

تمثلات الثقافة الاتصالية عبر الفضاءات الافتراضية للمؤسسة
دراسة تحليلية لصفحة فايسبوك لمديرية الشباب والرياضة لولاية وهران
Representations of the communication culture through the virtual
spaces of the institution
A field study of the Facebook page of the Directorate of Youth
and Sports in Oran Province;



د. زهية عبد العزيز¹

جامعة غليزان أحمد زبانة، (الجزائر)
zahia.abdelaziz@univ-relizane.dz

أ. بغالية أمينة²

جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، (الجزائر)
aminabeghalia@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2023/04/05 تاريخ القبول للنشر: 2023/05/09 تاريخ النشر: 2023/12/28

ملخص:

تشكل ثقافة المنظمة إحدى العناصر الأساسية لنجاح أي منظمة بحيث تميزها عن منظمات أخرى حتى في نفس المجال، ويعتبر الاتصال من السبل الفعالة لتعزيز هذه الثقافة سواء من حيث الحفاظ على هوية المنظمة أو التأثير على سلوك جمهورها وما يتقاسمونه من معتقدات ومعارف؛ ولأنها تلعب دورا هاما في تماسك المؤسسة وجمهورها والحفاظ على بقاءها واستمرارها؛ ومن هنا انبثق مصطلح الثقافة الاتصالية التي تعرف عادة بأنها تلك الثقافة التنظيمية التي تعمل المؤسسة على إرساء قواعدها بطرق رسمية واضحة كالاتصال الرسمي أو ما يعرف بمعاملات الاتصال الإداري بمختلف أشكاله ووسائله، والتي تشكل عن طريق وسائل أخرى يمكن إجمالها في الاتصال غير الرسمي الذي يجمع جمهور المؤسسة الداخلي أو من خلال الفضاءات الاتصالية الافتراضية التي أصبحت تمثل بديلا عن ذلك الفضاء الواقعي الذي يجمع الأفراد المنتمين للمؤسسة كالتواجد عبر الموقع الرسمي للمنظمة، صفحات وحسابات المنظمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي أين يتبادل الجميع الآراء والأفكار حول العمل وبيئة النشاط الذي تمارسه المؤسسة، ويمكن أن نجد حتى صور أخرى لمثل هذه الفضاءات كمجموعات الفايسبوك و المسانجر التي تجتمع فيها مجموعات العمل الخاصة بالمؤسسة؛ والتي تكون منبرا للتواصل والاستعلام عن العمل وطبيعته إضافة إلى أنها قد تعمل وبطريقة غير مباشرة على إرساء قواعد الثقافة التنظيمية للمؤسسة وتصبح بذلك فضاء افتراضيا لنشر ولخلق وتطوير الثقافة

¹ د. زهية عبد العزيز، أستاذ محاضر قسم ب، جامعة غليزان، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

² أ. بغالية أمينة، طالبة دكتوراه، جامعة وهران 1، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

الاتصالية الخاصة بها. وسنحاول الكشف عن مختلف تمثيلات الثقافة الاتصالية عبر صفحات ومجموعات الفايسبوك لمؤسسة مديرية الشباب والرياضة لولاية وهران. وانطلقنا من طرح التساؤل التالي: كيف يمكن أن يساهم فضاء الفايسبوك في نشر وتطوير الثقافة الاتصالية للموظفين والمنخرطين بمديرية الشباب والرياضة لولاية وهران؟

الكلمات المفتاحية: مؤسسة؛ ثقافة اتصالية؛ صفحات الفايس بوك؛ اتصال مؤسساتي؛ ثقافة تنظيمية.

Abstract:

Culture of the organization is one of the essential elements for the success of any organization, as it distinguishes it from other organizations even in the same field. Communication is considered one of the effective ways to enhance this culture, whether in terms of preserving the identity of the organization or influencing the behavior of its audience and the beliefs and knowledge they share. And because it plays an important role in the cohesion of the institution and its audience and in maintaining its survival and continuity; Hence the term communication culture, it defined as that organizational culture in which the institution works to establish its rules in formal and clear ways, such as official communication or what is known as administrative communication transactions in its various forms and means,

And it fined other formed through other means that can be summarized in informal communication that brings together the internal audience of the institution or through spaces Virtual communication, which has become a substitute for that real space that brings together individuals belonging to the institution, such as being present on the official website of the organization, pages and accounts of the organization through social networks, where everyone exchanges opinions and ideas about the work and the environment of the activity practiced by the institution, and we can even find other images of such Spaces such as Facebook and Messenger groups in which the organization's working groups meet.

In this paper we will try to reveal the various representations of the communication culture through the Facebook pages and groups of the Oran State Directorate of Youth and Sports, So that we started by asking the following question: How can Facebook space contribute to the dissemination and development of the communication culture for employees and those involved in the Directorate of Youth and Sports of Oran Province?

key words: Culture ;organization ; communication culture ;Facebook.;

1. مقدمة:

تعتبر عملية الاتصال من بين أهمّ العمليات التي تحرص المؤسسات والمنظمات على توظيفها بالشكل الصحيح لضمان فعاليتها، فالاتصال له أهمية كبيرة داخل المنظمات، فلكي تتحقق أهداف المنظمة لابد من عمليات الاتصال والتواصل الفعال والمستمر لتحسين أداء الموظفين بمختلف الأقسام والمصالح، وذلك بتوجيههم وإبلاغهم ومتابعتهم عن قرب بكل الوسائل الداعمة، وهذا الاهتمام من طرف الرؤساء يدفع العمال والموظفين إلى توظيف مهاراتهم والمشاركة باستمرار في تحقيق الأهداف المرجوة، وبالتالي تحسين عملية تسيير وإدارة المنظمات.

ويعتبر الاتصال من بين الأسس الداعمة التي توظفها المنظمات والمؤسسات لنشر وتعزيز الثقافة الاتصالية، التي بدورها تعدّ من العناصر الأساسية لنجاح أي منظمة، غرض الحفاظ على بقاءها واستمراريتها؛ فالثقافة الاتصالية هي ثقافة تنظيمية تعمل من خلالها المؤسسة على إرساء قواعدها بطرق رسمية واضحة كالاتصال الرسمي أو ما يعرف بمعاملات الاتصال الإداري بمختلف أشكاله ووسائله، أو التي تتشكل عن طريق وسائل أخرى يمكن إجمالها في الاتصال غير الرسمي الذي يجمع جمهور المؤسسة الداخلي والخارجي.

مع التطور الهائل الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وجدت المنظمات نفسها أمام التواجد الإلكتروني الحتمي، حيث بادرت الكثير من المؤسسات إلى إحداث مواقع لها عبر الشبكة إضافة إلى إنشاء حسابات عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي المتاحة، هذه الفضاءات الاتصالية الافتراضية التي أصبحت تمثل بديلا عن ذلك الفضاء الواقعي الذي يجمع الأفراد المنتمين للمؤسسة وغيرهم سمحت لهم بالتواجد عبر الموقع الرسمي لها من خلال متابعتها عبر صفحات وحسابات المنظمة (شبكات التواصل الاجتماعي)، أين يتبادل الجميع الآراء والأفكار حول العمل وبيئة النشاط الذي تمارسه المؤسسة، ويمكن أن نجد حتى صور أخرى لمثل هذه الفضاءات كمجموعات الفايسبوك والمسانجر التي تجتمع فيها مجموعات العمل الخاصة بالمؤسسة؛ والتي تكون منبرا للتواصل والاستعلام عن كل جديد يتعلق بنشاط المؤسسة، إذ تعد هذه الصفحات فضاء اتصاليا لنشر وتطوير الثقافة الاتصالية الخاصة بالمؤسسات. كل هذه النقاط سنحاول التطرق إليها في الورقة البحثية من خلال الكشف عن مختلف تمثيلات الثقافة الاتصالية عبر صفحة الفايسبوك لمديرية الشباب والرياضة لولاية وهران.

بحيث انطلقنا من طرح التساؤل التالي: كيف يمكن أن يساهم فضاء الفايسبوك في نشر وتطوير الثقافة الاتصالية للموظفين والمنخرطين بمديرية الشباب والرياضة لولاية وهران؟

واعتمدنا في دراستنا على فرضية عامة مفادها أنه بالرغم من استفادة جل المؤسسات والمنظمات من وسائل الاتصال الحديثة بشكل كبير بالنظر إلى الدور الهام لهذه الوسائل داخل المنظمات للتسويق لصورتها وتعزيز التفاعل بين جمهورها الداخلي والخارجي، إلا أنّها لا تستفيد بالشكل الكبير من إمكانيات وميزات هذه الوسائل التي لا تعد ولا تحصى في تعزيزها وتطويرها لثقافتها الاتصالية.

وعليه فقد ساهمت صفحات الفايس بوك بصورة محتشمة في نشر وتفعيل الثقافة الاتصالية داخل مديرية الشباب والرياضة لولاية وهران.

وتنتهي الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية، فهي الأنسب لإحصاء مختلف وحدات البحث ووصف العينة، والحصول على معلومات كافية ودقيقة، وبما أنّ دراستنا تشمل البحث عن مختلف تمثيلات الثقافة الاتصالية عبر صفحة مؤسسة مديرية الشباب والرياضة لولاية وهران باعتبارها منبرا افتراضيا للمؤسسة تعتمده لنشر مضامين لها علاقة مباشرة بنشاطات المديرية وكل جديد القطاع.

اعتمدنا في دراستنا على مجموعة من الأدوات والوسائل المختلفة التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على المعلومات، إذ ارتأينا أن نستعمل كل من أداة تحليل المضمون، وأداة المقابلة كما استعنا بالملاحظة العلمية التي مكنتنا من جمع المعطيات اللازمة حول الموضوع.

● **تحليل المضمون:** قمنا بالاستعانة بأداة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي بحيث تم تحليل مضمون الصفحة على مدار شهر جانفي 2023، وقد كان عدد المنشائر 54 منشورا بداية من منشور المعايدة لدخول السنة بتاريخ 1 جانفي 2023 لغاية آخر منشور بتاريخ 31 من نفس الشهر ومن نفس السنة.

● **المقابلة:** تعد المقابلة من بين أهم وسائل جمع المعلومات والحقائق مباشرة من المبحوثين، فقد استعنا بها كتقنية مكملية لجمع المعطيات الكافية عن تمثيلات الثقافة الاتصالية داخل مديرية الشباب والرياضة لولاية وهران، وذلك لمساعدتنا في عملية التحليل لاحقا، إذ قمنا بمقابلة (ب. إلياس، 2022) مع تقني سامي في الإعلام الآلي لمعرفة الأدوات والتقنيات الاتصالية المستخدمة داخل المديرية، والتعرف على مدى اهتمام المديرية بوسائل الإعلام والاتصال الجديدة وكذا اطلعنا على الوسائل الحديثة التي تستعين بها لنشر وتعزيز الثقافة الاتصالية.

إذ نحاول من خلال هذه الدراسة الوصول إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المتمثلة في الآتي:

- التعرف على أهمية الاتصال داخل المؤسسة.
- التعرف على تقنيات الاتصال المؤسسي التقليدي والجديد.
- تشخيص الثقافة الاتصالية داخل مديرية الشباب والرياضة لولاية وهران.
- معرفة مدى اعتماد مديرية الشباب والرياضة لولاية وهران على الفايس بوك في نشر وتعزيز الثقافة الاتصالية للمديرية.

2. الاتصال وأهميته في تسيير المؤسسة:

سنتطرق في هذا الجزء إلى اتصال المؤسسة من خلال عرض مفهومه مع تبيان وسائله، وكذا توضيح أهميته داخل المؤسسة، وسنوضح ذلك فيما يلي:

1.2 ماهية الاتصال المؤسسي:

يعتبر اتصال المؤسسة فرع من فروع علم الاجتماع، ونظرية التنظيم، وأحد أهم مجالات علوم الاتصال، كما أنه وسيلة هادفة من الوسائل التي تستعين بها المنظمات لتحقيق أهدافها، وهناك العديد من التعريفات سنذكر البعض منها فيما يلي:

هو ذلك الاتصال المتواجد في المؤسسة، وينحدر من السلطات، ويشارك في تسيير الأفراد، بمعنى التأثير في دافعية الأفراد والتماسك الاجتماعي للمؤسسة، وتستهمل في هذه الاتصالات العديد من الوسائل كالسجلات الداخلية ولوائح الإعلانات" (حزي، 2020، صفحة 14).

ويقصد به "الوسيلة الاجتماعية التي يحقق من خلالها الأفراد سبل التفاهم والتفاعل البناء داخل المنظمة في إطار تحقيق الأهداف المبتغى إنجازها" (بوعطيط، 2009، صفحة 38).

يعرفه روجرز ROGERS "بأنه عملية هادفة تتم بين طرفين أو أكثر لتبادل المعلومات والآراء للتأثير في المواقف والاتجاهات (عزي وآخرون، 1992، صفحة 19).

ويعرفه محمد منير حجاب بأنه الاتصال الذي يتم داخل المنظمات أو المؤسسات والاتصال بين تلك المؤسسات وبيئتها، والاتصال التنظيمي معني أيضا بنشر المعلومات بين الأفراد في إطار حدود معينة هي المنظمة من أجل تحقيق أهدافها (حجاب، 2001، صفحة 13).

من خلال كل هذه التعريفات يتضح أنّ الاتصال المؤسسي هو اتصال منظم وموجه، يجمع بين الاتصال الداخلي الإداري وبين الاتصال الخارجي الذي يجمع المؤسسة مع محيطها، كما أنه أساس العمل الإداري، إذ يسمح بنشر أهداف المؤسسة وقيمها، ويمكن الرؤساء من التعرف على المرؤوسين واحتياجاتهم ورغباتهم، انشغالاتهم وكذا اقتراحاتهم وآرائهم حول الأنشطة المختلفة للمنظمة، وبالتالي تطوير الأفكار وتعديل الاتجاهات وتصحيح الأخطاء.

2.2 وسائل الاتصال داخل المؤسسة:

هي الوسائل والأدوات التي تستخدم داخل المؤسسات والمنظمات لنشر وإيصال المعلومات لتسيير العمل الإداري داخل المنظمات، ويعتمد اختيار وسيلة معينة عن باقي الوسائل لعدة اعتبارات أهمها: طبيعة الرسالة أي المعلومات التي يرغب بتوصيلها، الهدف من الرسالة، نوع الجمهور المستقبل للمعلومات، وهدف الرسالة...، وفيما يلي سنتطرق إلى الوسائل المستخدمة في عملية الاتصال داخل المؤسسة:

أ- وسائل الاتصال الشفوي: يتم هذا النوع من الاتصال عن طريق الكلمة المنطوقة بشكل مباشر مواجهي، بين المرؤوسين والرؤساء وبين المرؤوسين فيما بينهم، ولا تستغني أي منظمة أو مؤسسة عن

الاتصال الشفهي لفاعليته وسرعته في التجاوب، ونذكر منها الاستشارات والتعليمات والأوامر الشفهية، الهاتف (وسيلة اتصال شفهي غير مباشر).

تتميز هذه الاتصالات بالسرعة عادة، ويتم اتباعها في الظروف التي تقتضي ذلك، وتكمن أهميتها في كونها تحافظ على قدر كبير من السرية، حيث يخشى أن تتسرب المعلومات فيما لو تم إرسالها كتابة، ويوجد العديد من وسائل الاتصال الشفوي: كالمقابلات، الاجتماعات، الخطابات، الندوات.

ب- وسائل الاتصال الكتابي: تستخدم الوسائل الكتابية في الاتصال المؤسسي بشكل كبير، ويعتبر هذا النوع من الاتصال أكثر رسمية، من خلال الفاكس، أو رسائل sms، التعليمات والأوامر، لوحات الإعلانات والنشرات، صحف الحائط والإعلانات، الرسائل الرسمية، الكتيبات، مجلة المنظمة، سجل الشكاوى، التقارير، المذكرات، محاضر الاجتماعات، المطويات والمطبوعات التعريفية بالمؤسسة وغيرها من الوسائل التقليدية.

ج- الوسائل السمعي بصرية: الصور، الملصقات أفلام أرشيفية تحكي تاريخ المؤسسة ونشاطها...إلخ.
د- الوسائل الإلكترونية: وتعتبر من الوسائل الحديثة التي أصبحت تعتمد عليها المؤسسات في اتصالها الداخلي والخارجي وهذا بفضل ربط المؤسسات بشبكة الانترنت وأهمها:

- البريد الإلكتروني: وهو عبارة عن نظام للتراسل عن بعد، حاليا تمتلك كل المؤسسات بريدا إلكترونيا وكذا الموظفين، وذلك بغرض الاحتكاك والتواصل الدائم في إطار العمل من خلال إرسال الرسائل وقواعد البيانات والصور والتسجيلات والبرامج وغير ذلك.

- الشبكة الداخلية INTRANET من أهم وسائل الاتصال الداخلي في المؤسسة، إذ تقوم هذه الخاصية على ربط الحواسيب الموجودة داخل مصالح وأقسام المؤسسات فيما بينها لتشكل شبكة معلوماتية مرتبطة ببعضها البعض، يسيرها العاملون داخل المؤسسة وتسمح بتنسيق العمل وتبادل المعلومات ومختلف الملفات، وهذا ما ألغى شرط انتقال الموظفين بين أقسام المؤسسة لتأدية المهام المنوطة بهم.

- موقع المؤسسة، صفحات ومجموعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، النوادي الرقمية وغيرها.
هـ- وسائل اتصال تظاهراتية أو منظماية: وتتمثل في النشاطات التي تقيمها والأحداث التي تنشطها المؤسسة من أجل نشر أفكارها ومنتجاتها المادية او المعنوية للجماهير مثل التظاهرات، الندوات خاصة (جمعيات معينة أو مؤسسات عمومية)، الأيام الدراسية والعلاقات العامة...إلخ.

3.2 أهمية الاتصال داخل المؤسسة:

إنّ نجاح الإدارة في تحقيق أهدافها يرتبط بشكل كبير بنجاح عمليات الاتصال الداخلي و الخارجي، فالاتصال عملية حيوية تساعد على اتخاذ القرار السليم الذي يتوقف بدرجة كبيرة على كمية المعلومات والبيانات وتدفعها وسلامتها. فإذا ما توقف تدفق المعلومات والبيانات لسبب أو لآخر، فإنّ صانع القرار

في عمله يقف عاجزا أمام المواقف الإدارية التي تتطلب تصرفا من نوع ما يتفق مع الموقف. كما يساعد الاتصال على تكوين علاقات إنسانية سليمة بين الرؤساء والمرؤوسين وبين المرؤوسين فيما بينهم، فمقدرة الفرد على التعبير عن وجهة نظره وتوصيل رأيه للإدارة، يضمن إلى حد كبير حلا لمشاكله في العمل وخارجه (درويش، 2006).

ويمكن حصر أهمية اتصال المؤسسة في النقاط التالية:

-اتصال المؤسسة هو همزة وصل تجمع كافة أجزاء التنظيم الإداري حيث يرى مورفي أن الاتصال أساس لكل تنظيم ناجح.

-تمكين العاملين في الإدارة من وضع وإعداد الخطة من معرفة حقيقة الثورة المادية والبشرية الموجودة وعلى الدراسات الإحصائية الدقيقة وتبدأ بتشخيص المشكل ثم البحث عن البدائل، تقييم لكل بديل وتنتهي باختيار البديل الأمثل.

-توفير المعلومات عن الظروف المحيطة للمؤسسة لدى عمالها وكذا الشرح وتفسير القرارات بكل وضوح بما يقطع الطريق أمام الشائعات (عواج، 2019، صفحة 84).

فأهمية الاتصال بالنسبة للمنظمات لاتقل أهمية عن الاتصال في الحياة اليومية للأفراد إذ يعتبر أداة مهمة في ربط كافة المكونات الداخلية للمؤسسة مع بعضها، وفي تدعيم علاقة المؤسسة بالبيئة المحيطة بها. فلا يمكن لأي منظمة أو جماعة أن تنشأ وتستمر بدون اتصال، إذ أصبحنا ننظر اليوم إلى المؤسسة ليس فقط ككيان مادي بل ككيان اجتماعي له شخصية، وثقافة اتصالية، وصورة، ومبادئ، وكذا قيم.

كما تكمن أهميته في نقل وتبادل ونشر المعلومات والتجارب المختلفة بالشكل الصحيح في الوقت المناسب وبالوسائل الملائمة، بين مختلف أفراد المؤسسة والمجتمع الخارجي، سواء كان اتصالا شفهيًا أو كتابيًا، باستخدام مختلف الوسائل لإيصال المعلومة بكل الطرق الممكنة. ولتحافظ المنظمات على صورة المؤسسة من الشائعات والمشاكل التي تعترضها تلجأ إلى عمليات الاتصال الفعال بتقنياته المختلفة.

3. الثقافة الاتصالية وأهميتها داخل المؤسسة

1.3 ماهية الثقافة الاتصالية:

لكل مجتمع نمط حياة خاص به وثقافة تميزه عن باقي المجتمعات، وفي المجتمع الواحد نجد مجموعات إنسانية تختلف عن بعضها البعض، ونفس الشيء بالنسبة للمؤسسات والمنظمات لكل منها ثقافتها الاتصالية التي تميزها وتسمو بها نحو تحقيق أهدافها.

يرجع مفهوم ثقافة المؤسسة إلى إيليو جاك Eliot Jaques في بداية الخمسينيات، في كتابه "Intervention et changement dans l'entreprise" إذ يرى أنّ ثقافة المؤسسة "هي نمط أو سلوك معتاد وطبيعية تفكير، وتكون مقسمة ومشتركة بين أفراد المنظمة، بحيث الأعضاء الجدد يتوجب عليهم تعلمها وتقبلها بصفة جزئية على الأقل، وهذا لتسهيل اندماجهم في المنظمة" (ZERROUKI, 2011, p. 116). تعرف الثقافة الاتصالية التنظيمية بأنها "مجموعة من الأيديولوجيات والفلسفات والقيم والمعتقدات والافتراضات والاتجاهات المشتركة وأنماط التوقعات التي تميز الأفراد في تنظيم ما" (المرسى، 2006، صفحة 13).

ويعرفها القريوتي بأنها "مجموعة من الافتراضات والقيم الأساسية التي تطورها جماعة معينة، من أجل التكيف والتعامل مع المؤثرات الخارجية والداخلية، والتي يتم الاتفاق عليها وعلى ضرورة تعليمها للعاملين الجدد في التنظيم، من أجل إدراك الأشياء والتفكير بها بطريقة معينة تخدم الأهداف الرسمية" (القريوتي، 2000، صفحة 151).

2.3 أهمية الثقافة الاتصالية ومختلف أدوارها في المؤسسة:

تكمن أهمية الثقافة الاتصالية لما لها من أثر لدى المنظمة والعاملين فيها، إذ تعمل الثقافة الاتصالية على توجيه سلوك العاملين وتعريفهم بمسؤولياتهم وضمان حقوقهم، وكذا التعريف بالمنظمة ومجال عملها، بالتالي فهي تسعى إلى تحسين صورة المؤسسة داخليا وخارجيا.

-بناء إحساس بتاريخ المؤسسة History HOME

-إيجاد الشعور بالتوحد بين العاملين Oneness

-العمل على تطوير الإحساس بالانتماء للمؤسسة Membership

- تفعيل التبادل بين الأطراف المنتمين للمؤسسة Exchange . (الغالي و إدريس، 2009، صفحة 296).

3.3 بناء الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة:

أصبحت المؤسسات تولي أهمية بالغة للثقافة الاتصالية، حتى يصبح الاتصال سلوكا وممارسة يومية لدى كل أفراد المنظمة، ويمكن بناء ثقافة اتصالية عن طريق التربية على ممارسة الاتصال المؤسسي وذلك من خلال:

-التكوين حول كيفية الاتصال الرقمي الجيد (كتابة المضامين، التعليقات، إجراء الحوارات الخ).

-تشجيع العمال على التعبير عن انشغالاتهم وإبداء آرائهم بخصوص المسائل التي تهتم المؤسسة.

-إعلام العمال بكل ما يحدث في المؤسسة وتوفير المعلومات المتعلقة بالموظفين ونشاط المؤسسة.

- تنظيم لقاءات واجتماعات منتظمة فردية وجماعية على مدار السنة.
 - إنشاء منصات الكترونية تسمح للعمال بطرح انشغالاتهم وأفكارهم والرد عليها (التواصل).
 - استخدام وسائل الاتصال الملائمة لكل نشاط اتصالي (التنوع في الوسائل الاتصالية).
 - توضيح الصلاحيات والمسئوليات للعاملين بالمنظمة حتى ينعكس ذلك إيجابا على الاتصال المؤسسي.
 - تطوير ثقافة العمل الجماعي (ماهر، 2003، صفحة 253).
- ويمكن تلخيص ما سبق في أنّ الثقافة أداة فعالة في توجيه سلوك العاملين ومساعدتهم على تأدية مهامهم بصورة أفضل، من خلال نظام القواعد واللوائح وغيرها من مظاهر الثقافة الاتصالية التي تميز المنظمات والمؤسسات على اختلافها، كما ينتج عنها تماسك العاملين سواء رؤساء/مرؤوسين، وتحقيق الأهداف وبالتالي الحفاظ على هوية المنظمة وبقاءها.

4. الدراسة الميدانية:

سعيًا منا لمعرفة كيف يمكن أن تساهم مجموعات الفايسبوك في نشر وتطوير الثقافة الاتصالية للعاملين والمنخرطين بمديرية الشباب والرياضة لولاية وهران، اعتمدنا على تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي كما قمنا بمقابلة ميدانية داخل المديرية محل الدراسة.

1.4 نبذة عن مديرية الشباب والرياضة لولاية وهران :

بعد صدور المرسوم التنفيذي رقم 30-86 المؤرخ في 18 فبراير 1986، أصبحت مديرية الشباب والرياضة مديرية مسؤولة عن التنظيم الإداري المحلي على مستوى الولاية، صدر المرسوم ليبين أعضاء وتنظيم الإدارة العامة للولاية، وكيفية إنشاء مهام هيكل الإدارة العامة للمديرية، كما تم استحداث خدمات ترقية الشباب والرياضة للولاية. وتتوفر مديرية الشباب والرياضة لولاية وهران على 652 موظف، كما تضم أربع مصالح علما أنّ لكل مصلحة ثلاثة مكاتب:

1-مصلحة التربية البدنية والرياضية-2-مصلحة نشاطات الشباب-3-مصلحة الاستثمارات والتجهيزات-4-مصلحة التكوين وإدارة الوسائل .

كما تضم عدة مؤسسات الملحقة وتحت الوصاية وتتمثل في ديوان مؤسسات الشباب (ODEJ) مؤسسات الشباب- ديوان المركب المتعدد الرياضات- المؤسسات الرياضية- المنشآت الرياضية- المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب والرياضة أحمد زبانه-عين الترك.CREPS

المهام: تعد مديرية الشباب والرياضة لولاية وهران مؤسسة عمومية لامركزية، ذات طابع إداري، تحت وصاية وزارة الشباب والرياضة. وجاء المرسوم التنفيذي رقم 06-345 المؤرخ في 5 رمضان 1425 الموافق لـ 28 سبتمبر 2006 والذي يرمي إلى تحديد قواعد تنظيمها وسيورها إذ أبرز من خلاله الدور الهام الذي تتميز به والمتمثل في تطوير المؤسسات والهياكل والأجهزة والنشاطات التابعة لاختصاصها العاملة في ميادين الشباب والتربية البدنية والرياضية وتحثها وتنسقها وتقيمها وتراقبها.

2.4 أهم نتائج الدراسة الميدانية:

أ- نتائج التحليل الكمي لمضمون صفحة الفايسبوك للمديرية:

- نلاحظ من خلال تحليل المنشورات أن مضمون الصفحة يقتصر فقط على تلك الصور الثابتة مرفوقة ببعض التعليقات حولها إذ نجد نسبة (59%) مما يوحي أنّ الصفحة لا تنتج مضامين خاصة بالمؤسسة التابعة لها بل فقط مجرد منشورات جاهزة مصحوبة بتعليقات من أدمن الصفحة، وكذلك بعض الفيديوهات المسجلة ولم تعتمد على أي منتج سمعي بصري خاص بها.

- وبالنسبة لطبيعة المضمون فإنه يتضمن في أغلبه بعض المعلومات العامة عن قطاع الشباب والرياضة ما مثّل نسبته 72%، أمّا الباقي فيمثل بعض المعلومات الرسمية التي تنشرها المديرية للموظفين والتابعين لها من مؤسسات ودور الشباب فيعتبر بمثابة اتصال رسمي يث عبر هذا الفضاء الافتراضي ويمثل 16.6% (تعليمات خاصة بعقد الاجتماعات، بين الأندية والرابطات، وتعليمية تسليم شهادة الطيبة لتبرير الغياب في أقل من 48س).

- أما بالنسبة للمحتويات التي تحملها المضامين في صفحة المديرية فهي تتراوح بين نشاطات القطاع بصفة عامة من معلومات خاصة بقطاع الشباب والرياضة وكل ما يحمله من مستجدات خاصة أنّ الأمر تزامن مع بطولة كأس إفريقيا للمحليين شان 2022 بحيث مثلت النسبة (48.14%)، وتغطية نشاطات المديرية ومختلف دور الشباب والهيئات والمؤسسات التابعة لها والتي في أغلبها عبارة عن مشاركات من مؤسسة ديوان الشباب حيث مثلت نسبة هذه المنشورات ما يعادل (44.44%)، بالإضافة إلى المعاهدات والتعازي التي تكون حسب تزامنها في اليوم والشهر (معايدة رأس السنة، وتعزية موجهة لأحد الموظفين في وفاة أحد الأقارب. ونجد غياب تام للمضامين التي تحمل بعض مقترحات التكوين والمسابقات التي من المفترض أن تدخل في نشاطات المؤسسة باعتبارها فضاء مخصص للشباب والرياضة والمنخرطين في القطاع (ما عدا منشور خاص بالتجوال على الأقدام) وهذا حسب ما هو مجسد في مهام المديرية في القانون الأساسي المعمول به، أو الأخبار الخاصة بالموظفين كالترقيات أو إعلانات التوظيف الداخلية، أو إرساء القواعد الأساسية للمؤسسة...إلخ.

- و بالنسبة للقيم التي تحملها المضامين في صفحة المديرية فهي تقتصر على القيم الرياضية بالدرجة الأولى إذ مثلت ما نسبته 83.33% (أخبار الرياضة وبطولات الشان 2022، تعليمات نقل المسابقين للملعب)، وانقسمت باقي النسب بين القيم السياحية (تيليفريك وهران) والاجتماعية والفنية (مهرجان الأغنية التقليدية، واحتفالات يناير) وهذا ما يترجم اختصاص الصفحة بالقطاع الخاص بمؤسسات الشباب والرياضة لا غير.

- وبخصوص لنسب التفاعل بين جمهور المؤسسة ومنشورات الصفحة سواء من الموظفين أو متابعي الصفحة فنستطيع القول أنه جد ضئيل، لأننا لاحظنا أن بعض المنشورات لم تحتل أصلا على أي مستوى للتفاعل (مثلا منشور يخص نشر تصريح لوزير الشباب والرياضة بتاريخ 5 جانفي 2023)، وعموما

لم تتجاوز نسبة الإعجاب 96.2%، و التعليق (51.8%)، المشاركة (61%)، هذا ربما يترجم عدم مرئية الصفحة بشكل كامل على مستوى ولاية وهران.

ب- نتائج التحليل على ضوء المقابلة الميدانية :

1-وسائل الاتصال داخل مديرية الشباب والرياضة:

صرح السيد ب.إلياس (تقني سامي في الإعلام الآلي) فيما يخص وسائل الاتصال المستخدمة داخل المديرية كالتالي: الوسائل التقليدية وتمثل في لوحة الإعلانات -المراسلات -الوثائق المكتوبة-الهاتف-الفاكس- المقابلات الشخصية- الوثائق المطبوعة-الاجتماعات. أما فيما يخص الوسائل الحديثة هناك البريد الإلكتروني الخاص بالمؤسسة- البريد الإلكتروني الرسمي-بريد إلكتروني خاص بمصالح المديرية- الواتساب (شخصي)- السارفر - الواتساب - الماسنجر- والفيس بوك-تقنية زووم.

أما عن الوسائل الأكثر استعمالا داخل المديرية هي الوسائل التقليدية ولكن هناك رغبة وتحول بطيء نحو كل ما هو إلكتروني بإدخال تقنية (الكودبار مثلا) لملاأ استمارات الموظفين وإرسالها لهم عبر الإيميلات أو الفيس بوك عن بعد ثم إعادة إرسالها آليا إلى مكتب المحاسبة الذي يقوم بتحيين ملف الانتساب للضمان الاجتماعي، وهذه العملية فرضت على الموظفين وجود بريد إلكتروني شخصي بالنسبة للفئة التي لم تكن تملك بريد إلكتروني وهذا ما أكدده السيد ب-إلياس بأن أغلبية الموظفين لا يملكون ايميل وان كانوا يملكونه لا يستخدمونه .

2-الاتصال المؤسسي وتكنولوجيا المعلومات:

وفيما يخص تزويد المديرية بشبكة الانترنت داخل كل المصالح والأقسام، ذكر المتحدث أنه لا يوجد أي اشتراك باسم المديرية لدى اتصالات الجزائر وإنما كل مصلحة تجتهد في كيفية إيصال الحواسيب بالانترنت حسب الحاجة. وهذا ما يدل على عدم الاعتماد الكلي على الانترنت كما هو الحال بالنسبة للمؤسسات والشركات في الدول المتطورة. ويرجع عدم الربط الكلي بالانترنت حسب المتحدث للاستخدام المحدود للانترنت في المؤسسة العمومية بصفة عامة ولتعدد وسائل الاتصال .

أما عن سؤال تزويد المديرية بالتكنولوجيات الجديدة المتطورة في الاتصال التي تتم بتزواج السمي بصري والمعلوماتية، أجاب المتحدث بأنه لإدخال هذا النوع من التكنولوجيات العالية الجودة لابد من تهيئة الموظفين وتكوينهم تكوينا في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة(يشمل أرشفة البيانات- حماية البيانات-التأقلم مع هذه الوسائل...الخ). وأضاف المتحدث أن مصالح المديرية وأقسامها كلها مجهزة بحواسيب مكتبية ذات نوعية جيدة وتتوفر على 3 أجهزة محمولة جيدة النوعية، فمطلبات العمل باتت تحتم بالضرورة استخدام هذه التكنولوجيات، كما أن المديرية تابعة لوزارة الشباب والرياضة وهذه الأخيرة من لها الصلاحية في إدخال هاذ النوع من التكنولوجيات المتطورة داخل المديرية التابعة لها باعتبار أنها تحتاج إنفاق مبالغ مالية معتبرة كشبكة الانترنت مثلا التي لا تتوفر عليها المديرية بل عبارة عن شبكة مؤقتة "سارفر" قام المتحدث بتجهيزها بالإمكانات المتوفرة، ورغم هذا النقص إلا أن هناك

محاولات محتشمة لإدخال هذا النوع من التكنولوجيات المتطورة بالتدريج وحسب الحاجة، من خلال إرساليات الوزارة إلى المديريات التابعة لها وتحت الوصاية من أجل مواكبة كل ما هو جديد متعلق بتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وهناك مبادرات فردية من الموظفين بطلب تجهيزات أو إدخالها إلى المديرية من أجل تسهيل عملية الاتصال الداخلي للمديرية مثل تقنية الكودبار. ورغم كل هذا فهي لازالت بعيدة عن مفهوم الإدارة المجهزة بتكنولوجيات تسمح لها من أداء مهامها بصورة سريعة وكفاءة.

3- دور وسائل الاتصال الحديثة في نشر الثقافة الاتصالية للمؤسسة:

وفيما يخص اهتمام المديرية -والمؤسسات التابعة لها- بوسائل الإعلام والاتصال الجديدة في الاتصال بالموظفين، أضاف المتحدث قائلًا أنّ المديرية كغيرها من مؤسسات الدولة تسعى إلى تسهيل عمليات الاتصال لكي تصل المعلومة بسرعة إلى الموظفين وبأقل تكلفة فهي تستخدم في الآونة الأخيرة وسائل الاتصال الجديدة كمواقع التواصل الاجتماعي في نشر وإبصال الرسائل والمعلومات للجماهير الداخلي والخارجي.

كما صرح أنّ هذه الصفحات ليست رسمية منها صفحات تقوم بالتحديث المستمر للمعلومات سواء الخاصة بالموظفين أو الخاصة بالتظاهرات والنشاطات المتعلقة بالمديرية وينشر فيها معلومات رسمية مثل الإرساليات الموجهة للموظفين وجديد القطاع.

أما بالنسبة لدور صفحات الفايس بوك الخاصة بالمديرية الذي يعتبر موقعا اجتماعيا وليس رسميا، فرد المتحدث بأنّ المديرية تسعى إلى التقرب من المواطن وكذلك من الموظف ويعد الفايس بوك هو الوسيلة الأقرب إلى الجزائري والأكثر استعمالا حسب الإحصائيات، لذا استغلت المؤسسة هذا الموقع في التعريف بالمديرية ونشر نشاطاتها وكذا المؤسسات التابعة لها، إذ تملك المديرية مجموعة صفحات على الفايس بوك صفحة تحت اسم مديرية الشباب والرياضة لولاية وهران /service jeunesse صفحة ديوان مؤسسات الشباب لولاية وهران/ صفحة مصلحة الشباب لمديرية الشباب والرياضة / مجموعة من الصفحات لدور الشباب وبيوت الشباب على مستوى ولاية وهران والتابعة لمديرية الشباب والرياضة للولاية.

كما وضح السيد ب. إلياس فيما يتعلق بتفاعل الموظفين في اتصالهم مع المؤسسة من خلال صفحات الفايس بوك الخاصة بالمديرية أنّ المديرية تقوم من حين إلى آخر بنشر معلومات أو أخبار وحتى مشاركة بعض المنشورات للمؤسسات التابعة لها، بينما هذه المؤسسات في تواصل دائم عبر النشر المستمر لجديد القطاع وكذا الجديد الخاص بالموظفين والنشاطات والتكوينات والتظاهرات المنظمة من قبل المؤسسات أو من قبل المديرية، كما أنّ انتقال المعلومة من المؤسسة الأم إلى المؤسسات التابعة لها كديوان مؤسسات الشباب إلى بيوت ودور الشباب من خلال تقنية المشاركة لإبصال المعلومة من المديرية إلى المؤسسات التابعة لها والعكس صحيح وذلك لضمان نشر المعلومة على أوسع نطاق والتأكد من

وصولها إلى الموظفين من خلال مشاركتهم للمنشور وكذا من خلال تعليقهم عليه، لكن الأغلبية من الذين يشاهدون المنشور لا يتفاعلون معه لأنَّ أغلبية إعلامية أو تعليمات خاصة بالقطاع.

وكتعليق أخير حول الثقافة الاتصالية عبر صفحات الفايس بوك يرى المتحدث أنَّه هناك اتصال ولكن لا توجد ثقافة الحوار والتعليق وذلك لعدم تأطير الوسيلة (هناك تعليقات لا تخص لا قطاع الشباب والرياضة ولا الموظفين) لذا وجب تأطير هذه الصفحات، كما أنَّ عدم الاهتمام الكافي بهذه الوسيلة وأبرز مثال على ذلك هو عدم وجود صفحة فايس بوك رسمية خاصة بالمديرية في زمن لا يستهان به أبدا في البلدان الغربية بالوسائل الاتصالية الجديدة في نشر وإيصال المعلومات. ويرى المتحدث أنه لا بد من الحفاظ على خصوصية العمل والمؤسسة وذلك بإيجاد وسيلة أخرى موازاة مع الفايس بوك تسيرها المؤسسة "وسيلة رسمية" بحيث تجمع الموظفين ومؤسساتهم وانشغالاتهم وكل ما يتعلق بصلاحياتهم وواجباتهم وحقوقهم وطلباتهم مع وجود حرية النشر والتعليق بكل شفافية واحترام، وأمور التظاهرات والنشاطات وباقي وظائف المديرية ويبقى الفايس بوك هو وسيلة اتصال اجتماعية تنشر فيها المديرية التظاهرات والتكوينات والنشاطات الخاصة بها.

ج- النتائج العامة للدراسة:

-إنَّ أغلب المنشورات عبر صفحة المديرية هي إما منشورات تمت مشاركتها من صفحات أخرى كالصفحة الرسمية لوزارة الشباب والرياضة، صفحات دور الشباب وديوان الشباب لولاية وهران، صفحات تابعة لقنوات إعلامية خاصة (النهار والشروق) وعمومية (التلفزيون العمومي الجزائري)... الخ، أو منشورات تحمل صور ثابتة تمثل لوائح تنظيمية رسمية وبيانات المديرية لباقي المؤسسات التابعة لها أو الموظفين في القطاع بحيث تمثل اتصال رسمي (منشور الإعلان عن مبادرة التجوال الريفي، إعلان عن ضرورة تقديم الشهادة الطبية خلال 48 من الغياب... الخ، وما يفسر هذا النقص في النشر وعدم تحيين المعلومات هو عدم امتلاك المديرية صفحة فايس بوك تمثلها بصفة رسمية وبذلك تصل منشوراتها إلى كل متابعي الصفحة. وهذا ما أكدّه السيد ب-الياس خلال مقابلتنا معه.

-أغلب المنشورات لا تعكس دور المؤسسة أو تقدم نظامها الخاص كالقانون الداخلي أو ما شابه مما يؤشر على عدم تخصص الصفحة كمَنْبر افتراضي يحمل المعنى الحقيقي للثقافة الاتصالية لمديرية الشباب والرياضة، كما أن مضامين الصفحة لا تتمتع بالمرئية اللازمة وهذا ما يترجمه نقص التفاعل للمضامين من طرف متابعي الصفحة الذين يفوق عددهم 10k أي عشرة آلاف متابع.

-نلاحظ أن منشورات الصفحة لها صلة وطيدة بالقطاع (الشبيبة والرياضة) إذ وجدنا الكثير من المنشور خلال شهر جانفي 2023 (الفترة قيد الدراسة) تتحدث عن حدث الموسم بطولة الشان 2022 وكل ما يتعلق به من تحضيرات للملاعب، أخبار المناصرين، شراء التذاكر لحضور المباريات المبرمجة خلال البطولة، ونشر المنصة المخصصة لذلك... الخ. إلا أنها لا تخضع للتحيين وتحديث المعلومات بشكل

مستمر مما يترجم عدم وجود أفراد من التنظيم يقومون بتسيير الحساب بل هي منشورات تطوعية من قبل بعض الموظفين وفي بعض الأحيان حسب الحاجة وهذا ما أكدده السيد ب-إلياس خلال المقابلة.

-عدم منح أهمية كبيرة لهذا الحساب الافتراضي وعدم تخصيص مستخدمين مخصصين لنشر مستجدات المؤسسة وكل ما يخصها. وهذا ما قد يترجم نقص نسبة التفاعل مع الصفحة مقارنة بصفحات مؤسسات أخرى إضافة لعدم مرئية الصفحة بشكل كاف خاصة وأنها تابعة لمؤسسة عمومية في ولاية وهران التي تغطي كثافة سكانية لا بأس بها.

-يمكن أن يترجم نشر المعاييدات والتعزيات بالصفحة على أنه محاولة لبث روح التضامن مع الموظفين رغم قلة المنشورات التي اهتمت بذلك خلال فترة الدراسة والتحليل، وهذا ما سيقوي العلاقات بين الموظفين وتحسين انتمائهم للمديرية لأنها تشاركه في أسوء حالاته الأفراح والأحزان.

-بما أن الصفحة لا تهتم للتحديث في المعلومات التي تنشرها عبر هذا الفضاء الافتراضي، يوحي بأن هذه المؤسسة لا تعتبر هذا المنبر كفضاء رسمي تقدم فيه سياستها واستراتيجيتها الاتصالية بل هو فضاء مساعد ومدعم فقط لما ينشر عبر فضاءاتها الاتصالية التقليدية المتواجدة بالواقع الحقيقي للمديرية.

-لاحظنا فكرة تكرار المناشير في نفس اليوم وفي بعض الاحيان بنفس الوقت او أوقات متقاربة جدا، مما يوحي عدم إعطاء هذه الصفحة أهمية، او لاعتبارها منبرا لا يستحق الاهتمام لا يرتاد عليه الموظفون او المنخرطون، كما يمكن ان نترجمه بأنهم يمنحوا أهمية لتلك المضامين المعاد نشرها، مثلا كتغطية المسابقة الوطنية للسوربان التي فازت بها إحدى دور الشباب التابعة للمديرية.

-تهتم الصفحة كثيرا بنشر مناشير تلعب على الجانب التضامني وبث روح التشارك مع المنخرطين مثلا هناك منشور يتحدث عن حفل تكريم أقيم بأحد دور الشباب (ابن سينا) على شرف المتميزين بأعلى المعدلات عبر مدارسهم وتم ذكر التلاميذ بالألقاب والمعدلات، بالإضافة أن صفحة المديرية تحاول أن تحتضن مختلف الرياضات والهوايات التي تهتم الشباب فنجد هناك بعض المنشورات تتحدث عن المسابقة الوطنية للسوربان الخاصة بالأطفال التي فازت بها إحدى دور الشباب الخاصة، الشطرنج وبطولة الروبوتات....الخ، وحتى أنها تحتضن بصفة رمزية ما يسمى بروح التوعية و التحسيس لدى المواطن بحيث التمسنا ذلك بمضمون الصفحة أين قامت المديرية بالإشراف على أيام تحسيسية ونشر هكذا مبادرات مثلا منشور (يوم تحسيس لمرضى السيلياك ومرض السكري بتاريخ، احتضان الذكرى 28 لتأسيس الإذاعة الجهوية وهران...الخ)

-نجد أن مضمون الصفحة كذلك يحمل جانبا من الاتصال الرسمي للمديرية خاصة ما تعلق بالبلاغات الرسمية للموظفين أو المنخرطين إعلانات، وبيانات على شكل صور ثابتة تم تصويرها من إعلانات رسمية معلقة على واجهة دور الشباب أو المديرية، وفي بعض الأحيان إعلانات غير مختومة لكن

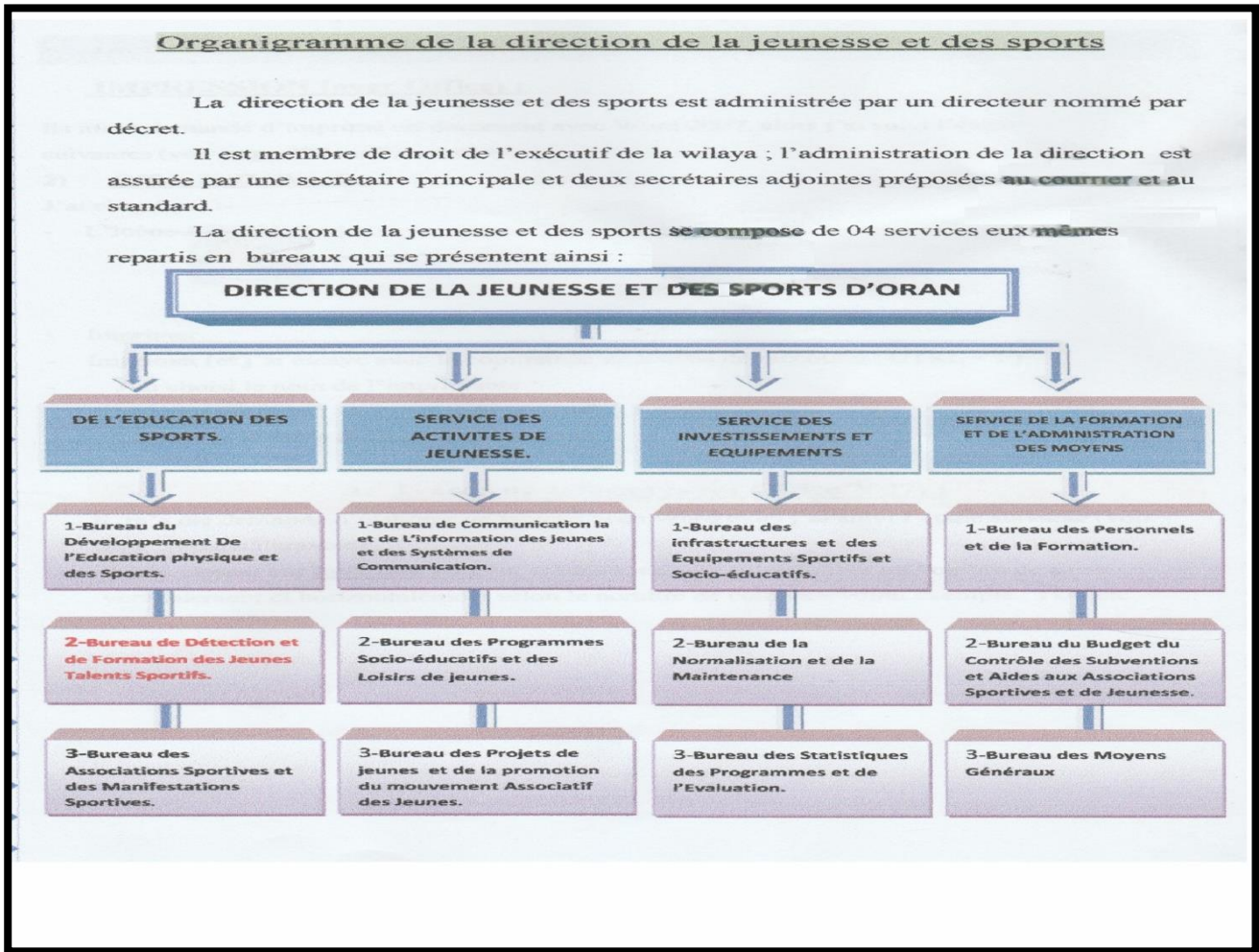
تحميل في مضمونا إعلانيا للموظفين والتابعين للقطاع(عقد جلسة عمل يوم 17 جانفي خاص بكل الملحقين البلديين).

-تهتم الصفحة بنشر كل ما يخص القيم الوطنية للجزائر كتغطية احتفالات يناير التي تمت ببيت الشباب البركي، كذلك مبادرة التجوال على الأقدام التي كان الغرض منها إبراز المعالم السياحية او ما أسميت بخرجات الهواء الطلق مما سيعمل على تعزيز الثقة بين القطاع وبين المنخرطين وكل ساكني الولاية لكسب التفاهم بقطاع الشبيبة والرياضة.

-نلاحظ أن الصفحة لم تعد من أجل النشر او التدوين الحر بل هي مجرد نشر ومشاركة منشورات من صفحات أخرى او التابعة لقنوات إعلامية تقليدية وعليه لا يمكننا اعتبار فضاء صفحة الفيسبوك منبرا افتراضي اتصالي بامتياز يمكنه ان يقوم مكان الاتصال المجسد عبر هياكل المديرية و يمكن القول انها تعتبر تجربة محتشمة جدا لا تستند للجدية والصرامة في قيامها بالدور الحقيقي لنشر وتطوير الثقافة الاتصالية للموظفين والمنخرطين للمديرية. خاصة و أنها تخص قطاع بالغ الأهمية ويغطي اهتمامات الفئات الشابة التي تمثل حيزا كبيرا في الكثافة السكانية للبلد الجزائري.

-ويمكن أن يعود ذلك لكون قطاع الشبيبة والرياضة قطاع عمومي لا يولي أهمية قصوى لمثل هكذا منابر افتراضية بداية بعدم وجود صفحة فايس بوك رسمية للمديرية بل هي مجرد صفحة عادية وهذا ما جعل القائمين على المديرية غير مهتمين بالتحسين وبالسياسة الاتصالية للحساب، إذ أنّ وجود حساب رسمي يجعل الاتصال أكثر رسمية وفاعلية، بالإضافة لعدم وجود هيئة أو شخص معين توكل إليهم مسؤولية هذا الفضاء وهذا حسبما صرح ب احد الموظفين بالمديرية في المقابلة التي أجريناها معه بحيث لا يوجد شخص بعينه يقوم على متابعة سير نشاط الصفحة بل هي مجرد منشورات من طرف الموظفين تطوعا فقط، ولهذا فهي لا تخضع للتحديث المستمر وفق مجرى سير الأحداث والأهداف المسطرة و في إستراتيجية المديرية بل وفق ظروف وأهواء القائمين على النشر واهتماماتهم الخاصة.

شكل رقم 01: الهيكل التنظيمي لمديرية الشباب والرياضة لولاية وهران



المصدر: وثائق خاصة بمديرية الشباب والرياضة ولاية وهران

الخاتمة:

تولي المنظمات والمؤسسات أهمية قصوى للاتصال ولثقافة الاتصالية التنظيمية في هيكلها الإداري، باعتباره الركيزة الأساسية التي بدونها لا تستطيع أداء مهامها ولا تحقيق أهدافها. فالاتصال بشكليه التقليدي والجديد يقومان بدعم ونشر الثقافة الاتصالية للمؤسسة، إذ يجب على القائمين بالمؤسسات العمومية الاهتمام أكثر خاصة بوسائل الاتصال الحديثة التي لا تقل أهمية عن وسائل الاتصال المباشر لما لها من ميزات وإمكانات وسرعة التوصيل والفاعلية، كلها وسائل تساعد على تكوين ثقافة اتصالية تعكس صورة أفضل للمؤسسة وتسمو بها نحو تحقيق أهدافها.

قائمة المراجع:

ZERROUKI, M. A. (2011). culture d'entreprise et Motivation des salariés, cas de l'entreprise NAFTAL/District commercialisation Tlemcen(Mémoire en Magister). Oran, Algerie: Université D'Oran.

- أحمد ماهر. (2003). *السلوك التنظيمي: مدخل بناء المهارات*. مصر: الدار الجامعية.
- ب.إلياس. (11 12, 2022). مقابلة شخصية. (مديرية الشباب والرياضة لولاية وهران، المحاور) بشار حزي. (2020). *الاتصال التنظيمي*. سوريا: منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- جلال الدين بو عيط. (2009). *الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي: دراسة ميدانية على العمال المنفذين بمؤسسة سونلغاز عنابة*(رسالة ماجستير). قسنطينة: جامعة منتوري.
- جمال الدين المرسى. (2006). *الثقافة التنظيمية والتغيير* (الإصدار ب.ط). الدار الجامعية للنشر.
- سامية عواج. (2019). *الاتصال في المؤسسة: المفاهيم-المحددات-الاستراتيجيات* (الإصدار ط1). عمان، الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي .
- طاهر الغالي. (2009). *الإدارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل* (الإصدار ط2). عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- عبد الرحمن عزي. (1992). *عالم الاتصال*. الجزائر العاصمة: ديوان المطبوعات الجامعية.
- عبد الرحيم درويش. (2006). *دراسات في الاتصال* (الإصدار د.ط). مصر: مكتبة نانسي.
- محمد قاسم القريوتي. (2000). *السلوك التنظيمي*. الأردن: دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع.
- محمد منير حجاب. (2001). *المعجم الإعلامي* (الإصدار 1). القاهرة: الفجر للنشر والتوزيع.