم 01: يوضح استراتيجية الاتصال داخل المؤسسة¹

¹ من اعداد الطالبة

3- أهمية واهداف الاتصال المؤسساتي:

1-3- أهمية الاتصال المؤسساتي:

العامل في المؤسسة في اتصال دائم مع غيره فهناك: الاتصال بين الرؤساء والمرؤوسون، والاتصال مع الزملاء، إن الاتصال عملية رئيسية وضرورة حيوية في بناء علاقات إنسانية طيبة داخل المؤسسة نظرا لأنه يعمل على توصيل المعلومات والبيانات بين طرفي العملية الاتصالية.¹

وما يؤكد عملية الاتصال داخل المؤسسة ما ذهب إليه "التون مايو" مؤسس مدرسة العلاقات الإنسانية بحيث أن الدارسة الاجتماعية يجب أن تبدأ بملاحظة دقيقة لما يسمى بالاتصال²، وهنا يشير "مايو" إلى أهمية الاتصال باعتباره أحد العوامل الرئيسية لقيام العلاقات الإنسانية داخل المؤسسة، وبالتالي هناك أهمية نظرية محورية لنظام الاتصال داخل المؤسسات فالاتصال هو الوسيلة التي بموجبها يتم نقل المعلومات كما أنه يؤثر على العلاقات بين الأفراد فينشأ التعاون والتكامل بينهم داخل الجماعة وفيما بين المؤسسة والعمال .

كذلك أن أهمية الاتصال داخل المؤسسة تكون في إطار قيام وأقامت علاقات إيجابية وسلمية بين العاملين وقد وجدت المؤسسة أفضل طريقة لتحقيق أهدافها هي تدعيم الاتصال الصاعد لتحقيق مزيد من الترابط بين العمال والرؤساء على أساس من الثقة المتبادلة بينهما ويعتبر الاتصال ذو نفع طالما يقوم بربط الوظائف داخل المؤسسة ببعضها البعض، وفي الحياة العملية يستخدم الاتصال لتوجيه الأفراد نحو تحقيق أهدافهم.³

كذلك تتلخص أهمية الاتصال في المؤسسة في النقاط الآتية :

- يمكن للاتصال فتح المجال للاحتكاك البشري، وفتح الفرصة للتفكير والاطلاع والحوار وتبادل المعلومات في شتى المجالات والميادين، كما أنه لا يبعد الإنسان عن الشعور بالعزلة .
 - يتيح الاتصال الفرصة للتعرف على آراء الآخرين وأفكارهم عن طريق الحركة التي يحدثها على شكل حوار أو نقاش، كما أن الاتصال يفسح لكل شخص المجال للمشاركة.
 - يساعد الاتصال على نقل الثقافات والعادات والتقاليد واللغات.⁴
- كما يمكن النظر إلى أهمية الاتصال في المؤسسة حيث تتمثل في:

¹ عبد الباقي صلاح الدين محمد، السلوك الإنساني في المنظمات، الدار الجامعية، القاهرة 2000، ص274، ص275.

² طلعت إبراهيم لطفى، مدخل الى علم الاجتماع، مكتبة غريب، القاهرة، 1993، ص69.

³ رماش صبرينة، الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008-2009، ص138-139.

⁴ محمد محمود الحيلة، تميم وإنتاج الوسائل التعليمية، ط1، دار المسيرة والتوزيع، عمان، 2000، ص52.

الإعلام: أي نقل المعلومات والأفكار إلى المستقبل وأعلامه عما يدور من حوله من أحداث ومعلومات جديدة .

التعليم: أي تدريب وتطوير الأفراد عن طريق تزويدهم بالمعلومات والمهارات التي تؤهلهم للقيام بوظائفهم وتطوير إمكاناتهم العلمية وفق ما تتطلبه ظروفهم الوظيفية .

الترفيه: وذلك بالترويج عن النفس والتسلية .

الإقناع: أي أحداث تحولات في وجهات النظر.¹

2-3- أهداف الاتصال المؤسساتي:

إن عملية الاتصال لا تحدث في فراغ وإنما تحكمها البيئة الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية، حيث أن الاتصال الناجح هو الذي يؤثر في الأفكار والاتجاهات والسلوك محققاً أهدافاً مختلفة مسطرة ومدروسة، وسنبرز جملة من الأهداف فيما يلي:

أهداف الاتصال بالنسبة للعاملين: إن أي اتصال داخل المؤسسة يجب أن يعمل على جعل الموظفين ملمين إماماً تاماً بما يجري داخلها من أمور تهمهم، وهذا بقيام الإدارة بعلاقات مع الموظفين على أسس التفاهم والثقة، وأن تزيد من إنتاجيتهم ومردوديتهم عن طريق تزويدهم بالمعلومات اللازمة لحسن سير العمل. فالعاملون يهتمون أن يعرفوا عن نشاطات وعمليات المؤسسة، إنتاجها ومستقبلها والقارات المهمة المتخذة في المستوى الإداري الأعلى لأنها تؤثر على مستقبلهم ومستقبل مؤسستهم. ومعلومات عن السياسة المتبعة لاسيما التي تؤثر على العاملين ومستقبلهم الوظيفي، والمعلومات التي تتصل ببعض المشاكل التي تصادف عمل المؤسسة التي قد تؤدي إلى زيادة تضامنهم وتعاونهم لمواجهةها، ومعلومات تتصل بالنشاط الوظيفي من خلال تزويد العاملين بمهارات وخبرات ومعلومات جديدة، وتكون إجابات عن استفسارات العاملين المتصلة بنشاط المؤسسة وظروفها ومحيطها والتوقعات المستقبلية.

أهداف الاتصال بالنسبة للقيادات الإدارية: عادة ما تكون الأعمال التي يقوم بها المديرون على مختلف المستويات مترابطة، وعندما يتخذ أحد المديرين قرار معين فإنه عادة ما يقوم بالاتصال بمديري الإدارات الأخرى لتنسيق الجهود معهم ومعرفة ما يقومون به.

والنظام الذي يراد وضعه لكي يسير عليه العامل في إدارة معينة يجب أن يكون متقناً ومنسقاً مع السياسة العامة للمؤسسة ولكي يتم التنسيق بين جهود القادة الإداريين لا بد أن يكون هناك نظام اتصالي فعال

¹ عامر يسرى، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، دار المدينة المنورة، الرياض، 1986، ص24.

يتيح انسياب قدر كاف من المعلومات والبيانات بين مختلف الإدارات تساعد الإدارة العليا على اتخاذ القرارات المهمة وتوصيلها إلى العاملين وفي نفس الوقت معرفة آرائهم ووجهات نظرهم ومشاكلهم، ويمكن تحقيق هذا عن طريق نظام اتصال فعال ذو اتجاهين.

أهداف الاتصال بالنسبة للجمهور والعلماء: إن للاتصال بين المؤسسة وجمهورها وعملاتها أهمية خاصة، فالمؤسسة تهتم لإقامة نظام اتصال فعال معهم يمكنها من توصيل حقيقة الجهود المبذولة لتحسين الإنتاج أو الخدمة التي تقدمها، فاستمرار المؤسسة ونموها وبقائها يتوقف على رضا الجمهور عنها ونوعية الخدمات المقدمة وكذلك مختلف الجهود التي تقوم بها، والعلماء يمثلون عنصرا مهما، فتطورها وتحقيقها لأهدافها يتوقف على نوعية الخدمات المتوفرة والصورة الطيبة التي ترسم عن المؤسسة، وهذا كله عبر أساليب المؤسسة المتعددة والمتنوعة ووسائلها والتعرف على رأي الجمهور والعلماء في نشاطاتها وجهودها واقتراحاتهم وشكاويهم لتحسين الخدمة المقدمة.¹

4- شروط فعالية الاتصال المؤسسي:

من الضروري بأن ندرك بأن عملية الاتصال ليست مجرد إجراءات عادية يسهل القيام بها، بل هي

عملية فنية وعلمية أيضا، ويفترض أن تستوفي شروطها العلمية والفنية التالية:²

التخطيط الجيد للاتصالات: فكما حللنا المشكلة والفكرة المطلوب نقلها تحليلا كافيا، كلما زاد وضوحا وهذه هي الخطوة الأولى نحو الاتصال وغالبا ما يرجع فشل الاتصالات الإدارية إلى عدم كفاية التخطيط وعدم الأخذ في الحسبان أهداف واتجاهات من سيتأثرون بعملية الاتصال، بمعنى ضرورة تحديد الهدف الفعلي المطلوب من الاتصال، ثم تحديد الوسيلة الملائمة للاتصال والنوع الملائم له، ثم تحديد اللغة أو الرمز الملائم والمفهوم من قبل الطرف المرسل إليه مع تحري الدقة في ذلك أي عدم استعمال الرموز ذات المعاني المزدوجة أو المتعددة أو الناقصة ثم تصميم شكل الرسالة وخاصة بالنسبة للرسائل المكتوبة بما يكون ملائما للموقف .

استثمار الآخرين في تخطيط الاتصالات: وذلك بتأكيد من أن المرسل قد قام بنقل ما أراد فعلا بوضوح، وذلك بمراجعة ما كتب واستشارة بعض الأشخاص إن أمكن والتأكد أنهم يفهمون ما يريد فعلا عند قراءتهم الرسالة أم لا، والتأكيد إذا كان المستقبل للرسالة قد فهمها كما هي .

¹ بن عودة موسى، الاتصال المؤسسي ودوره في تحسين الخدمة العمومية (دراسة ميدانية في المؤسسة العمومية الاستشفائية للأمراض العقلية لولاية تيارت)، شهادة ماستر، قسم اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2019-2020، ص19، ص20.

² عبد الباقي صلاح الدين محمد، السلوك الإنساني في المنظمات، مرجع سابق، ص249.

إجادة فن الاتصاات: ففي الاتصاا المباشرا على المرسل أن ىتبح للطرف الأخر الفرصة الكافية للتعبير عن أفكاره تماما، وأن ىنصت إليه جيدا حتى ىتمكن من فهم ما ىريد قوله فعلا، كما ىقول "هاملت":
امنح كل شفا أذانك مع قليل من صوتك" ولا ىتدخل إلا لازالة التشتت في الحديث، أو لإثارا بعض الاستفسارات التوضيحية التي تساعد على استجلاء الأمور بدرجة أفضل .

الحصول على التغذية العكسية: وذلك بمتابعة الاتصااا، إذ قد تضع الجهود الاتصالية دون أن تتاح لنا معرفة مدى نجاح الرسالة، وما لم تتابع عملية الاتصاا من خلال إرجاع الصدى من قبل المتلقي للتعبير عن فهم الرسالة، لأن تسيير معرفة مدى نجاح العملية الاتصالية .

معرفة الظروف المحيطة: فهناك عوامل أخرى تؤثر في عملية الاتصاا وىجب على الإداري الناجح أن ىكون حساس للظروف التي ىتم خلالها الاتصاا وأن ىعمل على إزالة المؤثرات والعوامل الخارجية السلبية

-استخدام وسائل اتصالية مناسبة وأكثر فهما ومصداقية من جانب المتلقي .

-تفهم طبيعة المرسل إليه وظروفه وميوله ورغباته .

- وجوب الأخذ بعدد المستويات الإدارية بعين الاعتبار عند صياغة الرسالة¹.

من المؤكد ان إتمام عملية الاتصاا، ىحتاج الى مجموعة من المهارات، التي تزيد من فعالية عملية الاتصاا الذي ىجب توافرها لكل من القائم بالاتصاا والمتلقي، لكن أولا سنتعرف على ماهية المهارة وانواعها.

¹بومشعل يوسف، فعالية الاتصاا المؤسساتي في التعريف بهوية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (مؤسسة حابيلي نموذجاً)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصاا وعلاقات عامة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2018-2019، ص56.

ثانياً: ماهية مهارة الاتصال:

تمهيد:

في عصرنا الحالي، تعد مهارات الاتصال من الركائز الأساسية التي يعتمد عليها الأفراد في حياتهم اليومية والمهنية. تلعب هذه المهارات دوراً محورياً في تعزيز التفاهم وبناء العلاقات وتحقيق النجاح في مختلف المجالات. من خلال هذا الفصل، سنستعرض تعريف المهارة بشكل عام، ومفهوم مهارة الاتصال بشكل خاص، بالإضافة إلى مكوناتها، خصائصها، وأنواعها المختلفة. فهم هذه العناصر يساعدنا على تحسين قدراتنا التواصلية وجعل تفاعلنا مع الآخرين أكثر فعالية وإيجابية.

1. تعريف المهارة:

تعددت مفاهيم وتعريف المهارة سواء كانوا من مفكرين او علماء باختلاف اتجاهاتهم ونظرياتهم القائمين على دراستها لهذا المصطلح، ويرجع ذلك الى اختلاف الميدان وطبيعته الذي يتناول هذا اللفظ :

بحيث يعرفه قاموس "ويستر": المهارة بانها معرفة وخبرة ومقدرة على التنفيذ والأداء¹.

وعرفها علاء محمد القاضي، بكر محمد حمدان بانها: "عملية مستمرة تتضمن قيام طرف بتحويل أفكار ومعلومات معينة رسائل شفوية او مكتوبة، تنقل من خلال وسيلة اتصال".

تعرفها منال طلعت " المهارة تعني القدرة على عمل هذا الشيء وهي درجة الكفاءة والجودة في الأداء، ومنها بانها القدرة على استخدام المعلومات بفعالية والتنفيذ والأداء بسهولة².

من خلال التعريفات السابقة نستخلص:

- المهارة هي اكتساب سلوك او عادة معينة قصد التحسين في الأداء.
- المهارة يعني قابلية الشخص على إتمام عمل ما بطريقة محترفة.
- تساعد المهارة في تأدية المهام وتنفيذها بسهولة وكفاءة عالية.
- توفر الانسيابية في العمل.
- تكتسب المهارة نتيجة التعلم.

والمهارة قد تكون ادراكية، حركية، يدوية، فكرية، او اجتماعية وغيرها وذلك وفقا للنطاق او الجانب المسيطر.

1- تعريف مهارات الاتصال:

هي المهارات التي تتعلق بالعملية الاتصالية وبعناصر عملية الاتصال، ويمكن تعريف مهارة الاتصال على انها: " مجموعة السلوكيات والقدرات التي تتعلق بالاتصال مع الاخرين، وتتيح الفرصة للفرد ان يتفاعل بكفاءة ويحدث تأثيرا في الاخرين"³.

هي المهارات التي يستخدمها الافراد في حياتهم العلمية. بهدف نقل المعارف الأفكار والمشاعر من شخص الى اخر عن طريق وسيلة من وسائل الاتصال شفوية كانت او كتابية، او حتى عن طريق التعبيرات الوجهية او الجسدية من شخص الى اخر، وتقاس مدى كفاءة وسائل الاتصال بقدرتها في توفير الوقت والجهد لمن يستخدمها⁴.

¹ ضياء الدين إبراهيم النجم، الجماعات الاجتماعية-مداخل نظرية ومواقف تطبيقية-، المكتبة الجامعية الازاريطة، 2000، ص239.

² طلعت منال، مدخل الى علم الاتصال، جامعة الإسكندرية، 2001، ص43.

³ مهارات الاتصال، الجامعة العربية السعودية، عمادة السنة التحضيرية، ط1، 2012.

⁴ علي إسماعيل سعد، مهارات الات في ممارسة خدمة الفرد، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، مصر، 2013، ص 18-19.

1- مكونات المهارة:

المكون المعرفي:

فهو نوع من أنواع التعلم يتطلب جوانب معرفية، وعمليات عقلية، وأول مستويات تعلم المهارة هو الإدراك.

المكون السلوكي الادائي:

وهو مكمل للمكون المعرفي من حيث انه الأداء العلمي المعرفي، وهو على مستويات، ادناها الأداء العادي من الإنجاز الفعلي، واعلاها هو الأداء الماهر منه.

المكون الوجداني الانفعالي:

ويتمثل في الميول والاتجاهات والقيم والتذوق، وهو من اهم موجهاات السلوك الإنساني.¹

2- خصائص المهارة:

ان المهارة تقوم على عدة خصائص وسمات تتمثل في:

4-1-مهارة قائمة على التعلم: فأي مهارة من الصعب ان يتعلمها الفرد قبل الوقوف على جانبها النظري،

لذا فانه يلزم المتعلم دراسة الخواص المهارة المواد تعلمها، ويتم ذلك عن طريق الشرح او الملاحظة المباشرة لها حتى يتمكن من التدرب عليها واكتسابها

4-2-المهارة تنمو بالممارسة: حتى يتمكن افراد من اتقان مهارة من المهارات لابد من ممارستها علميا،

فالجانب النظري وحده لا يكفي، ويجب ان تتصف هذه الممارسة بأداء تدريبات متكررة ومتصلة مع التدرج تحت رعاية مشرف متخصص ويشترط في هذه التدريبات ان تكون منظمة ومستمرة.

4-3-المهارة تتضمن سلسلة من الاستجابات: المهارة هي " النمط الكلي للاستجابة" بحيث يتم تعلم

الاعمال الفرعية قبل أداء العمل الكلي للمهارة".²

فالقيام باي مهارة هو في الأصل استجابة لعدد من المثيرات، ما شكل مجموعة من الاعمال التي تحدث متتابعة، وعلى درجة من التماسك والترابط، بحيث تبدو المهارة وحدة واحدة.

¹ الشعابي الحارثي فهد محمد، الاتصال اللغوي، في القران الكريم: دراسة تأصيلية في المفاهيم والمهارات، بيروت، مكتبة مؤمن قريش، 2014، ص27.

² الشعابي الحارثي فهد محمد، مرجع سابق، ص26.

3- أنواع مهارات الاتصال:

5-1- مهارة التحدث:

تعتبر مهارة الحديث هامة بالنسبة للأفراد الذين يتضمن عملهم قدرة كبيرة من التعامل سواء على صورة مقابلات أو التحدث معهم في الهاتف، وبالرغم من القدرة على الحديث متوافرة لدى الغالبية العظمى من البشر، بغض النظر عن السن أو المستوي الثقافي الاجتماعي، إلا أن هناك بين القدرة على الحديث ومضمونه واستخدام الصوت المناسب ومراعاة الفروق الفردية بين الأفراد الذين يتحدث إليهم واختيار الوقت المناسب للحديث ومعرفة الأثر الذي يتركه الحديث على الآخرين¹.

تعرف أيضا أنها " القدرة على توظيف المهارات اللفظية واللغوية والصوتية ومهارات الفصاحة للتواصل مع الآخرين سواء على مستوى الاستيعاب أو التعبير"²

ويعد الحديث أحد وجهي الاتصال اللفظي، الوجه الشفهي وهو عبارة عن رموز لغوية منطوقة، تنقل أفكارنا ومشاعرنا واتجاهاتنا إلى الآخرين والهدف يكون خفيا أو ظاهريا ويتم هذا الانتقال عبر وسائل متعددة. كما يعرف أيضا بأن التحدث مع الآخرين " عملية يمارسها الإنسان منذ الصغر في أشكال مختلفة، ولذلك فإن التحدث فن يمكن تعلمه"³.

لا تقل مهارة الحديث أهمية عن الإنصات خاصة وأن الفرد يتولى باستمرار الحديث عن العمل والمشكلات المرتبطة به، وبالتالي يجب أن يقوم الفرد بتنمية مهارته على كيفية التحدث بفاعلية وفي نفس الوقت بتجنب الوقوع في الأخطاء الخاصة بالحديث، علاوة على توجيه الأسئلة إلى المستمع بطريقة التي تساعده في توصيل رسالته بشكل فعال⁴.

كيف تحقق فعالية الحديث؟ يمكن أن تنمي مهاراتك في الحديث بإتباع الإرشادات التالية :

- التوقف عن الكلام بين لحظة وأخرى أثناء الحوار حتى تعطي للمستمع فرصة لتعقيب عن الرسالة.
- راقب حركات وسكنات وجه المستمع جيدا حتى يتبين مدى فهمه للرسالة ودرجة اهتمامه بها.
- أنصت جيدا لتعليقات المستمع ولا تعطي انطبعا بأنك متعجل أو غير مهتم بتعليقاته.
- حاول أن تنظر إلى وجه المستمع وتجنب الانشغال بأي شيء يؤثر على انسياب عملية الاتصال.
- حدد نبرة الصوت التي تناسب المسافة بينك وبين المستمع.

¹ شريف الحموي، مهارات الاتصال، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص41.

² حصة محمد ال مساعد، أحلام عبد السميع العقباوي، مهارات الاتصال والتفاعل، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2011، ص160.

³ أبو نصر مدحت محمد، مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر، 2009، ص171.

⁴ الطائي حميد، بشير العلق، اساسيات الاتصال نماذج ومهارات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص104.

- لا تقاطع المستمع أثناء رده على رسالتك¹.

التخطيط الجيد للحديث: إن التخطيط الجيد للحديث المنظم يمكن أن يتبلور في مراحلها التالية:

المرحلة الأولى: الإعداد للحديث

- تحديد موعد إلقاء الحديث.

- اختيار المكان المناسب.

- تحديد نوعية الجمهور لمن؟

- اختبار مادة الحديث².

المرحلة الثانية: توجيه الحديث وتتضمن جوانب عديدة منها :

- العرض المنظم والمناسب.

- تجنب الإفراط في الاستعانة بالأوراق المكتوبة والمذكرات التي تصرفك عن مستمعيك أو تشغلك عنهم.

- حدد الحديث بأربعة أو خمس نقاط فقط وعند الانتهاء منها كررها على المستمعين.

- احرص على الخاتمة الجيدة التي تتبلور الموضوع على الوقوف بصفة مستمرة على رجع الصدى أو

على استجابة الجمهور.

المرحلة الثالثة: تقييم الحديث

من حيث الايجابيات والسلبيات عملية التقييم مرادفة للحديث ككل، منذ لحظة الاستعداد وأثناء

الحديث من خلال رجع الصدى أو التغذية الراجعة أو استجابة الجمهور، وبعد الحديث بإعادة الاستماع

إليه أو الاستماع إلى ملاحظات المستمعين أو من خلال التعرف على إيجابياتك كما الوقوف على

السلبيات التي عليك إتلافها في الأحداث القادمة³.

2-5-مهارة الاستماع:

إذا كان الكلام يشكل أول مهارة من مهارات الإرسال في الاتصال اللغوي فإن مهارة الاستماع تعد أول

مهارات الاستقبال في الاتصال اللغوي فإذا كانت اللغة تتكون من مهارات أو مستويات وأنظمة متعددة

فإن تعلمها لا يمكن ان يبدأ بغير الاستماع⁴.

¹ الشريف الحموي، مرجع سابق، ص42.

² حصة ال مساعد، أحلام عبد السميع العقبوي، مرجع سابق، ص162.

³ حصة محمد ال مساعد، أحلام عبد السميع العقبوي، مرجع سابق، ص164.

⁴ عطية حسن علي، مهارات الاتصال اللغوي وتعليمها، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص217.

ان الاستماع والكلام مهارتان متلازمتان فلا كلام من دون استماع، ولا استماع من دون كلام وعليه عرف الاستماع بانه " عملية ذهنية واعية مقصودة ترمي الى تحقيق غرض معين يسعى اليه السامع تشترك فيه الاذن والدماع اذ يستقبل الاذن الأصوات وتنقل الاحاسيس الناجمة عنها الدماغ فيحللها ويترجمها الى دلالاتها المعنوية في ضوء المعرفة السابقة لدى المستمع وسياقات الحديث والموقف الذي تجري فيه".

وقد عرف الاستماع تعريفات عديدة منها:

- هو عملية انصات الى الرموز المنطوقة ثم تفسيرها.
- هو فهم الكلام والانتباه على الشيء المسموع.
- هو مهارة لغوية تمارس في اغلب الجوانب التعليمية ترمي الى انتباه المتعلمين على الشيء المسموع بقصد فهمه والتفاعل معه لتنمية الجوانب المعرفية والوجدانية والمهارية.¹

أنواع الاستماع: قام هارجي وزملاءه بتمييز أربعة أنواع من الاستماع وهي:

ا-الاستماع بغرض الاستيعاب: وهو ذلك الاستماع الذي تقوم به عندما تحاول البحث عن الحقائق او عندما تستمع الى محاضرة فهو يتضمن الاستماع الى الحقائق والأفكار والمضامين التي يمكن ان تستفيد منها في المستقبل.

ب-الاستماع بغرض التقييم: وهو ذلك الاستماع الذي نستخدمه عندما نحاول ان نقيم جودة الأفكار التي يقدمها لنا أحد الأشخاص خصوصا عندما يكون حديثه شيء من الاقناع، فنحاول من خلال الاستماع بغرض التقييم ان نكتشف التلاعب او تحديد نقاط القوة او الضعف في الأفكار التي يقدمها لنا الاخرون.²

ج-الاستماع بغرض التعاطف: ويستخدم هذا النوع من الاستماع عندما نحاول ان نفهم ما يحاول الاخرون توصيله لنا من خلال وجهات نظرهم، وهذا النوع من الاستماع يتطلب منا أولا الاستماع الى الحقائق والأفكار والمضامين التي يحاول الاخرون اخبارنا بها وثانيا ان نظهر لهم اننا قد فهمنا هذه الأفكار والمضامين.

الاستماع بغرض الاستماع: هو ذلك النوع من الاستماع الذي نقوم به بغرض الترفيه، مثل الاستماع إلى قصيدة شعرية أو حديث لأطفالنا، وهذا النوع من الاستماع نحاول من خلاله الاستماع إلى الأشياء التي نرغب أو نريد سماعها، وقليل ما يتم استخدام هذا النوع من الاستماع في بيئة العمل لذلك لم يتم التركيز عليه في هذا المقام.³

¹الهاشمي عبد الرحمان، فائز العزاوي، تدريس مهارة الاستماع من منظور واقعي، عمان، الأردن، 2005، ص32.
² جون هيز، مهارات التواصل بين الافراد في العمل، مروان طاهر الزعبي، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2010، ص101.
³ جون هيز، مرجع سابق، ص101.

كيف تحدث عملية الاستماع؟ إن عملية الاستماع تجري بالعمليات الآتية: الإحساس بمثير صوتي أو رسالة صوتية ذات معني بواسطة حاسة السمع نقل الإحساس بواسطة الجهاز العصبي السمعي إلى الدماغ فيقوم بتحليل الرسالة الصوتية وتحديد ما إذا كان لها معني في ضوء المخزون المعرفي السابق لدى السامع أو أنها مجرد ضوضاء أو مجموعة أصوات لا معني لها.

إدراك التركيب اللغوي المسموع ذهنية، في هذه المرحلة يتمكن السامع من تعرف ما يسمع في شكل جزئيات تتكامل مع بعضها فتكون محتوى مسموع بشكل عام، وتتكون هذه الجزئيات من التراكيب اللغوية المصاغة على وفق ما متعارف عليه من أنظمة اللغة ومستوياتها .

تسجيل المسموع في ذاكرة السامع واسترجاع المادة المسموعة وفي هذه المرحلة تربط مفاهيم المادة المسموعة، من خلال العمليات العقلية، واختيار ما يريد السامع الاحتفاظ به وهذا ما يطلق عليه مسار التفكير ثم يسجل ما اختاره في الذاكرة طويلة المدى¹.

مراحل عملية الاستماع :

- مرحلة التعرف : وتعني إدراك المحسوسات الصوتية من حيث نبرات الأصوات والجمل ومطابقة اللفظ للمعني.
- مرحلة التعرف والاختيار من دون حفظ.
- مرحلة التعرف واختيار دليل يساعد على الحفظ لوقت قصير.
- مرحلة التعرف والاختيار مع اللفظ لوقت طويل اذ يؤكد السامع في هذه المرحلة فهمه، او استعمال المادة التي فهمها، او يقوم بنشاط يستلزم استدعاء المادة التي تعلمها سابقا.

5-3-مهارة إدارة الاجتماعات:

تعتبر إدارة الاجتماعات أحد مهارات الاتصال الهامة في مختلف المؤسسات والمنشآت على اختلاف أنواعها، تتمثل الاجتماعات في لقاء عدد من الأفراد في مكان واحد وزمن محدد لمناقشة أو دراسة أو بحث موضوع ما بهدف الوصول إلى نتائج معينة تخدم هذا الموضوع وتحقق الهدف من الاجتماع.²

¹ علي عطية مجسن، مرجع سابق، ص219.

² سيد فهمي محمد، مهارات الاتصال مع الآخرين، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص96.

أنواع الاجتماعات:

رغم أن أنواع الاجتماعات يصعب حصرها تحديداً، نظراً لما يتميز به من تعدد وتنوع إلا أنه يمكننا وضع تصور عام لأنواعها على النحو التالي من حيث :

أنواع الاجتماعات من حيث الزمن: يمكننا تقسيم الاجتماعات من حيث الزمن إلى اجتماعات دورية وهي التي تعقد في مواعيد محددة وثابتة على مدار العام، واجتماعات غير دورية وهي التي تعقد في مواعيد غير ثابتة أو غير دورية.

أنواع الاجتماعات من حيث الشكل: ويمكن تقسيم هذا النوع إلى اجتماعات تسودها شكليات وبرتوكولات معينة، وهي الاجتماعات الخاصة بالنواحي السياسية، خاصة ما يرتبط منها بالمشاركة الأجنبية حيث يجب مراعاة البرتوكول الدولي، واجتماعات غير شكلية وهي التي لا تسودها أولاً تراعى فيها شكليات محددة على وجه الخصوص، وإنما قدر بسيط منها وهو ما يغلب على الاجتماعات المحلية ويتجدد ذلك وفق لمستوي المشاركين في هذه الاجتماعات¹.

أنواع الاجتماعات من حيث المستوي: وتنقسم هذه الاجتماعات إلى اجتماعات المستوي العالي، مثال ذلك الاجتماعات التي يحضرها رئيس الدولة، واجتماعات على مستوي الدولة ويحضرها رئيس مجلس الوزراء أو الوزراء، أو الاجتماعات على مستوي المؤسسة أو الهيئة أو المنشأة، وأخيراً اجتماعات مغلقة وهي التي تقتصر على المستوي الواحد.

أنواع الاجتماعات من حيث الهدف: ومنها الاجتماعات الموجهة، والاجتماعات الاستشارية التفاوضية، واجتماعات المتابعة².

تحديد أهداف الاجتماعات:

- طرح المعلومات وتبادل الأفكار والآراء حول موضوع معين.

-دراسة ظاهرة أو مشكلة ما وتحديد أبعادها.

-دراسة موضوع متخصص بغرض الوصول إلى توصيات أو قرارات بشأنه الحصول على موافقة أو مساندة اتجاه موضوع ما واعداد تقرير عن مسالة معينة.

-إن الاجتماع قد يشتمل على أكثر من هدف، أو يخصص لدراسة أكثر من موضوع واحد في ذات

¹ منصور هالة، الاتصال الفعال مفاهيمه واساليبه ومهاراته، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ص303-304.

² المرجع نفسه، ص304.

الوقت.

5-4-مهارة التقديم والعرض :

من معززات تأثير الرسالة اللفظية مهارة تقديمها او القاءها من حيث يساهم الفرد في كفاءة عملية الاتصال اللفظي عندما يمتلك القدرة والجرأة وصفاء الذهن والاتصال بالذات ومعرفة الاخرين، ومهارات الاتصال الى جانب انها موهبة فإنها كذلك مهارة مكتسبة تلعب العوامل الثقافية والاجتماعية دورا مهما في درجة اكتسابها.¹

العناصر الأساسية لمهارة العرض-التقديم:

تحديد الأهداف من العرض الذي تقوم به، ترتبط الأهداف التي تسعى إليها الأفكار المكونة لدينا ومدى فهمنا لها وكيفية تنفيذ تلك الأفكار، وهو ارتباط الأفراد الذين تتعامل معهم بتلك الأفكار وهل هي التي تحقق ما نسعى إلى الوصول إليه من تكوين خبرات ومهارات لهؤلاء الأفراد. وهناك العديد من الموضوعات التي نقدمها ونعرضها على الآخرين لا تحقق النجاح المرغوب وذلك بسبب أن مقدم تلك الموضوعات لم يكن واضحا متسلسلا في عرضه، وحتى يكون الهدف المحدد مرتبط بالموضوعات التي تعرضها يجب مراعاة ما يلي :

- مدى وضوح الأفكار وربطها بالأهداف التي تسعى إليها.
- الفهم الدقيق والتفصيلي للموقف الذي يرتبط بما تسعى إليه من أهداف.
- تبسيط الهدف وتحديد كيفية الوصول إليه من خلال الموضوعات التي تعرضها على من تعامل معهم أو تشرف عليهم².

العنصر الثاني: تقديم وتحديد الاحتياجات والاهتمامات

إن مهارة عرض وتقديم أي موضوع أو قرار معين للفئة المستهدفة يتطلب ضرورة الحصول على معلومات كافية من الأفكار عن الفئات المستهدفة بالعرض الذي تقوم به ومن الضروري أن تكون المعلومات التي تحصل عليها عن الفئة المستهدفة تتضمن ما يلي :

- المستويات الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية للفئة المستهدفة التي يتم العرض وحضورها.
- علاقة الفئة المستهدفة بما يقدمه من يعرض الموضوع أو القرار حتى يصلون إلى خدمات

¹ عبد الرحمان إبراهيم الشاعر، مهارات الاتصال، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص101.

² نصيف فهمي منقريوس، فن الخطابة، المكتب الجامعي الحديث، 2017، ص126.

مرتبطة، أو من يعرض الموضوع يشرف عليهم في العمل¹.

-التعرف على المجالات التي يشتركون فيها ومتطلبات تلك المشاركة سواء من الناحية الإنسانية وكذلك من الناحية المهنية.

العنصر الثالث: متطلبات العرض وما تقدمه من موضوعات

لكل موضوع أو عرض من فكرة معينة متطلبات أساسية يجب أن ذبدها حتى يمكن أن نحقق عرض ناجح لكل ما تقوم به ويمكن أن تكون تلك المتطلبات على النحو التالي:

- متطلبات خاصة بالمعرفة الخاصة بموضوع العرض.

- متطلبات خاصة بالمعرفة بالأسلوب الذي سوف يستخدم في العرض والتقديم للموضوعات التي يتم عرضها².

العنصر الرابع: النماذج التوضيحية والشارحة لموضوع العرض المقدم للفئة المستهدف:

-يفضل استخدام نماذج معينة لتوضيح مضمون الأفكار والحقائق التي يتم عرضها.

التدريب على تقديم العرض:

يتم وضع قائمة المراجعة التالية لاستخدامها أثناء التدريب، هذه القائمة سوف تساعد على تقديم عروض أكثر استرخاء، ثقة، حماساً.

- راجع في ذهنك العرض لمراجعة أفكارك بترتيب.

- إبداء في التدريب على تقديم العرض واقفاً، وحاول أن تجد غرفة للتدريب مشابهة إلى حد ما الغرفة التي سوف تقدم فيها العرض الفعلي.

-التدرب على الإجابة للأسئلة المتوقعة من الجمهور³.

¹ نصيف فهمي، مرجع سابق، ص127.

² نصيف فهمي منقريوس، مرجع سابق، ص128.

³ ستيف مانديل، المعرفة للتنمية البشرية، باهر عبد الهادي، توزيع دار الناشر الدولي، الرياض، السعودية، 2002، ص31.

ثالثاً: مدخل الى المنصات الرقمية:

تمهيد:

في العصر الرقمي الذي نعيشه اليوم، أصبحت المنصات الرقمية جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية. هذه المنصات لم تعد مجرد أدوات ترفيهية، بل تحولت إلى وسائل رئيسية للتواصل والتعلم والعمل والتسوق وغيرها من الأنشطة. يقدم هذا الفصل مدخلاً شاملاً لفهم المنصات الرقمية، حيث سنستعرض نشأة وتعريف هذه المنصات، خصائصها، أنواعها. من خلال هذا الفصل، سنتعرف أيضاً إلى أهمية وابعاد هذه المنصات الرقمية.

1. تعريف ونشأة المنصات الرقمية:

1- تعريف المنصات الرقمية:

قبل التعرف على تعريف المنصات الرقمية وجب التعرف على ماذا تعني الرقمنة والمنصة. حيث تعرف الرقمنة على أنها: "عملية تقنية تعمل على تحويل الصورة الورقية أو أي من الحوامل التقليدية للوثائق إلى صور الكترونية، فالوثائق المرقمنة تصبح وثائق الكترونية، والرقمنة تهتم بكل الوثائق ويمكن إجرائها انطلاقاً من مختلف الحوامل كالورق الأشربة المغناطيسية أشربة الفيديو، الأفلام وغيرها".¹

وتعرف أيضا على أنها: "عملية تحويل البيانات إلى شكل رقمي وذلك لأجل معالجتها بواسطة الحاسوب الالكتروني كما تشمل تحويل النصوص المطبوعة أو الصور سواء كانت صور فوتوغرافية أو خرائط إلى إشارات ثنائية باستخدام نوع ما من أجهزة المسح الضوئي التي تسمح بعرض نتيجة ذلك على شاشة الحاسوب".²

كما تعرف بأنها: "عملية نقل أي صنف من الوثائق من النمط الورقي إلى النمط الرقمي وبذلك يصبح النص والصورة الثابتة أو المتحركة والصوت والملف مشفرا إلى أرقام، لأن هذا التحويل هو الذي يسمح للوثيقة أيا كان نوعها بأن تصبح قابلة للاستقبال والاستعمال بواسطة الأجهزة المعلوماتية وهنا يتضح أن ترقيم النص هو عملية تحويل النص المكتوب المطبوع أو المخطوط من صيغته الورقية إلى صيغته الرقمية ليصبح قابلا للمعاينة على شاشة الحاسوب".³

من خلال التعريفات السابقة يمكن القول أن الرقمنة لا تعني فقط الحصول على مجموعة من النصوص الالكترونية وإدارتها ولكن تتعلق في الأساس بتحويل مصدر المعلومات المتاح في شكل ورقي أو على وسيط تخزين تقليدي إلى شكل رقمي وبالتالي يصبح النص التقليدي نصا مرقمنا يمكن الاطلاع عليه عبر مختلف تقنيات الحاسبات الآلية.

أما بالنسبة للمنصة فتعرف على أنها: المكان الذي يجتمع فيه مجموعة من أصحاب المصلحة المختلفة بموجب قواعد محددة بوضوح من أجل تبادل الأفكار والسلع والخدمات وأي شيئا آخر يمكن تبادله بين شخص وآخر وبين أجهزة الكمبيوتر أو الآلات أو الأجهزة التي تعمل بالنيابة عن البشر.⁴

¹ Joan carlos goncalves dos reis, **DIGITALIZATIONS** : Aliterature, review and research agenda, march2020.

² Olivia dalichau, **WHAT IS DIGITALIZATION ?Opportunities and challenges in EAST-AFRICA**, Rwanda2020, p5.

³ Bunyamun ayhan, **DIGITALIZATION AND SOCIETY ?** international erverlag der wissnschaften,Bruxelles,2017,p9.

⁴ Siemens ingenuity for life, **the role of platforms for digitalisation of European industry, p4** , Available at: https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/2016_12_07_digitalplatforms_siemens_position.pdf .date?fbclid=IwAR37wt86ez1tQNkQv1r45WKtHhNqceQBwB1IHsFT8-R02Fz7rxqrKnI8ggYs, 10-05-2024, 21h

كما تعرف على أنها: "الوعاء الرقمي الذي يشكل النسبة الملائمة لربط باقي عناصر واستيعابهم من منتجين ومستهلكين وتضم المنصة مكونين رئيسيين هما المالكون يتحكمون ويراقبون عمل المنصة ويديرون نظام حوكمتها ثم المزودون الذين يعملون عبر واجهة المنصة مع المستخدمين".¹

وتعرف المنصة أيضا على أنها: "عبارة عن نوع من الرابطة ونظام تحكمه مجموعة من القوانين والعمليات واستخدامه مفتوح للجميع لهذا يكون الانتشار ويشيع جو من التشبيك الإيجابي بين الأعضاء والمستخدمين للمنصة بهذا يكون الانتشار فيه أسرع وأوسع".²

من خلال التعريف السابقة يمكن القول أن المنصة هي ذلك النظام الذي يوفر أدوات سهلة ومألوفة عالية الاستخدام يمكن الوصول إليها بسهولة في حالات مختلفة.

وبعد التعرف على الرقمنة والمنصة يمكن تعريف المنصات الرقمية على أنها: "إحدى المجالات الرقمية التي تقدم خدماتها الافتراضية للمستخدمين على شبكة الانترنت، وهي منظومة رقمية تفاعلية متكاملة وقد تشتمل على مجموعة أوعية يمكن الوصول إلى محتوياتها بشكل مفتوح أو مقيد بشروط طبقا للأهداف التي يحددها القائمون على صناعة محتوياتها، إذ هي حيز قائم على تكنولوجيا الويب وتتكون من عرض تقني من أجل النفاذ إلى العالم بعدد من الخدمات التفاعلية والتي يمكن أن تخضع للدفع بوسائط دفع الكترونية أو تكون مجانية بدون مقابل، ويعتمد هذا العرض على تطوير مجتمع من المستخدمين، وتكون المنصات الرقمية قادرة على إتاحة محتوى رقمي في شكل محدد يمكن بواسطته الوصول إلى جمهور كبير".³

وتعرف أيضا على أنها: الإمكانية المقدمة للمستهلك من أجل توظيف واستخدام ونشر مكنتات وخدمات وأدوات مدعومة من طرف مقدم الخدمة يتم دمجها ضمن البنية الأساسية بواسطة التخزين السحابي بعد إنشائها وتصميمها من طرف مؤسسي المنصة أو مستخدميها عن طريق مجموعة من التطبيقات تم تطويرها باستخدام لغات البرمجة".⁴

1-1- نشأة المنصات الرقمية:

على الرغم من قلة عدد المنصات الرقمية التي كانت متواجدة على شبكة الأنترنت منذ أواخر القرن العشرين ومحدودية وظائفها وخدماتها والتي اقتصر على عرض محتوى واطلاع المستخدم على المنتجات والخدمات ووصل المستهلك بالخدمة أو المنتج، إلا أنه مع مطلع القرن الحادي والعشرين الذي

¹ سويدي سيف، صناعة المنصات الرقمية، منصة اريد للنشر والتوزيع، ط1، ماليزيا، 2020، ص13.

² نفس المرجع السابق، ص15.

³ صفد حسام حمودي، اهتمامات المنصات الرقمية بقضايا الشباب العراقي، مجلة الفنون والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بغداد-العراق، العدد 59، 2020، ص220.

⁴ سيف سويدي، مرجع سابق، ص14.

أحدث فيه التطور التكنولوجي تغييرا جذريا في تصور الشركات والأفراد وإدراكهم لأهمية المنصات الرقمية فقد استقطبت هذه الأخيرة اهتمام الفاعلين الاقتصاديين من منتجين ومستهلكين ووجهت تركيزهم نحوها ويتجلى ذلك في مراكز التسوق التي كانت تربط بين المستهلكين والتجار والصحف التي كانت تصل بين المشتركين والمعلنين.

وما تغير خلال القرن الحادي والعشرين هو أن تكنولوجيا المعلومات قللت بشكل كبير الحاجة إلى امتلاك البنية التحتية المادية والأصول، كما سهلت تقنية المعلومات بشكل كبير من إمكانية إنشاء نطاق المنصات وتوسيعها وجعل أرباحها أقل من تكليف إنشائها، الشيء الذي يسمح بمشاركة ناعمة وسلسلة تقوي التأثير الشبكي وتعزز القدرة على التقاط وتحليل وتبادل كميات هائلة من البيانات التي تزيد من قيمة المنصة للجميع.

وتجدر الإشارة إلى أن لفظ منصة قد ظهر في القرن الخامس عشر وفق قاموس الأكاديمية الفرنسية بينما تم تداوله فيما بعد في مجال السياسة والعمل النقابي في اللغة الإنجليزية للولايات المتحدة أما فيما يخص الكلمة بمعناها الخاص المتداول في مجال الانترنت والتكنولوجيا الرقمية الدال على المنصات الرقمية فقد ظهر هذا الاسم مع التحول الذي طرأ على مجموعة من الشركات العالمية مثل شركة أمازون.¹

2- خصائص المنصات الرقمية:

تتلخص خصائص المنصات الرقمية في النقاط التالية²:

التفاعلية :

تتيح المنصات الرقمية بيئة تفاعلية بين المنتج والمستهلك حول المحتوى المراد من خلاله تسخير أساليب تقنية للتفاعل سواء زمنيا أو مكانيا

المرونة :

تعطي المنصات الرقمية للمستهلك فرصة للعودة لمحتوياتها في أي زمان ومكان من جهة أما من جهة أخرى فتوفر التنوع في محتوياتها الرقمية المواكبة للموضوعات العمرية؛

التنوع في عرض المحتوى:

¹ سويدي سيف، مرجع سابق، ص17.
² بارة فتية، بوخاري سامية، تحديات ورهانات المنصات الرقمية لمؤسسة التعليم العالي (دراسة حالة، منصة Moodle)، مجلة الدراسات في الاقتصاد وإدارة الاعمال، جامعة الجزائر، العدد2، المجلد 05، 2022، ص22.

تسعى المنصات الرقمية لعرض محتويات رقمية غنية باستخدام عدة طرق للعرض التي تعزز إثارة الانتباه لدى المستهلكين؛

التواصل :

الاتصال بين المنتج والمستهلك من خلال استخدام تقنيات تكنولوجية حديثة؛

تخفيض التكاليف:

المنصة الرقمية تحقق تخفيضا كبيرا في تكاليف المعاملات بما في ذلك تكاليف البحث والتوزيع والرصد؛

تنظيم وتنسيق التطوير التكنولوجي:

المنصات الرقمية تنظم وتنسق التطوير التكنولوجي من خلال توحيد هياكل الإدارة المناسبة؛¹

- سهولة وتعدد طرق تقديم الخدمات والمنتجات
- سهولة معرفة آراء المستهلكين وتقييمهم للمنصة؛
- تستخدم المنصات الرقمية طرق متنوعة لتقييم خدمات المنصة باستخدام عملية الأسئلة القصيرة الالكترونية.

3- أهمية المنصات الرقمية:

تكتسي المنصات الرقمية أهمية بالغة لمستخدميها تعود إلى ما يلي² :

طريقة جديدة للتجارة:

بات العمل اليوم هو يبحث عن الحل أما الحركات التي تقذف المستخدمين بالإعلانات المباشرة طوال الوقت لم يعد لها حيز كبير في السوق، حيث تسمح المنصات الرقمية بتوفير المحتوى في وضعين من خلال السماح للمنتجين بتوفير المحتوى للمستهلكين وتقاسم هؤلاء المحتوى والتواصل والتعاون مما يوفر قاعدة انطلاق لأفكار جديدة والمساهمة في تطوير المهارات الرقمية الحديثة

- إزالة الحواجز والعوائق أمام التواصل وتعزيز التفاعلات الاجتماعية؛
- فتح قنوات للحوار بين المطورين والجمهور مما يسمح بتقديم فرص أكثر للابتكار من قبل هؤلاء المطورين
- إمكانية الوصول إليها فالمنصات تسمح للمستهلكين بالوصول إلى المحتوى في أي وقت وفي أي مكان

¹ حومر رميساء، أثر تطور تصميم المحتوى الرقمي عبر المنصات الرقمية، مذكرة لنيل ماستر تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، الجزائر، 2022، ص 58-59.

² حرمة وفاء، سيف الدين تلي، واقع المنصات الرقمية للتجارة الالكترونية منصة امازون الرقمية نموذجا، مجلة المدير اقتصاد المنصات الرقمية، جامعة تمنراست، العدد 04، المجلد 09، 2022، ص 44-45.

- تمكن المؤسسات من الوصول إلى جمهور عريض؛
- انخفاض التكاليف وسهولة الاستخدام والمرونة وتحسين الاتساق في توصيل المحتوى
- التحديث الفوري وضمان الاتساق في الإصدارات.

4- أنواع المنصات الرقمية:

للمنصات الرقمية أنواع تتمثل في¹:

منصة الإعلام والاتصال:

المشهد الإعلامي اليوم هو شبكة معقدة من المنصات المتصلة التي يتم تحرير المحتوى فيها، فعند التحدث عن المنصات يكون هناك فئات وأنواع محتوى الوسائط التي يمكن أن يستهلكها الجمهور، مثال على هذه المنصات قد تكون الأفلام الأخبار البرامج، الألعاب، والأدب الهزلية والروايات والرسومات الكتب أو حتى وسائل التواصل الاجتماعي الفيسبوك، تويتر، أنست غرام واتساب التي توفر إمكانية التواصل والبقاء على اتصال مع الأصدقاء والأسرة وغيرها من الاتصالات اللقاء والتعرف على الناس، فكل منصة لديها القدرة على تحمل التكاليف والحدود الخاصة بها لهذا يجب الأخذ بعين الاعتبار نوع المنصة الذي يتناسب مع المحتوى الذي تم إنشائه.

منصات التسوق عبر الإنترنت: هي منصات تقع تحت مظلة التجارة الإلكترونية يتم تجميع السلع أو الخدمات أو مشاركة المنتجات المنسقة من مزودين متعددين لعرضها وبيعها عليها، ويكون مشغل السوق الكيان الذي يسيطر على هذه المنصة وهو المسؤول عن تسهيل المعاملات التي تحدث خلال التسوق عبر الإنترنت، بما في ذلك تقديم المدفوعات الجماعية للمورد فضلا عن تقديم الخدمات من خلال السوق وأفضل مثال على هذه المنصة BNB , AIR, UBERKK,UP : WORK التي توفر سوق للمساعدة المهنية عند الطلب للحصول على مشاريع للقيام بها .

المنصات الإخبارية: هي منصات رقمية قامت بإنشائها وكالات الأنباء الإعلامية قصد الانتقال أو القفز بالعمل الصحفي الراقى مستوياته، حيث ركزت هذه المنصات بشكل كبير على الأدوات الرقمية الأساسية لإنتاج نوعية جيدة من الأخبار بطرق جديدة وبسرعة أكبر وبتكلفة أقل وكذلك لتصميم الممارسات أو الخدمات التي تساعد على حل الأزمات والمهام .

¹ حموشة حسين، بوزكري جيلالي، التسويق الرقمي في ظل بيانات منصات التواصل الاجتماعي، الملتقى الوطني الدولي الافتراضي للبيانات الضخمة والاقتصاد الرقمي كألية لتحقيق الإقلاع الاقتصادي في الدول النامية الفرص والتحديات والافاق، جامعة تيسمسيلت، 2022، ص38.

منصات اقتصاد المشاركة أو الاقتصاد المشترك :

هي مجموعة أسواق العرض الطلب على السلع والخدمات التي تقوم من خلالها شركات تستخدم التطبيقات الالكترونية والمنصات لتحقيق التواصل بين مقدمي السلع والخدمات والمستهلكين ومن ثم دعم التجارة بناء على الطلب، وبناء على هذا فقد تجسدت آلية جديدة للعمل تتمثل في عقد ارتباطات قصيرة الأمد بين راغبين في العمل لحسابهم الخاص وتلك الشركات التي توفر الخدمات أو السلع العملاء الشركة من المستهلكين عند طلبهم مقابل أجر يتم الاتفاق عليه وذلك من خلال المنصة الرقمية للشركة على شبكة الانترنت أو التطبيق الالكتروني على الهواتف الذكية، حيث يقوم المستهلكون بالبحث على مقدمي الخدمة أو السلعة والتواصل معهم عبر هذه المنصة أو العمل المطلوب الأمر الذي أدى الى ظهور ترتيبات وأشكال جديدة أكثر مرونة في تنظيم الأعمال وخلق أسواق الكترونية كفيلة لتحل محل الأسواق التقليدية¹.

منصات التسلية :

هي منصات يمكن الدخول إليها وتوزيع وعرض ومشاركة المحتوى مثل الموسيقى أو مقاطع الفيديو، أو الصور، أو الألعاب عبر الانترنت والوصول إليها بشكل سريع وعند الطلب .

منصات التعليم :

المنصات التعليمية هي عبارة عن منصة تعليم رقمي وهو تطبيق البرمجيات التي تدمج أدوات الإدارة المختلفة والاتصالات والتقييم وأنشطة الرصد وما إلى ذلك بهدف توفير الدعم التكنولوجي للمعلمين والطلاب لتحسين مراحل مختلفة من عملية التعلم، حيث يتم الفصل بين المعلم والطالب عن طريقة الفضاء أو الوقت أين يتم سد الفجوة بين الاثنين من خلال استخدام التكنولوجيا والانترنت، وهي تقوم على نظام إدارة التعلم مثل مودل الذي يركز على وجه التحديد على مجال التعليم ويسمح بالتحكم في كل محتوى المستخدمين والأفراد الذين يتفاعلون داخله يتم إنشاء محتويات وتحميلها مع بعض أدوات التأليف الخارجية.

ولقد انتشرت مثل هذه المنصات في الآونة الأخيرة، مثل منصات التعلم الذاتي المفتوح للجميع والتي توفر وسيلة مجانية ومريحة للراغبين بصعود درجات العلم دون تحمل تكاليفه الباهظة وتتضمن هذه المنصات دورات تعليم ترعاها جامعات مرموقة وأساتذة جامعيون لتكون متشابهة ما أمكن للتعليم التقليدي غير أنها تعتمد تقنيات تعليمية متطورة على عكس التعليم.

¹ زريبي سوسن، مخالفة أحلام، عقون عرجونة، دور المنصات الرقمية التعليمية في تطوير العمل الصحفي، مذكرة نيل شهادة الماجستير، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2017، ص88.

5- أبعاد المنصة الرقمية

تقدم المنصة الرقمية العديد من الخدمات والمعلومات وعادة ما تشمل أبعاد المنصة الرقمية على:¹

الأبعاد التقنية: وتشمل الأجهزة الحاسوبية والبرمجيات والاتصالات اللاسلكية والشبكات والخوادم والتخزين السحابي وغيرها من التقنيات الحديثة التي تمكن تشغيل المنصة الرقمية وجعلها متاحة للمستخدمين.

الأبعاد الاجتماعية: وتشمل المجتمعات والمجموعات التي تستخدم المنصة الرقمية والعلاقات الاجتماعية بينهم، بما في ذلك الاتصالات والتواصل والتفاعل وتبادل المعلومات والخبرات والتجارب.

الإبعاد الاقتصادية: وتشمل الشركات والأعمال التجارية التي تعمل على المنصة الرقمية، والتي تعمل على توفير الخدمات والمنتجات والحلول المتاحة للمستخدمين على المنصة، وتشمل أيضا العمليات التجارية المختلفة مثل التسويق والإعلان والمبيعات والتوزيع والتسليم والدفع الإلكتروني.

الأبعاد القانونية: وتشمل القوانين واللوائح والسياسات التي يتم تطبيقها على المنصة الرقمية والتي تحدد المسؤوليات، والحقوق والواجبات للمستخدمين والشركات التي تعمل على المنصة .

الأبعاد الثقافية: وتشمل القيم والمعتقدات والتقاليد والعادات، التي تؤثر على استخدام المنصة الرقمية والتفاعل بين المستخدمين على المنصة.

¹ Thjis.L.Brozkhuisen, **DIGITAL PLATFORM OPENNESS: drivers, dimensions and outcomes**, journal of business research, 2019, p3.

الجانب

التطبيقي

تمهيد:

في عصر التحول الرقمي، أصبحت المنصات الرقمية جزءًا لا يتجزأ من استراتيجيات الاتصال المؤسسي. يعتبر فيسبوك من أبرز هذه المنصات التي تعتمد عليها المؤسسات للتواصل مع الجمهور وتقديم المعلومات والخدمات بشكل فعال. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل محتوى صفحة فيسبوك الخاصة بمديرية الامن الوطني، وذلك لتقييم قدرات ومهارات الاتصال التي تعتمد عليها المديرية في تفاعلها مع المواطنين بالإضافة الى اجراء ملاحظة بالمشاركة والتي ساعدتنا على فهم سياسة عمل الشرطة على المنصات.

سيركز الجانب التطبيقي من هذه الدراسة على تحليل منشورات وتفاعلات الصفحة، لتحديد مدى فعالية استخدام مديرية الشرطة للمنصة في تحقيق أهدافها التواصلية، مثل نشر التوعية، تقديم الإرشادات الأمنية، والتفاعل مع استفسارات المواطنين. سيتم استخدام منهجية تحليل المحتوى لتقييم عناصر الاتصال المختلفة، بما في ذلك وضوح الرسائل، وتجاوب الجمهور، وأنواع المحتوى المستخدمة (نصوص، صور، فيديوهات).

من خلال الملاحظة والتحليل، نسعى إلى تقديم توصيات مبنية على البيانات لتحسين استراتيجيات الاتصال الرقمي لمديرية الامن الوطني، مما يعزز من قدرتها على التواصل الفعال مع المجتمع ويزيد من مستوى الثقة والتفاعل الإيجابي مع الجمهور. هذه الدراسة ستساهم في تقديم فهم أعمق لدور المنصات الرقمية في الاتصال المؤسسي وكيفية تحسين استخدام هذه الأدوات لتحقيق الأهداف المؤسسية.

أولاً: تقديم نبذة تاريخية عن المديرية العامة للأمن الوطني

1- المديرية العامة للأمن الوطني:

الشكل رقم 01: شعار الشرطة الجزائرية



المديرية العامة للأمن الوطني هي عبارة هيئة نظامية أمنية، تسهر على أمن المواطن وحماية الممتلكات، في ظل احترام مبادئ حقوق الإنسان وقوانين الجمهورية، وتقوم المديرية العامة للأمن الوطني بترسخ الحس الأمني والعمل بقيم الصدق، النزاهة، الإلتقان وحسن المعاملة¹.

المديرية العامة للأمن الوطني، هي هيئة سيادية وإحدى أركان الدولة، تضمن أمن واستقرار البلاد، وأمن المواطن وسلامة الممتلكات، من خلال التحقيق في الجرائم والقبض على الجناة، كما تؤدي مهام أخرى كضبط حركة المرور.

تم تأسيس الشرطة الجزائرية بعد الإستقلال في 22 جويلية 1962، وعرفت عدة تطورات مع مرور السنين، وهذا لمواكبة التطور الحاصل في المجتمع، سواء على المستوى التنظيمي والتسييري، من حيث توظيف المورد البشري، وتوفير البنيات التحتية وفقا للمعايير، مثل إنشاء مدارس الشرطة مراكز التكوين، مقرات الشرطة (أمن الولايات، أمن الدوائر وأمن الحواضر...)، إنشاء الوحدة الجوية للأمن الوطني.

مرت الشرطة الجزائرية منذ الاستقلال، بخمس مراحل، نذكرها كما يلي:

1- الشرطة الجزائرية أثناء الثورة: تمخض عن مؤتمر الصومام في 20 أوت 1956 تقسيم التراب الوطني إدارياً وإنشاء مصالح من أبرزها مصلحة الشرطة والتي كان يعمل رجالها على جمع المعلومات وتدوينها في رسالة لضمان السير الحسن للثورة.

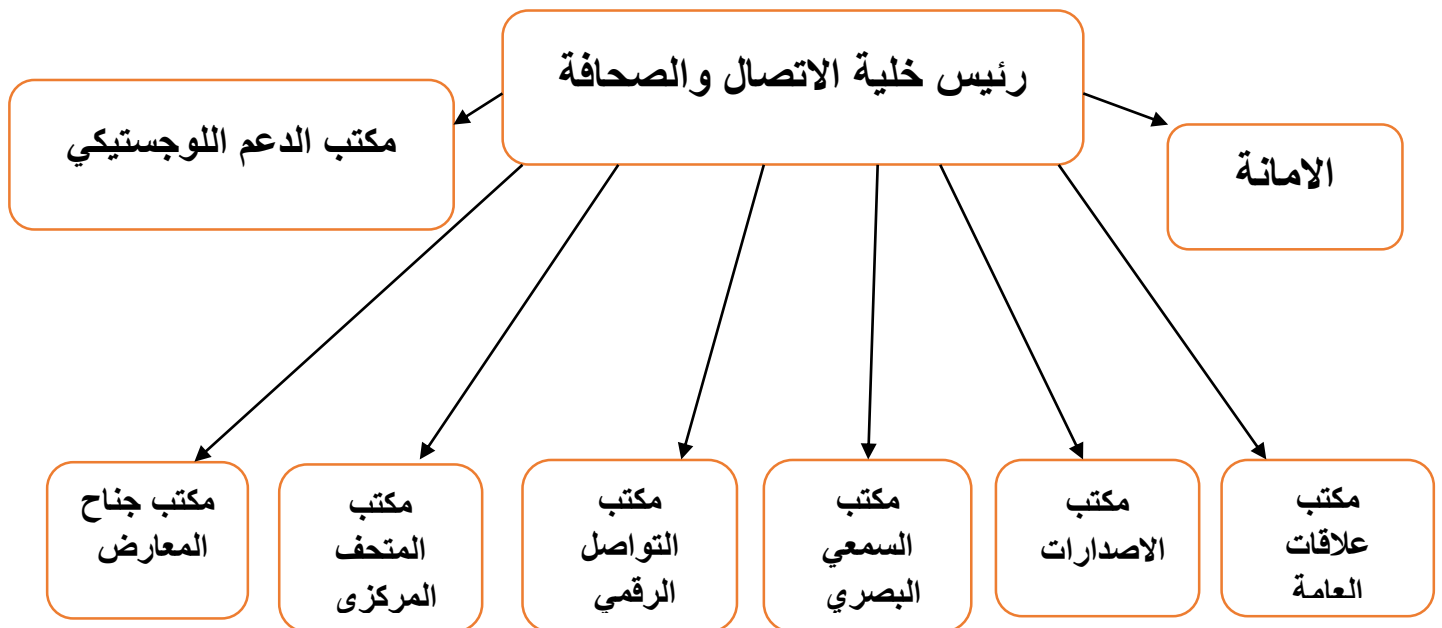
2- الفترة ما بين 1962-1965: يوم 22 جويلية 1962 تم تأسيس الشرطة الجزائرية، وهو التاريخ الذي تحتفل فيه الشرطة الجزائرية بيومها الوطني، تم خلال هذه الفترة تدشين عدة مدارس للشرطة من بينها مدرسة حسين داي لتكوين الإطار و مدرسة قسنطينة و مدرسة تلمسان و مدرسة سيدي بلعباس.

¹ مرجع داخلي، دليل الشرطة في الإعلام والعلاقات العامة، 2015 (غير منشور)، ص 04

3- الفترة ما بين 1965 و1970: عرفت هذه الفترة عدة عمليات توظيف وتكوين كما تم تدشين خلالها كل من المدرسة التطبيقية بالصومعة والمدرسة العليا للشرطة بشاطوناف.

4- الفترة ما بين 1970-1988: تم إنشاء خلال هذه الفترة أمن الولايات من أجل تعزيز العمل الشرطي بين مختلف مصالح الشرطة كالشرطة القضائية والأمن العمومي...، وفي سنة 1973 تم فتح المجال أمام العنصر النسوي للانضمام لصفوف الشرطة، كما تم كذلك إنشاء مدرسة أشبال الشرطة بالصومعة وعلى مستوى المدرسة العليا للشرطة، كما تم إنشاء مخبر علمي ومصحة للطب الشرعي، لدعم مجال الشرطة العلمية، كما تم في ذات السياق تكوين النواة الأولى لتطوير التقنيات المعلوماتية الخاصة بمختلف ميادين الشرطة.

6- الفترة الممتدة من 1988 إلى يومنا هذا: بعد أحداث 5 أكتوبر 1988 اتخذت الشرطة مجموعة تدابير ضمن خطة جديدة تضمنت إعادة تنظيم الإدارة المركزية للمديرية العامة للأمن الوطني وكذا تعزيز منظومة التكوين والوسائل التقنية والعلمية، عرفت الشرطة الجزائرية في هذه المرحلة الاحترافية العالية، من خلال تدعيمها بمختلف الوسائل التقنية والعلمية الحديثة اللازمة، حتى تتمكن قوات الشرطة في الميدان أداء مهامها الجمهورية بكل اقتدار.¹



العنوان: مخطط خلية الاتصال والصحافة في مديرية الشرطة²

¹ نفس المرجع السابق، دليل الشرطة في الإعلام والعلاقات العامة، 2015 (غير منشور)، ص 05
² من اعداد الطالبة، 2024.

2- مهام وأهداف المديرية العامة للأمن الوطني:

1-2- مهام المديرية العامة للأمن الوطني:

- تتولى المديرية العامة للأمن الوطني في إطار صلاحياتها السهر على احترام القوانين والتنظيمات لا سيما:
- ضمان حماية الأشخاص والممتلكات.
 - التحري ومعاينة المخالفات الجزائية وكذا البحث وإلقاء القبض على مرتكبيها.
 - الحفاظ على النظام العام.
 - الوقاية من الجريمة والانحراف، بإطلاق حملات تحسيسية ونشاطات إتصالية.
 - مراقبة وتنظيم حركة تدفق الأشخاص على الحدود.
 - السهر على حماية الموانئ، المطارات ونقاط العبور الحدودية.
 - ضبط حركة المرور، والمساهمة في ضمان السلامة على الطرق والوقاية منها، بتنظيم أيام إعلامية ونشاطات توعوية، لمختلف فئات المجتمع لاسيما الأطفال المتدربين.
 - مكافحة جميع أشكال الجريمة، ووضع حد لها بوضع خطط ميدانية عملياتية على المدى القصير والطويل، بناءً على الأهداف العامة المسطرة.

2-2- أهداف المديرية العامة للأمن الوطني:

هناك عدة أهداف تتراوح بين قصيرة وطويلة المدى، إلا أنه يمكن حصرها في النقاط التالية:

- تحقيق تغطية أمنية لقطاع اختصاص الأمن الوطني عبر كامل التراب الوطني.
- بلوغ مستوى عالي من الاحترافية والفعالية لقوات الشرطة العاملة في الميدان.
- المراهنة على العمل الاستباقي، المرتكز على مبادئ الشرطة الجوارية، والمبادرة الإتصالية والحملات التحسيسية والتوعوية.
- تقليص الهوة بين الشرطة والمواطن، بالتقرب منه، وبالإصغاء إليه استقباله وتوجيهه، من خلال ضمان خدمة عمومية ترقى إلى تطلعات المواطن.

3-دعائم الإعلام الأمني للمديرية العامة للأمن الوطني ومهامها:

تعهد مهمة الإعلام والاتصال في المديرية العامة للأمن الوطني، لخلية الإتصال والصحافة، بحيث تقوم بوضع خطة سنوية لمختلف الأنشطة الإعلامية، وفقا لأجندة مضبوطة تحتمل التعديل في بعض فعاليتها،

كما تسهر على تنفيذ البرامج الإعلامية الأمنية، وتعتبر المصدر الرسمي واللسان الحالي للأمن الوطني كما تشرف أيضا على مهام العلاقات العامة، وتضطلع هذه المصلحة بالعديد من الواجبات نذكر منها¹:

- نشر الوعي الأمني الوقائي في مجال مكافحة الجريمة.
- إبراز النشاطات الخدمائية الأمنية بما يعزز ثقة المواطن بمصالح الشرطة.
- تمتين العلاقات بين مصالح الشرطة ومختلف الجمعيات والهيئات المدنية.
- متابعة ما ينشر من أخبار عبر وسائل الإعلام ذات العلاقة بجهاز الشرطة.
- الرد على الطلبات الواردة من مختلف وسائل الإعلام في الآجال بالتنسيق مع المصالح المختصة.

- دعائم الإعلام الأمني للمديرية العامة للأمن الوطني²:

سنستعرض في هذه النقطة مكاتب خلية الإتصال والصحافة التي هي في نفس دعامة من دعائم الإعلام وهذا من خلال الدور المنوط بها:

1-مكتب السمعى البصرى:

انطلاقا من أهمية الاعلام السمعى البصرى وحجم تأثيره على المتلقي وسرعة إيصال الرسالة الاعلامية، تم استحداث مصلحة متخصصة في السمعى البصرى من أجل ضمان التغطية الإعلامية باحترافية لكافة نشاطات المديرية العامة للأمن الوطنى.

حيث عكفت خلية الإتصال والصحافة على إنجاز مشروع الفضاء الإذاعى للأمن الوطنى، والتي انطلقت رسميا برامجها الإذاعية يوم 28 أكتوبر 2014 بمناسبة اليوم الوطنى للصحافة الوطنىة.

ويساهم المكتب فى تفعيل العمل الإذاعى والتنسيق مع مختلف القنوات الإذاعية الوطنىة من أجل إعداد برامج إذاعية تشمل كافة نشاطات قوات الشرطة.

• المهام:

- القيام بكافة الأعمال الإعلامية الأمنية والتوعوية والإرشادية والإخبارىة بما يحقق أهداف إعلامية أمنية رائدة.

¹ مرجع داخلى، نفس المرجع السابق، ص 06

² نفس المرجع، ص 11 - 26.

- المشاركة في إعداد وإنتاج أفلام وأشرطة وثائقية عن الأمن الوطني.
- تأطير مشاركة إطارات الشرطة في الحصص التلفزيونية، مع ترتيب المواعيد وضمان المرافقة والتوجيه.
- نشر الإعلانات والومضات الإخبارية والبيانات الخاصة بالأمن الوطني في مختلف المحطات التلفزيونية.
- متابعة ما تبثه القنوات الإذاعية عن المديرية العامة للأمن الوطني والرد عليها.
- تزويد القنوات الإذاعية بكافة البيانات الصحفية.
- مشاركة إطارات متخصصة من الأمن الوطني في إثراء المواضيع البرمجية.

2-مكتب التواصل الرقمي:

يشكل الإعلام الأمني الإلكتروني أحد الوسائل الإعلامية الهامة المعتمدة على تكنولوجيات الإعلام والاتصال، كما أن استعماله يسمح بإيصال المعلومة في ظرف قياسي إلى المواطن، مما يشكل حرص خاص من خلية الإتصال والصحافة للمديرية العامة للأمن الوطني في الاستفادة من هذه التكنولوجيات من عدة أوجه.

ويقوم هذا المكتب بإدارة موقع الاعلام الإلكتروني للمديرية العامة للأمن الوطني

وحيث تساهم هاته الدعامات وبشكل فعال في إيصال الأخبار الأمنية إلى كافة الإعلاميين والمواطنين على حد سواء، فضلا عن تحديثه بشكل مستمر لمواكبة آخر التطورات الحاصلة في مجال تقنيات المواقع الإلكترونية.

وفي إطار مواكبة التطور السريع الذي تشهده تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بادرت المديرية العامة للأمن الوطني، إلى إطلاق صفحة التواصل الاجتماعي الفيسبوك سنة 2013، وكذا صفحة التويتر للأمن الوطني سنة 2014، وذلك قصد تعزيز سبل التواصل بين جهاز الشرطة وشرائح عريضة من المجتمع خاصة فئة الشباب، وكذا كنزرة استشرافية من القيادة العامة للأمن الوطني، التي ارتأت آنذاك ضرورة الإستثمار في تكنولوجيات الإتصال والإعلام، لما بات لها من أهمية وقدرة جد عالية في التأثير على الرأي العام بالإضافة الى إطلاق قناة رسمية عبر تطبيق الواتسات في يوم حرية الصحافة 8 ماي 2024.

English Français

الشرطة الجزائرية

الصفحة الأساسية | المديرية العامة للأمن الوطني

المدير العام للأمن الوطني

السيد المدير العام للأمن الوطني، مراقب عام للشرطة علي بدوي.

شارك :

Tweet Partager

تجد أكثر



الشكل رقم 03: لقطة شاشة على الصفحة

الأساسية لموقع الشرطة



الشرطة الجزائرية

1,5 M followers · 9 suivi(e)s

المديرية العامة للأمن الوطني (الجزائر)

Message

Suivre

...

الشكل رقم 02: لقطة شاشة لصفحة الفيسبوك

← 🔍 ⋮

الشرطة الجزائرية

@AlgeriePolice

الصفحة الرسمية للشرطة الجزائرية

Traduire la biographie

📍 ALGERIE 🌐 algeriepolice.dz

📅 A rejoint Twitter en juin 2014

58 Abonnements 371 219 abonnés

Suivi par aucune des personnes que vous suivez

Posts Réponses Médias J'aime

الشكل رقم 04: لقطة شاشة لصفحة الشرطة على التويتر



الشرطة الجزائرية

Chaîne • 1 632 followers



Suivre



Transférer



Partager

القناة الرسمية للمديرية العامة للأمن الوطني - الجزائر -
[/https://www.algeriepolice.dz](https://www.algeriepolice.dz)

Créé le 29/04/2024



Chaîne publique

N'importe qui peut trouver cette chaîne et voir tout ce qui y est partagé.



Confidentialité du profil

Pour cette chaîne, la confidentialité de votre profil et de votre numéro de téléphone est renforcée. Appuyez pour en savoir plus.



Signaler la chaîne

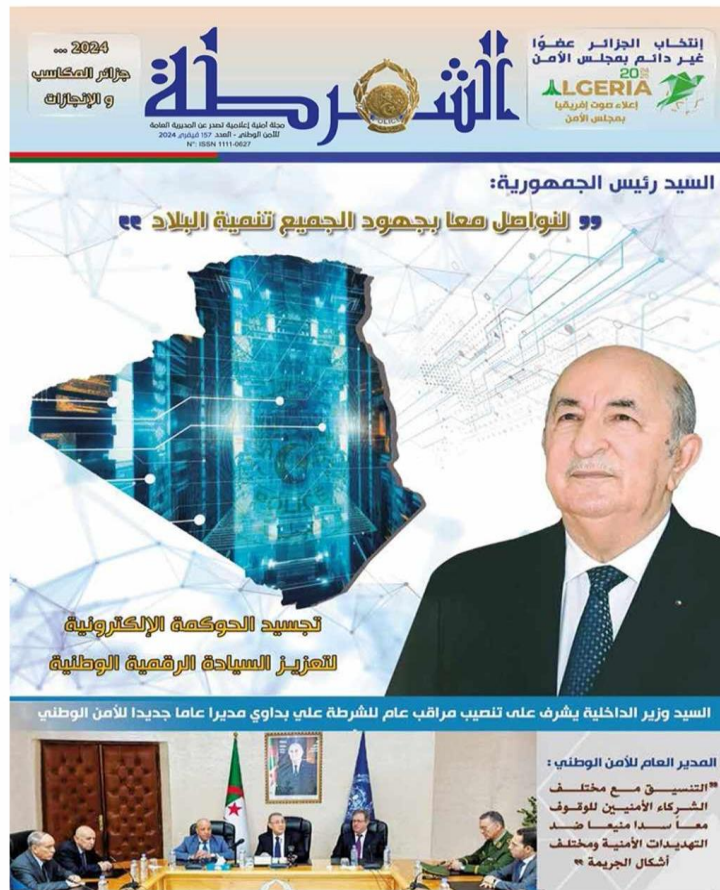
الشكل رقم 05: لقطة شاشة لقناة الواتساب الخاصة بالشرطة

• المهام:

- متابعة الرسائل التي ترد عبر البريد الالكتروني للمديرية العامة للأمن الوطني والتنسيق مع الجهات المختصة للرد أو إبداء الرأي فيها.
- الاهتمام بآراء المواطنين والمقترحات المطروحة عبر المنتديات والمدونات الشخصية.
- نشر استطلاعات الرأي العام على الصفحة الرئيسية لمعرفة رأي المواطن واتجاهاته حول الخدمات الأمنية التي تقدمها الشرطة.

3- مكتب الإصدارات:

لأهمية الكلمة الأمنية المطبوعة، عملت خلية الإتصال والصحافة، على مواصلة الجهود لإصدار "مجلة الشرطة"، بها أعمدة قارة وملفات قانونية، إعلامية وعلمية، إضافة إلى تغطيتها المستمرة لكافة نشاطات مصالح الأمن الوطني، ويقوم هذا المكتب بتصميم وإصدار مطبوعات وملصقات تصب في مجال التوعية والوقاية الأمنية.



الشكل رقم 06: غلاف المجلة الخاصة بالشرطة

الطبعة الاخيرة

4- مكتب جناح المعارض:

ينظم تظاهرات الأيام الإعلامية على مستوى كافة ولايات الوطن بالتنسيق مع المفتشيات الجهوية ورؤساء أمن الولايات.

وتهدف هاته الدعامات إلى نشر الثقافة الأمنية بمفهومها الشامل، من خلال عرض التقنيات العلمية ومستجداتها من الأجهزة والأدوات ذات الصلة في كشف الجريمة والوقاية منها، من خلال ما يشاهده المواطن ويتلقاه ويتفاعل معه.

كما يتم استغلال مناسبات الأعياد الوطنية مثل عيدي الاستقلال والشباب والفتح من نوفمبر من الثورة التحريرية المجيدة لتنظيم معارض الأمن الوطني والأيام الإعلامية، كما يمكن توظيف ذات الآليات بمناسبة فترات العطل الشتوية والربيعية أين يمكن استهداف الطلبة والتلاميذ وأولياء الأمر، كما يتم دعوة المختصين في المجال التربوي والتعريف بجهود جهاز الأمن الوطني في سياق الوقاية الشاملة.

• المهام:

- إعداد البرنامج السنوي للأيام الإعلامية.
- الإشراف على المعارض الأمنية وتطويرها ودعمها.
- توجيه الدعوات لزيارة المعارض.
- استقبال الضيوف والزوار في أنشطة الأيام الإعلامية.
- تنظيم المحاضرات التوعوية في مجال الوقاية والتحسيس.
- إقامة الاستعراضات الفنية التي تساهم في إبراز مهارات رجال الأمن الوطني في التصدي للجريمة وحفظ النظام.
- تنمية وتوثيق العلاقات العامة مع المجتمع المدني.
- متابعة وتحليل وعرض ردود فعل الزوار اتجاه أنشطة المديرية العامة للأمن الوطني، عن طريق توزيع استمارة "سبر الآراء" على زوار المعرض.
- إقامة زيارات ميدانية إلى مراكز الطفولة المسعفة ودور العجزة والشيخوخة بالولايات.

5- مكتب العلاقات العامة:1

قوم مكتب العلاقات العامة لخلية الاتصال والصحافة بوضع الخطة السنوية للأنشطة التحسيسية والوقائية فهو يعتبر الرابط الأساسي الذي يصل مؤسسة الأمن الوطني مع مختلف ممثلي المجتمع. تنظم الندوات الصحفية التي تعقدها مصالح الأمن الوطني والتنسيق مع أجهزة الإعلام لتغطيتها وكذا دراسة الطلبات الواردة من ممثلي المجتمع المدني بالتنسيق مع الجهات المختصة، الترويج لمختلف الخدمات التي تقدمها المديرية العامة للأمن الوطني.

¹ دريوش احمد، دعائم الاعلام الأمني للمديرية العامة للأمن الوطني، اتصال استراتيجي والامن الوطني، المرسلة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام، الجزائر، 2018، ص80

• المهام:

- تنظيم المؤتمرات الصحفية.
- تنظيم الزيارات التعليمية.
- تنسيق أنشطة أجهزة الشرطة مع المجتمع المدني.
- تقديم العون والمساعدة للإنتاج السينمائي والفني.
- تقديم العون والمساعدة للطلبة والباحثين
- معالجة الطلبات والطلبات المختلفة الواردة من الحركة الجمعوية
- ضمان المشاركة في الأعمال والأنشطة التي تنظمها المؤسسات المختلفة.
- كتابة الرسائل المختلفة (شكر وتهنئة وتعازي)

6-مكتب المتحف المركزي:

تضم المديرية العامة للأمن الوطني من بين هياكلها المتحف المركزي للشرطة "العقيد لطفى"، وهو موجود بالمدرسة العليا للشرطة "علي تونسي" على مساحة تقدر بأكثر من 600 متر مربع، ويعد هذا المتحف فضاءً للتعريف بتاريخ الشرطة الجزائرية وتطورها منذ العصور القديمة.

وتعود فكرة إنشاء المتحف المركزي للشرطة إلى سنة 1970 أين شرعت المديرية العامة للأمن الوطني بجمع الأسلحة القديمة والتي بلغت 250 قطعة سلاح، لتتبلور الفكرة بعد تحويل مقر مخبر الشرطة العلمية والتقنية سنة 1999 إلى مكان آخر، أين تم تهيئة المقر القديم كمتحف، والذي دشن بتاريخ 17 جويلية 2001، بموجب القرار رقم 382/أ و/الديوان/م.ت.م/2.1، ورقم 83/د.ع.أ، المؤرخ في 05 جوان 2001، ليحوز هذا المتحف اسم الشهيد الرمز دغين بن علي المدعو "العقيد لطفى" وذلك بموجب مقرر وزير المجاهدين رقم 06/16 المؤرخ في 16 فيفري 2016.

باعتبار أنّ تاريخ الشرطة الجزائرية جزء مهم من تاريخ الأمة والشعب الجزائري، لذا فإن المديرية العامة للأمن الوطني، ومن خلال إنشاءها لهذا المتحف تهدف إلى:

حفظ، وتأمين التحف الفنية، والبقايا الأثرية، والمجموعات الأرشيفية، والمبتكرات الفنية والتشكيلية، والوثائق التاريخية، المتعلقة بتاريخ الشرطة الجزائرية من أقدم العصور إلى الوقت الراهن، بوصفها جزء لا يتجزأ من الذاكرة الجماعية للشعب الجزائري من جهة وبوصفها حقا مكتسبا لأجيالنا القادمة من جهة ثانية.¹

¹ دريوش احمد، نفس المرجع السابق، ص 81

العمل الميداني

تطبيق الأدوات المستعملة في منهجنا:

1. الملاحظة بالمشاركة:

تعد الملاحظة من أقدم طرق جمع البيانات والمعلومات الخاصة بظاهرة ما، كما انها الخطوة الأولى في البحث العلمي واهم خطواته، تعني الملاحظة بمعناها البسيط: الانتباه العفوي الى حادثة او ظاهرة او امر ما، اما الملاحظة العلمية فهي انتباه مقصود ومنظم ومضبوط للظواهرات او الحوادث او الأمور بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها.

تعرف أيضا على انها: عملية مراقبة، مشاهدة لسلوك الظواهرات والمشكلات والاحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف، بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات، والتنبؤ بسلوك الظاهرة او توجيهها لخدمة أغراض الانسان وتلبية احتياجاتها.

في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة، أصبح الاتصال المؤسسي عبر المنصات الرقمية أداة حيوية لتحسين أداء المؤسسات الأمنية. تهدف هذه الملاحظة إلى استكشاف الدور الذي تلعبه مهارات الاتصال المؤسسي عبر المنصات الرقمية في المديرية الأمنية، وتقديم توصيات لتعزيز هذه المهارات بما يساهم في تحسين الأداء المؤسسي الخاص بالمديرية الأمنية.

تمت زيارة المديرية العامة للامن الوطني بالجزائر العاصمة في شهر فيفري 2024، حيث كانت كل الزيارات في الفترة الصباحية في حدود الساعة 10 صباحا. عند وصولي انتظر في قاعة الانتظار حتى يخبروا قسم المنصات الرقمية، ويرسلوا لي شخصا ليرافقني من المدل الى غاية مكتب الاتصال الرقمي.

يوجد في المكتب خمسة موظفين منهم 02 من الاناث و3 ذكور يتراوح أعمارهم تقريبا بين 27-39 سنة، منهم من درس اعلام واتصال واعلام الي. طلبت من السيد دريوش سيد احمد الذي رافقني خلال فترة دراستي العلمية، البعض من المعلومات الشخصية الخاصة بهم كفريق لكنه رفض وقال لي انها خصوصية المديرية الأمنية ولا نستطيع، وحتى رتبته في الشرطة طلب مني ان لا اكتبها في البحث واذكرها شفها فقط.

من خلال ملاحظتي استنتجت ان العلاقة بين الموظفين في المكتب علاقة جيدة حيث يدرشون مع بعض أحيانا، بالإضافة الى وجود روح العمل كفريق بينهم. كما لاحظت ان المكتب منشرح بعض الشيء، إضاءته قليلة، يحتوي على لافتات تخص المنصات الرقمية الخاص بالمديرية الأمنية، كل موظف لديه حاسوبه الخاص حيث كانت الطاولات موضوعة بشكل يدل على انهم يعملون كفريق واحد بالإضافة الى

توفر وسائل العمل الأساسية. حاول كل الفريق مساعدتي قدر الإمكان حيث وفروا لي الجو المناسب لطرح الأسئلة على السيد دريوش الذي جاوبني بنزاهة وصراحة تامة بالرغم من انه رفض الإجابة على بضعة أسئلة.

1- جمع البيانات:

تم جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلة المقننة التي قمنا بها مع السيد دريوش سيد احمد إطار تابع لخلية الاتصال والصحافة في مكتب الاتصال الرقمي، حاولنا معرفة المزيد من المعلومات عنه لكنه جاوب بكل شفافية انه لا يجب عليهم الادلاء بمعلوماتهم الشخصية وفضل التحفظ بالمعلومات، إضافة الى الملاحظة بالمشاركة التي ساعدتني على فهم مدى صعوبة جمع البيانات من المديرية العامة للأمن الوطني، تناولت المقابلة الجوانب التالية:

- استخدام المنصات الرقمية وهل هناك مواكبة للتطورات الحاصلة فيها: تمت مناقشة كيفية استخدام المنصات الرقمية المختلفة مثل فيسبوك، تويتر، انستغرام والموقع الالكتروني الرسمي للمديرية العامة للأمن الوطني للتواصل مع الجمهور ونشر المعلومات، وتأكيد التواكب مع العصر الحالي، حيث تم انشاء صفحة الفيس بوك في عام 2013، و صفحة الانستغرام في عام 2021، صفحة يوتيوب 2021. اما بالنسبة لإنشاء موقع خاص كان في 2006 و اخر طبعة له بعد التحديث في 2023 مع إضافة اللغة الإنجليزية وتبسيطه.

انشاء تطبيق allo police في 2016 وتم تحديثه في 2022.

واخر ما جاءت به من تحديثات هو قناة رسمية عبر تطبيق الواتساب، التي تم إطلاقها في يوم حرية الصحافة 3 ماي 2024.

- نوعية المحتوى والمواضيع التي تتلقى تفاعل أكبر: محتوى متنوع من (صور، نصوص، فيديوهات) وهذا يستقطب كل أنواع المتابعين مما يزيد في تفاعلهم، اما المواضيع التي تتلقى تفاعل اكبر هي كل ما يتعلق بالتوظيف فهو يستقطب العديد من المهتمين حيث تكون سرعة في التفاعل مقارنة بالمواضيع الأخرى ثم تأتي النشاطات او الاحداث مثل " زيارات، تدشينات".. ثم كل ما يتعلق بالجريمة وأخيرا التوعية والتحسين بالإضافة الى النشاطات والمنشورات.

- التفاعل مع الجمهور: علقت فتاة على احدى منشوراتهم في صحة الفيسبوك انها تريد التقدم الى المديرية العامة للأمن الوطني بغرض إقامة تربص علما انها تدرس في قسم علوم الاعلام والاتصال، قام فريق الاتصال بمراسلتها عبر الفيسبوك وتحديد موعد واستقبالها في المديرية العامة للأمن الوطني

وكانت هذه المبادرة بالنسبة لها اعجوبة حيث اندهشت عند ردهم على تعليقها، واكد لي انهم يسعون دائما الى انشاء رابط قوي وتعزيز الثقة بين الامن الوطني والمواطن.

- **تقييم دوري لنتائج استخدام المنصات الرقمية داخل المديرية الأمنية:** من خلال ما لاحظت لا يوجد تقييم دوري او تتبع التفاعل عبر وسائط التواصل الاجتماعي حتى ان السيد دريوش أكد لي ان الهدف ليس زيادة التفاعل في الصفحة وانما تعميم الفائدة على المواطنين، والحفاظ على صورة المؤسسة والاستعمال الأمثل للوسائل مع خدمة المواطن.

2- تحليل البيانات:

استنادا الى المقابلة المعمقة مع مسؤول الاتصال الرقمي في المديرية العامة للأمن الوطني وتحليل الملاحظات يمكننا تحديد نقاط القوة والضعف الخاصة بها:

- نقاط القوة:

- الاستخدام الواسع للمنصات الرقمية فالمديرية العامة للأمن الوطني تستفيد بشكل جيد من المنصات الرقمية مثل الفيسبوك، تويتر، انستغرام والموقع الالكتروني الرسمي لنشر المعلومات والتواصل مع الجمهور، هذه المنصات تتيح الفرصة للمديرية للوصول الى شريحة واسعة ومتنوعة من المواطنين بسرعة وفعالية.

- توفير المديرية قنوات اتصال متعددة ومتنوعة مما يزيد من فرص تواصل الجمهور مع الجهات الأمنية بسهولة، ويساهم ذلك في نشر الوعي والارشادات الأمنية بطرق مختلفة وعبر وسائط متنوعة.

- نقاط الضعف:

-أبرز التحديات التي تم تحديدها هي نقص التدريب المتخصص لموظفي المديرية العامة للأمن الوطني على مهارات الاتصال الرقمي، هذا النقص يؤثر سلبا على كفاءة وجودة المحتوى المنشور، وكذلك على قدرة الموظفين على التعامل الفعال مع الجمهور عبر المنصات الرقمية.

-هناك ضعف في استراتيجيات إدارة الازمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة الى التعامل الغير فعال مع الشائعات والمعلومات المغلوطة وهذا يمكن ان يؤدي الى تفاقم الازمات ويزيد من تعقيد إدارة السمعة العامة للمديرية.

-عدم الالتزام باستراتيجية معينة التي تساعد على تحقيق اهداف المديرية العامة للأمن الوطني وهذا قد يؤدي الى عشوائية في النشر والعمل.

خلاصة أداة الملاحظة:

تعتبر مهارات الاتصال المؤسستي عبر المنصات الرقمية عاملاً حيوياً في تحسين أداء المديرية العامة للأمن الوطني. من خلال الملاحظة وجمع البيانات عبر مقابلة مع مسؤول المنصات الرقمية، تم تحديد نقاط القوة مثل الاستخدام الواسع للمنصات الرقمية وتوفير قنوات اتصال متعددة. ومع ذلك، تم التعرف على نقاط الضعف التي تشمل نقص التدريب المتخصص وضعف إدارة الأزمات. فلتعزيز هذه المهارات، تم اقتراح تحسينات تتضمن تنظيم دورات تدريبية متقدمة، تطوير البنية التحتية الرقمية، وإعداد خطط شاملة لإدارة الأزمات. كما يُعدّ التتبع الدوري للتفاعل عبر المنصات الرقمية جزءاً أساسياً من استراتيجية التحسين، حيث يتطلب مراقبة مؤشرات الأداء الرئيسية، وتحليل التغذية الراجعة لضمان استمرارية التحسين والتفاعل الفعال مع الجمهور. من خلال تنفيذ هذه التحسينات، يمكن لمديرية الامن الوطني تعزيز قدراتها على التواصل الرقمي، مما يسهم في رفع مستوى الكفاءة والشفافية والفعالية في العمل الأمني، وتعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة.

11. تحليل محتوى الصفحة الرسمية للمديرية العامة للأمن الوطني على الفيسبوك:

تحليل المحتوى هو أحد المنهجيات البحثية المهمة في الدراسات الاجتماعية والإنسانية، يهدف هذا الأسلوب الى فهم الأنماط والتوجهات في المحتوى، سواءا كانت مكتوبة او مرئية او مسموعة، لهذا ارتأيت استعمال هذه الأداة، كما ان السيد دريوش قدم لي نصيحة وتكلم عن تحليل المحتوى وكيف سيخدم هذه الدراسة بالإضافة الى توضيح العمل من طرف المشرف الذي شاركني بعض النصائح.

1- فئات الشكل:

- وصف صفحة الفيسبوك:



الشرطة الجزائرية

1,5 M followers · 9 suivi(e)s

(الجزائر) المديرية العامة للأمن الوطني

➕ Suivre

Message

...

Publications

À propos

Plus ▾

Détails

Page · Organisme de maintien de l'ordre

AlgeriePolice et 3 autres liens

... Voir la section À propos de الشرطة

Publications de الشرطة الجزائرية

الشكل رقم 07: واجهة الصفحة الرسمية للفيسبوك الخاصة بالشرطة الجزائرية

جدول رقم 1: البيانات المتعلقة بوصف الصفحة الرسمية لشرطة الجزائرية

اسم الصفحة	الشرطة الجزائرية
عدد المشتركين	1591133 مشترك (1.5م)
الفئة	المواطنين الجزائريين
ألوان المؤسسة	الأزرق السماوي والابيض
الشعار	شعار الشرطة لا يوجد تغيير
الموقع الالكتروني	http://www.algeriepolice.dz/
الايمل	contactccp@algeriepolice.dz
تاريخ انشاء الصفحة	24 افريل 2013
العنوان	Mohamed ouanouri alger, Algiers, Algeria, 16000

الوصف:

يمثل الجدول أعلاه العناصر التمهيدية للصفحة الرسمية للأمن الوطني على الفيسبوك، نلاحظ انه تم تبديل اسم الصفحة عام 2021 والحفاظ على شعارها والوانها، نلاحظ أيضا ان المسؤولين ركزوا على وضع كل من البريد الالكتروني، الموقع الالكتروني، صفحة الانستغرام، صفحة التويتر، صفحة اليوتيوب بالإضافة الى تغيير صورة الغلاف والإشارة فيها الى الذكرى 61 لتأسيس الشرطة الجزائرية مع وضع شعار " التزام وجاهزية...للوطن والمواطن"، وهذا ما يعني ان الامن الوطني يسعى الى تلبية طلبات المواطنين وتسهيل التواصل معهم و انهم في الخدمة 24س/24س

نتائج المراقبة من صفحة الامن الوطني على الفيسبوك:

تم انشاء صفحة الامن الوطني على الفيسبوك تحت عنوان المديرية العامة للأمن الوطني في 24 افريل 2013 ثم تم تغيير اسمها في 2021 الى الشرطة الجزائرية مع تغيير الشعار الخاص بها ووضع كصورة شخصية حيث نالت 1.3 ألف تفاعل، وفي عام 2023 تم تغيير صورة الغلاف الخاص بها مع وضع شعار جديد الذي سبق ذكره حيث حظيت ب 600 تفاعل.

قامت بإنشاء هذه الصفحة من اجل زيادة تعميم الفائدة على المجتمع وإيصال المعلومة الى أكبر عدد ممكن ومن هنا تأتي أهمية اختيار صورة الخلفية ووضع ذلك الشعار بالخصوص ليبينوا للمواطنين انهم في

الخدمة في أي وقت وأي مكان وزمان وتحت أي ظروف فقط يجب عليهم ان يرسلوهم عبر الوسائط التي وضعوها في صفحاتهم فهي أيضا تحفز المواطن بإنشاء رابطة بينه وبين الشرطة.

نلاحظ أيضا ان الصفحة نشطة نوعا ما فهي تحتوي على عدة منشورات في اليوم في مواضيع متنوعة بارزا فيها اللون الرئيسي وهو الأزرق الذي يرمز للشرطة.

طريقة عرض المنشورات:

تتكون المنشورات المنشورة على الصفحة الرسمية للأمن الوطني في الفيسبوك من صور ومقاطع فيديو أصلية مصحوبة بنصوص التي تكون في العادة قصيرة يتراوح طولها بين سطرين الى 10 أسطر حسب الموضوع، اما بالنسبة الى اللغة المستعملة على الصفحة فهي اللغة العربية البسيطة بهدف إيصال المعلومة وتعميم الفائدة

• التصديق على الصفحة:



الشرطة الجزائرية

1,5 M followers • 9 suivi(e)s

المديرية العامة للأمن الوطني (الجزائر)

Message

Suivre

...

الشكل رقم 08: لقطة شاشة على صفحة الفيسبوك الرسمية لشرطة الجزائر

تعد الشارة الزرقاء التي تمثل التحقق من الصفحة واعتمادها وسيلة لحماية الهوية الرقمية لشخص فمن المهم جدا اثبات موثوقية الصفحة. فهذه الشارة تحدث فرقا كبيرا من حيث زيادة عدد المشتركين وتعزيز الوعي.

• واجهة صفحة الفيسبوك الخاصة بالأمن الوطني:

جدول رقم 2: المعلومات الموجودة على صفحة الفيسبوك الخاصة بالأمن الوطني

النقاط	الفئة
1	الإشتراك
1	إرسال رسالة
1	وضع جميع مواقع التواصل الاجتماعي
1	الموقع الإلكتروني
1	البريد الإلكتروني
1	في الخدمة 24/24س
6	المجموع

الوصف:

يعرض هذا الجدول البيانات المتوفرة على صفحة الفيسبوك الخاصة بالأمن الوطني، وذلك بهدف تسهيل تلقي المعلومات من المستخدمين، أصبحت هذه السهولة ممكنة بفضل التحديث المنتظم لصفحة الفيسبوك، وإدراج العديد من الميزات التفاعلية التي تساعد في التواصل مع عناصر الشرطة بكل هولة مثل الزر "إشتراك" و "إرسال رسالة مباشرة" وتوفر جميع المواقع الخاصة بها للتواصل وإيصال المعلومات.

حيث يمكن لهذه المعلومات أن تزيد من تفاعل المواطن مع نشاطات والمعلومات التي تقدمها الشرطة وبالإضافة إلى قدرة المواطن أن ينشأ رابطة بينه وبين الشرطة مع تعزيز الثقة بينهم، فهذه النقاط تساعد في فهم التفاعل بين الشرطة والمواطن عبر المنصات الرقمية.

• شكل النشر على صفحة الفيسبوك الخاصة بالأمن الوطني:

جدول رقم 3: شكل المنشورات المنشورة في صفحة الفيسبوك خلال شهر فيفري:

5 فيفري 2024:

جدول رقم 3: المنشورات التي تمت مشاركتها في الصفحة الرسمية ليوم 5 فيفري

5 فيفري 2024	صورة	صورة+نص	فيديو	فيديو+نص
منشور 1				*
منشور 2		*		
منشور 3	*			
منشور 4		*		
منشور 5		*		
منشور 6			*	
منشور 7		*		
منشور 8		*		
منشور 9		*		
منشور 10		*		

الوصف:

تشير الاحصائيات الى ان المنشورات (صورة+ نص) تأتي في المركز الأول حيث يبلغ اجمالي عدد المنشورات في يوم 5 فيفري الى 10 منشورات متنوعة الشكل وسبعة منها عبارة عن صور+نص وهذا يدل على ان صفحة الشرطة الرسمية تعتمد في عرض منشوراتها على الصور مرفقة بنص بدرجة أولى لسهولة استخدامها وتلقيها.

يوم 10 فيفري:

جدول رقم4: المنشورات التي تمت مشاركتها في الصفحة الرسمية ليوم 10 فيفري

10 فيفري	صورة	صورة+نص	فيديو	فيديو+نص
منشور 1		*		
منشور 2		*		
منشور 3	*			
منشور 4		*		
منشور 5		*		
منشور 6		*		

يوم 15 فيفري:

جدول رقم5: المنشورات التي تمت مشاركتها في الصفحة الرسمية ليوم 15 فيفري

يوم 15 فيفري	صورة	صورة+نص	فيديو	فيديو+نص
منشور 1			*	
منشور 2		*		
منشور 3	*			
منشور 4		*		
منشور 5	*			
منشور 6		*		
منشور 7				*
منشور 8		*		
منشور 9			*	
منشور 10		*		

		*		منشور 11
--	--	---	--	----------

المصدر: من اعداد الطالبة, 2024

يوم 20 فيفري

الجدول رقم6: المنشورات التي تمت مشاركتها في الصفحة الرسمية ليوم 20 فيفري

يوم 20 فيفري	صور	صور+نص	فيديو	فيديو+نص
منشور 1			*	
منشور 2		*		
منشور 3	*			
منشور 4		*		
منشور 5		*		
منشور 6			*	
منشور 7		*		
منشور 8		*		
منشور 9		*		

يوم 25 فيفري:

جدول رقم7: المنشورات التي تمت مشاركتها في الصفحة الرسمية ليوم 25 فيفري

يوم 25 فيفري	صور	صور+نص	فيديو	فيديو+نص
منشور 1			*	
منشور 2		*		
منشور 3	*			
منشور 4		*		
منشور 5				*
منشور 6		*		
منشور 7		*		
منشور 8		*		
منشور 9		*		

يوم 29 فيفري:

جدول رقم8: المنشورات التي تمت مشاركتها في الصفحة الرسمية ليوم 29 فيفري

يوم 29 فيفري	صور	صور+نص	فيديو	فيديو+نص
منشور 1			*	
منشور 2		*		
منشور 3	*			
منشور 4		*		
منشور 5				*
منشور 6		*		
منشور 7	*			

		*		منشور 8
		*		منشور 9
		*		منشور 10
		*		منشور 11

• نتائج المنشورات التي تم نشرها خلال شهر فيفري

جدول رقم 9: يمثل النسب المئوية لأشكال المحتوى المنشور

نوع المحتوى	المجموع	النسبة
صور	8	14.3%
صور+نص	37	66.1%
فيديو	7	12.5%
فيديو+نص	4	7.1%
المجموع	56	100%

الوصف:

الجدول يظهر توزيع الأنواع المختلفة من المحتوى على صفحة الفيسبوك الرسمية للأمن الوطني، مع توضيح النسب لكل نوع من المنشورات حيث يوجد تركيز كبير على استخدام الصور مع النصوص فهي تعزز على فهم الرسالة وتجذب انتباه المتابعين بشكل أكبر، ووجود نص مع الصور يشير الى ان الصور تستخدم كوسيلة لدعم النصوص وتوضيحها وتساعد في فهم المحتوى مقارنة بالصور بدون نصوص او الفيديوهات فهي تعتبر قليلة مما يشير انها ربما ليست الطريقة المفضلة لنشر المحتوى.

التحليل:

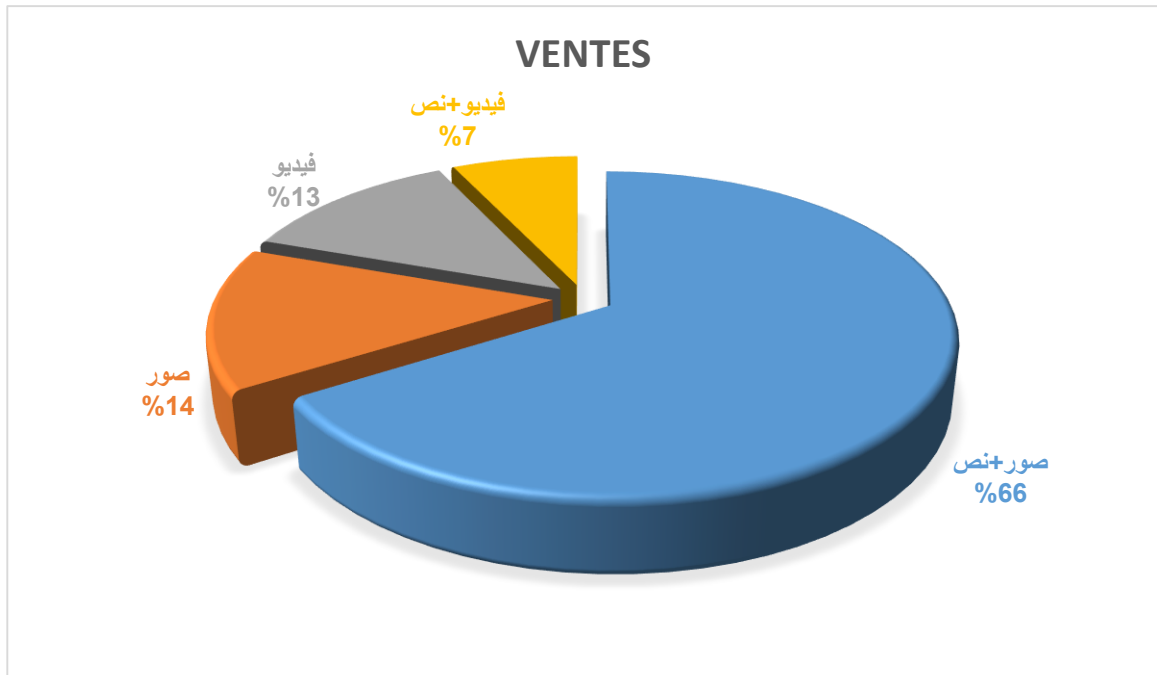
نلاحظ ان المديرية العامة للأمن الوطني تشارك منشوراتها في اشكال متعددة الوسائط بهدف إيصال المعلومة، تتضمن المنشورات صوراً وفيديوهات على صفحة اليوتيوب الخاصة بهم، حيث لاحظنا اثناء اجراء تحليلنا انه لا يوجد منشور كلاسيكي للنص فقط، بل يصحب كل منشور بصورة او فيديو ويعتمد

هذتا التنسيق بشكل عام على نصوص قصيرة لا تتعدى عشرة أسطر، الاضافة الى حضور قوي للون الأزرق والأبيض اللذان يمثلان هوية الشرطة.

قدمت استراتيجية محتوى الصفحة خلال الفترة المدروسة (شهر فيفري) عدد كبير نوعا ما بالنسبة للمنشورات والتي تتراوح بين 6 الى 11 منشور يوميا متنوع من صور وفيديوهات حيث ذكر السيد دريوش سيد احمد الذي أشرف علي في هذه الفترة ان هذا العدد من المنشورات يعد منخفض مقارنة ما كان ينشر من قبل (لكنه لم يرد ان يدخل في التفاصيل).

وبحسب الاحصائيات الواردة في الجدول أعلاه لاحظنا حضور قوي للصور المصحوبة بالنصوص وهذا لا يعود على الفترة المختارة بل يعود على استراتيجية النشر الخاصة بالشرطة الجزائرية حيث وصلت نسبة الصور مع النصوص الى 66.1 % .

رسم بياني 09: دائرة نسبية توضح النسب المئوية لأشكال المحتوى عبر صفحة الفيسبوك

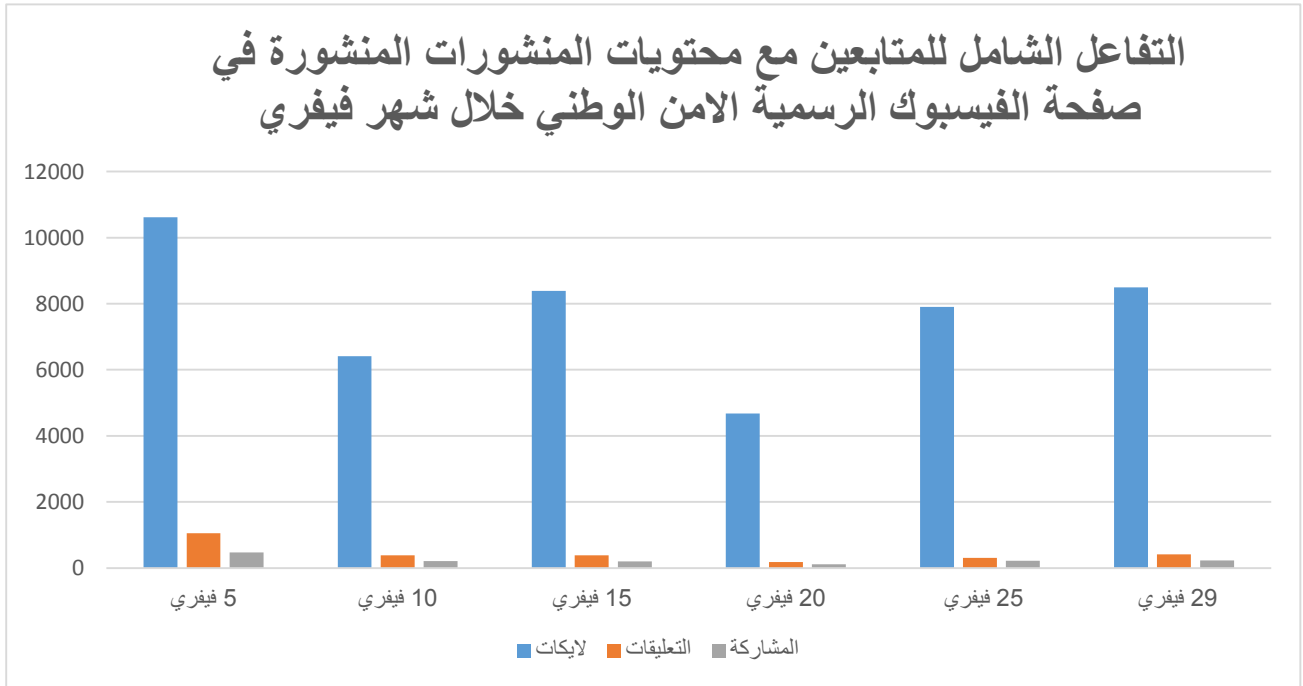


2- فئات المحتوى:

• التفاعل مع المنشورات:

الجدول رقم 10: التفاعل مع المنشورات المنشورة على صفحة الفيسبوك الرسمية للأمن الوطني خلال شهر فيفري 2024.

التاريخ	عدد اللايكات	عدد التعليقات	عدد المشاركة	معدل المشاركة
5 فيفري	10621	1056	468	0.8%
10	6412	384	210	0.4%
15	8389	382	200	0.6%
20	4678	183	114	0.3%
25	7906	310	224	0.5%
29	8494	413	226	0.6%
المجموع	46500	2428	1442	3.2%



رسم بياني رقم 10: رسم بياني يمثل التفاعل الشامل للمتابعين مع محتويات المنشورات المنشورة على صفحة الفيسبوك الخاصة بالأمن الوطني خلال شهر فيفري

الوصف:

يعرض الجدول رقم 11 والرسم البياني رقم 2 البيانات المتعلقة بالعدد الإجمالي لتفاعلات مجتمع الامن الوطني لجميع المنشورات التي تمت في (5,10,15,20,25,29) من شهر فيفري، حيث تم قياس التفاعلات من خلال ردود الفعل المتوفرة على فيسبوك، والتي تسمح للمستخدمين بالتعبير عن مشاعرهم بشكل أكثر دقة. تم أيضاً أخذ التعليقات والمشاركات لكل منشور في الاعتبار، بالإضافة إلى معدل المشاركة الإجمالي. نلاحظ أيضا ان أعلى نسبة من التفاعل التي توصلت إليها صفحة الفيسبوك الخاصة بالأمن الوطني خلال هذا الشهر هي 0.8% وكانت يوم 5 فيفري مقارنة بالأيام الأخرى مثل 20 فيفري حيث كانت النسبة 0.3% وهي أدنى نسبة لهذا الشهر ومن خلال الإحصائيات الواردة في الجدول نلاحظ أن عدد التفاعلات أعلى من عدد التعليقات والمشاركات. وفيما يلي الأرقام إجمالي ردود الأفعال لشهر فيفري 46500 إعجاب إجمالي التعليقات لشهر فيفري 2438 تعليق إجمالي المشاركات في شهر فيفري 1442 مشاركة. بلغت نسبة التفاعل على صفحة الامن الوطني 3,2% خلال الفترة المدروسة.

• فئة المواضيع المنشورة:

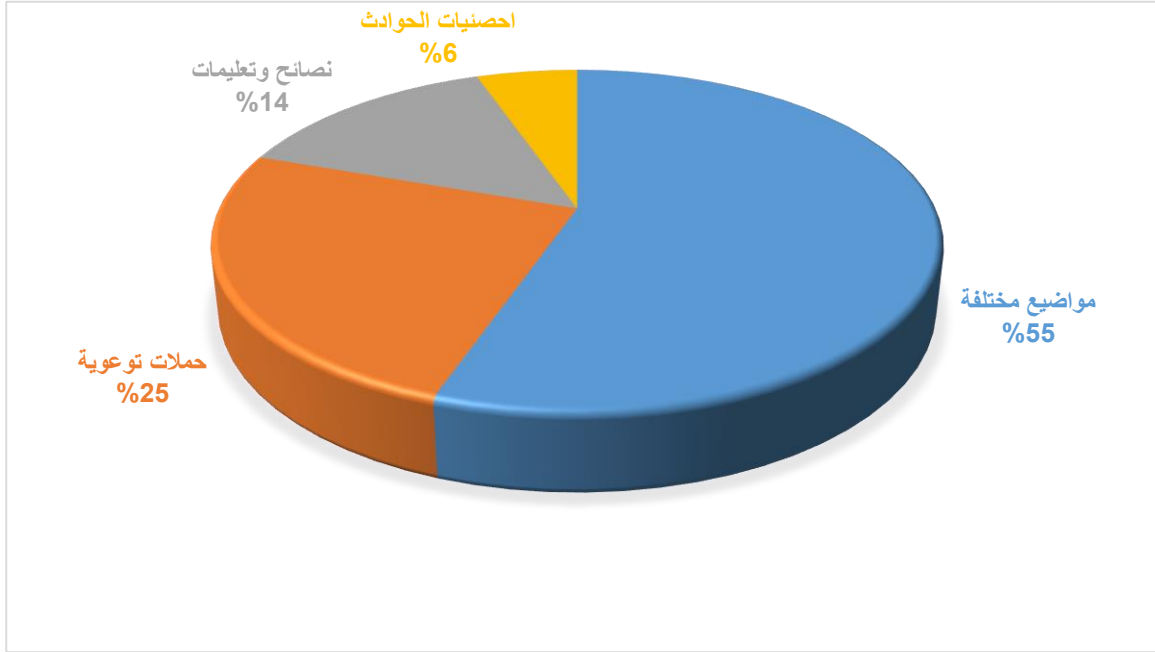
جدول رقم 11: يوضح نسبة المواضيع المنشورة

المواضيع المنتشرة	التكرير	النسبة
مواضيع مختلفة	31	55.36%
نصائح وتعليمات	8	14.28%
حملات توعوية	14	25%
احصائيات الحوادث	3	5.36%
الإجمالي	56	100%

الوصف:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 قائمة من الموضوعات المنتشرة على صفحة الفيسبوك الرسمية الخاصة بالأمن الوطني، ونلاحظ ان المنشورات الخاصة بالموضوعات المختلفة كان لها أكبر نسبة من النشر

55.36% لتليها المنشورات الخاصة بالحملات التوعوية والتحسيسية بنسبة 25% وهي عبار عن منشورات توعي المجتمع من شتى الاخطار كتفادي السرعة المفرطة في الطريق والالتزام بقوانين المرور. يليها النصائح والمعلومات 14.28% التي توجه الجمهور وتزوده بالمعارف وأدنى نسبة هي 8% الخاصة بإحصائيات الحوادث التي يتم نشرها أسبوعيا. حيث أشار السيد دريوش سيد احمد خلال مقابلتنا انهم يهتمون بتوعية واعلام المواطن بالكم اللازم بالمعلومات اللازمة.



رسم بياني رقم 11: دائرة نسبية توضح نسبة تكرار المواضيع المنتشرة

النتائج:

من خلال الملاحظة التي قمنا بها وتحليل محتوى صفحة الفيسبوك للأمن الوطني:

- من خلال التواصل الفعال عبر المنصات الرقمية، زادت المديرية من مستوى الشفافية، مما ساهم في بناء ثقة الجمهور.
- استخدام منصات التواصل الرقمي مثل البريد الإلكتروني والتطبيقات الداخلية ساعد في تحسين تدفق المعلومات بين الإدارات المختلفة، مما قلل من التأخيرات في تبادل المعلومات.
- نشر اخبار وانشطة المديرية العامة للأمن الوطني على وسائل التواصل الاجتماعي أدى الى زيادة التفاعل الإيجابي من المجتمع، مما ساهم في تحسين صورة المديرية العامة للأمن الوطني وتعزيز الدعم المجتمعي.
- فاعلية الحملات التوعوية عبر المنصات الرقمية حول موضوعات مختلفة مثل السلامة، والامن العام لاقت تفاعلا كبيرا من الجمهور، مما ساعد في تحقيق اهداف التوعية وتثقيف المجتمع.
- نقص مهارات الاتصال الرقمي لدى الفريق مما يعيق إيصال الرسالة على أكمل وجه.

نتائج الدراسة

أظهرت نتائج تحليل محتوى صفحة الفيسبوك الخاصة بالمديرية الأمنية ان مهارات الاتصال المؤسساتي عبر المنصات الرقمية تلعب دورا حيويا في تحسين أداء المديرية، لذا يجب استمرار المديرية في تحسين استراتيجياتها الرقمية وتطوير مهارات الاتصال الخاص بها والتركيز على المواضيع التي يهتم بها الجمهور واستخدام اشكال متنوعة من المحتوى لتعميم الفائدة أكثر

استنادا على تحليل صفحة الشرطة الجزائرية على الفيسبوك، يمكننا القول:

- ✓ خلال مراقبتنا التي دامت شهرا بدا لنا تصميم صفحة الفيسبوك للشرطة الجزائرية تصميم مبتكر حيث استخدمت الألوان الرسمية الخاصة بها " الأزرق والأبيض".
- ✓ وجود الشارة الزرقاء في الصفحة يدل على انها معتمدة من الفيسبوك والتي تضمن صحة الهوية الرقمية وموثوقية صفة الشرطة الجزائرية.
- ✓ ان صفحة الشرطة الجزائرية على الفيسبوك نشطة، اذ يبلغ عدد منشوراتها في اليوم الواحد بين 7 الى 10 منشورات، وهذا الرقم يفسر مدى أهمية الاعلام لديهم.
- ✓ يكشف التحليل الشامل للصفحة ان استخدام النصوص والصور والفيديوهات استراتيجية محتوى صفحة الشرطة الجزائرية، حيث ان هذه المنشورات يقوم بتصويرها الفريق الخاص بالشرطة بناء على الألوان الرسمية. بالإضافة الى استخدام كلمات مفتاحية في النصوص.
- ✓ تظهر الاحصائيات المجمعة تنوع المواضيع على صفحة الشرطة الجزائرية على الفيسبوك حيث تسعى دائما بنشر كل ما يفيد المواطنين.
- ✓ ساهمت المنصات الرقمية في زيادة الوعي العام حول أنشطة المديرية وخدماتها، تم نشر معلومات مهمة بشكل منتظم، مما عزز من شفافية المديرية واتاح للجمهور الاطلاع على المستجدات بشكل فوري.
- ✓ أظهرت الاحصائيات تفاعلا إيجابيا مع الجمهور، حيث تم رصد تزايد في عدد المتابعين والتفاعلات على المنشورات. ومع ذلك، لوحظ ان هناك فرصا لتحسين جودة وسرعة الردود.
- ✓ على الرغم من الجهود المبذولة، لوحظ ان جودة المحتوى يمكن تحسينها بشكل أكبر.
- ✓ اشارت النتائج الى حاجة ملحة لتدريب الموظفين القائمين على إدارة المنصات الرقمية، ويشمل ذلك تطوير مهاراتهم في كتابة المحتوى.
- ✓ تنشر المديرية محتوى توعوي تحسيبي شامل ومتنوع، حيث يلقي هذا النوع من المنشورات تفاعل جيد.
- ✓ عدم وجود استراتيجية واضحة لإدارة المحتوى الرقمي، وهذا ما يؤدي الى العشوائية في النشر.
- ✓ لا يوجد تحليل دوري لبيانات التفاعل على صفحة الفيسبوك.

الخاتمة:

في ختام هذه الدراسة، يمكن التأكيد على الدور الحاسم الذي تلعبه المنصات الرقمية في تعزيز الاتصال المؤسساتي للمديرية العامة للشرطة. من خلال التحليل الشامل للمحتوى المنشور على هذه المنصات وتقييم تفاعل الجمهور، تبين أن هناك العديد من القدرات والمهارات التي يجب تطويرها لضمان فعالية الاتصال الرقمي.

أظهرت هذه الدراسة أن المديرية العامة للأمن الوطني قد قطعت شوطاً كبيراً في استخدام المنصات الرقمية لنقل المعلومات والتفاعل مع الجمهور، حيث يساهم الاستخدام الأمثل والفعال للمنصات الرقمية في تحسين كفاءة التواصل الداخلي والخارجي، مما يعزز قدرة المديرية على الاستجابة الفعالة والسريعة للتحديات الأمنية. ومع ذلك، هناك مجالات بحاجة إلى تحسين، مثل جودة المحتوى، سرعة الاستجابة، وإدارة الأزمات الرقمية. كما أن تعزيز مهارات الفريق القائم على إدارة هذه المنصات يعتبر ضرورياً لتحقيق أقصى استفادة منها.

استناداً إلى النتائج المستخلصة، قدمت الدراسة عدة توصيات لتعزيز الاتصال المؤسساتي عبر المنصات الرقمية، منها: تطوير برامج تدريبية للكوادر المختصة، تبني استراتيجيات تواصل متقدمة، واستخدام أدوات تحليل البيانات لتحسين الأداء. تهدف هذه التوصيات إلى تحسين كفاءة التواصل وبناء علاقة أقوى وأكثر شفافية مع الجمهور.

تعتبر هذه الدراسة خطوة أولى نحو فهم أعمق لمتطلبات الاتصال الرقمي في المؤسسات الأمنية. نأمل أن تساهم هذه النتائج والتوصيات في تعزيز القدرات التواصلية للمديرية العامة للأمن الوطني وتعزيز ثقة المواطنين في قدرتها على تقديم الخدمات الأمنية بكفاءة وشفافية، مما ينعكس إيجابياً على أدائها وعلاقتها مع الجمهور. وبذلك، تسعى هذه الدراسة إلى أن تكون مرجعاً قيماً للمؤسسات الأخرى التي تسعى لتحسين استراتيجيات الاتصال الرقمي الخاصة بها.

وكإجابة على الإشكالية الأساسية للدراسة يمكننا القول:

تلعب مهارات الاتصال المؤسساتي دوراً محورياً في تحسين أداء المديرية العامة للشرطة عبر المنصات الرقمية مثل فيسبوك. هذا الدور يتجلى في عدة جوانب أساسية: تعزيز الشفافية والمصداقية من خلال التواصل المباشر ونشر المعلومات بشكل منظم وواضح، مما يبني الثقة بين الشرطة والجمهور.

تتيح هذه المهارات للشرطة الاستجابة السريعة والفعالة لاستفسارات المواطنين، مما يقلل من التوتر والمشاكل المحتملة. تُستخدم المنصات الرقمية لنشر محتوى توعوي يعزز الوعي الأمني ويقلل من معدلات الجريمة. أثناء الأزمات، تمكن مهارات الاتصال الجيدة للشرطة من نقل التعليمات والتحذيرات بسرعة، مما يزيد من الأمان العام. فان هذا التفاعل المستمر مع المجتمع يخلق علاقة إيجابية، بينما يعزز نشر

قصص النجاح والمبادرات المجتمعية صورة الشرطة العامة. فمن خلال المقابلة والتحليل اللذان قمنا بهما يمكننا القول ان مهارات الاتصال المؤسساتي تساهم في تحسين فعالية وكفاءة المديرية العامة للشرطة في أداء مهامها.

مقابلة نتائج الدراسة بالفرضيات:

الفرضية الأولى: من خلال الاستخدام الأمثل للمنصات الرقمية، فإن ذلك يمكن أن يعزز صورة المديرية أمام الجمهور، من خلال تبسيط تدفق المعلومات وتحسين التواصل مع المجتمع.

من خلال المقابلة توصلت الى نتيجة مفادها ان الاستخدام الأمثل للمنصات الرقمية يعزز صورة المديرية امام الجمهور، وذلك من خلال تبسيط تدفق المعلومات وتحسين التواصل مع الجمهور، وهذا من خلال الإجابات التي قدمها لنا السيد سيد احمد دريوش، وبالتالي تم اثبات صحة الفرضية الأولى.

الفرضية الثانية: عندما يتفاعل الشرطة بشكل فعال ومهاري عبر المنصات الرقمية، فإن ذلك يساهم في بناء ثقة المجتمع وتعزيز التعاون، حيث يشعرون بالاهتمام والاحترافية في التعامل مع متطلباتهم واحتياجاتهم.

من خلال المقابلة توصلت الى نتيجة مفادها ان هناك تفاعل بين الشرطة والمجتمع وهذا يساهم في بناء ثقة وتعزيز التعاون بينهم، الا ان مهارات مديرية الشرطة محدودة نوعا ما وهذا ما يؤدي الى صحة جزء من الفرضية ونفي الجزء الاخر.

الفرضية الثالثة: تنوع اشكال المحتوى (نصوص، صور، فيديوهات) المنشورة على صفحة الفيسبوك الخاصة بمديرية الشرطة يؤدي الى زيادة تفاعل الجمهور

من خلال تحليل بيانات تحليل المحتوى توصلت الى ان تنوع اشكال المحتوى المنشورة على صفحة الفيسبوك الخاصة بمديرية الشرطة يؤدي الى زيادة تفاعل الجمهور، وذلك من خلال النسب المئوية المتوصل لها، وبالتالي فقد تم اثبات صحة الفرضية الثالثة.

لختام هذه الدراسة، يتضح ان مهارات الاتصال المؤسساتي عبر المنصات الرقمية تلعب دورا حيويا في تحسين أداء المديرية العامة للأمن الوطني، فمن خلال الإجابة على الإشكالية وتحليل الفرضيات، نجد ان الاستخدام الفعال للتكنولوجيا الرقمية يساهم بشكل كبير في تعزيز التواصل الداخلي والخارجي، مما يعزز قدرة المديرية على الاستجابة الفعالة لتحديات الأمنية. نأمل ان تشكل هذه الدراسة مرجعا مفيدا لصناع القرار والباحثين في مجال الامن، وان تساهم في توجيه الجهود نحو تحسين مهارات الاصال المؤسساتي لتحقيق اهداف الامن والسلامة بكفاءة وفعالية عالية.

النصائح والتوصيات:

استنادًا إلى الملاحظة وتحليل محتوى صفحة فيسبوك الخاصة بالمديرية العامة للأمن الوطني، نقدم التوصيات والنصائح التالية لتحسين الأداء والتواصل:

وضع استراتيجية شاملة لإدارة المحتوى الرقمي:

- تطوير خطة محتوى منظمة تحدد نوعية وكمية المنشورات، ومواعيد النشر، والأهداف المرجوة من كل منشور .

تعزيز الاستجابة الفورية والتفاعل مع الجمهور:

- تخصيص فريق مختص بالرد على استفسارات وتعليقات المواطنين بشكل سريع وفعال .
- توفير تدريب دوري للفريق على مهارات الاتصال الفعال وأساليب التعامل مع الجمهور.

استخدام تقنيات الاتصال الحديثة:

- الاستفادة من ميزات البث المباشر والتحديثات الفورية لإيصال المعلومات العاجلة والهامة بشكل فعال .
- تنظيم جلسات تفاعلية مباشرة (مثل أسئلة وأجوبة) مع قيادات الشرطة لتعزيز الشفافية وبناء الثقة مع الجمهور .

تحليل دوري لبيانات التفاعل:

- إجراء تحليل دوري للتفاعلات على صفحة فيسبوك لفهم احتياجات وتفضيلات الجمهور .
- استخدام نتائج التحليل لتكييف استراتيجيات المحتوى وزيادة فعالية التواصل .

التواصل خلال الأزمات:

- وضع خطة اتصال طارئة تشمل نشر المعلومات والتحذيرات بسرعة عبر المنصات الرقمية.
- تدريب الفريق على إدارة الأزمات واستخدام المنصات الرقمية لنقل المعلومات بشكل فعال.

تقديم محتوى يركز على المجتمع:

- تنظيم حملات توعوية ومبادرات مجتمعية تشرك الجمهور في الأنشطة الأمنية والخدمية .
- تعزيز القصص الإنسانية والتفاعلات الإيجابية لإبراز دور الشرطة في خدمة المجتمع .

بتطبيق هذه التوصيات، يمكن للمديرية العامة للشرطة تحسين استراتيجيات الاتصال المؤسستي عبر المنصات الرقمية، مما يعزز من قدرتها على التواصل الفعال مع المواطنين، ويبني علاقات أقوى وأكثر إيجابية مع المجتمع.

تدريب الموظفين وتنظيم دورات تدريبية متقدمة في مهارات الاتصال الرقمي، تشمل إدارة المحتوى، التفاعل الفعال، وامن المعلومات، بالإضافة الى عقد ورشات عمل منتظمة لتعريف الموظفين بأحدث أدوات وتقنيات التواصل الرقمي.

المصادر والمراجع

الكتب باللغة العربية:

- 1- ا.د. فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، دار اقطاب الفكر، الجزائر، 2007، ص18.
- 2- أبو عرقوب إبراهيم، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار محمد لاوي، الأردن، 1993، ص17.
- 3- أبو هاشم محمد، سيكولوجية المهارات، مكتبة زهراء الشرق للنشر والتوزيع، القاهرة 2002، ص15.
- 4- بن حبيب عبد الرزاق، اقتصاد وتسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص25
- 5- بن مرسلي احمد، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص283.
- 6- الجودي، نبيل عارف، مقدمة في علم الاتصال، مكتبة الامارات، العين، 1985، ص21.
- 7- جون هيز، مهارات التواصل بين الافراد في العمل، مروان طاهر الزعبي، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2010، ص101
- 8- حجاري مصطفى، علم الاتصال، ديوان المطبوعات، الكويت، 1982، ص8.
- 9- حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص23.
- 10- حصة محمد ال ساعد، أحلام عبد السميع العقباري، مهارات الاتصال والتفاعل، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2011، ط1، ص65.
- 11- حصة محمد ال مساعد، أحلام عبد السميع العقباوي، مهارات الاتصال والتفاعل، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2011، ص160.
- 12- الحموي شريف، مهارات الاتصال، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص41.
- 13- الحيلة محمد محمود، تميم وإنتاج الوسائل التعليمية، ط1، دار المسيرة والتوزيع، عمان، 2000، ص52.

- 14- خاطر احمد، مقدمة في إدارة المؤسسات الاجتماعية، دار الكتاب الجامعي الحديث، القاهرة، مصر، 1982، ص139,140.
- 15- ذوقان عبيدات، البحث العلمي: مفهومه، دواته، اساليبه، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، 1988 ص149.
- 16- رشدى احمد طعيمة، المهارات اللغوية، مستوياتها، صعوبات تدريسها"، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص305.
- 17- ستيف مانديل، المعرفة للتنمية البشرية، باهر عبد الهادي، توزيع دار الناشر الدولي، الرياض، السعودية، 2002، ص31
- 18- سيد فهمي محمد، مهارات الاتصال مع الاخرين، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص96.
- 19- شطا حماد محمد، تطور وظيفة الدولة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص25.
- 20- الشعابي الحارثي فهد محمد، الاتصال اللغوي، في القران الكريم: دراسة تأصيلية في المفاهيم والمهارات، بيروت، مكتبة مؤمن قريش، 2014، ص27.
- 21- الصحن، محمد فريد، 1998. العلاقات العامة: المبادئ والتطبيق. الدار الجامعية، القاهرة.
- 22- الصريفي محمد، الاتصالات الإدارية، المكتب الجامعي الحديث، 2009.
- 23- ضياء الدين إبراهيم النجم، الجماعات الاجتماعية-مداخل نظرية ومواقف تطبيقية، المكتبة الجامعية الازاريطة، 2000، ص239.
- 24- الطائي حميد، بشير العلاق، اساسيات الاتصال نماذج ومهارات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص104
- 25- طلعت إبراهيم لطفي، مدخل الى علم الاجتماع، مكتبة غريب، القاهرة، 1993، ص69.
- 26- طلعت منال، مدخل الى علم الاتصال، جامعة الإسكندرية، 2001، ص43.
- 27- عامر يسرى، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، دار المدينة المنورة، الرياض، 1986، ص24.

- 28- عبد الباقي صلاح الدين محمد، السلوك الإنساني في المنظمات، الدار الجامعية، القاهرة 2000، ص274، ص275.
- 29- عبد الرحمان إبراهيم الشاعر، مهارات الاتصال، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص101.
- 30- العبد الله مي، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006، ط1، ص33.
- 31- عطية حسن علي، مهارات الاتصال اللغوي وتعليمها، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص217.
- 32- علي إسماعيل سعد، مهارات الات في ممارسة خدمة الفرد، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، مصر، 2013، ص 18-19
- 33- مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، دار المعارف، ط2، مصر، 1973م.
- 34- مدحت محمد أبو نصر، مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر، 2009، ص171.
- 35- مرجع داخلي، دليل الشرطة في الإعلام والعلاقات العامة، 2015 (غير منشور)، ص 04
- 36- مصباح عامر، الاقناع الاجتماعي، خلفيتها نظرية والياتها العلمية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ط2، ص25.
- 37- منصور هالة، الاتصال الفعال مفاهيمه واساليبه ومهاراته، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ص303-304.
- 38- مهارات الاتصال، الجامعة العربية السعودية، عمادة السنة التحضيرية، ط1، 2012.
- 39- موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبه، الجزائر، 2004-2006، ص106
- 40- نائل حافظ، العوامل، 1995، ص130.
- 41- نصيف فهمي منقريوس، فن الخطابة، المكتب الجامعي الحديث، 2017، ص126.
- 42- الهاشمي عبد الرحمان، فائز العزاوي، تدريس مهارة الاستماع من منظور واقعي، عمان، الأردن، 2005، ص32.

المذكرات:

- 1- بارة فتيحة، بوخاري سامية، تحديات ورهانات المنصات الرقمية لمؤسسة التعليم العالي (دراسة حالة، منصة Moodle)، مجلة الدراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة الجزائر، العدد 2، المجلد 05، 2022، ص22
- 2- بلحاجي وهيبية، الاتصال المؤسسي وعلاقته بتفعيل عملية التشريع، حالة المجلس الشعبي الوطني، دراسة وصفية استطلاعية، 2000-2002، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، الجزائر، ص40.
- 3- بن عودة موسى، الاتصال المؤسسي ودوره في تحسين الخدمة العمومية (دراسة ميدانية في المؤسسة العمومية الاستشفائية للأمراض العقلية لولاية تيارت)، شهادة ماستر، قسم اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2019-2020، ص19، ص20.
- 4- بومشعل يوسف، فعالية الاتصال المؤسسي في التعريف بهوية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (مؤسسة حابيلي نموذجاً)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2018-2019، ص56
- 5- حسين حموشة، بوزكري جيلالي، التسويق الرقمي في ظل بيانات منصات التواصل الاجتماعي، الملتقى الوطني الدولي الافتراضي للبيانات الضخمة والاقتصاد الرقمي كألية لتحقيق الإقلاع الاقتصادي في الدول النامية الفرص والتحديات والافاق، جامعة تيسمسيلت، 2022، ص38.
- 6- حومر رميساء، أثر تطور تصميم المحتوى الرقمي عبر المنصات الرقمية، مذكرة لنيل ماستر تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، الجزائر، 2022، ص 58-59.
- 7- دريوش احمد، دعائم الاعلام الأمني للمديرية العامة للأمن الوطني، اتصال استراتيجي والامن الوطني، المرسلة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام، الجزائر، 2018، ص80
- 8- رماش صبرينة، الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008-2009، ص138-139.
- 9- زريبي سوسن، مخالفة أحلام، عقون عرجونة، دور المنصات الرقمية التعليمية في تطوير العمل الصحفي، مذكرة نيل شهادة الماستر، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة 8 ماي 1945 قالمه، 2017، ص88

- 10- عزوز احمد، **الاتصال ومهاراته**، مدخل الى تقنيات فن التبليغ والحوار والكتابة، منشورات مختبر اللغة العربية والاتصال، جامعة احمد بن بلة 01، وهران، 2016، ص32.
- 11- علوان حميد، **فعالية التخطيط الاستراتيجي في المؤسسة العمومية الاقتصادية الجزائرية**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2000، ص71
- 12- قرامز فاطمة الزهراء، **الاستراتيجية المالية للمؤسسات العمومية الاقتصادية**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص22
- 13- منصور حنان، **الاتصال المؤسسي كرافد لتحسين صورة المؤسسة**، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام، الجزائر، ص3،

المجلات:

- 1- حرمة وفاء، سيف الدين تلي، **واقع المنصات الرقمية للتجارة الالكترونية منصة امازون الرقمية نموذجا**، مجلة المدير اقتصاد المنصات الرقمية، جامعة تمراست، العدد 04، المجلد 09، 2022، ص44-45.
- 2- سويدي سيف، **صناعة المنصات الرقمية**، منصة اريد للنشر والتوزيع، ط1، ماليزيا، 2020، ص13.
- 3- صفد حسام حمودي، **اهتمامات المنصات الرقمية بقضايا الشباب العراقي**، مجلة الفنون والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بغداد-العراق، العدد 59، 2020، ص220.
- 4- عبد الشافي احمد سيد رحاب، **فعالية برنامج مقترح لتنمية المهارات الاملائية اللازمة لتلاميذ الحلقة الثانية من التعليم الأساسي لدى طلاب كلية التربية (قسم اللغة العربية)**، المجلة التربوية كلية التربية بسوهاج، جامعة جنوب الوادي، العدد الثاني عشر، الجزء الأول، مصر، يناير، 1997، ص213.

باللغة الأجنبية:

- 1- Bunyamun ayhan, **DIGITALIZATION AND SOCIETY ?** international erverlag der wissznschaften, Bruxelles, 2017, p9.
- 2- C.B.M. Van riel, **Principles of corporate communication**, 1st Edition, British library, 1995, p24.

- 3- CH.Baylan et Pligout , **Lacommunication, Natau**, France,1991,p20.
- 4- Dominique Beau, Sylvain Daudel, **Sratégie d'entreprise et communication**, Dunod, 1992, p54
- 5- Joan carlos goncalves dos reis, **DIGITALIZATIONS** : Aliterature, review and research agenda, march2020.
- 6- Joep CORNELISSEN: **CORPORATE COMMUNICATION**, a guide to theory and practice, 3rd edition, SAGE, 2011, p21.
- 7- Mcluhan Marshall, **Understanding Media : The Extensions of man**, MIT Press,1964
- 8- Olivia dalichau, **WHAT IS DIGITALIZATION ?Opportunities and challenges in EAST-AFRICA**, Rwnda2020, p5.
- 9- Thjis.L.Brozkuizen, **DIGITAL PLATFORM OPENNESS: drivers, dimensions and outcomes**, journal of business research, 2019, p3.

المواقع الالكترونية:

- 1- Siemens ingennity for life, **the role of platforms for digitalisation of European industry**, p4 , Available at:

https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/2016_12_07_digitalplatforms_siemens_position.pdf
[.date?fbclid=IwAR37wt86ez1tQNkQv1r45WktHNqceQBwB1IhsFT8-R02Fz7rxqrKnI8ggYs](http://formus.2dab.org/showthread.php?t=13555)

- 2- العرقوب ابراهيم : <http://formus.2dab.org/showthread.php?t=13555>, 10-02-2024, 2300 سا

فهرس الجداول والاشكال

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
68	البيانات المتعلقة بوصف الصفحة الرسمية للأمن الوطني	01
70	المعلومات الموجودة على صفحة الفيسبوك الخاصة بالأمن الوطني	02
71	المنشورات التي تمت مشاركتها في الصفحة الرسمية ليوم 5 فيفري	03
72	المنشورات التي تمت مشاركتها في الصفحة الرسمية ليوم 10 فيفري	04
72	المنشورات التي تمت مشاركتها في الصفحة الرسمية ليوم 15 فيفري	05
73	المنشورات التي تمت مشاركتها في الصفحة الرسمية ليوم 20 فيفري	06
74	المنشورات التي تمت مشاركتها في الصفحة الرسمية ليوم 25 فيفري	07
74	المنشورات التي تمت مشاركتها في الصفحة الرسمية ليوم 29 فيفري	08
75	يمثل النسب المئوية لأشكال المحتوى المنشور	09
77	التفاعل مع المنشورات المنشورة على صفحة الفيسبوك الرسمية للأمن الوطني خلال شهر فيفري 2024.	10
78	يوضح نسبة المواضيع المنشورة	11

قائمة الاشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
52	صورة لشعار المديرية العامة للأمن الوطني	01
56	لقطة شاشة لصفحة الفيسبوك	02
57	لقطة شاشة على الصفحة الأساسية لموقع المديرية العامة للأمن الوطني	03
57	لقطة شاشة لصفحة الامن الوطني الرسمية على تويتر	04
58	لقطة شاشة لقناة الواتساب الخاصة بالمديرية العامة للأمن الوطني	05
59	غلاف المجلة الخاصة بالأمن الوطني "الطبعة الأخيرة"	06
66	واجهة الصفحة الرسمية للفيسبوك الخاصة بالأمن الوطني	07
69	لقطة شاشة على صفحة الفيسبوك الرسمية للأمن الوطني	08
76	دائرة نسبية توضح النسب المئوية لاشكال المحتوى عبر صفحة الفيسبوك	09
77	رسم بياني يمثل التفاعل الشامل للمتابعين مع محتويات المنشورات المنشورة على صفحة الفيسبوك الخاصة بالأمن الوطني	10
79	دائرة نسبية توضح نسبة تكرار المواضيع المنتشرة	11

فهرس المحتويات

الفهرس

رقم الصفحة	المحتويات
ج	شكر
د	اهداء
هـ	ملخص
و	خطة البحث
01	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
04	إشكالية الدراسة
05	تساؤلات الدراسة
05	الفرضيات
06	المفاهيم
10	أسباب اختيار الموضوع
10	أهمية الدراسة
11	اهداف الدراسة
11	منهج الدراسة
12	مجتمع البحث
12	عينة الدراسة
13	ادوات الدراسة
14	نظرية الدراسة
15	الدراسات السابقة
الفصل الثاني: مهارات الاتصال المؤسستي	
20	تمهيد
21	ماهية الاتصال المؤسستي
21	مفهوم الاتصال وعناصر العملية الاتصالية
24	استراتيجية الاتصال المؤسستي
27	أهمية واهداف الاتصال المؤسستي
29	شروط فعالية الاتصال المؤسستي
31	ماهية مهارة الاتصال
31	تمهيد
32	تعريف المهارة
32	مفهوم مهارة الاتصال
33	مكونات المهارة

33	خصائص المهارة
34	أنواع مهارات الاتصال
41	مدخل الى المنصات الرقمية
41	تمهيد
42	تعريف ونشأة المنصات الرقمية
44	خصائص المنصات الرقمية
45	أهمية المنصات الرقمية في العصر الحالي
46	أنواع المنصات الرقمية
48	ابعاد المنصات الرقمية
الفصل الثالث: الجانب التطبيقي	
50	تمهيد
51	تقديم نبذة تاريخية عن المديرية العامة للأمن الوطني
62	عرض وتحليل البيانات الخاصة بالملاحظة
66	تحليل محتوى الصفحة الرسمية للأمن الوطني على الفيسبوك
80	نتائج الدراسة
82	خاتمة
84	النصائح والتوصيات
86	المصادر والمراجع
93	فهرس الجداول والاشكال
97	فهرس المحتويات
99	الملاحق

الملاحق

المقابلة:

نتائج أداة المقابلة مع السيد دريوش سيد احمد:

السيد دريوش سيد احمد هو إطار تابع لخلية الاتصال والصحافة في مكتب الاتصال الرقمي، حاولنا معرفة المزيد من المعلومات عنه لكنه جاوب بكل شفافية انه لا يجب عليهم الادلاء بمعلوماتهم الشخصية وفضل التحفظ بالمعلومات.

السؤال الأول: هل هناك تقييم دوري لنتائج استخدامكم لوسائل التواصل الاجتماعي داخل الشرطة؟

الجواب:

لا يوجد تقييم دوري او تتبع دوري لصفحات التواصل الاجتماعي، اما من ناحية المتابعين فهم في تزايد وتطور مستمر أي لا يوجد نقص حيث ان في سنة 2013 كانت صفحتنا على الفيس بوك لا تملك ولا متابع مقارنة في عام 2024 وصلنا حتى 1.5 مليون متابع وهذا بدون سبونسور وبمحتوى إيجابي يفيد المجتمع.

التعليق:

من خلال الإجابة يتضح انهم لا يولون اهتمام كبير لوسائل التواصل الاجتماعي فهم لا يملكون فريق خاص بتتبع المواقع او تقييمها وما لاحظت أيضا ان السيد دريوش سيد احمد كان راضٍ جدا عن هذا التقييم الخاص بصفحتهم.

السؤال الثاني: ما هو نوع المحتوى او المواضيع التي تتلقى تفاعل أكبر على صفحاتكم بالترتيب؟

الجواب:

كل ما يتعلق بالتوظيف يستقطب العديد من المهتمين حيث تكون سرعة في التفاعل مقارنة بالمواضيع الأخرى ثم تأتي النشاطات او الاحداث مثل " زيارات، تدشينات .."
ثم كل ما يتعلق بالجريمة وأخيرا التوعية والتحسين بالإضافة الى النشاطات والمنشورات.

التعليق:

تبدو الإجابة شاملة وتغطي مجموعة متنوعة من المحتوى الذي يمكن ان يتفاعل معه الجمهور بشكل إيجابي وكبير، أي انهم يركزون على تقديم محتوى يمكن ان يساعد المواطن في حياته وهذا ما يعزز ويقوي العلاقة بين الشرطة والمواطنين.

السؤال الثالث: كيفية متابعة ومراقبة الردود والتعليقات الواردة على منصات التواصل الاجتماعي؟

الجواب:

نقوم بتحديد المنشورات ومتابعتها يوميا بشكل دوري.

توجد نسبة كبيرة من التعليقات الإيجابية مثلا 200 تعليق في منشور ما ويوجد فيه 20 تافهة ولا تأخذ بعين الاعتبار او كلام غير لائق (يتم حجبهم)

التعليق:

كانت الإجابة واضحة حيث وضح لنا سيرورة القوانين على مستوى المديرية العامة للشرطة حيث ذكر لنا المواد المتعلقة بالحكومات السابق ذكرها.

السؤال الرابع: هل هناك سياسات او إجراءات محددة للتفاعل مع المحتوى السلبي او الشكاوى التي تصل عبر الوسائط الرقمية؟

الجواب:

كل من يقذف بتعليق في الصفحات الخاصة بنا يتعرض لمتابعة قضائية وتسحب منه الأداة ويمكن ان يؤدي به الى السجن.

واي تعليق يحتوي على اعتراف بالجريمة يرسل الى الهيئات المختصة للتعامل معه وفق القانون.

التعليق:

إجابة السيد دريوش سيد احمد كانت شفافة وواضحة جدا حيث حاول ان ياكّد لي مدى صرامتهم وتطبيقه للقانون حتى في مواقع التواصل الاجتماعي.

السؤال الخامس: كيف تقيمون مدى فعالية استخدام منصات التواصل الاجتماعي للتواصل مع المواطنين؟ وهل هناك امثلة على حالات نجاح او تفاعل إيجابي؟

الجواب:

علقت فتاة على احدى منشوراتنا في صحة الفيسبوك انها تريد التقدم الى مديريتنا بغرض إقامة تربص علما انها تدرس في قسم علوم الاعلام والاتصال، قمنا بمراسلتها عبر الفيسبوك وتحديد موعد واستقبالها في المديرية العامة للشرطة وكانت هذه المبادرة بالنسبة لها اعجوبة حيث اندهشت عند ردنا لها وكانت جد ممتنة.

نحن نسعى دائما لإنشاء رابط قوي بيننا وبين المواطن.

التعليق:

بالنسبة للجزء الأول من السؤال لم يقم بإجابة مقنعة او واضحة بما فيه الكفاية حيث انتقل مباشرة الى الجزء الثاني وأجاب بكل ثقة ماكدنا لي مدى أهمية الواصل مع المواطن.

السؤال السادس: هل ترون ان التواصل مع الجمهور عبر الرقمية زاد من نسبة ثقة المجتمع تجاه الشرطة؟ وكيف قمتم بقياس ذلك؟

الجواب:

نعم هناك زيادة في ثقة المواطن بنا وهذا راجع الى التفاعل المستمر والايجابي بالإضافة الى الرسائل العديدة التي نتلقاها من مختلف المنصات الرقمية ومعظم الرسائل تكون بهوية المرسل طالبا ما اخفائها وهذا يؤكد تزايد الثقة.

التعليق:

اجابته مصحوبة بأسباب التي تساعد في اقتناعنا بتزايد الثقة بينهم وبين المواطنين، لاحظت ان اجابته تحتوي على شفافية وثقة كبيرة في نظراته واعطائهم أهمية للتواصل مع المجتمع بشكل مباشر.

السؤال السابع: هل تتبعون استراتيجيات محددة لزيادة التفاعل مع الجمهور عبر الوسائط الرقمية، مثل حملات التوعية او الفعاليات الرقمية؟

الجواب:

الهدف ليس زيادة التفاعل في الصفحة وانما تعميم الفائدة على المواطنين فقبل لم نكن نأخذ بعين الاعتبار التفاعل مع الجمهور حتى المواطن لم يكن يملك ثقافة التفاعل والتواصل مع الشرطة عبر المنصات الرقمية.

اما بالنسبة الى المنشورات فهي عبارة عن تشجيع المواطن وتوعيته بالإضافة الى الحفاظ على صورة المؤسسة والاستعمال الأمثل للوسائل مع خدمة المواطن.

التعليق:

أكد السيد دريوش سيد احمد بعدم اهتمامهم بزيادة التفاعل وانهما بتعميم الفائدة هذا شيء جيد لكنهم تجاهلوا تماما الجانب الرقم الذي يلعب دورا هاما وكبيراً في وقتنا الحالي.

السؤال الثامن: هل هناك مواكبة من قبلكم تجاه التطورات الحاصلة في وسائل التواصل الرقمية كاستخدام منصات رقمية جديدة وتبني طريق عرض محتوى حديثة والتي من شأنها ان تستهدف أكبر شريحة ممكنة؟

الجواب:

نعم بالتأكيد، تم فتح كل من:

صفحة الفيس بوك في 2013.

صفحة الانستغرام في 2021.

صفحة يوتيوب 2021.

انشاء موقع خاص في 2006 و اخر طبعة له بعد التحديث في 2023 مع إضافة اللغة الإنجليزية وتبسيطه.

انشاء تطبيق allo police في 2016 وتم تحديثه في 2022.

وتم إطلاق في يوم حرية الصحافة 3 ماي 2024 قناة رسمية عبر تطبيق الواتساب.

وهناك أيضا حصة "الشرطة ترافقكم" تبث في اثير القناة الأولى مرة في 15 يوما يوم الخميس.