

المعلومة والمؤسسة: الطاقة المتجددة للديمومة

الأستاذ: الحاج سالم عطية أستاذ تعليم عالي
كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3

المعلومة والمؤسسة: الطاقة المتجددة للديمومة

الأستاذ: الحاج سالم عطية أستاذ تعليم عالي
كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3

Abstract:

Information has become a raw material for modern economic analysis. In order to understand the role of information in the institution, a good understanding is worth noting the need to work to eliminate the confusion surrounding the use of the concepts of information, data and knowledge, which are three concepts often used to express the same meaning despite the big differences between them. Therefore, the first thing that may be exposed is to establish differences in the construction of the meanings of these three concepts to get to a separation between information, and data and knowledge, since information is the concept that will be based on later analysis. This leads to providing a clear vision on this subject in terms of definition, knowledge, value and its role within the institution as coordinator.

The key words:

Information, enterprise, decision, economy, environment

ملخص:

تحولت المعلومات إلى مادة خام لقيام التحليلات الاقتصادية الحديثة. ولأجل فهم دور المعلومات في المؤسسة فهما جيدا تجدر الإشارة إلى ضرورة العمل على إزالة اللبس الذي يكتنف استعمال مفاهيم المعلومات والمعطيات والمعرفة، وهي مفاهيم ثلاثة كثيرا ما تستعمل للدلالة على نفس المعنى بالرغم من الاختلافات الكبيرة بينها. لذلك فإن أول ما يمكن التعرض له هو إقامة الفوارق في بناء معاني هذه المفاهيم الثلاثة للوصول إلى فصل للمعلومات عن كل من المعطيات والمعرفة، باعتبار أن المعلومات هي المفهوم الذي سيقوم عليه التحليل فيما بعد. وهو ما يقود إلى تقديم رؤية واضحة بشأنها من حيث تعريفها، ومعرفة قيمتها، ودورها ضمن المؤسسة كنسق.

الكلمات المفتاحية:

معلومات، مؤسسة، قرار، اقتصاد، محيط،

مقدمة:

أعادت المعلومات تقسيم الأدوار بين الفاعلين داخل المؤسسة كتنظيم، بل وفي تحديد من يملكون أكبر سلطة بها، فإذا كانت السلطة بحسب الطرح «التوفيري» هي أنها المقابل المبادل للرغبة، فإن أي شيء يمكن أن يشبع رغبة ما، يكون مصدرا محتملا للسلطة وبهذا تتحول المعلومات المفيدة و النافعة و الوجيهة كمصدر للسلطة لمن يملكها بالمؤسسة، فالأدوار المهمة اليوم مرتبطة بتلك التي تسمح بتغذية نافعة للمؤسسة بطاقة من المعلومات المفيدة لاتخاذ القرارات الصائبة الضامنة لديمومتها في الوسط التنافسي .

لقد أثارت ثنائية (معلومات، مؤسسة) انتباه العديد من الأكاديميين الذين حاولوا تقديم مقاربات بشأنها، وراحت بعضا من هذه المقاربات تثبت أن مدى نجاعة وقدرة تنافسية المؤسسات مرهونة بقدرتها على حسن تسييرها للمعلومات، وتقع المقاربات في مفترق تلاقي العديد من التخصصات، فهي موضوع يهم علوم التسيير، والعلوم القانونية، والعلوم الاقتصادية، وعلوم الإعلام الآلي، وعلوم الإعلام والاتصال.

كما أن البحوث الأكاديمية بشأن الموضوع الخاص بالمعلومات و المؤسسة قد نحى منحى مختلفا عما سبق. فلم تعد أطروحاتها تنحصر في نطاق الرؤية التقليدية، بل تعدتها إلى نظرة تركز على محاولة الاستشراف، من خلال إخضاع تسيير المعلومات بالمؤسسة لصيرورة جديدة هي نفسها صيرورة حياتها، تبدأ بتحديد الحاجة إليها، ثم إلى جمعها ومعالجتها، ثم إلى تحليلها، وإلى توزيعها على مستحقيها لتحقيق أهداف المؤسسة، مع مراعاة الطابع القانوني و الأخلاقي في الحصول عليها، وضمان حمايتها كإرث حقيقي .

وبالرغم من تعدد الأطروحات واختلاف المدارس و التيارات الفكرية الباحثة في الاقتصاد، فإنها تتفق كلها على الدور الهام، و الأساسي للمعلومات، بل أنها تتفق على تسمية الاقتصاد الحديث بالاقتصاد المبني على المعرفة. وفي هذا الشأن نجد أن توفلر «Tofler» يقول: أن هناك قنبلة معلومات بصدد الانفجار بيننا . والتي سترشنا برشاش من الصور كما أنها بصدد تغيير الطريقة التي نفهم بها عالمنا الخاص و كذا طريقة تصرفنا تجاه هذا العالم [1].

لقد تحولت المعلومات إلى مادة خام لقيام التحليلات الاقتصادية الحديثة. ولأجل فهم دور المعلومات في المؤسسة فهما جيدا تجدر الإشارة إلى ضرورة العمل على إزالة اللبس الذي يكتنف استعمال مفاهيم المعلومات والمعطيات و المعرفة، وهي مفاهيم ثلاثة كثيرا ما تستعمل للدلالة على نفس المعنى بالرغم من الاختلافات الكبيرة بينها. ،لذلك فإن أول ما يمكن التعرض له هو إقامة الفوارق في بناء معاني هذه المفاهيم الثلاثة للوصول إلى فصل للمعلومات عن كل من المعطيات و المعرفة، باعتبار أن المعلومات

هي المفهوم الذي سيقوم عليه التحليل فيما بعد. وهو ما يقود إلى تقديم رؤية واضحة بشأنها من حيث تعريفها، ومعرفة قيمتها، ودورها ضمن المؤسسة كنسق.

يبقى المنطلق الأساسي للعناية بالمعلومات، نتيجة لما أصبحت تقدمه من إسهام في ضمان ديمومة الأنساق، وتكيفها مع المحيط، بالإضافة إلى أن المسعى يقصد إيضاح واقع التعامل مع المعلومات باعتباره حالة من الوعي بدورها. وبعد أفراد رؤية واضحة عن المعلومات يتم التحول إلى محاولة شرح فاعليتها ضمن المؤسسة كتنظيم. وذلك من خلال محاولة فهم علاقتها مع بعض المفاهيم الأساسية في حياة التنظيمات كصناعة واتخاذ القرار و الإستراتيجية.

أولاً: من المعطيات إلى المعرفة:

أصبحت أبجديات التعامل واستعمال المفاهيم في المؤسسة تركز بشكل واضح على كل من المعطيات، المعلومات و المعرفة وهو الأمر الذي يستوجب إحداث إيضاح للتفريق بين هذه المفاهيم ورسم حدود كل منها عن الآخر. وقبل الحديث عن العلاقة بين مفهومي المعطيات و المعرفة تجدر الإشارة إلى ضرورة التطرق إلى إيضاح العلاقة ما بين المعطيات و المعلومات.

بهذا الخصوص قدم «كيزر» «Kaycer» العلاقة بشأن المفهومين (المعطيات والمعلومات) حيث يقول «أن المعطيات هي نتاج ملاحظات، بينما المعلومات نتاج تحليل لهذه الأخيرة2».

أما «ميلز» «Mélie» «فيرى» أن المعطيات هي تسجيل مجموعة اجتماعية مناسبة، ووفقاً لرموز لبعض المواضيع أو الوضعيات3»

كما تعرف المعطيات على أنها «مجموعة من الأعداد والكلمات والأحداث الموجودة خارج إطار مفاهيمي مرجعي». وكنتيجة فبدون وجود سياق، فإن المعطيات لا يكون لها مدلول كبير، كما أن جمع المعطيات أو تجميعها لا ينتج عنه بالضرورة معلومات. تتطلب عملية الانتقال من المعطيات إلى المعلومات جمعا لمعطيات ووضعها في علاقة مع معطيات أخرى، مع الإشارة إلى أن هذا الانتقال يبقى للشخص أو النظام الذي يستقبل هذه المعطيات. فعملية معالجة المعطيات تشبه صيرورة إضافة قيمة معينة. فالمعلومات في أصلها معطيات، وأن هذا التحول من المعطيات إلى المعلومات يحدث بفعل آلية (ميكانيزم) تعمل على شرح وتأويل للمعطيات وهو الفعل الذي يسوق إلى إضافة معنى معين للمعطيات. وبشأن مفهوم المعلومات يمكن تحديد أربعة أوجه أساسية:

- **المضمون:** إن محتوى المعلومة هو على الأقل المعنى المشكل والذي تم انطلاقاً من المعطيات، وفي الغالب من دون الإشارة إلى المعطيات التي ساقته إلى التحليل أو

التفسير.

- **الأصل:** ترتبط المعلومات بالسياق، وهذا الأخير يتطور بحسب الزمن فمعنى المعلومة يتغير حسب الزمن. فالمعلومة التي يتم الحصول عليها في تاريخ ت1، يمكن أن لا يكون لها نفس المعنى في تاريخ ت2 عندما يتغير السياق بين التاريخين ت1 و ت2. وعلى هذا الأساس يصبح من الأهمية بما كان الاحتفاظ بالمعلومات على حالتها الأصلية كما كانت في سياقها الأصلي.

- **المرتکز:** مرتکز المعلومات الرقمية هو نفسه مرتکز المعطيات، وهو ما يكون في الغالب مصدرا للخطأ ما بين المفهومين.

- **المعايير أو المحددات:** يمكن التطرق إلى ستة محددات أو خصائص تمثل المعلومات، و يمكن حصر محددات المعلومات في مجموعتين فرعيتين مرتبطتين بالأساس بالوصول إلى المعلومات، و بقيمتها.

أما بشأن إمكانية الوصول إليها فيتعلق بالصعوبة و الجهد الذي ينبغي توفيره من قبل الفرد لأجل تكوين المعلومة. هذه الخاصية تشتمل على محددات: الكمية، ومنطق سريانها، و فترة توفيرها. وبخصوص قيمة المعلومة والتي تعتبر إلى حد ما خاصية كيفية فهي تشتمل على محددات: النوعية و الشمولية وكيفية تقديم المعلومة. ويمكن أن نعرض إلى هذه المحددات بالتحليل فيما يلي:

- **كمية المعلومة المتوفرة:** ويقصد بها الحجم الأكبر الذي يمكن أن يتحصل عليه عضو من التنظيم انطلاقا من قاعدة محددة مسبقا.

- **منطق سريان المعلومة:** ويقصد به المسار الذي ينبغي أن تأخذه المعلومة من مصدرها إلى طالبها.

- **المدة اللازمة لأجل الحصول على المعلومة:** وتقوم على قياس الفارق بين الفترة التي يطلب فيها صاحب القرار المعلومة و الفترة التي يتحصل فيها على المعلومة.

- **نوعية المعلومة المتوفرة:** وتجمع وجهين مختلفين، في درجة أولى، الوجه المرتبط بالمعلومة في حد ذاتها وهو يعني صحة المعلومة والمرتبطة أساسا بجانب الدقة في المعطيات الأصلية التي قامت عليها المعلومات، ومن جانب آخر بعقلانية المغزى المشكل انطلاقا من هذه المعطيات. أما الوجه الثاني فهو يراعي تدخل صاحب القرار بشكل يجعله يأخذ بعين الاعتبار كمية المعلومات النافعة في حل المشكلة التي تعترضه. وللتعبير عن الوجهين السابقين نقول أنها معلومات وجيهة للدلالة على أنها معلومات صحيحة ونافعة لصاحب القرار.

- **شمولية المعلومة:** المتوفرة وتخص العدد الأقل من الأراضيات و القواعد التي ينبغي أن يضعها الفرد لأجل الحصول على حجم معين من المعلومات بشأن حدث محدد.

- تقديم أو عرض المعلومة: وهو مرتبط بالطريقة التي تقدم بها المعلومات لطالها.
ب: من المعلومة إلى المعرفة:

وصف «بيرات» «Pirat» المعرفة بجملة العوامل التي تسمح بتكوين أفعال جديدة، أو تسمح بتحديد نشاطات جديدة قصد القيام بها، وهي من جانب آخر الطريقة أو الكيفية التي تحول بها، أو تستغل بها المعطيات والمعلومات⁴.

ويعرفها «بياجي» «Piajet» على أنها الحصول على المعلومات الناتجة عن اختلال، تقود إلى عدم توازن على مستوى المجال العقلي للفرد والتي تفرض عليه القيام بعمل تحليلي وتلخيصي، لأجل تمثيل ودمج ونقد وقبول هذا الشيء الجديد الذي يثري مجاله العقلي⁵.

إن عدم التوازن في المجال العقلي للفرد يفسر بالحاجة إلى المعلومة، التي لا يمكن إشباعها إلا بالبحث عن مفاهيم جديدة لأجل إتمام الحالة الحاجة، فالكشف عن معرفة جديدة يقوم على إشراك، وتفاعل مستعملها مع محيطه المعلوماتي. ونسجل هنا أن عملية الانتقال من المعلومة إلى المعرفة يمر عبر آلية عقلنة المعلومات.

هكذا إذا لا يمكن اعتبار كل من المعرفة والمعلومة شيئا واحدا، بل إن المعرفة تنتج انطلاقا من جملة من التحولات التي تجري على المعلومة. فالمعلومة تمثل كل مبنى من المعطيات تحمل معنى، في حين أن المعرفة هي منتج حاصل من معالجة (تحليل) للمعلومة، فعلى العكس من المعطيات التي يمكن الحصول عليها، فإن المعرفة ينبغي تطويرها واستخلاصها.

بينما يعرف «شارل فرونكلين إدموند رامنغلاهاي» «Edmond Ramnglahay.C.F» المعلومة على أنها جملة سيل من الرسائل أو المعاني، أما المعرفة فهي اعتقاد مؤكد يخص الفعل الإنساني وهي قائمة على قاعدة معقدة إلى حد ما من المعلومات⁶. وهنا نلخص فكرة تراكم المعرفة على المعلومة.

ويمكن تدعيم عملية الفصل أو التفريق بين المفهومين انطلاقا مما قدم من قبل «نوناك» «Nonaka». فالمعلومة تكون ذات علاقة بالفعل أو مجموعة من الأفعال على درجة من التعقد، في حين أن المعرفة ذات علاقة بصيرورة النشاط. فنحن نستعمل كلمة المعلومة للدلالة على جملة من المعطيات المنظمة والتي تعطي دلالات حول طبيعة، أو تطور فعل، أو ظاهرة، في حين نستعمل كلمة معرفة للدلالة على مجموعة العلوم، أو المعارف العملية التي تسمح بإنجاز نشاط معين. وهو ما يقود إلى أن كل معرفة قائمة على قاعدة معقدة من المعلومات، فالمعلومات هي مجموعة من المعطيات الصحيحة، والمصنفة والتي بدأت تأخذ معنى. إلا أن تجميع المعلومات لا يعني الحصول على المعرفة، إذ أن هذه الأخيرة هي جملة أو مجموعة من المعلومات المحللة والمفسرة

والتي تسمح لنا باتخاذ القرار.

مما سبق يمكن القول بأن كل من المعطيات، والمعلومات، والمعارف هي مفاهيم مستقلة كل عن الأخرى إلا أنها مرتبطة ارتباطا تراكيبيا وثيقا ومتسلسلا تسلسلا منطقيا لا يمكن الإخلال بحلقاته، إذ لا يمكن تصور الوصول إلى المعرفة انطلاقا من المعطيات ومن دون المرور بالمعلومات فكل من هذه المفاهيم يعتمد على الذي يسبقه وهكذا تقوم قاعدة هرمية لبناء المعرفة المتدرجة نحو الوصول إلى الحقيقة أو قصد فهم الواقع بغاية التصرف واتخاذ القرار ويكون العامل الحاسم في إحداث هذا التطور الديناميكي تدخل آلية العقل التي تضيف دائما قيمة معينة غير ملموسة للمفهوم السابق وتحوله إلى مفهوم أعقد منه وأوضح وأدق وذو دلالة. ويمكن التعبير عن هذه المفاهيم بالمعادلتين التاليتين:

- معطيات + معالجة وتحليل + سياق استعمال = معلومات

- معلومة + تحليل = معرفة

فالمعطيات هي رموز ناتجة مباشرة عن ملاحظة الأفعال، أما المعلومات فهي نتيجة لتشكيل المعطيات والتي تتم بهدف تلبية حاجيات المستعمل لها. وذلك ضمن سياقاً خاصاً بها. يمكن للمعطيات أن تأخذ معاني بينما المعلومات قابلة لتقديم معرفة. فالمعرفة تتطلب بالإضافة إلى المعلومات تحليل يسمح للأفراد بوضع علاقات وتجميعات وتعميمات⁷.

تمثل المعرفة مجموعة من الأفكار والمبادئ يحصل عليها الفرد انطلاقاً من البحث والدراسة والملاحظة أو الخبرة والتي يمكن أن يضيفها إلى معارفه السابقة، فالمعرفة هي تجميع للمعلومات المحللة والمفسرة والتي تمثل رأسمال حقيقي. فإذا كانت المعطيات هي المادة الخام للمعلومات فإن هذه الأخيرة لن تتأى إلى بتدخل العقل وما يفعله بالمعطيات من خلال قراءتها ومعالجتها وتحليلها ، وبالتالي يقدم العقل ناتجا جديدا من خلال إدخال قيمة مضافة تبدو غير قابلة للقياس والتعميم وهكذا تنتج المعلومات.

وفي محل اعتماده على المفاهيم الثلاثة يرى «توفلر» «Tofler» أن المعطيات عموما هي الحقائق غير المترابطة تقريبا. أما كلمة معلومات فتشير إلى المعطيات التي تم إدراجها في فئات وتصنيف أو أنماط تبويبية أخرى في حين أن كلمة معرفة بالنسبة إليه فهي المعلومات التي تم إدخال مزيد من التهذيب عليها لتصبح في شكل إفادات أعم⁸. ويذهب توفلر «Tofler» ليقدم العلاقة ما بين هذه المفاهيم فهو يرى أننا نقوم بالربط بين المعطيات بطرق أكثر من ذي قبل، معطين لها سياقاً ومحولين إياها إلى المعلومات، كما أننا نقوم بتجميع أكداً من المعلومات في شكل نماذج وتراكيب من المعرفة أكبر فأكبر⁹.

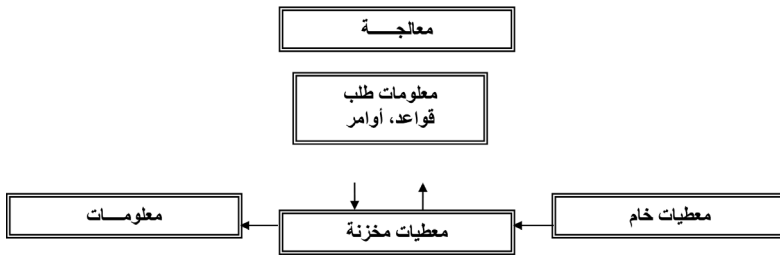
وبفعل إخضاع المعلومات إلى آلية العقل من جديد وما يحدثه عليها من تصنيف وتنظيم وعلاقات يجعلها هكذا قادرة على تحديد طريق للتصرف والقيام بالفعل. فالعقل أنتج هنا شيئا جديدا انطلاقا من المعلومات لقد قدم المعرفة المفيدة للقيام بالنشاط. هكذا تبدو حدود، وأوجه الاختلاف بين المفاهيم التي كثيرا ما تستعمل كمرادفات لبعضها البعض، وسيقدم التحليل فيما يلي تفصيلا دقيقا وعناية كبيرة للمعلومة باعتبارها محورا ومركزا لما سيأتي.

ثانيا: المعلومة والمؤسسة:

لقد تحولت المعلومة إلى مادة أولية ثمينة بينما ظل استعمالها فنا جديدا ينبغي على المؤسسة التحكم فيه¹⁰ لقد أصبحت المعلومة المادة الأولية للاقتصاد المبني على المعرفة إذ أصبحت ذات استعمال واسع شمل مختلف الجوانب، وإن كان سيتم التركيز على المعلومة¹¹ في المؤسسة، فإنها تبقى كما سلف الذكر بشأن محاولة إقامة الفصل بينها وبين المفاهيم الأخرى كالمعطيات والمعرفة تحمل نوعا من اللبس وسوء الفهم. وحتى يتأتى الفهم الدقيق للمعلومة ينبغي العودة إلى طبيعتها وخصائصها قبل البدء في الحديث عن دورها الوظيفي في المؤسسة.

أطبيعة المعلومة:

يرى «دار بيليت» «Darbelet» أن المعلومة في معناها العام هي المعطيات التي تحسن معرفتنا حول موضوع معين¹² وبحسب المختصين في نظم المعلومات فإن المعلومة تمثل جملة المعطيات المرسلة أو المحولة في شكل ذا معنى لصالح الشخص الذي يستقبلها والتي تكون لها قيمة واقعية بالنسبة لقراراته وتصرفاته¹³.



الشكل رقم 1: يوضح كيفية الحصول على المعلومة انطلاقا من المعطيات

وقد حاولت «ماير أن» «Mayere Anne» في كتابها «Pour une économie de l'information» فهم ما هو موقع المعلومة في نظام الإنتاج وفي تطوره الحالي، ونتيجة لتحليلها للعديد من الأبحاث والمقارنات التي تعرضت للموضوع قدمت بدورها تعريفا للمعلومة على أنها «ما يشكل أو ينقل الوضعية أو الحالة عن العلاقة التي تربط النسق بمحيطه¹⁴»، وإن كان من الصعوبة بما كان تعريف المعلومة من دون اللجوء

إلى بعض المفاهيم المشابهة كالمعطيات، والمعرفة فإن أهمية هذا التعريف تكمن في أنه تعريف للمعلومة عن طريق الصيرورة.

ويمكن النظر إلى أهمية هذا التعريف كونه قدم فكرتين أساسيتين: فهو يقول بأن المعلومة هي الصيرورة الكامنة في التبادل بين النسق ومحيطه، ومع أن هذه الصيرورة وظيفتها تشكيل الحالة أو الوضعية أو الصورة عن المحيط، فعملية التبادل بين النسق ومحيطه في إطار هذه الصيرورة تسمح للنسق بأن يكون صورة مترابطة وتامة عن المحيط، والتي تدفعه إلى التطور وتلبية حاجياته. تتطلب عملية تشكيل هذه الصورة بالضرورة تفاعل بين الرسائل الموجودة في المحيط والنسق الذي يستقبلها، وبدرجة أكثر دقة عن طريق قيام النسق بمعالجة لهذه الرسائل 15. هذه الصيرورة التفاعلية تكون بمثابة العملية المستمرة لحفظ التوازن، فالمؤسسة كنسق عليها المحافظة على توازنها من خلال عملها المستمر لفهم المحيط والتفاعل معه، بما يسمح لها من تحقيق ديمومتها.

ب - قيمة المعلومة:

«إن امتلاك المعلومة لا يكون ذا أهمية إلا إذا كانت قيمتها أعلى من تكاليفها» 16 ويمكن حساب تكاليف المعلومة بناء على ما يتم من تكاليف بشأن الحصول عليها من خلال عمليات البحث، والمعالجة والتخزين، وعلى العكس فإنه لا يكون للمعلومة قيمة في المطلق، وإنما تكتسب هذه الأخيرة قيمتها انطلاقاً من الاستعمال الذي يتم بشأنها. ففي خضم اتخاذ القرار، فإن قيمة 17 المعلومة يمكن تقديرها بناء على:

- قوتها في التقليل من الشك الذي يكون عليه صاحب القرار.

- مدى أهميتها في تغيير أو تعديل القرار قبل اتخاذه.

- قدرتها على تجنب تكاليف الخطأ.

فقيمة المعلومة ترتبط بنوعيتها أي بتعبير آخر بمنفعتها وصحتها وتوفرها. أما بالنسبة للمسیر فإنه غالباً ما يقدّر ما إذا كانت المعلومة المقترحة تستحق التكلفة المطلوبة للحصول عليها. فمدير التسويق مثلاً لا يمكنه دفع أي مبلغ من المال لأجل الحصول على دراسة للسوق من قبل مستشارين، ولكنه يدفع مبلغاً يكون أقل من الأرباح التي يمكن أن يجنيها من وراء هذه المعلومة التي توفرها الدراسة.

ففي سياق المؤسسة تتعدى نوعية المعلومة مجرد النظر إليها نظرة تقنية -كما أكدتها النظرية الرياضية «لويفر» «وشانون» «Shanoun et Weaver» حيث ترى النظرية إن المشكل الأساسي للاتصال يركز على وصول الرسالة المرغوب فيها من المرسل إلى المستقبل من دون تحريف -18 بل تأخذ قيمة المعلومة بعين الاعتبار ما تحمله المعلومة من معنى في إطار سياق معين، وفاعلية الرسالة المنقولة، ووقتتها بالنسبة لأفعال اتخاذ القرار. فقد تكون الرسالة مؤكدة وذات دلالة ولكنها غير ذات فاعلية عندما يتم الحصول

عليها في وقت متأخر 19 وهنا يتم التأكيد على أهمية وجهة نظر «ويفر» «Weaver» إذ ينبغي نقل الرسالة الدالة التي تسمح بالتصرف الحسن واتخاذ القرار الأنسب. كما أن قيمة المعلومة ليست فكرة تقنية محضة ولكنها ذات قيمة اقتصادية 20، والتي تقود إلى طرح ثلاثة أسئلة جوهرية على الأقل:

- قيمة المعلومة من أجل من؟ هل هي القيمة بالنسبة للفرد أو المجموعة أم بالنسبة للتنظيم كالمؤسسة مثلاً؟

- من يقوم بتحديد القيمة؟ ومتى؟ هل المستعمل هو الذي يقوم بتحديد قيمتها أم شخص آخر؟ هل يتم تحديد القيمة قبل الحصول على المعلومة؟ أثناء الحصول عليها أو بعد الحصول عليها؟

- ما نوع القيمة التي يجب اعتباره؟ هل هي المقدرة من قبل المستعمل؟ أم هي قيمة التحسن في فاعلية المستعمل؟

أما بالنسبة لقيمة المعلومة من أجل من؟ فإن قيمة المعلومة تحدد من أجل الفرد أو الجماعة وذلك بحسب المرجعية التفضيلية، هذه المرجعية تتكون من قائمة من خصائص المعلومة والتي يمنح الفرد أو الجماعة لكل منها اهتمام معين، أي مستوى معين من الأفضلية. وبذلك فمعرفة المرجعية التفضيلية لمستقبل المعلومة، تعتبر ضرورية لتقييمها فإذا كان مستقبلها فرداً، فإن هذه المرجعية يمكن تحديدها بمسائلة مباشرة للفرد، أما إذا كان المستقبل جماعة فإن المرجعية لا يمكن أن تكون موحدة إلا إذا كانت هذه الأخيرة مفروضة من قبل سلطة معينة، وفي حالة عدم وجود هذه السلطة فإنه ينبغي فصل الأفراد الذين يشتركون في المرجعية عن غيرهم.

من يمنح أو يحدد هذه القيمة للمعلومة؟ تنعكس شخصية القائم بالتقييم مباشرة على تفسير نتائج التقييم، ولذلك فعملية تحديد القيمة ينبغي أن يقوم بها أعوان من خارج المشروع فعندما يقوم مستعمل المعلومة بتقييمها، فإن هذا الأخير يتأثر بالنظرة الشاملة عن المعلومات التي تكون المؤسسة بحاجة إليها، وقد يهدف تقديره إلى محاولة تحسين جزء معين من النظام، في حين لو يكون التقييم من خارج المؤسسة، فإن الخبير يمكنه أن يسمح بتقييم المعلومات بشكل يجعل منها مفيدة للنظام ككل.

ما نوع القيمة التي يجب اعتبارها؟: بحسب طبيعة كل نظام، فإنه يتم الاعتماد على المعرفة المرجعية التفصيلية لمستقبل المعلومة، والأخذ بعين الاعتبار العوائق التي يمكن أن تنجم عن الميزانية، أو عن الوقت، فعلى القائم بتقييم قيمة المعلومة أن يأخذ في تقديره أحد القيم الثلاث التالية: القيمة الواقعية، والقيمة الحقيقية، والقيمة الذاتية.

أما القيمة الواقعية فتعرف على أنها الفائدة التي يجنيها المستعمل أي متلقي المعلومة، أي الفائدة التي يحصل عليها مباشرة من خلال استغلاله للمعلومة، وتنشأ هذه القيمة من

التجربة الواقعية ومن حساب الفارق بين فاعلية وأداء المستعمل من دون المعلومة، وعند حصوله عليها. والملاحظ هنا أن تقييم المعلومة يهتم بالقيمة المضافة التي يمكن أن نعطيها للمعلومة، في حين يتجاهل المقابل المرتبط بتكلفة الحصول عليها. وبخصوص القيمة الحقيقية (الطبيعية)، فتحدد بنفس طريقة تحديد القيمة الواقعية، فالفاعلية في حضور أو غياب المعلومة تقدر مسبقاً. أما القيمة الذاتية فعلى العكس من القيمتين السابقتين فهي ذات طبيعة ذاتية، تأخذ بعين الاعتبار تفضيل المستعمل بالنظر إلى المعلومة، وكذا اتجاهاته بالنظر إلى الخطر المحدق به في وضعيته كمتخذ للقرار. وإذا كان ينبغي للمعلومة أن تلعب دوراً في الاقتصاد، فهذا يعني أن لها قيمة تؤهلها لذلك ولكي نفهم جيداً ما يعطي قيمة للمعلومة، فيعني ذلك المسك بالبراهين التي تسمح بإقناع أصحاب القرار للاستثمار في صيرورة إنتاج المعلومات، ويعني أيضاً مسك الوسائل التي تجعل منها مادة اقتصادية قابلة للاستغلال.

وفي هذا الشأن تشير «ماير» «Mayere» إلى أن المعلومة تكتسب قيمتها إنطاقاً من العوامل الثلاثة 21 يتعلق الأول منها بالأثر النفعي للمعلومة، والذي يمكن تعريفه على أنه أساسي وقاعدي لكل معلومة وهو يقوم على التقليل أو التخفيض من الشك لدى مستعملها. ولأجل توضيح ذلك تعطي «ماير» «Mayere» مثلاً على ذلك: تعلم مؤسسة ما بأن أحداً من منافسيها قد قام بإبداع تكنولوجيا جديد، أو أنه غير من نمطه التجاري. وعلمت أيضاً أن المعايير التقنية الخاصة بمنتجاته قد تغيرت، هنا تكون المؤسسة قد اكتسبت معلومات، وهنا تواجهها حالة من الشك. بالنسبة للملاحظ الخارجي فإن الخطر المحدق بنظام المؤسسة قد انخفض، كون أن المؤسسة أصبحت على معرفة تسمح لها بدمجها ضمن إستراتيجيتها، ولكن نظام اتخاذ القرار بالنسبة للمؤسسة يسجل بداية وقبل كل شيء تزايد في الشك.

فعندما تقوم هذه المؤسسة بتغيير كلي أو جزئي في بنيتها، وفي تنظيمها وفي نشاطها من أجل التحكم في الشك أو التقليل منه، هنا تقوم المؤسسة بدمج المعلومات المحصل عليها، كمعلومات مصدر في صيرورة استعمال والتي تعتبر صيرورة إنتاج. يكون المنتج فيها عبارة عن مجموعة من القرارات، التي تسمح بتوجيه التصرف. وهنا نلاحظ أن ليست المعلومات في حد ذاتها التي تقلل من الشك لدى المؤسسة، ولكن ما يسمح بذلك هو الاستعمال الذي يتم على هذه المعلومات الجديدة المتحصل عليها. وعلى هذا الأساس فإن التقليل من الشك لا يتحدد بالمعلومة في حد ذاتها ولكن من قيمة استعمالها والمرتبطة بمستعملها وما يفعله بها.

أما الوجه الثاني فيتعلق بالوصول للمعلومة، وهو مرتبط بسهولة الوصول للمعلومة وتحديد مصادرها الدائمة، والوسائل الضرورية للحصول عليها. وآخر الأوجه التي

حددتها «ماير» «Mayer» كأساس لقيمة المعلومة هو فاعليتها وهي تخص بشكل من الأشكال المردودية الناتجة عن استعمال المعلومة من قبل المؤسسة، والمرتبطة بقدرة المؤسسة على معالجة المعلومات، وكيفية حفظها، وتخزينها لاستعمالات بعيدة. وبناء على دمج الخصائص أو الأوجه الثلاثة للمعلومة والتي تؤسس لقيمة استعمالها في الاقتصاد الحديث يمكن إضافة بعض التوضيحات التي قدمتها «ماير» «Mayere» - لا يمكن للتوافق الخاص أن يشمل إلا نوعا بسيطا من المعلومات وخلال مدة محددة

(مثال، براءة الاختراع، الأسرار،... إلخ)

- ترتبط قيمة استعمال المعلومة بفترة زمنية خاصة بها وليست دائمة

- قيمة استعمال المعلومة ليست مطلقة، ولكنها مرتبطة بمستعملها

- توزيع المعلومة لا يقتضي بالضرورة توزيعها على حالتها بل يتطلب أن تكون

قابلة للتحليل والقراءة، ومفهومة بالنسبة للنسق²².

وفي الأخير يمكن اعتبار أن أفضل وسيلة أو طريقة لحفظ المعلومة من ضياع قيمتها

هو تجديدها، فالنسق عليه أن يؤمن الإنتاج المتواصل للمعلومة.

في حين تعتبر المعلومة بالنسبة «لامري» «Emery» موردا اقتصاديا، متوفرة

في التنظيمات كغيرها من الموارد لها قيمة وتكلفة، وهي تخضع لقانون المردودية

المتناقصة، فبعد حد معين، فإن التزايد في المعلومة يقلل من الناتج الصافي²³. ولكن

السؤال الذي يطرح في هذا الشأن، هو هل يمكن اعتبار المعلومة موردا كباقي الموارد

الأخرى في المؤسسة؟ أي كالموارد البشرية، المواد الأولية، والطاقة، وغيرها من

الوسائل التي ينبغي للمؤسسة أن تتوفر عليها لإنتاج القيمة المضافة.

ينقسم الباحثون في النظر إلى المعلومة من زاوية تمثيلها بالموارد الأخرى في

المؤسسة إلى صنفين، الصنف الأول²⁴: يرى بأن المعلومة لا تختلف عن الموارد

الأخرى وهم يحددون زوايا أو أوجه تشابه المعلومة مع الموارد الأخرى فيما يلي:

- يمكن الحصول على المعلومة بتكاليف محسوبة ومحددة.

- تحمل المعلومة قيمة محددة يمكن حسابها ومعالجتها.

- يمكن تكميم استهلاك المعلومة.

- يمكن الاستعانة بتقنيات المحاسبة وتقنيات حساب التكاليف لتطبيقها على المعلومة

ومراقبة حساب تكاليفها.

- للمعلومة خصائص يمكن تحديدها وقياسها.

- للمعلومة دورة حياة واضحة: تحديد الحاجات، ثم الجمع ثم النقل ثم المعالجة،

فالتخزين، فالتوزيع، ثم الاستعمال، فالتخلص منها.

- يمكن للمعلومة أن تحول وتكرر كمثال المادة الأولية (بنوك المعطيات) يمكن

تحويلها إلى منتجات تامة (تقارير منشورة).

أما الصنف الثاني 25 فيرى أن المعلومة لا يمكن مماثلتها بالموارد الأخرى كون أنها لا تظهر في التقرير المحاسبي للمؤسسة، كما أن استهلاكها لا يؤدي إلى تقليلها. ولذلك فلا ينبغي تقييمها بنفس شكل تقييم الموارد الأخرى للمؤسسة. ولهذا الغرض يضع أصحاب هذا الصنف ستة خصائص خاصة بالمعلومة تجعلها لا تصنف كباقي الموارد الأخرى وهي:

- المعلومة قابلة للتجدد فهي تستجيب بالدوام للاستعمال من دون أن تفقد من قيمتها.
- قابلية المعلومة للضغط، فهي قابلة للتأخير والدمج.
- المعلومة يمكن أن تعوض موارد أخرى.
- المعلومة توزع ويمكنها الإفلات من قبضة المراقبة والسرية.
- المعلومة قابلة للنقل افتراضيا وعلى الفور.
- المعلومة قابلة للتقاسم، وليس للتبادل، يمكن تقديمها وأخذها في آن واحد، فمن الصعب إذا التحكم في المعلومة سواء بالنسبة لمالكها أو للراغب فيها، وهو ما يجعلها مختلفة عن الموارد الأخرى التي يمكن السيطرة عليها²⁶.
- كما يقدم أصحاب الاتجاه جملة من الخصائص التي تجعل من المعلومة مختلفة عن الموارد المادية الأخرى في المؤسسة وتقوم هذه الخصائص على ما يلي:
- **قيمة المعلومة:** فعلى العكس من الموارد المادية فإن المعلومة ليس لها قيمة كمية وليس لها قيمة في حد ذاتها، في حين أن قيمتها ترتبط بالسياق الذي تستعمل فيه، ويكون من الصعوبة بما كان تحديد قيمتها من قبل ومعنى القيمة هنا يختلف عن التكلفة.
- **استهلاك المعلومة:** على عكس الموارد المادية فالمعلومة لا تتعرض للتلف، كما أنها لا تضيق لما تقدم للآخرين بالرغم من أن نفعها في بعض الأحيان قليل، إضافة إلى ذلك فإنها لما توزع فإنها تتعدد.
- **آلية المعلومة:** فالمعلومة لا تتراكم بصفة جامدة فهي تنتج فعل آلي في النظام الذي تتغلغل فيه، فهي تنظم تغير وتنقل.
- **دور حياة المعلومة:** فالمعلومة ليس لها دورة حياة ثابتة ومحددة مسبقا، كما لا يمكن تكهن الاستعمال الذي يمكن أن يحدث عليها.
- **فردانية المعلومة:** تأخذ المعلومة أشكالا مختلفة (مكتوبة، شفوية،... إلخ) فهي توجد في الأشكال التي يفرضها سياق ظهورها.

كما أن هناك جملة من الخصائص التي استعملت في الأدبيات الأكاديمية لتبيين أي المعلومات تكون المؤسسة بحاجة إليها، من أجل ضمان تنافسيتها، وفعاليتها، فالباحثون يتحدثون على حد سواء عن النوعية أو الثراء أو القيمة أو الاستعمال الخاص للمعلومة،

فقيمة المعلومة تنبع من قدرتها على تقديم فهم جديد وجوهري في زمن محدد، وبتعبير آخر فإن المعلومة غنية إذا ما كانت قادرة على تقديم شيء جديد في زمن محدد حول موضوع معين، كما أن ثراء المعلومة ليس معروفا مسبقا ولكنه مرتبط بالأساس بمستعملها (سواء كان شخصا أو مؤسسة) الذي يقوم بجمعها واستعمالها.

فقيمة المعلومة ليست محمولة في ذاتها ولكنها تنشأ من الاستعمال، ومن السياق الذي توجد فيه فالمستعمل يعتقد أن المعلومة لها قيمة ونفع إذا ما كانت تحمل دلالات أو رسائل وجيهة وقيمة وذات علاقة بالنشاطات و المشاكل في المحيط الذي يكون فيه.

ج- دور المعلومة:

بعدما تم التعرض إلى مختلف الأدبيات التي عرضت إلى قيمة المعلومة يمكن القول أن قيمة المعلومة تسمح لها أن تلعب دورا في النسق أو التنظيم مهما كان، وهو الأمر الذي سيتم التعرض بشأنه إلى بعض وجهات النظر العلمية، فلقد تبين أن المعلومة تأخذ أهميتها وقيمتها من خلال الاستخدامات، والاستعمالات التي تتم عليها، مما يجعلها المادة الأولية لأي عملية اتخاذ قرار في المؤسسة. ومن هنا يتطلب الأمر إبراز الأدوار المهمة التي يمكن للمعلومة أن تلعبها في المؤسسة. في هذا الإطار يفرق كل من «Robert Reix et Michel Chobron» بين أربعة أدوار للمعلومات²⁷.

- **المعلومة كمرتكز لصيرورة التسيير:** (صيرورة التمويل، وتسيير الطلبات،...) هي جملة من النشاطات.

والقرارات المنسقة والمتصلة لأجل تحقيق الأهداف المسطرة من طرف المؤسسة، وكل صيرورة هي في ذاتها منتج للمعلومة وتتطلب مصادر للمعلومات لأجل أن تنفذ، فعلى هذا الصعيد فإن المعلومة تقوم بالأدوار التالية:

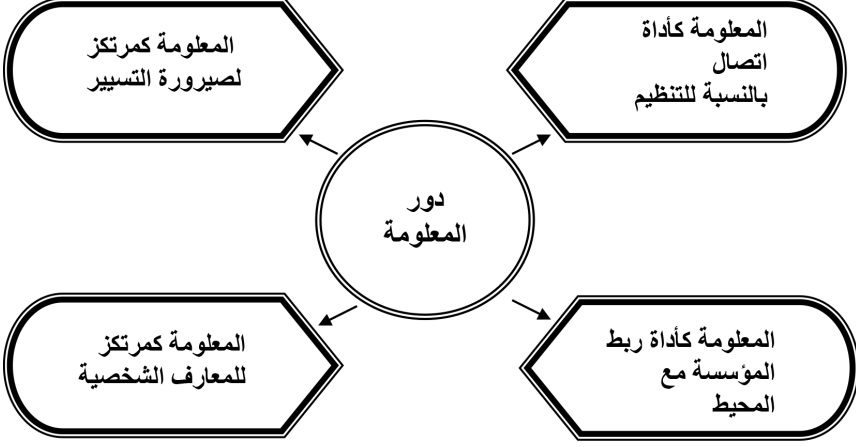
- ضمان تحديد ومراقبة الأهداف الموكلة لمختلف الأنظمة الفرعية للمؤسسة.
- ضمان التنسيق بين الأفعال، بهدف الربط الشامل في مختلف المراحل الزمنية.
- ضمان متابعة النشاطات و السماح بتقييم الفاعلية في أداء المسؤولين²⁸.
ومن بين هذه المعلومات تشير إلى المعلومات المحاسبية والمالية والتي تحتل مكانة جوهرية.

- **المعلومة أداة اتصال في التنظيم:** فتبادل المعلومة يضمن التنسيق بين أنشطة مختلف أجزاء المؤسسة كتتنظيم لتحقيق أهدافها.

- **المعلومة كمرتكز للمعارف الشخصية:** إن ذكاء المؤسسة يقوم على ذكاء الأفراد الذين يمثلونها.

- **المعلومة كأداة ربط للمؤسسة مع المحيط:** سواء كان المحيط الخارجي عن طريق

تدخل المعلومة في تكوين صورة متكاملة عنه، أو المحيط الداخلي إذ تعتبر المعلومة عاملا مهما للترابط الاجتماعي وتحفيز المستخدمين.



الشكل رقم 02 يوضح الدور المنوط بالمعلومة كما قدمها كل من

Robert Reix et Michel Chobron

د- أنواع المعلومات:

قدمت الأدبيات الأكاديمية في هذا الشأن جملة من الأنواع والتصنيفات واعتمدت في ذلك على جملة من المحددات فمنها ما يعتمد على المصادر ومنها ما يعود إلى طبيعة وصيرورة اتخاذ القرار ومنها ما يعتمد على المعلومة في هذا السياق حددت «أن ماير» Mayere Anne ثلاثاً أنواعاً للمعلومات: 29:

- **المعلومة-المنهجية:** وهي تشتمل على الصيرورات القاعدية للعمل، والتي تقوم على الخبرة المهنية، والتي تنظم عملية الإنتاج، كالمعلومات الضرورية لإعداد وضعيات محاسبية، وتلك التي تسمح بمراقبة سلسلة الإنتاج... إلخ.

- **معلومات البناء:** وهي التي تسمح بالتنظيم اليومي للإنتاج والتوزيع، فبعدما تتم عملية وضع وتحديد التوجيهات الإستراتيجية الكبرى، فإن معلومات-البناء تمثل الذاكرة النشطة التي تعمل على التشكيل والتنظيم المادي للتوجيهات الإستراتيجية المحددة سلفاً. وهي تتغذى من قاعدة الهرم أي من المعلومات السابقة، كما تعيد إرسال توجيهات معلوماتية لأجل الإنتاج ونشير إلى أن هذا النوع من المعلومات تخضع إلى صيرورة مبرمجة يكون فيها مجال الشك قليل أو منخفض.

- **المعلومات-القرار:** فهي تعتمد بالأساس على معطيات غير مؤكدة، ولذلك يحضر

الشك والريب في هذا النوع من المعومات بأكثر ثقل، وفي نفس الوقت فعلى أعلى مستوى من هرم المسؤولية في المؤسسة يتطلب الأمر وضع حد أو تخفيض للشك بأكبر قدر ممكن. فالمعلومات على هذا المستوى تثير صاحب القرار عندما يكون لها دور في تدعيم وتقوية قاعدة الموارد الداخلة في اتخاذ القرار، ولذلك وكما سبق وأن ذكرنا فإن عملية اختيار المعلومات لاتخاذ القرار تعتمد على قيمتها من حيث قدرتها على تقليص الشك وتأثيرها في القرار ونتائجه.

وحسب «جون لوي لوموان» «JEAN Louis le Moine» فإنه يمكن تقسيم المعلومات بحسب طبيعتها وبحسب مصادرها، أما أنواع المعلومات بحسب طبيعتها فهي تنقسم إلى ثلاثة 30 هي:

- **المعلومات القياسية:** وتخص المعلومات الدقيقة والمفصلة وتعريفها يقود إلى فكرة التدقيق وإلى القياس، كما هو الشأن بالنسبة للمعطيات ومعلومات الإنتاج (الحجم والقيمة).

- **المعلومات البنائية:** وهي تعرف بالنسب إلى بنية ذات أبعاد عديدة، كالحسابات المستعملة في التحليل المالي فهي تقدم معلومات بنائية غنية ولكنها معقدة وصعبة الفهم.

- **المعلومات الاختيارية:** يحصل عليها عن طريق الاختيار من خلال مجموعة المعلومات المتوفرة أو الموجودة.

أما عن أنواع المعلومات بحسب مصادرها فهي 31:

- **المعلومة الحتمية:** تأتي إلى المؤسسة بشكل نظامي كون أنها تخص تبادلاتها المعتادة مع المحيط: كالطلبات، الشيكات، والتوصيات، ودفع الأجور للعمال...إلخ.

- **المعلومات النمذجة أو النمطة:** يتم إنتاجها من قبل المؤسسة وهي بمثابة نماذج خاصة تستعمل بكثرة، كمعدل التغيب، والهامش الربحي، وسرعة تجديد المخزون...إلخ.

- **المعلومات العشوائية:** تأخذ بعين الاعتبار بطريقة غير محددة، بحسب الحالة أو الوضعية، وبحسب حاجات اتخاذ القرار أو إجماليا بالصدفة، كمعدل الربح وقوة المنافس، والسعر المطبق في السوق،...إلخ.

ويبقى التصنيف الثلاثي لأنواع المعلومات قائما عند «ليسكا» «H.Lesca» حيث يرى أنه يمكن تقسيمها 32 إلى:

- معلومات يتم إنتاجها من قبل المؤسسة ولصالح المؤسسة.

- معلومات من خارج المؤسسة ومستعملة من قبل المؤسسة.

- معلومات من إنتاج المؤسسة يتم توجيهها إلى خارج المؤسسة.

وكل من هذه الأنواع الثلاثة حسبته تتكون من نوعين آخرين وهما: معلومات النشاط ومعلومات التأقلم.

- **معلومات النشاط:** وهي تلك المعلومات النافعة للمؤسسة لضمان سيرها الحسن. وهنا يكون حجم المعلومات المنظمة (تلك التي تكون مكتوبة: ميثاق، ندوة، كتب،... إلخ) جد مهم.

- **معلومات التأقلم:** وهي تلك التي تسمح بالعيش معا وفي علاقة مع الآخرين والتي تسمح بالتأثير على سلوكياتهم. ويعتبر هذا النوع من المعلومات بمثابة الإسمت الذي يربط التنظيم. ويعتبر هذان النوعان من المعلومات أساسيان لضمان بقاء وتطور المؤسسة.

وبشأن النوع الأول من المعلومات التي تنتجها المؤسسة لصالحها فإنها تشتمل على معلومات للتأقلم تسمح بما يلي:

- إنها تقدم معنى للعمل و للحياة في العمل، أي بمعنى معرفة منفعة ما نقوم به، وكيف يمكننا التمتع بالنسبة للآخرين داخل المؤسسة.

- كما تسمح بالتأثير على سلوكيات الأفراد لأجل تسييرهم نحو هدف مشترك، ولتسهيل جمع جهود الأفراد نحو نفس الهدف.

وبدون معلومات تأقلم لا يمكن الحديث عن تنظيم مستدام ولا عن مؤسسة وبالتالي، فإن عملية تسيير وإدارة هذا النوع من المعلومات يعتبر رأسمال حقيقي. أما بالنسبة لمعلومات النشاط في هذا الشأن أي ضمن النوع الأول من المعلومات فإنها تشتمل على كل المعلومات الضرورية لأجل البدء في العمل، وتنفيذ ومراقبة عمليات سير المؤسسة كإعطاء أوامر الإنتاج، الأخذ بعين الاعتبار طلبات الزبائن،... إلخ.

أما عن المعلومات التي يتم إنتاجها من طرف المؤسسة وتوجيهها إلى الخارج، فإن معلومات التأقلم تأخذ ضمنها أهمية بالغة خصوصا مع تطوير علاقات الشراكة بين المؤسسات، إذ ينبغي على المؤسسة هنا أن تقوم بالتأثير على سلوكيات الفاعلين الخارجيين، أما معلومات النشاط فهي تمس كل التبادلات التي تتم مع المتعاملين الخارجيين: كالشراء، والبيع،... إلخ.

وعن النوع الأخير من المعلومات التي يتم استقائها من المحيط واستغلالها من قبل المؤسسة، فهي تعني الاستماع إلى المحيط، بل والقيام بالاستماع الهادف بطريقة تسمح بالفهم الجيد حتى لا تتاح الفرصة للمفاجئة. وهذا النوع من المعلومات ضروري جدا لأجل بناء الإستراتيجية.

أما معلومات النشاط ضمنها فهي كل ما ينتج من خلال العمليات المنتظمة التي تقوم بها المؤسسة كالحصول على طلبات الزبائن، الوثائق والمستندات التي يقدمها الممولون... إلخ.

كما قدم «إمانويل بتيرون» «Emmanuel Pateyron» تصنيفا للمعلومات حيث

ينظر إليها من زاوية التسيير 33 فهي تمثل خاصية لا يمكن الاستغناء عنها وهو بهذا يصنفها إلى:

- **معلومات التطور:** مثل معلومات حول التشريع الحالي، معلومات حول الأنماط الجديدة للإنتاج، والمعلومات حول المنافسة والمعلومات التجارية... إلخ وهي معلومات ضرورية لتطور المؤسسة فهي تسمح لها بالتأقلم مع المستجدات والتغيرات كما تسمح لها من جانب آخر بالتنبؤ، أو ترقب، أو تكهن التطورات الضرورية سواء على مستوى المنتجات أو على مستوى النوعية أو على مستوى العلاقة مع الزبائن.

- **معلومات التأثير:** وهي مشابهة لمعلومات التأقلم التي تم التطرق لها آنفاً، وهي تهدف إلى التأثير على الفاعلين الداخليين والخارجيين للمؤسسة. وبخصوص التأثير على الفاعلين الداخليين يمكن ذكر الجرائد والمجلات الداخلية، والمذكرات المصلحية... إلخ. أما بالنسبة للفاعلين الخارجيين فيمكن الإشارة إلى الإشهار والتقرير السنوي ومقالات الجرائد... إلخ.

كما قدم «فرانسوا جاكوبياك» «François Jakobiak» تصنيفاً لأنواع المعلومات يقوم على فكرة نفعية المعلومة حيث يرى هذا الأخير أن المؤسسة تتعرض لسيل من المعلومات وهو سيل شامل ودائم لمجموعة من الرموز التي يتم استقبالها 34، ولذلك فهو يقدم النوع الأول من المعلومات وهي:

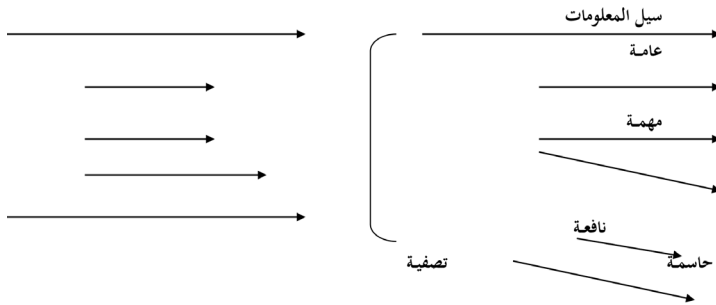
- **المعلومات العامة:** والتي يقول أن على المؤسسة أن تقوم بعزلها من ضمن هذا السيل من المعلومات وهي كل المعلومات التي لا يكون لها علاقة مع موضوع وهدف المؤسسة. وهي معلومات خطيرة من حيث لا وظيفتها. وعند التخلص من هذه المعلومات العامة يبقى أن تقوم المؤسسة باستخراج النوع الثاني وهي المعلومات المهمة.

- **المعلومات المهمة:** حيث أن خاصية الأهمية مرتبطة بالمعلومة في ذاتها، ومستقلة في أهميتها عن مستعملها. فهي معلومات مهمة سواء لأنها ذات نوعية، أو لأنها تشبع فضولاً فكرياً أو لأنها تخص بشكل غير مباشر محيط المؤسسة، كما أن هذه المعلومات وإن لم تكن نافعة في وقت معين فإنها ستكون نافعة في وقت آخر. ولذلك فلا ينبغي تضييعها ولكن ينبغي تخزينها وأرشفتها والاحتفاظ بها في الذاكرة.

- **المعلومات النافعة:** ترتبط خاصية النفع هنا بالمستعمل وليس بالمعلومة في حد ذاتها، فما يكون نافعا لهذا قد لا يكون كذلك بالنسبة للآخر. وببساطة فإن النفع هو ما يسمح بالربح، أو يبعد عن الخسارة سواء تعلقت هذه الأخيرة (الخسارة) بالوقت، أو بالمال، أو بالمعرفة أو بالفاعلية في العمل، وفي اتخاذ القرار. فالمعلومات النافعة هي تلك التي تكون بحاجة إليها، وهي مرتبطة بالمشروع وشخصية مستقبلها وقدراته، فالمستقبل مستعمل المعلومة هنا هو السيد في تجسيد الفائدة من وراء هذا النوع من

المعلومات.

- **المعلومات الحاسمة:** تعتبر المعلومات النافعة جد كثيرة ولذلك ينبغي استخلاص أو استخراج المعلومات الحاسمة منها، وهي حاسمة لأنها ترجح الكفة في الأخير. فإذا كانت المعلومات مهمة، ولكن هذه الأهمية لا ينجم عنها أي تغير ولا تسمح بالقيام بالحكم ولا إلى ترجيع قرار معين في الصالح المرغوب، فإنها لا يمكن أن تكون عامل حاسم للنجاح.



الشكل رقم 03 يبين نموذج تصنيف المعلومات حسب Jakobiak

أما ثلاثية «هنري دو» «Henri Dou» في نظريته للمعلومات فهي تعتمد على طبيعة الطلب أو الحاجة سواء كانت إستراتيجية أو تكتيكية أو عملية:

- **المعلومات العملية:** وهي حسب «هنري» غالبا معلومات مطلوبة جدا أو دقيقة يختص بها الذين يشتغلون بالبحث.

والإنتاج، والذين يريدون إنهاء عمل محدد، ومثال ذلك معرفة معايير جديدة للإنتاج. - **المعلومات التكتيكية:** وهي أقل دقة تسمح بالتوقع، أي ما يمكن أن تكون عليه المؤسسة مقارنة مع مجموعة المعارف، والمنتجات العلمية الراهنة، والمخابر، والمؤسسات الأخرى. وهي معلومات تقدم جملة من المؤشرات حول القوة والضعف في الحاضر. و ذات أهمية ونفع بالنسبة للذين يسيرون المشاريع أو يطورونها أو يضعون حيز التنفيذ مديريات جديدة للبحث والتطوير.

- **المعلومات الإستراتيجية:** وهي معلومات تسمح بتوسيع وتدقيق معارف المؤسسة حول محيطها كما تسمح بتقوية قدراتها للاستجابة للتهديدات والمنافع.

وإذا كان البحث لا يهدف إلى مناقشة مجموعة العناصر التي تمثل الوظائف الإدارية في المؤسسة والتي عرضها التراث العلمي، كالتخطيط، التنظيم، الإعلام، التوجيه، الإنتاج، التكوين، التسيير والمراقبة... إلخ، فإن اتخاذ القرار يظل يمثل نشاطا مرتبطا

بكل هذه الوظائف بما يسمح ضمنها من تحديد الأهداف ورسم السياسات للمؤسسة. ليصبح اتخاذ القرار جوهر الوظائف الإدارية.

كما أنه لا يمكن تصور بأي حال من الأحوال وجود مؤسسة من دون أهداف ولا وسائل سواء مادية أو لا مادية فكل مؤسسة إلا وتقوم على تحديد مسبق لغاية تسعى إلى تحقيقها من خلال الوسائل المتاحة وفق تقديرات زمنية محددة، وهنا تكون المؤسسة تنظيماً ذكياً يقوم بالتفكير الابتكاري لوضع إستراتيجيات الوظائف المفضلة ضمن إستراتيجية متكاملة. فالمؤسسة إذن يمكن تشبيهها بالكائن الذكي الذي يسعى إلى بلوغ أهدافه من خلال اعتماد القرارات الأنسب لمواجهة الواقع في ضوء استعراض عدد من البدائل المتاحة يتم المفاضلة بينها، ونكون هنا بصدد التأكيد على أهمية مفهومي الإستراتيجية واتخاذ القرار في المؤسسة، ما يسوق فيما يلي إلى إبراز أدوار المعلومة في المؤسسة من خلال ربطها بمفهوم الإستراتيجية وعملية اتخاذ القرار.

هـ- المعلومة والإستراتيجية في المؤسسة:

يعرف «كلوزفيتز» «Clausewitz» الإستراتيجية «على أنها فن استغلال القدرات للوصول إلى الأهداف المسطرة 35». ونظراً لميلاد هذا المفهوم في أحضان الجيوش، فإن المعلومة تبقى دائماً بالنسبة للإستراتيجية العسكرية الاستهلال لبنائها بشكل فعال. فغير المعروف هو عنصر مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالحرب، إذ تهدف المخابرات بالدرجة الأولى إلى تبديد الضبابية في الحرب، عن طريق جمع أكبر قدر من المعلومات، فالمخابرات ينبغي أن تتعرف على ما يمكن أو ما يريد العدو القيام به لأجل الإعداد لمجابهته، ولذلك فعليها أن تجمع أكبر قدر من المعلومات عن العدو حتى يتسنى تحاشي ضرباته ولا يمكن أن تكون الجاهزية بالصدفة وينبغي الالتزام بسرية المشاريع أطول فترة ممكنة. وإذا عدنا إلى تطبيق مفهوم الإستراتيجية على المؤسسة، فإنه يمكننا الإشارة إلى المعادلة العامة للإستراتيجية المتمثلة فيما يلي:

$$S = K.M.F.T \quad 36 \quad \text{س = ك.و.إ.ت}$$

وهذه الرموز محددة كما يلي:

(S): س = الإستراتيجية

(K): ك = عامل خاص يتغير بتغير المؤسسة

(M): و = الوسائل (المادية وغير المادية)

(F): إ.ج = عامل اجتماعي (الأحاسيس، الانتماء، الاكتساب، اللاوظيفية، القدرة

على التعبئة... إلخ)

(T): ت = عامل الوقت

وبتحليل مفهوم الإستراتيجية وتطبيقه على واقع المؤسسة، فإن مفهوم القدرات فيها

يأخذ معنى المواد البشرية والمالية والتكنولوجية وغيرها من قدرات المؤسسة، وهو ما يقتضي أن هذا الطرح يضع في الحسبان المعلومات كغاية مثلى من خلال القدرات الواجب استغلالها سواء تعلق الأمر بالوسائل المادية أو اللامادية والعامل الاجتماعي وعامل الوقت وسوف نأتي إلى توضيح العلاقة الموجودة بين المعلومة وهذه العوامل المحددة للإستراتيجية فيما يلي:

- **التحكم في عامل الوقت:** ويقوم على:

- المعلومات التاريخية
- المعلومات الظرفية الحالية
- المعلومات المرتقبة
- المعلومات المستقبلية

فكل معلومة سواء كانت مالية، تكنولوجية... تصبح بفعل الزمن عملية، وبدون الأخذ بعين الاعتبار عامل الزمن يمكن للمعلومة أن تفقد بعضاً أو كل قيمتها³⁷.

- **التحكم في العامل الاجتماعي:** يعكس العامل الاجتماعي درجة الترابط الإنساني

داخل وخارج المؤسسة بالنسبة للمحيط السياسي والاجتماعي للمؤسسة وهو يقوم على:

- المعلومات النفسية الاجتماعية
- المعلومات الاجتماعية و السياسية
- المعلومات النقابية

فالنقاش مع النقابة مثلاً بشأن تسريح العمال أو توقيف بعضهم أو القيام بعملية الخصخصة تتطلب المعرفة الدقيقة بهذا العامل الاجتماعي وهذا النوع من المعلومات عن العامل الاجتماعي يأتي من خلال المعرفة الدقيقة للواقع³⁸.

فمن الأهمية بما كان معرفة الاتجاهات الدينية للخصم، وثقافته، وميولاته، واهتماماته إضافة إلى مستواه التكويني، معرفته بالملف الذي يثار بشأنه النقاش، ومعرفة قدرته على الضغط سياسياً أو صناعياً، والتلاحم الداخلي، وقدرة النقابة على التعبئة، وبتعبير أشمل كل المعلومات التي تسمح بتحديد عوامل النجاح والفشل ضمن محيط المؤسسة.

- **التحكم في عامل الوسائل:** وهو العامل الأكثر بدهاة ويقوم على:

- المعلومات التكنولوجية
- المعلومات التجارية
- المعلومات التنظيمية
- المعلومات المالية³⁹

فالمعلومات التكنولوجية والتجارية والتنظيمية والمالية تقدم للمؤسسة مساعدة وفائدة

منقطعة النظر في خضم الجو التنافسي والحرب الاقتصادية، ولهذا الغرض نجد أن المؤسسات الأمريكية واليابانية تخصص ما يفوق 3% من رقم أعمالها للحصول على هذا النوع من المعلومات وبالأخص قطاعات الإلكترونيك، والتسلح والطيران والصيدلة⁴⁰.

- التحكم في العامل الخاص: (يتغير بتغير المؤسسة) وهو عامل خاص بالمؤسسة يجعلها متميزة عن غيرها ويتعلق بكل ما يحدد ثقافتها، وهويتها، والتفاف أفرادها حول الهدف المشترك⁴¹.

وانطلاقاً مما سبق وباعتماد المعادلة العامة للإستراتيجية نقول أن هذه الأخيرة تقوم في جملتها على عدد من العوامل التي تعتمد في جوهرها على المعلومات كأساس لها، وهو ما يقود إلى التأكيد على أن المعلومات في الأخير غاية مثلى لقيام أي إستراتيجية في المؤسسة.

و- المعلومة وعملية صنع القرار:

يتعلق الأمر بفهم دور التأثير أو العلاقة مابين الثنائية (معلومة، قرار) إذ تتغذى عملية صنع القرار من جملة المعلومات المتاحة بشأن الموضوع محل القرار، فنوعية المعلومات ترهن نوعية القرار المتخذ، فإذا كانت المعلومة المصدر الإستراتيجي لقيام أي نظام معلومات، فإنها أيضاً تغذي صيرورة اتخاذ القرار بالتنظيمات. فصاحب القرار يرغب في الاقتراب من حقيقة المحيط، وفهمه انطلاقاً من المعلومات المتوفرة لديه، لذا تتحول المعلومة إلى مورد نادر باعتبار الحاجة إليها، وأن إرادة التنظيم في المعرفة الجيدة للواقع والمساعدة على التقليل من الريبة والشك، مرتبطة بشكل كبير بجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات المتوفرة، لتصير المعلومة كرابط بين المحيط المتغير وأهداف التنظيم، لذا أصبحت مراقبة المعلومات رهان حقيقي لاتخاذ القرار، وأثرت المعلومات بعمق في طرق اتخاذ القرار الذي بدا يقوم على الاحتمالية ما بين عدد الفرضيات الإستراتيجية⁴². أصبحت تقوم صيرورة صنع القرار في التنظيمات الحديثة على إنتاج المعلومات المعالجة أكثر فأكثر، وإذا ما سمينا هذه المعلومات المعالجة بالنتائج، فإنه من المهم التذكير بأن هذه النتائج ذاتها كانت نتيجة لعمليات اتخاذ قرار بشأنها.

ويقدر «أوليفي» «Olivier» من وجهة اتخاذ القرار أن أدوار المسير المرتبطة بالمعلومة، ترتبط بقدرته على الظهور في مركز النظام العصبي للمؤسسة، كملاحظ فعال، ومتحدث رسمي وموزع للمعلومات.

وبحسب مقاربات اتخاذ القرار⁴³ فإن التنظيم هو وحده الكفيل لحل المشاكل، من خلال أداة اتخاذ القرار أين تكون الصيرورة التنظيمية الوسيلة المساعدة على ذلك، وأين تتدخل النتائج لتحديد فعالية أو فشل عملية صنع القرار، وتتجلى بذلك عملية صنع

القرار كأحد أهم الصيرورات التنظيمية التي يمنحها المسكرون أهمية في حياة وتطور التنظيمات، و التي تمثل فيها المعلومة دورا أساسيا. كون أن عملية صنع القرار صيرورة لتمثالية، واستعمال المعلومة، ترتبط فعاليتها بمدى ملائمة المعلومة، ووجاهتها، وصحتها، وإمكانية الوصول إليها، كما أن عملية صنع القرار من جانب آخر، هي صيرورة للتمييز، والتحليل، والاختيار، أو المفاضلة ما بين عدد السيناريوهات المقترحة كحلول. ويكون الهدف من عملية التحليل هو تحديد التقنيات الممكنة، والعوامل المساعدة على تحقيق الهدف المرغوب، والتي تبرز كلها وبشكل جلي الدور المهم للمعلومة.

يتضح بناء على ما سبق أن محصلة نتائج أي تنظيم مرتبطة بفعالية نجاح أو فشل صيرورة اتخاذ القرار به، و بالتالي بمدى ارتباط هذه الصيرورة بالمعلومة، إذ من الصعوبة بما كان ضمان فاعلية القرارات في غياب المعلومات الصحيحة، وبتعبير آخر فالتنظيمات التي يحصل مسيروها على معلومات وجيهة يتمكنون إلى حد كبير من صنع القرارات الوجيهة.

إلا أن ما يمكن تسجيله بهذا الشأن لا يتوقف عند التدليل على قدرة المعلومة في تغذية عملية صنع القرار، ولا في اعتماد هذه العملية على المعلومة كمادة خام، ولكن يقود إلى التفكير في حركية المحيط، وإلى التزايد المتعاظم للمعلومات كنتيجة لذلك، ليصبح من الصعوبة بما كان السيطرة على كل هذا الحجم من المعلومات، ومراقبتها ومعالجتها، وتزويد آلية اتخاذ القرار بها.

وهنا نتحول من فكرة «المعلومة تقتل المعلومة» «l'Information tue l'information» إلى فكرة «المعلومة تقتل القرار» «l'Information tue la décision» فلم تعد الحاجة في كثير من الحالات في خضم الوضع الراهن المتميز بالحركية الدائبة وبالتحولات والتغيرات المستمرة والمتسارعة إلى المعلومة فقط، ولكن حجمها يستلزم الحاجة إلى ترشيح وانتقاء ومعالجة للكلم الهائل منها، وتحويلها إلى معلومات ذات قيمة مساعدة على تغذية نافعة لآلية اتخاذ القرار، يقترح «هربرت سيمون» «Herbert Simon» أربع آليات لضمان فاعلية المعلومات للقرارات، تقوم أولها على لامركزية السلطة، وإلى وضع حيز التنفيذ لآليات للاتصال والتنسيق. ثم إلى وضع حيز التنفيذ برامج للتكوين وآخرها الترويج لقيم وأهداف المؤسسة.

خاتمة:

إن الشك الكبير الذي أصبح مرتبط بالمحيط والقدرة المحدودة على رصد المعلومة، وتخزينها واستغلالها، وعدم توفر للمعلومة الوجيهة على مستوى مراكز اتخاذ القرار كلها ولدت أزمة على مستوى صيرورة صنع واتخاذ القرار، الأمر الذي يتطلب وضع حيز التنفيذ لقواعد وإجراءات لترشيح وتقييم وحفظ للمعلومات بشكل يضمن فاعليتها في

القرار، لتعود هذه المسؤولية في رصد، ومعالجة، و توزيع المعلومات إلى وحدات تكون في علاقة دائمة مع محيط المؤسسة، والتي ينبغي أن تتوفر لديها القدرات، والمؤهلات، والوسائل اللازمة للعمل، يكون لهذه الوحدات دورا متميزا ومهما في الحصول على المعلومات وتلخيصها، ومعالجتها وتوزيعها، خصوصا وأن المعلومات ليست كلها نافعة وحقيقية، كما أنه وإذا ما كانت حالة المؤسسات الصغيرة تسمح بتوزيعها على كل أفراد المؤسسة، فإن الأمر يتطلب وضع إجراءات وقواعد لتوزيعها في حالة المؤسسات الأكثر تعقيدا.

يمكن القول تلخيصا لما سبق أنه يمكن اعتبار تنظيمنا معينا على أنه على علم بما يجري لاتخاذ القرارات الصائبة والفعالة بشأن محيطه، إذ ما كان هذا الأخير قادرا على الوصول إلى معلومات مفيدة، وله نظام لتبادلها وتنسيقها. كما ينبغي أن يعتمد على برنامج تكويني وتحسيني بهذا الشأن، حتى يمكنه اكتساب تأهيل لبنياته وهياكله بما يساعده على رصد ومعالجة وتوزيع المعلومات التي تسمح بصنع واتخاذ القرارات المناسبة.

وتجدر الإشارة إلى أنه لا يمكن اعتبار مختلف القرارات المتخذة في المؤسسة أو في أي تنظيم على أنها على نفس الوجه من الأهمية. فبديهي أن القرارات الطارئة لا تعالج بنفس الطريقة مثل ما يكون الحال عليه في القرارات المتكررة.

المراجع

- MONNOYER.Marie-Christine, l'entreprise et l'outil informationnel, L'Harmattan, Paris, 1997, p.11.
- Kaycer, la présentation des connaissances, éditions hommes, 1997, p 33.
- J.Mélise :Approche systématique des organisations vers l'entreprise et Complexité humaine, les éditions d'organisation 1992,p. 63
- J.Pirat, Métaconnaissance future de l'intelligence artificielle, édition Hermes, 1990, p.47.
- J.Pirat, Recherche sur la contradiction, PUF, Paris 1974, p .54.
- Edmond Ramnglahy.CF. Capacité d'absorption de l'information, compétitivité et performance des PME exportatrices, une étude empirique, thèse de (PHD) en administration, Université de Montréal, 2001.,p.27
- Claude Grenier et Camille Moine, Construire le système d'information de l'entreprise, édition Foucher, Paris, p.10.
- ألفن توفلر، المرجع نفسه، ص، 35.
- المرجع نفسه، ص، 119.
- Bernat J.-P., Bruffaerts-Thomas J., Libmann A.-M., Descharmes S. et Libmann F., Les contours de la veille, Documentaliste-Sciences de l'information 2008/4, Volume 45, p. 32.
- Moinet N. et Darantière P., Organiser la veille stratégique dans l'entreprise :

conduite du changement, communautés professionnelles et stratégie-réseau, Market Management 2007/4, n° 8, p.96.

M.DARBELET, notions fondamentales de gestion d'entreprise : organisation, fonction et stratégie, 3ème édition, foucher, p.23

Ibid. , p. 23

¹ Mayère.Année, pour une économie de l'information.CNRS, centre regional de publication de Lyon,

édition du CNRS 1990, p.40.

² Ibid., p82.

Ibid., p. 24.

LE BON. Joël, Contribution des vendeurs a l'intelligence économique : un modèle explicatif de l'effort envers la veille marketing et commerciale, these de doctorat en sciences de gestion, universite paris 9 dauphine, 1998. P.55.

Groupe ESCP, Système d'information la perspective du management, édit, Masson, p.24.

Ibid. p. 25.

Ibid. p. 25.

Mayere.Année, op.cit. , p.96.

Ibid., p.98.

Lebon. Joël,op.cit. , P.55.

Ibid., p.56.

Bourret. C, Cacaly. S et Chambaud. S, Capital immatériel et information professionnelle L'émergence d'un concept nouveau : l'information durable, Documentaliste-Sciences de l'information 2008/4, Volume 45, p.8.

Ibid., p. 58.

C.F.EDMOND Romangalary, op.cit. , p. 29.

CLAUDE Grenier, CAMILLE Moine, op.cit., p.19.

MAYERE. Année, op.cit., p.24.

Le MOIGNE J.L, les systemes de décision dans les organisations, puf, 1974, p.38.

Ibid. p. 45.

Emmanuel PATEYRON, la veille stratégique, economica, Paris, p.26.

Ibid. p.27.

F.JAKOBIK, maitriser l'information critique, système d'information et de documentation, les éditions d'organisations, Paris, 1988, p.3.

PATRICE.ALLAIN-DUPRE, NATHALIE.DUHARD, les armes secrètes de la décision, édition Gualino, Paris 1997, p.

Ibid. , P. 32.

Ibid. , P.32.

Ibid. , P.33.

Ibid. , P.35.

Rasmi GINTING, intégration du système d'aide à la décision multicritaires et de système de l'intelligence économique dans l'ère concurrentielle, thèse de doctorat en sciences de l'information, Université d'Aix Marseille III, 2000, p.72.

PATRICE.ALLAIN-DUPRE, NATHALIE.DUHARD, op.cit. ,p.35.

O.MEVEL, du role des signaux faibles sur le reconfiguration des processus de la chaine de valeur de l'organisation : l'exemple d'un centre d'achats de la grande distribution Francaise, thèse de doctorat en gestion, Université Bretagne occidentale, 2004, p. 74.

EDMOND Ramangalahy C.F, Op.cit., p.54.