

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE 08 MAI 1945 GUELMA
FACULTE DE SCIENCE HUMAINES ET SOCIALES



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة 08 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية

Département de science Humaines

M(070.116
A21139
12/39

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر

بعنوان:

إستراتيجيات تسيير و مراقبة الهوية الرقمية للمنظمات

دراسة ميدانية لجامعة 08 ماي 1945

تخصص: تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و المجتمع

الأستاذة المشرفة:

بن زرارة أمينة

من انجاز:

- شويعل هبة

- تورايش سمية

- فيصلي نور إيمان

السنة الجامعية: 2012/2011

12/39
12/39
12/39

شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

« وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون »

والحمد لله وحده حمداً كثيراً أن أنعم علينا ويسر لنا إنجاز هذا العمل المتواضع من غير حول منا ولا قوة،
واعترافاً بالفضل لأهله وعملا بقوله تعالى :

« وإن شكرتم لأزيدنكم » صدق الله العظيم

نتقدم بجزيل الشكر وفائق الإحترام والتقدير إلى كل من ساهم وكان عوناً لنا في إنجاز هذا البحث ونخص
بالشكر الأستاذة المشرفة: « بن زرارة أمينة » والتي لم تبخل علينا ووجهتنا بنصائحها القيمة .

كما نوجه شكرنا للأستاذ الطيب « شابونية عمر » الذي أمدنا بيد العون، ولم يبخل علينا بجهده ووقته
فجزاه الله خيراً.

كما نشكر الوالدين الكريمين الذين وفرنا لنا الدعم المعنوي قبل المادي وكان لهما الفضل في وصولنا إلى
هذه الدرجة من العلم.

كما نتقدم بخالص شكرنا إلى جميع أساتذتنا في قسم الإعلام و الإتصال والقائمين عليه.

ولا ننسى شكر كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد ولو بكلمة طيبة في سبيل إنجاز هذه المذكرة.

هبة / سمية / نور إيمان

إهداء

إلى والدي الغاليين

إلى أخي و زوجي الأعزاء

إلى كل من دعمني في طلب العلم

....أهدي هذا العمل

هبة

إهداء

إلى والدي الغاليين

إلى عائلتي العزيزة

إلى كل من دعمني في طلب العلم

....أهدي هذا العمل

سمية

إهداء

إلى والدي الغاليين

إلى عائلتي العزيزة

إلى كل من دعمني في طلب العلم

....أهدي هذا العمل

نور

الملخص:

قبل فترة من الزمن كانت التجارة مقتصرة على اللقاء بين البائع و المشتري أما حالياً و مع التطور التقني السريع أصبحت المعاملات الإلكترونية أسهل بكثير، وذلك عن طريق الأنترنت الذي تخطى البعد المكاني بين البائع و المشتري مثل: التجارة الإلكترونية، و التسوق عبر الأنترنت و غيرها وعلى الرغم من الفائدة العظيمة التي وفرها الأنترنت للمنظمات، إلا أنه يخلق عدة إشكاليات حول ما يعرف بـ " الهوية الرقمية " .

الهوية الرقمية هي عبارة عن مجموعة من البيانات التي تعرف بهيئة أو تنظيم، و من أهم الوظائف الأساسية التي تقوم بها المؤسسة حالياً، كما أصبحت سلاحاً إستراتيجياً لأي مواجهة بين المنظمة و محيطها (جمهورها).



في الوقت الراهن يتحتم على المنظمة الإصغاء لمحيطها باستمرار لإستغلال الفرص و تحقيق التميز أو على الأقل الحفاظ على بقائها و تجنب التهديدات التي تمثلها بيئة الأنترنت.

فيتوجب على المنظمة إعداد إستراتيجية تسيير و مراقبة تواجدتها الرقمي بالشكل الذي يمكنها من تحقيق كل متطلباتها، فنجاح هذه الإستراتيجية يتوقف إلى حد كبير على مدى قدرة المنظمة على

توفير المعلومات الجيدة عن بيئتها و طريقة إستغلالها و أمنها و حمايتها.

و كنتيجة عامة نرى بأن التواجد الرقمي أصبح ظاهرة واسعة الإنتشار بين المنظمات و المجتمع ككل

حتى أنه دخل ضمن التخطيط المنظماتي إذ يؤثر كل هذا على إستمرارية التنظيم، و تحسين العلاقات

الداخلية و الخارجية، و الحفاظ على هوية رقمية جيدة.

Résumé

Avant une période de temp, le commerce a été limité a la réunion (rencontre)

Entre le vendeur et l'acheteur, et avec la rapidité de developpement technique

Les transactions électroniques deviennent beaucoup plus facile, et cela d'après

L'internet qui a dépassé la demension spatiale entre le vendeur et l'acheteur

Comme : le commerce électronique, l'achat en ligne, et d'autre..

L'idententité numérique est un ensemble (une collection) de données qui

Définit un organisme ou une organisation, et l'une des fonctions les plus

Importantes de l'organisation, elle est également devenue une arme stratégique contre toute confrontation entre l'organisation et son environnement

Cette réalité oblige l'organisation a bien veiller sur cet environnement et a bien

Exploiter les opportunités pour pouvoir réaliser un avantage concurrentiel ou du

Moins se maintenir et éviter les menaces.

En effet, la mise en place de la stratégie de gestion et de contrôle de la

Présence sur le web, est devenue nécessaire pour atteindre ces exigences

La réussite de la stratégie est liée, dans certaines mesures, a la capacité

De l'organisation de trouver de bonnes informations, et a leur sécurité,

Protection et exploitation efficace.

On résulte que « la présence sur le web » est devenue un phénomène, alors

Elle a conclu dans la planification organisationnelles, tout cela effecte sur

La conduite de l'organisation et améliore les relations internes et externes, et

Préserver une bonne identité numérique.

قائمة الجداول:

| رقم الجدول | عنوان الجدول | الصفحة |
|------------|--------------------------------------------------------------------|--------|
| 01 | آراء الطلبة حول تواجد الجامعة الرقمي | 81 |
| 02 | إنطباعات الأساتذة الإيجابية حول الموقع الإلكتروني | 83 |
| 03 | إنطباعات الأساتذة السلبية حول الموقع الإلكتروني | 84 |
| 04 | ردود الجامعة عن ما ينشر و ما يقال عنها من قبل فئة الطلبة | 88 |
| 05 | ردود الجامعة عن ما ينشر و ما يقال عنها من قبل فئة الأساتذة | 89 |
| 06 | ردود الجامعة عن ما ينشر و ما يقال عنها من قبل فئة مستخدمي الأنترنت | 90 |
| 07 | ما ينشر و ما يقال عن الجامعة في الويب من قبل فئة الأساتذة | 91 |
| 08 | ما ينشر و ما يقال عن الجامعة في الويب من قبل فئة مستخدمي الأنترنت | 92 |
| 09 | ما ينشر و ما يقال عن الجامعة في الويب من قبل فئة الطلبة | 94 |

فهرس المواد

| الصفحة | |
|--------|-----------------------------------------------------|
| 01 | المخلص |
| 05 | قائمة الجداول |
| 06 | فهرس المواد |
| 08 | مقدمة |
| 10 | الإشكالية |
| 13 | أهداف الدراسة |
| 13 | أسباب إختيار الموضوع |
| 14 | أهمية الدراسة |
| 15 | المقاربات النظرية |
| 17 | الدراسات السابقة |
| 21 | المخطط العام للدراسة |
| 22 | القسم النظري للدراسة |
| 22 | الفصل الأول: الهوية الرقمية للمنظمة |
| 22 | 1. المنظمة و التواجد على الويب |
| 22 | 1.1 إستخدامات المنظمة للأترنت |
| 30 | 2.1 أشكال تواجد المنظمة على الويب |
| 36 | 2. تواجد المنظمة على الويب و إشكالية الهوية الرقمية |
| 36 | 1.2 مفهوم الهوية الرقمية و المفاهيم المرتبطة بها |
| 38 | 2.2 رهانات الهوية الرقمية للمنظمة |

| | |
|-----|----------------------------------------------------------------|
| 43 | الفصل الثاني: إستراتيجية تسيير و مراقبة الهوية الرقمية للمنظمة |
| 43 | 1. بناء الهوية الرقمية للمنظمة |
| 43 | 1.1 علاقة المؤسسة بمحيطها |
| 47 | 2.1 أدوات بناء الهوية الرقمية للمنظمة |
| 60 | 2. آليات مراقبة و توثيق و حماية الهوية الرقمية للمنظمة |
| 60 | 1.2 تقنيات ووسائل حماية الهوية الرقمية |
| 63 | 2.2 أدوات |
| 68 | القسم التطبيقي للدراسة |
| 68 | الفصل الأول: المنهجية الإجرائية للدراسة |
| 68 | 1. المنهج العلمي المستخدم |
| 69 | 2. مجتمع البحث |
| 70 | 3. الإطار المكاني و الزمني للدراسة |
| 71 | 4. عينة البحث |
| 75 | 5. أدوات جمع البيانات |
| 79 | الفصل الثاني: تحليل البيانات و عرض النتائج |
| 79 | 1. تحليل البيانات |
| 96 | 2. النتائج العامة |
| 98 | الإقتراحات و التوصيات |
| 100 | الخاتمة |
| 102 | قائمة المراجع |
| 106 | الملاحق |

المقدمة:

شهد العقد الماضي ثورة كبيرة في مجال وسائل الإتصال جعلت من العالم قرية كونية صغيرة، كما تميز

بتحولات جذرية مست مختلف المجالات و الأصعدة السياسية، الإقتصادية و الإجتماعية، فتطورت

الحاسبات، و شبكات الهاتف، و شبكات المعلومات و ظهرت تكنولوجيا الوسائط المتعددة و تكنولوجيا

الإتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة، في هذا الإطار برزت وسائل إتصالية حديثة و عالمية متطورة

فلم أبرز مظاهر هذا الإنفجار في عالم وسائل الإتصال هو تطور الأنترنت و الثورة التي أحدثتها لدى

عالم المنظمات.

وهذا ما أوجب على مختلف المنظمات أن تعمل على تطوير نفسها لتتماشى و التطورات المختلفة، في

حين تلعب الأنترنت دورا كبيرا في تحسين وظائف و علاقات المنظمة، حيث أصبحنا نتحدث عن تواجد

المنظمات الرقمي و الذي من تداعياته ما يعرف بالهوية الرقمية، كل هذا يتم في عالم مفتوح يقدم

مجموعة

من الإمتيازات التي تحتاجها أي منظمة في عصرنا الحالي، لتتزايد الإهتمامات بدخول التنظيمات إلى عالم

الأنترنت، وهذا ما أثار ضرورة الإهتمام بطرق تسيير المنظمات لتواجدها على الويب و مراقبتها له مما

يجعل المنظمة تواجه العديد من التحديات و لعل أهمها هو قدرتها على كسب رهان التحكم بتواجدها على

الويب أو ما يعرف بـ " الهوية الرقمية " أو أن تفشل في تحقيق ذلك و تقع في فخ سوء السمعة الرقمية

و إنعكاساتها الحقيقية.

و تكمن أهمية إهتمام التنظيمات بهويتها الرقمية و حمايتها، في سعيها لتطوير سمعة طيبة لدى جمهورها

" الداخلي و الخارجي " و الحرص على التحصل على صورة رقمية حسنة و هو موضوع دراستنا إذ

قسمنا

هذه الأخيرة كالآتي:

على قسمين قسم نظري و قسم تطبيقي حيث قسمنا القسم الأول لفصلين:

الفصل الأول : فقد خصصناه لتواجد المنظمات على الويب و أشكال تواجدها الرقمي، إضافة إلى

إستخدامات الأنترنت من قبل المنظمات وبعض الإشكاليات الناجمة عن هذا التواجد من أهمها الهوية

الرقمية و بعض الرهانات الأخرى مثل (السمعة و الصورة الرقمتين).

أما الفصل الثاني: فتناولنا فيه إستراتيجيات تسيير و مراقبة و توثيق الهوية الرقمية للمنظمات شرحنا فيه

أدوات بناء الهوية الرقمية و وسائل توثيقها و حمايتها.

في حين خصصنا القسم التطبيقي لفصلين الأول فيه المنهجية الإجرائية للدراسة في حين الفصل الثاني

تناولنا فيه تحليل البيانات والنتائج.

الإشكالية :

يعيش المجتمع البشري اليوم في عصر ثورة المعلومات القائمة على الاستخدام المتطور لتكنولوجيات

المعلومات ونظم الاتصالات الحديثة عبر الأقمار الصناعية، و الأنترنت...الخ¹

وقد عرفت المنظمات -إنعكاسا لهذه المعطيات الجديدة- تغييرا جذريا على مستوى وظائفها و

علاقتها وهيكلها و أصبحنا نتحدث عن تواجد المنظمات إفتراضيا، و ذلك ناتج عن ثورة نوعية في

إستخدام المنظمات للأنترنت مما إنبثق عنه مفاهيم تنظيمية و تسويقية جديدة مثل: التسويق الإلكتروني

السوق الافتراضي، التجارة الإلكترونية .

وفي مقابل إنعكاساتها الإيجابية، فقد طرحت هذه المفاهيم العديد من الإشكاليات فيما يخص تواجد

المنظمات على الويب أهمها إشكالية الهوية الرقمية للمنظمة، و هذا ماأثار ضرورة الإهتمام بطرق تسيير

المنظمات في بيئة الأنترنت هذه الاخيرة تعرض المؤسسات إلى العديد من التحديات و لحل أهمها هو قدرتها

على كسب رهان التحكم بتواجدها على الويب أو ما يعرف بالهوية الرقمية، أو أن تفشل في تحقيق ذلك وتقع

في فخ سوء التحكم و التسيير لهويتها الرقمية لتجد نفسها مقابل العديد من الإشكاليات التي طرحها هذا

المفهوم و من أخطرها إنتحال الهوية الرقمية للمنظمة، و السمعة الإلكترونية السيئة الناتجة عن الإستعمالات

غير اللائقة لصورتها (صورة المنظمة) هذه الأخيرة التي تتأسس على إثر الإدراكات

التي تعكسها هوية المنظمة، إضافة إلى ذلك يجب أن ينظر إلى كل من هوية و صورة المنظمة بترباط

¹رمزي أحمد عبد الحي ، نحو مجتمع إلكتروني، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، ط1، 2006

وثيق.

فقد نلمح من خلال هذه الرؤية، وجود ترابط وتداخل بين مفهومي صورة وهوية المنظمة و ذلك لعدم

إمكانية وجودهما بصفة مستقلة، فمن الملاحظ أن صورة المنظمة هي ما يشعر به الأفراد إتجاه المنظمة في

معين أن هوية المنظمة هي ما تقوم به المؤسسة لخلق هذا الشعور.

يصف "Van riel c" في إحدى الكتب، صورة المنظمة بالـ"جغرافية" التي تكون لدى الجمهور عن

منظمة ما، بينما يقر بأن هوية المنظمة تشير إلى المجموع الكلي لمختلف الأشكال التعبيرية التي

تستخدمها المنظمة لتقديم نظرة واضحة عن طبيعتها.¹

حيث أكدت دراسة فرنسية سنة 2005 أن إدارة الهوية الرقمية يمكن أن نطلق عليها السمعة الرقمية

كما أنها اليوم تعد قضية رئيسية و تحدي رئيسي بالنسبة للمنظمة مهما يكن قطاع خدماتها.²

ويستمد هذا الطرح أهمية في ضرورة إنفتاح المنظمة على عالمها الخارجي من خلال بناء إستراتيجية

إتصال فعالة، و تقديم معلومات عن أنشطتها للجمهور و أن نحصل منه على معلومات عن حاجاته،

رغباته، إهتماماته، و ردود أفعاله، و كل هذا يتم في عالم مفتوح يقدم مجموعة من الإمتيازات التي

تحتاجها أي منظمة في وقتنا الحالي لتتزايد الإهتمامات بدخول التنظيمات نحو مجتمع الأنترنت.

¹ محمد محمد الهادي، تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها، دار الشروق، القاهرة، 1989، ص 19

² Warren. B, E- réputation et identité numérique des organisationgfi , avril, 2005, P 06

إذن فتواجد المنظمات على الويب أثار إشكالية الهوية الرقمية، مما يستوجب ضرورة اعتمادها على

إستراتيجية فعالة لتسيير و مراقبة هذه الهوية.

وعليه نطرح التساؤل الرئيسي:

س: ما هي إستراتيجية المنظمة لتسيير و مراقبة هويتها الرقمية؟

التساؤلات الفرعية:

س1: ماهي أشكال تواجيد و تواصل المنظمة مع محيطها على الويب؟

س2: ماهي أهم الرهانات التي تواجه الهوية الرقمية للمنظمة؟

س3: ماهي اليات تسيير و مراقبة و توثيق الهوية الرقمية للمنظمة؟

أهداف الدراسة:

و تكمن أهداف دراستنا في مايلي:

الكشف عن التداعيات الإيجابية و السلبية لتواجد المنظمات على الويب.

إستجلاء و توضيح الرؤى تجاه موضوع الهوية الرقمية و بعض المصطلحات الشائعة و المتداولة

حولها كالسمعة الرقمية، الصورة الرقمية، و اليقظة الرقمية.

الإشارة إلى الوضع الحالي و تقديم تصور حوله. وكيف أثرت تكنولوجيا الإعلام و الإتصال من

حولنا و علينا.

أسباب إختيار الموضوع:

إن المقصود من تبيان أسباب إختيار الموضوع هو القصد الذي جعلنا نختار هذا الموضوع دون آخر،

و ذلك لما يحمله من سلوكات و نشاطات يومية في حياتنا بإعتبارها أحد أطراف هذه المعادلة فهي تحمل

معاني تتصل بشخصيتنا بشكل خاص و المجتمع بشكل عام.

ولعل أهم الأسباب لإختيارنا موضوع " إستراتيجيات تسيير و مراقبة الهوية الرقمية للمنظمات" دون

غيره كالتالي :

الميل العلمي و جدية الموضوع على الساحة العلمية ، حيث لاحظنا قلة الدراسات العربية و كذا

الغربية التي تناولت هذا الموضوع.

قلة الدراسات الخاصة بهذا الموضوع رغم ما يشير إليه من أهمية.

حدثة الموضوع و أهميته بالنسبة للمنظمات.

أهمية الدراسة:

أما فيما يخص أهمية الدراسة فهي تكمن فيما يلي:

كونها تتناول مؤسسة من مؤسسات التعليم (الجامعة) التي تعد مصدر للمهارات و الكفاءات.

زيادة كفاءة و فاعلية المؤسسات التعليمية من خلال إستخدام تكنولوجيات الإتصال في كافة وظائفها.

الدور الكبير الذي تلعبه الأنترنت بإعتبارها وسيلة إتصال لها دورهاام في مجال تسيير و مراقبة الهوية

الرقمية للمنظمات .

التمكن من معرفة مختلف الآليات و الإستراتيجيات التي تعتمدھا المنظمات لحماية و مراقبة هويتھا الرقمية .

المقاربات النظرية:

1. التفاعلية الرمزية:

ظهرت النظرية التفاعلية الرمزية في بداية الثلاثينات من القرن العشرين على يد العالم جورج

هربرت سيد تعتبر التفاعلية الرمزية واحدة من الساور الأساسية التي تعتمد عليها النظرية

الاجتماعية، في تحليل الأنساق الاجتماعية. وهي تبدأ بمستوى تحليل الوحدات الصغرى منها

للواحدات الكبرى بمعنى تبدأ بالأفراد وسلوكهم كمدخل لفهم النسق الاجتماعي فأفعال الأفراد تصبح

ثابتة لتشكل بنية من الأدوار؛ ويمكن النظر إلى هذه الأدوار من حيث توقعات البشر بعضهم تجاه

بعض من حيث المعاني والرموز.¹

وهنا يصبح التركيز إما على بُنى الأدوار والأنساق الاجتماعية أو على سلوك الدور و الفعل

والفعل الاجتماعي ومع أنها تُرى البنى الاجتماعية ضمناً، باعتبارها بُنى للأدوار إستناداً إلى حقيقة هي

أن على الفرد أن يستوعب أدوار الآخرين كما ترى النظرية التفاعلية الرمزية أن الحياة الاجتماعية التي

نعيشها حصيلة تفاعلات بين البشر بعضهم ببعض أو بينهم وبين المؤسسات في المجتمع حيث أنها

تتظر لأدوار البشر بعضهم تجاه بعض من خلال المعاني والرموز التي قد تكون ايجابية أو سلبية

وطبيعة هذا الرمز والذي يحدد علاقتنا به اوبهم حيث قد تكون ايجابية اوسلبية اعتمادا على هذا الرمز

¹ د.مهدي محمد القصاص، علم الاجتماع العائلي، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2008، ص 55-59

أو الصورة الذهنية التي كونها عن هذا الرمز أو عن من يتفاعل معهم.¹

إنطلاقاً من هذه النظرية نجد أن الهوية الرقمية هي عبارة عن تفاعل بين مختلف القائمين بالإتصال عبر

الأنترنت عن طريق علامات و إشارات و رموز، حيث تحدد الهوية الرقمية علاقة المؤسسات ببعضهم

و علاقتها بالأفراد الآخرين كالزبائن، العملاء، أو مستخدمي الشبكة بصفة عامة عن طريق تبادل المعاني

و الرموز و التي تشكل في مجموعها مؤشرات عن الهوية الرقمية للتنظيم.

2. البنائية الوظيفية:

إن الحديث عن مفهوم الهوية الرقمية من منظور بنائي يضعنا أمام العديد من المفاهيم الجديدة حيث أن

المنظمات اليوم أصبحت تنشط في بيئة معقدة و مصنوعة.²

تركيبها و تشكلها ينوع من الذكاء، فلم يعد نجاح المنظمة مرتبط بمواردها فقط بل أصبح يرتبط بعلاقاتها³

و تفاعلاتها مع محيطها و الصورة المدركة للمنظمة من قبل جمهورها.

و عليه على المنظمة أن تعمل على بناء صورتها و تكون قادرة على تحديد كل الوضعيات التي من

شأنها مراقبة هويتها.

¹ <http://www.socialar.com/vb/showthread.php/?1> فحصى بتاريخ 11 / 05 / 2012 على الساعة 44 : 23

² د. مي العبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط 1، بيروت لبنان، 2006، صص 174-176.

³ سناء الخولي، العلاقات الأسرية، دار المعرفة الجامعية، صص 351-353

الدراسات السابقة:

أ/ الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى:

رسالة دكتورة تحت عنوان "الهوية الرقمية" لصاحبها مكايل أناس في جامعة سان أتيان فرنسا طرحت هذه

الدراسة من أجل دراسة صيغة تسيير الهوية الرقمية ما بين المنظمات لتقدم إشكالية الثقة التي تقوم بين

المستخدم و التواجد المفتوح للمنظمة على الويب و لما لهذا الأخير من تداعيات على خصوصية

المنظمة.¹

الدراسة الثانية:

دراسة أجريت بمعهد الدراسات العليا للإدارة العمومية بسويسرا تحت عنوان "الهوية الرقمية و التكنولوجيا

"لصاحبها اوليفي غلاسي هذه الدراسة ركزت على التكنولوجيا كعامل أساسي لضرورة تسيير الهوية

الرقمية لتعرض أهم ثلاثة نقاط هي التكنولوجيا , انبيانات , أولويات الهوية لتحقيق فهم جيد لبيئة الهوية

الرقمية و الوصول إلى الطرق الأنسب لتسيير هذه الأخيرة.²

¹ Mikael attes, identités numériques : gestion inter-organisationnelle, université jean Monnet saint

Etienne,janvier 2010

² François fillietaz, un enjeu pour l'enseignement comprendre l'identité numérique, direction des systèmes d'information et service école- Media, janvier 2011.

الدراسة الثالثة:

دراسة فرنسية أجريت من قبل مجموعة من المدونين على موقع جوائز هي عبارة عن مجموعة من المداخلات لتعدد من المدونين حيث قدموا من خلال هذه الدراسة تجاربهم الواقعية مبينان بذلك أهم عناصر الهوية الرقمية موضحين ضرورة العمل على إيجاد حلول تسمح بالاستعمال الأحسن لهذا المفهوم الجديد.¹

الدراسة الرابعة:

أجريت هذه الدراسة في سنة 2003 من طرف " RAISMAN " حول تصميم مواقع الويب في الوسط الجامعي. حيث لاحظ أن معظم الجامعات لديها مواقع ويب سيئة التصميم و رديئة على حسب قوله. و كنتيجة لذلك أوضح الباحث أن المواقع غير حسنة التصميم تعكس صورة هزيلة للمنظمة، و هذا الوضع لا يتناسب مع مؤسسات التعليم العالي في وقت تقلصت به الميزانيات الأكاديمية و تزايدت به المنافسة بين الجامعات.

الدراسة الخامسة:

فقد إقترح ABRAHAMSON في عام 2000 أنه عند تعرض الطلاب المحتملين لموقع ويب مخيب يشرك الطلاب هذه التجربة الافتراضية بالمواقع التنظيمي للمنظمة (الجامعة) و ينسبها حتى إلى النظام

¹ Olivier glassy, l'identité numérique, au-delà la technologie, institut de hautes études en administration publique, 2010.

النوعي للمنظمة و يقر بإمكانية وضع الطالب حدا لهذه المرحلة الافتراضية و لجميع الإستفسارات الممكنة حول الجامعة.

و بالتالي، قد نلاحظ أن هناك توافق كبير بين أهمية وضرورة إستغلال موقع الويب لتعزيز و دعم صورة المنظمة رغم أنها صورة افتراضية تبث عبر عالم افتراضي (Cyberespace).

الدراسة السادسة :

أما في سنة 2006 أكد ALLESSANDRI في دراسته حول الهوية الرقمية للمنظمات أن هذه الأخيرة (الهوية الرقمية) ماهي إلا تمثيل ظاهري للمنظمة. كما شبهها أيضا بالجبل الثلجي و ذلك من خلال تموضعها على مستويين إثنين :

* المستوى الظاهري: والذي يضم كل العناصر المرئية للمنظمة كالإسم، الشعار البياني والخطابي، الألوان وهي العناصر الوحيدة التي يراها و يلمحها الجمهور، نظراً لكونها عناصر مادية و ملموسة.

* الإتصالات الكتابية: هيكل المنظمة وسلوكاتها هذه الأخيرة غير مبينة أو غير ظاهرة للجمهور.

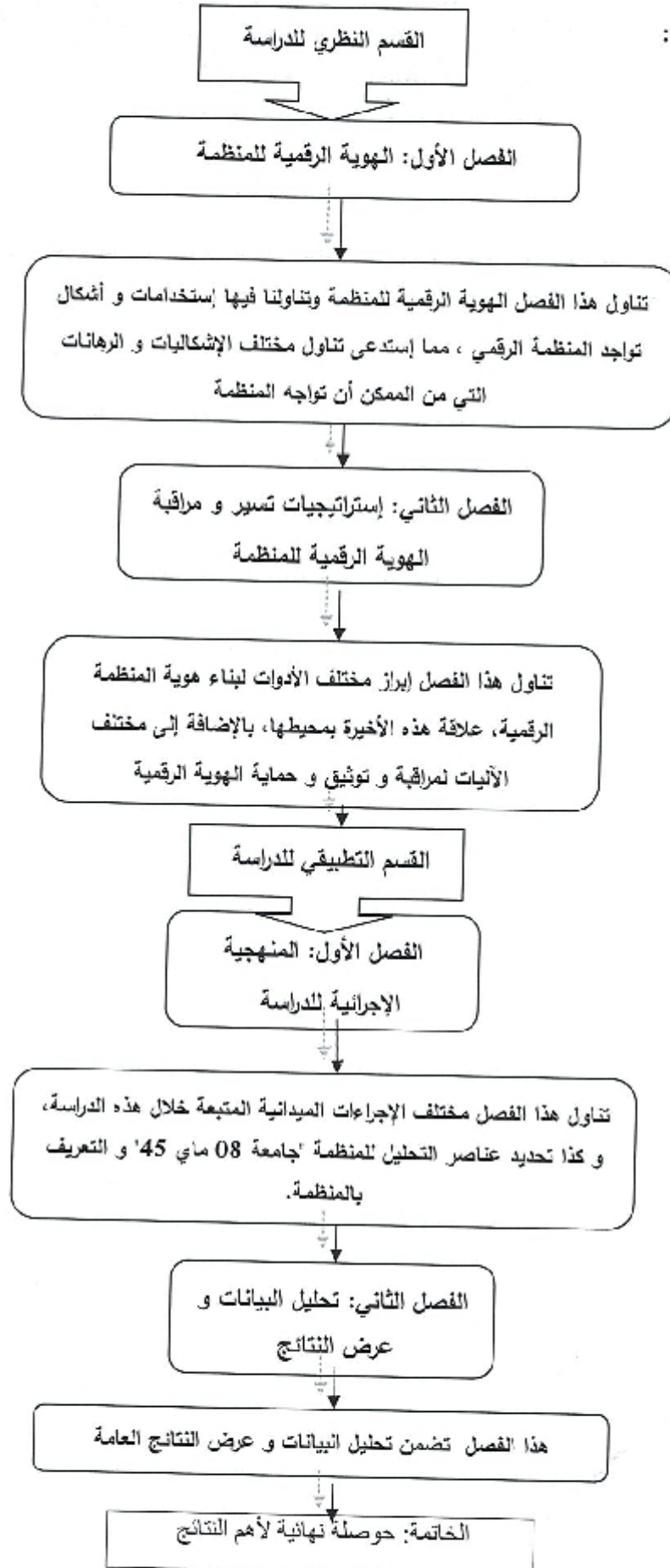
حيث يركز الباحث على ضرورة تماسك هوية المنظمة من خلال إستغلالها لنفس العناصر المرئية، بغية خلق صورة واحدة متوحدة و متجانسة للمنظمة عند إدراكها من طرف الجمهور.

الدراسة السابعة:

و في سنة (Martineau,1958)من الأوائل الذين برهنوا بقوة ضرورة إتخاذ مسألة صورة المنظمة من

طرف المسيرين بصفة جادة، وكان من السابقين الذين إقترحوا نظرة جديدة للمنظماتو بكونها في مواجهة متواصلة مع عدة جماهير (أصحاب المصلحة) بدلا من الرؤية القديمة (أن المؤسسة جمهور واحد).
فمع تطور التكنولوجيات الحديثة للإتصال و إنتشارها الواسع و مع ظهور إستخدام واجهات الويب، أصبح الموقع الإلكتروني أداة إتصالية إضافية لمجال العلاقات العامة للإتصال مع الجماهير المتعددة الذي أصبح حتمية تحت مختصين العلاقات العامة و تلزمهم بإحترافية أكبر في تعاملهم مع هذه الوسيلة¹.

¹ KentMC ,withW , jet taylorM, ID and site web, France 2003



القسم النظري للدراسة

الفصل الأول:

الهوية الرقمية للمنظمة

الفصل الأول : الهوية الرقمية للمنظمة

1. المنظمة و التواجد على الويب

1.1 إستخدامات المنظمة للإنترنت

ينقسم مستخدمو الإنترنت إلى فئتين أساسيتين من الجمهور:

الفئة الأولى: جمهور عام يبحث عن المعلومات أو يرغب في الإتصال بأخرين أو يرغب في التسلية

الفئة الثانية: جمهور متخصص يستخدمها لتحقيق أهداف معينة مثل: الشراء أو البحث العلمي كما تستخدمها المنظمات الربحية وغير الربحية والمنظمات الحكومية بهدف معلومات عن أنشطتها و أدواتها للأعمال و قد

ساهمت الإنترنت في تحويل الإقتصاد القائم على الصناعة إلى الإقتصاد القائم على المعلومات كما أنها

ساهمت في تحويل إستراتيجيات الإتصال:

من إستراتيجية الدفع إلى إستراتيجية الجذب المعتمدة على حرية إختيار الجمهور للرسالة التي يتعرض سئلقاها

لها، كما أن المنظمات أصبحت أكثر قدرة على تقديم معلومات عن أنشطتها للجمهور و أن تحصل منه على

معلومات عن حاجاته ورغباته و ردود أفعاله تجاهها، و بالتالي تطورت اسلع و الخدمات لتصبح عملية

إنتاجها قائمة على أساس إختيارات المنتج، كما أصبح العملاء قادرين على التعبير عن وجهات نظرهم

ومراقبة أداء المنظمات وعمليات إنتاجها.¹

عندما تقرر منظمة ما الاشتراك في شبكة الإنترنت فإن الأسئلة الرئيسية التي تُطرح هي

"ماذا ستكون استخداماتنا للإنترنت؟ وماذا سنستفيد من الإنترنت؟"

يمكن استخدام الإنترنت في عدّة أمور، وفيما يلي عرض لأهم استخدامات الإنترنت التي تحتاجها المنظمات

1 - نشر الموقع الخاص بالمنظمة:

إذا أرادت المنظمة أن تنشر موقعها الخاص على شبكة الإنترنت فإنها تحتاج إلى الاشتراك على الأنترنت

ويوجد على الشبكة عدّة محركات بحث مجانية بإمكان المنظمة إضافة موقعها على تلك المحركات،

وهو ما يسهل وصول العديد من مستخدمي شبكة الإنترنت إلى موقع المنظمة.

2 - البريد الإلكتروني:

من الاستخدامات الرئيسية الآن لشبكة الإنترنت هو استخدام البريد الإلكتروني كأداة اتصال تتيح إرسال

رسائل بسيطة أو ملفات ضخمة إلى أية جهة أخرى في العالم لديها أيضاً بريداً إلكترونياً، وذلك خلال

فترة لا تتجاوز الثلاث دقائق وبتكلفة تكاد لا تذكر، وبإمكان المنظمة أن تمتلك بريداً إلكترونياً أو أكثر.

3 - استخدام أدوات الإتصال المتوفرة على الأنترنت:

توفر شبكة الأنترنت أدوات إتصال متعددة يمكن لأي منظمة إستخدامها في أعمالها وبرامجها المتنوعة

¹ <http://www.prarabic.com> فحصى بتاريخ 2012/02/23 على الساعة 23.00

مثل المنتديات الحوارية، والمجموعات الإلكترونية، والأدوات الصوتية والمرئية الأخرى كل هذه الأدوات تمكن المنظمة من الإتصال والتواصل مع الآخرين و تبادل الأفكار معهم.

4 -الدخول إلى مصادر المعلومات

هناك العديد من مصادر المعلومات الهامة والمتوفرة على شبكة الأنترنت والتي نحتاجها المنظمات في أعمالها، فعلى سبيل المثال يمكن الحصول على العديد من الأدلة التدريبية، و التقارير السنوية و المنشورات المتنوعة وقواعد المعلومات، والصحف وغيرها.

- لتعدد استخدامات المنظمة للإنترنت حيث يمكن تحديد أهمها في العناصر التالية:

التواصل مع فئات متنوعة من الجمهور مثل حملة الأسهم والموردين أو الموزعين إدارة سمعة المنظمة، التعامل مع الأزمات، متابعة ما ينشر عن المنظمة وما يتم تداوله بين جماعات المناقشة من خلال الموقع تدعيم العلاقة مع المجتمع وعرضه لأنشطة المسؤولية الإجتماعية التي تقوم بها المنظمة و تساهم المواقع الإلكترونية للمنظمات في بناء سمعة جيدة عنها و ذلك من خلال عرض خصائص المنتجات والخدمات والحديث عن كفاءةالعاملين و مهاراتهم و إنجازاتهم و الحديث عن نمو الأعمال و الإنجازات والحديث عن نمو الأعمال والإنجازات وزيادة حجم السوق و كسب ولاء حملة الأسهم.

فسمعة المنظمات تتكون من ثقة العملاء والمجتمع في المنظمة وإدراكهم للقيمة التي تعمل من خلالها

وتطبيق معايير العدل والشفافية مع الجمهور وقدراتها على التطوير و الابتكار و علاقة المنظمة بشركائها

فانجمهور يريد إدراك معايير مثل الجودة والقيمة و مسؤولية المنظمة تجاه عملائها، كما يريد السوق

والمجتمع إدراك رؤية المنظمة وتميزها و يريد الجميع إدراك ثقافة المنظمة و مسؤوليتها الإجتماعية

وقدرتها على إدارة الأزمات و على جذب عاملين أكفاء، و بالتالي ساعدت هذه الوسيلة الحديثة على جعل

المنظمة أكثر قرباً من العملاء وغيرهم من فئات الجمهور، كما سمحت لفئات المهتمة بعمل المنظمة

بالمشاركة والتعبير و بالتالي تستطيع المنظمات من خلال مواقعها الإلكترونية و الوظائف التي تؤديها

العلاقات العامة من خلال هذه المواقع إلى كسب إهتمام الجمهور بأنشطتها و إلى تكوين وعي بمنتجاتها

وإلى تكوين صورة ذهنية إيجابية عنها وتدعيم الولاء لعلامتها التجارية، وهو ما يتطلب تحديد إهتمامات كل

فئة من فئات الجمهور حتى يمكن تقديم الرسائل الملائمة و الملبية لهذه الإهتمامات¹

-أثر الأنترنت على البنية التنظيمية للمنظمة :

لقد غيرت الأنترنت صورة العالم تغييرا جذريا، وتوكل عنه عالم جديد في صورته وطبيعته، ومن مظاهر هذا

العالم الجديد دخول الأنترنت في جميع المجالات العملية منها التنظيمات الإدارية لتحديث على هذا الأخير

تغيرات جلية يمكن ذكرها في مايلي:

1- إختزال الزمان، فالرسالة التي كانت تصل في شهر أو في أسبوع، أصبحت تصل في ثوان معدودة، وفي

¹http://al-nahrain.org/el/news/php?19.00 /2012 /02 /23 فحص بتاريخ على الساعة

ذلك فوائد عظيمة، لأنه يسرع الإتصال الداخلي، ويسهل تدفق المعلومات في وقت قياسي، فيجعل لتلك المعلومات قيمة كبيرة.

2- إختزال المكان، بحيث لم يعد بناء التنظيم وفعاليته يستلزمان وجودا مائياً لأفراده - ولا حتى لقادته - في حيز جغرافي واحد، أو في دولة واحد بل أصبح من الممكن بناء تنظيمات ناجحة هيكلًا وأداءً من أفراد يعيشون في بلدان مختلفة، وتفصل بينهم مسافات شاسعة و بذلك أثر الأنترنت على الفكر التنظيمي تأثيراً عميقاً، وأنتج مفاهيم جديدة حول أسس التنظيمات من حيث البنية، والقيادة، والسيطرة، والإتصال، والتكيف، والإستفادة من مواهب الجميع.. وغيرت هذه المعطيات الجديدة من أساس الفكرة التي بنى عليها مبدأ "الهرمية" في التنظيمات التقليدية، فالهرمية كانت تهدف بالأساس إلى التقليل من تكاليف الإتصال، والقدرة على التحكم والسيطرة والتنسيق، وقد وفرت ثورة الأنترنت هذه الفوائد دون حاجة إلى الهرمية بمعناها القديم على الأقل بل مع إعتداد الشكل الإنسيابي من التنظيمات.

إن إختزال الزمان والمكان الذي نتج عن الأنترنت يمكن التنظيمات من تجاوز القيود الزمنية والمكانية التي كانت تقيدتها في الماضي، وإعادة صياغة هيكلها التنظيمي بطرق مختلفة عن الشكل الهرمي التقليدي وتجاوز قيود الزمان فيتمثل في سرعة التنسيق والمتابعة، ووصول المعلومات وإيصالها، وأما تجاوز قيود المكان فيتمثل في إمكانية بناء تنظيم فعال يدير أعماله بسرعة وفاعلية مع وجود أعضائه - بل وقادته - في أماكن

متباينة بلدان شتى لتساعد الأنترنت على نمط جديد من البناء التنظيمي يتسم بخصائص تميزه عن أخرى لتساعد الأنترنت على نمط جديد من البناء التنظيمي، يتسم بخصائص تميزه عن التنظيمات الهرمية التقليدية، ومن هذه الخصائص:

- 1- المرونة والحرية في العلاقات الداخلية التي تنبني على مبدأ التنسيق العام، لا التبعية الإدارية اليوم
- 2- اللامركزية في المسؤوليات، وتفويض الكثير من الصلاحيات للهيئات الدنيا في الهيكل الحركي .
- 3- انحصار دور القيادة العامة في التنسيق والدعم والتخطيط الاستراتيجي، دون إملاء للقرارات التكتيكية.
- 4- سيادة العلاقات الجانبية المتوازية بين مكونات الحركة أكثر من العلاقات الرأسية الهرمية الشائعة في التنظيمات التقليدية.

5- تبدل العلاقات حسب الحاجات العملية، بشكل مرن، دون الخضوع لبيروقراطية ثابتة أو هيكلية جامدة ترتبها لها الحركة دون داع.

إنطلاقاً من إستخدامات الأنترنت في إطار إتصال التنظيمات و ما لذلك من تغيرات على هذا النوع من الإتصال أدى ذلك إلى إنبثاق العديد من المفاهيم الجديدة مثل:

التجارة الالكترونية التي عرفتها منظمة التجارة العالمية بأنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية كما عرفتها بحوت البنك الأهلي المصري بانها تنفيذ بعض أو كل العمليات التجارية في السلع والخدمات عبر شبكة الأنترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهي وسيلة سهلة وسريعة لإبرام الصفات التجارية إلكترونياً سواء كانت التجارة في السلع والخدمات، أو المعلومات وبرامج الكمبيوتر

وقد انتشرت التجارة الإلكترونية في معظم دول العالم من الشرق إلى الغرب وأثبتت نجاحها نتيجة لما شهده العالم من التقدم التكنولوجي الهائل وزيادة حدة الترابط بين الأسواق، والمستقبل المنظور يبشر لها بتطور هائل على المستوى العالمي، وستكون إحدى الظواهر المميزة في العقد المقبل¹

إلى جانب التسويق الإلكتروني الذي يعد من أحد أسس التجارة الإلكترونية ليتمكن تعريف التسويق الإلكتروني على أنه نوع من التسويق لسلعة أو خدمة معينة على شبكة الإنترنت. أصبحت شبكة الإنترنت الآن تحتل حيزاً مهماً من حياتنا اليومية لكونها مصدر من المصادر المهمة للحصول على المعلومة منافسة في ذلك الوسائط التقليدية في نشر الخبر أو المعلومة مثل الجرائد والمجلات والإذاعات المرئية والمسموعة، إلى جانب إعتبار هذه الشبكة مصدر مهم للمعرفة، أصبح بالإمكان ومع تطور الوسائل التقنية المساعدة في ذلك، أصبح بالإمكان خلق مساحة جديدة يمكن استثمارها في التسويق لبعض السلع والخدمات²

و لعل لكل من التجارة الإلكترونية و التسويق الإلكتروني سوق خاص من نوعه يسمى بالسوق الافتراضية الذي يعرف بكونه سوق على الأنترنت يمكن للجميع الدخول إليه وبيع منتجاتهم وعرضها للزبائن أو التسوق ومطالعة الجديد في المتاجر العالمية والمحلية ومعرفة آخر المعروضات³

لكي تفتح هذه الأخيرة دورها النقاش حول إدماج الأنترنت في التنظيمات وما لذلك من تحديات كبيرة تواجهها و خاصة تلك التي تتجه إلى العالم الافتراضي أو كما يعرف بالأنترنت لهذا يجب على أي تنظيم إداري باختلاف قطاعاته أن يضع في الحسبان مجموعة من النقاط المهمة التي يجب أن تدرس بدقة كجزء مهم من الإستراتيجية الإتصالية للمنظمة المعاصرة و نستخلصها فيما يلي:

¹ برونو راول، تكنولوجيا الإعلام و الإتصال و تطوير الخدمات العمومية، فرنسا، 2001، ص ص 13-14
² مفاهيم- التسويق الإلكتروني- <http://www.arabssender.com> فحص بتاريخ 06 /04 /2012 على الساعة 16.33
³ <http://ar.wikipedia.org/wiki> فحص بتاريخ 10 /04 /2012 على الساعة 16.00

- وضع خطة خاصة بالبيئة الإتصالية للمنظمة على الويب و هذا لضمان حسن تنظيم و تدفق المعلومات الخاصة بالمنظمة على الخط.
- العمل على موقع المنظمة من أجل تحقيق أهداف التسويق على الخط من أجل تحسين و ترقية فرص عرض منتجات أو خدمات المنظمة للجمهور المستهدف.
- تطوير موقع المنظمة ليناسب جميع أنواع الزبائن من تطوير اللغات المتوفرة فيه و طرق الربط بالمواقع أخرى الأكثر شهرة مثل مواقع التواصل الاجتماعي .
- إعتداد طرق الأنفوغرافيا المتطورة من أجل رسم جيد للصورة التي تريد المنظمة رسمها على الويب و التي تكون تجسيدا لعملها الإحترافي حيث يمكن الوصول إلى تحقيق صورة جيدة عن المنظمة فقط من خلال الرسومالغرافية على موقعها.
- السهر على تحقيق أحسن تموضع للمنظمة على قوائم البحث الخاصة بمحركات البحث و هذا يمثل كل نتائج بحث حول موقع المنظمة الإلكتروني أو صفحات أخرى تتناول مواضيع تخص المنظمة و أعمالها¹.

¹مدونة جوائز الهوية الرقمية تحت السؤال. ص 02

2.1 أشكال تواجد المنظمة على الويب:

1. الموقع الإلكتروني:

فمع تطور التكنولوجيات الحديثة للإتصال و إنتشارها الواسع و مع ظهور إستخدام واجهات الويب، أصبح الموقع الإلكتروني أداة إتصالية إضافية لمجال العلاقات العامة للإتصال مع الجماهير المتعددة و الذي أصبح حتمية بحث مختصين العلاقات العامة و تلتزمهم بإحترافية أكبر في تعاملهم مع هذه الوسيلة، فقد لاحظت دراسات ل newland & white أن مديري العلاقات العامة يعتبرون أن الموقع الإلكتروني عنصر بناء لصورة المنظمة.

وفي نفس السياق إقترح كل من Esrock S.L. & Leichthy G.B في عام 2000 إمكانية بناء صورة المنظمة عن طريق إستخدام الأنترنت نظرا لوجود تقبل كبير لهذه الفكرة ضمن وسط ممارسة العلاقات العامة، كما أوضح كل من Liu/Arnet/Capella & Beatty أن الشركات الكبرى تستخدم صفحات الويب لتعزيز صورتها المؤسسية لتحسين و إعطاء دفع لعلاقتها العامة.

ففي الواقع نجد، عدة تحليلات لمواقع الويب للمؤسسات الربحية و لكن مع تصاعد نشاطات المنظمات الحكومية و مع تطور مفهوم المسؤولية الإجتماعية و إندماجه ضمن الإهتمامات الأساسية للمؤسسات،

نلاحظ إهتماماً متزايداً في إستغلال المواقع الإلكترونية لهذا الغرض.

2. المدونات الإلكترونية:

لقد تعددت و اختلفت تعاريف و مفاهيم ظاهرة المدونات، هناك من عرفها حسب إختصاصه، وآخر حسب مفهومه العام وإطلاعاته أو حسب ماسمعه عنها.

عرفها درويش البان: على أنها صحافة الويب الجديدة أو صحافة الهواة amateur reporting في شكل تحميل مواد على الويب Ging weblog وحول العالم حيث يسجل آلاف الأفراد آرائهم و خبراتهم في المدونات الإلكترونية onlineforums، وهو ما يصل إلى جماهير عريضة¹.

- المدونات هي شكل من أشكال التواجد على الويب كما أنها تطبيق من تطبيقات الأنترنت وهي

في أبسط صورة صفحة من صفحات الويب، تظهر عليها تدوينات مؤرخة و مرتبة ترتيباً زمنياً

تصاعدياً، تصاحبها آلية أرشفة التدوينات القديمة و يكون لكل مدخل منها عنوان دائم لا يتغير منذ لحظة نشره.

أثرت المدونات على الفرد و في حين أضحت هذا التأثير واضحاً على المجتمع بدأت الشركات الكبرى

كوسائل الإعلام تلتفت إليها بإعتبارها وسيلة إعلانية -مباشرة وغير مباشرة-

فالإهتمام المتزايد للمنظمات بالمدونات كوسيط إعلاني سيدفع بعض المدونين إلى تأسيس تجمعات من

¹ عبد الله هقي، الشباب العربي يعارض حكامه بالانترنت، جريدة المحقق، العدد 100، ص 201

المدونات سمي بشبكة المدونات blog network¹

فشبكة المدونات هي مجموعة من المدونات متصلة ببعضها تتخصص كل واحدة في موضوع محدد من ثمة يمكن تشبيه شبكة المدونات بمجلة متعددة الأبواب و الأقسام يشرف عليها طاقم تحرير متفرع مصدر هذه الشبكات الأساسي هو الإعلانات إلا أن بعض الشبكات الخاصة التابعة لمؤسسات معينة مهتمة بالربح المعنوي أكثر من الربح المادي.

3.المنتديات:

خلال الفترة الماضية تطورت المنتديات بشكل كبير جداً عن السابق ، حيث كانت سابقاً مجرد صفحة واحدة تظهر بها وصلات المواضيع و ما يتفرع منها من ردود ، أما حالياً فقد تغير مفهوم برامج المنتديات بعد التطور الكبير الذي حصل في مجال الإعلام و الإتصال وأصبحت أكثر إستخداماً عند الفرد و المنظمة المنتديات في مفهومها العلمي و العادي خصّصت لطرح الأسئلة و الاستفسارات و للتواصل و النقاش باختلاف ثقافات الاعضاء و تخصصاتهم وهي تمثل منتديات إفتراضية كالتّي تقيمها الشركات في الفنادق.. بمفهوم أدق هو مكان للتواصل والنقاش حول استفسار أو إشكالية أو خبر ما².

أما فيما يخص منتديات المنظمات فهي تسمح للمسؤولين لنشر المعلومات مباشرة، دون المرور عبر

¹ منير ركاب، ثورة المدونات الإلكترونية تجتاح الجزائر، جريدة إعلام تك، العدد 60، ص 05

² <http://mazameer.com/vb/t76426>نحس بتاريخ 25 أفريل 2012 على الساعة 10.21

وسيط. كما أنها تلعب دور النشرة الإخبارية La newsletter بفضل تقنية النص المتكامل لنشر المعلومة و بثها بسرعة و بفاعلية.

كما تستخدم المنظمات المنتديات في تلقي الملاحظات من المستهلكين ومستخدمي منتجات أو خدمات المنظمة¹.

4. الشبكات الإجتماعية:

لقد فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العقدین الأخيرین، خاصة مع إنتشار الأنترنت، حقائق جديدة على العالم، جعلت الناس يتلاحمون في عالم إفتراضی ما فتئت إفرزاته تتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الإنساني والسیاسي والإجتماعي لسكان الكرة الأرضية. ولعل من أهم إفرزات هذا العالم الذي لا يكاد يستقر على حال ما أصبح يعرف بالشبكات الإجتماعية التي يشترك عبرها ملايين الناس كل حسب إهتماماته وميوله.

¹ <http://www.Maxiseo.com> فحص بتاريخ 25 أفريل 2012 على الساعة 21.18

الشبكات الإجتماعية هي مواقع على الأنترنت يلتقي عبرها أشخاص أو جماعات أو منظمات تتقاطع إهتماماتهم عند نقطة معينة أو أكثر سواء تعلق الأمر بالقيم أو الرؤى أو الأفكار أو التبادلات المالية أو التجارة¹.

كما أنها أيضا مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل و التفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات و الوسائل المقدمة².

- تتعدد الخدمات التي تبثها الشبكات الإجتماعية، و خاصة الخدمات التي تعتمد على المنظمات في التعريف بنشاطاتها و خدماتها ومن أبرزها:

1- صفحات الويب: وهي ملفات تقدم فيها المنظمة بياناتها الأساسية، مثل الشعار الرموز القطاع..الخ

2- العلاقات: وهي خدمة تمكن المنظمة من الإتصال بالآخرين الذين يشاركونها الإهتمام نفسه في

المجتمع الافتراضياً وتتبع أثر منافسيها أو أيضا إشراك المستخدمين والموردين.

3- إرسال الرسائل: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل، سواء إلى المستخدمين أو المشتركين، أو

¹ <http://ar.wikipedia.org/wiki> فحص بتاريخ 25 أبريل 2012 على الساعة 21.16

² <http://www.aljazeera.net/news/pages> فحص بتاريخ 25 أبريل 2012 على الساعة 21.17

الموردين.

4- ألبومات الصور: تتيح هذه الخدمة للمنظمة إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات، ورفع مئات

الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها أيضا.

5- المجموعات: تتيح الشبكات الإجتماعية فرص تكوين مجموعات بهدف معين أو لأهداف محددة، ويوفر

موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتهى حوار

مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم Events ودعوة

الأعضاء لتلك المجموعات، ومعرفة عدد الحاضرين و الغير الحاضرين.

6- الصفحات: إبتدع هذه الفكرة موقع Face Book وتم إستخدامها على المستوى التجاري بشكل فعال،

حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض

السلع، أو المنتجات للفئات التي يحدونها، ويقوم موقع الفيس بوك بإستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل

إليها من قبل المستخدم¹.

¹ <http://www.slideshare.net/> فحص بتاريخ 25 أبريل 2012 على الساعة 21.19

2. تواجد المنظمة على الويب و إشكالية الهوية الرقمية

1.2 مفهوم الهوية الرقمية و المفاهيم المرتبطة بها:

يشهد العصر الرقمي ظهور ميولات و إستخدامات جديدة فمع ظهور الإنترنت نشهد هجرة العديد من نشاطاتنا اليومية (اجتماعية، تعليمية، ترفيهية و عالم الأعمال) من العالم الفيزيقي إلى العالم الافتراضي. و قد تزامن هذا التصاعد الكبير لهذه الإستعمالات مع ظهور العديد من الأبحاث التي تركز على واجهات الويب و حول إدراك المستخدمين لها من حيث: المصادقية، النية في القيام بتبادلات مصرفية، الوثوق بالمنظمة و العودة لزيارة الموقع مرة اخرى.

- الهوية الرقمية:

هي عبارة عن مجموعة من البيانات التي تعرف بالهئية أو المنظمة عبر الويب.

فيعرب كل من Gregg D,&Walczak S بالقول أن الهوية الرقمية للمنظمات تتشكل من مجموعة

العناصر المكونة للموقع و محتواه.

- السمعة الالكترونية:

1- هي التمثيل الذي يتم تشكيله للمستخدمين وفقا لتدفق المعلومات التي يواجهونها على الشبكة، ويتم

إنتاج هذه المعلومات من قبل المنظمة نفسها و لكن أيضا من قبل الجهات الفاعلة في محيطه الأقرب أي

المحيط الاقتصادي من خلال موظفيها، الموردين، المنافسين، و الزبائن..

2- هي الصورة التي يكونها الناس من العلامة التجارية للمؤسسة أو الشخص، هي كذلك هوية المؤسسة

الرقمية التي ترسم من خلال علامتها التجارية التي تفرقها عن منافسيها.

- تعريف الجمهور:

* هناك نوعين من الجماهير:

1- الجمهور الداخلي: يشمل الجمهور الداخلي جميع العاملين في المؤسسة أو المنظمة في مختلف

المستويات الإدارية، و مختلف الوحدات التي تتكون منها المنظمة و العاملون لا يقصد بهم العمال فقط

و لكنه مفهوم يضم العمال و الموظفين في مختلف الأقسام سواء كانت الإدارية أو الإنتاجية.

2-الجمهور الخارجي: ويشمل الجمهور الخارجي جميع الأفراد الذين يقيمون خارج المؤسسة أو

المنظمة و تربطهم هذه المنظمة إرتباطا مباشرا أو غير مباشر: وهذا الجمهور يمكن أن يصنف إلى

نوعين:

أ- جمهور نوعي:

ويشمل جميع الأفراد الذين يرتبطون بالمؤسسة و تجمعهم إهتمامات أو مصالح أو ميول مشتركة ووفقا لذلك فأي مؤسسة ليس لها جمهور نوعي واحد، ولكن لها عدد من الجماهير النوعية، الموردین، المستهلكين، الممولين، وجمهور المستفيدين من الخدمات.

ب- جمهور عام:

ويشمل الجمهور العام (الجماهير المختلفة) التي تتعامل معها المؤسسة مباشرة أو غير مباشرة بهدف توطيد العلاقة بين المؤسسة و ذلك الجمهور بما يحقق في النهاية مصلحة كل من المؤسسة و الجماهير لذلك تسعى هذه المؤسسات إلى كسب تأييد هذه الجماهير حتى تقبل على ما تنتجه من سلع أو ما تقدمه من خدمات¹.

2.2 رهانات الهوية الرقمية

شهد العقدين الماضيين إنتشارا متصاعدا لأعداد مستخدمي شبكة الأنترنت ولتطبيقاتها في مجالات الأعمال والتجارة والخدمات الحكومية والتعليم والمعرفة والترفيه والسياحة والرعاية الصحية وغيرها من الأنشطة الإقتصادية والإجتماعية والثقافية، وذلك نظرا لما تقدمه كوسيط يسهل التواصل بين المتعاملين وإجراء التعاقدات والاتفاقات التجارية وتبادل المستندات والمدفوعات والرسائل في أي وقت وأي مكان وبتكلفة تقل كثيرا عن البدائل الأخرى و مع الفرص التي يمثلها النمو المستمر في أعداد مستخدمي شبكات الإتصالات

¹ حسن عماد مكايي، تكنولوجيايات الإتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، ط2، القاهرة، مصر، 1997، ص29

والإنترنت والانتشار المتزايد في المعاملات والخدمات الإلكترونية، تأتي الأخطار والتحديات التي تهدد تلك المعاملات وتقلص الثقة في تلك الخدمات .

ويقول خبراء تقنية المعلومات إن المعطيات الرقمية هي التي ستشكل ملامح اقتصاد القرن الـ21 الرقمي، ففي الدورة الأخيرة لمؤتمر «ديجتال لايف ديزاين»، (تصاميم الحياة الرقمية) الذي يعقد سنويا في ميونيخ بألمانيا بحضور مجموعة من خبراء التقنيات الجديدة ظهر خط التصادم بين تيارين عارمين في بحر الحياة الرقمية المعاصرة: تيار يحذر من التغلغل في البيانات ونشرها، وآخر يصبو إلى رفع منزلة تلك البيانات لنشر الإبداع، إلا أن هذين التيارين إتفقا على أن المعطيات الرقمية هي التي ستمثل الوقود الحيوي لهذا القرن وفي مداخلة لها أمام المؤتمر أشارت فيفيان ريندغ نائبة رئيس المفوضية الأوروبية للعدل إلى أهمية التركيز على تحكم في البيانات «لأن البيانات قد أصبحت العملة الرائجة اليوم في الأسواق الرقمية، ومثلها مثل أي عملة فإنها تحتاج إلى وجود أجواء من الاستقرار والثقة ولهذا فهي تعتقد أن الاستقرار والثقة يتطلبان إصدار تشريعات لحماية البيانات وأعلنت شيريلساندبيرغ رئيسة عمليات شبكة «فيس بوك» التي تحدثت في ختام المؤتمر، أن «الرحلة الرقمية قد انطلقت توا». وأضافت «إننا يجب أن نهل لثورة البيانات التي إنطلقت بفضل الشبكات الإجتماعية القوية مثل (فيس بوك)، وإن ما نفعله اليوم على الإنترنت يمثلنا أنفسنا، إننا نجد هويتنا الحقيقية على الإنترنت، إلا أن واقع الحال يشير إلى أن الانتشار الواسع للمعلومات و البيانات في بيئة الإنترنت التي تمتاز بالفراغ القانوني الذي هو المشرع له وضع هذه البيانات في إطار قانوني يحميها من الإستعمالات الغير لائقة التي تلحق الضرر بصاحبها، خاصة منها الهيئات و المنظمات القائمة بذاتها التي لها كيان و صورة تبنيها لنفسها عن طريق توظيف معلومات معينة في سياق محدد لتعد سرقة الهوية الرقمية من أخطر الجرائم التي تهدد التنظيمات على الإنترنت ومستقبل الخدمات الإلكترونية، حيث قد

تتعرض البيانات الخاصة للإنتحال و السرقة وعادة ما يستعين سارق الهوية بمعلومات موجودة بالفعل على الأنترنت، وخاصة على مواقع شبكات التواصل الإجتماعية والمهنية المفتوحة، ومواقع التجارة الإلكترونية والأسواق الافتراضية وشبكات المدفوعات الإلكترونية والصارفات الآلية، فمن خلال تلك المواقع والشبكات يسهل الوصول إلى المنظمات ومعلومات عنها وعناوين محلها، وقد ظهرت عصابات دولية لها خبرات تقنية عالية وتستخدم شبكات الحاسبات الآلية وبرمجيات متخصصة لسرقة أرقام الحسابات البنكية، ثم تقوم تلك العصابات باستخدام وتداول وبيع أرقام الحسابات على الأنترنت، وتدوير وغسل الأموال الناتجة من خلال الأنترنت لإعادة إستخدامها في تمويل أعمالا خارجة على القانون، وانتحال الهوية الرقمية في إرتكاب فعل فاضح أو عمل مخالف للقانون، فإن المنظمة المضرة قد تتعرض لمتاعب قانونية أو إجتماعية نتيجة لعجزها عن إثبات الحقيقة، إن ضرر سرقة الهوية الرقمية لا يتوقف عند فقد الأموال، ولكن قد يتعدى ذلك إلى جرائم منظمة و عمليات تمويل تنظيمات إرهابية والإتجار في المخدرات وغيرها، وتخلف السرقة عند الضحية "المنظمة" شعورا بفقدان الثقة وإنتهاك خصوصيته، وقد يترتب عليها أثارا سلبية تؤثر على قدراتها و علاقاتها مع المتعاملين الإقتصاديين و الزبائن.

ونعرف كذلك المنظمة على أنها تلك المؤسسة التي ينتمي لها مجموعة من الأفراد وتهدف إلى تحقيق

النفع في مختلف المجالات وتسمى منظمة لوجود طابع التنظيم وتقسيم الأدوار داخل المؤسسة.

كما أن تعرض المنظمة لبعض الأدوات المستخدمة في إجراء المعاملات الإلكترونية للسرقة أو التخريب يشكل

خطرا كبيرا على مصالح المنظمة، ومستقبل الخدمات الإلكترونية، فقد إنتشرت مؤخرا حوادث سرقات و

الإنتحالات والزج بالعلامات التجارية في إعلانات مشبوهة و غيرأخلاقية يؤدي إلى إختلال صورة المنظمة و

هويتها الرقمية¹ وعرفنا هوية الجامعة الرقمية بأنها تتكون من خلال كل الآثار الناجمة عن إستعمالنا على الشبكة و ما ينشره الآخريين عنا، وكل العناصر المرتبطة بها (الصور والفيديو والأصوات) و تظهر أيضا من خلال :

* إنطباعات الأساتذة و الطلبة من خلال إستخدامهم لموقع الجامعة الإلكتروني.

أما إنتحال الهوية فهي ذلك الفعل القسدي الذي بموجه يقوم شخص بإستعمال أو إستغلال معلومات أو بيانات عن منظمة ما للغير لأهداف غير مشروعة من قبيل إرتكابه أفعال مجرمة أو لتحقيق منافع مالية ليتخذ إنتحال الهوية الرقمية على شبكة الأنترنت منحا متسارعا وسجلت الإحصاءات أنها أكثر الجرائم الإلكترونية إرتكابا، ليستوجب إنتحال الهوية الرقمية مباشرة مرتكبه لفعليين متتابعين أولهما تجميع المعلومات والبيانات ثم القيام بإستعمالها و إستغلالها في ظل ما توفره شبكة الأنترنت من معلومات متدفقة وتجميع للبيانات بطريقة فعالة بإعتبارها المجال الإفتراضي الأمتل لإرتكاب جرائم تتميز بحدائة الأسلوب وسرعة التنفيذ وسهولة الإخفاء والقدرة على محو آثارها وتعدد صورها وأشكالها مستفيدين في ذلك من عدم إكتمال البناء القانوني لتتبع الجرائم المعلوماتية ومحدودية التعاون القضائي الدولي في مجال مكافحتها .

فالسمة الإلكترونية هي عملية يتم فيها ممارسة البحث المستمر، وتحليل المعلومات حول السمعة المهنية، أو التجارية، أو الصناعية، الموجودة كمحتوى إلكتروني في جميع وسائل الإعلام على شبكة الأنترنت، ولقد أدت الطبيعة الواسعة لإنتشار للأنترنت إلى تزايد عدد المستهلكين والبائعين الذين يستعملون الأنترنت كشكل من أشكال الإتصال، سواء أكان ذلك بإستخدام البريد الإلكتروني، أو الإعلانات، أو عند القيام بالتعاملات

¹ زيد سويدان، إنتحال الهوية الرقمية، تونس، 2011، ص ص 13

التجارية، لتبقى حقيقة هامة هي: أن أصحاب الأعمال التجارية من الضروري أن يكونوا على وعي، ومدركين تماما لصورتهم في الأذهان فالصورة السلبية على الأنترنت لا تؤثر فقط على المبيعات والإستثمارات، و لكنها

قد تبعد أيضا موظفين على درجة عالية من الكفاءة عن العمل لدى الشركة، وهذا يعني أنها تشكل

تهديدا للشركة في جانبين أساسيين هما: الإيرادات ، وذوي الكفاء.

إن السمعة هي رأس المال الحقيقي الذي تعمل المنظمات من خلاله، فبدون السمعة الجيدة لن تنجح

المنظمة وتستمر في البقاء، وقد باتت سمعة أغلب المنظمات في جميع أنحاء العالم على المحك، نتيجة

للنمو الكبير، والتوسع المستمر لشبكة الانترنت، فهناك أعداد هائلة من الصفحات الإلكترونية، والشبكات

الإخبارية، والمواقع الإجتماعية، والمدونات المحملة بكميات لانتهائية من الأخبار والمعلومات، و البيانات

والتعليقات، والملاحظات حول أي شيء... وكل شيء¹

¹- [http:// www.reputationmanagementllc.com/reputation-
management- html](http://www.reputationmanagementllc.com/reputation-management- html) فحص بتاريخ 12 /04 /2012 على الساعة 16.00.

الفصل الثاني: إستراتيجية

تسيير و مراقبة الهوية

الرقمية للمنظمة

الفصل الثاني: إستراتيجية تسيير و مراقبة الهوية الرقمية للمنظمات

1. بناء الهوية الرقمية:

1.1 علاقة المؤسسة بمحيطها:

يتكون جمهور المؤسسة من فئات مختلفة تجمعها غاية واحدة، وهي التعامل مع سلعة أو خدمة معينة، و
عموما ينقسم جمهور المنظمة إلى فئتين رئيسيتينهما:

الجمهور الداخلي:

ويشمل العمال و الإطارات و الرؤساء و متخذي القرار من مختلف المستويات الإدارية

الجمهور الخارجي:

يشمل كل من: الموردين، الموزعين، المستهلكين ، البنوك ، السلطات العمومية ، وجماعات الرأي،
وتهدف المؤسسة من الاتصال بالجمهور الداخلي إلى رفع الوعي بين القوة العاملة و بأهمية الدور الذي
تلعبه

في التقدم الاقتصادي للبلد ، حتى تشعرهم بعظيم مسؤولياتهم اتجاه المجتمع الذي يعيشون فيه.

- إقناع كل من العمال والإدارة بأن مصالحها مشتركة وأن تعاونها سيؤدي إلى زيادة الأرباح وارتفاع
الأجور في نفس الوقت.

- رفع المعنويات للأفراد الذين يعملون بالمؤسسة مما يؤدي إلى زيادة دوران العمل ، وزيادة الإنتاج
وانخفاض التكاليف.

- جذب الموظفين والعمال ذوي الخبرات الممتازة للعمل بالشركة ؛ ذلك أن سمعة الشركة في معاملتها لموظفيها وعمالها له تأثير على سوق عملها¹.

أ- الجمهور الداخلي: وفي الجمهور اندخلي هناك أنواع هي:

1 - جمهور المستخدمين :

وهم الموظفون ، الإداريون ، الفنيين ، العاملون في الإنتاج داخل المؤسسة والذين يعملون على توجيه وتسيير الخطط العليا الإدارية ، وذلك عن طريق التقارير المقدمة والإقتراحات المستمرة خلال أداء العملية الإنتاجية، وعليه فإن العمل على تهدئة وتلطيف الجو الداخلي للمؤسسة والمتكون من مختلف الصراعات الموجودة بين القوى الحية الداخلية للمؤسسة يجب أن يكون من بين أهم أهداف العلاقات العامة الداخلية ، وهذا طبعا لا يأتي إلا عن طريق توزيع المعلومات والبيانات التي بحوزة المسؤولين على الأجراء ، وإستقبال الإقتراحات وإحتجاجات الصادرة من أعضاء المؤسسة في القاعدة ، وهذا بغرض تحسين المناخ الإجتماعي لأن العكس سيؤدي بالتأكيد إلى خلق سلطة مضادة للمؤسسة.

2- جمهور المساهمين:

تعني برامج العلاقات انعامية بتعريف المساهمين بالدور الفعال الذي تؤديه مساهماتهم في رأس المال بإستعمال شتى الطرق : كدعوتهم مثلا لرؤية منشآت المؤسسة على الطبيعة ، حيث تستغل هذه الزيارات إستغلالا طيبا لرفع معنويات المساهمين ، وبث الطمأنينة والثقة في أنفسهم ، أو عن طريق الإتصال المستمر بهم في مقر عملهم أو إقامتهم لإشعارهم بأنهم موضع التقدير من جانب مؤسستهم ، أو عن طريق المقابلات الشخصية التي يقوم بها أخصائي العلاقات العامة بالمؤسسة والعمل أيضا على توطيد أو اصر العلاقة الرابطة بين كافة المساهمين عن طريق جمعهم و تزويدهم بكافة المعلومات الضرورية.

¹ <http://babar.ahlamontada.net/tp380-topic/> فحص بتاريخ 12 /04 /2012 على الساعة 18.18

ب- الجمهور الخارجي : هناك أيضا أنواع من الجمهور الخارجي و هي كمايلي:

1- الموردون:

إن ضرورة إقامة علاقات جيدة بالموردين يضمن للمؤسسة لا غنى عنها في الإنتاج وفي سير العمل وانتظامه ، كما يضمن لها أيضا سهولة التمويل بالمواد الأولية، وفي حالات صعوبة أو عجز المؤسسة على تسديد الدين تجاه مورديها ، وانطلاقا من العلاقات الطيبة القائمة بين الفئتين قد نتمكن من الحصول على المساندة والتسهيلات اللازمة لتخطي العواقب الممكن حدوثها ، وعليه فان العمل على تلقي ملاحظات الموردين وإبداء الاهتمام الكافي بدراستها ، والوقوف على حالة الموردين المالية والظروف الاقتصادية المحيطة بهم ، والعمل أيضا على إطلاع الموردين على كل تغيير يصاحب عمليات الإنتاج سواء كان تكنولوجيا أو في المستهلكين يساعد بصورة أو بأخرى على تمديد أو اصر العلاقة بين المؤسسة ومورديه.

2- جمهور الموزعين:

لا يقل جمهور الموزعين أهمية عن جمهور الموزعين ، و الذي يقصد بهم كل من يتعامل مع السلعة من وقت خروجها من المصنع إلى أن تصل إلى أيدي المستهلكين بما في ذلك تجار الجملة ، نصف الجملة والتجزئة مع إمكانية إدراج فئة السماسرة والوسطاء ، لأجل إنجاح هذه العلاقة وجب على أخصائي العلاقات العامة أن يعني ب:

-إستخدام أساليب الإعلام والنشر اجل التعريف بالسلعة وتهيئة الظروف لتوزيعها وزيادة طلب المستهلكين عليها.

-العمل على تلقي رغبات الموزعين وملاحظاتهم ومقترحاتهم خاصة فيما يتعلق بطريقة التعبئة والتغليف الوزن طريقة العرض والتشكيل.

-عناية المؤسسة بمعرفة حالة موزعيها سواء المالية - أو من ناحية سمعتهم الأدبية أو مدى رسوخهم في المجال الاقتصادي.

- الإهتمام بإختيار الأشخاص الذين يحسنون تمثيل المؤسسة... إلى غير ذلك.

3- جمهور المستهلكين:

إن السلعة تنتج من أجل المستهلك ويفضله تدور عجلة الإنتاج وبتشجيعه وإقباله على هذه السلعة تضمن المؤسسة لنفسها البقاء، لهذا فإن المستهلك يمثل قوة خطيرة لا يستهان بها إذ انه في مقدوره أن يهز الكيان الاقتصادي وان يعيد توزيع طلبه على السلعة متى أراد، واهتمام إدارة العلاقات العامة بالمستهلك أمر لا نقاش فيه.

بل أن مد جسور التعامل بين المؤسسة ومستهلكيها عن طريق تزويدهم بالمعلومات الكافية عن المؤسسة ومنتجاتها يعد أمرا حتميا وضروريا يضمن للمؤسسة بطريقة أو بأخرى البقاء والاستمرار شريطة أن تكون المعلومات المقدمة تهمة وخالية من جانب الاستخفاف به ، حاملة لمعاني الصدق والحقيقة.

4- جمهور البنوك :

يجب تقديم كافة المعلومات اللازمة للبنوك من اجل القيام بتشخيص للوضعية المالية وأيضا من اجل تمكين تمويل المشاريع والاستثمارات المخططة.

5- السلطات العمومية:

باعتبار المؤسسة تنشط في إطار سياسة اقتصادية عامة تنتهجها الدولة فهي بذلك تسعى إلى إقامة علاقات جيدة مع ممثلي السلطات العمومية (الحكومة والجماعات المحلية) قصد التأثير على قراراتهم بغية خدمة مصلحتها.

6- جماعات الرأي:

والمقصود بهم الصحفيون ، الأساتذة ، الجماعات المهنية وجمعيات المستهلكين والذين يقومون بتحويل المعلومات التي بحوزتهم إلى أكبر عدد من الجمهور¹

2.1 أدوات بناء الهوية الرقمية:

لبناء هوية رقمية جيدة و ممثلة تمثيلا جيدا للمنظمة لابد أن نقوم بمايلي:

- فتح و تسيير حساب للمنظمة على موقع التواصل الاجتماعي فايس بوك:

إن هذا الموقع هو من أحسن الطرق الحديثة التي تتصف بميزة التواصل الاجتماعي و توحيد الجماعات على الويب و هو نفس الشيء الذي يساعد المنظمة على خلق تجمع محيط بالمنظمة انطلاقا منه تنشر المعلومات و الأخبار الخاصة بأجواء عمل المنظمة قد تكون صور و مقاطع فيديو لتشكل فضاء تبادل مباشر بين رواد الانترنت من زبائن حاليين أو مرتقبين، موردين، منافسين....الخ، في مجموعة واحدة تحت إسم المنظمة ليشكل هذا النوع من المواقع الإجتماعية دورا هاما جدا في جمع وتحليل البيانات والمعلومات من خوارزميات متطورة لا تعد ولا تحصى، وكلها تهديدات محتملة للخصوصية المنظمة و هويتها، و هذا النموذج التالي يعطي فكرة عن نطاق البيانات التي يتم جمعها من خلال هذه المواقع الاجتماعية و التي من الممكن أن تشكل تهديد لهوية المنظمة :

• بيانات الخدمات: تعني البيانات التي توجد على المواقع الاجتماعية هذه البيانات قد تشمل الإسم

القانوني، العمر رقم بطاقة الائتمان الخاصة أو رقم الهاتف .

• البيانات المكشوفة: تعني تلك التي يقوم المستخدم بنشرها على صفحاته الخاصة (صور و تعليقات

رسائل الخ)

¹ عيد الرزاق جيب، إقتصاد و تسيير المؤسسة، نيوان المطبوعات الجامعة الجزائرية، 2006، ط3، ص 12

- بيانات مفروضة : وهذا يعني أن المستخدم ينشر تعليقات و مضامين علي صفحات الآخرين و هي نفس نوع البيانات المكشوفة ، والفرق هو أن هذه البيانات (المفروضة) حين نشرها يرجع حق التحكم لصاحب الصفحة التي نشرت فيها .
- بيانات غير متوقعة: هي تلك التي ينشرها الآخري عنك و تتصف بصفة الفجائية.
- البيانات السلوكية: هي تلك التي يجمعها الموقع عن المستخدم من خلال تسجيل ما الذي يقوم به من ألعاب ، و كذلك المواضيع التي يكتبها، والمقالات التي يمكنك الوصول إليها (أي يمكن له أن يتوقع الانتماء السياسي الخاص بالمستخدم) ، ونقاط الضعف الشخصية الخاصة بالمستخدم كما أظن
- بيانات التقييم الناجمة عن مختلف نقرات j'aime أظن الإنضمام إلى مجموعة ما، وهكذا نرى أن أي عمل في موقع إجتماعي ينتج معلومات قابلة للإستخدام، وهو ما من شأنه تشكيل ملامح خاصة بالمستخدم نتوصل بها إلى تحديد الهوية الرقمية الخاصة بالمنظمة التي لها حضور على الويب ليستلزم مراقبة هذه الصفحات و تحيينها من وقت إلى آخر و التأكد من طرق حماية السرية المتاحة على الموقع من أجل بلوغ غاية التحكم في المعلومات المتدفقة على صفحات المنظمة¹.

2- فتح مدونة خاصة بالمنظمة :

- إن من خلال هذا النوع من المواقع " المدونات " يمكن للمنظمة أن تتواصل مع خدماتها و زبائنها حيث تشكل من خلال مدونتها الخاصة منبر مهم للإعلان عن منتجاتها و خدماتها في أوساط مستخدمي الأنترنت و تحقق نوع من التقارب بينها و بين جماهيرها على الويب لأن هذه المدونة ستفتح مجال للحديث و الحوار بينها و بين جمهورها و من خلال هذه العملية تشكل المنظمة فضاء مناسب لها لتفرض نفسها على رواد الأنترنت و لكن دون نسيان أهم عنصر في هذا النوع من المواقع و هو التحكم في وقت تدفق المعلومات و طبيعة هذه المعلومات المنشورة على الخط و هو التحدي الوحيد الذي

¹ فيرونیکا نابيلوس، تصميم هوية الشركة، نيويورك، 1988، ص330

تواجهه المنظمة التي تعتمد على المدونات كجزء من أجزاء الوسائل التي تشكل هويتها الرقمية إلا أن في العالم التدوين على الأنترنت هناك ما يعرف بالمدون المجهول أو بالمدون الذي لا يفصح عن هويته الحقيقية و الذي يمكن أن يشكل تهديد لصورة المنظمة لأن من خلال هذه الهوية الغير معلنة يمكن القيام بسلوكيات تمس سمعة المنظمة من خلال التدوين السيئ الذي يلحق الضرر بالمنظمة عن طريق نشر المعلومات السيئة على صفحات المدونات لهذا يستلزم على المنظمة وضع إستراتيجية خاصة بالمدونة الخاصة بالمنظمة عن طريق الإختيار الجيد للمحتويات و أيضا إستراتيجية خاصة بمراقبة كل المضامين التي تنشر على المدونات الأخرى والتي تكون لها علاقة بالمنظمة¹

3- إنجاز حصة على شكل: PODCAST

البودكاست هي عبارة عن تسجيلات صوتية رقمية يمكن أن تحتوي على حوار /كلام و/أو موسيقى، ويتم توزيعها ونشرها عن طريق الإنترنت كملفات إم بي ثري قابلة للتحميل. وكما في حالة المدونات، فقد إنتشرت فكرة البودكاست بدءاً من الهواة المتحمسين الذين يودون أن يسمع الآخرون صوتهم فقط. على أية حال، فإن الـ البودكاستينغ كتنقية قد أصبحت أحد أكثر الوسائل الإعلامية استخداماً بالإضافة الى أنه ليس من الواجب أن تملك جهاز آيبود أو حاسب آبل لتصبح قادراً على سماع الـ البودكاست، ويتم توزيعها ونشرها عن طريق الإنترنت كملفات قابلة للتحميل، وهي غالباً كحلقات أسبوعية تختلف المدة من بودكاست لأخر حيث أنه بإمكانك أن تستمع للبودكاست في أي وقت تريد وفي أي مكان أيضاً، فقط يجب عليك أن تحمل الحلقة لحاسوبك ثم سماع الحلقة مباشرة أو وضعها على مشغل الـ إم بي ثري وسماعها في أي مكان ووقت تريد، بالإضافة الى أن البودكاست تحمل ميزة الإشتراك

¹مدوني موقع ريجيون جوب، نفس المرجع السابق ص24

باستخدام تقنية الـ RSS حيث أن كل حلقة جديدة تقوم بإنشاءها صاحب البودكاست سيتم تحميلها مباشرة.

بدأت تظهر الكثير من البودكاست وتعددت مجالاتها وطرقها من حيث المرئي والمسموع وجميعها تتناسب جميع الفئات العمرية، بعضها تعليمي والآخر للضحك ومنها المتخصص سواء في طبيعة المواضيع أو في الجهة التي تبت هذا النوع من الحصوص فمثلا هناك هيئات و منظمات تستخدم هذه التقنية للتعريف بمنتجاتها و خدماتها و هذا لطبيعة التقنية في حد ذاتها لأنها تمتاز بمجموعة من الصفات التي تجعلها تساهم في تطوير حضور المنظمة على الويب إلا أنها تعتبر كذلك تقنية سهلة الإستعمال و مفتوحة لدى مستخدمي الانترنت ليجعل منها سلاح ذو حدين¹

3. إستراتيجية الحصول على صورة رقمية حسنة:

تكتسب الصورة الرقمية تجاه المنظمات أهمية خاصة من خلال تأثيرها في الرأي العام السائد نحو مختلف الجوانب ذات العلاقة بالمنظمة، حيث تقوم الصورة من خلال تأديتها لوظائفها النفسية و الاجتماعية بدور رئيسي في تكوين الرأي العام و توجيهه باعتبارها مصدر آراء الناس و اتجاهاتهم و سلوكهم

وانطلاقا من العلاقة بين الصورة الرقمية و تكون الرأي العام للمجتمع فإنه يتحتم على المنظمات ان تهتم بدراسة الصورة السائدة عنها في مختلف طبقات المجتمع، من اجل التمهيد لوضع الاستراتيجيات الكفيلة بإيجاد صور رقمية ايجابية عن هذه الجهات تكفل وجود رأي عام مناصر لقضاياها و موافقها و دعمها بشتى أنواع الدعم في الظروف المختلفة و لقد ضاعفت التغييرات الأخيرة من أهمية دراسة الصورة

¹الما هوالبودكاست/ <http://www.khawarzmeat.wordpress.com/>فحص بتاريخ 25 03 2012 على الساعة 23.00

الرقمية عن المنظمات بين مختلف شرائح المجتمع والعوامل المتعلقة بتكوينها و انبرامج اللازمة لتحسينها، و خاصة في ظل تنامي التطورات في مجال الإعلام و الاتصال التي باتت تواجهها المنظمات من الداخل و الخارج.

وهناك عدة وسائل و أدوات يمكننا إتباعها للحصول على صورة رقمية حسنة:

1-1 الإستراتيجيات:

1-توظيف العلاقات العامة:

قد يقول رجل الأعمال عندي منتج ممتاز يضاهي المستوى الدولي، لكن لا أزال غير قادر على اللحاق بالسوق، وقد يقول مصرف خدمتنا ممتازة، لكن الناس يرون أننا لا نستحق الإمتياز، و قد يشعر فرد آخر بالقلق لأن مواهبه الرائعة لم يعترف بها، القاسم المشترك بين هؤلاء أن كل شخص منهم يعرض تميزه بطريقته الخاصة، لكنهم ما زالوا يتطلعون إلى إعتراف الآخرين بهم، وهوما يسمى في العلاقات العامة بالصورة الرقمية لدى الآخرين .

وتقوم العلاقات العامة بمجموعة من الوظائف الإتصالية و الإعلامية، التي تستهدف الإتصال بالجمهور، وتقديم المعلومات التي تمكنه من تكوين رأي عام صائب تجاه قضايا المنظمة و تحسين صورتها الرقمية لديه، حيث تقوم العلاقات العامة على أساس الإعتراف بالرأي العام على التأثير في الناس و هو ما يتطلب فهم الإتجاهات و الآراء التي يعلنونها، و لذلك تمثل عملية إجراء البحوث التي تستهدف معرفة آراء الجمهور و مواقفه أحد الإتجاهات الحديثة في ممارسة العلاقات العامة.

كما أن تخطيط البرامج لبناء الصورة الرقمية يخضع لنفس الأسس العلمية التي يخضع لها التخطيط لكافة برامج العلاقات العامة و هذا النوع من انبرامج يتسم بصفتين أساسيتين : أولهما أنه أكثر هذه البرامج

صعوبة وتعقيدا، و ثانيهما أنه يخدم كافة البرامج التي تنفذها العلاقات العامة و يزيد من فعاليتها و يضاعف في تأثيرها و تكوين الصورة الرقمية للمنظمة في أذهان جمهورها الداخلي أو الخارجي يتكون و يتشكل من عوامل تؤثر داخليا و خارجيا في المنظمة فالعوامل الداخلية تشمل: الرؤية، ثقافة المنظمة، السياسات الرسمية للمنظمة.

هذه العوامل الثلاثة تؤثر في الصورة الرقمية التي يحملها الموظفون العاملون (الجمهور الداخلي) في المنظمة، و الموظفون بدورهم يعكسون هذه الصورة إلى الجمهور الخارجي.

أما العوامل التي تساعد على تكوين الصورة الرقمية عند الجمهور الخارجي فهي:

- التواصل التسويقي و عرض الخدمات التي تمارسها المنظمة على الويب.

- الدعاية و التواصل الإلكتروني.

- المعرفة السابقة بالمنظمة.

- الدعم من الجهات الرسمية و شبه الرسمية.

- الصورة العامة عن المنظمات العاملة في البلد.

- أعضاء مجلس إدارة المنظمة و ما يعرفه الناس عنهم.

لابد أن نؤكد أن بناء صورة رقمية إيجابية عن المنظمة لا يعتمد على الإعلان و النشاط الإتصالي فقط،

بل لابد أن يصاحب هذا الإعلان و النشاط الإتصالي إصلاح و تطوير داخلي للمنظمة، و إذا كان هناك

قصور في أداء المنظمة فلا نتوقع أن يكون لها صورة رقمية إيجابية عن المنظمة، هذا الأمر يدعونا إلى

القول أن بناء الصورة الرقمية الإيجابية لا يكونها فقط قسم العلاقات العامة في المنظمة، بل يساهم في

بنائها كل الإدارات و الأقسام كل في تخصصه و يكون دور العلاقات العامة إبراز و إظهار الإيجابيات بشكل إعلامي ناجح.

2- إستراتيجية الصورة الداخلية:

من خلال هذه الإستراتيجية تقوم المنظمة بوضع خطة إستراتيجية متكاملة من السياسات التي تحكم و تنظم عمل المنظمة وترشد القائمين بمسؤوليات الأداء و أخلاقيات العمل لتحقيق التميز، كما تضع أسس و قواعد و معايير إتخاذ القرار، أيضا تقوم بوضع برنامج للإتصال مع الموظفين لتطوير العلاقات الداخلية ما بينهم والمحافظة عليها، كما تعمل على تشجيع الحوار وجها لوجه مع القوى العاملة.

3- إستراتيجية الصورة الخارجية:

وذلك من خلال تطوير العلاقة مع الحكومة و القطاع الخاص و المنظمات المماثلة.

4- إستراتيجية الصورة لدى الداعمين و المتبرعين:

وذلك من خلال التدفق المستمر للمعلومات و التواصل المباشر عبر الزيارات الشخصية و الدعوات و اللقاءات.

5- إستراتيجية الصورة لدى المستفيدين من خدمات المنظمات:

وذلك من خلال تطوير الأداء و تحسين الخدمة و سد الحاجة.

6- إستراتيجية إدارة القضايا:

ويتم ذلك من خلال بحث القضايا و الأزمات وتحديدتها و مراقبتها، وإدارتها و تقويمها لتقليل التأثيرات السلبية، ولزيادة الفرص الإيجابية للمؤسسات، و تطوير و تنفيذ برنامج الإتصال الإعلامي.

7- إستراتيجية العلاقات الإجتماعية:

لتطوير الإتصال الفعال و برامج التعليم التي تبني قاعدة التأييد مع عامة أفراد المجتمع.

8- إستراتيجية العلاقات الإعلامية:

وذلك من خلال إيجاد قنوات إتصال دائمة و قوية مع وسائل الإعلام.

9- إستراتيجية التطوير المهني:

وذلك من خلال متابعة فرص التطوير المهنية و توفير مهارات الإتصال و النصح للمنظمة.

10- إستراتيجيات إستخدام المنظمات للأنترنيت:

تتمية العلاقات مع الأعضاء و دمج جميع المؤيدين للمنظمة من خلال الرسائل الإلكترونية التي يرسلها إليهم موقع على الأنترنيت، الحرص على إستمرار جذب الأعضاء لزيارة موقع المنظمة، التفاعل مع المؤيدين و ليس الإكتفاء فقط بإرسال الرسائل الإلكترونية لهم، التواصل معهم بإستخدام مجموعة من طرق الإتصال، والتحسين المستمر لمستوى أداء الموقع.

11- إستراتيجية الولاء:

وذلك من خلال محاولة تكوين علاقات طويلة الأجل مع ذوي الولاء الكبير، و محاولة معرفة أسباب قلة ولاء ذوي الولاء المنخفض و علاجها.

12- إستراتيجية تحديد الظروف الحالية للطلاب على خدمات المنظمة بناء على التقسيم التالي:

الطلب السلبي: أي ان المستفيد يتقاضي الخدمات المقدمة

لا يوجد طلب: اما لأن المستفيد لا يعرف عنها او لا يعرف الفائدة منها.

الطلب الكامن: يوجد طلب لكن الخدمة الحالية لا تشبعه.

الطلب المتدهور: الخدمات المقدمة تتناقص لسبب ما.

الطلب=العرض: تقدم خدمات بقدر المطلوب منا.

الطلب اكبر من العرض: مطالب، خدمات، و المستفيدون اكثر من طاقتنا.

1-2 البرامج:

ترتكز هذه البرامج على محور واحد هو استخدام كل الوسائل المادية و البشرية المتاحة بالفعل دون اللجوء إلى طلب توفير وسائل أو أموال جديدة و إضافية إلا في أضيق الحدود الممكنة على العنصر البشري بصفة أساسية، لأن العنصر البشري هو أفضل وسيلة قادرة على التصدي للحملات السلبية و قادرة على تقديم صورة مشرقة و مشرفة عن المنظمات.

1- البرنامج الاول:

- إيجاد عناصر بشرية، تكون مثقفة و مستوعبة للظروف، في مختلف الجهات و بين مختلف شرائح المجتمع ذات العلاقة بالمنظمة و في محيطها.

2- البرنامج الثاني:

- إقامة جسور التواصل بين المنظمات و مختلف الجهات المهمة لها .
- التواصل مع الاعلاميين العرب داخليا و خارجيا.

- ترشيح و إختيار وفد يمثل المنظمة و يقوم ببرامج زيارات دائمة لمختلف الجهات الاخرى حكومية وخاصة و طلابية و يمد جسور التعاون.
- الإسهام في الأنشطة الثقافية و الفكرية قدر الإمكان من خلال الكتابة و التواجد الفعلي.
- نشرات إعلامية دورية عن آخر الأعمال و المنجزات.
- إستقبال الوفود دائما و توجيه الدعوة لهم من مختلف شرائح المجتمع.
- توزيع مواد إعلامية جيدة و مركزة في منافذ مختلفة.
- بناء الصداقات الهادفة مع مختلف الشرائح و إطلاقها تحتإطار المنظمة.
- حسن إستقبال الزائرين أو المطلعين على الأنشطة و المباني.
- وضع المعلومات الصحيحة و الصادقة في متناول أيدي الجميع و على شبكة الأنترنت.
- تكوين كيان تنظيمي يضم ممثلين عن المنظمات في المنطقة و ينسق جهودها لخدمة البرامج الموجهة للمجتمع.
- دعوة الإعلاميين و كبار الشخصيات و تصوير المناسبات و الأنشطة و إجراء المقابلات و عمل تقارير إخبارية و ملفات صحفية و كتيبات و نشرات دورية، ومتابعة إخبار المنظمات و إبراز الإنجازات التي تتحقق بصورة مستمرة و الرد على أي أخبار سلبية و إستقبال و توديع الشخصيات و الوفود و الإعداد للمؤتمرات الصحفية و المعارض التعريفية و الجولات و تطوير التعاون مع الجامعات و مراكز البحوث و الدراسات و تنظيم الدورات التأهيلية النافعة.

• تقديم جوائز بإسم المنظمة ضمن دائرة المنطقة الجغرافية: جائزة المتفوقين دراسيا، جائزة المتطوع للمشاركة في العمل، جائزة نظافة البيئة لأحسن مبنى و ما حوله، جائزة البحث العلمي، جائزة أفضل نشاط دعوي أسري.

• عمل ملتقى دوري للراغبين في المشاركة في الأنشطة: شباب، نساء، عمال.... الخ.

ومن خلال ما تقدم من إستراتيجيات للحفاظ على الصورة الرقمية للمنظمات فهذا لا يخلق المجال أمام المنافسين لتثويه صورتها على الويب ولهذا وجدت إستراتيجيات لإعادة بناء الصورة الرقمية أو تحسينها و يكون عن طريق الإستراتيجيات الآتية:

1- إستراتيجية التكذيب:

الإتجاه العام لتصحيح الصورة هو التكذيب في شكلين مختلفين:

1-1 الشكل الأول:

أن تنكر المنظمة حدوث الفعل، أو إنجازه، أو تنفي وقوع الضرر على أحد.

2-1 الشكل الثاني:

التكذيب هو تحويل اللوم إلى الآخرين، حيث تحاول المنظمة أن تظهر أن شخصا آخر أو منظمة أخرى في الحقيقة المسؤول عن الفعل السيء.

2- إستراتيجية التهرب من المسؤولية:

إستراتيجية التهرب من المسؤولية هذه لها أربعة أشكال :

1-2 الشكل الأول:

يمكن أن تقول المنظمة أن فعلها كان مجرد رد فعل لهجوم آخر، و أن السلوك يمكن أن ينظر إليه على أنه رد فعل معقول لذلك الإستقرار .

2-2 الشكل الثاني:

النقض أو الإبطال، بحيث تزعم المنظمة نقص المعلومات حول الحالة أو نقص السيطرة على عناصرها المهمة، فالمدير التنفيذي المشغول الذي تغيب عن إجتماع مهم يمكن أن يدعي " بأنني لم أخير أبدا أن الإجتماع قدم إلى اليوم" اذا كان صحيحا، فقلة المعلومات عذر مقبول للغياب.

2-3 الشكل الثالث:

أن تدعي المنظمة أن العمل السيء حدث بالصدفة، فإذا إستطاعت أن تقنع الجمهور أن الفعل حدث من غير قصد، فعليها أن تتحمل أقل مسؤولية، وأن تخفض الضرر الذي لحق بالصورة الرقمية للمنظمة.

2-4 الشكل الرابع:

أن تشير المنظمة إلى أن السلوك السيء حصل بنية طيبة.

3- إستراتيجية تخفيض درجة الهجوم:

المنظمة التي تتهم بالأعمال الخاطئة يمكن أن تخفض درجة الهجوم المحسوسة لذلك الفعل، و هذه الإستراتيجية لها ستة أشكال:

الشكل الاول:

محاولة تخفيف الضغط على المنظمة، من خلال تقوية مشاعر الجمهور الايجابية تجاهها، لتتوازن مع المشاعر السلبية المرتبطة بالفعل الخاطيء، فالمنظمة قد تصف خصائصها أو أفعالها الايجابية التي عملتها في الماضي.

الشكل الثاني:

محاولة تقليل المشاعر السلبية المرتبطة بالفعل الخاطيء.

الشكل الثالث:

إستخدام التفاضل، بحيث تبرز المنظمة فعلا مشابهة للعمل الهجومى، لكنه متميز عنه، حتى يبدو العمل السئ أقل بكثير مما تصوره المهاجمون.

الشكل الرابع:

لتخفيض درجة الهجوم هو التفوق و التسامى، بحيث تحاول المنظمة أن تضع الفعل في سياق أكثر مناسبة.

الشكل الخامس:

المتهمون بسوء العمل قد يقررون مهاجمة متهميهم.

الشكل السادس:

التعويض إذا كان مقبولاً للضحية، فإن صورة المنظمة الرقمية ستتحسن.

4- إستراتيجية إجراء التصحيح:

قد تعد المنظمة بتصحيح المشكلة، وهذا الإجراء يمكن أن يأخذ شكل إعادة الحالة الموجودة قبل العمل السيء، والوعد بمنع تكرار هذا الفعل مرة أخرى.

5- إستراتيجية الإعتراف بالذنب:

أي الإعتراف بالخطأ، وإستجداء العفو، إلا أن العائق المحتمل لهذه الإستراتيجية هو أنها قد تغري الضحايا بإقامة الدعاوي ضد المنظمة.

6- إستراتيجية الصمت:

الصمت أو التجاهل يمثل إستراتيجية للتعامل مع الهجوم على المنظمة، خاصة إذا كان مستوى الهجوم ضعيفاً، و الوسيلة المستعملة في الهجوم نيس لها إنتشار واسع، ويدعي الخبراء أن هذه الإستراتيجية قد تدل على الإستسلام، و التخلي عن السيطرة على الموقف، وهذه الإستراتيجية قد تحدث شكوكاً أو تزيد الشكوك الحالية و الحيرة، و تعتبر قضية العلاقات العامة هي التي تعزز إنطباعات الجمهور السلبية¹.

2. آليات مراقبة و توثيق الهوية الرقمية للمنظمة

1.2. تقنيات ووسائل حماية الهوية الرقمية للمنظمات:

1. تقنية التشفير :

التشفير يمثل الوسيلة الأكثر أهمية لتحقيق وظائف أمن المعلومات الثلاثة (السرية والتكاملية وتوفير

¹ <http://www.kenanaonline.com/users/ahmeckhordy/posts/264288> فحص بتاريخ 28 أبريل 2012 على الساعة 18.30

المعلومات) وللتشفير تقنيات تنصب على تحقيق حماية هذه العناصر، و لضمان سرية المعلومات يعتمد على تشفير وترميز الملفات والمعطيات بل تشفير وسائل التثبيت وكلمات السر، كما أن وسيلة حماية سلامة المحتوى تقوم على تشفير البيانات المتبادلة، وبعد التشفير بوجه عام وسيلة لضمان عدم إنكار التصرفات عبر الشبكات الإلكترونية، وهو يقوم بدورشمولي في تحقيق أهداف الأمن ويعد مكون رئيسي لتقنيات ووسائل الأمن خاصة في بيئة الأعمال والتجارة والرسائل الإلكترونية وعموما البيانات المتبادلة بالوسائط الإلكترونية.

2.الإمضاء الإلكتروني:

الإمضاء الإلكتروني يستخدم لمحاكاة خصائص الأمان بشكله الرقمي وليس بشكاه العادي (المكتوب). للإمضاء الإلكتروني خوارزميتين، الأولى للتوقيع وتتضمن المفتاح الخاص أو السري للمستخدم، أما الثانية لتأكد من صحة الإمضاء والتي تتضمن المفتاح العام للمستخدم النتيجة العامة لهذه العملية " تسمى الإمضاء الإلكتروني " .

يوفر الإمضاء الإلكتروني مناخ من الثقة عبر شبكة الإنترنت للقيام بالمبادلات والمراسلات الإلكترونية ويضمن عدم إنكار الخدمة وله نفس القيمة القانونية للإمضاء الخطي (القانون عدد83 لسنة 2000 المؤرخ في 9 أوت 2000) المتعلق بالمبادلات و التجارة الإلكترونية.

3.الجدران النارية:

تقوم الجدران النارية بتصفية حركة البيانات اعتمادا على قوانين ومعاملات بسيطة بإستخدام أسلوب فلترة

وتصفية ابيانات الواردة، كما تقوم بإنشاء الشبكات الافتراضية الخاصة و رقابة محتوى البيانات والوقاية

من الفيروسات و إدارة نوعية الخدمة، وهذه الخدمات جميعها تعتمد على ميزة أساسية وهي أن الجدران

الذارية تقع على طرف الشبكة تقوم بتنظيم حركة البيانات و الحفاظ على أمن الشبكة.

4.برمجيات كشف و مقاومة الفيروسات:

تقنيات مضادات الفيروسات تعد الأكثر إنتشارا بين وسائل الأمن المعروفة للعموم وهي تشمل على آليات

أساسية لتحريك مضادات للفيروسات التي تصيب النظام، و التعريف الإجرائي للآليات أنها مجموعة

الإجراءات المتخذة من قبل المسؤولين في جامعة 8 ماي 45 لحماية هويتها الرقمية.

كما تعمل آليات التحري طبق قواعد أساسية تحقق فعالية هذه الوسائل التي تعتمد على الموازنة بين

الضرورات التقنية لحماية النظام وما قد يؤثره الاستخدام الخاطئ على الأداء و فعالية النظام المعلوماتي

* بالإضافة إلى الية أخرى تتمثل في اليقظة الإلكترونية هذه الأخيرة هي بمثابة المتنبي بالمستقبل و عن

كل ما يستجد في الجانب التكنولوجي، كما تساعد المنظمة على المراقبة المستمرة لأي تغيرات والمبادرة

بإجراء ما يلزم للإعداد وربما استباق الأحداث للتقليل من آثارها و معالجتها.

2.2 التنظيم الذاتي لشبكة الأنترنت :

1. التنظيم الذاتي بالنسبة لمستعملي الشبكة (netiquette):

يتعين على مستعملي الشبكة إضفاء نوع من النظام يطلق عليه مصطلح Netiquette أي أخلاقيات

الشبكة أو كما يعرفه البعض من الفقهاء بكونه: "أدبيات الاستعمال الداخلي" وفي سنة 1995

إقترح ثلاث رجال قانون أمريكيون ضمن رسالة إلكترونية قواعد لحسن التصرف في الإنترنت من وجهة

نظر قانونية أطلقوا على هذه المحاولة Internet Law task force تشتمل على جملة من المبادئ

تسمية و الضوابط التوجيهية.

2. واجبات محترفي الشبكة (déontologie):

* في غياب تنظيم قانوني كاف فإن أنجع وسيلة للاستجابة لمقتضيات حسن التصرف واستخدام الشبكة

تقتضي التحلي بجملة من الأدبيات وهي تخص شريحة معينة من المتدخلين في الشبكة و هاته القواعد

تطبق سواء داخل المجموعات المحترفة أو تضمن في العقود المبرمة مع المنخرطين في الشبكة.

* وتشمل احترام سرية المراسلات حيث يقع محو مضمون الرسائل الإلكترونية من الموزع الذي وقع

تسجيلها عليه كذلك احترام الحياة الخاصة وذلك بمنع تداول المعلومات الاسمية التي تخص مستعملي

الشبكة.

* إعلام الحرفاء بالمخاطر المتصلة باستعمال الإنترنت والأضرار التي يمكن أن تسببها الرسائل

الإلكترونية الواردة عليهم¹.

3.2. أدوات مراقبة و توثيق الهوية الرقمية

1. نظم المراقبة و التحقق من الهوية:

¹ زيد سويدان، نفس المرجع السابق، ص 22 - 30

تتكون نظم التحقق من الهوية من ثلاث تقنيات هامة هي خدمات الأدلة و هيكلية المفاتيح العامة والشبكات الافتراضية الخاصة، و تشكل هذه التقنيات الثلاث هيكلية شاملة للتحقق من هوية شاملة شاملة للتحقق من هوية المستخدمين، و ضمان تحديد حقوق النفاذ.

- خدمات الأدلة:

برمجيات خدمات الأدلة هي عبارة عن قواعد بيانات خاصة ذات مستوى عال من الأمان عادة ومصممة، ولا يقتصر دور هذه البرمجيات على جمع كلمات. لجمع، وإدارة المعلومات المتعلقة بمستخدمي الشبكات السر وأسماء المستخدمين، بل تطورت اليوم لتشمل السمات البيولوجية للمستخدمين. ويتم استخدام هذه المعلومات لتحديد حقوق المستخدمين على الشبكة بجميع مكوناتها كالتطبيقات، والأجهزة الخادمة، وتدار هذه كلها بشكل مركزي من مكتب مدير. والمجلدات، وحتى شكل الشاشة التي يستعملها المستخدم الشركة Novell الشبكة دون الحاجة للقيام بأية زيارات إلى الأجهزة أو المستخدمين. وتعتبر شركة نوفيل الرائدة في هذا المجال بمجموعتها الكبيرة من التطبيقات الموجهة لهذا الغرض.

- تقنية المفاتيح العامة:

تعتمد هذه التقنية على تقنيات تشفير البيانات، أو بعثرتها scrambling اعتمادا على علاقات رياضية خاصة تجمع بين مفتاحين أو بالأحرى (كلمتين سريتين) أحدهما عام والآخر خاص، فعند إرسال رسالة (كلمة رسالة هنا تشمل أي نوع من المعلومات المتناقلة بين النظم الإلكترونية بما في ذلك الأوامر التي تتناقلها التطبيقات بين بعضها البعض) يقوم التطبيق الموجود على الجهاز بتشفيرها، أو بعثرة بياناتها،

باستخدام كلمة سر غير معروفة لأحد سواي، ثم تشفيرها ثانية بالمفتاح العام للمستقبل والسبيل الوحيد الذي يمكن به للمستقبل أن يتعامل مع هذه الرسالة يتمثل في فك تشفيرها، أو إعادة ترتيب بياناتها، باستخدام مفاتيحه الخاص أولاً، ومن ثم استخدام مفاتيح العام لفك شيفرتي الخاصة. وتقوم هيئات عالمية وشركات خاصة بإصدار شهادات رقمية للمصادقة على صحة هذه المفاتيح ومنها شركات

RSA و VeriSign .

- الشبكات الافتراضية:

عدم التواجد على الأنترنت اليوم يمثل شبهوات لكن المنظمة تسعى للتواجد على الشبكة لكن هذا التواجد يتطلب الكثير من الإهتمام و التحديث بانتظام و التفاعل مع أعضاء الشبكة و تبادل جميع أنواع المعلومات فإنه لا قيمة للهوية الرقمية من خلال خلق بساطة صفحات على الشبكات الاجتماعية، و لكن التخلي عنها يكون له أثر سلبي علنا لوعي بالسمعة و الصورة الرقمية.

*نعرض بعض الإحصائيات للتوضيح :

77% من العمال تم توظيفهم عبر الأنترنت.

-دراسة أمريكية 45% تجد أن أرباب العمل الأمريكيين يقولون أنهم يستخدمون الشبكات الاجتماعية لجمع

معلومات عن المرشحين الذين يبحثون على وظيفة.

*أكثر الأدوات فعالية التي بإمكانها أن تساعد في مراقبة الهوية الرقمية هي نظام الإنذار الذي إقترحه

جوجل، والتي يحذر عندما يتم إكتشاف مادة جديدة حول الموضوع المستهدف (الهوية) في محرك

البحث: <http://www.google.ch/alerts?hl=fr>

أما في حالة وقوع ضرر على صورة المنظمة، لا تتردد في طلب الحق في التصحيح من المواقع التي

تبث هذه الصورة السيئة وجوجل يقوم بإيجاد تلك الصفحات أو تلك المواقع.

في حالة وقوع ضرر على صورة شخصية، لا تتردد في طلب الحق في مقاضاة هذه المواقع التي تبث

هذه الصورة المعيبة وعلى جوجل إيجاد الصفحات و المواقع المتخصصة مثل:

Reputation Defender: <http://www.reputationdefender.com/>

كما تقوم هذه الصفحات والمواقع بنشر جميع أنواع المعلومات المفيدة، ويمكن أن تعمل أيضا على تصحيح

صورة معيبة في الحالات القصوى لكن لا ضمان للنجاح.

2. توثيق الهوية الرقمية بالإعتماد على كلمة السر:

تبقى كلمات السر وأسماء المستخدمين الوسيلة الأكثر شيوعا للتحقق من الهوية، رغم أن هذه الأساليب

بدأت تصبح أضعف بتطور التقنيات التي يستخدمها المتسللون لكشفها وخرقها وتعتمد هذه الوسائل أساسا

على تحديد حقوق نفاذ المستخدمين إلى الشبكات، وحصرها بما يحتاجه كل مستخدم.

3. توثيق الهوية بالإعتماد على الشهادة الرقمية:

تتم المعاملات على الانترنت ضمن شبكة مفتوحة لا يعرف من خلالها هوية الأشخاص وهو أمر يفضي

إلى عدة مخاطر منها إنكار الخدمة وانتحال الهوية بما يفرض ضرورة توفير خدمات للسلامة كإشهادة الإلكترونية التي تقوم مقام بطاقة هوية على الأنترنت تسمح بإقامة محيط ثقة بين كيانين متباعدين في حاجة إلى إثبات هويتهما للتخاطب وتبادل معلومات سرية وتبين الشهادة هوية المنظمة وتُشهد بملكيبتها للمفتاح العمومي ويقع إصدار الشهادة الإلكترونية من قبل طرف ذي ثقة يسمى سلطة المصادقة، وهو كيان مسؤول عن إصدار الشهادات الإلكترونية وتسليمها والتصرف فيها¹.

¹المرجع نفسه، ص 40

القسم التطبيقي للدراسة

الفصل الأول:

المنهجية الإجرائية للدراسة

الفصل الأول: المنهجية الإجرائية للدراسة:

1. المنهج العلمي المستخدم:

إن كل بحث لا بد أن يعتمد على منهج معين للوصول إلى الهدف إذ هو عبارة عن سلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي إتباعها بكيفية منظمة¹.

لذلك فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي و هو واحد من مناهج العلوم الاجتماعية و الذي يتناسب و إشكالية البحث للإجابة على الأسئلة المطروحة.

1.1 المنهج الوصفي :

يلعب الوصف دورا أساسيا في المعرفة، و يهتم أساسا بالوحدات أو الشروط أو العلاقات أو الأنساق الموجودة بالفعل، و كذا يشمل عمل الظاهرة حيث أن المنهج الوصفي هو بحث تقريرى في جوهره و مهمة الباحث أن يصف الوضع التي توجد عليه الظاهرة أو الموضوع محل الدراسة في الوقت الحاضر، أي في فترة إجراء الدراسة.

و تنتمي الأبحاث الوصفية إلى الدراسات الاستكشافية، و يعتبر الهدف الأول و النهائي للأبحاث الوصفية هو الحصول على معلومات كافية و دقيقة عن الموضوع محل الدراسة كما هو في الحيز الواقعي².

كما يساعد المنهج الوصفي على التنبؤ بمستقبل الظاهرة و يعتمد على التحليل و العقل و الموضوعية³.

¹د.فضيل نليو، دراسات في المنهجية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 70.

²د.أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، الجزائر، 2007، ص 50-51.

³<http://www.lngdz.com/vb/showthread-php?>فحص بتاريخ : 20 ماي 2010 على : 20.30

ولهذا تعد دراستنا المسطرة تحت عنوان - إستراتيجيات تسيير و مراقبة الهوية الرقمية للمنظمات - من الدراسات الإستكشافية لمعرفة الإقتراحات و الحلول المتبعة من قبل جامعة 8 ماي 45 قالمة، لتسيير و حماية تواجدها الإلكتروني الذي يتجسد في هوية رقمية يتداولها مستخدمي الأنترنت، المهتمين بكل إصدارات و مستحدثات الجامعة.

2. مجتمع البحث:

إن القصد بمجتمع البحث هو 'جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث'.¹

و يعرف أيضا : "هو المجموع الكلي من المفردات، و الأشياء الأخرى المحدودة (المجتمع الذي بإمكان الباحث تحديد حجمه الحقيقي)".²

¹نوران عبيدات، عبد الرحمن عيس، عبد الحق كايد، البحث العلمي: مفهومه و أدواته و أساليبه، ط5، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع،

عمان، 1996، ص113.

تد أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 166.

1-2 يعتبر مجتمع البحث الذي يتوافق و دراستنا التي هي تحت عنوان : "تسيير و مراقبة المنظمات لهويتهم الرقمية" واسع جدا حيث أنه يضم معظم المنظمات التي لها تواجد على الويب، و لهذا كان لابد من تحديد مجتمع بحث صغير يمكن القيام ببحثنا عليه، الذي يستلزم العمل على منظمة ذات أهداف غير ربحية لأن هذا النوع من المنظمات يكون في سعي دائم للحفاظ على صورته الحسنة و سمعته الجيدة لأنها رأسماله الوحيد، وهذا هو حال المنظمة قيد الدراسة - جامعة قالمة-، التي تكون في نفس الوقت الجامعة التي ننتمي اليها و الأولى بدراسة أكثر الاشكاليات التي تواجهها كمنظمة تواكب تكنولوجيات الاعلام و الاتصال، التي تعد وسائل حديثة تساعدها على بناء هوية رقمية خاصة بها كمنظمة لها كيان، الا أنها تضع المنظمات في وجه تحديات جديدة مثل: انتحال الهوية الرقمية للمنظمة، المساس بسمعة المنظمة الالكترونية، لذا يستوجب أن تواجهها بأحسن الاستراتيجيات و الطرق.

3. الإطار المكاني و الزمني للدراسة :

أجريت الدراسة الميدانية جغرافيا داخل نطاق ولاية قالمة، و تم إختيار جامعة 8 ماي 1945، كما إمتدت هذه الأخيرة خلال شهر أفريل 2012 و ذلك للحصول على بعض المعلومات و البيانات من أفراد العينة المنتسبين للجامعة (طلبة، أساتذة ، مسؤولين)، و ركزنا على موقعها الالكتروني لكونه شكل من أشكال الهوية الرقمية، علما أن إشكالية بحثنا هي إستراتيجية تسيير و مراقبة الهوية الرقمية للمنظمات، و تم اختيار مجموعة من الأساتذة و الطلبة بقسم علوم الإعلام و الاتصال التابع لكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية لكونهم أكثر الفئات المستهدفة بالموقع و المستخدمة -نظريا- له

4. عينة البحث:

4. أنواع العينة :

تعرف العينة القصدية تحت أسماء متعددة، مثل العينة الغرضية، العينة العمدية، أو العينة النمطية، و هي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات و بيانات، و هذا لإدراكه المسبق و معرفته الجديدة لمجتمع البحث و لعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا و بالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة مثلا إذا قام الباحث بتحليل موضوع إعلامي معين في دورية معينة خلال فترة محددة، و بعد الدراسة الجديدة لمجتمع البحث تبين له أن الجريدة تناولت هذا الموضوع في بعض أعدادها بكيفية وافية معمقة و هي بالنسبة للجوانب المستهدفة بالبحث أكثر تمثيلا من المفردات الأخرى

الصادرة خلال الفترة نفسها، لذا يقوم باقتناء هذه الأعداد مباشرة لتشكل العينة القصدية للدراسة¹.

حيث تتمثل عينة دراستنا في جامعة 8 ماي 45 قالمة، كمنظمة علمية و غير ربحية لها تواجد الكتروني يساهم فيه جمهورها الداخلي من خلال اصداراته التي تنتشر على الويب باختلاف أنواعه سواء كانوا أساتذة أو طلبة.

2.4 التعريف بعينات البحث :

1-جامعة 8 ماي 1945 :

1.د.أحمد بن مرسلني، مرجع سابق، ص ص 197-198.

أنشأت سنة 1986، كانت تعد كمعهد وطني للتعليم العالي، و أصبحت فيما بعد مركزا جامعي بمرسوم 299
92 الصادر في 1992/07/07 لترتقي بعد ذلك جامعة وفق المرسوم التشريعي 273-01 الصادر في 30
سبتمبر 2001 و تشهد الجامعة حاليا ارتفاع في التخصصات حيث أصبحت تحتوي على أكثر من 30
تخصص، كذلك لدينا ارتفاع في عدد الكليات.

جامعة قالمة تعتمد أكثر على تخصصات LMD(ليسانس، ماستر، دكتورا) و تتوفر على العديد من ميادين
التكوين في الليسانس و الماستر الموزعة على 3 كليات و هي : الجامعة المركزية، كلية سويداني بوجمعة،
كلية الحقوق بهيليوبوليس¹.

و سميت جامعة 8 ماي 1945 و هذا نسبة للمجازر التي وقعت بها في هذا التاريخ من قبل الاحتلال
الفرنسي²

2- مسؤولي الجامعة:

1-2 المدير:

الدكتور محمد نامشة من مواليد 1 جويلية 1953، بكاف الريح بقالمة ، متزوج وأب لأربعة أطفال، يشغل
حاليا رئيس جامعة قالمة، متحصل على العديد من الشهادات العليا، منها مهندس دولة من جامعة عنابة سنة
1982، بتقدير جيد و شهادة الدراسات المعمقة و الدكتوراه من المعهد الوطني المتعدد التقنيات "قرو نويل"
بفرنسا عام 1986، ودكتورا دولة من المدرسة المتعددة التقنيات بالجزائر في ديسمبر سنة 1993 بتقدير
مشرف جدا، و 26 سنة من التدريس و البحث بالتعليم العالي في الجزائر و فرنسا، له إنتاج علمي منها انه

¹ <http://www.univ-guelma.dz/> فحص بتاريخ 04 أبريل 2012 على 20.00

² <http://ar.wikipedia.org/wiki/> فحص بتاريخ 04 أبريل 2012 على 20.05

كاتب و ناشر 30 مقالا في مجلات عالمية، و 60 مداخلة في ملتقيات وطنية و 15 في ملتقيات مغاربية و اوروبية، و 35 مداخلة في ملتقيات دولية.

أطر العديد من المذكرات و الأطروحات منها 60 مذكرة في الماجستير و 7 أطروحات دكتوراه، عضو أيضا في منظمات وطنية و دولية، منها في مجمع الكهربائيين و التقنيين بباريس، و الكهرباء و الإلكترونيك و الهندسة بالولايات المتحدة الأمريكية، و في اللجنة القطاعية الدائمة للبحث العلمي و التطوير التكنولوجي بالجزائر، و تقلد الكثير من المسؤوليات في اللجان العلمية و الملتقيات و المجالات العلمية.

وقد إختاره مؤرخا المعهد الأمريكي للبيوغرافيا، "رجل 2011" و إعتبر المعهد في الرسالة التي و جهها له ان هذا اللقب هو إعتراف منه بالمجهودات التي بذلها في مجال عمله¹.

2-2 المسؤول على موقع الجامعة:

السيد مرطاني رضا، متحصل على شهادة مهندس دولة في الاعلام الالي من جامعة قالمة يشغل منصب مهندس مكلف بالموقع الالكتروني و هذا لمدة اربع سنوات من 2008 الى الوقت الحالي و قام بإنجازات مختلفة منذ توليه هذا المنصب و المتمثلة في تصميم و تنفيذ الموقع الالكتروني الرسمي لجامعة 8 ماي 1945، تركيب منصة الكترونية، و صيانة الموقع الالكتروني و تحديثه.

¹ <http://www.sawt-alahrar.net/online/modules.php?name=News&file=article&sid=27870> فحص بتاريخ 2012/04/25 على الساعة 20.20

2-3 المكلف بالاتصال:

السيدة شلاغمية سعاد، متحصلة على شهادة ليسانس في علم الاجتماع، و ايضا على شهادة تقني سامي مساعد و وثائقي، تشغل حاليا منصب مكلفة بالإعلام و الاتصال و هو منصب غير دائم، و هي تشغله لمدة سنة.

3-الجمهور الداخلي للجامعة :

1.3 الأساتذة :

يتكونون من حوالي 20 أستاذ و أستاذة دائمين من قسم علوم الإعلام و الاتصال، لديهم تخصصات مختلفة في مجالات عديدة، و قد تم اختيارهم بصفة قصدية لكوننا من نفس القسم و أيضا من أجل التعرف على انطباعاتهم عن صورة الجامعة الالكترونية و إسهاماتهم في بنائها.

2.3 الطلبة :

يتكونون من حوالي 30 طالب و طالبة من قسم علوم الإعلام و الاتصال، و هم من تخصصات تكنولوجيات الإعلام و الاتصال و المجتمع، بالإضافة الى طلبة الليسانس علوم الاعلام و الاتصال و قد تم اختيار هذه العينة بصفة قصدية نظرا لتخصصهم بالمجال مما يتيح لنا قراءات عميقة و متخصصة فيما يتعلق بموضوع البحث و كذلك من أجل التعرف على انطباعاتهم عن صورة الجامعة الالكترونية من خلال ما ينشر على الويب و من خلال إسهاماتهم في بنائها.

5. أدوات جمع البيانات :

1.5 المقابلة :

تعتبر استبيان شفوي من خلالها يقوم الباحث بجمع المعلومات و البيانات شفويا من المبحوث و المقابلة تمكن الباحث من دراسة و فهم التغيرات النفسية للمبحوث و الاطلاع على مدى انفعاله و التأثر بالمعلومات التي يقدمها كما أنها تمكن الباحث من إقامة علاقات ثقة و مودة مع المبحوث مما يساعد على الكشف عن المعلومات المطلوبة، و يستطيع الباحث من خلال المقابلة أيضا أن يختبر مدى صدق المبحوث و مدى ثقة إجاباته عن طريق توجيه أسئلة تحري مرتبطة بالمجالات التي شك الباحث بها. ¹

وقد تمت المقابلة مع بعض مسؤولي الجامعة و المتمثلين في: مدير جامعة قلمة، المسؤول عن الموقع الالكتروني للجامعة، و المكلفة بالاتصال على مستوى الجامعة، و كان ذلك داخل المنظمة خلال ثلاثة أيام: 23 و 25 أفريل 2012.

¹ ذرقان عبيدات و آخرون، نفس المرجع السابق ، ط8 2004، ص121

2.5 سبر الآراء :

تعد تقنيات سبر الآراء من الأساليب المستخدمة اليوم بكثرة في مجالات عديدة مثل الإعلام و الدراسات السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية.

1. تعريفه :

يعتبر المبدأ الرئيسي لسبر الآراء بسيطاً، فالهدف من هذه التقنية وصف الكل إنطلاقاً من معرفتنا بالجزء، و يشكل "الكل" المجتمع الأصلي Population Mère أي مجموع الأشخاص الذي نرغب في معرفة آرائهم بالطبع الهدف من التحقيق هو الذي يحدد هذا المجتمع.

و يشير المدلول اللغوي لكلمة "سبر" إلى الاختبار و امتحان غور الشيء لمعرفة ما بداخله و لذلك يقال سبر البئر أو الجرح، امتحن غوره ليطلع على مقداره و عمقه.

أما كلمة "الرأي" فتشير إلى التعبيرات اللفظية التي تكشف عن إستجابة لرد فعل ما نحو موضوع محدد، و يعرفه Broom بوصفه فكرة أو عقيدة أو مذهباً لم تثبت صحته في الوقت الراهن لكي يتحول إلى حقيقة ثابتة لا تتأثر بالأهواء و القيم الذاتية التي تجعل الأفراد يتسمون بخصائص التحيز و التعصب و اللاموضوعية¹.

وقد تم توزيع سبر الآراء على فئة الأساتذة و الطلبة، و اختير سؤال لكل منهما حيث تمت صياغة السؤال المخصص للأساتذة كمايلي:

- ما هي الإنطباعات السلبية و الإيجابية التي تتكون لديك عن صورة جامعة 8 ماي 45 لدى

إستخدامك لموقعها الإلكتروني؟

¹ <http://knol.google.com> فحس بتاريخ 2012/04/04 على الساعة 14.57 .

أما السؤال المخصص للطلبة فهو كمايلي:

- ماذا تنتشر أو تقرأ ايجابيا أو سلبيا عن جامعتك على الويب (فيس بوك، مدونات، موقع الالكتروني،...).

3.5 تحليل المضمون عن طريق تقنية تتبع الأثر "Name googling" :

إن الإنسان بفطرته لا يحب أن يتبع أثره فتخيل و أنت تمشي في طريق أو سوق أن هناك من يتبع أثرك و يعرف برنامجك اليومي و من تعادتك و كم من ساعة سكتت مع فلان أو فلان، و قد يكون أكبر من ذلك، ماذا تكتب أو ماذا تسمع أو ماذا تشاهد بل قد يتطور الأمر أن يعرف الكثير عن خصوصيتك الخاصة جدا حتى يصل به الحد و كأنه يعيش معك. فلا تذهب بمخيلتك إلى عالم الجاسوسية بل هو موجود في عالم النت الذي يعتقد البعض أنه لا أحد يعرف عن تحركاته شيء و في ظل تطور علم الاتصال و انتشار التجارة الالكترونية أصبح العالم و كأنه قرية.

- مفهوم التتبع في عالم الأنترنت :

تتلخص في جميع البيانات الشخصية التي تتم دون علم المستخدم مما قد ينتج عنه تسرب المعلومات لدى المستخدمين في التعاملات المالية و أسرارهم و غيرها و يرجع سبب ذلك في عدم وجود الوعي عند من يتعامل مع إجراءات هذه التقنية الرقمية و يوجد نوعين من تتبع الأثر في عالم الأنترنت هما: التتبع الايجابي أو التجسس المحمود، و تتبع الأثر السلبي أو التجسس المذموم¹.

¹http://www.protection1.net/athar.ht فحص بتاريخ 23 أفريل 2012 على 20.30

وقد تم الاعتماد على تتبع الأثر لتجسيد ما قيل عن جامعة قالمة على الويب في مختلف أشكاله (الشبكات الاجتماعية، مدونات، منتديات، و مواقع الكترونية أخرى)، من قبل كل من طلبتها، موظفيها (أساتذة و اداريين)، و أيضا مستخدمي الشبكة بهدف الحصول على كل المعلومات الخاصة بالمضامين المنشورة من قبلهم و عن كل تصرفاتهم ازاء كل ما يخص جامعة 8ماي 45 عن الويب و لنا لهذه الأخيرة من بقطة على كل المعلومات التي تخصها، وقد استمرت عملية تتبع و تقفي أثر هوية الجامعة على الأنترنت: مدة 05أيام ابتداءا من 11 أفريل 2012 إلى 15 أفريل 2012، و تمت كتابة الكلمات التالية :

1- Université 8 Mai 1945

2- Université de Guelma

3- جامعة قالمة

4- Facebook Université 8 Mai 1945

5- Twitter Université 8 Mai 1945

6- Forum Université 8 Mai 1945

7- Blog Université 8 Mai 1945

8- مجموعة جامعة قالمة

الفصل الثاني:

تحليل البيانات و عرض

النتائج

1. تحليل البيانات:

تعتبر الدراسات الميدانية في مجال علوم الإعلام و الإتصال ذات أهمية كبيرة في تبيان الجانب النظري دراسة علمية أكاديمية و ذلك من خلال تفسيرها بالنتائج المتحصل عليها كميًا بعد جمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث و تحليلها، و الإجابة على التساؤلات المطروحة من خلال الدراسة و ربطها بالنتائج العامة. وإعتمدنا في دراستنا على الأدوات التالية :

1. سير الأراء.

2. المقابلة.

3. تقنية تتبع الأثر.

المحور الأول: إستراتيجية تسيير و مراقبة الهوية الرقمية للمنظمة

نقصد من خلال دراستنا لإستراتيجية تسيير و مراقبة الهوية الرقمية للمنظمات مجموعة الإجراءات الإستراتيجية التي تعتمد عليها الجامعة في مراقبة تواجدها الرقمي من جهة، و هويتها الرقمية من جهة أخرى و من خلال المقابلة التي أجريناها مع رئيس الجامعة و بعض المسؤولين نعرض النتائج التي تحصلنا عليها كالآتي:

جامعة 08 ماي 45 تتبع بعض الإستراتيجيات لمراقبة هويتها الرقمية عن طريق بعض الإجراءات المتمثلة

فيما يلي:

بروتوكولات مراقبة تواجد الجامعة على الويب، أما فيما يخص المعلومات أو الأخبار التي تنشر عن الجامعة فهذه الأخيرة مكلفة بمسؤولية مصادر المعلومات، و ذلك بمساهمة أقسام الكليات، و كذا أقسام الجامعة ككل، و ذلك بتتبع مسيرة المعلومة عبر الويب، كما أن الجامعة تنتهج بعض التقنيات لأمن المعلومات من القرصنة

السرقية، و التشفير مثل: الجدران النارية¹

وذلك من أجل مراقبة المعلومات و نشرها، و تأمين الشبكات و حمايتها إلا أن هذه البروتوكولات ليست

مطبقة على أرض الواقع، و إنما الأداة أو الإستراتيجية الوحيدة لمراقبة و حماية الهوية الرقمية للجامعة هي:

الأخلاقية و الضمير²

¹تحصلنا على هذه المعلومات من خلال إجرائنا لمقابلة مع السيد " نامشة محمد " رئيس جامعة 08 ماي 1945 في إحدى الملتقيات بتاريخ 2012/04/23 على الساعة 15:30.

² تحصلنا على هذه المعلومات من خلال إجرائنا لمقابلة مع السيد " مرطاني رضا " المسؤول على موقع الجامعة الإلكتروني في مكتبه بتاريخ 2012/04/25 على الساعة 09.30.

المحور الثاني: أشكال تواجد و تواصل المنظمة مع محيطها على الويب

أما فيما يخص أشكال تواجد و تواصل المنظمة مع محيطها على الويب فلقد إعتدنا على أداة سير الأراء

لقياس آراء أفراد العينة المتمثلة في (الطلبة) حول تواجد المنظمة الرقمي التي ينتسبون إليها

| النسبة المئوية | التكرار | آراء الطلبة فيما يخص أشكال تواجد الجامعة على الويب |
|----------------|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| 66.66% | 20 | تواجد الجامعة الرقمي يكون في شكل موقع إلكتروني |
| 33.33% | 10 | هناك بعض الأشكال الأخرى مثل: الشبكات الإجتماعية، مدونات، منتديات لكنها مصممة من طرف الطلبة |
| 100% | 30 | المجموع |

أشكال تواجد و تواصل المنظمة على الويب الأكثر شيوعا و إستخداما هو الموقع الإلكتروني الذي صمم من

طرف الجامعة، حيث أن 20 مفردة (أو مانسبته 66.66%) من الطلبة أكدوا أن تواجد الجامعة على الويب

Newland & white يكون في شكل موقع إلكتروني لعل ذلك يعود إلى الدراسة التي أجراها كل من

الذين أكدوا أن الموقع الإلكتروني هو عنصر بناء صورة المنظمة أما 10 مفردات (أو ما نسبته 33.33%)

أكدوا أن تواجد الجامعة الرقمي مجسد في شكل منتديات، مدونات، وكذلك صفحات بسيطة في الشبكات

الإجتماعية من تصميم الطلبة و مستخدمي الأنترنت عامة¹.

* أما فيما يخص النتائج المتحصل عليها من خلال تقنية تتبع الأثر وجدنا أشكال أخرى تتواجد فيهم

جامعة 08 ماي 45 وذلك:

من خلال مشاركات الطلبة و الأساتذة و كذا موضفي الجامعة في الشبكات الإجتماعية، إذ يساهمون في

إنتاج و بناء هوية الجامعة الرقمية La coproduction de l'identité numérique سلبا و إيجابيا.

(أنظر إلى الملحق رقم 01)

إضافة إلى المدونات الخاصة بالجامعة المسؤول عنها مجموعة من الطلبة و الأساتذة (أنظر إلى الملحق

رقم 02)

في حين توجد أيضا منتديات أنشأها مجموعة من الطلبة من أجل التفاعل و تبادل المعلومات و المواضيع

من أجل الدراسة أو من أجل التعارف المهني (أنظر إلى الملحق رقم 03).

¹تحصلنا على هذه المعلومات من خلال سير آراء أفراد العينة (المطابقة بتاريخ 22/12/2012 أبريل 2012).

أما بالنسبة لإنتباعات الأساتذة عن تواجد المنظمة في شكل الموقع الإلكتروني تَرجحت بين سلبية

و إيجابية في حين إختلفت الإجابات و إختلفت النسب حيث جاءت كالتالي:

1. الانتباعات الإيجابية:

| النسبة المئوية | التكرار | إنتباعات الأساتذة الإيجابية عن الموقع الإلكتروني |
|----------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| %71.42 | 05 | يولي الموقع أهمية كبيرة لما يحدث داخل كليات وأقسام الجامعة حيث أن معظم الإعلانات الموجودة تتعلق بالملتقيات و المؤتمرات الوطنية و الدولية وكل الأنشطة العلمية التي تنظم فيها |
| %28.57 | 02 | يوجد رابط لمجلة أصدقاء الجامعة تحتوي على كل أخبار الجامعة في شكل Pdf |
| %100 | *07 | المجموع |

*7 هو عدد أفراد العينة التي كانت إنتباعاتهم إيجابية على موقع الجامعة الإلكترونية

يبين لنا الجدول أعلاه أفراد العينة حسب انطباعاتهم الايجابية عن موقع الجامعة الإلكتروني :

أن 05 مفردات (ما نسبته 71،42%)، أكدوا أن الموقع يولي أهمية كبيرة لما يحدث داخل كليات و

أقسام الجامعة حيث أن معظم الاعلانات الموجودة تتعلق بالملتقيات و المؤتمرات الوطنية و الدولية و كل

الأنشطة العلمية التي تنظم، و 02 مفردة (أو ما نسبته 28،57%) يؤكدون أنه يوجد رابط لمجلة أصدقاء

الجامعة التي تحتوي على كل أخبار الجامعة في شكل PDF وهذا ما يدل على أن عينتنا إرتكزت على أن

موقع الجامعة الإلكتروني يولي أهمية كبيرة لما يحدث داخل كلياتها و أقسامها.

2. الإنطباعات السلبية:

| النسبة المئوية | التكرار | إنطباعات الأساتذة السلبية عن الموقع الإلكتروني |
|----------------|---------|----------------------------------------------------|
| 10.90% | 06 | ليس هناك إرتباط بين الموقع و الطلبة و الأساتذة |
| 29.09% | 16 | تصميم الموقع سيء جدا من الناحية التقنية و الجمالية |
| 40% | 22 | عدم تحيين و تحديث الموقع |
| 1.81% | 01 | الخدمات المقدمة دون المستوى |
| 18.18% | 10 | يقدم صورة سلبية عن الجامعة من ناحية الإنتاج العلمي |
| 100% | *55 | المجموع |

يبين لنا الجدول أعلاه إنطباعات أفراد العينة السلبية عن موقع الجامعة الإلكتروني حيث،

أن 06 مفردات (أو ما نسبته 10:90%) من أفراد العينة قالوا أنه ليس هناك إرتباط بين الموقع و الطلبة و 16 مفردة (أو ما نسبته 29:09%) كانت إجاباتهم تركز حول التصميم السيئ للموقع الإلكتروني من الناحية التقنية و الجمالية، في حين 22 مفردة (أو ما نسبته 40%) أكدوا على سلبية عدم التحيين و التحديث للموقع.

و إختلفت الإجابات حول الخدمات الدنيا التي يقدمها موقع الجامعة الإلكتروني، و الصورة السلبية التي يقدمها عن الجامعة من ناحية الإنتاج العلمي ما نسبته 1،81% و 18،18% على التوالي.

هذا ما يدل على أن معظم عينتنا ركزت على سلبية عدم تحيين و تحديث موقع الجامعة الإلكتروني.

*55 عدد التكرارات و ليس عدد أفراد العينة (لكل فرد فرصة الإجابة أكثر من إجابة واحدة)

المحور الثالث: الرهانات التي تواجه الهوية الرقمية للمنظمة

من أخطر الرهانات أو الإشكاليات التي تواجه الجامعة: La coproduction de l'identité numérique

(مشاركة الآخرين في بناء هوية الجامعة الرقمية) مثل: المواد التي تنتشر على الويب (شبكات، منتديات...)

لأنها مساحات و فضاءات رقمية عامة لكل الناس لا تستطيع الجامعة تتبعها و حماية هويتها الرقمية منها¹

بالإضافة إلى أن الجامعة ليس لديها تقنيات الحفاظ على هويتها و صورتها الرقمية من التشويهات التي

تتعرض لها، كما أنها المسؤول الأول و الأخير عن مثل هذه الأمور، حتى المسؤول عن الموقع الإلكتروني

لا يستطيع التدخل فهو بمثابة موظف تقني مطالب بالتنفيذ و صيانة الموقع الإلكتروني فقط

فمراعاة صورة و هوية الجامعة الرقمية من جهة المسؤول عن الموقع الإلكتروني تكون من خلال التصميم

و ذلك من خلال المنظومة الجرافيكية La charte graphique بالإضافة إلى:

الأرگونوميا، المقروئية، فصاحة اللغة، سهولة الإبحار، بساطة التصميم، بساطة الشعار، مراعاة الألوان.. الخ²

كما يمكن أيضا إتباع بعض الخطوات ليست للمعالجة و فقط و إنما لمواجهة الرهانات والإشكاليات التي

تواجه هوية الجامعة الرقمية و ذلك من خلال:

¹ تحصلنا على هذه المعلومات في نفس المقابلة مع السيد ' نامشة محمد ' رئيس جامعة 08 ماي 1945.

² تحصلنا على هذه المعلومات في نفس المقابلة مع السيد ' مرطاني رضا ' المسؤول عن موقع الجامعة الإلكتروني.

1/ مصداقية المضمون.

2/ إجراء دراسات أكثر في هذا الميدان، و توظيف مختصين في هذا المجال لأن الجانب التقني فقط

ليس بإمكانه المواجهة و الإصلاح¹

¹ تحصلنا على هذه المعلومة من خلال إجرائنا لمقابلة مع المكلف بالإعلام و الإتصال شلاغمية سعد بكاروخ 2012/04/24 على الساعة 10.00

المحور الرابع: آليات تسيير و مراقبة الهوية الرقمية للمنظمات

تتبع أثر الجامعة على الويب في الفترة الممتدة من 11 أبريل إلى 15 أبريل 2012

1. فئة الطلبة

| | |
|----------------------------------------|----------------|
| ردود الجامعة عن ما ينشر و ما يقال عنها | |
| من قبل فئة الطلبة | |
| لا يوجد أي ردود من قبل الجامعة | ردود رسمية |
| | ردود غير رسمية |

فيما يخص آليات تسيير الجامعة لهويتها الرقمية فهي منعدمة فالجامعة لا تخطو أية خطوات أو إستراتيجيات

فيما يخص هويتها على الويب، كما إنعدمت أية ردود (رسمية و غير رسمية) من طرف الجامعة عن ما يقال

وما ينشر عنها إن كان بالسلب أو بالإيجاب¹

¹ تحصلنا على هذه المعلومات من خلال تفتية نتبع و نتقي أثر تراجد أجامعة الرقسي خلال الفترة الممتدة من 11 إلى 15 أبريل 2012

2. فئة الأساتذة

| | |
|---------------------------------------------------------------|----------------|
| ردود الجامعة عن ما ينشر و ما يقال عنها من قبل فئة الأساتذة | |
| لا يوجد أي ردود من قبل الجامعة | ردود رسمية |
| | ردود غير رسمية |

إنعدمت أية ردود (رسمية و غير رسمية) من طرف الجامعة عن ما يقال و ما ينشر عنها من قبل فئة

الأساتذة. و هذا راجع إلى عدم وعي الجامعة و إنعدام أية آليات لتسيير و مراقبة هويتها الرقمية.

نظر
ص 88

3. فئة مستخدمي الإنترنت

| | |
|-----------------------------------------------------------------------|----------------|
| ردود الجامعة عن ما ينشر و ما يقال عنها من قبل فئة مستخدمي الإنترنت | |
| لا يوجد أي ردود من قبل الجامعة | ردود رسمية |
| | ردود غير رسمية |

من خلال عرضنا لنتائج المتحصل عليها يمكننا إرجاع سبب عدم وجود أي ردود رسمية و غير رسمية من

قبل الجامعة إلى عدم وجود أدوات فعالة بإمكانها أن تساعد الجامعة في مراقبة هويتها الرقمية على سبيل

المثال: جهاز الإنذار الذي إقترحه جوجل كألية للكشف عن أي مادة جديدة حول الجامعة أو الهوية في

محرك البحث، فهذا الأخير يساعد المنظمة أن تكشف أي تشويه يضر بهويتها أو صورتها الرقمية.

- جدول يوضح ما ينشر و ما يقال عن الجامعة في الويب من قبل فئة الأساتذة:

| ما ينشر و ما يقال | | الفئة |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------|
| ماذا قيل | كيف قيل | |
| <ul style="list-style-type: none"> - نشر مواضيع تخص إهتماماتهم الشخصية. - ذكر إهتمامهم للجامعة من خلال المنصب الذي يشغلونه. - نشر مواضيع قديمة خاصة بالبحث | الشبكات الإجتماعية | الأساتذة |
| <ul style="list-style-type: none"> - تضم معلومات خاصة بجنس و سن الأساتذة بالإضافة إلى الشهادة المتحصل عليها. - تبادل الأساتذة فيما بينهم الخبرات و المعارف | المنتديات | |
| <ul style="list-style-type: none"> - نشر بعض المواضيع في مجال البحث العلمي و التي لم يتم تحديثها منذ مدة ما أفقدها الحداثة و الأهمية. | المدونات | |

* أما فيما يخص بناء هوية الجامعة الرقمية من خلال مشاركات الفئات المنتسبين إليها و غير المنتسبين على الويب فالملاحظ أن فئة الأساتذة المشاركين في الشبكات الإجتماعية، المدونات، و المنتديات... الخ لا يشاركون في بناء هوية رقمية جيدة للجامعة، من حيث نشر المضامين حتى و إن وجدت هذه الأخيرة (المضامين) فهي تقتصر على معلومات خاصة بجنس و عمر الأساتذة بالإضافة إلى الشهادة المتحصل عليها بالإضافة للنشر مواضيع خاصة بالبحث العلمي قديمة ولا تثير إهتمام قراء و مستخدمي الشبكة و يتجسد ذلك في غياب التفاعل و التعليقات.

- جدول يوضح ما ينشر و ما يقال عن الجامعة في الويب من قبل فئة مستخدمي الأنترنت

| | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------|
| <p>- تعاليق مسيئة وغير لائقة عن الجامعة</p> <p>- الحديث عن المشاكل الذي يتعرض لها الطلبة</p> | الشبكات الإجتماعية | مستخدمي الأنترنت |
| / | المنتديات | |
| / | المدونات | |

- فيما يخص فئة مستخدمي الأنترنت فمشاركاتهم تظهر لنا في مواقع التواصل الإجتماعي فقط مثل: موقع فايس بوك ، من خلال تعليقاتهم و التي هي غالبا ما تكون مسيئة للجامعة تظم تعبيرات و أفكار ضد الجامعة و مسؤوليتها في إطار أحاديث مطولة مفتوحة، يكفي فقط كتابة كلمة مفتاحية تدل على الجامعة مثل "8 ماي 45" أو "جامعة قالمة" أو "طلبة قالمة" ، لتظهر هذه الصفحات و ما تحتويه من تعبيرات ومحتويات سلبية تسيئ بهوية الجامعة على الويب، و هذا يرجع إلى غياب مراقبة الجامعة والتخطيط و التسيير المحكم لكل ما ينشر عنها و ما يمس بسمعتها على الويب.

- جدول يوضح ما ينشر و ما يقال عن الجامعة في الويب من قبل فئة الطلبة

| | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------|
| <p>- توجد هناك صفحات خاصة بالطلبة تم إنشاؤها بهدف الدراسة مثل: الإعلام عن الإمتحانات، و الإعلان عن النتائج - نشر فيديوهات مهيئة للجامعة - طرح مواضيع تطيح بالمستوى الجامعي - يدونون مواضيع خاصة بالبحث العلمي</p> | <p>الشبكات الإجتماعية</p> | <p>الطلبة</p> |
| <p>- التحدث عن مواهبهم الخاصة و عن هواياتهم.</p> | <p>المنونات</p> | |
| <p>- هناك منتديات خاصة بالطلبة الجزائريين يشارك فيها طلبة جامعة 08 ماي 45 ببعض المواضيع و المداخلات - بالإضافة إلى وجود منتديات تحت إسم قدامى حيث يتبادلون الخبرات مع الطلبة الجدد.</p> | <p>المنتديات</p> | |

- في حين الملاحظ من خلال مشاركة و تواجد فئة الطلبة على الويب، فإنهم منصب على نشر مواضيع على الشبكات الإجتماعية في إطار الدراسة مثل تواريخ الامتحانات إلا أنها لا تلقى إنتشارا و تداولاً في وسط المنتسبين في هذه المواقع، لأنها ليست صفحات متقنة من حيث التصميم و لا غنية من حيث المضمون، و غير محينة بصفة دائمة، بالإضافة إلى نشرهم لمقاطع فيديو عرضها الأول و الأخير هو تشويه صورة الجامعة و سمعتها الرقمية، أما فيما يخص المدونات فهم يدونون مواضيع خاصة بالبحث العلمي و مواهبهم الخاصة إلا أنها تعتبر مشاركات ضعيفة لا تعبر عن تواجد حقيقي لطلبة جامعة 8 ماي 1945، بالإضافة إلى طرح بعض المواضيع المسيئة بالدرجة الأولى لسمعة الجامعة الرقمية.
- و هذا راجع إلى تقصير الجامعة في وضع أسس مراجعة و مراقبة المضامين المنشورة على الويب، وكذلك قلة وعي الطلبة بأن سمعة وهوية الجامعة السينتين له نتائج سلبية تضر بالجامعة ويكل المنتسبين إليها.

النتائج العامة:

من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج:

- أن جامعة 8 ماي 45 لا تتبع إستراتيجيات لمراقبة هويتها الرقمية وهذا عكس ما صرح به رئيس

الجامعة بوجود بروتوكولات مراقبة، وهذا راجع إنه من الممكن أن تكون تلك البروتوكولات لكن

ليست مطبقة على أرض الواقع.

- تعتمد الجامعة على بعض التقنيات لأمن و سلامة المعلومات المنشورة على الويب و تأمين الشبكات

مثل: الجدران النارية.

- مانسبته 66,66% من الطلبة أكدوا أن تواجد الجامعة على الويب يكون في شكل موقع الكتروني إذ

فيما يخص
صورة المنظر

هو عنصر بناء صورة المنظمة . كما إذا لم تتوفر المقاييس بروتوكولات الامتدادات والمعلومات

أما الأستاذة فلاحظوا أنهم تذكر
موقفهم سلباً من موقع الجامعة
الالكتروني

- أما بالنسبة لانطباعات الأساتذة عن تواجد المنظمة في شكل موقع الكتروني سلبية. انفضاءات حياء و عنى فضاخية لأن

- مانسبته 40 % من الانطباعات السلبية للأساتذة كانت حول عدم تحين و تحديث الموقع

الالكتروني.

- اخطر الرهانات أو الإشكاليات التي تواجه الجامعة مشاركة الآخرين في هويتها الرقمية ، و هذا

ما جعل الجامعة تجد صعوبات في تتبعها لمثل هذه المساحات و انفضاءات التي من الممكن أن تضر

بصورتها الرقمية .

- إن جامعة 8 ماي 45 لا تعتمد على آليات لتسيير هويتها الرقمية على الويب ، و يتجسد ذلك من

ما هي

خلال انعدام أية ردود (رسمية أو غير رسمية) عما يقال و ينشر عنها سلبا أو إيجابا .

- إن سبب عدم وجود أي ردود رسمية و غير رسمية من قبل الجامعة على ما ينشر عليها عبر الويب

إلى عدم وجود أدوات فعالة بإمكانها أن تساعد الجامعة في مراقبة هويتها الرقمية .

- إن فئة الأساتذة المشاركين في الشبكات الاجتماعية، المدونات، المنتديات..... الخ، لا يشاركون في

بناء هوية رقمية جيدة للجامعة.

- إن فئة مستخدمي الانترنت تظهر مشاركتهم في مواقع التواصل الاجتماعي فقط مثل موقع فيس

بوك ، غالبا تكون سلبية و تضم تعبيرات و أفكار ضد الجامعة.

من خلال عرض نتائج الدراسة الميدانية أتضح أن تواجد الجامعة الرقمية للجامعة يؤثر على

حياة المنظمة و إستمراريتها ، و تحسين A علاقتها B بمحيطها الخارجي و الداخلي ، و يمكن القول من

خلال هذه النتائج أن الهوية الرقمية الجيدة من أهم عناصر بناء صورة رقمية حسنة للمنظمة .

- إن النتائج العامة مكنتنا من الوقوف على بعض الحقائق حول إستراتيجيات تسيير و مراقبة الهوية

الرقمية للمنظمات التي مكنتنا من تصحيح بعض الأحكام المسبقة على هذا الموضوع و التأكيد على

البعض الآخر .

و كنتيجة عامة نرى بان التواجد الرقمي أصبح ظاهرة واسعة الانتشار بين المنظمات و المجتمع ككل،

حتى أنها دخلت ضمن التخطيط لمنظمتي و لا يمكن الاستغناء عنها إذ أصبحت ظاهرة حقيقية تستحق

الدراسة و البحث.

التوصيات و الإقتراحات:

استنادا للنتائج التي توصلت اليه هذه الدراسة، وفي ضوء القناعات التي تشكلت لدينا، تبلورت عن هذه الدراسة جملة من التوصيات و الإقتراحات التي يطمح الباحث أن تلقي العناية الكافية من ذوي الاهتمام و خصوصا ضمن عينة الدراسة، وفيما يلي عرض للتوصيات و الإقتراحات:

1- العمل على تطوير الموقع الالكتروني الخاص بالجامعة لتحسين خدماته.

2- عرض اهتمام أكثر لتواجد جامعة قلمة الالكترونية على صفحات الشبكات الاجتماعية لأنها أكثر المواقع استعمالا في أوساط الطلبة.

3- انشاء آلية أو منظومة لليقظة الالكترونية على مستوى الجامعة للتأشير الى أحداث التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال.

4- التخطيط أكثر لبناء صورة رقمية للجامعة لأن الصورة الجيدة لها تأثير كبير على نجاح المنظمات، كما أن لها تأثير على قدرة المنظمات على البقاء و التطور لأنها واحدة من الأصول الاستراتيجية التي تقود الى ايجاد ميزة تنافسية.

5- ضرورة وضع دورات تدريبية متخصصة و فعالة في مجال التقنيات الالكترونية الجديدة للكفاءات المسؤولة عن تواجد الجامعة على الويب.

6- استمرار العمل على مواكبة التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات و قواعد البيانات، بالشكل الذي يمكن المنظمات من زيادة كفاءتها في مجال استخدام هذه التقنيات في تحسين أدائها الإداري بالإضافة الى المحافظة على صورتها على الويب.

- 7- نظرا لكون المنظمة محل الدراسة ليس لديها اهتمام كبير بالتواجد على الويب فيجب عليها أن تضع استراتيجيات و آليات لحماية هذا التواجد.
- 8- زيادة تفعيل دور استراتيجيات تسيير و مراقبة الهوية الرقمية للمنظمة في الحفاظ على صورتها و سمعتها.
- 9- تبني ثقافة أكثر وعي بالهوية الرقمية و مدى أهميتها في هذا العصر.
- 10- الاهتمام أكثر بإبراز ملامح المنظمة عبر الويب خاصة في عصر تسوده التكنولوجيات الحديثة.
- 11- ضرورة متابعة المنظمة لكل أخبارها التي تنشر عبر الويب، سواء كانت جيدة أو سيئة لأنها تساهم في تكوين صورة لدى مستخدمي الأنترنت عنها.
- 12- الاهتمام أكثر بالتواجد على الويب الذي يلعب دور كبير في التعريف بالمنظمة و تقديم صورة جيدة عنها للمهتمين بأخبارها.
- 13- نظرا لكثرة المتغيرات ذات الصلة بأداء المنظمات، و التي لا يمكن أن تحيط بها دراسة واحدة مجتمعة، نقترح أن يتم اجراء دراسات مستقبلية تشمل أبعاد و متغيرات أخرى.

الخاتمة:

تناولت هذه الدراسة موضوع إستراتيجيات تسيير و مراقبة الهوية الرقمية للمنظمات وهو من

المواضيع

التي تثير جدلا و المطروحة بشكل كبير في عصرنا الحالي، كما تضح الكثير من الإشكاليات التي

تهدد صورة المنظمات على الويب لأنها تلعب دور كبير في إبراز ملامح المنظمة.

لتسجل تكنولوجيا الإتصال الحديثة تطورا مذهلا نهاية القرن الماضي، وشكل ذلك التطور منطلق

التغيرات

المتسارعة في شتى المجالات وخاصة في مجال الإتصال كما تعتبر التكنولوجيات الحديثة السبب

الرئيسي في تغيير ملامح الشخصية العامة للمجتمعات سواء كانت في شكلها الطبيعي أو في الشكل

الانتظيمي أي أنها هي التي أضافت على المجتمع قيم جديدة مثل: العالم الافتراضي، التواجد الإلكتروني

و ذلك من خلال إستعمالاتها في التنظيمات لتجسد لنا صورة جديدة لمنظمة حديثة تعتمد بالأساس على

هويتها الرقمية التي تتحقق من خلال الإجراءات الإستراتيجية التي تتبعها من أجل تسيير و مراقبة

تواجدها الرقمي.

وقد توصلنا في هذه الدراسة لعرض موجز من النتائج التي تجيب على التساؤلات الفرعية و الرئيسية

حيث

تبين أن الجامعة تضع إستراتيجيات لحماية و مراقبة هويتها الرقمية لكنها غير مطبقة على أرض الواقع.

إن حدود هذه الدراسة تشكل بدايات و آفاق واسعة تدفع باتجاه إجراء دراسات على عينة أوسع، كما تسمح بالبحث في إمكانية تعظيم القدرة التنافسية للمنظمة على الويب من خلال إستراتيجية عامة و شاملة

لتسيير و مراقبة هويتها الرقمية.

و في الأخير لا يسعنا القول إلا أننا أردنا أن نوضح إستراتيجيات تسيير و مراقبة الهوية الرقمية للمنظمات إذ يعتبر هذا الموضوع واحد من المواضيع المهمة و المطروحة في الساحة، و يبقى المجال مفتوح للبحث في مثل هذه المواضيع.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أ/ بالعربية:

1. الكتب:

1. د. احمد بن مرسلني مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2007 .
2. بروتوكول تكنولوجيا الاعلام و الاتصال و تطوير الخدمات ، فرنسا ، 2001.
3. حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، مصر ، 1997
4. ذوقان عبيدات ، عبد الرحمان عدس ، عبد الحق كايد ، البحث العلمي مفهومه وأدواته و أساليبه دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع ، عمان 1996.
5. د.رمزي احمد عبد الحي ، نحو مجتمع الكتروني، مكتبة زهراء الشرق ، القاهرة، 2006.
6. سناء الخولي، العلاقات الأسرية، دار المعرفة الجامعية .
7. عبد الرزاق جيب ، اقتصاد و تسير مؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية 2006.
8. د. فضيل دليو ، دراسات في المنهجية ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2000.
9. فيرونيكا نابديوس ، تصميم هوية الشركة ، نيويورك، 1988.
10. محمد محمد الهادي، تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها ، دار الشروق القاهرة، 1989.
11. د.مهدي محمد القصاص ، علم الاجتماع العائلي ، كلية الاداب ، جامعة المنصورة 2008.
12. د. مي العبد الله ، نظريات الاتصال :دار النهضة العربية ،ط2 ، بيروت ،لبنان ،2006.

2 / الجرائد :

1. عبد الله هقي ، الشباب العربي يعارض حكامه بالانترنت ، جريدة المحقق ، العدد 100.
2. منير ركاب ، ثورة المدونات الالكترونية تجتاح الجزائر ، جريدة إعلام تك ، العدد 60.

3 / الأطروحات و المذكرات :

1. زيد مويديان ، انتحال الهوية الرقمية ، تونس ، 2011.

ب/ بالأجنبية:

- 1 .Warren , B , E-réputation et identité numérique des organisation GFI .

1. الأطروحات الأجنبية:

- 1.Mikael Ates . l'identité numérique : gestion inter-organisationnelle centrée sur l'utilisateur et respectueuse de la vie privée . université jean monnet . saint etienne . janvie 2010 .
- 2.François Fillietaz . un enjeux pour l'enseignement comprendre l'identité numérique, direction des systèmes d'information et service écoles medias , janvie 2011.

3. Kent M , with W , jet tayler M , ID and site web , Canada , 2003 .
4. Olevier Glassey, l'identité numérique au delà de la technologie , institut de hautes études en administration publique , suisse .

2. المدونات:

- 1 . مدونة جوبز . الهوية الرقمية تحت السؤال . نوفمبر 2011

جـ. المواقع الإلكترونية:

- 1 . مفاهيم-التسويق-الالكتروني <http://www.arabsender.com/>

2 <http://al-nahrain.org>.

3 <http://aljazeera.net> .

4 <http://babur.almontada.net> .

5 <http://www.ingdz.com> .

6 . ماهو-البيودكاست؟: <http://khawarzmeat.wordpress.com/>

7 <http://www.kenanaonline.com> .

8 <http://www.Maviseo.com> .

9 <http://mazameer.com> .

<http://www.protection.net> . 10

<http://www.univ-guelma.dz> . 11

<http://www.socialar.com/vb/showthread/php> . 12

http://www.reputationmanagement.com/reputation-management_html . 13

<http://www.slidershare.net> . 14

<http://ar.wikipedia.org/wiki>. 15

<http://www.parabic.com> . 16

<http://www.knol.google.com> .17

الملاحق

ملاحق تتب الأثر:

1. الشبكات الاجتماعية 'فايس بوك'

- مشاركة الطلبة و الأساتذة و مستخدمي الأنترنت من خلال شبكتي 'فايس بوك' و 'فيديو'

université 8 mai 1945 guelma
16 décembre 2011

Bourses Erasmus Mundus - Al Idrisi
Appel à candidature ouvert jusqu'au 16 Janvier 2012

Etudiants inscrits en 3ème Licence, 1ère année Master,
doctorants et post-doctorants: vous pouvez obtenir une bourse
Erasmus Mundus - Al Idrisi. Financées par l'Union européenne, les
bourses Erasmus Mundus - Al Idrisi permettent de vivre un séjour
d'étude court ou long du Maghreb vers l'Europe.
<http://www.al-idrisi.eu/en/scholarships/who-can-apply.html>

J'aime · Commenter · Partager 2 1

université 8 mai 1945 guelma
16 décembre 2011

L'espace numérique ouvert sur la mer Méditerranée "E-OMED"

L'université 8 Mai 1945 Guelma est membre de l'association
Internationale "L'Espace Numérique ouvert pour la Méditerranée
(e-OMED)". L'objectif de cette association est de développer la
coopération et les échanges entre les collègues du sud et du
nord, et plus généralement entre collègues du pourtour
méditerranéen. Pour commencer il faut rendre visible ce qui est
déjà fait et créer des communautés d'intérêt thématiques.

<http://www.eomed.org/>

J'aime · Commenter · Partager 5 1 1

université 8 mai 1945 guelma
1 octobre 2011

Bonne chance à tous les étudiants de l'Université 8 mai 1945
Guelma, et je vous souhaite une année pleine de réussites.

J'aime · Commenter · Partager 11

université 8 mai 1945 guelma
8 août 2011

L'université 8 Mai 1945 Guelma est membre de l'association
Internationale "L'Espace Numérique ouvert pour la Méditerranée
(e-OMED)". L'objectif de cette association est de développer la
coopération et les échanges entre les collègues du sud et du
nord, et plus généralement entre collègues du pourtour

mars
2012
Inscription sur
Facebook

 université 8 mai 1945 guelma a partagé un lien via Bassem Leo. 13 août 2011 ✨

طلبة قالمة يتعرضون للضرب من طرف أعوان الأمن

 **طلبة قالمة يتعرضون للضرب من طرف أعوان الأمن**
طلبة جامعة قالمة في عيدهم الوطني يتعرضون للضرب و العنف من طرف أعوان الأمن و بتحريض من الإدارة القمعية العاشلة

J'aime · Commenter · Partager 2 1

mars 2012

Inscription sur Facebook



- 7 mars, 23:03 · J'aime · 1
 - Souleyman Togui Azzai** احب هذه القلعة الشاهقة قالمة مدينة الشهداء احبكم..... 8 mars, 14:04 · J'aime · 1
 - Minou Numidian** un coeur du courage 22 mars, 00:37 · J'aime
 - Fatma Zohra Chibouni** مدينة الحفرة و المحسوسة لي عندي كفاف برك شه الي بحجم i hate it 31 mars, 15:39 · J'aime · 2
 - Riad Chia** je suis avec toi tu as un probleme dit le moi et je serais la jur j ai pas mal de amis serdi hamid le sous directeur zinz ext ext 2 avril, 18:56 · J'aime · 1
 - Fatma Zohra Chibouni** and ntra 2nd year english min souk ahras yi asabda y3awno gir fi ta3 guelma yi htra lkarhonna fi english dir wich dir ba3d tdi fi exama 5 wala 6 4 avril, 12:09 · J'aime · 2
 - Yazid Bouhafis** lk rabi ya fatma zohra ... ana wahed men el nass li krit tema mes kont fared mhi hext. 4 avril, 16:45 · J'aime
 - Mouh Cheghib** jami3at 9 ghir rba3 14 avril, 13:02 · J'aime
- Rédiger un commentaire...



J'aime · Partager

1 personnes aiment ça.



Lolita Khaoula ▾

2 avril, 13:55 · J'aime



Rédiger un commentaire...

Plus tôt en 2012



université 8 mai 1945 guelma

9 février ·



Voir la traduction



université 8 mai 1945 guelma

University

Page : 1 125 personnes aiment ça.

J'aime · Commenter · Partager

10 1



université 8 mai 1945 guelma
28 mars

J'aime · Commenter · Partager

10 personnes aiment ça.

2 partages

Babilboss Rouabhia kach jdid
28 mars, 16:50 · J'aime

Riad Chia win fi al aidara rahoum isahtou fi al khadama mesaken wa koul wahed hab idakhal ahbabou haw jdid les agents de sécuréter sonta la poubelle
2 avril, 18:52 · J'aime

Mouh Cheghib tgnouf 38k rak dakhol lemnara
14 avril, 13:02 · J'aime

Rédiger un commentaire...

Sponsorisé




Escobar Kokoriko dohhis ta3kouri
7 mars, 19:33 · J'aime · 1

Yanice Missou yama yama bla el jamia el 3asikaria inta3na mois tgz3ar ty 24coréts en force
7 mars, 20:54 · J'aime · 3

Amira Mira 08 mai 1945
7 mars, 23:03 · J'aime · 1

Soulcyman Togui Azzai احب هذه القلمة
الشامخة..... فالله مدينة الشهداء.....
الحكي.....
8 mars, 14:01 · J'aime · 1

Minou Numidien un coeur du courage
22 mars, 00:37 · J'aime

Fatma Zohra Chibouni مدينة الحفرة و المحسوبة لي عندي كاف براء هو اي بنوح i hate it
31 mars, 15:39 · J'aime · 2

Riad Chia je suis avec toi tu as un probleme dit le moi et je serais la jur ; ai pas mal de amis seridi hamid le sous drecteur zinz ext ext
2 avril, 18:56 · J'aime · 1

Fatma Zohra Chibouni and nra 2 nd year english min souk ahras w asatida y3avno gir fi
Rédiger un commentaire...

Photos du mur 5/5 Options Partager J'aime



photos du mur 25 Options Partager J'aime

- Alice** Adie elle ressemble à notre prison ah pardon université à Alger XD
28 mars, 17:19 · J'aime · 0 1
- Méduse La Pébrifiante** n elles sort tout copier collé XD
28 mars, 17:20 · J'aime · 0 1
- El Baidi Najim** un grand changement depuis 30ans-péri vieille
28 mars, 23:04 · J'aime
- ES Guelma " La Maïa "**
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=120640946059530&set=ea.11786846503447.2076.117865611570399&type=1>
Développer l'aperçu >
31 mars, 15:09 · J'aime
- Riad Chia** TOUT EST BEAU ET TOUT EST FAIT
TA VOIE INTERIEURE CATASTROPHE LES
60 000 les infirmiers de la plus le froid est
une je ne sais pas quoi dire
2 avril, 18:46 · J'aime · 0 1
- Houh Chegrib** efffffffffffffft Clavel
men tarf
14 avril, 13:02 · J'aime
- Kyo KAs** abébebeba si bon reni toutbet nerou

Rédiger un commentaire...

facebook Recherche Soumia Isdonamsisa Rechercher des amis

Promotion 2012 Master II informatique Université de Guelma
10 personnes aiment ça

Bibliothèque Université 8 mai 1945 Département d'informatique (ES...)

À propos Photos Mentions J'aime 10 Bienvenues 10

أوقات الصلاة

Créer un profil

Sponsorisé WASEDA gits.waseda

Maintenance Inscrivez-vous Facebook

À la une

Message sur le mur Photo/vidéo

Exprimez-vous

Mentions J'aime

- 08 mai 1945 Guelma University J'aime
- 8 mai 1945 University J'aime
- Guelma 8 ami(e)s aiment également ça. J'aime

université 8 mai 1945 guelma

facebook
Recherche

University 8 mai 1945 Gue... À propos
J'aime

À propos

Description

Située à Guelma, ville du Nord-est du pays (500 Km de la capitale Alger), l'université 8 Mai 1945 accueille aujourd'hui plus de 12000 étudiants.

- Elle propose une offre de formation pluridisciplinaire (sciences et technologies, sciences humaines, lettres et langues, droit, science politique, économie et gestion).
- L'université 8 Mai 1945 offre un cadre de vie harmonieux sur ses campus et s'ouvre de plus en plus aux étudiants étrangers.

Informations générales

Inscription sur Facebook 06/12/2010

Coordonnées

Site web http://www.univ-guelma.dz



45 ماي 1945 / Les étudiants... À propos Photos Demander à rejoindre le groupe

Groupe « ouvert » 1 membre
 pour les étudiants de guelma < Université 08 mai 45



Toutou Zlaggoune
 pour acheter les billets contacter les numéros suivant :
 0551325867 / 0797197000



GUELMUSIQUE
 mercredi 11 janvier, à 15:00

9 janvier, 22:13



Suppneni Stpp

NhAbEk MaIS kAYEN ManEk 1000

Page : 59 personnes aiment ça.

sp?id=100002519726857 9 novembre 2011, 22:50

Idées d'abonnement Qu'est-ce que c'est ?



Aghab Alabi (عليه الصلاة والسلام)
 Travaille chez الرسول
 49 559 abonné(e)s
S'abonner

Pokes Afficher tout



Fares Aghis Ahmed Ali
 vous a envoyé un poke.
Envoyer un poke en retour

Retrouvez plus d'ami(e)s

Soumia, vos amis vous attendent.
 L'outil de recherche d'amis est désormais encore plus efficace. Essayez-le.

Rechercher des amis



BE ORIGINAL

Houssein Eddine Merzougui (مرزوقي)
(حسام الدين)

2010
2009
2008
2005
1993
Naissance

Amis Message

2 en commun

Amis Photos 114 Carte 0 Abonnements

Houssein Eddine Merzougui
3 y a 3 minutes, a proximité de Guelma, Annoua 18

جملة دنائية إبداعية... من تونس الوردية.
Voir la traduction

Amis Afficher tout

Rachid Merzougui 37 ami(s) en commun
Zina Tadjine 30 ami(s) en commun

STAR



Hiba Univ-Guelma

Ajouter Message

A étudié à guelma

Amis 17 Photos Carte Mentions J'aime 55

À propos



Fouad Dramenia

08 mai 1945, à étudiant · A étudié à 08 mai 1945 · Habite à Guelma · De Skikda, Constantine, Algeria

Ajouter Message

- Mur
- Infos
- Photos
- Articles
- Amis
- Abonnements (3)



Mur

Fouad Dramenia a partagé une photo de فهدى البرشاويبة فقط. التكار فقط. فهدى البرشاويبة فقط.

Pages recommandées Afficher tout

The Band Perry
Zina Tadjine aime ça.
J'aime

Aquila Style
Marwa Angelou aime ça.
J'aime

viadeo.com/fr/search/rcr/cv/universite+guelma/fr

viadeo Connectez-vous 45 millions de professionnels Rejoignez-nous

Partager Carrière

25 Personnes Société : Université guelma Pays : Algérie

Mourad Main
 ingénieur en laboratoire et maintenance
 université guelma
 guelma | Algérie
 Institut d'électronique
 AUTOMOBILE ET TRANSPORT 360°
 ingénieur responsable de matériel et matériel avion à l'université guelma

Benahacene Lamia
 agent de bureau
 université 8 mai 1945 guelma
 Guelma | Algérie
 Je m'appelle benahacene lamia ts informatique spécialité programmation ouvrages gratuite j'a travaillé pendant l'ans au centre d'information pour le moment je travaille à l'université à la biblio ...

Hamdi Gajaté
 étudiant magister Télécoms
 université 8 mai 45 Guelma
 24 - Guelma | Algérie
 algérie

viadeo Connectez-vous 45 millions de professionnels Rejoignez-nous

Partager Carrière

Université Du 8 Mai 1945 Guelma : 30 anciens élèves Autre recherche | Je suis un ancien élève Université Du 8 Mai 1945 Guelma

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Moufida Redjimi Étudiant, Université Du 8 Mai 1945 Guelma | 2008 2012 |
| Bougherara Mphamed Étudiant, Université Du 8 Mai 1945 Guelma | 2011 2012 |
| Imene Detchi Étudiant, Université Du 8 Mai 1945 Guelma | 2007 2012 |
| Omar DRARDJIA Chef de département, informatique, Les Grands Moulins Belghith | 2004 2008 |
| Papa Birame BEYE Ingénieur Télécom Université Bitchaoua Guelma/Algérie • Master 2 Télécommunications Systèmes de Télécommunications / Hénrik Ben (2012) • Master 1 Télécommunications / Systèmes de Télécommunications (2010) • Licence Télécommunications / Hénrik Ben (2009) Lycée Valéry G. Ndaye Kasalaci • Bac S2 (2005) | 2007 2011 |
| Med Amin Bougandoura Étudiant, université du 8 mai 1945 guelma | 2016 2011 |
| Charif Bellhaffef Ingénieur d'étude et de Développement en Informatique | 2003 2008 |

30 anciens élèves

Echangez avec les plus grands investisseurs institutionnels du continent

Inscrivez-vous à une webcast le 18 Avril
 Les Télécoms mobiles en Afrique

Documentation gratuite et vidéos disponibles ici

ملحق رقم: 02 لتتبع أثر المنظمة من خلال المدونات

2. ملاحق المدونات: يتجسد لنا من خلال المدونات مشاركة كل من الأساتذة و الطلبة فقط.

The screenshot shows a forum thread with several posts. Two posts are highlighted with red circles:

- Post 1 (naima):** Posted le mercredi 07 juillet 2010 08:59. Content: "salut je suis ingénieur d'état en biologie promotion 2007, vous nous avez promis de plein de choses mais malgré que j'étais brillante et studieuse durant tout mon parcours d'études j'ai trop bien aimé de continuer mes études de poste de graduation et non arrêter à ce niveau là, c'est pour ça j'ai accepté de faire la biologie, j'en suis vraiment déçue et ceux qui ont eu leur magistère n'en ont menti/ni pas, pas tous mais certains désolée d'avoir dire ces choses mais c'est la réalité l'espère que vous pouvez donner tout bon dans le futur et pas travailler pour le tite".
- Post 2 (zahra):** Posted le dimanche 13 septembre 2009 15:49. Content: "slt cc zahra de guelma j'ai voulu seulement te dire que c'tré bien de porté à l'amour pour la ville bon je suis étudiante et j'espère te connaître n'ésite pa je suis belle toi et j'espère que ça ira tof (zahra312@lamourichocolat.fr) c mon mail".

The screenshot shows a blog page for "Université 08 mai 1945 - guelma". Two sections are highlighted with red circles:

- Infos:** A table with the following data:

| | |
|-----------------|--------------------|
| Création: | 01/08/2003 à 10:24 |
| Mise à jour: | 2005/2/16 à 14:33 |
| 25 articles | |
| 22 commentaires | |
| 39 likes | |
- Facultés des Sciences et Sciences de l'ingénieur:**
 - o Département de génie des procédés
 - o Département de génie mécanique
 - o Département de génie civil
 - o Département de génie électrique
 - o Département d'informatique
 - o Département de physique
 - o Département de chimie
 - o Département de micro-informatique
 - o Département des sciences et technologies
 - o Département de Biologie

ملحق رقم: 02 لتتبع أثر المنظمة من خلال المدونات

inspektalng.com/profilci/blogs/guelma-l-universit-en-guerre-contre-la-drogue-par-mohani-mohamed

AL L'université en guerre contre la...

Tous les billets Mon blog

GUELMA: L'université en guerre contre la drogue par Monani Mohamed
Publié par SMAPEST le 26 Février 2012 à 9:30
Afficher le blog

GUELMA: L'université en guerre contre la drogue

Le Quotidien
ORAN

par Monani Mohamed
L'université du 8 Mai 1945 de Guelma, après à partir d'aujourd'hui, les travaux d'une semaine de sensibilisation et d'information sur les effets de la drogue en milieu des jeunes.

La manifestation se prolongera jusqu'au 01 mars 2012 à travers tous les sites universitaires et sera animée par l'unité de santé et de prévention de l'université avec la participation de l'association «Sifa» de lutte contre la drogue. La séance inaugurale des travaux se déroulera dans la salle des conférences du pôle Sultan Boudjemâ et accueillera un panel d'universitaires, médecins et sociologues qui participent dans l'analyse et le traitement de ce problème social, à travers des communications notamment sur les aspects pépéologiques et stratégiques du phénomène des stupéfiants, les effets de la consommation de cannabis, sur le gros en charge des établissements ou encore sur les moyens de lutte ou usage de nouvelles technologies et procédés de lutte et de prévention contre les stupéfiants.

Votes: 17

Billet précédent Billet suivant

Commenter
Vous devez être membre du réseau «الجمعية الوطنية للتربية والتكوين» avant de pouvoir ajouter des commentaires!
Rejoindre l'association الوطنية للتربية والتكوين

de buscarecardnaeach.com...

A propos
SMAPEST - جمعية مكافحة المخدرات
Créer un nouveau fil de discussion

Bienvenue sur
الجمعية الوطنية للتربية والتكوين
Inscription
ou Ouvrir une Session

Vidéos
Seminaire de formation "Médiation/ Gestion de Conflits" -ORAN
Publié par SMAPEST

+ Ajout de vidéos
En voir plus

l'Internationale de l'Éducation
Je m'intéresse à la question de

Partager Signaler un abus Blog suivant Créer un blog Connexion

ahlemblog

membres

5 membres à ce site
par Google Friend Connect

suivez le carnet!

Vous êtes déjà membre?
Connexion

archives du blog

2009 (4)
décembre (4)
le blog de la semaine
2009
ma vie est à vendre
université 8 mai 1945 de

vendredi 11 décembre 2009

université 8 mai 1945 de guelma

Située à Guelma, ville du Nord-est du pays (300 Km de la capitale Alger), l'université 8 Mai 1945 accueille aujourd'hui plus de 12000 étudiants.

- Elle propose une offre de formation pluridisciplinaire (sciences et technologies, sciences humaines, lettres et langues, droit, science politique, économie et gestion);
- L'université 8 Mai 1945 offre un cadre de vie harmonieux sur ses campus et a accueilli de plus en plus d'étudiants étrangers.

Publié par [ahlemblog](#) à l'adresse [11226](#)

commentaires:

Enregistrer un commentaire

ملحق رقم: 03 لتتبع أثر المنظمة من خلال المنتديات

3. ملاحق المنتديات: يتجسد لنا من خلال المنتديات مشاركة كل من الأساتذة و الطلبة فقط.

شبكة علمية الجزائر

SOUROUR24
عضو جديد

26-01-2009 13:56

نحن طلبة سنة ثانية اعلام و الصال بجامعة قلمة لنا كل الشرف في الاشتراك بهذا المنتدى نرجو ان يتم مسيرته الى الاحسن و ان يدالج كافة المواضيع بجدية و صدق. شكرا.

mo7elleyai

الماسترس ، الدكتوراه ، التخصصات ، جامعة ، رسميا - قائمة

التخصصات المتاحة من الدكتوراه رسميا في جامعة القلمة

أورابي أعضاء جامعة الكويزم

أورابي أعضاء من ويزم ويزم الكويزم

أورابي محبي الجامعات الجزائرية

ولقبان على مباريات الأجنبي

تخصصات الماجستير لقبوة رسميا جامعة

ملحق رقم: 03 لتتبع أثر المنظمة من خلال المنتديات



COURS DE MATHS Université 8 Mai 1945 - Guelma

سندك الرياضيات

شكرا جزيلا للاستاذ HITTA AMARA



كلية الحقوق 8 ماي 45 جامعة فالمة

مبارك العيد



كلية الحقوق 8 ماي 45 جامعة فالمة

| الصفحة | المواضيع المنشورة | الردود | التعليقات |
|--------|-------------------|--------|-----------|
| 1 | 1 | 2 | 0 |

من يساهم (في منتديات الحقوق) كلنا
 للمزيد من المواضيع نرجو من الله تعالى
 كلنا في انتظاركم في منتدياتنا
 لكل ما نكتبه نرجو من الله تعالى
 لكل ما نكتبه نرجو من الله تعالى
 لكل ما نكتبه نرجو من الله تعالى

دليل المقابلات التي أجريت مع مسؤولي المنظمة (جامعة 08 ماي 45)

المحاور العامة:

1. التعرف بالشخصيات، مدة التواجد بالمنصب، الشهادات الممنوحة، الإنجازات.
2. الإجراءات التي تتبعها الجامعة لبناء هوية رقمية حسنة لدى جمهورها (من خلال تواجدها على الويب).
3. التقنيات التي تعتمدها الجامعة لحماية هويتها الرقمية من المواد التي تنشر عنها على الويب (شبكات منتديات مدونات).
4. للفضاءات الرقمية التي قامت الجامعة بإنشائها لهدف التبادل و التفاعل بينها و بين (محيطها جمهورها).
5. مدى إهتمام الجامعة بصورتها على الويب (الآليات).
6. كيفية مراعاة الصورة الرقمية للجامعة من خلال تصميم موقعها الإلكتروني.
7. الهدف من تواجد الجامعة (المنظمة) على الويب.
8. للتطبيقات و الأفاق المستقبلية لتطوير هوية الجامعة الرقمية.

سبر آراء في إطار إنجاز مذكرة تخرج سنة ثانية ماستر بعنوان:

إستراتيجية تسيير و مراقبة الهوية الرقمية للمنظمة

التخصص:

- ماذا تنشر أو تقرأ إيجابيا أو سلبيا عن جامعتك على الويب (مدونات، فايس بوك،... إلخ)؟

..... -

..... -

..... -

..... -

..... -

..... -

سبر آراء في إطار إنجاز مذكرة تخرج سنة ثانية ماستر بعنوان:

إستراتيجية تسيير و مراقبة المنظمات لهويتهم الرقمية

- ما هي الإنطباعات السلبية و الإيجابية التي تتكون لديك عن صورة جامعة 8ماي 1945 لدى

إستخدامك لموقعها الإلكتروني؟

..... -

..... -

..... -

..... -

..... -

..... -