



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات
شعبة: علوم الإعلام و الاتصال



العنوان

أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الثقافة التنظيمي السائدة
داخل المؤسسة الاقتصادية
اتصالات الجزائر فرع قالمة "أنموذجا"

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص: اتصال و علاقات عامة

إعداد الطالبات:

- حملاوي حورية
- رحالية الهام
- حجوجي هاجر

الأستاذ المشرف:

د/ خشة احسن

السنة الجامعية: 2018/2019



شكر

الحمد لله على إحسانه و الشكر له على توفيقه و امتنانه و نشهد أن لا اله إلا الله وحده لا شريك له تعظيما
لشانه و نشهد أن سيدنا و نبينا محمد عبده و رسوله صلى الله عليه و على اله و أتباعه و سلم
بعد شكر الله سبحانه و تعالى على توفيقه لنا لإتمام هذا العمل المتواضع نتقدم بجزيل الشكر إلى
الوالدين العزيزين و أخواتنا و إخواننا الذين أمانونا و شجعونا على الاستمرار في مسيرة العلم و النجاح
كما نتوجه بالشكر الجزيل إلى من شرفنا بإشرافه على مذكرة تخرجنا الأستاذ الدكتور
"حسة أحسن" الذي لن تكفي كل حروف الشكر لإيقانه حقه لتوجيهاته العلمية لنا التي لا تقدر بثمن و
التي ساهمت بشكل كبير في إتمام و استكمال هذا العمل
إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات، كما نتوجه بخالص الشكر و التقدير إلى كل
من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز و إتمام هذا العمل

إهداء

الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على خاتم الأنبياء و المرسلين
حان الوقت لقطع ثمار التعب و الجهد و السهر و الاجتهاد و جهد سنين من المسيرة الدراسية طمحا في
النجاح و التفوق و سررت بخطى ثابتة واثقة بتأييد الله لأعد سلم المجد و التفوق و الحمد لله فرحة لا
توصف عندما المس ثمار تعبى و جهدى لو يذهب هباء منثورا .

أهدي هذا العمل إلى:

ينبوع الصبر و التفاؤل و الأمل إلى كل من في الوجود بعد الله و رسوله إلى سندي و قوتي و ملاذي
بعد الله ، إلى من ربطني و أنارت درجي و أعارتني بالصلوات و الدعوات ، إلى أغلى إنسان في هذا

الوجود

" أمي الحبيبة "

إلى كل من عمل بك في سبيلي و أوطني إلى ما أنا عليه أدامه الله لي

" أبي الغالي "

إلى أمي الثانية ، إلى من كانت ملجئي و ملاذي بعد الله ، إلى من أثارتني عن نفسها إلى من تذوقت
معها أجمل اللحظات ، إلى من أظهرت لي ما هو أجمل في الحياة إلى من زرعته في الأمل ، إلى من شجعتني

على الدراسة و النجاح

" أختي عليمة "

إلى القلب الطاهر الرقيقة و النفس البريئة ، إلى ريجان حياتي ، إلى من زينته لي الحياة في نظري ، إلى
من فضلت نفسي عليها و زرعته في الأمل ، إلى من شجعتني على الدراسة و النجاح

" أختي سلمى "

إلى اللؤلؤة الصغيرة ، إلى الشمس التي أنارت بيتنا ، إلى من أدخلت الفرع و السرور إلى منزلنا ، إلى أجمل
فتاة رأتها عيني حبيبتي الغالية ابنة أختي

" نورسين "

إلى كل أحبائي و إلى كل من تمنوا لي النجاح و الفرع

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم و الصلاة و السلام على اشرف المرسلين

أيام مضت و من عمرنا بدأناها بخطوة و ما نحن اليوم نقطف ثمار مسيرة أعوام كان هدفنا فيها بلوغ
الأحلام

اهدي عملي هذا العمل إلى:

من قطفت الأشواك عن دربي لتمهد لي طريق النجاح، إلى من أرضعتني الحبه و العنان و بسلم الشفاء
، إلى من اخس الله الجنة تحت قدميها و غمرتني بالحبه و العنان و أشعرتني بالسعادة و الأمان "أمي"
إلى النور الذي أثار دربي و السراج الذي لا ينطفئ نوره أبدا، والذي بذل حهد السنين من أجل أن
اعتلي سلم النجاح " أبي "

إلى "أمي" الثانية التي من كان دعائها سر نجاحي و حبها بلسم جرحي

إلى "أبي" الثاني الذي وضع يديه الطاهرة بظهري يدفعني نحو التقدم و النجاح لقد نلت ما تمنيت له
ها أنا اقطف زرعك الذي أنبت له لي

إلى نصف ديني ديني إلى سدي "زوجي" الغالي.

إلى نور حياتي و من أدين لها بالكثير "هندة"

إلى قرة عيني و فرحة عمري إلى الملك ابني "عماد"

إلى توأم روحي نجاح

إلى أممي عند فزعي "صونيا" "مروة" "نجود" "منال" "بسمة" "سهى"

إلى نعم الأخ إلى العسا التي اتكئ عليها، إلى رمز الرجولة "سليم و حمدي"

إلى نور بيتنا "لؤي" "محمد" "احمد" "ناجي" "أكرم" "يقين" "براء" "رفيق" "جنان" "ريتال" "ياسين"

إلى الروح التي اعتلت السماء جدتي "حدة"

إلى زميلاتي في العمل "حورية و هاجر"

* الهام *

إهداء

اللهم إني أسألك خشيتك في الغيب والشهادة... وأسألك كلمة الحق في الرضا والغضب...
وأسألك القصد في الغنى والفقر.

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة وكشف الغمة... إلى نبي الرحمة ونور العالمين..
محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى من تبرع الكأس ليستقيني قطرة حبه... إلى من كلت أمانه لي يقدم لنا لحظة سعادة إلى من صد
الأشواق عن دربي ليهد لي طريق العلم.

إلى القلب النابض "أبي العزيز"

إلى من تتسابق الكلمات لتخرج معبرة عن مكنون ذاتها... وعانته الصعاب لأصل إلى ما أنا فيه وعليه...
إلى القلب العنون "أمي الغالية"

إلى الشموع المتقدة التي تنير حياتي إلى الذين وقفوا بجانبتي طوال مساري الدراسي إخوتي «زين
العابدين، نور، عبد السلام، نعيمة، وزوجها بلال... إلى بنات عمي خادعة، فاتن، آية، إيناس والى كتوته
البيت

ابنة أختي "جوري إيمان".

إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد ولو بالكلمة الطيبة إلى من رافقني بدعواته طيلة مساري
الدراسي "جدي الغالي"

إلى رفقاء الروح والدرب "نسرين، أحلام، عائدة، إلى من جمعني بهم لحظات صدق جعلت القلب يأنس
لصديقتهم... سارة، أحمد، أمل، إيمان، يسرا".

إلى من عشت معهم أجمل الأيام، وتعبوا وسهروا الليالي لإخراج مذكرة التخرج في أحسن حال...
إلى صديقتي "حورية والهام".

أدعو الله أن يحفظهم لي ويدخلهم فسيح جناته رفقة الحبيب المصطفى صلى الله عليه وسلم.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة الموسومة بـ "أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الثقافة التنظيمية السائدة داخل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية" "اتصالات الجزائر فرع قلمة أمودجا" إلى التعرف على أنماط و عادات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من طرف العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر وكذلك تحديد اثر استخدام ام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الثقافة التنظيمية داخل المؤسسة ، وتم التعبير عن الثقافة التنظيمية بالعناصر التالية (القيم و السلوك و المعتقدات)

تضمن مجتمع المبحث جميع العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر 30 عاملا، أي استخدمنا أسلوب الحصر الشامل واعتمدت دراستنا على المنهج الوصفي ومثلت استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات التي تم تصميمها اعتمادا على متغيرات الدراسة والمتمثلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال و الثقافة التنظيمية، واعتمدنا كذلك تحليلات الإحصائية . وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أبرزها تكنولوجيا الإعلام والاتصال لها اثر على الثقافة التنظيمية من خلال قيم وسلوك ومعتقدات العاملين داخل مؤسسة اتصالات الجزائر. ثم اختتمت الدراسة بمجموعة من التوصيات منها تبني وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال جديدة لتطوير المؤسسة و تحسين خدماتها أكثر و الاهتمام بمجال الثقافة التنظيمية لأنها هي التي تحدد هوية المؤسسة.

Résumé :

Cette étude , intitulée « l'impact de l'utilisation de technologie de l'information et de la communication sur la culture organisationnelle prévalant au sein de l'entreprise économique algérienne "Algérie télécom branche Guelma modèle" vise a identifier les habitudes d'utilisation de technologie de l'information et de la communication par les employés d'Algérie télécom aussi de déterminer l'impact de la technologie de l'information et de la communication sur la culture organisationnelle au sein de l'entreprise ,la culture organisationnelle a été exprimée par les éléments suivants(valeurs , comportements et de croyances)

La communauté de recherche ..comprenait tous les employés d'Algérie telecom corporation 30 employés, on utilisé la méthode de l'inventaire complet , reposant aussi , on reposant sur une approche descriptive ,ainsi que un questionnaire a été utilise comme outil de collecte de données conçu en fonction des variables de l'étude sous la forme de technologie de l'information et de la communication et de la culture organisationnelle et également on utilise l'analyse statistique .

L'étude a abouti à un certain nombre de résultats , dont les plus importants sont les suivant la technologie de l'information et la communication a un impact sur la culture organisationnelle à travers les valeurs , les comportement et les croyances des employés de l'entreprise.

L'étude a ensuite conclu avec une sériee de recommandation notamment l'adoption des moyens de la technologie de l'information et de la communication pour développer l'entreprise et d'améliorer ses services , en plus d'intérêt le domaine de la culture organisationnelle car elle détermine l'identité de l'entreprise .

Abstract :

This study entitled « the impact of the use of information and communication technology on the organisational culture prevailing within Algerian economic enterprise» "Algeria Telecom branch of Guelma modal" aims to identify the patterns and habits of the use of information and communication technology by employees of Algeria telecom , as well as determining the impact of the information and communication technology on organizational culture within the enterprise , organizational culture was expressed by the following elements of ; value , behaviour and beliefs.

The research community included all the employees of the Algeria telecom enterprise they were 30, so we used the comprehensive inventory method , our study relied on the descriptive approach , also the questionnaire was used as a data collection tool , it's design was based on the study variables in information and communication technology , and organizational culture, we also adopted our study on statistical analysis

The study reached a number of results , the most prominent of which are information and communication technology has the impact on the organizational culture through the values , behaviours and beliefs of employees within the institution.

The study concluded with a set of recommendations including adopting new tools of information and communication technology to develop the enterprise , improve its services and more attention to the field of organizational culture because it is the identity of the enterprise .

إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال شهدت في الآونة الأخيرة تطورات كثيرة وبشكل متسارع. وكان من نتائج ذلك تطبيق جميع المؤسسات في المجالات المختلفة هذه التكنولوجيا في أعمالها ونشاطاتها وخدماتها المختلفة وذلك من أجل تحقيق أهدافها المختلفة و زيادة كفاءتها وسعيها لمواكبة التطورات الحاصلة في العالم. وتمثل تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى جانب الثقافة التنظيمية القاعدة الأساسية في المؤسسات، ولا يمكن تجاهل الصلة الوثيقة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال والثقافة التنظيمية، حيث أن المؤسسات تسعى إلى تأكيد دور هذه التكنولوجيا في الثقافة التنظيمية بسبب ما تم فرضه من إتباع أساليب العمل بحيث تهدف إلى رفع إنتاجيتها وتحقيق أهدافها ومواجهة التغيرات المتسارعة، بحيث تكنولوجيا الإعلام والاتصال تعد محورا أساسيا و هاما في هذا المجال.

ومن أجل الإحاطة بكل جوانب الموضوع وبغية التطرق إلى كل العناصر المتعلقة بها جاءت دراستنا في 5 فصول:
الفصل الأول: تضمن الإطار المنهجي، احتوى على التعريف بمشكلة الدراسة و توضيح أسباب اختيار الموضوع و أهمية الدراسة ، إضافة إلى الأهداف التي نسعى إليها من خلال تناولنا لهذا الموضوع كما تطرقنا إلى عرض مجموعة من الدراسات السابقة ذات صلة بموضوع الدراسة وتحديد نوع الدراسة و المنهج المناسب لها و مجتمع الدراسة و أدوات جمع البيانات، كذلك تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة لتوضيح الكلمات المفتاحية الخاصة بها.

الفصل الثاني: تضمن هذا الفصل تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال و مفاهيم مقارنة لها، و عرض كل العناصر المتعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال من نشأة وتطور ، وخصائص ومميزات وسلبيات وإيجابيات الإعلام والاتصال وذلك كي تكون لنا صورة واضحة حول هذا الجانب .

الفصل الثالث: تضمن هذا الفصل الثقافة التنظيمية من مفاهيم حول الثقافة و مفهوم الثقافة التنظيمية وتطورها التاريخي وأهميتها وخصائصها وأنواعها ومكوناتها

الفصل الرابع: تضمن المؤسسة الاقتصادية من تعريفه وتصنيفات وأهداف ووظائف و خصائص و أنماط نمو دورة حياة المؤسسة الاقتصادية ومحيطها و مواردها.

الفصل الخامس: تضمن هذا الفصل حدود الدراسة ولحة تاريخية عن مؤسسة اتصالات الجزائر و مصادر الحصول على المعلومات وأساليب المعالجة الإحصائية التي توصلنا إليها في الدراسة.

الفصل الأول : الإطار المنهجي

- أولا. الإشكالية
- ثانيا. التساؤلات الفرعية
- ثالثا. أسباب اختيار الموضوع
- رابعا. أهمية الدراسة
- خامسا. أهداف الدراسة
- سادسا. الدراسات السابقة
- سابعا. نوع الدراسة و منهجها
- ثامنا. مفاهيم الدراسة

أولا. الإشكالية:

شهد العالم في الآونة الأخيرة ثورة كبيرة في مجال التكنولوجيا ، وقد نتجت عنها ثورة عالمية في تدفق المعلومات ، بحيث أن انتشار المعلومة أصبح يتم بسهولة عالية وكبيرة وبأقل جهد وأقل تكلف ة ، وتصل بسهولة ويسر ، فهذه التكنولوجيا أحدثت تغييرا كبيرا في المجتمع بكل مجالاته تقريبا فلا نكاد نجد ميدانا من الميادين يخلو من استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتوظيفها بشكل مكثف ، إذ تتميز هذه الأخيرة بالعديد من الخصائص المختلفة والتي تميزها كالانتشار الواسع والسريع وسرعة الأداء وتنوع الوسائل ، فكل هذه التغييرات تؤثر على الجانب الثقافي بما فيها الثقافة التنظيمية.

أما الثقافة التنظيمية هي التي تعرف العام لين بالمجتمع و المؤسسة التي ينتمي إليها ، فهي التي تكون شخصيتي المؤسسة و تجعلها منفردة بصفاتها و مميزاتها في نظر العملاء و العاملين فيها ، وهي ما يعكس القيم و السلوكيات و المعتقدات عن المؤسسة و ما يبين مكانتها الحالية و ما ستكون عليها مستقبلا و تميز المؤسسات عن غيرها من المؤسسات الأخرى كالمؤسسات الاقتصادية .

فالمؤسسة الاقتصادية تعتبر شكلا اقتصادي وتقني وقانوني واجتماعي لتنظيم العمل المشترك للعاملين فيها وتشغيل أدوات الإنتاج وفق أسلوب محدد لقيم العمل الاجتماعي بهدف إنتاج سلع أو تقديم خدمات متنوعة فلا نكاد نجد مؤسسة اقتصادية تخلو من استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتحقيق أهدافها وتعتبرها من الركائز الأساسية التي تقوم عليها لتسيير وظائفها وتحسين أداؤها وتنمية خدماتها، ومن المؤسسات الاقتصادية نجد مؤسسة اتصالات الجزائر التي تعتبر مؤسسة اقتصادية ذات أسهم برأس مال تنشط في سوق الشبكة و خدمات الاتصال السلكية و اللاسلكية بالجزائر ، وتعتبر الفضاء الذي يمكن للزبون من خلاله الحصول على مختلف الخدمات الاتصالية ، من خدمة الهاتف الثابت و النقل إلى خدمة الانترنت و الشبكات المتخصصة ، وفي ظل الاستخدام الواسع لتكنولوجي ا الإعلام والاتصال في جميع مجالات الحياة ، عملت مؤسسة اتصالات الجزائر أن تكون متواجدة عبر وكالاتها التجارية بغية خدمة أكبر عدد ممكن من الزبائن ، ومن اجل تغطية أحسن لكامل التراب الوطني ولهذا المؤسسة عدة فروع منها فرع قلمة ، إذ أننا لا نعرف على وجه التحديد ماهي التأثيرات المحتملة لاستخدام هذه المؤسسة وتبنيها لتكنولوجي ا الإعلام و الاتصال على الثقافة التنظيمية .

ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي الآتي :

ما هو اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الثقافة التنظيمية السائدة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر فرع قلمة ؟

ثانيا. التساؤلات الفرعية

- ماهي أنماط وعادات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر؟
- ما هو أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على القيم التنظيمية داخل مؤسسة اتصالات الجزائر؟
- ما هو أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على السلوك التنظيمي داخل مؤسسة اتصالات الجزائر؟
- ما هو أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المعتقدات التنظيمية داخل مؤسسة اتصالات الجزائر؟

ثالثا. أسباب اختيار الموضوع:

1/ أسباب ذاتية:

- محاولة إثراء معلوماتنا الخاصة حول الموضوع.
- الميول والرغبة في البحث في هذا الموضوع.

2/ أسباب موضوعية:

- نقص الدراسات التي تناولت موضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأثر استخدامها على الثقافة التنظيمية داخل المؤسسة.
- تكنولوجيا الإعلام والاتصال مجال واسع ويعتبر ثروة علمية في ظل التقدم والتطور، ومن أهم المواضيع التي نعيشها اليوم في المؤسسات.
- علاقة الموضوع بمجال التخصص.

رابعا. أهمية الدراسة:

إن دراسة أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الثقافة التنظيمية السائدة داخل المؤسسة أصبحت اليوم من الضروريات التي تحتم علينا دراستها على اعتبار أن جميع المؤسسات سواء كانت عمومية أو اقتصادية تبنت هذه التكنولوجيا كي تساهم في تطوير وتحسين أدائها وآليات عملها خاصة المؤسسة الاقتصادية وان تكن ولوجيا الإعلام والاتصال غالبا ما يواكبها اهتزازات وتغييرات ثقافية متلاحقة وسريعة بحيث لكل مؤسسة ثقافة خاصة بها إذ تعتبر الثقافة التنظيمية عنصرا أساسيا في النظام العام للمؤسسات ولأنها تتضمن أبعادا هيكلية وسلوكية كالقيم والمعتقدات لكونها الوسط الذي تعيش فيه المؤسسة.

خامسا. أهداف الدراسة:

- التعرف على أنماط وعادات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من طرف أفراد المؤسسة وتحديد تطبيقاتها.
- تحديد أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على القيم التنظيمية داخل مؤسسة اتصالات الجزائر فرع قلمة.
- تحديد أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على السلوك التنظيمي داخل مؤسسة اتصالات الجزائر فرع قلمة.

- تحديد اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المعتقدات التنظيمية داخل مؤسسة اتصالات الجزائر فرع قالمة.

سادسا.الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة مصدرا مهما للباحثين ،فهي تزودهم بالعديد من المعطيات المنهجية سواء على الصعيد النظري أو على الصعيد الميداني ،ومن هذا المنطلق سنقوم بعرض مجموعة من الدراسات ذات صلة بدراستنا :

1.الدراسة الأولى:¹

أ/عنوان الدراسة:

أثر استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الثقافة التنظيمية . دراسة استطلاعية في شركات اتصالات المتنقلة في العراق (آسيا سيل وزين العراق في محافظة كربلاء).

ب/إشكالية الدراسة:

يعد قطاع الاتصالات واحدا من أهم القطاعات الحيوية وقد تأثر قطاع الاتصالات بما حدث من تطور في مجال تكنولوجيا المعلومات تصدر اهتمامات المنظمات نتيجة ما تقدمه من سبل وأساليب للتفاعل مع التغيرات نتيجة تزايد حجم ونوعية المنافسة المحلية والعالمية وتسابقها لتقديم الجديد من الخدمات من اجل تحقيق رضا عملائها فزاد الاهتمام والتأكيد على الدور الذي تقوم به تطبيقات تكنولوجيا المعلومات ومدى الاستفادة منها في تحقيق ثقافة المنظمة لذا يمكن إيجاز مشكلة البحث بالتساؤلات الآتية:

- ما مستوى تبني تطبيقات تكنولوجيا المعلومات ومكوناتها في شركات الاتصال
- شركات الاتصالات؟
- هل هناك تصور واضح لدى العاملين في شركة الاتصالات عن ماهية الثقافة التنظيمية؟
- هل تؤثر تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الثقافة التنظيمية للشركتين عينة الدراسة؟

ج/أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة بإطارها النظري والعملي إلى اختيار العلاقة بين استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والثقافة التنظيمية لعينة من شركات الاتصالات فضلا عن قياس علاقات التأثير بين مختلف متغيرات الدراسة واختيارها.

د/منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي.

ه/العينة:

تضمنت العينة 122 فردا من العاملين ضمن الإدارات العليا والوسطى.

1 خمائل كمال محمد الطائي ،اثر استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الثقافة التنظيمية ،دراسة استطلاعية في شركات اتصالات المتنقلة في العراق آسيا سيل و زين العراق في محافظة كربلاء،المجلة العراقية للعلوم الإدارية،الجلد 12،العدد48،متاحة على الرابط الالكتروني التالي :

<http://www.iasj.net/iasj?func=flltext&ald=154007pdf>

و/أدوات جمع البيانات:

ومثلت الاستبانة أداة جمع البيانات.

ز/النتائج:

- أظهرت النتائج الإحصائية بان هناك علاقة ارتباط ايجابية ومعنوية بين تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والثقافة التنظيمية للشركتين ، و هذا يبين ترسيخ المبادئ الأساسية والمثل العليا في الشركات و الذي يعزز قدرتها التنظيمية و التكنولوجية في انتهاج القيم التنظيمية و الثقافية الذي يمنحها التفرد و الاستمرارية في تقديم الخدمات .
- أظهرت نتائج التحليل أن متغير تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الشركتين يساهم في التأثير في الثقافة التنظيمية مما يعني أن مكونات تطبيقات تكنولوجيا المعلومات لها تأثير ذو دلالة معنوية في الثقافة التنظيمية .
- أثبتت نتائج التحليل الإحصائي صحة الفرضية الرئيسية الأولى و فرضياتها الفرعية و التي مفادها تتباين الشركتين في تبني متغيرات الدراسة مما يعني أن هناك مستوى جيد لمكونات تطبيقات تكنولوجيا المعلومات و كذلك الثقافة التنظيمية من الاهتمام¹.

ي/جوانب الاستفادة منها:

تعتبر هذه الدراسة السابقة دراسة مباشرة بموضوع دراستنا إذ استفدنا منها التعريفات الاصطلاحية ولفتت انتباهنا لبعض المراجع العلمية وساعدتنا في صياغة الجانب التطبيقي .

2.الدراسة الثانية:²

أ/عنوان الدراسة:

مساهمة الاتصال في نشر الثقافة التنظيمية -مؤسسة إعادة التكرير سولاطراك أنموذجا-

ب/إشكالية الدراسة:

تعتبر المؤسسات باختلاف أنواعها بما فيها المؤسسات الاقتصادية لها ثقافة خاصة فيها التي تميزها بحيث لا توجد مؤسسة بدون ثقافة و يبرز الاتصال داخل المؤسسات مرافقا باعتباره النشاط الوحيد الذي من خلاله تظهر وتنتقل وتتطور هذه الثقافة وبما أن مؤسسة سون اطراك تعد من أهم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وأكبرها جعلنا من هذه المؤسسة حالة للدراسة.

التساؤل الرئيسي: كيف ساهم الاتصال داخل فرع التكوير بسونطراك في نقل ثقافة هذه المؤسسة إلى إطاراتها؟

¹ خمائل كمال محمد الطائي، المرجع السابق .

² فضيلة سيع، مساهمة الاتصال في نشر الثقافة التنظيمية داخل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية،دراسة حالة فرع التكرير بمؤسسة سونطراك،جامعة البويرة،مجلة معارف،العدد13، ديسمبر 2015.

ج/التساؤلات الفرعية:

- كيف يساهم الاتصال داخل فرع التكوين بمؤسسة سوناطراك في نقل الثقافة العامة لهذه المؤسسة إلى إطاراتها؟
- كيف يساهم الاتصال داخل فرع التكوين بمؤسسة سوناطراك في نقل الثقافة المهنية لهذه المؤسسة إلى إطاراتها؟
- كيف يساهم الاتصال داخل فرع التكوين بمؤسسة سوناطراك في نقل الثقافة الإدارية لهذه المؤسسة إلى إطاراتها؟
- كيف يساهم الاتصال داخل فرع التكوين بمؤسسة سوناطراك في نقل الثقافة التحفيزية لهذه المؤسسة إلى إطاراتها؟

د/أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى بحث واستكشاف ظاهرة الثقافة التنظيمية في أكبر مؤسسة اقتصادية جزائرية من خلال فحص وقياس مساهمة الاتصال في نشر عناصر ثقافة المؤسسة. منهج الدراسة: تم استخدام منهج دراسة حالة الذي وظف من خلاله. عينة الدراسة: وتمثلت العينة في 111 مفردة من إطارات المؤسسة.

ه/أدوات جمع البيانات:

مثلت الاستبانة أداة جمع البيانات

و/نتائج الدراسة:

- وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها الإسهام الضعيف للعمليات الاتصالية التي تحدث مع بين إطارات فرع التكوين مؤسسة سوناطراك في نشر وخلق ثقافة مؤسسة قوية لدى إطارات هذه المؤسسة وذلك كما يلي :
- فشل الاتصال الداخلي في خلق عناصر عامة و قوية لثقافة مؤسسة سونطراك
 - فشل الاتصال الداخلي في خلق عناصر مهنية قوية لثقافة مؤسسة سونطراك .
 - فشل الاتصال الداخلي في خلق عناصر ادارية قوية لثقافة مؤسسة سونطراك .
 - فشل الاتصال الداخلي في خلق عناصر تحفيزية قوية لثقافة مؤسسة سونطراك ¹.

ز/جوانب الاستفادة منها:

تعتبر هذه الدراسة السابقة لها صلة مباشرة بموضوع دراستنا إذ استفدنا منها في بعض المفاهيم وبعض المراجع العلمية وساهمت هذه الدراسة في تراكم معرفتنا حول موضوع دراستنا الثقافة التنظيمية

¹ فضيلة سبع، المرجع نفسه.

3. الدراسة الثالثة: ¹

أ/عنوان الدراسة:

التكنولوجيا وتغيير القيم الثقافية والاقتصادية للموارد البشرية.

ب/إشكالية الدراسة:

إن تزايد تطبيق الآلة و دخولها جميع عمليات الإنتاج لتقوم بالمهام عرفت انتشارا واسعا إذ تتطلب كفاءات ومهارات وتلزم مستخدميها التدريب المستمر لاكتساب المهارات الثقافية و الاتصالية لتسيير وتشغيل الآلات الحديثة تعنى بالتشغيل العقلاني للآلة كعمليات الصيانة والمراقبة وقياس العمل ومهام الآلات وغيرها من العمليات التي تدخل ضمن الثقافة الصناعية للمؤسسة ككل فمن اجل تثبيت واستمرارية القيم والمعايير السلمية الناتجة عن التفكير الإنساني وتجاربه العلمية والتخلي على بعض القيم التي لم تعد مناسبة. ومن هنا يطرح التساؤل الرئيسي التالي:

إلى أي مدى تؤثر التكنولوجيا على تغيير أو تعديل في الممارسات والسلوكيات التي تعتبر نتاجا للقيم الثقافية والاقتصادية الراسخة لدى العامل داخل المؤسسة الجزائرية؟

ج/التساؤلات الفرعية:

مجموعة من التساؤلات الفرعية في شكل مؤشرات وقد شملت الأبعاد التالية:

- تغيير نظرة الموارد البشرية إلى قيمة العمل.
- تغيير نظرة الموارد البشرية إلى قيمة الوقت.
- تغيير نظرة الموارد البشرية إلى قيمة التكوين والتدريب.
- تغيير نظرة الموارد البشرية إلى أهمية زيادة تقسيم العمل والتخصص في الوظائف.
- تغيير نظرة الموارد البشرية إلى أهمية نظرة الموارد البشرية.

د/أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة لفهم أبعاد الظاهرة وتداعياتها الآنية والمستقبلية إلى إبراز الحتمية التكنولوجية الجديدة وتحدياتها واستبعاد عنصر الخيار كحل غير وارد في قاموس العلم والمعرفة وإبراز أهمية اكتساب المعارف التكنولوجية الحديثة التي تضفي بدورها قيما جديدة ومرنة للمورد البشري واستجلاء نمو وعي المورد البشري بالقيم الثقافية التي حددت في قيمة العمل، الوقت، التكوين والتدريب، ومدى تطبيقها في المؤسسة.

¹ سعيدة أعراب، التكنولوجيا و تحديات تغيير القيم الثقافية و الاقتصادية للموارد البشرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، علم الاجتماع، جامعة ، سطيف 2006/2005، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، العدد 17 ، 2013 ، متاحة على الرابط الإلكتروني التالي :

<http://dspace.univ-setif.dz/xmlui/bitstream/handle/setif2/349/4-dec2013.pdf?SEQUENCE=11ISaLLOWED=>

ه/منهج الدراسة:

تم استخدام منهج المسح الشامل واستخدام أسلوب المعاينة، تم حصر جميع أفراد مجتمع البحث التي تتماشى مع متطلبات موضوع البحث وفروضه التي لها علاقة مباشرة بالمتغير المستقل التكنولوجي أي العمال المتعاملين مع الآلات والتكنولوجيا المتوفرة في المؤسسة وهي الوحدات التي تخدم وتلاءم أغراض البحث.

و/عينة الدراسة:

العينة عرضية قصدية لأنه لم يؤخذ جميع أفراد مجتمع البحث بحيث تم تعيين المبحوثين على حسب متطلبات وفروض البحث.

ز/أدوات جمع البيانات:

ومثلت الاستبانة والمقابلة كأدوات لجمع البيانات.

ح/نتائج الدراسة:

ثم اختتمت الدراسة بالنتائج وهي

- اثر التكنولوجيا في المؤسسة ساهم بقدر كبير على تنمية ووعي الموارد البشرية بأهمية العمل و إدارة الوقت و التكوين و التدريب بما أنهم يسيرون بمنهج النظام العضوي الذي يعتمد على فرق العمل يسمح لهم بإنشاء علاقات اجتماعية يحس فيها العامل بالانتماء و المسؤولية كاملة
- إن المؤسسة استطاعت إرساء ثقافة صناعية متينة تقوم أساسا على عنصر رأس المال البشري و تقوية التكنولوجيا الحديثة بجميع خدماتها .
- نتائج ايجابية وهذا يعود من جهة إلى تطبيقها لمقاييس الجودة العالمية التي يسنها المتخصصين في إدارة و تسيير الموارد البشرية و الخبراء الاقتصاديين .
- إن توفير الشروط المناسبة للموارد البشرية المحلية سواء منها المالية و الاجتماعية و الثقافية و التكنولوجيا تؤدي إلى وعي تام بالقيم الثقافية و الاقتصادية الصناعية الحديثة الواجب تنفيذها داخل المؤسسة ، ومنه فإن الفرضية الرئيسية تحققت و بنسبة عالية.¹

ي/جوانب الاستفادة منها:

هذه الدراسة لها صلة مباشرة بموضع دراستنا، استفدنا منها في بعض المراجع حول التكنولوجيا وإثراء معرفتنا حول القيم الثقافية التي تعتبر جزء وعنصر من الثقافة التنظيمية داخل المؤسسة.

¹ سعيدة أعراب، المرجع السابق.

4. الدراسة الرابعة:¹

أ/عنوان الدراسة:

أثر تكنولوجيا المعلومات على الثقافة التنظيمية: دراسة تطبيقية على المنظمات غير الحكومية في قطاع غزة،

ب/إشكالية الدراسة:

قد ركز العديد من الباحثين مؤخرًا على الثقافة بوصفها بناءً لتمكين المديرين من تحسين السيطرة وإدارة منظماتهم فتقافة المنظمات هي انعكاس للقيم وأولويات كبار القادة ولكن غالبًا ما يكون أكثر من ذلك بكثير فهو جوهر شخصية المنظمة والمبادئ التوجيهية وتساعد تكنولوجيا المعلومات في تعزيز الثقافات في المنظمات، فاليوم تعيش معظم المنظمات في حلقات وثورات التقدم التكنولوجي و الثورات العلمية التي تساهم بشكل كبير في تجسيد هوية و ثقافة المنظمة و ذلك لبلوغ أهداف المنظمة ، فتكنولوجيا المعلومات هي القادرة على توفير الإطار الذي يبين أسلوب العمل في المنظمات و تجعله مميزًا عن غيره من المنظمات الأخرى

التساؤل الرئيسي :

هل يوجد أثر لتكنولوجيا المعلومات على الثقافة التنظيمية لدى العاملين في المنظمات غير الحكومية بقطاع غزة ؟

ج/التساؤلات الفرعية :

- ما مدى توافر مكونات تكنولوجيا المعلومات في المنظمات غير الحكومية ؟
- ما مستوى الثقافة التنظيمية لدى العاملين في المنظمات غير الحكومية ؟
- ما العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات على الثقافة التنظيمية في المنظمات غير الحكومية؟
- ما أثر تكنولوجيا المعلومات على الثقافة التنظيمية في المنظمات غير الحكومية ؟
- ما الفروق بين متوسطات استجابات الباحثين حول متغيرات الدراسة (تكنولوجيا المعلومات ، الثقافة التنظيمية) تعزى للمتغيرات الديموغرافية ؟

د/أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى قياس أثر تكنولوجيا المعلومات على الثقافة التنظيمية لدى العاملين في المنظمات غير الحكومية في قطاع غزة .
- التعرف على مستوى تكنولوجيا المعلومات ومستوى الثقافة التنظيمية في المنظمات غير الحكومية في قطاع غزة.
- اختبار العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات ومستوى الثقافة التنظيمية في المنظمات غير الحكومية .¹

¹أثير محمد الو زفيد، أثر تكنولوجيا المعلومات على الثقافة التنظيمية، دراسة تطبيقية على المنظمات غير الحكومية في قطاع غزة، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، قسم إدارة الأعمال ، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية ، جامعة الأزهر ، غزة، 2017. متاحة على الرابط الإلكتروني التالي:

<http://www.alazhar.edu.ps/anabic/He/files/20142641.pdf>

ه/منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي.

و/عينة الدراسة:

استخدمت أسلوب المسح الشامل لاستطلاع آراء مجتمع الدراسة والتي بلغت 400 مفردة للمدراء والعاملين في الوظائف الإشرافية في المنظمات غير الحكومية في قطاع غزة.

ز/أدوات جمع البيانات:

مثلت الاستبانة كأداة جمع البيانات.

ح/نتائج الدراسة:

- اهتمام المنظمات غير الحكومية في قطاع غزة بدرجة مرتفعة بتكنولوجيا المعلومات بأبعادها .
- اهتمام المنظمات غير الحكومية في قطاع غزة بدرجة مرتفعة بدعم الأجهزة و المعدات و هذا يدل على وجود إدارة واعية و مثقفة ومدركة لأهمية مواكبة التطور التكنولوجي.
- وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات و الثقافة التنظيمية لدى العاملين في المنظمات غير الحكومية في قطاع غزة .
- وجود أثر بين قواعد البيانات و الثقافة التنظيمية لدى العاملين في المنظمات غير الحكومية بقطاع غزة. ¹

ي/جوانب الاستفادة منها:

هذه الدراسة لها صلة مباشرة بدراستنا حيث وفرت لنا خلفية علمية عن موضع دراستنا وأفادتنا في تحديد منهج الدراسة والأهداف.

سابعاً. إجراءات الدراسة :

1.مجتمع الدراسة :

يقصد به جميع المشاهدات موضع الدراسة ، أو هي كافة مفردات مجتمع الدراسة ، إذ يمثل مجتمع البحث جميع الأفراد أو الأشخاص موضوع البحث. ²

مجتمع البحث في دراستنا هم كل العاملين و الموظفين بمؤسسة الاتصالات الجزائرية فرع قالمة ، و يتمثلون في 30 عاملاً

¹ أثر محمد ابو زينيد، المرجع نفسه.

² السعدى الغول السعدى، مناهج البحث العينات و أنواعها، ص3. متاح على الرابط الإلكتروني التالي:

<http://www.suv.edu.eg/anabic/links/camps/hurghada/DR-%20SAAADY%20LECTURE%20SPECIAL.pdf>

2. منهج الدراسة :

المنهج المناسب لدراستنا هو المنهج الوصفي ، الذي يعد أكثر المناهج ملائمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره و استخلاص سماته ، و يأتي على مرحلتين الأولى مرحلة الاستكشاف و الصياغة و المرحلة الثانية مرحلة التشخيص والوصف و ذلك بتحليل البيانات و المعلومات التي تم جمعها تحليلًا يؤدي إلى اكتشاف العلاقة بين المتغيرات و تقديم تفسير ملائم لها .¹

3. أسلوب جمع بيانات الدراسة :

اعتمدنا في دراستنا على أسلوب المسح الشامل الذي يتم من خلال جمع البيانات من جميع المفردات المشمولة بالبحث.

و يسمى أسلوب التعداد لكل مفردة من مفردات المجتمع الإحصائي و ذلك بتجميع بعض البيانات المتعلقة ببعض المتغيرات عن جميع مفردات المجتمع الأصلي، إذ هذه الطريقة التي تعطي بيانات متكاملة و نتائج دقيقة .²

4. أدوات جمع البيانات :

وقد تعددت وسائل جمع البيانات و المعلومات و ذلك وفق طبيعة مصادرها و طبيعة البيانات و المعلومات ذاتها ، وقد تستخدم هذه المصادر منفردة أو مجتمعة وفق طبيعة البحث أو الظاهرة أو المشكلة الواه أيجاد لها حل .³ وطبيعة بحثنا فرضت اختيار الاستبيان كأفضل أدوات جمع البيانات .
إذ أن الاستبيان هو أداة من أدوات الحصول على المعلومات و البيانات و يتألف من أسئلة يطلب الإجابة عليها من قبل الأفراد المعنيين بموضوع الاستبيان⁴

¹ محمد قسام محمد ،مدخل الى مناهج البحث العلمي ،دار النهضة العربية ،بيروت ،لبنان ، 1999 ، ص 60 .

² السعدى الغول السعدى ،المرجع السابق ، ص 2 .

³ مهدي حسن الزويلف ، تحسين احمد الطراونة ،منهجية البحث العلمي ، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع ، د.م ، 1998 ، ص 54 .

⁴ محمد قسام محمد ،المرجع السابق ، ص 78 .

ثامنا. مفاهيم الدراسة :

1. مفهوم الأثر :

أ/ لغة: أثر جمع آثار ، مابقي من رسم الشيء ، و يقال جاء على اثره بمعنى جاء بعده ، و اثر تأثيرا¹

ب/ اصطلاحا :هو العلامة التي يخلفها الشيء، وهو أيضا النتيجة المترتبة على التصرف .²

ج/ إجرائيا :سنعتمد في دراستنا على التعريف التالي :

هو ما أحدثته تكنولوجيا الإعلام و الاتصال سواء كان سلبيا أو ايجابيا .

2. مفهوم الاستخدام :

أ/ لغة: استخدم يستخدم استخداما، فهو مستخدم و المفعول مستخدم،استخدام آلة أياستعمالها

ب/ اصطلاحا :يعرفه " يافيس " بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار و القدم ،فحينما

يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام .

وعليه فاستخدام وسيلة إعلامية أو مضمون إعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديموغرافية و السوسيو تقنية و الاقتصادية

والتقافية للأفراد فالعوامل التكنولوجية هي مصدر سيورة الاستخدام ذلك أن الغرض يقف وراء الاستخدام.³

ج/ إجرائيا: سنعتمد في دراستنا على التعريف التالي :

يظهر وسائل تكنولوجيا الإعلام و الاتصال أصبح المستخدمين يحددون نوع الوسائل التي يتعرضون لها وفقا

للمعلومات التي يرغبون في الحصول عليها .

3. مفهوم تكنولوجيا الإعلام و الاتصال :

أ/لغة:شاع في أوروبا المصطلح الحاليTIC/CITTechnologie information&communication أو

⁴Communication &information technologie

¹ قاموس عربي-عربي، دار البرهان ، القاهرة ، مصر ، د.ت ،ص 13 .

² معجم المعاني الجامع <https://almaany.com>dict>ar-ar> 2019/5/20 ، 13:55

³ <http://audience-studies.over-blog.com> 2019/5/19 ، 17:24

⁴كمال عايد ،تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و تأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ،علم الاجتماع،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان ،2016-2017م،ص31.

ب/اصطلاحاً: وهي مجموعة التقنيات و الأدوات و الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفه لمعالجة المضمون أو المحتوى الإعلامي أو الاتصالي الذي يراد به توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو الجمعي أو التنظيمي ،ويتيم من خلالها جمع المعلومات أو البيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو الرقمية من خلال الحاسبات الالكترونية¹

ج/ إجرائياً: سنعتمد في دراستنا على التعريف التالي:

وهي تلك الوسائل التي ظهرت نتيجة التطورات في ميدان الاتصال و الإعلام ، وهذا لزيادة حاجيات الإنسان ومتطلباته في جميع المجالات وكذلك على مستوى المؤسسات ومواكبتها للتطور التكنولوجي و التي تتطلب استخدام هذه الوسائل .

4. مفهوم الثقافة :

أ/لغة: ثقف،ثقفا، ثقافة أي صار حاذقا ماهرا²

ب/اصطلاحاً:

قد يشوب هذا المفهوم بعض القصور في تحديد معناه فهو من ناحية ذو صلة بالتهذيب الشخصي أو التثقيف الذاتي ،أما علماء الاجتماع والسلوك فيؤكدون بأنها مجموعة من الأفكار و المعايير التي تجمع طائفة من الناس في وحدة اجتماعية متماسكة³

ج/ إجرائياً: سنعتمد في دراستنا على التعريف التالي:

الثقافة هي فن و علم و سلوك اجتماعي و مجموعة من السلوكيات و الأفكار و المعتقدات و العادات و التي تميز الأفراد و المجتمعات.

4. مفهوم الثقافة التنظيمية :

أ/ اصطلاحاً: في الفكر الغربي يرى "هوفستد" أن الثقافة التنظيمية هي البرجة الذهنية الجمعية التي تميز أفراد منظمة معينة عن أفراد منظمة أخرى⁴.

¹ إبراهيم عمر بجاوي ، تأثير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على العملية التعليمية في الجزائر،:دار اليازوري العلمية ،الجزائر ،2017، ص27.

² قاموس عربي-عربي،المرجع السابق ، ص109

³ شوقي ناجي جواد،السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، دار الحمد للنشر و التوزيع،عمان ، الأردن ،2010،ص227-235.

⁴ عبد الله البريدي،آفاق السلوك التنظيمي ماذا نقصد بالثقافة التنظيمية،مجلة التدريب و التقنية،العدد 71،يناير 2005.متاحة على الموقع الالكتروني التالي :

في الفكر العربي مثلا الباحث السعودي "عبد الله الهيجان" يقول بتن الثقافة التنظيمية هي تعبير عن قيم الأفراد ذوي النفوذ في منظمة ما ، هذه القيم تؤثر بدورها في الجوانب الملموسة من المنظمة و في سلوك الأفراد ، كما تحدد الأسلوب الذي ينتهجه هؤلاء الأفراد في قراراتهم وإداراتهم لمروسيهم ومنظمتهم¹ و تعرف كذلك بأنها مجموعة القيم و المعتقدات التي يمتلكها أعضاء التنظم نحو غاياته الرئيسية و أساليب تحقيق تلك الغايات²

ب/ إجرائيا : سنعمد في دراستنا على التعريف التالي :

الثقافة التنظيمية هي مجموعة القيم و المعتقدات والسلوكيات المتعارف عليها و المترتبة عن تفاعل الأفراد داخل المنظمة .

5. مفهوم المؤسسة الاقتصادية :

أ/ اصطلاحا: وهي الوحدة الاقتصادية التي تمارس النشاط الإنتاجي و النشاطات المتعلقة به من تخزين و شراء و بيع من اجل تحقيق الأهداف التي أوجدت المؤسسة من اجلها.³

وتعرف أيضا أنها تنظيم إنتاجي معين ، الهدف منه هو إيجاد قيمة سوقية معينة من خلال الجمع بين عوامل إنتاجية معينة ، ثم تتولى بيعها في السوق لتحقيق الربح .⁴

إجرائيا : سنعمد في دراستنا على التعريف التالي :

وهي وحدة اقتصادية تحتوي على موارد مادية و بشرية تساعد في دعم العملية إنتاجية من خلال توزيع المسؤوليات و المهام بين الأفراد ، تنتج خدمات و سلعا ، وتهدف لتحقيق أرباح مالية .

¹ عبد الله البريدي ، المرجع السابق .

² جمال الدين مرسي : إدارة الثقافة التنظيمية و التغيير ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، 2006 ، ص 13 .

³ عمر صخري . اقتصاد المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط 5 ، الجزائر ، 2007 ، ص 24 .

⁴ إسماعيل عرباجي ، اقتصاد المؤسسة : أهمية التنظيم ديناميكية الهياكل ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1996 ، ص 11 .

الفصل الثاني :

ماهية تكنولوجيا الإعلام و الاتصال

تمهيد

أولا : مفاهيم حول تكنولوجيا الإعلام و الاتصال

ثانيا: نشأة و تطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال

ثالثا: مميزات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال

رابعا: خصائص و سمات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال

خامسا: ايجابيات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال

سادسا : سلبيات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال

خلاصة

تمهيد:

شهد العالم في القرن الواحد و العشرين تطورات متسارعة وتغيرات كثيرة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وخصائص عديدة ساعدت على توفير الجهد والوقت، حيث تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال ثمرة للمعرفة العلمية التي يشهدها العالم فعملت هذه الأخيرة على فتح آفاق جديدة أحدثت تغيرات كبيرة في هذا القرن , فاعتمد المجتمع عليها بكل أنواعها.

وبما أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال أصبح صعبا جدا أن يتخلى عنها الإنسان نظرا لما تحتويه من إيجابيات فأصبحت ضرورة ملحة من ضروريات العصر إذ أتاحت فرص غير مسبوقة للتبادل الثقافي بين الأفراد و المجتمعات في أماكن متفرقة من العالم ، كما أن لهذه التكنولوجيا إيجابيات إلا أنها تعدتها إلى سلبيات .

أولاً: المفاهيم:

1. تعريف الاتصال:

أ/لغة : أصل كلمة اتصال communication إلى الكلمة اللاتينية comuis ومعناها Common أي مشترك أو علم و بالتالي فان كلمة الاتصال فان الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول الشيء أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما ¹

ب/اصطلاحاً: للاتصال وظيفة دقيقة و محددة ألا وهي المشاركة في تبادل الحقائق و الأفكار و الآراء، أي الترويج لفكرة أو موضوع، أو سلعة أو خدمة أو قضية أو فرد عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو المواقف من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى ²

و الاتصال لا يعني مجرد توجيه رسالة من طرف إلى آخر و هي العملية التي يمكن أن يطلق عليها البث أو الإرسال من جانب واحد، فلنكني يتم الاتصال لابد أن يتلقى الطرف الأول رداً فورياً أو مؤجلاً على رسالته، وان تستمر الردود مع استمرار توجه الرسائل، فإذا انقطعت الردود أصبح الرسائل بث أحادي الاتجاه ³

2. تعريف الإعلام :

يمكن تعريف الإعلام انه تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة الخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية أي معلومات جديدة بالنشر و النقل، ثم تتوالى مراحلها بجميع المعلومات من مصادرها ثم نقلها، و التعاطي معها و تحريرها، ثم نشرها و إطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزة إلى طرف معني بما ومهتم بوثائقها ⁴

2. الفرق بين الإعلام و الاتصال :

بداية نشير إلى هاتين الكلمتين قد تتقاطعان بحيث أننا نجد البعض يستعمل أحدهما بدل الآخر ولكن على العموم يمكننا القول انه إذا كان الإعلام يعني أساساً المعطيات و الأخبار و المعرفة فالالاتصال يستلزم الحوار ووجود علاقات وإذا كان مفهوم الإعلام يعبر عادة عن شيء ثابت (محتوى ، حالة ، وضعية) فالالاتصال عبارة في الغالب عن عملية (علاقة) أنه يفعل للإعلام يجعله أمراً عملياً بل قد يوصف الإعلام بأنه شكل إحدى وظائف الاتصال الأساسية الثلاث : الإعلام ، التعليم ، الترفيه ، ومن ثم فقد يوجد إعلام دون علاقة اتصالية ولكن لا يمكن أن يكون هناك اتصال دون إعلام . ⁵

¹ حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر و التوزيع، القاهرة، 2009، مصر، ص 15.

² بشر العلق، نظريات الاتصال مدخل متكامل، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 14.

³ حسن عماد مكاوي، المرجع السابق، ص 14 .

⁴ علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الاتصال و الإعلام الحديث، دار الأيام للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 36.

⁵ فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، مصر، 2003، ص 18-20.

خلاصة القول إن للإعلام معنيين : ضيق وواسع كما انه يمكن فهم الاتصال بطريقتين كفعل و ك عملية من جهة وكموضوع اتصالي من جهة ثانية وان مجال اشتراك المفهومين يقع عند تقاطع المعنى الواسع للإعلام مع الاتصال كوضع أو فعل لازم ويبقى الشائع و الغالب إن الاتصال اعم واشمل من الإعلام.

3.المصطلحات المقاربة للإعلام و الاتصال:

يخلط بعض الإعلاميين و الممارسين بين الإعلام و الاتصال و بعض المصطلحات المقاربة لهما وال تي غالبا ما تستعمل مقرونة بلعملية الإعلامية و الاتصالية منها :
المعلومات:

وهي إحدى المفردات المشتقة من المصدر علم (و قد أورد الدكتور حشمت قاسم شرحا لكثير من المعاني المشتقة من هذا المصدر الذي يدور في منظومة العقل ووظائفه فمن معانيه ما يتصل بالعلم أي إدراك طبيعة الأمور و المعرفة أي القدرة على التمييز و التعلم و الدارقي و الإحاطة و اليقين و الإرشاد و التوعية و الإعلام و الشهرة و التمييز و التسيير و تحديد المعالم إلى الأخر مما يناقض الجهل و الغفلة.¹

كلمة معلومات informations أصلها في اللغة اللاتينية هو كلمة information التي تعني شرح أو توضيح شيء ما و تستخدم الكلمة كفحوى لعم ليات الاتصال بهدف توصيل الإشارة أو الرسالة التي هي المعلومة و الإعلام عنها كما تتصل الكلمة بأي فحوى تفاعل بشري بين فرد و جماعته أو بين مجموعة و أخرى.²
و المعلومات بمفهومها المذكور أعلاه 06 أبعاد :

- الكمية: و التي تقاس بعدد الوثائق الصفحات الكلمات الصور الرسوم...
- المحتويات: و هي معنى المعلومات.
- البنية: و هي تشكل المعلومات و العلاقة المنطقية بين نصوصه ا و عناصرها.
- اللغة: و هي الرموز و الحروف و الأرقام التي يعبر بواسطتها عن الأفكار.
- النوعية: و هي التي تكون المعلومات كاملة و صحيحة و ذات فائدة.
- العمر: و هو الفترة الزمنية التي تكون فيها المعلومات ذات قيمة.³

¹ رحيمة الطيب عيساني،مدخل إلى الإعلام و الاتصال المفاهيم الأساسية و الوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية،الكتاب العالمي للنشر و التوزيع،عمان ، الأردن، 2008، ص19.

² شريف درويش اللبان،تكنولوجيا الاتصال المخاطر و التحديات و التأثيرات الاجتماعية،الدار المصرية اللبنانية،القاهرة،مصر، ط3، 2012، ص 101.

³ ماهر عودة الشمالية و آخرون، تكنولوجيا الإعلام و الاتصال،دار الاعتصار العلمي للنشر و التوزيع،عمان،الأردن، 2015، ص 101.

المعلومات هي منتجات أو مخرجات العملية المعرفية التي تتمثل في شكل كيان مادي.¹

4. تعريف التكنولوجيا :

يعتبر مفهوم التكنولوجيا من المفاهيم التي ناقشها الكثير من المفكرين و اختلفوا في نظرهم له بسبب تخصصهم و تطور خصائص التكنولوجيا نفسها.²

و مجموعة من المعارف و الخبرة المتراكمة و المتاحة و الأدوات و الوسائل المادية و التنظيمية و الإدارية التي يستخدمها الإنسان في أداء عمل ما أو وظيفة ما في مجال حياته اليومية لإشباع الحاجات المادية و المعنوية سواء على مستوى الفرد أو المجتمع , كما تعرف التكنولوجيا هي اللغة التقنية و العلم التطبيقي و الطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي فضلاً عن كونها مجموعة من الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة البشر و رفهياتهم أما التقنية فهي أسلوب أو طريقة لمعالجة التفاصيل الفنية لإنجاز غرض منشود.³

و يعتقد كل من ماهر إسماعيل صبري " و"صلاح الدين محمد توفيق" إن التكنولوجيا ليست مجرد علم أو تطبيق العلم أو مجرد أجهزة بل هي اعم و اشمل من ذلك بكثير فهي نشاط إنساني يشمل الجانب العملي و الجانب التطبيقي⁴.

أما المفهوم الحديث لتكنولوجيا فيشمل الإبداع و الخلق بالإضافة إلى الاقتباس و الاستيعاب, فلتكنولوجيا عبارة عن جميع الاختراعات و الإبداعات اللازمة لعملية التطور الاقتصادي و الاجتماعي و التي تتم من خلال مراحل النمو المختلفة⁵

5/ تعريف تكنولوجيا الاتصال

ومن هنا جاء التطور التكنولوجي السريع في قطاع الإعلام إلى إعادة النظر في التوزيع الذي استطاع أن يحافظ على توازن وجود وسائل الاتصال الجماهيري خلال أربعة عقود من الزمن , فتطور تطبيقات الوسائط المتعددة في مجال الصوت والصورة الثابتة والمتحركة والنص والحركة جعل من الانترنت الأداة القادرة على القيام بكل الأدوار التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيري مجتمعة.⁶

¹ منال هلال مزاهرة، تكنولوجيا الاتصال و المعلومات، دارالمسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2014، ص 28 .

² نوردن زمام، صباح سليمان، تطور مفهوم التكنولوجيا و استخدامه في العملية التعليمية، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد 11، جوان 2013، ص 163.

³ عمر ابراهيم مجايوي، مرجع سابق، ص 23.

⁴ نورالدين زمام، المرجع السابق، ص 165.

⁵ عدي قصور، مشكلات التنمية و معوقات التكامل الاقتصادي العربي، ديوان المطبوعات الجامعية، بيروت، لبنان، 1983، ص 35.

⁶ لين عبد الله العلويين، تكنولوجيا الاتصال و علاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، دمشق، 2009، ص 10.

فان تكنولوجيا الاتصال ومنجزاتها المستمرة وسريعة التطور وما يتصل بها من تكنولوجيا المعلومات information technologie,إنما يمثلان ثورة أخرى انطلقت مع تصاعد الإحساس بأن الواقع الاتصالي القائم ، لم يعد كافيا للوفاء باحتياجات ذلك المجتمع الجديد ، وتلك البيئة الجديدة وهك ذا وجدنا على مدى تاريخ المعطيات الاتصالية التي فرضها وجود الإنسان ذاته كمخلوق لا يمكنه أن يعيش بدون الاتصال بالآخرين والذي نصفه بأنه " مخلوق اتصالي" وجدنا أن كل مجتمع جديد , وكل بيئة جديدة , إنما تخلق أدواتها الاتصالية التي تعبر عنها وتوفر لها الممارسات الاتصالية اللازمة التي تتطلبها آليات ذلك المجتمع الجديد وتلك البيئة الجديدة ، وعندما نقول تكنولوجيا الاتصال ، فإنما نعني "محمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة ، والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها، أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات. ¹

6/تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال :

لقد أدى التطور التكنولوجي للاتصالات والمعلوماتية إلى ظهور وسائل وتطبيقات وسيلة اتصالية جديدة أطلق عليها البعض اسم: "التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال NTIC" وهي تعني أساسا تلك الموصولة بالكمبيوتر، ولها آثار عدة تشمل مجالات و تطبيقات متنوعة مثل تشخيص . ²

و في الواقع إن مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال متداخل بعض الشيء ، حيث أن هذه التكنولوجيات لا تعتبر جديدة في حد ذاتها ، وذلك لأن معظمها كان موجود منذ السنوات العشر الماضية أو أكثر وما يمكن اعتباره حديثا هو توسع استخدامها في مجال إدارة المؤسسات واعتمادها بدرجة كبيرة على العمل الشبكي ، إذا تضمن هذه التكنولوجيات جميع الاستعمالات من حواسيب شبكات اتصال وأجهزة تداول المعلومات السلوكية واللاسلكية . ونشير إلى أن مصطلح تكنولوجيا الإعلام والاتصال "يعد أشمل وأدق من الترجمة المتداولة " تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي ي نقصها الشمولية بمعنى عبارة ICTS التي تعتمد ميدانين :الإعلام information والاتصال communication والجمع اتصالات يفيد معنى مغاير للمعنى المعتمد في الكلمة اللاتينية ومن جهة أخرى فان الفارق واضح بين مصطلح الإعلام والمعلومة حيث تعتبر المعلومة المادة الخام للإعلام ، والإعلام عملية تنطوي على مجموعة من أوجه النشاط من بينها نشاط نقل المعلومات وتداولها فهو يشمل المعلومات لكنها لا تحتوي على كل موضوعات الإعلام. ³

¹ عبد المجيد شكري ،تكنولوجيا الاتصال إنتاج البرامج في الرادي و التلفزيون، دار الفكر العربي ، 1996 ، ص 11.

² عبد الوهاب بن بريكة، زينب بن تركي، أثر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في دفع عجلة التنمية،مجلة الباحث، عدد 7 ، 2010/2009، ص 245-246 .
م تاحة على الرابط الالكتروني التالي : <http://googleweblight.comi ?u=http://bensoula.over-blog.com/2014/05/247-10-2010.html&griqid=LqvsgX9&s=1&hl=fr-Dz>

³ إبراهيم عمر بجاوي، المرجع السابق، ص 27.

وأيضاً هي مجموعة التقنيات والأدوات والوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفه لمعالجة المضمون أو المحتوى الإعلامي و الاتصالي الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو الجمعي أو التنظيمي أو الواسطي ، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو الرقمية من خلال الحاسبات الالكترونية أو الكهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور.¹

7. الفصل بين تكنولوجيا المعلومات و تكنولوجيا الاتصال :

بالرغم من التعريف النظري الواضح بين كل من مصطلح المعلومات وتكنولوجيا الاتصال إلا انه من الصعوبة التمييز بينهما عمليا . بسبب قيام أنظمة متكاملة من معدات وبرامج معالجة المعلومات ووسائل الاتصال تحتفي فيها الفواصل بين ماهي وسائل الاتصال و ماهي معالجة المعلومات .

هناك عدد من الباحثين فصلوا بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات إلا انه في الواقع العملي يصعب الفصل بين دورهما بسبب أن تعريف تكنولوجيا المعلومات يحتوي على مفهوم تكنولوجيا الاتصال . لأن اقتراء واختزان و تجهيز المعلومات في مختلف صورها وبثها يحتاج إلى مجموعة من المعدات الالكترونية الحاسبة و أجهزة الاتصال عن بعد حسب التطورات التكنولوجية الحديثة دون التواء . ثم اندماج بين كل من تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات وبالتالي فان تكنولوجيا الاتصال هي عبارة عن أية أداة أو جهاز أو وسيلة تقنية يمكن استخدامها في معالجة البيانات والمعلومات من حيث الإنتاج والاستقبال والتخزين والتوزيع واليـث وينطبق ذلك على مدى واسع من تقنيات و نظم الاتصال الرقمية ومنها نظم الاتصال الحديثة (الانترنت) ونظم استقبال رسائل الأقمار الصناعية والاتصالات عن بعد مثل (أطباق الاستقبال و الهاتف المحمول)وتجهيزات المكتب الحديثة مثل(أجهزة الفاكس و المساحات الضوئية) كما يشتمل ذلك على تقنيات أخرى مثل (مسجلات الفيديو والكاسيت والكاميرا).

وهناك العديد من الباحثين الذين يجمعون بين المصطلحين باسم تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فيعرفونه بأنه كل ما يترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الآلي وتكنولوجيا السلكية و اللاسلكية والالكترونيات الدقيقة و الوسائل المتعددة من أشكال جديدة للتكنولوجيا ذات قدرات فائقة على إنتاج وجمع وتخزين و معالجة و نشر واسترجاع المعلومات بأسلوب غير مسبوق يعتمد على النص والصوت والصورة والحركة واللون وغيرها من مؤثرات الاتصال التفاعلي الجماهيري والشخصي معا .²

¹ إبراهيم عمر يحيوي، المرجع السابق ، ص 27.

² منال هلال المزاهرة، المرجع السابق ، ص 42-43.

ثانيا: نشأة و تطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال:

وجدت وسائل الإعلام والاتصال بوجود كائنات هذا العالم ولكنها مرت بمراحل تطور عديدة أفرزت عدة أنواع متفاوتة في الكم و المدى و لكنها كانت تهدف دائما إلى فورية الاتصال و توسيع دائرة المستقبلين وتحسين نوعية الرسالة وبرزت أولى بوادر التكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة باكتشاف العالم البريطاني "وليم ستورغن" "w.sturgon" الموجات الكهرومغناطيسية وذلك عام 1924 واستطاع من بعده "صمويل مورس" "s.morse" اختراع التلغراف عام 1937 حيث ابتكر طريقة للكتابة تعتمد على استخدام "النقط والشرط" وقد تم مد خطوط التلغراف السلوكية عبر كل أوروبا وأمريكا والهند خلال القرن التاسع عشر وأصبح التلغراف بعد ذلك من بين العناصر الهامة في تكنولوجيا الاتصال التي أدت في النهاية إلى وسائل الكترونية عديدة .

وفي عام 1876 استطاع الاسكتلندي "الكسندر غراهام بيل" "Graham Bell Alexande" أن يخترع التلفزيون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة م ستخدم تكنولوجيا التلغراف أي سريان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستغلا بمطرفة التلغراف شريحة رقيقة من المعدن تتهز حين تصطدم بها الموجات الصوتية وتحول الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك وتقوم سماعة التلفون بتحويل هذه الذبذبات الكهربائية إلى إشارات صوتية تحاكي الصوت الأصلي .
وفي عام 1877 اخترع "توماس إديسون" "T.Edison" جهاز الفونوغراف ثم تم كن العالم الألماني " اميل برلينغ " "E.Berlinger" عام 1887 من ابتكار القرص المسطح الذي يسمح بتسجيل الصوت .

وساعد توماس إديسون على نشأة السينما الأمريكية 1891 سجل اختراع جهاز لمشاهدة الأفلام وتم أول عرض عام على الشاشة في 23 مارس في أحد مسارح نيويورك ويعتبر هذا اليوم بداية السينما الأمريكية 1896 أي بعد عرض لوميير بثلاث أشهر ,والذي كان في أواخر عام (1895) أين شاهد الجمهور الفرنسي أول العروض السينمائية والتي كانت صامتة ثم أصبحت ناطقة منذ عام (1928) .¹
وتميز القرن الماضي باكتساب وسائل الاتصال للصفحة الجماهيرية وذلك من خلال طبيعة البرامج وسعة البث وانتشاره ,وأصبحت لها أهمية كبيرة وخاصة الوسائل الالكترونية (التلفزيون والراديو)²

¹ خالد منصر ،علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ،قسم العلوم الإنسانية،جامعة الحاج لخضر ،باتنة،2012/2011،ص51.

² دفون محمد ، تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و استخدامها ،جامعة عنابة ،الجزائر ،متاح على الرابط الالكتروني التالي :

<https://platform.almanhal.com/reader/2/60037>

باعتبارها قنوات أساسية لنقل الأخبار والمعلومات وأصبحت برامج التلفزيون تعكس قيم المجتمع وثقافته وأمطار معيشته وعكس برامج الراديو واهتمامات الناس وقضاياهم الحالية، ومع ظهور ونجاح الصحافة الجماهيرية التي اكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين، فقد شهد القرن التاسع عشر ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال (التلغراف، التلغون، الفوتوغراف، ثم التصوير الفوتوغرافي، والفيلم السينمائي، ثم الإذاعة المرئية (التلفزيون)).

وقد شهد النصف الثاني من القرن العشرين أشكالا لتكنولوجيا الإعلام والاتصال المعلومات ممل قزم أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة، ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا امتزاج ثلاث ثورات مع بعضها البعض شكلت ما يسمى بالثورة التكنولوجية أو الرقمية وهي ثورة المعلومات المتمثلة في انفجار ضخمة في المعرفة وك مية هائلة من المعارف المتعددة ولأشكال والتخصصات واللغات.¹

ثالثا: مميزات التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال :

تتميز التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال بعدة مميزات نذكر منها :

- القدرة على نقل المعلومات من وسيط لأخر مع إمكانية التحكم في نظام الاتصال.
- القدرة على استخدام وسائل اتصالية في أي مكان مثل الهاتف النقال بمعنى الانتقال من الأجهزة الثابتة إلى الأجهزة المتنقلة .
- اللامهيرية وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي.
- الانتقال من اللغة الواحدة إلى اللغات المتعددة.
- الانتقال من تكنولوجيات التنوع إلى تكنولوجيات التكامل في الاتصال .
- يمكن لثورة المعلومات أن تمنح فرصة للفقراء أن يصبحوا أغنياء وللمبتدئين بأن يكونوا محترفين ومنافسين حقيقيين .
- الانتقال من الاعتماد على الثورة المادية إلى الاعتماد على الثورة الفكرية .
- الاهتمام أكثر بكفاءة العنصر البشري والسرعة في أداء الأعمال.²

¹ دفون محمد، المرجع السابق .

² مرشيش خالد، محاضرات في مقياس تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ص 10، متاحة على الرابط الإلكتروني التالي:

<http://Vertulcampus.univ-msila.dz.pdf>

- التدفق السريع والكثيف للمعلومات مما يسمح للفرد بتنمية قدراته .
- سمحت التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال بظهور أنماط اتصالية جديدة حيث أصبح الاتصال يعتمد على كثرة المعلومات والابتكار والتجديد بدل التكرار في العملية الاتصالية .
- الانتقال من الاتصال التقليدي إلى الاتصال التفاعلي العالمي ¹.

رابعاً: خصائص و سمات تكنولوجيا الأعلام و الاتصال:

هناك عدد من السمات المميزة لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال الراهنة بأشكالها المختلفة , مما يلقي بضلاله و يفرض تأثيراته على الوسائل الجديدة و يؤدي إلى تأثيرات أكثر حدة على الاتصال الإنساني, و أبرز سمات هذه التكنولوجيا:

1. التفاعلية:

أي القدرة على تبادل الأدوار بين مرسل الرسالة و مستقبلها إذ يتحول من يتعامل مع وسائل الإعلام و الاتصال الحديثة من مجرد متلقي سلبي إلى مشارك متفاعل يرسل و يستقبل المعلومات في الوقت ذاته . وهذه السمة لم تكن تميز سوى أشكال الاتصال المواجهي , في حين كان الاتصال الجماهيري يفتقدها تماماً , ومعنى التفاعلية انتهاء فكرة الاتصال الخطي أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي ليتحول إلى اتصال في اتجاهين تتبادل فيه أطراف عملية الاتصال الأدوار و يكون لكل طرف فيها القدرة و الحرية في التأثير على عملية الاتصال في الوقت و المكان الذي يناسبه و بالدرجة التي يراها ².

2. اللاتزامنية (عدم الارتباط بعنصر الوقت):

وتعني إمكانية إرسال الرسائل و استقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه , فمثلاً في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة مباشرة الى مستقبلها في أي وقت دون الحاجة لتواجد مستقبل الرسالة... ³

¹ مرشيش خالد، المرجع السابق، ص 10 .

² رحيمة الطيب عيساني، الوسائط التقنية الحديثة و أثرها على الإعلام المرئي و المسموع Gulf radio and tvorg، سلسلة بحوث و دراسات إذاعية و تلفزيونية، د. ط. د. ن، 2010، ص 33.

³ مؤيد عبد الجبار التحديشي، العوامة الإعلامية، الأهلية للنشر و التوزيع، عمان، ط 1، 2002، ص 54.

3. التنوع:

مع تطور المستحدثات التقنية في مجال الإعلام و الاتصال و تعددها و ارتفاع القدرة على التخزين و الإتاحة للمحتوى الاتصالي , أدى ذلك إلى التنوع في عناصر العملية الاتصالية التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته و دوافعه للاتصال, و تمثل ذلك في الآتي:

أ/ تنوع في أشكال الاتصال المتاحة : من خلال وسيلة رقمية واحدة و هي الحاسب الشخصي الذي أصبح يستخدم بجانب أجهزة ترميز الاتصالات التلفزيونية مودم في توفير الاتصال الشخصي بالاتصال الصوتي الكتابي أو البريد الإلكتروني و او توفير الاتصال بالجماعات الصغيرة من خلال المؤتمرات أو جماعات النقاش و كذلك الاتصال بالوصول إلى المواقع الخاصة بصحف الشبكات و محطات التلفزيون و الراديو المحلية و العالمية , و الاختيار من بينها في المكان و الزمان الذي يحدده بناء على ظروفه الخاصة وحاجات .

ب/ تنوع المحتوى: الذي يختاره على المواقع المختلفة المنتشرة على شبكة الانترنت, سواء في وظائف هذا المحتوى أو مجالاته أو المواقع الجغرافية للنشر والإذاعة أو الوسائل المتعددة التي يتم ترميز المحتوى الاتصالي من خلالها ثم التنوع في امتدادات هذا المحتوى وروابطه و تفسيراته من خلال النصوص الفائقة و الوسائل السابق الإشارة إليها و هذا التنوع أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية أو الوكيل الإعلامي الذي يقوم بناء على برامج خاصة يسمح كافة الوسائل الإعلامية و المواقع بحثا عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي و تقديمها في حزمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره, و المكان الذي يوافق فيه, و يلبي حاجاته المتعددة و المتجددة.

قد تختلف مع الحاجات الجماهيرية مثل نشر الدوريات و المقالات و البحوث العلمية , و نشر التعليقات و الآراء و الأفكار في كافة المجالات السياسية و الاقتصادية و الفنية ذات المستوى الرفيع مع دعوة للمناقشة و تبادل الآراء حول هذا المحتوى الذي يخاطب الصفوة في كثير من الأحيان...¹

4. الانتشار و التدويل :

فقد أدى التطور التكنولوجي الهائل في تصنيع وسائل الاتصال و المعلومات إلى تقليل إنتاجها إلى الحد الذي أتاح لها قدرا كبيرا من الانتشار و اتسع نطاق الاستخدام بين الأفراد رغم تفاوت مستوياتهم الاقتصادية و الثقافية بحيث لم يعد ينظر إلى هذه الوسائل باعتبارها طرفا لاداعي له , و إنما باعتبارها ضرورة لا يمكن²

¹ رحيمة الطيب عيساني، الوسائط التقنية الحديثة و أثرها على الإعلام المرئي و المسموع، المرجع السابق، ص 32.

² محمد شومان، عولمة الإعلام و مستقبل النظام الإعلامي العربي، مجلة الفكر، أكتوبر-ديسمبر 1999، ص 161 .

الاستغناء عنها كما أن الرابط بين وسائل الاتصال الحديثة قد بات عالميا أو كونيا بهدف تخطي الحدود الإقليمية إذ أصبح في الإمكان الاتصال بأي مكان في العالم بالهاتف المحمول , او من الهاتف العمومي , كما تعددت قنوات البث التلفزيوني الفضائي...¹

5. اللاجماهيرية:

فلم تعد وسائل الاتصال تعتمد على مخاطبة الجماهير فحسب في رسائل عامة و منمطة , بل أضحت من إمكانية توجيه رسائلها و مضامينها إلى الفرد بعينه تستهدفه برسائلها أو جماعة أو فئة معينة تبعا لاهتماماتها و حاجاتها الخاصة , فخرجت بذلك من نطاق العمومية إلى خصوصية الرسالة تبعا لحاجة مستقبلها...²

6. القابلية الحركية:

تعني أن هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان ثم نقلها إلى آخر حركته مثل الهاتف النقال ، التلفزيون المدمج في ساعة اليد، وحاسب إلكتروني نقال مزود بطابعة كما تعني إمكانية نقل المعلومات من مكان إلى آخر بكل يسر و سهولة .

7. قابلية التحويل:

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر كتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة و العكس، كما هو الحال في أنظمة التيليتكست التي تقدم خدمات و رسائل مطبوعة على شاشات التلفزيون تلبية لرغبات زبائنها ، التي أضحت تتميز بالتعدد و التميز ، و يبرز هذا أيضا في أنظمة الدبلجة و الترجمة للمواد المرئية كما هو الحال في بعض المحطات التلفزيونية مثل Euronews Eurosport³

8. التدويل أو الكونية و العالمية:

التطور المتسارع في هذه التكنولوجيا في اتجاه اختصار عامل المسافة و الزمن، هذا التطور بلغ من الأهمية في الحقبة الأخيرة إلى حد أن أطلق البعض على الكرة الأرضية التي نعيش فيها وصف القرية⁴

¹ محمد شومان المرجع السابق ، ص 161 .

² علي بن عبد الله عسيري ، الآثار الأمنية لاستخدام الشباب الانترنت ، مركز البحوث و الدراسات الجامعة العربية للعلوم الأمنية ، الرياض ، السعودية ، 2004 ، ص 23 .

³ سعد محمد المحجسي ، الاتصالات و المعلومات و التطبيقات التكنولوجية ، دار الثقافة العلمية للنشر ، الإسكندرية ، 2001 ، ص 48 .

⁴ عبد الفتاح عبد النبي ، تكنولوجيا الاتصال و الثقافة ، الغري للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 1990 ، ص 81 .

العالمية، بل أصبح التفاعل يتم عبر تكنولوجيا و وسائل المعلومات و الإعلام متخطيا الحدود الجغرافية عابرا فوق الحدود الوطنية.

11. التعقيد و كثافة الاستخدام:

تكنولوجيا الاتصال و بذات المتقدمة منها تتسم بكثافة الاستخدام، رأس المال و التعقيد الشديد و ارتفاع التكلفة و هي بذلك تأخذ طبعة احتكارية، حيث تتركز عادة على بناء القوة و النفوذ السائد في المجتمع .

12. الإحتكارية و سيطرة قلة قليلة عليها :

إن صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد حدود من الدول الصناعية الكبرى و من طريقة إدارتها و استخدامها بل و صيانتها في أحيان كثيرة من هذه الدول مما يعزز من أحكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على المستورد لها و ترسيخ تبعية ثانية للأولى في المجال الثقافي.¹

خامسا: إيجابيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال :

وتتلخص هذه المزايا في : عملها على جلب الراحة والرفاهية للمستخ دميين لما توفره من جهد ووقت و ما ل، وذلك عن طريق جمعها بين مجال الاتصال والكمبيوتر وعموما فان أهم المزايا أن تكنولوجيا الاتصال قدمت لمستخدميها أبعاد ثلاث هي :

1/ البعد الزمني: حيث أتاحت أقصى درجة السرعة لنقل المعلومات إلى حد إلغاء الفرق بين البث و زمن الواقعي في حالة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية .

2/ البعد المكاني: حيث وفرت كما هائلا من المساحة المطلوبة لتخزين المعلومات ولنقلها , كما أنها تكاد تحدد عنصر المسافة مهما بعدت .

3/ البعد الخاص بالوسيلة وعلاقتها بالمتلقي: حيث أتاحت "ثورة الاتصال بالمتلقي درجة من التفاعل الإيجابي مع

هذه التكنولوجيا , كالتلفزيون الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمتلقي بالتدخل في اختيار البرامج و من مميزات كذلك:²

¹ عد الفتاح عبد النبي، المرجع السابق، ص 81.

² نورالدين زمام، صباح سليمان، المرجع السابق، ص 66.

أ/تعمل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالفخامة بشكل

غير مسبوق ، ذلك أن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء ناتجا للتطور غير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال و تكنولوجيا المعلومات الذي استفاد منه الاتصال الرقمي و ساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات و انتشارها التي غطت كل المجالات ، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال و المعلومات و أهمها سعة التخزين .

ب/تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي حيث يتم الاتصال وجها لوجه ولكن من خلال المحادثات و البريد الإلكتروني و الحوارات ، ومع الآخرين لا يعرفون بعضهم البعض و لا تميزهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحجته.¹

ج/قدمت تكنولوجيا الاتصال ومن خلال الأجيال الجديدة للهاتف والفاكس فرص المشاركة في الندوات خلال طرح تساؤلات أو مناقشة بعض الموضوعات كما اتسعت دائرة التعليم المفتوح أو التعليم عن بعد التي بدأت بالجامعات ، وتقدم المحاضرات من خلال الانترنت .²

د/ قدمت أنظمة :للأجيال الحديثة من أجهزة استقبال الجمهور فرصة متابعة الأخبار و الأحداث ومخ لصات الكتب وبرامج القنوات وأهم عناوين الصحف والمجلات المطبوعة على شاشة التلفزيون في إطار سمة من سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة وهي قابلية التحويل .

هـ/ بجانب المواقع الإعلامية المعروفة على شبكة الانترنت تقوم الآلاف من المواقع الأخرى التي تقدم الخدمة الإعلامية حول الواقع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم وكتابة التقارير الإخبارية والتعليقات عليها في إطار الخدمة الإعلامية المتكاملة تراها هذه المواقع .³

سادسا:سلبيات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال:

للأسف الشديد ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في خلق العديد من المشاكل في حياة البشر منها

ما حصل للفرد، ومنها ما تسبب مخاطر بيئية من هذه السلبيات والمخاطر نجد:

1- اندماج تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمعلومات في منضمة واحدة ، هو أحد الأدوات الرئيسة للعملة الراهنة بأبعادها الاقتصادية والسياسية والثقافية ، وآيا كان رأينا لتأييدا وقبولا ، أو نقدا واعتراض ، فان ذلك لا يغير في الأمر شيئا و هذا ما يجعل الناس في مختلف أنحاء العالم لا يتنفسون هواء جماعيا علميا إلى درجة كبيرة .

2-حدوث الفجوة المعرفية بين الدول المالكة لهذه التكنولوجيا و الدول المستوردة لها مثلما يحدث اليوم بين الدول الأوروبية و الدول العربية ، فان تسارع الدول العربية للمشاركة في هذه الثورة التكنولوجية الإعلامية و الاتصالية⁴

¹ محمد عبد الحميد ،الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنت ،عالم الكتب ، د.م ، 2007،ص 52-53.

² خالد منصر ،المرجع السابق ،ص 62.

³ محمد عبد الحميد ، المرجع السابق ، ص 53-56.

⁴ سمير إبراهيم حسن ، الثورة المعلوماتية عواقبها وآفاقها ،مجلة جامعة دمشق للآداب و العلوم الإنسانية ،2002،ص 225 .

فان هناك احتمال زيادة تهميشها و زيادة احتمالات حدوث العزلة الثقافية و الدينية و العرقية التي يمكن أن تؤدي إلى صراعات محلية و إقليمية.¹

- 3- إن خطورة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة تتجسد من خلال تفكيك الثقافات و الغزو الثقافي و التلوث الثقافي و إفساد الثقافات الوطنية و مسائل الهوية الثقافية ، هذا جعلها تشكل خطرا كبيرا على هذه المقومات .
- 4- كل مؤشرات تطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال تشير إلى انعدام أو شبه انعدام قدرة أي جهة أو سلطة على المنع أو التحكم بسبل المعلومات المتحقق هذه الوسائط تحمل في طياتها حجم كبير من المعلومات و الصور و البيانات التي تعمل على تحطيم الأخلاق و مبادئ شابنا و أطفالنا دون علم و من دون رقابة²
- 5- لقد عملت تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة على تكريس و إشاعة قيم الاستهلاك الغربي و فرض النموذج الثقافي الاورو-أمريكي و ترسيخ قيم الامتثالية و القضاء على التنوع الثقافي للمجتمع ، و هذا ما تسعى إليه كل من الإمبراطوريات الإعلامية الكبرى.³

¹ سمير ابراهيم حسن ، المرجع السابق ، ص 225.

² ابراهيم عمر يحيوي ، المرجع السابق ، ص 70

³ محمد شطاحو اخرون ، القنوات الفضائية و تأثيرها على القيم الاجتماعية و الثقافية و السلوكية لدى الشباب الجامعي عين مليلة ، دار الهدى، ط.د.ت ، ص 91.

خلاصة :

إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال وما تميزت من إيجابيات وخصائص قد مكنت من تحسين ورفع من قدرة وجودة التواصل بين الأفراد , حيث جمعت تكنولوجيا الإعلام والاتصال بين الكلمة المنطوقة والمكتوبة والصورة الساكنة والمتحركة وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية وأتاحتها بالشكل المرغوب وفي الوقت المناسب التي مكنت المستخدم من التفاعل مع الطرف الآخر وجعله يستقبل المعلومات بكثرة وإرسالها بسرعة واحترافية.

إلا أنها احتوت على العديد من السلبيات كتفكيكها للثقافات و صعوبة التحكم في مضامينها و غيرها .

الفصل الثالث :

ماهية الثقافة التنظيمية

تمهيد

أولاً: مفاهيم حول الثقافة

ثانياً: أهمية الثقافة

ثالثاً: الثقافة و التقدم العلمي و التكنولوجي

رابعاً: تعريف الثقافة التنظيمية

خامساً: التطور التاريخي للثقافة التنظيمية

سادساً: أهمية الثقافة التنظيمية

سابعاً: خصائص الثقافة التنظيمية

ثامناً: أنواع الثقافات التنظيمية

تاسعاً: مكونات الثقافة التنظيمية

خلاصة

تمهيد :

أصبح موضوع الثقافة المنظمة من الموضوعات التي تحظى بالاهتمام الكبير، على اعتبار أن ثقافة المنظمة من المحددات الرئيسية لنجاح المنظمات أو فشلها، حيث ترتبط بنجاح المنظمة والتركيز على القيم التي تدفع أعضائها إلى الالتزام والعمل الجاد والابتكار والتحديث والمشاركة في اتخاذ القرارات والعمل .
لذلك سنحاول من خلال هذا الفصل التعرض إلى الثقافة وماهيتها، والثقافة التنظيمية وتطورها التاريخي، أهميتها، خصائصها، أنواعها، مكوناتها.

أولاً: مفاهيم حول الثقافة:

1. تعريف الثقافة:

ليست الثقافة مفهوماً بسيطاً، كما قد يبدو لأول وهلة لكثرة استخدامنا لهذه الكلمة، فهي ليس من نوع المفاهيم الثابتة والواضحة كتلك التي يمكن أن نحصل عليها من الحاسوب، نضغط زرًا فتأتينا الإجابة جاهزة، بل هي مفهوم متعدد ومتشابه العناصر والأبعاد. لذلك وفي كل مرة نحاول التفكير في الثقافة وعلاقاتها، لا بد أن نعيد تحديد المقصود¹ ويحظى اليوم مفهوم الثقافة، منظوراً إليه في معناه الممتد، والذي يحيل على أنماط الحياة والفكر، بقبول واسع، وعلى الرغم من أن ذلك لا يسلم أحياناً من بعض الالتباسات. فمنذ ظهورها في القرن الثامن عشر، كانت الفكرة الحديثة عن الثقافة مذكية باستمرار لمجاذلات حامية، ومهما كان المعنى الدقيق الذي أضفي على الكلمة، فإن الخلافات ظلت دوماً قائمة بصدد تطبيقه على هذا الواقع²

ولم يكتب أحد عن مفهوم الثقافة إلا وأشار إلى تعقيد المفهوم وصعوبة الإحاطة الشاملة به، من خلال تعريف واف، ونظراً لتعدد تعريفات الثقافة وتنوعها، فإننا سنحاول تقسيمها من حيث التعميم إلى قسمين : الثقافة بالمعنى العام، الثقافة بالمعنى الخاص، إضافة إلى مجموعة أخرى من التعاريف.

2. الثقافة بالمعنى العام:

وهي تلك التي نجدتها في التعريفات اللغوية أو تلك التي تنظر إلى الثقافة ظاهرة إنسانية اجتماعية شاملة ولا تتعاقب بجماعة محددة ففي اللغة العربية نجدتها بمعنى ظرف وصار حدقا والثقافة ما تسوى به الرماح وهذا المعنى لم يعد قيمة منهجية في الدراسة العلمية للثقافة أو فهمها اليوم إلا إذا أخذناه بمعنى التشبيه والاستعارة في اللغة وتعني الثقافة الحداثة وفهم الكلام بسرعة والتمكن من العلوم والفنون والآداب³

والثقافة ليست ترفاً روحياً يمكن تأجيله، ولا فترة استرخاء وراحة تعقب العمل الشاق لتنشط الحواس وتحدد الحيوية، إنما في الواقع المادة المكونة من المعاني والمضامين والمعارف والألوان، التي تخلق روح الإنسان وعقله وبصيرته⁴

¹ سمير إبراهيم حسن، الثقافة والمجتمع، دار الفكر للنشر، دمشق، سوريا، 2007، ص 27.

² دنيس كوش، ترجمة، منير السعيداني، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان، 2007، ص 11.

³ سمير إبراهيم حسن، المرجع السابق، ص 29

⁴ نجيب محفوظ، حول الثقافة والتعليم، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، لبنان، 1990، ص 119.

وموقفه وسلوكه، ومعنى آخر هي التي تبني الشخصية الإنسانية وتبها خواصها وصفاتها المكتسبة، وما المواطن في النهاية إلا ثمرة تقاسمتها الفطرة والثقافة.¹

ولكن الاستخدام الاصطلاحي لكلمة ثقافة في علم الاجتماع والأنثروبولوجيا لا يقتصر على التهذيب أو تقديم المعرفة بل الثقافة مفهوم عام جدا إنها أسلوب الحياة السائد في أي مجتمع بشري مز التجمعات البشرية.

3. الثقافة بالمعنى الخاص:

هي عندما تكون محددة ومتعينة وذلك عندما نلحق الكلمة (ثقافة - الثقافة) بمجال أو مفهوم ما آخر، شخص أو جماعة أو المجتمع بأسره، أو عندما تتعلق برسالة مؤسسة كالجامة أو الحزب أو الدولة، أو بأشكال اكتسابها، أو باعتبارها نتاجا خاصا ومميذا لكل من هذه المجالات، إن مفهوم الثقافة عندئذ يتبدل ويتعدد أكثر، ولكنه يصبح أكثر وضوحا وتحديدا.²

4. الثقافة عند العرب:

كلمة الثقافة عند العرب لم تكن متداولة بالمعنى الذي عليه اليوم في مجتمعاتنا لكن اتخذ مصدرها عدة معاني تعبر بصدق عن واقع نمط الحياة للعرب قبل وبعد الإسلام.³

وحدد محمد بن عبد الكريم في كتابه الثقافة ومآسي رجالها أهم المعاني فيقول: الثقافة من الثقف ونورد معانيها فيما يلي:

- وجود الشيء ومصادفته، نقول ثقفت الشيء أنثفته إذا وجدته ومصادفته.
- الظفر بالشيء وأخذه على وجه الغلبة، قال تعالى: "إن يثقفوكم يكونوا لكم أعداء".
- سرعة وجود الشيء في الأذهان ومن ذلك قولهم فلان ثقف، لقف أي سريع الوجود لما يحاول من القول.
- الحذق والمهارة في إتقان الشيء.
- الفهم والذكاء.⁴

1 نجيب محفوظ، المرجع نفسه، ص 119

2 سمير إبراهيم حسن، المرجع السابق، ص 30-33.

3 عباس سمير، الثقافة التنظيمية وعلاقتها باستراتيجيات التغيير في الجامعة الجزائرية بين النظام القديم ونظام LMD، مذكرة ماجستير غير منشورة، عنابة، 2007، ص 81.

4 محمد بن عبد الكريم، الثقافة ومآسي رجالها، شركة الشهاب، الجزائر، د.ت، ص 09.

5. الثقافة عند الغرب:

إن لفظ الثقافة Culture عند الغرب مشتقة من لفظة Cultura في اللغة اللاتينية في القرون الوسطى والمعنى الحقيقي لهذه الألفاظ هو شق الأرض وفلحها وبذر الحبوب فيها وغرس أشجارها وجنى الثمار وحصد الزرع ... إلخ.¹

6. تعريف ادوارد تايلور:

الثقافة هي ذلك الكل المركب المشتمل على المعارف، المعتقدات، والقيم، والقانون، والأخلاق، والتقاليد، وكل القابليات والعادات الأخرى، التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع.²

7. تعريف لنتون للثقافة:

يرى الثقافة على أنها مجموعة من الأفكار.

8. تعريف اجبرن:

يرى بأنها جملة من الأشياء والأفكار.

9. التعريف الماركسي للثقافة:

يذهب إلى أنها انعكاس للمجتمع.³

ثانياً: أهمية الثقافة:

تكمن أهمية الثقافة من خلال الدور الأساسي والحاسم، الذي تؤديه في حياة الفرد والمجتمع والذي يمكن إجماله في النواحي التالية:

- توفر الثقافة للفرد صور السلوك والتفكير والمشاعر، التي ينبغي أن يكون عليها ولا سيما في مراحلها الأولى، بحيث ينشأ على قيم وعادات تؤثر في حياته بحسب طبيعة ثقافته التي عاش فيها.
- توفر للفرد المعايير والمعايير التي يستطيع أن يميز في ضوءها، ما هو صحيح من الأمور وما هو خاطئ.⁴

¹ سمير إبراهيم حسن، المرجع نفسه، ص 33-82.

² جميلة بنت عيادة الشمري، مفهوم الثقافة في الفكر العربي والفكر الغربي، رسالة ماجستير، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، متاحة على الرابط التالي:

³ مالك بن نبي، مشكلات الحضارة، مشكلة الثقافة، دار الفكر المعاصر، بيروت، لبنان، دون سنة، ص 39. متاحة على الرابط الالكتروني التالي :

<http://www.alukah.net>

⁴ سمير إبراهيم حسن، المرجع السابق، ص 28-29.

- توفر الثقافة للأفراد تفسيرات جاهزة، عن طبيعة والكون وأصل الإنسان ودورة الحياة.
- تنمي الثقافة الضمير الحي عند الأفراد، بحيث يصبح هذا الضمير فيما بعد الرقيب القوي على سلوكياتهم ومواقفهم، فهي تجاوز للذات وحاجة للمشاركة وضرورة للذوق والخلق.
- تنمي الثقافة المشتركة في الفرد شعورا بالانتماء والولاء، فتربطه بالآخرين في جماعته بشعور واحد وتميزهم عن الجماعات الأخرى.¹
- الثقافة قوام وجود الإنسان، وهي مساوية له، وإن وضعته على هذا الكوكب لم يتحدد إلا بها.
- تعتبر الثقافة فاصل نوعي، بين الإنسان وبين سائر الأحياء، وفاضل درجي بين المجتمعات والأفراد، كما تميزه عن اختراعات الذكاء الاصطناعي تقداً مثل الحاسوب (الكمبيوتر) والإنسان الآلي (الروبوت).²

ثالثاً: الثقافة والتقدم العلمي والتكنولوجي:

أيا كان مفهوم الثقافة، عاما شاملا أم خاصا محمدا، فإن الثقافة في أشكالها ومضامينها تتأثر بالتطور العلمي والتكنولوجي وما يؤدي إليه من معارف ورؤى جديدة مختلفة ولا شك أن للانتشار السريع والواسع للمعارف والأفكار والمعلومات بفضل تقدم العلم وتكنولوجيا الاتصال آثارا وعواقب أكيدة على منظومات القيم والسلوك والثقافة بشكل عام. وما ارتفاع وتيرة الشكوى من المخاطر القائمة على الهوية والخصوصيات الثقافية والحضارية سوى دليل على أن التغيير قائم ومستمر بالفعل³

¹ سمير إبراهيم حسن، المرجع نفسه، ص 29

² برهان زريق، مخاطر الغزو الثقافي، وزارة الإعلام السورية للطباعة، سوريا، 2017، ص 09.

³ سمير إبراهيم حسن، المرجع السابق، ص 50.

رابعاً: تعريف الثقافة التنظيمية:

1. هي نمط من الافتراضات الأساسية المشتركة تعلمته مجموعة أثناء حلها لمشاكلها الخاصة بالتأقلم الخارجي والداخلي وتنحى إلى حد كاف لأنه يجعله صالحاً لأن يجري تعليمه للأعضاء الجدد على أنه الطريقة الصحيحة للفهم والإدراك والتفكير والشعور فيما يتعلق بتلك المشكلات.

إن جميع نظريات المجموعات والمنظمات تميز بين مجموعتين رئيسيتين من المشكلات التي لا بد لجميع المجموعات بغض النظر عن حجمها أن تتعامل معها وهي:

- البقاء والنمو والتأقلم مع البيئة.
- التكامل الداخلي الذي يتيح القيام بالعمل اليومي والقدرة على التأقلم والعمل.¹

2. كما يعرف بأنها مجموعة من الأيديولوجيات والفلسفات والقيم والمعتقدات والافتراضات والاتجاهات المشتركة وأنماط التوقعات التي تميز الأفراد في تنظيم ما.²

3. كما يعرفها Wheeler بأنها عبارة عن مجموعة من الاعتقادات والتوقعات والقيم التي يشترك بها أعضاء المنظمة.

4. وحسب Thévenet الثقافة التنظيمية هي تراث مشترك من القيم والمعتقدات تسمح لأفراد المنظمة بالتماثل والترايط مما يؤدي إلى استقرار النظام بتوجيه وتعديل السلوك وقرارات التسيير الهامة.³

خامساً: التطور التاريخي للثقافة التنظيمية:

إن الكثير من المصطلحات والمفاهيم الإدارية، قد اشتقت من بيئة غير إدارية أو حقول معرفية أخرى، وهكذا الحال بالنسبة للثقافة التنظيمية، فقد تطورت بتطور الإدارة والمنظمات، وأخذت الكثير من أبعادها تشتق من البيئة المحيطة بها فمع تعدد الدراسات والبحوث والظواهر والمتغيرات بدأ الاهتمام بالثقافة التنظيمية في بداية الثلاثينيات عندما تمت الإشارة إليها بوجود العلاقات الإنسانية في جامعة شيكاغو سنة 1934، وبعدها دراسات هاوثورن، ثم تحليل برنارد للكيان التنظيمي، وفيما بعد شهدت فترة الثمانينات ذروتها إذ أخذت حيزاً كبيراً من الكتابات⁴

و استعمل مصطلح ثقافة المنظمة، لأول مرة من طرف الصحافة المتخصصة في سنة 1980، وكان من طرف المجلة الاقتصادية الأمريكية Business Wed، وأدرجت مجلة Fortune ركناً خاصاً تحت عنوان Corporate، واضعة بذلك اللبنة الأولى لهذا المفهوم، فيما كان يذكر هوفستي أن مصطلح الثقافة التنظيمية لم يصبح شائعاً إلا بحلول⁵

¹ ادجار شاين، الثقافة التنظيمية والقيادة، تنمية القيادات، د.م، د.ت، ص 04.

² جمال الدين مرسى، إدارة الثقافة التنظيمية والتغيير، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 13.

³ بوديب دنيا، الثقافة التنظيمية كمدخل لإحداث التغيير التنظيمي، مذكرة ماجستير غير منشورة، الجزائر، 2013-2014، ص 63.

⁴ مشنان بركة، دور الثقافة التنظيمية في تطبيق إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي: دراسة حالة جامعة الحاج لخضر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2015/2016، ص 67-68.

⁵ محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2002، ص 37.

الثمانينات. حيث ظهرت عدة نظريات اهتمت بالثقافة التنظيمية في المؤسسة الاقتصادية من بينها نظرية Z، إذ تنطوي الثقافة التنظيمية وفق هذه النظرية على مجموعة مميزة من القيم، كالتوظيف الطويل المدى، والثقة المتبادلة، والعلاقات الإنسانية الوثيقة.¹

سادسا: أهمية الثقافة التنظيمية:

لقد أصبحت الثقافة التنظيمية جانبا مقبولا وذا أولوية في كثير من المنظمات المعاصرة، وزاد الاهتمام بها بناء على ما حققته المنظمات اليابانية في مجال استخدام القيم الثقافية في إدارة المنظمات، مثل اعتمادها على جماعية العمل والمشاركة القائمة على الثقة، والاهتمام بالعاملين وتنمية مهاراتهم وقدراتهم الابتكارية، إضافة إلى المودة والتفاهم بين أعضاء المنظمة.²

وعليه يمكن تلخيص أهمية الثقافة التنظيمية في النقاط التالية:

- دليل للإدارة والعاملين حيث تشكل لهم نماذج السلوك والعلاقات التي يجب إتباعها
- إطار فكري حيث توجه الثقافة أعضاء المنظمة الواحدة وينظم أعمالهم وعلاقاتهم وإنجازاتهم؛ لأن لها تأثيراً واضحاً على الأداء،
- إطار تنظيمي فإن الثقافة بما تحويه من قيم، وقواعد سلوكية تحدد لهؤلاء العاملين السلوك الوظيفي المتوقع منهم، وتحدد لهم أنماط العلاقات بينهم وبين بعضهم، وبينهم وبين العملاء والجهات الأخرى التي تعاملون معها، حتى ملبسهم ومظهرهم واللغة التي يتكلمونها ومستويات الأداء، ومنهجيتهم في حل المشكلات تحددتها ثقافة المنظمة وتدريبهم عليها، وتكافئهم على أتباعها³
- تعد الثقافة التنظيمية بمثابة دليل للإدارة والعاملين، إذ تمثل نماذج السلوك والعلاقات التي يجب إتباعها والاسترشاد بها، كما تمد الموظفين برؤية واضحة وفهم أعمق للطريقة التي تؤدي بها إلى الأشياء.
- هي إطار فكري يوجه أعضاء المنظمة والأدوار وينظم أعمالهم وعلاقاتهم وإنجازاتهم.⁴

¹ مصطفى محمود أبو بكر، التنظيم الإداري في المنظمات المعاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 40.

³ بوديب دنيا، المرجع السابق، ص 89-90.

⁴ محمد احمد العطار، الفوائد العشرة للثقافة التنظيمية، بوابة الخيمة، عدد الجمعة 01 شباط/ فبراير 2013، 21:28 متاح على الرابط الالكتروني التالي :

<https://bawaba.khayma.com>

⁵ بوديب دنيا، المرجع السابق، ص 90.

- تحدد الثقافة بما تحتويه من قيم وقواعد سلوكية للعاملين السلوك الوصفي المتوقع منهم، وتحدد لهم أنماط العلاقات بينهم وبين بعضهم وبين الجهات التي يتعاملون معها.
- تعتبر الثقافة التنظيمية عنصراً جديراً، يؤثر على قابلية المنظمة للتغيير وقدرتها على مواكبة التطورات الجارية من حولها. إذن تعتبر الثقافة التنظيمية ذات أهمية كبيرة، فهي مصدر لقوة المنظمة ونجاحها، وهو ما يتحقق إذا توفرت فيها عنصر الإيجابية.¹

سابعاً: خصائص الثقافة التنظيمية:

سمات الثقافة التنظيمية لا تبعد عن الخصائص العامة للثقافة، مضافاً لما يمنحها لها التنظيم من محتوى وخصوصية شاملة، ومن جملة الخصائص يمكن أن نذكر ما يلي:

- 1) الثقافة عامل للتمايز والتماسك.
- 2) الثقافة حقيقة تنظيمية لا بد من تواجدها.
- 3) الثقافة هي التي تكسب المؤسسة خاصية معينة فهي بمثابة الهوية.
- 4) ليست الثقافة التنظيمية شيئاً تشكله هيئة التسيير، حسب طريقتها ونهجها ونمطها وإنما تساهم فيه فحسب.
- 5) تشكل القيم الإجرائية وحدها الحقائق التي تكوّن ثقافة المؤسسة وتحدد سلوكيات الأفراد.²

وهناك خصائص أخرى للثقافة التنظيمية تتمثل فيما يلي:

أ) الانتظام في السلوك والتقيد به:

نتيجة التفاعل بين أفراد المنظمة، فإنهم يستخدمون لغة ومصطلحات وعبارات وطقوساً مشتركة، ذات علاقة بالسلوك من حيث الاحترام والتصرف.

ب) المعايير:

هناك معايير سلوكية فيما يتعلق بحجم العمل الواجب إنجازه (لا تعمل كثيراً جداً، ولا قليلاً جداً).

ج) القيم المحتملة: يوجد قيم أساسية تتبناها المنظمة، ويتوقع من كل عضو فيها الالتزام بها مثل: مثل جودة عالية، نسبة متدنية من الغياب، والانصياع للأنظمة والتعليمات.

د) الفلسفة:³

¹ بوديب دنيا، المرجع السابق، ص 90.

² بن خالد عبد الكريم، جودة حياة العمل وأثرها في تنمية الثقافة التنظيمية لدى موظفي القطاع الصحي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، أدرار، 2016-2017، ص 101-102.

³ بلال خلف السكارنة، أخلاقيات العمل، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2009، ص 360.

لكل منظمة سياستها الخاصة في معاملة العاملين والعملاء.

هـ) القواعد:

عبارة عن تعليمات تصدر عن المنظمة وتختلف في شدتها من منظمة إلى أخرى، والفرد في المنظمة وفقا للقواعد المرسومة له.

و) المناخ التنظيمي:

عبارة عن مجموعة الخصائص التي تميز البيئة الداخلية للمنظمة، التي يعمل الأفراد ضمنها فتؤثر على قيمهم واتجاهاتهم وإدراكهم وذلك لأنها تتمتع بدرجة عالية من الاستقرار والثبات النسبي، وتتضمن مجموعة الخصائص هذه الهيكل التنظيمي، النمط القيادي، السياسات، الإجراءات، القوانين، وأنماط الاتصال... إلخ. وجميع الخصائص التي ذكرت أعلاه تعكس ثقافة المنظمة ومن خلالها تتميز الثقافات من منظمة لأخرى.¹

ثامنا: أنواع الثقافة التنظيمية:

أشار بعض الباحثين والعلماء إلى أنواع متعددة من الثقافة التنظيمية، وتختلف من منظمة إلى أخرى، ومن قطاع إلى آخر، ومن أبرزها:

1) الثقافة البيروقراطية:

حيث في هذه الثقافة تتحدد المسؤوليات والسلطات، حيث يكون العمل من نظما والوحدات يتم التنسيق بينها، حيث يكون تسلسل السلطة بشكل هرمي وتقوم الثقافة على التحكم والالتزام.

2) الثقافة الإبداعية:

حيث تتميز الثقافة هنا بتوفر بيئة عمل مساعدة على الإبداع، ويتصف أفرادها بحب المخاطرة في اتخاذ القرارات ومواجهة التحديات.²

3) الثقافة المساندة:

تتميز بيئة العمل بالصدقة بين العاملين، فيسود جو الأسرة المتعاونة، وتوفر المؤسسة الثقة والمساواة والتعاون، ويكون التركيز على الجانب الإنساني فيها، وهي ذات توجهات نحو العلاقات والتعاون والحرية الفردية.³

¹ بلال حلف السكارنة، المرجع نفسه، ص 361.

² حورية غيلاني، ص 04.

³ مشنان بركة، المرجع السابق، ص 76.

4) ثقافة السوق : وتسمى أيضا ثقافة التنافس

ثقافة المنظمة تستند إلى النتائج وتؤكد على إنهاء العمل وإنجاز الأمور . العاملون قادرون على المنافسة والتركيز على الأهداف. والقادة هم من الموجهين الأقوياء والمنتجين والمنافسين في الوقت نفسه . إنها صعبة بحكم وجود توقعات عالية التركيز على الفوز يبقي المنظمة متماسكة، حيث ان السمعة والنجاح هما الأكثر أهمية، والتركيز على المدى الطويل على الأنشطة التنافسية وتحقيق الأهداف. اختراق السوق وتصريف المخزون هي تعاريف النجاح¹

5) ثقافة المهمة:

يتم التركيز فيها على تحقيق الأهداف وإنجاز العمل، وتهتم بالنتائج واستخدام الموارد بطريقة مثالية، من أجل تحقيق أفضل النتائج وبأقل التكاليف.

6) ثقافة الدور:

والتي تركز على نوع التخصص الوظيفي، وتهتم بالقواعد والأنظمة، كما أنها توفر الأمن الوظيفي والاستمرارية وثبات الأداء.²

7) الثقافة القوية: وتعتمد على:

أ) عنصر الشدة: ويرمز هذا العنصر، إلى قوة أو شدة تمسك أعضاء المنظمة بالقيم والمعتقدات .

ب) عنصر الإجماع والمشاركة: لنفس القيم والمعتقدات في المنظمة من قبل الأعضاء، ويعتمد الإجماع على تعريف الأفراد بالقيم السائدة في المنظمة، وعلى الحوافز من عوائد ومكافآت تمنح للأفراد الملتزمين.

8) الثقافة الضعيفة:

فإن الأفراد يسيرون في طرق مبهمة غير واضحة المعالم ويتلقون بتعليمات متناقضة، وبالتالي يفشلون في اتخاذ قرارات مناسبة وموائمة لقيم واتجاهات الأفراد العاملين.³

تاسعا: مكونات الثقافة التنظيمية:

1. القيم التنظيمية:

أ) تعريف القيم التنظيمية:

تعرف بأنها تلك المعتقدات التي يعتقد أصحابها بقيمتها ويلتزمون بمض امينها، فهي تحدد السلوك المقبول والمرفوض، الصواب والخطأ.⁴

¹ طلال ناظم الزهيري، أنواع الثقافة التنظيمية، مدونة طلال ناظم الزهيري للبحوث والدراسات والمقالات في مجال تطبيقات تكنولوجيا المعلومات، بغداد، العراق، عدد 01 ماي 2018،

6:53، متاحة على الموقع الإلكتروني التالي: drtazzuhairi.blogspot.com/?m=1

² حورية غيلاني ، أثر الثقافة التنظيمية على استراتيجيات إدارة التغيير، تقرت، 2016-2017، ص 04.

³ بلال خلف السكارنة، المرجع السابق، ص 361.

⁴ يوسف مختار، الثقافة التنظيمية ودورها في الرضي الوظيفي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، غير منشورة، الحلقة، 2014-2015، ص35.

وهي كذلك القيم التي تعكس أو تمثل القيم في مكان أو بيئة العمل، بحيث تعمل هذه القيم على توجيه سلوك العاملين ضمن الظروف التنظيمية المختلفة، ومن هذه القيم على سبيل المثال : المساواة بين العاملين، الاهتمام بإدارة الوقت، الاهتمام بالإنتاج والإنتاجية، عدم قبول الرشوة، العلاقات التعاونية بين العاملين . وقد تبني المنظمة الواحدة القيم التنظيمية النهائية التالية: التميز، الإبداع، الجودة.¹

وقد يكون من السهل تحديد القيم في المنظمة وغالبا ما يكتب بصيغه تقارير حول مهام المنظمة وأهدافها واستراتيجياتها² كما تمثل القيم حقيقة جوهرية في حياة المنظمة وتشكل جزءا أساسيا من الثقافة التنظيمية داخل المنظمة وتحتاج إلى جهود عظيمه حتى تكسب المنظمة هويتها وشخصيتها مع مختلف الأطراف.

تمتاز القيم بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من المفاهيم الأخرى كالحاجة أو الدافع أو المعتقد أو الاتجاه أو السلوك ويمكن إجمال أهمها فيما يلي:

- أنها إنسانية: بمعنى أنها تختص بالبشر دون غيرهم.
- أنها تمتلك صفة الضمنية: بمعنى أن القيم تعتبر بمثابة معيار لإصدار الأحكام، تقيس وتقيم وتفسر وتعلل من خلالها السلوك الإنساني.
- أنها نسبية: أي أنها ليست مطلقة بل تمتاز بالثبات النسبي.³

وعليه فالقيم تعتبر المفهوم الأساسي لتقييم موقف وتصرفات الأفراد وسلوكهم في المنظمات، وتصل هذه القيم إلى الأفراد من خلال العلاقات الاجتماعية والتفاعل المستمر بينهم، فعندما تبني المنظمة قيما معينة مثل الانصياع للأنظمة والقوانين والاهتمام بالعملاء وتحسين الفاعلية والكفاءة، فالمنظمة تتوقع من أعضائها تبني هذه القيم وتنعكس على سلوكياتهم.⁴

(ب) أنواع القيم التنظيمية:

رغم اختلاف المؤلفين حول تصنيف القيم التنظيمية، إلا أن هناك اتفاق بينهم من ناحية المضمون، ومن التقسيمات التي اشتهرت في هذا المجال تقسيم فرنسيس وودكوك (1995م)، فقد قسما القيم التنظيمية إلى قيم تنظيمية صنف تحت أربع قضايا رئيسية هي:⁵

• قيمة الإدارة:

¹ يوسف مختار، المرجع السابق، ص 35.

² غيلاني حورية، المرجع السابق، ص 104-105.

³ بن خالد عبد الكريم، المرجع نفسه، ص 105

⁴ بلال خلف السكارنة، المرجع السابق، ص 357.

⁵ عبد الله بن احمد سالم الزهراني، نموذج مفتوح للتوافق بين القيم الشخصية والقيم التنظيمية بمؤسسات التعليم العالي، جامعة ام القرى، مكة المكرمة، 1430هـ،

وهي القيم التي يجب على المنظمة أن تتعامل بها من خلال النفوذ (القوة). والقيم التي تتبع هذه الإدارة هي :
القوة، الصفوة، المكافأة.

• قيم إدارة المهمة:

ويقصد بها اهتمام المنظمة بالقضايا ذات الصلة بأداء العمل وتحقيق الأهداف . والقيم التي تتبعها إدارة المهمة هي: الفاعلية، الكفاءة، الاقتصاد.

• قيم إدارة العلاقات:

بموجبها تتعامل المنظمة مع قضايا ذات صلة بهدف الحصول على أفضل إسهام من موظفيها حيث أن العمل لا يمكن أداءه دون التزام هؤلاء الموظفين . والقيم التي تتبع إدارة العلاقات هي العدل، فرق العمل، القانون، والنظام.

• قيم إدارة البيئة:

وتعني أنه يجب على المنظمة أن تعرف البيئة التي يعمل بها وكيفية التأثير على هذه البيئة . والقيم التي تتبع إدارة البيئة هي: الدفاع، التنافس، استغلال الفرص.

وتتمثل فيما يلي: القوة، الصفوة، المكافأة، الفاعلية، الكفاءة، الاقتصاد، العدل، العمل الجماعي، القانون ، النظام، الدفاع، التنافس.¹

2. السلوك التنظيمي:

أ) **تعريف السلوك التنظيمي:** أورد الدكتور صلاح الدين عبد الباقي في كتابه "تعريفات متعددة للسلوك التنظيمي" منها:

- يقصد بالسلوك التنظيمي دراسة سلوك وأداء العاملين في المنظمة، وذلك باعتبار أن بيئة المنظمة لها تأثير كبير على سلوك وتصرفان العاملين، ومن ثم إنتاجهم.
- إن السلوك التنظيمي هو تطبيق جوانب المعرفة العلمية عن كيفية تفاعل العاملين في المنظمة كأفراد وجماعات داخل المنظمة، وذلك لهدف زيادة إنتاجية العاملين.
- ومما سبق يستخلص الدكتور صلاح الدين عبد الباقي التعريف التالي:

" السلوك التنظيمي هو دراسة فهم سلوك العاملين في المنظمة، ويشمل ذلك: أسلوب تفكير وإدراك العاملين، شخصياتهم، دوافعهم للعمل، رضاهم الوظيفي، اتجاهاتهم وقيمهم، وكذلك ممارساتهم كأفراد أو مجموعات، وفاعل هذا السلوك مع بيئة المنظمة، وذلك لتحقيق أهداف كل العاملين والمنظمة في نفس الوقت."²

¹ عبد الله بن احمد سالم الزهراني، ص 15.

² ثائر سعدون محمد، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية، رماح، عمان، الأردن، 2016، ص 08-09.

ب) أهداف السلوك التنظيمي:

يهتم السلوك التنظيمي بتنمية مهارات الأفراد وهناك ثلاثة أهداف لدراسة السلوك التنظيمي:

- التعرف على مسببات السلوك
- التنبؤ بالسلوك في حالة التعرف على هذه المسببات.
- التوجيه والسيطرة والتحكم في السلوك من خلال التأثير في المسببات. ¹

كذلك السلوك التنظيمي يتناول دراسة التنظيم من منظور جزئي يركز على دراسة سلوك الأفراد والجماعات وديناميكيته، وعلى دراسة العوامل المحددة لسلوك الأفراد والجماعات مثل: الدوافع، القيم، الاتجاهات، عمليات الإدراك، التعلم، نمط القيادة، تأثير الصراع على العمل، نمط الشخصية، ومتغيرات أخرى مثل: الإنتاجية الفردية، ومظاهر التغيب عن العمل والدوران الوظيفي.

ج) أهمية السلوك التنظيمي:

وتبرز أهمية السلوك التنظيمي باعتباره مدخلا يجمع بين النظرية والتطبيق، فهو لا يقتصر على مجرد استخلاص المبادئ والأسس العلمية المرتبطة بسلوك الأفراد والجماعات داخل المنظمات، ولكنه يمتد إلى توفير مجموعة من الأدوات والأساليب العلمية التطبيقية، التي يمكن استخدامها في علاج المشكلات التنظيمية مثل: تحسين الأداء والإنتاجية، تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين.

د) العوامل المتفاعلة في السلوك التنظيمي:

إن سلوك وتصرفات الأفراد في المنظمة مرتبط بتفاعل العوامل التالية:

- العوامل النفسية (العوامل الداخلية): مثل (العواطف، الإحباط، القيم، القدرة على التعلم... إلخ
- العوامل الاجتماعية (العوامل الخارجية): مثل (الثقة، تماسك الجماعة، الضوضاء، الأنظمة... إلخ

وينتج عن هذا التفاعل إما سلوك إيجابي (الرضا الوظيفي، زيادة الإنتاجية) أو سلوك سلبي (زيادة معدل دوران العمل، الإحباط). ²

¹ ثائر سعدون محمد، المرجع نفسه، ص 10-11.
² محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، ط6، 2013، ص 11-12.

هـ) أقسام السلوك التنظيمي:

ينقسم السلوك التنظيمي إلى ثلاثة أقسام وهي:

1. السلوك المجزي (المهادف): وهو السلوك الذي يحقق من خلاله الإنسان هدفه، أي أن يصل إلى هدفه دون عوائق، فمثلا عندما يسعى الموظف إلى الحصول على دورة أو ترقية ويحققها فإن هذا يعتبر سلوكا هادفا.
2. السلوك المحبط (غير المهادف): وهو أن يحول عائق بين الإنسان وهدفه، وهذا يعني أن الفرد لم يصل إلى هدفه ولم يحقق حاجته التي يسعى إليها، فمثلا إذا حال حائل بين الموظف وبين الترقية، فإن هذا يعتبر سلوكا محبطا، وعادة ما يسعى الإنسان إلى تكرار عمل السلوك المهادف، ويتجنب تكرار السلوك المحبط.
3. السلوك الدفاعي (الحيل اللاشعورية): وهو السلوك الذي يمارسه الإنسان، لكي يتلافى ويمنع السلوك المحبط، وهو عبارة عن حيل لا شعورية متعددة يمارسها الإنسان، بغرض حماية نفسه من التهديدات والإحباطات أو الصراعات النفسية، التي يمر بها في حياته العامة وحياته الوظيفية بشكل خاص.

فهي تساعد الفرد على الاحتفاظ بثقته في نفسه وتخفيض التوتر والقلق، وتخفف من الضغوط الواقعة عليه وتتيح له فرصة أو شكلا من أشكال الإشباع لبعض دوافعه المحبطة، وهناك عدة أنواع وأشكال للحيل اللاشعورية وهي: القمع، الكبت، النقل أو الإزاحة أو التحويل، الإسقاط، التبرير، النكوص، التعويض، أحلام اليقظة، رد الفعل، التقمص¹

3. المعتقدات التنظيمية:

وهي الأفكار المشتركة بين العاملين حول طبيعة العمل في البيئة التنظيمية، وكيفية إنجاز المهام في المنظمة، ومن هذه المعتقدات المشاركة في عمليات صنع القرارات.²

والمعتقدات بشكل عام عبارة عن أفكار متعلقة بطبيعة الفرد وحياته الاجتماعية، أما المعتقدات التنظيمية فهي عبارة عن أفكار مشتركة حول طبيعة العمل والحياة الاجتماعية في بيئة العمل، وكيفية إنجاز العمل والمهام التنظيمية.

ومن هذه المعتقدات على سبيل المثال: أهمية المساهمة في العمل الجماعي، ويقول توماس واتسون في كتابه: «منظمة العمل ومعتقداتها» تنبثق المعتقدات التي تشكل المنظمات العظيمة، عن شخصية وخبرات وقناعات شخص واحد.³

¹ ناصر محمد عديلي، إدارة السلوك التنظيمي، دون دار نشر، الرياض، السعودية، 1993، ص 11-13-14-15-17.

² منير عبد الله عثمان الطائش، علاقة الإداري الالكترونية والثقافة التنظيمية بالأداء الوظيفي، رسالة ماجستير، غير منشورة، مالانج، 2016، ص 39.

³ يوسف مختار، المرجع السابق، ص 36.

ونجد أن هناك من المعتقدات ما هو سلبي، وما هو إيجابي، وهنا تكمن مسؤولية الإدارة في تعزيز وتقوية المعتقدات الإيجابية للأفراد: كالصداقة، والتقدير، الولاء التنظيمي، السعي من أجل التخلص من المعقدات السلبية، والأناية وغيرها.¹

ومن هذا المنطلق يمكن القول ان للثقافة التنظيمية مكونات أخرى تتمثل فيما يلي:

(1) الأعراف والتوقعات التنظيمية:

أ) الأعراف:

وهي عبارة عن معايير يلتزم بها العاملون في المنظمة، على اعتبار أنها معايير مفيدة للمنظمة، مثال ذلك التزام المنظمة عدم تعيين الأب والابن في نفس المنظمة، هذه الأعراف تكون غير مكتوبة وواجبة الإتباع.² ويقصد بالأعراف تلك المعايير المدركة وغير الملموسة التي يدركها العاملون داخل المنظمة.

ب) التوقعات التنظيمية:

فتمثل في التعاقد السيكولوجي غير المكتوب، والذي يعني مجموعة من التوقعات يحددها أو يتوقعها الفرد أو المنظمة، كل منهما من الآخر خلال فترة عمل الفرد في المنظمة، ومثال ذلك توقعات الرؤساء من المرؤوسين، والمرؤوسين من الرؤساء، والزملاء من الزملاء الآخرين. والمتعلقة بالتقدير والاحترام المتبادل، وتوفير بيئة تنظيمية ومناخ تنظيمي يساعد ويدعم احتياجات الفرد العوامل النفسية والاقتصادية.

(2) الطقوس الجماعية والاحتفالات:

أ) الطقوس:

هي عبارة عن التطبيقات المنتظمة والثابتة للأساطير المتعلقة بالأنشطة اليومية للمنظمة، مثل: اللغة المستعملة، طريقة استقبال موظف جديد، الاحتفالات السنوية، العيد السنوي لإنشاء المنظمة،

ب) الطقوس الجماعية هي:

"التعبير المتكرر للأساطير بواسطة أنشطة منتظمة ومبرجة"، وذلك بهدف تأمين ونقل مجموعة من القيم إلى العاملين، إضافة إلى تقوية الشعور بالانتماء للمنظمة".³

¹ يوسف مختار، المرجع السابق، ص 36.

² رولا محمود حجازي، انماط الثقافة التنظيمية السائدة في الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة وعلاقتها بإدارة المعرفة، رسالة ماجستير، غير منشورة، غزة، 2015، ص 18.

³ بوديب دنيا، المرجع السابق، ص 80-81.

كما تؤدي الطقوس مجموعة من الوظائف أهمها:

- التأكيد على القيم المشتركة مثل التجديد والمشاركة.
- تعمل الطقوس على إحداث التنظيم باعتبارها سلوكيات معترف بها من طرف الجميع، أما الاحتفالات فهي نشاطات مبرجة، خصوصا من أجل مكافأة العاملين أو تشجيعهم، حيث تقام في مناسبات معينة، تستطيع الإدارة من خلالها تعزيز قيم معينة، وخلق رابطة بين أعضاء المنظمة والإشادة بما يفعله العاملون المتميزون، مما يؤدي إلى خلق جو من التنافس بين العاملين يؤدي إلى تحسين أدائهم الفردي.¹

¹بوديب دنيا، المرجع نفسه، 81.

خلاصة:

من خلال هذا الفصل، نستنتج أن الثقافة أصبحت عنصر أساسي في المنظمات الحديثة، يجب أن يتحلى بها أفراد المنظمة للعمل في جو نظامي واجتماعي بعيدا عن الفوضى، نظرا لأهميتها الكبيرة التي تكمن في توفير المعاني، المعايير، العادات، التقاليد، والقيم للأفراد، وتحديد الأنماط السلوكية له، ونجد أن الثقافة التنظيمية عبارة عن الوعاء والإطار المرجعي، الذي تعمل فيه المكونات والعناصر الأساسية للمنظمة، ويرجع ذلك لأهميتها في بناء استراتيجيات المؤسسة، والمساهمة في تشكيل اتجاهات العاملين ومواقفهم، وذلك من خلال ثقافة تنظيمية قوية، للتعريف بالقيم السائدة في المنظمة والمعتقدات والسلوك التنظيمي، وذلك لتنمية مهارات العاملين وتحسين الأداء والإنتاجية للمنظمة وتحقيق الرضا الوظيفي.

الفصل الرابع : ماهية المؤسسة الاقتصادية

تمهيد

أولاً: مفهوم المؤسسة الاقتصادية

ثانياً: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية

ثالثاً: أهداف المؤسسة الاقتصادية

رابعاً: وظائف المؤسسة الاقتصادية

خامساً: أنماط نمو المؤسسة الاقتصادية

سادساً: دورة حياة المؤسسة الاقتصادية

سابعاً: محيط المؤسسة الاقتصادية

ثامناً: موارد المؤسسة الاقتصادية

خلاصة

تمهيد

المؤسسة الاقتصادية تعتبر المحور الأساسي الذي يدور حوله الاقتصاد حيث تعمل إلى بلوغ وتحقيق أهداف اقتصادية واجتماعية متعددة وفي الآونة الأخيرة شهدت هذه المؤسسة اهتماما بالغا من العديد من الدول المتقدمة أو النامية وهذا لما تتميز به من خصائص ومميزات رد بها إلى الوصول إلى نتائج أثبتت من خلالها قدرتها في معالجته المشكلات الاقتصادية الرئيسية التي تواجه الاقتصادية المختلفة كما أن المؤسسة الاقتصادية تمثل في إحداث التنمية و تقدم أي اقتصاد كان فهي إنتاج يتم فيها تجميع بعض العناصر الاقتصادية وتعتبر وظيفة تعبير عن القدرات الفكرية و الإبداعية في ميدان إنتاج السلع وتقديم الخدمات اضغظ على المؤسسة الاقتصادية في دورها إلى منطقتي التأثير والتأثر أي نظام علاقات التكيف والاندماج مع محيطها في ما يخص تحقيق الأهداف.

أولاً: مفهوم المؤسسة الاقتصادية:

- المؤسسة هي جميع أشكال المنظمات المالية هدفها توفير الإنتاج بغرض التسويق وهي منظمه مجهزه بكيفية توزع فيها المهام والمسؤوليات ويمكن أن تعرف بأنها وحده تتجمع فيها الموارد البشرية والمادية اللازمة.¹
- وتعرف المؤسسة كمنظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعا ما تؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية و المالية و المادية و الإعلامية بصفه خاصة حسب الأهداف في نطاق زمني.²
- وتعرف أيضا المؤسسة الاقتصادية أنها كيان مسير بطريقة فعالة بواسطة ميكانيزمات محكمة وهذا ما ذهب إليه التعريف الآتي: إنها مجموع عناصر الإنتاج البشرية والمالية التي تستخدم وتسير وتنظم بهدف إنتاج سلع وخدمات مواجهه للبيع وهذا بكيفية فعالة تضمنها راقبه التسيير بواسطة وسائل مختلفة.³
- وتعرف أيضا المؤسسة الاقتصادية على أنها اندماج عدة عوامل بهدف إنتاج أو تبادل سلع وخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين و هذا في إطار قانوني و مالي و اجتماعي معين ضمن شروط تختلف تبعا لمكان وجود المؤسسة و حجم ونوع النشاط الذي تقوم به.⁴

ثانيا : نشأة المؤسسة الاقتصادية وتطورها التاريخي:

إن تطور المؤسسة الاقتصادية التي نراها اليوم لم تظهر بشكلها الحالي بل نتيجة عوامل وتغيرات متواصلة شهدتها النظم الاقتصادية والاجتماعية ومن أهم هذه المراحل نذكر:⁵

¹ إسماعيل عرباجي، المرجع السابق ،ص11.

² عمر صخري، اقتصاد المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية، ط5، بن عكنون ، الجزائر ، 2007، ص24.

³ حورية بولعوي، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة منتوري ، قسنطينة، 2008، ص24.

⁴ الفصل الأول ، مفاهيم عامة حول المؤسسات المصغرة. ص 2 متاحة على الرابط الإلكتروني التالي: <http://thesis.univ-biskra.dz/1073/5/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%88%D9%84.pdf>

⁵ سميرة عميش، مطبوعة محاضرات، مقياس اقتصاد المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية، قسم العلوم التجارية و التسيير ، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016/2015 ، ص 4 متاحة على الرابط الإلكتروني التالي: <http://virtuelcampus.univ-msila.dz/facseg/wp-content/uploads/2017/01/CT%A9lch Et Economie dEntreprise.pdf>

1. الإنتاج الأسري البسيط : منذ الحياة البدائية للإنسان وهو يبذل كل جهده من اجل إشباع حاجاته ورغباته اعتمادا على الفلاحة من زراعة الأرز وتربية المواشي حيث كانت محصورة داخل الأسرة وكان إشباع الحاجات يتم عن طريق مقايضه سلعة بسلعة أو سلعه مقابل أدوات أو ألبسة أو غيرها.

2. مرحلة الوحدات الحرفية: وبالتطور المستمر في المنتجات النشاطات المنزلية إلى بعض الحرف اليدوية بالنجارة وحدادة ودباغة وغيرها مما جعل هناك إمكانية لتجمعهم في أماكن لتكوين وحدات حرفيه يتجمع فيها أصحاب الحرف المتشابهة لإنتاج الملابس أو الجلود أو غيرها تحت إشراف كبيرهم أو قائدهم .

3. مرحلة النظام المنزلي للحرف: لقد ساهم ظهور طبقة التجار في تطوير هذا النظام من خلال تعاملهم مع الحرف والاتصال بالأسر في منازلهم وتمويلهم بالمواد الخام من اجل إنتاج سلع معينة كصناعة الصوف والمنسوجات وكان هذا خاصة في الأرياف حيث أن الحرفيون في منازلهم لا يملكون إلا قوه عملهم حيث يمولون من طرف التجار أصحاب رؤوس الأموال.

4. مرحلة الصناعة الآلية: وتسمى هذه المرحلة بمرحلة المانيفاكتورة والمقصود بها هو مرحله إنشاء المصانع والمعامل وإدخال الآلية في إنتاج مختلف السلع لمواجهة الطلب المتزايد لم تعد التجمعات الحرفية البسيطة تلي الحاجات الكبيرة للدولة ولم يعد التجار لوحدهم قادرين على التعامل مع مختلف الأفراد الحرفيين في منازلهم بل أصبح من الضروري البحث عن الإنتاج الكبير وذلك من خلال الصناعة الآلية.

5. مرحلة المؤسسات العابرة للقارات: وهي المرحلة الأخيرة التي تشكلت المؤسسات الاقتصادية بوجهها الحديث لكن لم تعد تعمل فقط داخل الدولة الواحدة بل تجاوزت الحدود السياسية للدولة و القارة التي تنتمي إليها بهدف توسعة نشاطها ومواجهه الطلب العالمي على مختلف السلع بهدف تحقيق أرباح محليه وأجنبية لذلك فهي تسمى بالمؤسسات المتعددة الجنسيات.¹

ثالثا: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية:

يمكن تصنيف المؤسسات الاقتصادية حسب ثلاثة معايير مهمة وهي المعيار القانوني المعيار الاقتصادي النشاط معيار الحجم:

1. تصنيف المؤسسات حسب المعيار القانوني:

المؤسسة خاصة :سواء كانت مؤسسه فردية أو شركات ويكون رأس مال المؤسسة مملوكة من طرف شخص واحد أو عدة شركاء²

¹ سميرة عميش ، المرجع نفسه ، ص 04.

² حروش رزيقة، اقتصاد و تسيير المؤسسة ، شركة دار الأمة ، الجزائر ، 2013، ص35.

ب/ مؤسسه عامه ويكون رأس مال المؤسسة مملوكا لمجموعه عموميه ممثله في الدوله أو في الجماعات المحليه

2. تصنيف المؤسسات حسب المعيار الاقتصادي:

قسم الاقتصاد النشاط الاقتصادي إلى ثلاث قطاعات وهي:

القطاع الأول: ويشمل ذلك المؤسسات المتخصصة في الزراعة أو الفلاحة بشتى أنواعها ومنتجاتها وتربيته المواشي بالإضافة إلى أنشطة الصيد البحري

القطاع الثاني: ويشمل المؤسسات الصناعيه وهي جميع المؤسسات التي تعمل على تحويل الموارد الطبيعيه إلى منتجات أو نهائيه

القطاع الثالث: ويتمثل في المؤسسات الخدمائيه تلك المؤسسات المقدمه للخدمات مثل النقل، السياحه، التعليم، البنوك.

3. تصنيف المؤسسات حسب معيار الحجم:

من أهم المعايير المعتمد عليها في تصنيف المؤسسات الاقتصادية هي عدد العمال حيث نميز بين خمس أنواع من المؤسسات

من صفر إلى تسعه عمال تعتبر مؤسسات مصغرة

من تسعه إلى 49 عامل مؤسسات صغيره

من 50 إلى 499 عامل مؤسسات متوسطه

من خمسمائة إلى 999 عامل مؤسسات كبيره

بدايه من 1000 تعامل مؤسسات كبيره جدا¹

رابعاً: أهداف المؤسسة الاقتصادية

تتم كافة المؤسسات الاقتصادية بتحقيق أهداف تتوافق مع طبيعة النشاط الخاص بها و تختلف من مؤسسة

لأخرى ن ومن هذه الأهداف نذكر:

- الاستقلال الاقتصادي
- إنتاج سلع معتدلة الثمن
- تلبية حاجات المستهلكين المحليين
- رفع مستوى المعيشة لأفراد المجتمع
- تحقيق عائد مناسب على رأس مال المستثمر أو تحقيق معدل من الربح
- امتصاص في العمالة الهدف هو التشغيل²

¹ رزيقة حروش، المرجع السابق، ص 35-36.

² عمر صخري، المرجع السابق، ص 31.

- التكامل الاقتصادي على المستوى الوطني
- تقليل المصادرات من الموارد الأولية الصادرات من الفائض في المنتجات النهائية عن الحاجات المحلية
- الحد من لواردات وخاصة السلع الكمالية¹

خامسا: وظائف المؤسسة الاقتصادية

1. وظيفة التسويق: وتشمل الأنشطة المتعلقة بضمان تدفق المخرجات سلع وخدمات من أماكن الإنتاج إلى أماكن الاستهلاك مضاف إليها عملياً دراسات السوق وخدمات ما بعد البيع.
2. وظيفة الموارد البشرية: جميع تشمل جميع الأنشطة الهادفة إلى توفير اليد العاملة المؤهلة و المحفزة لتحقيق أهداف المؤسسة
3. وظيفة التمويل: وتشمل جميع الأنشطة المتعلقة بتوفير الأموال اللازمة لنشاط المؤسسة بطريقه عقلانيه توفر له السيولة اللازمة من ناحية ومن ناحية أخرى تحقق الوصول إلى تحقيق الربح المستهدف
4. وظيفة التموين: وتشمل جميع الأنشطة الضرورية لتوفير المواد الخام ومستلزمات الإنتاج وهكذا تخزينها بطريقه مناسبة بالإضافة إلى تخزينه المواد تامة الصنع إلى حين بيعها.²
4. وظيفة البحث التطوير: وتتضمن كل الأنشطة التي تساعد على الاستفادة من الدراسات والبحوث وتهدف هذه الوظيفة إلى:

- دراسة احتياجات السوق للمنتج.
 - تقدير سعر البيع للمنتج في حاله التطوير.
 - البحث عن مختلف الأدوات والآلات اللازمة لعملية الإنتاج.
 - وضع المخططات.
 - تحديث التكنولوجيا المستعملة من طرف المؤسسة¹
5. وظيفة الإدارة: هي الوظيفة التي تسيّر المؤسسة وكذلك بتحديد الأهداف وسياسات وتنظيم الإجراءات العملية لتنفيذها وتمثل هذه الوظائف في التخطيط التنظيم الاتصال والمراقبة.³

¹ عمر صخري، المرجع السابق ص 31.

² أمينة مخلفي، المرجع السابق، ص 12.

³ رزيقة لقصير، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2006/2007 نص 131.

6. وظيفة الإنتاج: على توفير المنتجات التي اخترتها المؤسسة لكي تصنعها في السوق وتمثل في وظائف دراسة الطرق التي تتعلق بتحليل وتخطيط ومراقبه تطوير عمليه الإنتاج¹

سادسا: خصائص المؤسسة الاقتصادية:

تتميز المؤسسة الاقتصادية عن غيرها من المؤسسات بمجموعة من الخصائص و نذكر منها:

- للمؤسسة شخصيه قانونيه مستقله من حيث امتلاكها لحقوق وصلاحيات أو من حيث واجباتها ومسؤولياتها.
- القدرة على الإنتاج أو أداء الوظيفة التي وجدت من اجلها.
- أن تكون المؤسسة قادرة على البقاء بما يكفل لها من تمويل كاف وظروف سياسي ة موائمة وعماله كافيّة وقادرة على تكيف نفسها مع الظروف الموائمة التحديد الواضح للأهداف والسياسة والبرامج وأساليب العمل فكل مؤسسة تضع أهداف معينه تسعى إلى تحقيقها.
- التحديد الواضح للأهداف والبرامج وأساليب العمل فيجب على المؤسسة أن تضع أهدافها وتسمى إلى تحقيقها قد تكون أهداف تحقق بكمي ونوعي الإنتاج أو بتحقيق رقم أعمال معين أو بزيادة حاجاتها السوقية.
- تحقيق استقلالية اقتصادي.
- التكامل الاقتصادي على المستوى الوطني.
- يجب على المؤسسة أن تكون موائمة للبيئة التي توجد فيها²

سابعا: أنماط نمو المؤسسة الاقتصادية:

يعد النمو من أهم الأهداف التي تهتم بها مختلف المؤسسة وتنقسم إلى أنماط وأشكال مختلفة وهي

- 1. النمو المتوازن:** وهو الحالة المثل للنمو حيث تكون الميزانية في حاله توازن تتوفر فيها سيوله نقدية تكفي لتغطية الإنفاق المتزايد للمؤسسة كما يتناسب حجم الديون مع قيود الهيكل المالي ومستوى الربحية وحجم الاستثمارات الضرورية لاستمرارية نمو النشاط.³

¹ رزيقة لقصير، المرجع السابق، ص 131.

² عمر صخري، المرجع السابق، ص 25.

³ سميرة عميش، المرجع السابق، ص 24.

2.النمو المتسارع: ويعود ذلك المتسارع إلى الطلب الكبير والمتزايد علي منتجات المؤسسة وهذا ما يعكسه الارتفاع السريع لرقم أعمالها مما يضع المؤسسة في تحدي لمجاعة التسارع في نموها وذلك استجابة للتغيرات الناجمة عن ارتفاع رقم الأعمال بسرعة.

3.النمو المتناوب: وهو احد المظاهر لبعض الأنشطة وهذا يتأثر بنشاط المؤسسة بالتذبذب بسبب اختلاف مستوى الطلب من فترة لأخرى.

4.النمو المتباطئ: الذي له مظاهر سلبية بالنسبة للمؤسسة لكونه يعني القضاء على إيراداتها المستقبلية.¹

ثامنا: دورة حياة المؤسسة الاقتصادية:

المؤسسة الاقتصادية لمثل أي كائن حي تنمو وتتطور ولكن غالبا ما تزول تتميز دوره حياة المؤسسة بعده مراحل مختلفة من خلالها المؤسسة أشكالا واتجاهات مختلفة ولكل مرحلة تتميز به مجموعه من الأهداف المختلفة أما وضعيتها في السوق تختلف من مرحلة إلى أخرى وهذه المراحل هي:

1.مرحلة النشأة (الظهور): تعتبر أولى المراحل التي تمر بها المؤسسة وتترافق مع وضع الهيكل التنظيمي واختيار التخصص في النشاط الاقتصادي.

2.مرحلة التحول: تعد هذه المرحلة مرحلة نصف العمر يتم فيها العمل فيها على تحسين أداء المؤسسة والبحث عن الموارد اللازمة لتمويل أنشطتها الاستثمارية

3.مرحلة التدهور: تعتبر هذه المرحلة عن الركود و الفشل الذي قد يصيب المؤسسة و يمكن القول أنها نهاية وتصفيه المؤسسة ليس مؤشرا فشلها دائما فقد يكون بسبب تحقيق الأهداف التي أنشئت من اجلها²

¹ سميرة عميش ، المرجع السابق ،ص 24.

² ربيعة حروش، المرجع السابق، ص 37-38.

خلاصة:

للمؤسسة الاقتصادية دور هام في الاقتصاد الوطني أو حتى العالمي خصوصا مع التطورات الأخيرة مثل دخول اقتصاد السوق وظاهرة العولمة، فقد أصبحت تتطلب اهتماما كبيرا من طرف المسيرين الذين يجب عليهم التصرف بعقلانية مع الأوضاع الجديدة و الاهتمام بجميع الوظائف المؤسسة فلكل منها دورها وأهميتها فنجاح المؤسسة يتوقف على جميع الوظائف والنشاطات فالهدف الأساسي من الوجود الوظيفي للمؤسسة لاقتصادية عن طريق الربح والتجسيد ولذلك لا بد من إيجاد تنظيم التوزيع المتناسق بين الأدوار والوظائف داخل المؤسسة بصفه تكاملية وكذلك يجب تبني نمط التسيير الاستراتيجي والكفاءة والرشاد.

الفصل الخامس :

الإطار التطبيقي

تمهيد

أولاً: حدود الدراسة

1. المحدود المكانية.

2. الحدود الزمنية.

ثانياً: تقديم مؤسسة اتصالات الجزائر

ثالثاً: مصادر الحصول على المعلومات

رابعاً: تحليل البيانات و تفسيرها

خامساً: نتائج.

سادساً: توصيات

أولا :حدود الدراسة:

1. الحدود المكانية:

تمثل الحدود المكانية لدراستنا في مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع قلمة-.

2. الحدود الزمنية:

تمتد الحدود الزمنية من 2019 /04/04 إلى 2019/ 4 /10

ثانيا لمحة تاريخية عن مؤسسه اتصالات الجزائر

اتصالات الجزائر، مؤسسة عمومية ذات أسهم برأس مال تنشط في سوق الشبكة وخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية بالجزائر .

تأسست وفق قانون 2000/03 المؤرخ في 05 أغسطس أوت سنة 2000 المحدد للقواعد العامة للبريد والمواصلات ، فضلا عن قرار المجلس الوطني لمساهمات الدولة (CNPE) بتاريخ 01 مارس 2001 الذي نص على إنشاء مؤسسة عمومية اقتصادية أطلق عليها اسم " اتصالات الجزائر". وفق هذا المرسوم الذي حدد نظام مؤسسة عمومية اقتصادية تحت صيغة قانونية لمؤسسة ذات أسهم برأسمال اجتماعي دينار جزائري والمسجلة في المركز السجل التجاري يوم 11 ماي 2002 المقدر ب 61.275.180.000 دج . تحت رقم 02B 0018083 قانون 2000/03 وميلاد اتصالات الجزائر.

نص القرار 03/2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 عن استقلالية قطاع البريد والمواصلات حيث تم بموجب هذا القرار إنشاء مؤسسة بريد الجزائر والتي تكفلت بتسيير قطاع البريد، وكذلك مؤسسة اتصالات الجزائر التي حملت على عاتقها مسؤولية تطوير شبكة الاتصالات في الجزائر، إذ وبعد هذا القرار أصبحت اتصالات الجزائر مستقلة في تسييرها عن وزارة البريد هذه الأخيرة أوكلت لها مهمة المراقبة لتصبح اتصالات الجزائر مؤسسة اقتصادية ذات أسهم برأس مال اجتماعي تنشط في مجال الاتصالات. بعد أزيد من عامين وبعد دراسات قامت بها وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال تبعت القرار 03/2000، أضحت اتصالات الجزائر حقيقة جسدت سنة 2003، 01جانفي 2003 الانطلاقة الرسمية لمجمع اتصالات الجزائر

كان على اتصالات الجزائر و إطاراتها الانتظار حتى الفاتح من جانفي سنة 2003 لكي تبدأ الشركة في إتمام مشوارها الذي بدأته منذ الاستقلال. لكن برؤى مغايرة تماما لما كانت عليه قبل هذا التاريخ ، حيث أصبحت الشركة مستقلة في تسييرها على وزارة البريد، ومجبرة على إثبات وجودها في عالم ليرحم، فيه المنافسة شرسة البقاء فيها للأقوى والأجدر خاصة مع فتح سوق الاتصالات على المنافسة.¹

¹ مقابلة مع رئيس مصلحة المستخدمين، 2019/04/04، على الساعة 10:30.

أهدافها:

ثلاث أهداف أساسية يعتمد عليها مجمع اتصالات الجزائر سطرت إدارة مجمع اتصالات الجزائر في برنامجها مند البداية ثلاث أهداف أساسية تقوم عليها الشركة وهم:

- الجودة
- الفعالية
- نوعية الخدمات

وقد سمحت هذه الأهداف الثلاثة التي سطرتها اتصالات الجزائر ببقائها في الريادة وجعلها المتعامل رقم واحد في سوق الاتصالات بالجزائر.

ثالثا: مصادر الحصول على المعلومات:

اعتمدنا في معالجة الجوانب التحليلية لموضوع دراستنا على الاستبانة كأداة للدراسة تجدر الإشارة هنا إلى أنه وقد اشتملت على 28 سؤالاً موزعة على خمس محاور كالتالي:

❖ **المحور الأول:** يحتوي على البيانات الشخصية للمبحوثين، بمؤسسة اتصالات الجزائر - فرع قالمة-، يتكون من 3 أسئلة.

❖ **المحور الثاني:** يتناول عادات وأنماط استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع قالمة-، يتكون من 07 أسئلة.

❖ **المحور الثالث:** يتناول أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على القيم التنظيمية داخل مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع قالمة-، يتكون من 07 أسئلة.

❖ **المحور الرابع:** يتناول أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على السلوك التنظيمي في مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع قالمة-، يتكون من 05 أسئلة.

❖ **المحور الخامس:** يتناول أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المعتقدات التنظيمية في مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع قالمة-، يتكون من 05 أسئلة.

رابعا: تحليل البيانات وتفسيرها:

يتضمن هذا المبحث تحليلا تفصيليا للبيانات وتفسيرها، من خلال ترجمتها في جداول بسيطة، وتفريغ وتقديم التكرارات والنسب لكل الأجوبة المقدمة من طرف المبحوثين.

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم 01 : يمثل الجنس

النسبة %	التكرارات	الاحتمالات
56.7%	17	ذكر
43.3%	13	أنثى
100%	30	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن 7،56% من أفراد العينة هم ذكور، في حين نجد 3،43% من أفراد العينة إناث.

الجدول رقم 2: يبين الفئات العمرية

النسبة %	التكرارات	الاحتمالات
50%	15	[35- 25]
40%	12	[46- 36]
6.7%	2	[57-47]
3.3%	1	57 فما أكثر
100%	30	المجموع

قسمنا الفئات العمرية لمفردات العينة إلى أربع فئات، ونلاحظ الفئة الأولى التي استحوذت على أكبر نسبة هي الفئة من [35- 25] سنة بنسبه 50% وتليها الفئة العمرية الثانية [46- 36] سنة بنسبة 40% وتليها فئة [47-57] سنة بنسبة 6،7% وفي الأخير الفئة من 57 سنة فما فوق بنسبة 1% وهذا راجع إلى أن المؤسسة توظف الفئة الشبابية التي تكون أكثر معرفة بالتكنولوجيات الحديثة.

الجدول رقم 03: يبين المؤهل العلمي:

النسبة %	التكرارات	الاحتمالات
20%	6	ثانوي
13%	4	بكالوريا
50%	15	ليسانس
16%	5	ماستر
100%	30	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة يحملون شهادات ليسانس وذلك بنسبة 50%، ومستوى ثانوي بنسبة 20%، وبعدها مستوى ماستر وذلك بنسبة 7،16%، وفي الأخير مستوى بكالوريا بنسبة 3،13%، وهذا ما يفسر أن المؤسسة تعتمد في التوظيف على المستوى الجامعي أكثر من المستويات الأخرى، وذلك لتحسين مستوى المؤسسة وخدماتها.

المحور الثاني: أنماط وعادات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة اتصالات الجزائر.
الجدول رقم 04: يبين وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمؤسسة اتصالات الجزائر:

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
الانترنت	30	100%
الهاتف الخليوي	30	100%
الحاسبات الالكترونية	30	100%
الفاكس	30	100%
الجهاز الالكتروني لتسجيل الدخول و الخروج	30	100%
حواسيب	30	100%
الهواتف الثابتة	30	100%
المجموع	210	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن مؤسسة اتصالات الجزائر، تحتوي على وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال التالية: الانترنت، الهاتف الخليوي، الحاسبات الالكترونية، الفاكس، الجهاز الالكتروني لتسجيل الدخول و الخروج، الحواسيب، الهواتف الثابتة. ويمكن إرجاع هذا التنبؤ لسياسة الإدارة الإلكترونية للتقليل من الجهد والتعب و تطوير الخدمات.

الجدول رقم 05: يبين مستوى استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
عالي	17	56.7%
متوسط	13	43.3%
ضعيف	/	/
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم العاملين بالمؤسسة يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بمستوى عالي وذلك بنسبة 56.7%، ونجد أيضا بعض العاملين يستخدمونها بمستوى

متوسط وذلك بنسبة 3,43%، وهذا ما يفسر أن مجال عمل المؤسسة يعتمد و بقوة على وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

الجدول رقم 06: يمثل دوافع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
تسهيل العمل	22	73.3%
ضرورة استخدامها	8	26.7%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عمال مؤسسة اتصالات الجزائر، يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتسهيل العمل بنسبة 73.3%، في حين نجد أن ضرورة استخدامها كانت بنسبة 26.7%، وهذا ما يفسر أن وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال توفر الجهد والوقت وتسهل عمل المؤسسة.

الجدول رقم 07: يمثل مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة السرعة في العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم	29	96.7%
لا	1	3.3%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إجابات موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر حول مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة السرعة في العمل كانت بنعم وذلك بنسبة 96.7%، أما إجابات باقي الموظفين كانت بلا وذلك بنسبة 3,3%، ويمكن إرجاع ذلك إلى أنها سهلت العمل وجعلته أكثر دقة ووفرت الجهد والوقت.

الجدول رقم 08: يمثل نمط التغيير الذي أحدثته تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
زيادة السرعة في العمل	24	80%
أساليب العمل	5	16.7%
مهارات الموظفين	1	3.3%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة ترجع إلى زيادة السرعة في العمل ب 80%، وتليها نسبة 7,16% التي تمثل أساليب العمل وعلاقات الموظفين، وبعدها وبنسبة ضئيلة جدا تمثل 3,3% والتي ترجع إلى مهارات الموظفين. وهذا يدل على الاعتماد الواضح للتكنولوجيات، حيث أن التغييرات التكنولوجية الحاصلة ومدى تسارع وتيرة العمل تفرض اعتماد أساليب وآليات عملية وهذا يرجع إلى التغيير الحاصل الذي أعطى أريحية وريح للوقت والجهد بتسهيل المهام الإدارية، وخلق طرق جديدة لإيصال المعلومات.

الجدول رقم 09: يمثل رأي العاملين حول مساهمة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين الاتصال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم	28	93.3%
لا	2	6.7%
المجموع	30	100%

نلاحظ أن معظم إجابات الموظفين كانت بنعم وذلك بنسبة 93.3%، في حين أن إجابات باقي الموظفين كانت بلا وذلك بنسبة 6.7%. وهذا ما يفسر أن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال له دور في تحسين الاتصال داخل المؤسسة

الجدول رقم 10: يمثل الإجابات بنعم وكيفية ذلك :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
سرعة تداول المعلومة	15	50%
سرعة الاتصال بين الموظفين	15	50%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إجابات الموظفين حول كيفية مساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال كانت بنعم على سرعة تداول المعلومة وذلك بنسبة 50%، في حين أن باقي إجابات الموظفين كانت على سرعة الاتصال بين الموظفين بنسبة 50%. وهذا ما يفسر أن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال له دور في تحسين الاتصال داخل المؤسسة من خلال سرعة تداول المعلومة و سرعة الاتصال بين الموظفين .

الجدول رقم 11: يبين رأي العاملين حول استضافة تكنولوجيا الإعلام والاتصال تحسين إنتاجية العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم	29	96.7%
لا	1	3.3%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية إجابات الموظفين كانت بنعم وذلك بنسبة 96.7%، بينما إجابات باقي الموظفين كانت ب"لا" وذلك بنسبة 3.3%، وهذا ما يفسر أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال لها فضل كبير في تحسين إنتاجية العمل بالمؤسسة.

المحور الثالث: أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على القيم التنظيمية

الجدول رقم 12: يبين ترتيب القيم التنظيمية بمؤسسة اتصالات الجزائر حسب رأي العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
قيمة الوقت	1	3.3%
قيمة العمل	29	96.7%
قيمة الجودة و الإبداع	/	/
قيمة التدريب و التكوين	/	/
المجموع	30	100%

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن معظم إجابات العاملين بمؤسسة الإعلام والاتصال حول ترتيب القيم التنظيمية بمؤسسة اتصالات الجزائر كانت القيمة الأولى هي قيمة العمل بنسبة 96.7% ، في حين أن باقي إجابات العاملين حول ترتيب القيم كانت القيمة الأولى هي قيمة الوقت بنسبة 3.3% ، إذ نلاحظ أن القيم التنظيمية في مؤسسة اتصالات الجزائر مرتبة كالتالي :

1. قيمة الوقت.

2. قيمة العمل.

3. قيمة الجودة والإبداع.

4. قيمة التدريب والتكوين.

وهذا راجع إلى أن مؤسسة اتصالات الجزائر تهتم بقيمة العمل أكثر من القيم الأخرى .

الجدول رقم 13: يمثل تعزيز تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قيمة العمل الجماعي بمؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم	22	73.3%
لا	8	26.7%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم إجابات العاملين حول تعزيز تكنولوجيا الإعلام و الاتصال من قيمة العمل الجماعي بمؤسسة اتصالات الجزائر كانت بنسبة 73.3% أما باقي إجابات العاملين كانت ب لا وذلك بنسبة 26.7% وهذا ما يفسر أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في تعزيز قيمة العمل الجماعي بمؤسسة اتصالات الجزائر و راجع إلى سياسة المؤسسة.

الجدول رقم 14: يمثل مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحقيق المساواة بين العاملين.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم	19	63.3%
لا	11	36.7%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية العاملين كانت بنعم بنسبة 63.3% في حين نجد أن باقي إجابات العاملين الآخرين كانت ب لا وذلك بنسبة 36.7% وهذا ما يفسر أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في تحقيق المساواة بين العاملين وهذا راجع لنزاهة المؤسسة.

الجدول رقم 15: يمثل مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة الوقت بمؤسسة اتصالات الجزائر

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
التركيز على المهام و الأعمال العاجلة والمهمة	29	96.7%
الانشغال بالمهام و الأعمال العاجلة الغير مهمة	1	3.3%
الانشغال بالمهام و الأعمال العاجلة الغير مهمة	/	/
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة راجعة إلى التركيز على المهام والأعمال العاجلة والمهمة بنسبة 96.7% وتليها نسبة 3.3% الراجعة إلى الأشغال بالمهام والأعمال العاجلة غير المهمة. وهذا ما يفسر أن العاملين يديرون وقتهم بالتركيز على المهام والأعمال العاجلة والمهمة وهذا راجع إلى جدية العاملين في العمل.

الجدول رقم 16: يمثل أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على إبداع وجودة مؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم	27	90%
لا	3	10%
	/	/
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية إجابات الموظفين بمؤسسة اتصالات الجزائر كانت بـ "نعم" وذلك بنسبة 90%، أما باقي الإجابات كانت بـ "لا" وذلك بنسبة 10%، وهذا ما يفسر أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تؤثر على إبداع وجودة مؤسسة اتصالات الجزائر.

الجدول رقم 17: يمثل احتياجات استخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
مهارات عالية	3	10%
دقة و تركيز	14	46.7%
تدريب	13	43.3%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة كانت للدقة و التركيز بـ 46,7%، و تليها التدريب بنسبة 43,43%، وأخيرا المهارات العالية بنسبة 10%، وهذا ما يفسر أن عند استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمؤسسة اتصالات الجزائر يحتاج إلى دقة وتركيز كبير وتدريب وهذا لتحسين خدمات المؤسسة ونموها.

الجدول رقم 18: يمثل زيادة تكنولوجيا الإعلام والاتصال من اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بالتكوين والتدريب.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم	30	100%
لا	/	/
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن كل إجابات الموظفين حول زيادة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال من الاهتمام بالتكوين و التدريب كانت ب نعم ، و ذلك بنسبة 100 % ، و هذا ما يفسر أن مؤسسة اتصالات الجزائر تطمح في تحسين مهارات الموظفين .

الجدول 19: يمثل الإجابات بنعم عن طريق :

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
دورات داخل المؤسسة دورات خارج المؤسسة	30 /	100% /
المجموع	30	100%

نلاحظ أن من خلال الجدول أعلاه كل إجابات الموظفين حول زيادة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال من الاهتمام بالتكوين و التدريب عن طريق دورات داخل المؤسسة كانت ب نعم و ذلك بنسبة 100% وهذا راجع إلى رغبة المؤسسة في تحسين وتطوير قدرات الموظفين والأداء الإداري وتسهيل إيصال المعلومات في أبسط شكل و سهولة التأقلم مع الوسائل الجديدة.

المحور الرابع: أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على السلوك التنظيمي بمؤسسة اتصالات الجزائر.

الجدول رقم 20: يمثل توحيد تكنولوجيا الإعلام والاتصال سلوك العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم لا	24 6	80% 20%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم إجابات العاملين حول توحيد تكنولوجيا الإعلام و الاتصال لسلوك العاملين كانت بنعم وذلك بنسبة 80 %، أما باقي إجابات العاملين كانت ب لا أو ذلك بنسبة 20%، وهذا ما يفسر أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في توحيد سلوك العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر و هذا راجع إلى أن المؤسسة تسعى إلى توحيد سلوك عاملها من أجل تنظيم العمل.

الجدول رقم 21: يمثل زيادة تكنولوجيا الإعلام والاتصال من التركيز في العمل.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم	29	96.7%
لا	1	3.3%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية إجابات العاملين حول زيادة تكنولوجيا الإعلام والاتصال من التركيز في العمل كانت بـ "نعم" وذلك بنسبة 96.7% أما باقي إجابات العاملين كانت بـ "لا" وذلك بنسبة 3.3%. وهذا ما يفسر أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تزيد من تركيز الموظفين في العمل.

الجدول رقم 22: يمثل تغيير تكنولوجيا الإعلام والاتصال من السلوك في أداء العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم	28	93.3%
لا	2	6.7%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم إجابات العاملين حول تغيير تكنولوجيا الإعلام والاتصال كانت بنعم وذلك بنسبة 93.3% في حين كانت إجابات باقي العاملين بـ لا بنسبة 6.7%. وهذا ما يفسر أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تغير من السلوك في أداء عمل العاملين داخل المؤسسة.

جدول رقم 23: يمثل أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمؤسسة اتصالات الجزائر على الحالة النفسية للعمال

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
الإحباط	2	6.7%
التركيز	17	56.7%
الارتياح	6	20%
التنظيم	5	16.7%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه حول اثر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على الحالة النفسية للعمال أن أكبر نسبة ترجع إلى التركيز وذلك بنسبة 56.7٪، و يليها الارتياح بنسبة 20٪، ثم التنظيم بنسبة 16.7٪، و في الأخير نجد أن الإحباط بنسبة 6.7٪، وهذا ما يفسر أن لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال أثر على الحالة النفسية للعمال من حيث التركيز، الارتياح، التنظيم والإحباط.

جدول رقم 24: يمثل أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمؤسسة اتصالات الجزائر على الوضعية الاجتماعية للعمال.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
التفاعل	8	26.7%
روح الجماعة	9	30%
تقلص العلاقات	13	43.3%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول حول اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام على الوضعية الاجتماعية للعمال أن أكبر نسبة تمثل تقلص العلاقات بنسبة 43.3٪، ثم تليه روح الجماعة بنسبة 30.0٪، وفي الأخير نجد التفاعل بنسبة 26.7٪، وهذا ما يفسر أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال تؤثر سلبيا على الوضعية الاجتماعية للعمال م حيث تقلص علاقات العاملين

المحور الخامس: أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المعتقدات التنظيمية في مؤسسة اتصالات الجزائر

جدول رقم 25: يمثل تغيير تكنولوجيا الإعلام والاتصال لمعتقدات العاملين في كيفية إنجاز العمل والمهام التنظيمية في مؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم	30	100%
لا	/	/
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن كل إجابات العاملين في المؤسسة كانت بنعم وذلك بنسبة 100%، وهذا ما يفسر أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تغير معتقدات العاملين في كيفية إنجاز العمل و المهام التنظيمية.

جدول رقم 26: يمثل مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في اشتراك معتقدات العاملين حول طبيعة العمل في مؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم لا	30 /	100% /
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن كل إجابات العاملين كانت بنعم وذلك بنسبة 100%، وهذا ما يفسر أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال مساهمة كبيرة في اشتراك معتقدات العاملين حول طبيعة العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر. الجدول رقم 27: يمثل مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في اشتراك معتقدات العاملين حول طبيعة إستراتيجية مؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم لا	30 /	100% /
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن كل إجابات الموظفين كانت بنعم وذلك بنسبة 100%، وهذا ما يفسر أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال مساهمة في اشتراك معتقدات العاملين حول إستراتيجية مؤسسة اتصالات الجزائر.

الجدول رقم 28: يمثل مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في اشتراك معتقدات العاملين حول أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم لا	30 /	100% /
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن كل إجابات الموظفين كانت ب "نعم" وذلك بنسبة 100% ، وهذا ما يفسر أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال مساهمة كبيرة في اشتراك معتقدات العاملين حول أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر.

الجدول رقم 29: يمثل مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عملية التواصل بين المصالح في اتخاذ القرارات بمؤسسة اتصالات الجزائر.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم لا	30 /	100% /
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن كل إجابات الموظفين كانت ب "نعم" وذلك بنسبة 100% ، وهذا ما يفسر أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال مساهمة كبيرة في تسهيل عملية التواصل بين المصالح لاتخاذ القرارات بمؤسسة اتصالات الجزائر.

سادسا: نتائج وتوصيات

1. النتائج العامة للدراسة :

من خلال نتائج التحليل الإحصائي لآراء الباحثين يمكن أن تختصر أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة كالتالي:

- أ/ على ضوء التساؤل الأول المتمثل في : ماهي عادات و أنماط استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال بمؤسسة اتصالات الجزائر فرع قالمة ؟ تبين
- ✓ مؤسسة اتصالات الجزائر تستعمل الانترنت،الهاتف الخليوي ،الحاسبات الإلكترونية ،والفاكس و الجهاز الإلكتروني لتسجيل الدخول والخروج وأيضا الحواسيب، والهواتف الثابتة كوسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
 - ✓ موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمستوى عالي.
 - ✓ العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر يستخدمون تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل المؤسسة ،وذلك لضرورة استخدامها وتسهيل العمل.
 - ✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في زيادة السرعة في العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر.
 - ✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال أحدثت تغيرات في أساليب العمل و علاقات الموظفين بمؤسسة اتصالات الجزائر.
 - ✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في تحسين الاتصال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر.
 - ✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم استطاعت تحسين إنتاجية العمل لمؤسسة اتصالات الجزائر و ذلك راجع إلى جودة العمل و سهولة تداول المعلومة و سهولة الوصول إلى الزبون.
- ب/ بخصوص التساؤل الثاني المتمثل في : ما هو اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على القيم التنظيمية داخل مؤسسة اتصالات الجزائر ؟ تبين :
- ✓ القيم التنظيمية بالنسبة للموظفين مؤسسة اتصالات الجزائر مرتبة كالتالي:
 - قيمة العمل/قيمة الوقت /قيمة الجودة والإبداع/قيمة التدريب و التكوين
 - ✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال تعزز من قيمة العمل الجماعي داخل مؤسسة اتصالات الجزائر.
 - ✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في إدارة الوقت بمؤسسة اتصالات الجزائر.
 - ✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحقيق المساواة بين العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر.
 - ✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال تؤثر على إبداع وجودة مؤسسة اتصالات الجزائر.
 - ✓ لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال نحتاج إلى دقة وتركيز و تدريب ومهارات بمؤسسة اتصالات الجزائر.

✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال تزيد من اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بالتدريب والتكوين وذلك عن طريق دورات داخل المؤسسة .

ج/على ضوء التساؤل الثالث المتمثل في : ما هو اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على

السلوك التنظيمي داخل مؤسسة اتصالات الجزائر؟ تبين:

✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال توحد سلوك العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر.

✓ تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة التركيز في العمل.

✓ تغير تكنولوجيا الإعلام والاتصال في سلوك العاملين في أداء العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر.

✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال تؤثر على الحالة النفسية للعمال من خلال الارتياح والتنظيم و الإحباط بمؤسسة اتصالات الجزائر.

✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال تؤثر على سلبيات على الوضعية الاجتماعية حيث تقلص العلاقات داخل مؤسسة اتصالات الجزائر.

د/بخصوص التساؤل الرابع المتمثل في : ما هو اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على الثقافة

التنظيمية داخل مؤسسة اتصالات الجزائر؟ تبين :

✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال تغير معتقدات العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر في كيفية إنجاز العمل و المهام التنظيمية.

✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في اشتراك معتقدات العاملين حول طبيعة العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر.

✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في اشتراك معتقدات العاملين حول إستراتيجية مؤسسة اتصالات الجزائر.

✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في اشتراك معتقدات العاملين حول أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر.

✓ تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في اشتراك معتقدات العاملين في تسهيل عملية التواصل بين المصالح لاتخاذ القرارات بمؤسسة اتصالات الجزائر.

2. توصيات الدراسة:

بناء على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج سابقة يمكن تقديم التوصيات التالية:

- ✓ تبني وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال أخرى لتطوير المؤسسة و تحسين خدماتها.
- ✓ توظيف خبراء مختصين في مجال الإعلام والاتصال وذلك لتكوين الموظفين حول استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- ✓ التعلم و التدريب عن بعد من أهم سمات العصر الحالي و هو مجال واسع يفيد الموظف و على المؤسسة التركيز على هذا المجال بشكل واسع كما هو موجود حالياً.
- ✓ عقد جلسات فكرية مع العاملين وفتح المجال للابتكار الإبداع حول مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- ✓ مواكبة التغيرات المتسارعة في مجال استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة.
- ✓ تطوير وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الموجودة بمؤسسة اتصالات الجزائر.
- ✓ الاهتمام بمجال الثقافة التنظيمية أكثر لأنها هي التي تجعل المؤسسة متميزة عن غيرها.

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة التي حاولت معالجة إحدى الظواهر التي برزت في جل المجتمعات، والتي شغلت أذهان الباحثين في المنظمات الدولية و المحلية وهي تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الثقافة التنظيمية في المؤسسة الاقتصادية و التي أصبحت تتلقى ثقافتها هذه الوسائط التكنولوجية الحديثة مكسرة كل الحدود الجغرافية و ذلك عن طريق جعلها مكان صغير .

فلقد شهدت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العقود الماضية العديدي من القفزات الهائلة في جميع المجالات إذ يمكن القول أن الخاصية الأساسية من خلال دراستنا لتكنولوجيا الإعلام والاتصال هي ارتباطها الوثيق بجميع المجالات وكما هو واضح أصبحت المؤسسات تعتمد عليها بشكل كبير جدا وبكافة أنواعها، حتى صارت ضرورة ملحة من ضروريات العصر، وبالنظر لما غيرته في جميع المجالات نرى أن المجال الاقتصادي تأثر بها بشكل كبير كما أثرت كذلك على الثقافة التنظيمية للمؤسسات الاقتصادية من حيث القيم والسلوك و المعتقدات، إذ أن لكل مؤسسة ثقافة تنظيمية تميزها عن غيرها من المؤسسات الأخرى ، باعتبارها عنصر أساسي في المنظمات الحديثة يجب أن يتحلى بها كل فرد داخل المؤسسة.

الملاحق:

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة 08 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة

استمارة بحث مقدمة لنيل شهادة ماستر بعنوان :

اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الثقافة التنظيمية السائدة داخل
المؤسسة الاقتصادية الجزائرية
اتصالات الجزائر فرع قالمة "أنموذجا"

من إعداد الطالبات:

- حملاوي حورية
- رحالية الهام
- حجوجي هاجر

إشراف الأستاذ:

د/ خشة أحسن

ملاحظة: بيانات هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لإغراض البحث العلمي

الرجاء وضع العلامة (×) في المكان الذي يتوافق مع إجاباتكم ورتبكم وترتيب الإجابات يكون
بالأرقام ابتداء من (1)
و للتم منا فائق الاحترام و التقدير

السنة الجامعية: 2019/2018

أولا : البيانات الشخصية

1. الجنس : ذكر أنثى
2. السن: [25-35] [36-46] [47-5] أكثر من ذلك :
3. المؤهل العلمي :

- ثانوي بكالوريا ليسانس ماستر دكتوراه
- ثانيا: أنماط و عادات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمؤسسة اتصالات الجزائر :

1. ما هي وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال المتوفرة بمؤسسة اتصالات الجزائر؟
- الانترنت
 - الهاتف الخليوي
 - الحاسبات الالكترونية
 - الفاكس
- الجهاز الالكتروني لتسجيل الدخول والخروج
- الحواسيب
- الهواتف الثابتة

أخرى تذكر

2. ما مستوى استخدامك لتكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر؟

ضعيف متوسط عالي

3. ما هو دافعك لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر؟

تسهيل العمل ضرورة استخدامها

أخرى تذكر

4. هل ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة السرعة في العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر؟

نعم لا

برر ذلك

5. ما هو نمط التغيير الذي أحدثته تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة اتصالات الجزائر؟

- زيادة السرعة في العمل

- أساليب العمل

- مهارات الموظفين

برر ذلك

6. هل تعتقد أن استخدامك لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهم في تحسين الاتصال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة ب "نعم" كيف ذلك :

• سرعة تداول المعلومة

• سرعة الاتصال بين الموظفين

..... أخرى تذكر

7. هل تعتقد أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال استطاعت تحسين إنتاجية العمل لمؤسسة اتصالات الجزائر؟

لا

نعم

إذا كانت الإجابة ب "نعم" هل كان ذلك راجع إلى:

• جودة العمل

• سهولة تداول المعلومة

• سهولة الوصول إلى الزبون

..... أخرى تذكر

ثالثا: اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على القيم التنظيمية داخل مؤسسة اتصالات الجزائر :

1. ما هو ترتيبك للقيم التنظيمية بمؤسسة اتصالات الجزائر حسب رأيك؟

- قيمة العمل

- قيمة الوقت

- قيمة الجودة و الإبداع

- قيمة التدريب و التكوين

..... أخرى تذكر

2. هل عززت تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قيمة العمل الجماعي بمؤسسة اتصالات الجزائر؟

لا

نعم

برر ذلك :

3. هل ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحقيق المساواة بين العاملين ؟

لا

نعم

4. كيف ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارتك للوقت بمؤسسة اتصالات الجزائر ؟

- التركيز على المهام والأعمال العاجلة و المهمة

- التركيز على الأعمال و المهام الغير عاجلة و المهمة

- الانشغال بللمهام و الأعمال العاجلة الغير المهمة

5. هل أثرت تكنولوجيا الإعلام والاتصال على إبداع وجودة مؤسسة اتصالات الجزائر ؟

لا

نعم

6. هل استخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر يحتاج إلى ؟

مهارات عالية دقة و تركيز تدريب

7. هل زادت تكنولوجيا الإعلام والاتصال من اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بالتكوين و التدريب؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة ب "نعم" عن طريق :

- دورات داخل المؤسسة
- دورات خارج المؤسسة

رابعا : اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على السلوك التنظيمي باتصالات الجزائر :

1. هل وحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال سلوك العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر ؟

نعم لا

2. هل زادت تكنولوجيا الإعلام والاتصال من تركيزك في العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر ؟

نعم لا

3. هل غيرت تكنولوجيا الإعلام والاتصال من سلوكك في أداء العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر ؟

نعم لا

كيف ذلك

4. هل اثر استخدامك لتكنولوجيا الإعلام والاتصال بمؤسسة اتصالات الجزائر على حالتك النفسية من حيث ؟

- الإحباط - الارتياح
- التركيز - التنظيم

5. هل اثر استخدامك لتكنولوجيا الإعلام والاتصال بمؤسسة اتصالات الجزائر على وضعيتك الاجتماعية من حيث ؟

- التفاعل
- روح الجماعة
- تقلص العلاقات

خامسا: اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المعتقدات التنظيمية بمؤسسة اتصالات الجزائر :

1. هل غيرت تكنولوجيا الإعلام والاتصال معتقداتك في كيفية انجاز العمل و المهام التنظيمية بمؤسسة اتصالات الجزائر؟

نعم لا

2. هل ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في اشتراك معتقدات العاملين حول طبيعة العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر ؟

نعم لا

3. هل ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في اشتراك معتقدات العاملين حول إستراتيجية مؤسسة اتصالات الجزائر ؟

نعم لا

4. هل ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في اشتراك معتقدات العاملين حول أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر ؟

نعم لا

5. هل ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسهيل عملية التواصل بين المصالح لاتخاذ القرارات بمؤسسة اتصالات الجزائر ؟

نعم لا

قائمة المراجع

أولاً: الكتب:

1. اسماعيل عرباجي، اقتصاد المؤسسة: أهمية التنظيم ديناميكية الهياكل، بن عكنون: الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، د.ت.
2. إبراهيم عمر يحيوي، تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على العملية التعليمية في الجزائر، الجزائر، دار اليازوري، 2007.
3. ادجار شاين، الثقافة التنظيمية والقيادة، تنمية القيادات، د. د، د.ت.
4. برهان زريق، مخاطر الغزو الثقافي، وزارة الاعلام السورية للطباعة، 2017.
5. بلال خلف السكارنة، اخلاقيات العمل، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن، 2009
6. نائر سعدون محمد، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية، عمان، الاردن، 2016.
7. جمال الدين مرسي، ادارة الثقافة التنظيمية والتغيير، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2006.
8. حروش رزيقة، اقتصاد وتسيير المؤسسة، الجزائر، شركة دار الأمة، الجزائر، 2013.
9. دنيس كوش، ت منير السعيداني، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2007.
10. رحيمة الطيب عيساني، الوسائط التقنية الحديثة وأثرها على الإعلام المرئي والمسموع Gulf radio and tvorg، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية وتلفزيونية، د.ن، 2010.
11. رحيمة الطيب عيساني، مغل إلى الإعلام و الاتصال ، المفاهيم الأساسية و الوظائف الجديدة في عصر العولمة الاعلامية، الكتاب العالمي للنشر و التوزيع ، عمان ،الأردن ، 2008.
12. سعد محمد الهجرسي، الاتصالات والمعلومات والتطبيقات التكنولوجية، دار الثقافة العلمية للنشر، الإسكندرية، مصر، 2001.
13. السعدى الغول السعدى، مناهج البحث، العينات وانواعها، متاح على الرابط الالكتروني التالي:
<http://www.suv.edu.eg/anabic/links/camps/hurghada/DR-%20SAAADY%20LECTURE%20SPECIAL.pdf>
14. سمير ابراهيم حسن، الثقافة والمجتمع، دار الفكر للنشر، دمشق، 2007.
15. شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، الدار المصرية اللبنانية، ط3، القاهرة، مصر، 2012.
16. شوقي ناجي جواد، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، دار الحمد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
17. عبد الفتاح عبد النبي، تكنولوجيا الاتصال والثقافة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1990.

18. عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، 1996.
19. عدي قصور، مشكلات التنمية ومعوقات التكامل الاقتصادي العربي، دار الطباعة والنشر، بيروت، لبنان، د.ت.
20. علي بن عبد الله عسيري، الاثار الامنية لاستخدام الشباب الانترنت، مركز البحوث والدراسات الجامعة العربية للعلوم الامنية، الرياض، السعودية، 2004.
21. عمر صخري. اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، ط5، بن عكنون، الجزائر، 2007.
22. فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2003.
23. مالك بن نبي، مشكلات الحضارة، مشكلة الثقافة، دار الفكر المعاصر، بيروت. د.ت.
24. ماهر عودة الشمالية وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الاعصار، عمان، الأردن، 2015.
25. محمد بن عبد الكريم، الثقافة ومآسي رجاله، شركة الشهاب، الجزائر.
26. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
27. محمد عبد النبي، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2007.
28. محمد قسام محمد، مدخل إلى مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية، بيروت، 1999.
29. محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان، 2002.
30. محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، ط6، 2013.
31. مصطفى محمود أبو بكر، التنظيم الإداري في المنظمات المعاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
32. منال هلال المزاهرة، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2014.
33. مهدي حسن الزويلف، تحسين احمد الطراونة، منهجية البحث العلمي، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1998،
34. مؤيد عبد الجبار التحديشي، العولمة الإعلامية، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
35. ناصر محمد العديلي، إدارة السلوك التنظيمي، دون دار نشر، الرياض، 1993.
36. نجيب محفوظ، حول الثقافة والتعليم، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 1990.

ثانيا: الرسائل الجامعية:

1. أثير محمد ابو زينيد، أثر تكنولوجيا المعلومات على الثقافة التنظيمية، دراسة تطبيقية على المنظمات غير الحكومية في قطاع غزة، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسم إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، جامعة الأزهر غزة، 2017. متاحة على الرابط الالكتروني التالي:

<http://www.alazhar.edu.ps/anabic/He/files/20142641.pdf>

2. بن خالد عبد الكريم، جودة حياة العمل وأثرها في تنمية الثقافة التنظيمية لدى موظفي القطاع الصحي دراسة ميدانية بالمؤسسات الاستشفائية العمومية بولاية أدار، أطروحة دكتوراه غير منشورة، علم النفس العمل والتنظيم، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2، وهران، الجزائر، 2016-2017.

3. بوديب دنيا، الثقافة التنظيمية كمدخل لإحداث التغيير التنظيمي دراسة حالة -شركة بيسي الجزائر-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2013-2014.

4. جميلة بنت عيادة الشمري، مفهوم الثقافة في الفكر العربي والفكر الغربي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المتاحة على الموقع الإلكتروني التالي:

<https://www.alukah.net>.

5. حورية بولعويديات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري. قسنطينة، 2008.

6. خالد منصر، علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال غير منشورة، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011/2012.

7. رزيقة لقصير، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006/2007.

8. رولا محمود حجازي، أنماط الثقافة التنظيمية السائدة في الجامعات الفلسطينية بمحافظة غزة وعلاقتها بإدارة المعرفة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2015. متاحة على الرابط الإلكتروني التالي:

<http://iugspace.iugaza.edu.ps/handle/20.500.12358/20329?locale-attribute=en>

9. عباس سمير، الثقافة التنظيمية وعلاقتها باستراتيجيات التغيير في الجامعة الجزائرية بين النظام القديم ونظام LMD:

دراسة ميدانية بجامعة باجي مختار عنابة كنموذج، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2007/2008.

10. عبد الله بن أحمد سالم الزهراني، نموذج مفتوح للتوافق بين القيم الشخصية والقيم التنظيمية بمؤسسات التعليم العالي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، السعودية، 1430هـ.

11. غيلاني حورية، أثر الثقافة التنظيمية على استراتيجيات إدارة التغيير: دراسة ميدانية بمؤسسة توزيع الاسمنت

snmce، تقرت، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي غير منشورة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم

الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2016-2017.

12. الفصل الأول، مفاهيم عامة حول المؤسسات المصغرة، متاحة على الرابط الإلكتروني التالي :

<http://thesis.univ-biskra.dz/1073/5/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B5%D9%84%20%D8%a7%D9%84%D8%A3%D9%88%D9%84%.pdf>

13. كمال عايد، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه غير منشورة، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016-2017م.

14. لين عبد الله العلاوين، تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، دمشق، سورية، 2009.

15. محمد شطاح وآخرون، القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجامعي عين مليلة، دراسة ميدانية، دار الهدى، د.ت.

16. مشنان بركة، دور الثقافة التنظيمية في تطبيق إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي دراسة حالة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لحضر، باتنة، الجزائر، 2015-2016.

17. يونسري مختار، الثقافة التنظيمية ودورها في الرضى الوظيفي: دراسة ميدانية بمؤسسة الترقية والتسيير العقاري بمدينة الجلفة (المديرية العامة)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2014-2015.

ثالثا: المجالات:

1. بن بريكة عبد الوهاب، بن تركي زينب، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، عدد 17، 2009/2010،

2. خلل كمال محمد الطائي، أثر استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الثقافة التنظيمية، دراسة استطلاعية في شركات اتصالات المتنقلة في العراق آسيا سيل وزين العراق في محافظة كربلاء، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، العدد 12، عدد 48، متاحة على الرابط الإلكتروني التالي:

<http://www.iasj.net/iasj?fun=filltext&ald=154007pdf>

3. سعيدة أعراب، التكنولوجيا وتحديات تغيير القيم الثقافية والاقتصادية للموارد البشرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة سطيف، 2005-2006، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، العدد 17-2013، متاحة على الرابط الإلكتروني التالي:

<http://dspace.univ-setif.dz/xmlui/bitstream/handle/setif2/349/4-dec2013.pdf?SEQUENCE=11ISLLOWED=>

4. سمير إبراهيم حسن، الثورة المعلوماتية وعواقبها وآفاقها، مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية، 2002.
5. عبد الله البريدي، أفاق السلوك التنظيمي: ماذا نقصد بالثقافة التنظيمية، مجلة التدريب و التقنية، العدد 71، يناير 2005. متاحة على الموقع الإلكتروني التالي: www.drber.cim
6. عبد الوهاب بن بركة، زينب بن تركي، أنث تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، عدد 7، 2010/2009.
7. فضيلة سبيع، مساهمة الاتصال في نشر الثقافة التنظيمية داخل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، دراسة حالة فرع التكرير بمؤسسة سوناطراك، جامعة البويرة، مجلة معارف، عدد 13/ديسمبر 2015، ملحق على الرابط الإلكتروني التالي: <http://www.asjp.cenist.dz/en/downarticle/305/6/24/29444pdf>.
8. محمد احمد العطار، الفوائد العشرة للثقافة التنظيمية، بوابة الخيمة، عدد الجمعة 01/شباط/فبراير 2013، 21:28. متاحة على الرابط الإلكتروني التالي: <https://bawaba.khayma.com>
9. محمد شومان، عملة الإعلام ومستقبل النظام الإعلامي العربي، مجلة الفكر عدد أكتوبر-ديسمبر، الكويت، 1999.
10. نوردين زمام وصلاح سليمان، تطور مفهوم التكنولوجيا واستخدامه في عملية التعليمية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 11 جوان 2013.

رابعا: المقابلات:

1. مقابلة مع رئيس مصلحة المستخدمين.

خامسا: مواقع الانترنت:

1- معجم المعاني الجامع > ar-ar <http://almany.com>

2- http://audience-studies.over_blog.com

سادسا: المدونات:

1. دفون محمد ، تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و استخداماتها ،جامعة عنابة ،الجزائر ،متاح على الرابط

الإلكتروني التالي : <https://platform.almanhal.com/reader/2/60037>

2. طلال ناظم الزهيري، أنواع الثقافة التنظيمية، مدونة طلال ناظم الزهيري للبحوث والدراسات

والمقالات في مجال تطبيقات تكنولوجيا المعلومات، بغداد، العراق، عدد 01 ماي 2018،

6:53ص. متاح على الموقع الإلكتروني التالي: drtazzuhairi.blogspot.com/?m=1

سابعا: المحاضرات:

1. سميرة عميش، مطبوعة محاضرات، مقياس اقتصاد المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، قسم العلوم التجارية والتسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2016/2015، متاحة على الرابط الإلكتروني التالي:
[http://virtuelcampus.univ-msila.dz/facseg/wp-content/uploads/2017/01/CT%A9lch Et Economie dEntreprise.pdf](http://virtuelcampus.univ-msila.dz/facseg/wp-content/uploads/2017/01/CT%A9lch_Et_Economie_dEntreprise.pdf)
2. مرشيش خالد، محاضرات في مقياس تكنولوجيا الإعلام والاتصال، متاحة على الرابط الإلكتروني التالي:
<http://virtuelcampus.univ-msila.dz>
3. هشام بوبكر، محاضرات في مقياس مؤسسات الإعلام والاتصال، سنة أولى ماستر علاقات عامة، جيجل، 2016-2017

ثامن: المعاجم والقواميس:

1. قاموس عربي-عربي، القاهرة، دار البرهان.
2. معجم المعاني الجامع، متاح على الرابط الإلكتروني التالي:
<http://almany.com>dict.>ar-ar>

فهرس المحتويات:

شكر

إهداء

- أ..... ملخص الدراسة باللغة العربية.
- ب..... ملخص الدراسة باللغة الفرنسي.
- ج..... ملخص الدراسة باللغة الانجليزية.
- د..... مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- 1..... أولا. الإشكالية
- 2..... ثانيا: التساؤلات الفرعية
- 2..... ثالثا. أسباب اختيار الموضوع
- 2..... رابعا. أهمية الدراسة
- 2..... خامسا. أهداف الدراسة
- 9-3..... سادسا. الدراسات السابقة
- 10-9..... سابعا. إجراءات الدراسة
- 13-11..... ثامنا. تحدي مفاهيم الدراسة

الفصل الثاني: ماهية تكنولوجيا الإعلام و الاتصال

- 14..... تمهيد
- 19-15..... أولا: مفاهيم حول تكنولوجيا الإعلام و الاتصال
- 21-20..... ثانيا: نشأة و تطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال
- 21..... ثالثا: مميزات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال
- 25-21..... رابعا: خصائص تكنولوجيا الإعلام و الاتصال
- 26-25..... خامسا: إيجابيات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال
- 27-26..... سادسا: سلبيات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال
- 28..... خلاصة

الفصل الثالث: ماهية الثقافة التنظيمية

- 29..... تمهيد
- 32-30..... أولا: مفاهيم حول الثقافة

33-32.....	ثانيا: أهمية الثقافة
33.....	ثالثا: الثقافة و التقدم العلمي و التكنولوجي
34.....	رابعا: تعريف الثقافة التنظيمية.....
35-34.....	خامسا: التطور التاريخي للثقافة التنظيمية
36-35.....	سادسا: أهمية الثقافة التنظيمية
37-36.....	سابعا: خصائص الثقافة التنظيمية.....
38-37.....	ثامنا: أنواع الثقافة التنظيمية.....
44-38.....	تاسعا: مكونات الثقافة التنظيمية.....
45.....	خلاصة

الفصل الرابع: ماهية المؤسسة الاقتصادية

46.....	تمهيد.....
47-46.....	أولا: مفهوم المؤسسة الاقتصادية.....
48-47.....	ثانيا: تصنيفات المؤسسة الاقتصادية.....
49-48.....	ثالثا: أهداف المؤسسة الاقتصادية
50-49.....	رابعا: وظائف المؤسسة الاقتصادية
51-50.....	خامسا: أنماط نمو المؤسسة الاقتصادية.....
51.....	سادسا: دورة حياة المؤسسة الاقتصادية.....
52.....	خلاصة.....

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

53.....	أولا: حدود الدراسة
54-53.....	ثانيا: لمحة تاريخية عن مؤسسة اتصالات الجزائر.....
54.....	ثالثا: مصادر الحصول على المعلومات
66-54.....	رابعا: تحليل البيانات و تفسيرها.....
68-67.....	سادسا: نتائج.....
69.....	سابعا: توصيات
70.....	خاتمة.....
76-71.....	الملاحق.....
82-77.....	قائمة المصادر و المراجع.....

فهرس الجداول :

رقم الجدول	رقم الجدول	صفحة الجدول
1	الجنس	55
2	السن	55
3	المؤهل العلمي	55
4	يبين وسائل تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في مؤسسة اتصالات الجزائر	56
5	يبين مستوى استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر	56
6	يبين دوافع استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر	57
7	يبين مساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في زيادة السرعة في العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر	57
8	يبين نمط التغيير الذي أحدثته تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في مؤسسة اتصالات الجزائر	57
9	يبين رأي العاملين حول مساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تحسين الاتصال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر	58
10	يبين كيفية تحسين الاتصال داخل مؤسسة اتصالات الجزائر	58
11	يبين رأي العاملين حول تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و استطاعتها في تحسين إنتاجية العمل لمؤسسة اتصالات الجزائر	59
12	يبين ترتيب القيم التنظيمية بمؤسسة اتصالات الجزائر	59
13	يبين تعزيز تكنولوجيا الإعلام و الاتصال من قيمة العمل الجماعي بمؤسسة اتصالات الجزائر	60
14	يبين مساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تحقيق المساواة بين العاملين	60
15	يبين مساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في إدارة الوقت بمؤسسة اتصالات الجزائر	60

61	يبين تأثير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على إبداع وجودة مؤسسة اتصالات الجزائر	16
61	يبين احتياجات وسائل تكنولوجيا الإعلام و الاتصال بمؤسسة اتصالات الجزائر	17
61	يبين زيادة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال من اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بالتكوين و التدريب	18
62	يبين التكوين و التدريب بمؤسسة اتصالات الجزائر	19
62	يبين توحيد تكنولوجيا الإعلام و الاتصال لسلوك العاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر	20
63	يبين زيادة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال من التركيز في العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر	21
63	يبين تغيير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال من السلوك في أداء العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر	22
63	يبين اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على الحالة النفسية للعاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر	23
64	يبين اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على الوضعية الاجتماعية للعاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر	24
64	يبين تغيير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال لمعتقدات العاملين في كيفية انجاز العمل و المهام التنظيمية بمؤسسة اتصالات الجزائر	25
65	يبين مساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في اشتراك معتقدات العاملين حول طبيعة العمل بمؤسسة اتصالات الجزائر	26
65	يبين مساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في اشتراك معتقدات العاملين حول إستراتيجية مؤسسة اتصالات الجزائر	27
65	مساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في اشتراك معتقدات العاملين حول أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر	28
66	يبين مساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تسهيل عملية التواصل بين المصالح لاتخاذ القرارات بمؤسسة اتصالات الجزائر	29