

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال
تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
الميدان : العلوم الإنسانية
الشعبة : علوم الإعلام والاتصال
تخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

الموضوع

تأثيرات استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة على الصورة الذهنية للمؤسسة

- دراسة حالة لمديرية الشؤون الدينية لولاية ورقلة -

* حليلة جغاب

إعداد الطالبتان : * ساهرة سمان

اللجنة مكونة من السادة :

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
محمد الطيب الزاوي	أستاذ محاضر	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	رئيسا
عبد الرحمان صالح	د.أستاذ محاضر"ب"	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مشرفا ومقررا
عيسى بوكرموش	أستاذ محاضر	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية 2020 - 2021

شكر وعرفان

قال الله تعالى: ﴿وَلئنْ شكرتم لأزيدنكم﴾ صدق الله العظيم

الحمد لله والصلوة والسلام على رسوله الكريم، فالشكر لله وحده على فضله

وإحسانه، الذي أنعم علينا بنعمة العلم والإيمان وحثنا على مثابرة الجهد في

الحصول عليهما بلا حدود سبحانه وتعالى، ونشكره على نعمه الجمّة علينا من علم وحب للمعرفة،

والذي منحنا القوّة والهمنا الصبر في انجاز هذا العمل.

وبعد الشكر العام يتنازع في نفوسنا تقدير وشكر خاص لمن جعلهم الله أعواناً لنا فغمرونا بكل

معاني العون؛ وعلى رأسهم الأستاذ المشرف: **عبد الرحمان صالحى** نتقدم له بالشكر الجزيل على

قبوله الإشراف على هذا العمل وعلى إرشاداته القيمة وتوجيهاته.

كما نشكر ونحن ممتنين بالعرفان الخالص إلى جميع أساتذة تخصص إعلام واتصال على نصائحهم

القيمة ومعلوماتهم الوافرة التي قدّموها لنا طول فترة الدراسة.

ولا يفوتنا أن نتقدّم بالشكر إلى كلّ من الدكتور عبد الرحمان عبد الحى و الأستاذ لطفي زوزو

وفاطمة مناصري وكلّ قدّم لنا يد العون بمديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة

ولكلّ من ساعدنا من قريب أو بعيد.

فنسال الله أن يبارك للجميع في جهودهم الخيرة وأن

يحقق لهم الآمال.

الإهداء

إن لكل جهد ثمرة، والثمرة المتواضعة هذه أهديتها إلى من أوصانا الله
بهما وقال: ﴿وبالوالدين إحساناً﴾ إليك يا من أنرتي دربي وسهرتي الليالي من
أجل راحتي وتربيتي مثال الصبر والعطاء "أمي الحبيبة"
يا من رببتني وحرصت دوماً على تعليمي وسعادتي، إلى "أبي الغالي"
والعزيز...

إليكما أهدي هذا العمل ثمرة تضحيتكما من أجلي
إلى أخواي وابنتي أخي تسنيم وإخلائص
إلى من علماتني الصبر وحب الخير إلى كنز العائلتين جدتي لابي وجدتي
لامي الغاليتين أطال الله عمرهما

إلى صديقاتي،

إلى جميع أفراد أسرتي الكريمة كبيراً وصغيراً
أهدي إلى كل قريب أو صديق إلى رفقاء الدرب وزملاء الدراسة التي جمعتني
بهم أحلى الأيام خلال مشواري الدراسي، إلى كل من قدم لي يد العون
في إنجاز هذه المذكرة من قريب أو بعيد
إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع.

سأهزلة

الإهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين.

أهدي ثمرة عملي هذا إلى من وصى بهما الرحمان

إلى أول من رأت عيني وأحب قلبي إلى أول صدر ضمّني، إلى التي أفرح
بروحها وأرتاح للقائها إلى مدرستي في الحياة، إلى التي تفرح بنجاحي
وتشجعني في كل خطوة أخطوها، إلى أمي الحنون حفظها الله لي وأطال الله
في عمرها، سندي في الحياة.

إلى روح أبي الطيبة - رحمه الله واسكنه فسيح جنانه - إلى فلذات كبدي
مروة صفاء وإبراهيم إلى من نكّن لهم الصّدق والحبّ والوفاء والحنان إلى
إخوتي وأخواتي.

إلى كلّ زميلات الدراسة الذين أكنّ لهم أسمى عبارات المحبة والاحترام، إلى
كلّ من يسعهم القلب ولم تسعهم الورقة، إلى أساتذتي الأكارم بقسم علوم
الإعلام والاتصال إلى الأستاذ المشرف د. صالح عبد الرحمان .

حليمة

تناولت الدراسة موضوع تأثير تكنولوجيا الوسائط الجديدة في الصورة الذهنية للمؤسسة، دراسة حالة مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة ؛ حيث سعت الدراسة لتقصي استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في رسم صورة ذهنية للمؤسسة، ورصد انعكاس ذلك الاستخدام على نشاط مديرية الشؤون الدينية والأوقاف وعلاقتها مع موظفيها، و أهم العراقيل التي تصادفهم نتيجة استخدامهم للوسائط الجديدة خلال ممارستهم لمهامهم ، ومدى نجاح رسم صورة طيبة للمؤسسة، وكان من بين النتائج المتوصل إليها.

- أن تكنولوجيا الوسائط الجديدة ضرورية في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف مع اعتمادها على العديد من الوسائل المختلفة في العمل لتبادل المعلومات والاتصال كجهاز الحاسوب والهاتف الذكي....

- إن استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف يؤثر نوعا ما على صورة الم مؤسسة، وهذا يفسر جودة الخدمات التي تقدمها مديرية الشؤون الدينية والأوقاف من خلال الوسائل الحديثة.

- إدخال التكنولوجيا إلى مديرية الشؤون الدينية والأوقاف غيى من طريقة العمل ؛ وهذا ما أدى إلى محيط عمل جديد ورفع الروح المعنوية للموظفين.

- استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة من طرف الموظف بمديرية الشؤون الدينية والأوقاف ساهم في تبسيط إجراءات العمل الداخلي، وتقريب المسافة بين الموظف ومديرية الشؤون الدينية والأوقاف و المصالح المركزية.

- أهم العراقيل التي تعيق الاستفادة من استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة بمديرية الشؤون الدينية والأوقاف في رسم صورة المؤسسة هي نقص التّأطير والتّكوين و العراقيل التقنيّة.

Notre étude s'est porté sur l'effet de la technologie des nouveau médias pour dessinez une image mentale pour l'établissement.

étude de cas direction des affaires religieuses et des dotation willaya d'Ouargla, pour découvrir l'utilisation de la technologie des nouveau médias pour dessinez une image mentale pour l'établissement, et surveiller le réflexion de l'utilisation sur son activité et sa relation avec ses salariés, et les obstacles les plus importants qu'ils rencontres a la suit de l'utilisation des nouveau médias pendant l'exercice de leur fonction et parmi les résultats obtenus :

- La technologie des nouveau médias nécessaire dans direction des affaires religieuses et des dotation avec l'approbation sur des nombreux moyens différents sur le travaille pour l'échange d'information
- l'utilisation de la technologie des nouveau medias dans la direction des affaires religieuses et des dotation affecteux sur l'image d'entreprise ceci explique la qualité des prestations la société a travers les moyens modernes.

- La présentation de la technologie dans la direction des affaires religieuses et des dotations change la façon dont cela fonctionne et remonte le moral des employés.
- L'utilisation de la technologie des nouveaux médias par l'employé dans la direction des affaires religieuses et des dotations contribue en simplifiant le travail intérieur et zoom à distance entre la direction et les intérêts centraux.
- Les obstacles les plus importants qui entravent l'utilisation de la technologie des nouveaux médias dessinent une image mentale pour l'établissement c'est le manque de cadrage et de la configuration et les obstacles techniques.

الصفحة	العنوان
	كلمة شكر و عرفان
	الإهداء 1
	الإهداء 2
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال و الملاحق
أ-د	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
17	تمهيد
19-18	1 إشكالية الدراسة
19	2 تساؤلات الدراسة
20-19	3 فرضيات الدراسة
20	4 أسباب اختيار الموضوع
21-20	5 أهمية الدراسة
22-21	6 أهداف الدراسة
27-22	7 تحديد مفاهيم الدراسة
34-27	8 منهج وأدوات جمع البيانات
34	9 حدود الدراسة
36-34	10-مجتمع وعينة الدراسة
44-37	10 للدراسات السابقة والمرتبطة
45-44	11 حدود الاستفادة من الدراسات السابقة
49-46	12 للمقاربات النظرية للدراسة

الصفحة	الإطار التطبيقي للدراسة
52	تمهيد
53	الأساليب الإحصائية المستخدمة
56-54	نبذة عن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة
78-57	عرض ومناقشة نتائج الدراسة
81-79	نتائج الدراسة
82	الخاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
الجدول رقم (01)	يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب الجنس	57
الجدول رقم (02)	يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب السن	57
الجدول رقم (03)	يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب المؤهل العلمي	58
الجدول رقم (04)	يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب الخبرة المهنية	59
الجدول رقم (05)	يوضح ضرورة استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة	59
الجدول رقم (06)	يوضح اهتمام الموظف باستخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة	60
الجدول رقم (07)	يوضح الوسائط الجديدة التي يعتمد عليها الموظف في عمله	60
الجدول رقم (08)	يوضح الوسيلة التكنولوجية التي تستخدم في العمل لتبادل المعلومات والاتصال	61
الجدول رقم (09)	يوضح استخدام جهاز الحاسوب في العمل	62
الجدول رقم (10)	يوضح يستخدم جهاز الحاسوب في العمل	62
الجدول رقم (11)	يوضح فيها تستخدم شبكة الانترنت	63
الجدول رقم (12)	يوضح طريقة التعرف على استخدام الوسائط الجديدة	64
الجدول رقم (13)	يوضح تعامل الإدارة العليا في (م ش د أ) مع موظفيها	65
الجدول رقم (14)	يوضح عمل الموظف على إعطاء صورة ايجابية للجماهير عن مديرية (ش د أ)	65
الجدول رقم (15)	يوضح التزام الموظف في (م ش د أ) بتقديم المعلومات لجماهيرها	66
الجدول رقم (16)	يوضح تتبع (م ش د أ) موظفيها باستمرار	67
الجدول رقم (17)	يوضح اهتمام (م ش د أ) بتقديم خدمات ومعلومات لجماهيرها	67
الجدول رقم (18)	يوضح سعي (م ش د أ) إلى تحقيق حوار مستمرة مع موظفيها	68
الجدول رقم (19)	يوضح تركيز (م ش د أ) على بناء الثقة مع موظفيها	69
الجدول رقم (20)	يوضح وضع برامج وتطبيقات مناسبة تسهل عملية نقل معلومات لكل موظف ب (م ش د أ)	69
الجدول رقم (21)	يوضح تأثير استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في (م ش د أ) على رسم الصورة الذهنية	70

71	يوضح التغيير الذي أحدثه إدخال التكنولوجيا الوسائط الجديدة في (م د ش أ)	الجدول رقم (22)
71	يوضح استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهم في تحسين الاتصال داخل المؤسسة (م ش د أ).	الجدول رقم (23)
72	يوضح استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهم في تحسين صورة (م ش د أ)	الجدول رقم (24)
73	يوضح تكنولوجيا الوسائط الجديدة تساهم في تحسين صورة (م ش د أ)	الجدول رقم (25)
74	يوضح اثر استخدام لتكنولوجيا الوسائط الجديدة على نشاط (م ش د أ)	الجدول رقم (26)
75	يوضح انعكاس استخدام لتكنولوجيا الوسائط الجديدة في ممارسة العمل اتجاه الآخرين	الجدول رقم (27)
76	يوضح أهم العراقيل التي تصادف الموظف خلال استخدامه لتكنولوجيا الوسائط الجديدة	الجدول رقم (28)
77	يوضح إدخال وسائط جديدة أخرى في (م ش د أ)	الجدول رقم (29)
78	نجاح تكنولوجيا الوسائط الجديدة في بناء صورة ذهنية طيبة للمؤسسة	الجدول رقم (30)

الصفحة	العنوان الدوائر النسبية	رقم الشكل
57	يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب الجنس	الشكل رقم (01)
57	يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب السن	الشكل رقم (02)
58	يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب المؤهل	الشكل رقم (03)
59	يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب المؤهل	الشكل رقم (04)
59	يوضح ضرورة استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة	الشكل رقم (05)
60	يوضح اهتمام الموظف باستخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة	الشكل رقم (06)
60	الوسائط الجديدة التي يعتمد عليها الموظف في عمله	الشكل رقم (07)
61	يوضح الوسيلة التكنولوجية التي تستخدم في العمل لتبادل المعلومات والاتصال	الشكل رقم (08)
62	يوضح استخدام جهاز الحاسوب في العمل	الشكل رقم (09)
62	يوضح فيما يستخدم جهاز الحاسوب في العمل	الشكل رقم (10)
63	يوضح فيها تستخدم شبكة الانترنت	الشكل رقم (11)
64	يوضح طريقة التعرف على استخدام الوسائط	الشكل رقم (12)
65	يوضح تعامل الإدارة العليا في (م ش د أ) مع موظفيها	الشكل رقم (13)
65	يوضح عمل الموظف على إعطاء صورة ايجابية للجماهير عن (م ش د أ)	الشكل رقم (14)
66	يوضح التزام الموظف في (م ش د أ) بتقديم المعلومات	الشكل رقم (15)
67	يوضح تتبع م ش د أ موظفيها باستمرار	الشكل رقم (16)
67	يوضح اهتمام (م ش د أ) بتقديم خدمات ومعلومات لجماهيرها	الشكل رقم (17)
68	يوضح سعي (م ش د أ) إلى تحقيق حوار مستمرة مع موظفيها	الشكل رقم (18)
69	يوضح يوضح تربي (م ش د أ) على بناء الثقة مع موظفيها	الشكل رقم (19)
69	يوضح وضع برامج وتطبيقات مناسبة تسهل عملية نقل معلومات لكل موظف بـ م (ش د أ)	الشكل رقم (20)

70	يوضح تأثير استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في (م ش د أ) على رسم الصورة الذهنية	الشكل رقم (21)
71	يوضح التغيير الذي أحدثه إدخال التكنولوجيا الوسائط الجديدة في (م دش أ)	الشكل رقم (22)
71	يوضح استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهم في تحسين الاتصال داخل (م ش د أ).	الشكل رقم (23)
72	يوضح استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهم في تحسين صورة (م ش د أ)	الشكل رقم (24)
73	يوضح تكنولوجيا الوسائط الجديدة تساهم في تحسين صورة (م ش د أ)	الشكل البياني رقم 25-1/25
74	يوضح اثر استخدام لتكنولوجيا الوسائط الجديدة على نشاط (م ش د أ)	الشكل البياني رقم 26
75	يوضح انعكاس استخدام لتكنولوجيا الوسائط الجديدة في ممارسة العمل اتجاه الآخرين	الشكل البياني رقم 27
76	يوضح أهم العراقي التي تصادف الموظف خلال استخدام ه لتكنولوجيا الوسائط الجديدة	الشكل البياني رقم 28
77	يوضح إدخال وسائط جديدة أخرى في (م ش د أ)	الشكل البياني رقم 29
78	يوضح أهم العراقي التي صادفتها خلال استخدامك لتكنولوجيا الوسائط الجديدة	الشكل البياني رقم 30

إنّ الهيكل التنظيمي لأيّ دولة يرتكز أساسا على نظام المؤسسات سواء كانت مؤسسات عموميّة إداريّة أو اقتصاديّة، وسواء كانت مؤسسات عامّة تملكها أجهزة الدولة أو مؤسسات خاصّة يملكها أشخاص طبيعيّون، وكلّ هذه المؤسسات بأنواعها تسعى إلى تحقيق أهدافها التي من أجلها أنشئت، ومن بين عوامل تحقيق هذه الأهداف ضرورة وحتميّة وجود علاقات تظهر لنا مجموعة من الجوانب المتعلّقة بحدّ ذاتها كنظامها الداخلي والخارجي، سمعتها مستوى خدمتها ومدى فعاليتها وتأثيرها، فمهما كان المسؤول في المؤسسة فهو لا يقوم بوظائف التخطيط والتنسيق وغيرها من الأعمال إلا عن طريق العلاقات فقبل اتّخاذ القرار يحتاج المسؤول إلى مجموعة من المعلومات لتحديد المشكلة، ولا يتمكّن من ذلك إلا عن طريق الاتّصال الذي هو كفيل بتحقيق ذلك.

فغياب عنصر الاتّصال يعتبر من بين أكثر المشاكل في المؤسسة؛ بحيث لا يتمكّن المسؤول من معرفة مدى تحقيق أهدافها إلا عن طريق الاتّصال، ومن هنا تظهر أهميّة توفير عنصر الاتّصال من أجل ضمان السير الحسن للرئيس والمروّوسين باعتبارهم القائمين بعملية الاتّصال، ولأنّهم يعتبرون أهمّ عنصر في الاتّصال الإداري، وهم مشغولون باستمرار في استقبال المعلومات، والتوجيهات، والأوامر، والخطابات، والتقارير، والمذكرات وغيرها؛ أي أنّهم مشغولون بالاتّصال بمختلف الوسائل والتكنولوجيات المتطوّرة.

حيث شهد العصر الحالي مرحلة متطوّرة في تكنولوجيات الاتّصال الجديدة بكلّ تجلّياتها وأبعادها، إذ تعتبر الأنترنت والكمبيوتر أدواته الأساسيّة، والهاتف المحمول المتطوّر أهمّ الوسائل، وتعتبر المرحلة الجديدة التي تشير إلى حالة من التنوّع في الخصائص والسّمات، لعلّ أبرزها تنامي خاصيّتي الفرديّة والتخصّيص في الاستخدامات والتّطبيقات لدى الجماهير كما لا يمكن إغفال التّفاعليّة كسمة رئيسيّة للاتّصال الجديد، والتي ساهمت في اتّساع نطاقه واستقطابه لجماهير واسعة، وأدّت إلى زوال الحدود الجغرافيّة وكذا الدوليّة والوطنيّة لمفهوم الدولة.

فالتطور الملحوظ في تقنيات وإمكانيات وسائل الاتصال وسهولة الاستخدام ومدى تأثيرها على المتلقي وفق إمكانيات كل وسيلة أدى إلى انتشارها بشكل كبير بين الأفراد.

ومن بين هذه التقنيات استخدام الوسائط الجديدة في مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت، إذ تستخدم هذه المواقع على أساس متزايد من قبل الشركات والمؤسسات الحكومية والخاصة، وتشير إحدى الدراسات إلى أن أكثر من تسع وستين بالمائة من أصل ألفي شركة تقوم باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة،¹ على الرغم من تعدد وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها من الوسائل الأخرى، إلا أن بعض المسيرين يظهرون تخوفهم من استخدام هذه التقنيات الحديثة في عملهم، وذلك كونهم غير مؤهلين لاستخدامها،² فهي من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، وبالرغم من أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد لتشمل كل الأنشطة الرئيسية من سياسية واقتصادية واجتماعية وإدارية أيضا.

وقد أصبح استخدام الوسائط الجديدة اليوم من أهم الوسائل المستعملة بالمؤسسات العمومية وإشباع حاجات الأفراد الثقافية والمعلوماتية المختلفة.

فالبحث في موضوع استخدام الوسائط الجديدة باعتبارها أكثر تأثيرا وانتشارا لدى

الجمهير من الموضوعات الهامة في حقل الإعلام والاتصال لما يشهده العالم من تطور هائل في وسائل الاتصال والنمو المتسارع في الوسائل السمعية البصرية وعصر تزايد فيه إنتاج المعلومات بسرعة فائقة فهو يستمد أهميته من كونه انعكاسا حقيقيا للبيئة المحلية التي ينطلق منها، ويعبر عن قيم وعادات وتراث أفراد هذه البيئة ويهدف إلى خدمة احتياجاتهم ومناقشة قضاياهم الاجتماعية والثقافية والدينية... الخ، وحتى تتمكن المؤسسة من التحدي والبقاء والنمو عليها أن تدرك مدى الأهمية القصوى في استخدامها التكنولوجيات الجديدة عموما.

¹-Mc Corkindale, T.C, Can you see the writing on my wall? A content analysis.s

Facebook social networking sites, Public Relations Journal, Vol 4'50 of the FortuneRetrievedfrom, No 3, Summer, 2010.

<http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Documents/2010McCorkindale.pdf>

²- Galloway, Cyber-PR and 'dynamic touch', Public Relations Review ,[Electronic version]. 31,2005, pp. 572-577.

وكيفية استخدامها للوسائل المختلفة والوسائط الجديدة خاصة كأحد الطرق والآليات التي يمكن أن تساهم بشكل فعّال وحقيقي للوصول لتعزيز الصورة الذهنية خصوصا على مستوى جمهورها الداخلي الذي يعدّ أحد المحركات الأساسية والفاعلة لتحقيق أهدافها.

كما يعدّ تحديد مفهوم الصورة الذهنية أهم مرتكزات البحث العلمي ويعني هذا الاصطلاح رأيا أو منطقا أو مجموعة معتقدات حول شيء معين،¹ وهو من أهم الموضوعات التي تهتمّ المنظّمات بدراستها وقياسها بشكل منظم ووضعها من أولوياتها عند رسم خططها وتنفيذ قراراتها لدورها في تشكيل السلوك المجتمعي؛ وينطبق ذلك على جميع الأصعدة حتى على المستوى الدولي في تهيئة المناخ الملائم لتحقيق أهداف الدولة ونجاح سياستها الداخلية والخارجية، وفي المؤسسات العمومية وغير الربحية خاصة الخدمية ومن هنا تبرز أهمية دراسة الصورة الذهنية بشكل ملح وضروري لأنها تعدّ من رأس مالها الذي تستثمر به، وتروّج أنشطتها من خلاله.

إذ تقوم الصورة الذهنية بدور هام في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل سلوك الأفراد، وتؤثّر في تصرفاتهم تجاه الجماعات والمؤسسات، فهي تعكس الواقع وتحمل المعلومات عنه إلى العقل الإنساني الذي لا يواجه الواقع مباشرة وإنما يواجهه بشكل غير مباشر يعتمد على الوصف، ولذلك أدركت المؤسسات أهمية دراسة صورتها السائدة في أذهان الجماهير واتخاذ السياسات، ورسم الخطط الكفيلة لتكوين هذه الصورة على النحو الذي تتمناه هذه المؤسسات واستخدام ذلك في دعم أنشطتها، وإذا كانت صورتها مضطربة، عملت بتركيز شديد على وضع الاستراتيجيات المختلفة لتحسينها وتأكيدا، وأصبح تكوين الصورة الذهنية الايجابية هدفا أساسيا تسعى إلى تحقيقه كل المؤسسات من خلال الأداء الذي يتفق مع احتياجات الجمهور.

¹ باقر موسى، الصورة الذهنية والعلاقات العامة، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2014، ص 53.

وباعتبار مديريّة الشؤون الدّينيّة والأوقاف مؤسّسة عموميّة غير ربحيّة تسعى لتعزيز مكانتها وصورتها الإيجابية في المجتمع الذي تنشط فيه لنشر رسالتها وتوضيح رؤيتها وتحقيق أهدافها واستراتيجياتها في ظلّ الأحداث المتسارعة والمنافسة المتزايدة، قصد التمكن من الحفاظ على ولاء الموظّفين والمواطنين ولايتأتى ذلك إلا بتعزيز مكانتها عن طريق تكوين وترسيخ صورتها الدّهنيّة لدى جمهورها الدّاخلي والخارجي باعتبارها من بين المؤسّسات الفاعلة في المجتمع والقُدوة الحسنة للمواطن.

فلبناء صورة ذهنيّة إيجابيّة تساهم في تقبّل كل الآراء ووجهة النّظر في القضايا الاجتماعيّة وتحريك السّلوك والأفكار لدى جمهورها نحو الإيجابيّة منها، وإلى طرق الوصول لرأي فردي وعام داعم يحثّ المجتمع على المشاركة الإيجابيّة لحلّ قضية ما أو مشكلة يتعرّض لها المجتمع، ولتنمية قدرات وتوجيه سلوكات تبتعد عن السّليبيّة واللامبالاة، وتشجّع على ذلك انطلاقاً من كل فرد و وصولاً إلى المجتمع على أن يكون له الدور الأساسي في التّغيير والتطوير عبر المنابر واستخدام الوسائط الجديدة.

ولتغطية هذا الموضوع والإجابة على تساؤلاته، قمنا بتقسيم الدّراسة إلى فصلين، نتناول الفصل الأوّل، تحديد موضوع الدّراسة، من خلال تحديد الإشكالية وأسباب اختيار الموضوع ومجالات الدّراسة، تحديد أهميّة الدّراسة والأهداف والمفاهيم، وكذلك تحديد مجالات الدّراسة وتحديد منهج الدّراسة، ثم التطرق للدّراسات السّابقة، في حين احتوى الفصل الثّاني عرض وتحليل ومناقشة لبيانات الاستثمارات المقدّمة واستنتاجات الدّراسة، وفي الأخير خاتمة وقائمة المراجع والملاحق.

الفصل الأوّل

الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة.

تمهيد:

- 13 مشكلة الدراسة.
- 14 تساؤلات الدراسة.
- 15 فرضيات الدراسة.
- 16 أسباب اختيار الموضوع.
- 17 أهمية الدراسة.
- 18 أهداف الدراسة.
- 19 تحديد مفاهيم الدراسة.
- 20 منهج وأدوات جمع البيانات.
- 21 حدود الدراسة.
- 22 مجتمع وعينة الدراسة.
- 23 -الدراسات السابقة والمرتبطة.
- 24 -المقاربات النظرية للدراسة.

يتناول هذا الفصل كافة الإجراءات المنهجية المتبعة في هذه الدراسة، لاسيما وأن المنهجية العلمية هي نسق من القواعد والإجراءات التي يعتمد عليها البحث العلمي، وهذا النسق مرن وغير مغلق، لذا فهو غير منزّه عن الخطأ، إلا أن المنهج يبقى أساسياً في تدوين المعلومات والبيانات التي يحتاجها أي باحث لإنجاز وتحقيق أهداف بحثه، كما أن المنهج العلمي هو الذي يلزم الباحث بالدقة وعدم القوة في الذاتية، ويضمن حياده النسبي الموضوعي، بعيداً عن أهوائه وميوله الشخصية، وبالتالي يلزم الباحث بعدم إبداء رأيه الشخصي دون تعزيزه بآراء لها قيمتها العلمية، والتقيّد بإخضاع أي رأي للنقد، فلا رأي فوق النقد والنقاش مهما كانت درجة الثقة فيه، إذ لا توجد حقيقة راسخة بذاتها.

وهي دراسة تمّ عرض الإجراءات المنهجية على عدّة خطوات أهمّها: مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها، ومصطلحات ومفاهيم الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، وخصائص عينة الدراسة وأدواتها، وصدق وصلاحيّة أداة الدراسة وثباتها، وبعض الدراسات السابقة التي ترتبط بمتغيّرات الدراسة وحدود الدراسة ومجالها.

1 - الإشكالية:

شهد النصف الأخير من القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين تعاقب الكثير من الأحداث والمراحل والمحطات التاريخية من خلال الاهتمام بالاتصالات و ظهور مفهوم تكنولوجيا الاتصال الجديدة وصولاً إلى عصر تكنولوجيا الاتصال الجديدة، حيث في القرن الماضي ونتيجة للتقدم الصناعي والتقني في مجال الإعلام والاتصال الذي ساهم بدوره في تعدد وسائل الإعلام والاتصال المكتوبة، المسموعة، المرئية والالكترونية، والإنترنت إذ أعطى قوة لعمل مسيري المؤسسات ليوقر لهم فرصة فريدة لجمع المعلومات والاطلاع على آراء الأخرى من قبل بعض المؤسسات أ الأفراد.¹

وتنوع استخدام الأفراد كل حسب استطاعته وظروفه وميوله لوسائل الاتصال الجديدة، من بين هذه الوسائل نجد تطبيقات وبرامج التواصل الاجتماعي فأضحت للوسائط الجديدة اليوم أهمية كبيرة وقوة عظيمة في التأثير على الجمهور مما ساهم في انتشار المعرفة وتحسين مختلف الصور والمفاهيم الذهنية بمختلف الأصعدة الوطنية والاجتماعية، إذ تقوم تكنولوجيا الوسائط الجديدة في المؤسسات مهما كان نشاطها بتوفير المعلومات والبيانات الضرورية لتسهيل المضي في تكوين صورة ذهنية جيدة عن المؤسسة لدى الجمهور، وليس من السهل على المؤسسة رسم صورة ذهنية مقبولة عنها لدى الجمهور المتنوع وغير المتجانس من حيث الحاجات والرغبات؛ فالصورة الذهنية تؤثر في سلوك الجمهور، وهي التي تطبعها الوسائط الجديدة في ذهن الجماهير تعبر عن وجهة نظر اتجاه المفاهيم المختلفة، مما جعل مديرية الشؤون الدينية والأوقاف التي هي من بين أهم المؤسسات الفاعلة في المجتمع إذ تثبت دعائمه على الخير والتوعية والحفاظ على أواصر اللّحمة القوية بين مكونات المجتمع من خلال الكلمة، خصوصاً في هذا الزمن الذي تطورت فيه وسائل التواصل وصارت تنقل عبر قنوات كثيرة خصوصاً الفضاء الإلكتروني، الذي يتخذه بعض الجمهور مصدر رسمي وموثوق للمعلومات والأحداث.

كلّ هذا يؤثر على المفاهيم والصور الذهنية للجماهير عن طريق البرامج المتنوعة والهادفة إلى التأثير على أفراد المجتمع، فتغير وتحسن الصور الإعلامية في ذهن المتلقي عن مختلف المواضيع الاجتماعية خاصة الدينية منها والثقافية، التي تستخدم مختلف الوسائط

¹-McAllister,S.&Taylor,M, Community college web sites as tools for fostering dialogue public Relations Review, Electronic version33 ,2007,pp 230-232.

الجديدة لتحسين صورتها ا لذهنية لدى الجماهير سعيا منها لتنوير الرأي العام، فارتأينا في هذه الدراسة التركيز على مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:
ما مدى تأثير استخدام الوسائط الجديدة على الصورة الذهنية لمديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة؟.

1 تساؤلات الدراسة:

تساؤل الدراسة:

لتبسيط الإجابة على الإشكالية الرئيسية قمنا بتجزئتها إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- 1 هل تعتمد مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة على تكنولوجيا الوسائط الجديدة؟.
- 2 هل ساهمت تكنولوجيا الوسائط الجديدة في تحسين الصورة الذهنية لدى مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة؟.
- 3 على ماذا اعتمدت مديرية الشؤون الدينية لولاية ورقلة في تكنولوجيا الوسائط الجديدة من أجل تحسين الصورة الذهنية؟.
- 4 كيف أثرت الوسائط الجديدة في رسم الصورة الذهنية لمديرية الشؤون الدينية؟.

2 فرضيات الدراسة:

بغرض الإلمام بحيثيات الموضوع ومحاولة الإجابة على السؤال الرئيسي قمنا بالاستعانة بمجموعة من الفرضيات حاولنا إثبات صحتها من خطئها، وهي كالتالي:

الفرضية الرئيسية:

يوجد تأثير لتكنولوجيا الوسائط الجديدة على الصورة الذهنية لمديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة.

الفرضيات الفرعية :

ويندرج تحت هذه الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية صيغت على النحو التالي:

- 1 تعتمد مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة على الوسائط الجديدة لتحسين صورتها لدى الجمهور.

2 تُستخدم تكنولوجيا الوسائط الجديدة في تحسين الصورة الذهنية لدى مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة.

3 هناك علاقة بين تكنولوجيا الوسائط الجديدة والصورة الذهنية.

4 لتكنولوجيا الوسائط الجديدة تأثير كبير على الصورة الذهنية لمديرية الشؤون الدينية والأوقاف.

3 أسباب اختيار الموضوع:

من أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار الموضوع تلك التي تفرضها طبيعة التخصص واهتمامات ورغبات وقدرات نتيجة لعدة أسباب موضوعية وذاتية وهي كالتالي:
أ - أسباب ذاتية:

• الاهتمام الشخصي بتكنولوجيا الوسائط الجديدة.

• لقناعتنا الشخصية أن موضوع تكنولوجيا الوسائط الجديدة كفيلة بتسيخ صورة ذهنية معينة عن المؤسسة.

ب أسباب موضوعية:

• انتشار التكنولوجيا الوسائط الجديدة خاصة.

• قلة البحوث والدراسات التي تتناول الصورة الذهنية والوسائط الجديدة.

• كون مديرية الشؤون الدينية والأوقاف من بين أكثر المؤسسات تقبلا للجمهور من خلال قوة تأثيرها والقوة لغالبية المواطنين؛ لما تعالجه من قضايا اجتماعية بمختلف برامجها واستراتيجياتها المستعملة.

• أهمية الموضوع وتزايد الاهتمام العلمي بالدور الفعلي للوسائط الجديدة في المجال الديني.

4 - أهمية الدراسة:

تكتسي أهمية دراسة الموضوع في تناولنا متغيري تكنولوجيا الوسائط الجديدة والصورة الذهنية لكونه موضوعا يسعى للوصول إلى ضرورة استخدام الوسائط الجديدة في المؤسسة وكذلك تحسيس المسؤولين بأهمية تكنولوجيا الوسائط الجديدة، والدور الذي تؤديه في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، بالإضافة إلى أن الأهمية تبرز كذلك في تنمية فعالية وتطوير ورقمنة الإدارة.

إضافة إلى أنّ الموضوع يعدّ من مواضيع الساعة حيث يتّصف بالجديّة والحدّات فجميع المؤسسات تسعى إلى رسم صورة ذهنية حسنة، وكذلك كل المؤسسات دون استثناء تسعى لمواكبة التطور التكنولوجي، وتستمدّ هذه الدّراسة أهميّتها في كونها تؤسّس نظرياً وتطبيقياً للرّبط المنطقي للعلاقة بين متغيّرات الدّراسة.

وتتحدّد أهميّة الدّراسة أيضاً في كونها تتناول موضوعاً هاماً ؛ هو مساهمة تكنولوجيا الوسائط الجديدة في تحسين الصورة الذهنيّة للجمهور، باعتبار الوسائط الجديدة أكثر قرباً للجمهور ومنه قد تساهم هذه الدّراسة في تشجيع استخدام الوسائط الجديدة بطريقة إيجابيّة في المؤسّسة، وتبرز أهميّة الدّراسة من خلال دورها في تحديد درجة استفادة وتقديم اقتراحات للتحسين من استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة لتحسين الصّورة الذهنيّة من قبل المؤسّسة.

5 أهداف الدّراسة:

- لابدّ لأيّ بحث كان وفي أيّ مجال كان، ومجال بحثنا العلوم الإنسانيّة عامّة وعلوم الإعلام والاتّصال خاصّة أن يرتبط بأهداف معيّنة، وعليه تهدف دراستنا الحاليّة لتحقيق مجموعة من الأهداف ندرجها كما يلي:
- معرفة العلاقة بين تكنولوجيا الوسائط الجديدة والصّورة الذهنيّة للمؤسّسة.
 - تحديد بعض الجوانب التي تؤثر في رسم صورة ذهنيّة لدى الجمهور.
 - معرفة مدى فعاليّة الصّورة الذهنيّة المقدّمة عن طريق تكنولوجيا الوسائط الجديدة في التأثير على الجمهور.
 - تسليط الضّوء على مديريّة الشؤون الدّينيّة والأوقاف لولاية ورقلة ونقاط قوتها في تغيير وتحسين الصّورة الذهنيّة لدى الجمهور.
 - لفت انتباه مؤسّسات المجتمع إلى ضرورة الاعتماد على تكنولوجيا الوسائط الجديدة لتحسين وترسيخ صورتها الجيدة لدى المجتمع.
 - التعرف على دور تكنولوجيا الوسائط الجديدة في تحسين الصّورة الذهنيّة.
 - التعرف على التّسيير وأهميّة الاتّصال باستخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة لإيصال الرّسالة.
 - كفيّة تقييم إيجابيّات وسلبيّات تكنولوجيا الوسائط الجديدة داخل المؤسّسة محلّ التّربص.

- التعرّف على المعوّقات للوسائط الجديدة داخل المؤسسة وخارجها.
- الوقوف على عوامل نجاح المسير في المؤسسة وعلاقة ذلك النجاح باستخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة.
- إدراك مدى أهميّة وجود أو عدم وجود مظاهر الاتّصال عن طريق استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة لدى المؤسسة.

6 - تحديد مفاهيم الدراسة:

اشتملت الدراسة على مجموعة من المصطلحات تكرر استخدامها خلال مراحل الدراسة المتوالية ارتأينا توضيحها في المعنى أو الغموض في الفهم وتمثّلت هذه المصطلحات في:

1- الأثر والتأثير:

أ- **التعريف اللغوي للأثر:** هو إبقاء الأثر في الشيء، يقال: أثرت فيه تأثيرات جعلت فيه أثرا وعلامة، فتأثر قبل وانفعل.

ب- **التعريف الاصطلاحي:** يقصد بالأثر تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام، وتتميز هذه رسائلها مع خصائص الجمهور الذي نتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يغيروا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئا ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي، ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الإعلام ويتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية، وهذا وفقا للقيمة التي تحملها هذه المحتويات وما تمثّله بالنسبة إليه مومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم المختلفة¹

ج- **التعريف الإجرائي:** الأثر هو ذلك التغيير الذي يحدث للفرد أثناء ممارسته لنشاط معين والسلوك الذي يطرأ عليه سواء كان إيجابيا أم سلبيا.

التأثير:

أ- **تعريف التأثير:** هو عبارة عن توجيه نشاطات المنظمة أو الأفراد بالاتجاه الصحيح، عبر استخدام النشاطات الإدارية الأساسية، القيادة، التنظيم، الإشراف والتوصيل.

¹ - أبو حسن أحمد فارس وتحقيق شهاب الدين أبي عمرو، معجم مقاييس اللغة، ط 2، دار الفكر بيروت، 2000،

ويعرّف أيضا على أنّه هو: "إضافة حالة نفسية ناتجة عن إضافة أفكار جديدة لدى المتلقّي، تجعله عند تحرّكه مدفوعا بهذه الحالة النفسية وبمجموعة الأفكار والمعلومات التي لديه، ولهذه الحالة النفسية دور كبير جدا، بل أساسي في تغيير سلوك الإنسان أو مجموعة من الناس لفترة معينة في اتجاه معين".

وعرّف على أنّه: "نتيجة تفاعل اجتماعي بين عاملين وهما المؤثّر والمتأثّر بحيث يخلق لدى المؤثّر عليه ردّ فعل معيّن".

والتأثير هو "أحد مركبات عملية الاتصال؛ العديد من الباحثين أعطوا التأثير مكانة مركزية في عملية الاتصال، وادّعوا أنّ التأثير عبارة عن مركب ضروري وهام في كل عملية اتصال.

ب-التعريف الإجرائي: فالتأثير هو قوّة يملكها القائد أو مسيطرة معينة يملكها وعلى أساسها يستطيع أن يؤثّر في سلوك الآخرين.¹

2) التكنولوجيا:

أ تعريف التكنولوجيا لغة : كلمة معربة ولا أصل لها في كتب اللّغة العربيّة وقواميسها، وتقابلها كلمة "تقنية" والتي يمكننا أن نطبّقها على كلمة تكنولوجيا.

وكلمة " تكنولوجيا" مكوّنة من مقطعين هما: "تيكنيك" والذي معناه الطّريق أو الوسيلة، و"لوجي" التي تعني العلم ليكون بذلك معنى الكلمة كلها: "علم الوسيلة" والذي بها يستطيع الإنسان أن يبلغ مراده.²

ومن حيث التّفظ: ورد في بعض المصادر أنّ أول ظهور لمصطلح التّكنولوجيا كان في ألمانيا عام 1770 وهو مركّب من مقطعين Techno وتعني باللّغة اليونانية (الفن) أو صناعة يدوية Logy وتعني (علم) أو نظرية وينتج عن تركيب المقطعين علم صناعة المعرفة النظامية في الفنون الصناعية أو العلم التّطبيقي وليس لديها مقابل أصل في اللّغة العربيّة " بل عربت بنسخ لفظها حرفيا تكنولوجيا".

¹- ديمة الشاعر، التأثير بالآخرين والعلاقات العامة، دبلوم العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية SIA، الجمعية الدولية للعلاقات العامة IPRA، 2009، ص 07.

²- علي بن هانية، القاموس الجديد للطلاب، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط1999، 7، الجزائر، ص102.

ب - تعريف التكنولوجيا اصطلاحاً:

-عرّفها فضيل ديليو على أنّها: " إنتاج اجتماعي وثقافي يشمل الأفكار والمعتقدات والسلوك وجميع التّصورات والقيم التي يستمدّها الفرد من خلال تعامله مع طبيعة المجتمع لأنّ التكنولوجيا قبل أن تكون آله أو جهاز معيّن فهي فكرة تولدت عن حاجة أو رغبة اجتماعيّة معيّنة وفي وقت معيّن".¹

كما يعرفها الدكتور يعقوب فهد العبيد في كتابه التّميّة التكنولوجيّة على أنّها: "التكنولوجيا تطبيق للمعرفة، أي معرفة الوسيلة حيث أن العلم هو معرفة العلة والسبب...". كما تعرف على أنّها: "المجموع الكلي للمعرفة المكتسبة والخبرة المستخدمة...".²

ج- التعريف الإجرائي: التكنولوجيا هي عملية شاملة تقوم باستخدام العلوم بشكل منتظم في شتى المجالات لتحقيق أغراض وحاجات ومتطلبات المجتمع.

(3) الوسائط الجديدة:

أ. تعريف الوسيط : هو المتوسط بين المتخصصين وهو متوسط بين المبايعين أو المتعاملين وأيضا هو: المعتدل بين شيئين.³

ب. تعريف الوسائط لغة: كلمة الوسائط Media هي جمع كلمة وسيط Medium والوسيط له معاني كثيرة، هو كل شيء يستطيع إيصال المعلومة.⁴

ج- تعريف الوسائط الجديدة اصطلاحاً: هي استخدام مزيج من عنصرين أو أكثر من النص والصورة والصوت والفيديو وبرمجيات الكمبيوتر بما يساعد على تقديم الرسالة بشكل جيد وبحسّن من شكل المعلومات وطريقة فهمها⁵، وهي مجال يتصل بطريقة استخدام الكمبيوتر في الدمج بين النص والجرافيك، الرسم، الصورة الثابتة والمتحركة (الفيديو)

¹ فضيل ديليو، تكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (مفهوم، الاستعمالات، الأفق)، كلية العلوم الإنسانية، جامعة منثوري بقسنطينة، ط 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010، ص 20.

² يعقوب فهد العبيد، التنمية التكنولوجية، د ط، الدار الدولية، القاهرة، 1989، ص 19.

³ معجم اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط 4، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2005، ص 1031.

⁴ نائل حرز الله، ديم الضامن، الوسائط المتعددة، د ط، دار النشر، عمان، الأردن، 2008، ص 3.

⁵ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم الوسائل التطبيقات، ط 1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008، ص 130.

والتّحرك والصّوت وأي نوع آخر من الأشكال الاتصالية. بما يمكن معه عرض تخزين وبحث أي نوع من الأنواع من المعلومات رقمياً.¹

- عرّفها جونسون بأنّها: " تكامل الصّورة والصّوت والرّسوم المتحرّكة والنّصوص بداخل جهاز الكمبيوتر، مع وسائط الكترونيّة أخرى لتقديم المعلومات...". وعرّفها هوجز أيضاً بأنّها: " تكوين من الصّورة والصّوت والنّصوص، والرّسوم وكلّها تتضافر لتعطي القدرات الفعّالة للوسائط المتعدّدة ".²

ويرى عبد الحليم فتح الباب أنّ الوسائط المتعدّدة تعني التّكامل بين وسيلتين أو أكثر من وسائل الاتّصال والتّعليم مثل: استخدام النّص المكتوب مع الصّوت المسموع أو مع الصّورة الثّابتة أو المتحرّكة في التّعليم أو الدعاية والترفيه".³

وتعرّف أيضاً أنّها الوسائط المتعدّدة وهي دمج أنظمة مختلفة حاسوب، ونصوص ومرئيات ساكنة ومتحركة وصوتيات واتصال في نظام واحد يوضع في متناول المتلقي.⁴

ج. التّعريف الإجرائي للوسائط الجديدة "المتعدّدة":

هي مجموعة من أيقونات الكمبيوتر التي يمكنها تخزين المعلومات والبيانات بأشكال مختلفة ومتعدّدة، ومن أمثلة هذه الوسائط النّصوص المكتوبة، الصّوت، الماسح الضوئي... الخ، وعرض هذه المعلومات والبيانات بطريقة تفاعلية. وكذلك هي تلك الوسائط التي تستعملها المؤسسات للتأثير على جمهورها.

وهي دمج الوسائط النّصيّة والصوتيّة والصور والصور المتحرّكة حتى تشكّل تطبيقاً أو برنامجاً يسهّل عمليّة الاتّصال والتفاعليّة.

4) تعريف الصّورة الذهنيّة:

أ. لغة: هي كلمة مشتقة من اللفظ اللاتيني IMAGE بمعنى رسم أو شكل أو صورة.⁵ ويعود ظهور هذا المصطلح إلى سنة 1908 على يد العالم جراهام دلاس في كتابه "الطبيعة البشرية والسياسية".

¹ - عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص 130.

² - لؤي الزعبي، الوسائط المتعدّدة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 6.

³ - لؤي الزعبي، مرجع سابق الذكر، ص 7.

⁴ - عباس ناجي حسين، الوسائط المتعدّدة في الإعلام الإلكتروني دراسة مقارنة العربية نت، محبّط، راديو إذاعة العراق

الحر، تلفزيون الشرقية، وكالة نينا نموذجاً، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016/ 1437، ص 38.

⁵ - فاطمة حسين عواد، الاتصال و الإعلام التسويقي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2011، ص 294.

ب. اصطلاحاً: "هي مجموعة الإدراكات التي يكونها الفرد حول شيء ما".

هي: "الانطباع الذي يكونه الفرد عن الأشياء المحيطة به متأثراً بالمعلومات المخزنة عنها وفهمه لها."

يعرّفها علي عجوة: "على أنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكوّن في الأفراد والجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب، أو جنسية معينة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو أيّ شيء آخر ممكن أن يكون له تأثير في حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة هذه المعلومات التي تنظمها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ما حولهم و يفهمونه و يقدرّونه على أساسها".¹

وتعرّف في مجال الاتصال والعلاقات العامة أنها: "مجموعة الأحكام والتصورات

والانطباعات القديمة والجديدة الإيجابية منها والسلبية التي يأخذها شخص أو جماعة أو مجتمع عن آخر ويستخدمها منطلقاً وأساساً لتقييمه لهذا الشخص، ولتحديد موقفه وسلوكه إزاءها.² ويرى روبينسون وبارلو أن المفهوم البسيط لمصطلح صورة المنشأة يعني ببساطة الصورة العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو على الشائعات والأقوال غير الموثقة ولكنها في نهاية الأمر تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم.³ ويعرّف هارولد ماركس الصورة الذهنية للمؤسسة Corporate Image بأنها: "هي إجمالي الانطباعات الذاتية للجماهير عن المنظمة، وهي انطباعات عقلية غير ملموسة تختلف من فرد إلى آخر...".⁴

ج. ال تعريف الإجرائي: الصورة الذهنية هي الإدراكات والانطباعات التي يكونها الفرد عن

شيء ما بطريقة عقلية أو وجدانية بناء على الميل أو النفور من شيء معين.

¹ - يسرا حسني عبد الخالق، العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية، ط 1، أطلس للنشر و التوزيع، مصر، 2015 ، ص112.

² - باقر موسى ، مرجع سابق ، ص56.

³ - علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1983، ص 5-6.

⁴ - علي عجوة ،كريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات ، ط1، عالم الكتب، القاهرة مصر، 2005، ص182.

5- المؤسسة: اصطلاحاً: عموماً حسب ما ورد في المنجد الأبجدي مأخوذة من فعل أسس وتعني جمعية أو شركة.¹ هي مصلحة إدارية اقتطعت من السلطة التنفيذية ومنحت الشخصية الاعتبارية وهي تعرف باللامركزية المصلحة، وبهذا تعتبر المؤسسة شخصاً من أشخاص القانون العام، يحكمها مبدأ التخصص في الغرض الذي من أجله أنشئت المؤسسة، وأنها تخصص ذمة مالية لمرافق عام، أي أن السلطة العامة تخصص للمرفق العام ذمة مالية خاصة مستقلة عن الذمة العامة، وإدارة هذه الذمة الخاصة وتحقيق الغرض الذي وجد المرفق من أجله، ويتمتع هذا المرفق باستقلال عضوي وفني مع خضوعه لرقابة السلطة العامة.

وهي عبارة عن مجموعة من العوامل المنظمة بكيفية تسمح بإنتاج وتبادل السلع والخدمات.²

أ- التعريف الإجرائي:

المؤسسة العمومية: هي التي تعود ملكيتها للدولة أو الجماعات المحلية، وهي كل هيكل تنظيمي يضم موارد بشرية ومالية تهدف لتوفير وتقديم خدمات معينة للصالح العام وخدمة المواطن والمجتمع.

7 منهج وأدوات الدراسة:

أ - منهج الدراسة

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من اتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما، وذلك باتباع منهج معين يتناسب وطبيعة الدراسة التي سننظر لها، ويقصد بالمنهج تلك الطريقة التي يستلزم على الباحث انتهاجها من خلال مجموعة من القواعد العامة التي تسهل سير البحث، ويسترشد بها الباحث في سبيل الوصول إلى الحلول الملائمة لمشكلة البحث، فالمنهج: "هو الطريقة التي سوف يسلكها الباحث في معالجة موضوع بحثه لإيجاد حلول لمشكلة البحث".³ ويعرف المنهج العلمي بأنه عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات المتسلسلة التي يتبعها الباحث بغية إنجاز بحث هو الوصول إلى

¹- المنجد الأبجدي، ط4، المؤسسة الوطنية للكتاب، بيروت، ص40.

²- ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، 1998، ص11.

³- مصطفى نمر دعمس، منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية، د ط، دار غيداء للنشر، عمان، 2008،

نتائج ملموسة.¹ وعرفه قاموس أكسفورد البريطاني Oxford Dictionary بأنه سيرورة منتظمة من الإجراءات التي تشمل الملاحظة الهادفة وصياغة الفرضيات hypotheses formulation والقياس measurement والتجريب الامبريقي experiment وعملية اختبار الفرضيات²، وعرفه قاموس العلوم البيولوجية البريطاني على أنه مسلك مخطّط ومنظّم للتفاعل مع مشاكل الواقع من خلال فحصها وإنتاج المعرفة حولها، والتحقّق من المعارف المنتجة سابقا previous knowledge وإعادة دمجها وتأهيلها. ويتبع المنهج العلمي سلسلة من الخطوات التي من شأنها تقييم صحة أوجدوا بالفرضيات الأولى من خلال البحث والمتابعة والتجريب كشرط قبلي precondition للوصول إلى استنتاجات دقيقة.³ كما تمّ تمثّل المنهج العلمي كمجموعة من الإجراءات العملية practical procedures⁴ "... حيث يجمع المنهج العلمي بين المظاهر الإجرائية والمظاهر المفاهيمية، إذ أنه يؤطر مسلكية الباحث ويعينه على تدبير وضبط أبعاد إشكاليته البحثية وفرضياتها.⁵

ويعتبر المنهج الطريقة المتبعة للإجابة عن الأسئلة التي تثيرها إشكالية البحث ولا يأتي من محض الصدفة أو ميل الباحث لمنهج دون آخر، بل إنّ موضوع الدراسة وأهدافها هما اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب وهذا الاختيار الدقيق هو الذي يعطي مصداقية وموضوعية أكثر للنتائج المتوصل إليها. بما أنّ دراستنا تتمحور حول "تأثير استخدام

¹—Angers, Maurice Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Montréal. CEC,1997,p58.

²—Oxford Dictionaries, British and World English, Scientific Method,2016, Retrieved 25 février 2021

³—Biology—Online Dictionary,Scientificmethod,October 2008,Retrieved 25 février 2021.
https://www.biology-online.org/dictionary/Scientific_method

⁴—SOCIAL SCIENCE COLLECTION GUIDES,Quantitative Methods in Social Research, Retrieved 25 février 2021.
<https://www.bl.uk/reshelp/findhelpsubject/socsci/topbib/quantmethods/quantitative.pdf>

⁵—Boudon, Raymond;La Place du désordre—Critique des théories du changement social, Paris, Presses Universitaires de France,1984,p124.

تكنولوجيا الوسائط الجديدة على الصورة الذهنية للمؤسسة" ¹، فإنّ دراستنا تتدرج ضمن البحوث الوصفية descriptive research باعتبارها ملائمة لمقاربة موضوعنا، حيث تقوم هذه الأخيرة على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات في فهم الواقع وتطويره. ² وتعدّ من الدراسات - البحوث الوصفية- الشائعة في بحوث الاتصال؛ فالبحوث الوصفية Descriptive Research هي البحوث التي تعتمد المنهج الوصفي في تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة، من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها بهدف الانتهاء إلى وصف علمي دقيق متكامل للظاهرة أو المشكلة بالاعتماد على الحقائق المرتبطة بها. وهي البحوث التي تركز على طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف أو جماعة أو فرد معين أو تكرار حدوث الظاهرة" ³. فقد حدّد لهذه الدراسة منهج وفق ما تتطلبه دراسة واقع الاستخدام الفعلي لتكنولوجيا الوسائط الجديدة وأثر هذا الاستخدام على صورة المؤسسة، ويعرف بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، في فترة أو فترات زمنية معينة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية، بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة. كما يمكن تعريفه بأنه وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أمّا التعبير الكمي فيعطينا وصفا رقمية يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجة ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى، وقد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فترة زمنية محددة أو تطويرا يشمل فترات زمنية. ⁴ ونظرا لطبيعة الدراسة والتي نحن بصددتها فإنّ المنهج الملائم هو المنهج المسحي الوصفي، لاكتشاف الظواهر المعقدة التي تنشأ داخل المؤسسة من خلال استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة، فالمنهج الوصفي يرتبط بظاهرة قصد وصفها وتفسيرها للوصول إلى أسباب هذه

¹- عليان مصطفى، غنيم محمد، أساليب البحث العلمي الأسس النظرية والتطبيقية العملية، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2008، ص41.

²- Writing@CSUGuide.SurveyResearch.Colorado State University Accessed, 15/02/2021, from: <https://writing.colostate.edu/guides/guide.cfm?guideid=68>.

³- جودت عطوى، أساليب البحث العلمي، ط10، دار العلمية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009، ص85.

⁴- سمير حسين، بحوث الإعلام والأسس والمبادئ، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1976، ص147.

الظاهرة والعوامل التي تتحكّم فيها، واستخلاص النتائج لتعميمها، لدراسة تأثير استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة على الصورة الذهنية للمؤسسة.

حيث يعرف منهج المسح بأنه: "جمع معلومات وبيانات عن ظاهرة للتعرف عليها وتحديد وضعها ومعرفة جوانب الضعف والقوة فيها، ويعتبر المسح أكثر طرق البحث التربوي استعمالاً؛ لأنه يمكننا من جمع وقائع ومعلومات موضوعية قدر الإمكان عن طريق ظاهرة معينة أو حادثة مخصّصة، أو جماعة من الجماعات، أو ناحية من النواحي" ¹؛ (صحية، تربوية، اجتماعية...) ويعمل الباحث فيه على تحليل واقع الحال للأفراد في مؤسسة معينة من أجل توجيه العمل في الوقت الحاضر وفي المستقبل القريب، كما يعرف بأنه: "دراسة استطلاعية يقوم بها بقصد الكشف عن مشاكل المجتمع، ويعرف برجس "Berges" منهج المسح بأنه دراسة علمية لظروف مجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقدمه الاجتماعي". ² فتعرف الدراسات المسحية بأنها: "هي التي تحاول تحليل وتفسير وعرض واقع ظاهرة ما أو تحاول تحليل محتوى الوثائق للوصول إلى استنتاجات أو تعميمات تتعلق بالواقع". ³

وأشارت الباحثة Kendall أنّ المسح هو العملية المتكاملة التي ينتقى بموجبها الباحث عينة تمثيلية representative sample من مجتمع بحث محدد target population بغية الإجابة على أسئلة تتعلق بمواقفهم أو آرائهم حول مسائل أو سلوكيات بعينها. ⁴

ب - أدوات جمع البيانات:

إنّ دقة أيّ بحث علمي تتوقف إلى حدّ كبير على اختيار الأدوات المناسبة التي تتماشى وطبيعة الموضوع وإمكانيات الباحث، وطبيعة الموضوع المدروس تتطلب منا الاستعانة بلاستبيان باعتباره الأداة المناسبة لتحقيق الغاية، فتمّ الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة

¹ - رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، ط 1، دار الفكر، دمشق، 2000، ص 193-194.

² - مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط 1، مؤسسة الوراق، عمان، 2000، ص 129.

³ - وائل عبد الرحمان التل وعيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط 1، دار حامد للنشر، عمان، 2007، ص 14.

⁴Kendall, Diane, Sociology in Our Times: The Essentials, 5th ed, Belmont, CA Thomson/Wadsworth, 2006, p31.

رئيسية لجمع البيانات والمعلومات من المبحوثين حول التأثيرات والدوافع والإشباع المحققة من استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

و الاستبيان: هو أسلوب جمع البيانات يستهدف الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم بيانات مرتبطة بموضوع الدراسة ، ويعتبر من أدوات البحث الشائعة الاستعمال حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها عن المبحوث، وقد استخدمنا الاستبيان كأداة رئيسية في البحث كونه يساعد الباحث على جمع المعلومات من عينة كبيرة العدد مهما تميّزت بالانتشار أو التشتت، بالإضافة إلى عدم تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين أثناء الاستقصاء، كما يوفر كثيرا من الوقت والجهد ويساعد على تصنيف البيانات ويقوّيها، مما يرفع من درجة الثبات ودقة النتائج¹. "يعد الاستبيان أحد وسائل البحث العلمي المستعملة على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات ومعلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم ودوافعهم أو معتقداتهم، فهو أداة لجمع المعلومات".² وهو: "مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعه في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعّمة بالحقائق".³ و"الاستبيان في تصميمه أقرب إلى الدليل المرشد المتضمن لسلسلة أسئلة، والتي تقدّم إلى المبحوث وفق تصوّر معيّن ومحدّد الموضوعات، قصد الحصول على معلومات خاصّة بالبحث في شكل بيانات كمية تقيد الباحث في إجراء مقارنات رقمية، للحصول على ما هو بصدد البحث عنه، أو في شكل معلومات كيفية تعبّر عن مواقف وأراء المبحوثين من قضية معينة".⁴

كما يمكن إرساله إلكترونيا وهو ما يعرف بالاستبيان الإلكتروني، ومن خصائص هذه الأداة أنّ المستجيب يكون سيّد الموقف، بينما كان الباحث في المقابلة هو سيّد الموقف،

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، د ط، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 106.

² - سيف الإسلام سعد عمر، الموجز في منهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، ط 1، دار الفكر، دمشق، 2009، ص 87.

³ - عمار بحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط 6، ديوان المطبوعات الجامعي، بن عكنون الجزائر، ص 67.

⁴ - أحمد بن مرسي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص 221-220.

حيث يمكن الباحث من معرفة رغباتهم ومعتقداتهم حول موضوع ما، ولهذا يستخدم الاستبيانات بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف لاستكشاف حقائق عن الممارسات الحالية، واستطلاعات الرأي وميول الفرد.¹ كما يعدّ الاستبيان الأداة الأساسية والملائمة للحصول على حقائق ومعلومات أو بيانات مرتبطة بحالة معينة أو مشكلة.² يحتوي الاستبيان في شكله النهائي على جزأين هامين، هما:

1 مقَدِّمة الاستبيان: وتتضمن التعريف بالباحث والدراسة، إذ يوضح الباحث فيها الغرض العلمي للاستبيان ونوع المعلومات التي يحتاجها من الذين يجيبون على الاستبيان ويشجّعهم على الإجابة الموضوعية والصريحة على فقراته ، ويطمئنهم على سرية المعلومات مما ينعكس إيجابيا على المفحوصين.

2 فقرات الاستبيان: وتشمل أسئلة الاستبيان كافة ، مع الإجابة التي توضع أمام كل فقرة ليقوم الباحث باختيار الإجابة التي يراها مناسبة.³ وتضم الاستمارة 26 سؤالاً منها:

أ - الأسئلة المفتوحة أو الحرة : وفيها يترك للمبحوث حرية الإجابة عن السؤال المطروح بطريقته الخاصة وتعابيره وألفاظه التي يراها، ويستخدم هذا النوع في الغالب عندما لا يكون لدى الباحث معلومات وافية أو دراية كافية عن جوانب الموضوع أو في حالة رغبة الباحث في الحصول على معلومات تفصيلية ومتعمقة.

ب - الأسئلة المغلقة أو محدّدة الخيارات: وهي التي يحدّد الباحث الخيارات الممكنة لكل سؤال ويطلب من المبحوث اختيار أحدها أو أكثر، ويتمّ في الغالب اللجوء إلى هذا النوع عندما تكون الخيارات متاحة معروفة ومحدّدة لدى الباحث.⁴

محاور الاستبيان: وشملت أربعة محاور، قسّمت إلى 26 سؤالاً كالتالي:

المحور الأوّل: البيانات الشخصية.

¹ عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط1، دار النمير، دمشق، 2002، ص172.

² - احمد بنمرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص197.

³ - رجاء وحيد دودري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية ، دار الفكر، ط1، لبنان، 2000، ص 332-333.

⁴ - محمد عبيدات، محمد أبو نصار وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات ، ط2، دار وائل للنشر، عمان، 1999، ص67.

المحور الثاني: اعتماد مديرية الشؤون الدينية والأوقاف على تكنولوجيا الوسائط الجديدة.
المحور الثالث: مساهمة التكنولوجيا في تحسين الصورة الذهنية لمديرية الشؤون الدينية والأوقاف.

المحور الرابع: تأثيرات استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة على مديرية الشؤون الدينية والأوقاف.

• **صدق الاستبيان:** ويقصد به صلاحية وملاءمة طرق البحث وأسلوب القياس لاستخلاص النتائج المطلوبة، وتتضمن اختبارات الصدق عدة أنواع منها: صدق المحتوى، والصدق المرتبط بمحك وصدق البناء، والصدق التنبئي، والصدق التلازمي، والصدق الظاهري، والصدق العاملي.¹

ولقياس صدق استمارة الاستبيان استخدمت الباحثتان اختبار الصدق الظاهري والذي يهتم بجانبين من صدق المقاييس والأدوات، وهما محتوى المقاييس والأدوات وبنائها وهما نوعان آخران من أنواع الصدق: صدق المحتوى وصدق البناء²، وبذلك فإنه يشمل نوع المفردات وكيفية صياغتها ووضوحها ودرجة موضوعيتها،³ وعادة ما يتم الحصول على هكذا صدق من خلال عرض الأداة على عدد من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص لغرض الحصول على الاتفاق المطلوب على ملاءمة الأداة للخاصية المراد قياسها⁴، إذ أن الأخذ بآراء الخبراء والتعديل الذي يجري في ضوء ملاحظاتهم على ما جاء في أداة البحث يعد مؤشراً على صدق الأداة المستخدمة.⁵ ولذلك فقد تم عرض استمارة الاستبيان على دكاترة وأساتذة مختصين، وكانت نسبة الاتفاق على الاستبيان (90%) وهي نسبة تضيفي على الاستمارة الصدق والصلاحية لما وضعت لقياسه.

¹ - أحمد سليمان عودة، فتحي حسن مكاوي، أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، عناصره ومناهجه، والتحليل الإحصائي لبياناته، الزرقاء مكتب المنار، 1987، ص 159-160.

² - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط1، القاهرة، ص 431.

³ - عزيز حنا داود، عبد الرحمان حسين، مناهج البحث التربوي، جامعة بغداد، كلية التربية ابن رشد، بغداد، 1990، ص 120.

⁴ - Jense, a.r Bias in mental Testing, Methuen Co, London, 1980, p 287.

⁵ - جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2000، ص 125-126.

وقد حكمت استمارة الاستبيان من طرف:

1 الأستاذ: الزاوي محمد الطيب أستاذ محاضر

2 الأستاذة: بايوسف مسعودة أستاذ محاضر ب

3 -الأستاذ: حمايمي محرز أستاذ محاضر.

• **الثبات:** ويقصد به التوصل إلى اتفاق في النتائج بين الباحثين الذين يستخدمون الأسس والأساليب نفسها في دراسة موضوع البحث عند تطبيق الاختبار في أوقات مختلفة.¹ وتوجد طرق تجريبية وإحصائية عدة لتحديد الثبات منها: طريقة إعادة الاختبار، طريقة التجزئة النصفية، طريقة الثبات عن طريق الصورة المتكافئة.²

8 - مجال الدراسة:

يعتبر مجال الدراسة من أهم خطوات البناء المنهجي في أي بحث علمي؛ كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان.
المجال الجغرافي: مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة.
المجال الزمني: من 02 جانفي 2021 إلى 02 جوان 2021.
المجال البشري: موظفي مديرية الشؤون الدينية والأوقاف ولاية ورقلة السلك الإداري.

9 - مجتمع وعينة الدراسة:

أ - **المجتمع:** يقصد به "مجتمع البحث؛ مجموعة من الأشخاص في المؤسسات أو الأحداث التي نريد أن نصل إلى استنتاج بخصوصها".³ كما يعرف في لغة العلوم الإنسانية "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات".⁴ كما يعرفه الباحثون بأنه: " مجموعة محددة أو غير محددة من مفردات محددة مسبقا أي مجتمع والتي تركز عليها الملاحظات".⁵

¹ - محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، المكتبة الفيصلية، جدة، 1987، ص 178.

² -Anastasi, **psychology Testing** ,MachillanCO,New york,P109.

³ - كارل مانهايم ريتشارد ريتشي، طرق البحث العلمي في العلوم السياسية، تر عبد المطلب السيد غانم وآخرون، مركز البحوث والدراسات، 1996، ص 10.

⁴ - أحمد مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 282-283.

⁵ - موريس أنجلس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، دار العقبة للنشر والتوزيع، ط2، 2006، ص 298.

يعرّف مجتمع البحث على أنه: "مجموعة العناصر أو الأفراد التي يقع عليهم الاهتمام أثناء دراسة معينة، والتي يرغب فيها الباحث أن يعمّم النتائج التي جمعت من العينة إليه".
ب العينة: تعرّف بأنها هي مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، والتي تعتبر جزء من الكلّ، أي أنّه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجرى عليه الدراسة، فالعينة إذن هي جزء معيّن أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي لتعمم بعد ذلك نتائج الدراسة على المجتمع كله.¹

وقد اخترنا من بين أقسام العينات: العينات غير احتمالية: وهي "العينات التي لا تخضع إلى قوانين الإحصاء ولا إلى الصدفة بل إلى مواصفات ومعايير يضعها الباحث للغرض الذي يخدم بحثه"² فالعينات غير احتمالية يتم اختيار عينة الدراسة بشكل غير عشوائي وتتصف العينات هذه أنّ عناصر مجتمع الدراسة الأصلي فيها لا تعطى الفرصة نفسها بالظهور في العينة، وبناء على ذلك لا يمكن تحديد نسبة احتمال ظهور كل عنصر في العينة بشكل مسبق³.
 1. والعينات غير احتمالية لا يخضع اختيارها لأي قوانين احتمالية.⁴ يلجأ الباحث أحيانا إلى اختيار عينة غير عشوائية من خلال اختياره مثلا لقرية معينة أو مدرسة معينة لدراسة اتجاهات أفرادها، والاختيار الذي يتم عن طريق الخبرة والمعرفة في الخصائص هو أفضل من طريقة العشوائية، فهذه الطريقة مفيدة في الدراسات الاستطلاعية لكن لا توجد طريقة إحصائية نظرية لقياس مدى دقة نتائج مثل هذه العينة.⁵
 وبما أن اختيار العينة المناسبة يعدّ أحد العناصر الأساسية المهمة في بداية الجانب التطبيقي لذلك يمكن تعريف العينة بأنها شريحة (جزء) من مجتمع الدراسة، تحمل خصائص وصفات هذا المجتمع وتمثله في ما يخصّ الظاهرة موضوع البحث⁶، وعليه فلنّ عينة الدراسة هي عينة قصديّة عمدية، فيها يتقصّد الباحث اختيار عينته بحيث يتحقّق في كلّ منهم شروط معينة، ويعتقد الباحث عند اختياره هذه العينة أنّها تمثّل المجتمع أفضل تمثيل؛

¹ - عادل مرابطي، عائشة نحوي، العينة، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 4، جامعة غرداية، 2009، ص 95-96.

² - يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم، الجزائر، 2007، ص 36.

³ - محمد عبيدات وآخرون، مرجع سابق، ص 87.

⁴ - ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء لنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 143.

⁵ - رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار الدجلة، عمان، 2008، ص 173.

⁶ - ظاهرة الكلادة وآخرون، أساليب البحث العلمي، ط5، دار زهران، عمان، 1997، ص 177.

أي يختار الوحدة أو الوحدات التي تكون مقاييسها مماثلة أو متشابهة لمقياس المجتمع الأصلي.¹ ويكون الاختيار في هذه العينات على أساس حرّ من قبل الباحث وحسب طبيعة موضوع بحثه، إذ يحقق هذا الاختيار أهداف الدراسة المطلوبة²، ويتمّ انتقاء أفرادها بشكل مقصود نظراً لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم، وتلك الخصائص من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة كما يتمّ اللجوء إلى هذه العينة في حالة توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محدّدة من مجتمع الدراسة الأصلي.³

وفي هذا النوع من العينات يمدّ الباحث يده إلى الحالات المتوقّرة لديه أو في متناول يده، يجمع منها ما يسدّ حاجته من حيث العدد،⁴ وعليه سنعتمد في دراستنا هذا النوع من العينات عن طريق أسلوب المسح الشامل وهو أسلوب لجمع البيانات من جميع المفردات المشمولة بالبحث يعطي بيانات متكاملة ونتائج دقيقة إلا أنه يحتاج لجهد ووقت ومال كثير، يستخدم في حالة التعدادات السكانية و في الأبحاث ذات الفترات المتباعدة ولا يستخدم في المجتمعات غير المحددة، والمسح الشامل يعبر عن المعطيات التي يتم جمعها من مفردات المجتمع الإحصائي ميدانياً، ويتم تكوين المسح الشامل أما من خلال شمول كافة مفردات المجتمع الإحصائي عندها يسمى المسح الشامل أو التعداد بشمول جزء من المجتمع الإحصائي ويطلق عليه المسح بالعينة.

المسوحات الشاملة وهي تشمل كافة مفردات مجتمع البحث نظراً لصغر حجم العينة

المجتمع الإحصائي يقصد به مجموعة وحدات موضوع البحث.⁵

فهو الأنسب لدراسة موظفي السلك الإداري بمديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة وبلغ عددهم 50 موظف في السلك الإداري التي تم توزيع الاستمارة عليهم واسترجاعها و من بين الاستمارات مرفوضة وبهذا أصبح عدد العينة 49 استمارة .

¹ - رحيم بونس كرو العزاوي، مرجع سابق، ص173.

² - عامر فديليخي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، ط1، دار البازوري العلمية، د ب ن، 1999، ص147.

³ - محمد عبيدات وآخرون، مرجع سابق، ص96.

⁴ - سعيد إسماعيل صيني، قواعد أساسية في البحث العلمي، ط1، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1994، ص249.

⁵ - عثمان محمد غنيم، ربحي مصطفى عليان، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، الطبعة 1، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان، 2000، ص137.

10 - الدراسات السابقة:

أ- دراسات وبحوث تتعلق باستخدام التكنولوجيا الجديدة والوسائط الجديدة

الدراسة الأولى:

أطروحة بن عمر بلقاسم أمين 2018/2017¹: بعنوان دور الوسائط الاتصالية الجديدة في تشكيل الفضاءات العمومية الهامشية النسائية داخل الحيز الافتراضي، هدفت هذه الدراسة إلى مقارنة المجموعات الفيسبوكية النسائية الجزائرية، ومحاولة معرفة إلى أي مدى تُشكّل هذه المجموعات فضاء عموميًا هامشيًا داخل الفضاء السيبراني، لاسيما بالنظر إلى الصعوبات التي تواجهها المرأة الجزائرية بشكل من تظم في ولوج الفضاءات العمومية الفيزيائية والوسائطية من المنظور الابستمولوجي، اعتمدت الدراسة على نظرية الفضاء العمومي الهامشي كناظم إبستمولوجي أساسي، ومنهجيا تبنت المنهج الوصفي، من خلال الاعتماد على المسح الافتراضي، توظيف الاستبيان الافتراضي و المقابلة الافتراضية بغية جمع المعطيات من مجتمع البحث محل الدراسة بالتوازي مع ذلك، وبلتباع أسلوب المعاينة غير الاحتمالية، قمنا بانتقاء 6 مجموعات فيسبوكية بتدخل قصد يوم باشر و وفقا لمعايير واشتراطات محدّدة سلفا، بعد ذلك تم نشر الاستبيان الإلكتروني داخل فضاء المجموعات الفيسبوكية محلّ الدراسة، وبعد فسخ سقف زمني كاف للإجابة على الاستبيان، تحصّلنا على 386 استبيانًا صحيحًا ضمن نفس السياق، أجرينا مقابلة مُوجّهة ومغلقة عن طريق آلية التراسل الفوري التي تتيحها شبكة الفيسبوك مع شرفي و وسطاء المجموعات الفيسبوكية محلّ الدراسة؛ ووفقا لذلك قمنا بإجراء 38 مقابلة مع المستجوبين تأسيسا على الدراسة الإجرائية والميدانية توصلت إلى جملة من النتائج المتعددة، من أهمّها أنّ المجموعات الفيسبوكية محلّ الدراسة تُشكّل فضاءات مفتوحة وسهلة الولوج تستوعب المستخدمين دون عوائق أو إكراهات ضمن نفس المنحى، تستوظف المستخدمين الديناميات الاتصالية المتاحة كجهولية الهوية والآليات التفاعلية وآليات إنتاج ومشاركة المحتوى بكيفيات إستراتيجية في تناول القضايا والإشكاليات التي تهمهن، ومعالجتها منزاوية نظرهنّا لخاصة

¹- بن عمر بلقاسم أمين، دور الوسائط الاتصالية الجديدة في تشكيل الفضاءات العمومية الهامشية النسائية داخل

الحيز الافتراضي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018/2017.

على صعيد آخر، وفرت هذه المجموعات الفايسبوكية مساحات مفتوحة وحيوية لبروز المستخدمين وتجليهن عمومياً، علاوة على ذلك أمّنت المجموعات محلّ الدراسة آليات عملية وفعّالة مكنت العضوات من التفاعل مع واقعهنّ بكيفية نقدية ديناميكية عن طريق النشر والتعليق ومشاركة وتداول المضامين ذات المنزع النقدي، كما توصلت الدراسة إلى أنّ النقاشات البيئية والتفاعلات الخطابية التي تجري داخل فضاء المجموعات الفايسبوكية تستجيب لحدّ مقبول لمتطلبات النقاش العقلاني والايثيقي والسيروية الحاجية.

الدراسة الثانية:

دراسة حياة سلمان¹ 2019/2018 تحمل هذه الدراسة عنوان: استخدامات الوسائط المتعدّدة لدى القائمين بالعلاقات العامة، دراسة استطلاعية على عينة من القائمين بمكتب العلاقات العامة للمؤسسة باتيمبال وحدة عين الدفلى، وتهدف الدراسة إلى تقصي الصورة الذهنية التي يحملها القائم بالعلاقات العامة عن الوسائط المتعدّدة ومعرفة الوسائط المستخدمة من قبل القائم بالعلاقات العامة، وكذا معرفة مجالات استخدام القائم بالعلاقات العامة للوسائط المتعدّدة، وجاءت إشكالية هذه الدراسة على النحو التالي: فيما تتمثل استخدامات الوسائط المتعدّدة من قبل ممارسي العلاقات العامة بمؤسسة باتيمبال؟. ولإجابة على هذه الإشكالية استعانت الباحثة بعدّة تساؤلات فرعية، معتمدة في دراستها على منهج المسح أي منهج التحقيق العلمي بوصفه جهداً علمياً منظماً للحصول على البيانات والمعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر لموضوع البحث، وتمثّلت أدوات الدراسة في أداة أساسية هي المقابلة، والتي تعتبر من الأدوات الرئيسية لجمع البيانات والمعلومات في دراسة الأفراد والجماعات الإنسانية، ومن خلال النتائج المتوصل إليها يتّضح أنّ الصورة الذهنية التي يحملها المبحوث عن الوسائط الجديدة (المتعدّدة) تختلف عن مفهوم الأكاديمي حيث يعتبرون الوسائط المتعدّدة بمثابة شبكة انترنت.

¹ - حياة سلمان، استخدامات الوسائط المتعدّدة لدى القائمين بالعلاقات العامة دراسة استطلاعية على عينة من القائمين بمكتب العلاقات العامة للمؤسسة باتيمبال وحدة عين الدفلى، مذكرة ماستر، تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجليلي بونعامة، خميس مليانة، عين الدفلى، 2018 / 2019.

الدراسة الثالثة:

دراسة Pavlik 2007: ¹ بعنوان: أثار تكنولوجيا الاتصال الحديثة على ممارسة العلاقات العامة، واستهدفت الدراسة اختبار الآثار المترتبة على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتطبيقاتها في ممارسة العلاقات العامة، وتمثل وسائل تكنولوجيا المختبرة في شبكات الاتصال الرقمية والتكنولوجيا السلكية واللاسلكية ذات المدى العالمي كالإنترنت والشبكة العنكبوتية، وقد سعى الباحث في هذه الدراسة إلى اختبار هذه التطبيقات من خلال أربع مجالات أساسية، أولها: أثر هذه التكنولوجيا على الطريقة التي يؤدي بها ممارس والعلاقات العامة مهنتهم كما يروها هم أنفسهم، ثانياً: تطبيقات هذه التكنولوجيا على مضمون الرسائل الاتصالية التي تتواصل المؤسسات من خلالها مع جمهورها، وثالثاً: تسعى الدراسة إلى اختبار تطبيقات هذه التكنولوجيا على البناء التنظيمي والإداري والثقافي للمؤسسة، وأخيراً تختبر الدراسة أثر هذه التكنولوجيا على العلاقة بينا لمنظمات وجمهورها، وذلك من خلال مجموعة من دراسات الحالة والمقابلات المتعلقة مع مجموعة من الخبراء البارزين والباحثين والمتخصصين في مجال العلاقات العامة. وتوصلت الدراسة إلى أنه بدءاً من توتير ومرورا بالمدونات، الأفلام المصوّرة على اليوتيوب وانتهاء بالإنترنت والشبكة العنكبوتية كلّها وسائل قد غيرت وحوّلت من الطريقة التي يصل بها ممارس والعلاقات العامة إلى المعلومات أو يوزعونها بشكل يختلف إلى حد كبير عن تلك الوسائل التقليدية التي سادت من قبل والتي مكّنت حراس البوابة من التحكم في المعلومات ومضامين الرسائل الاتصالية إلى حدّ كبير.

الدراسة الرابعة:

الدراسة للباحثين² 2017 Su Young Choi & Younghan Cho بعنوان **Generating Counter–Public Spheres Through Social Media: Two Social Movements in Neoliberalised South Korea**، واستهدفت الدراسة معرفة دور

¹ –Pavlik, Mapping The Consequences of Technology on Public Relation, Paper Published by the Institute for Public Relation, 2007www.institeforprorg.

² –Su Young Choi & Younghan Cho. Generating Counter–Public Spheres Through Social Media: Two Social Movements in Neoliberalised South Korea. Javnost –The Public, 2017, p15–33.

الميديا الجديدة في خلق واستتبات الفضاءات العمومية المضادة counter-public spheres عن طريق دراسة حالة لمجموعتين اجتماعيتين مناهضتان للعولمة وللتيار النيوليبرالي في كوريا الجنوبية، ونلاحظ أن الباحثان استخدمتا مصطلح الفضاءات المضادة counter-public spheres وهو المصطلح الذي استخدمه كل من الباحثين¹ Downey John & Natalie Fenton والباحثة Palczewski Catherine كمترادف للفضاءات العمومية.

وتكوّنت عيّنة الدراسة من حركتين اجتماعيتين احتجاجيتين، الحركة الأولى عرفت باسم anti-beef rallies واستهدفت رفض استيراد لحم البقر الأمريكي المصاب بفيروس جنون البقر mad-cow في ماي 2008، والحركة الثانية عرفت باسم 'janitors' protest أو احتجاج عمال النظافة الذين تمّ طردهم من جامعة Hongik university في 2011 وتغيّات الباحثة متابعة نشاطات الحركتين داخل الفضاء الاجتماعي وداخل الفضاء السيبراني online and offline، إذ أنّ الحركتين استثمرتا كلتا الفضاءين لاستقطاب وتجنيد أعضاء جدد والتنسيق بينهم وتوسيع دائرة الاحتجاجات وتمديدتها وانطلقت الباحثة من فرضية أنّ كلا الفئتين اللتين أسّستا المجموعتين عارثتا من التهميش marginalization واللا إعراف المجتمعي social unrecognized وكلاهما لم يتمكّنا من ولوج المشهد الإعلامي والحصول على الحقّ في البروز، إذ تمّ إهمال قضاياهما من قبل وسائل الإعلام الكورية الرسمية، وعلى هذا الأساس فتحت الميديا الجديدة لكلا المجموعتين المهمشتين فضاءً عمومياً بديلاً وموازيًا للفضاء العمومي المهيمن mainstream public sphere ووقّرت لهما ميكانيزمات تواصلية للإشهار العمومي المضاد counter-publicity ولخلق التضامن solidarity ولتحقيق الوصاية على الذات الجمعية collective agency، وتوصّلت الباحثتان إلى أنّ فضاءات الميديا الجديدة وقّرت منصات بديلة للفئات المهمّشة والمبعدة عن الظهور، كما أنّ النقاشات والتفاعلات الافتراضية داخل هذه الفضاءات وسيرورة إبداء الرّأي ومطالبة الأفكار قد تمّت ضم ن سيرورة حاجية ونقدية، كما أنّ هذه الفضاءات خلقت حسّاً لتعاضد والالتزام والفهم المشترك وتشارك التجارب بين الأفراد في إطار المجموعتين، إضافة لذلك، هناك حس متين بالانتماء والترابط البيئي داخل هذه الفضاءات.

¹—Downey John & Natalie Fenton. **New Media, Counter Publicity and the Public Sphere**, New Media & Society 5 (2),2003,p185–202.

ب - الدراسات والبحوث الخاصة بالصورة الذهنية للمؤسسات

توجد عديد من الدراسات التي اهتمت بدراسة الصورة الذهنية في مجالات تخصصية مختلفة المتعلقة بالتخصص، ولها أهميتها في بناء الدراسة الزاهنة وتحقيق أهدافها، لذا تم انتقاء بعض منها حسب مجال تخصصها لتتنوع مجالات العرض حسب حداتها، علما أن الدراسة لم تحصل على دراسة واحدة في مجال ارتباط الصورة الذهنية ب تكنولوجيا الوسائط الجديدة وتأثيرها على المؤسسة.

الدراسة الأولى:

دراسة لقصير رزيقة¹ لموضوع دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية مذكرة ماجستير جامعة قسنطينة (2006-2007) حيث أبرزت أهمية صورة المؤسسة وتزايد الاهتمام بهذا الموضوع يجعل من الأهمية بمكان أن تولى هذه الموضوعات ذات الصلة بالصورة أهمية بالغة إذ استخدمت الدراسة الوصفية التحليلية في البحث والدراسة حيث طرحت الإشكالية الرئيسية التالية: كيف تساهم مصلحة العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن المؤسسة الاقتصادية للأملاح لدى جمهورها الخارجي؟. وكانت نتائج الدراسة كالاتي: تحظى مؤسسة الأملاح بقسنطينة بمعرفة واسعة في أوساط الجمهور الخارجي. تؤكد أغلب النسب صدق الفرضية الأولى، وبذلك يمكن أن نقول أن المؤسسة معروفة لدى أغلب جماهيرها ، و تحظى منتجات المؤسسة بتقدير جمهورها الخارجي من خلال النسب نستنتج صدق الفرضية؛ إذ تحظى منتجات المؤسسة بتقدير جمهورها الخارجي، تفنقد مؤسسة الأملاح بقسنطينة إلى ثقة جمهورها الخارجي ، من خلال نتائج الدراسة تبين عدم صدق الفرضية إذ تحظى المؤسسة بثقة جمهورها الخارجي، ويرتكز نشاط العلاقات العامة في مؤسسة الأملاح بقسنطينة على استعمال الوسائل المطبوعة أكثر من غيرها من الوسائل ، من خلال هذه النتائج تبين صدق الفرضية إذ تركز المؤسسة في علاقتها العامة على الوسائل المطبوعة.

¹-لقصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية _____، دراسة اميكانية بمؤسسة الأملاح بقسنطينة، الماجستير علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007/2006.

الدراسة الثانية :

¹ دراسة حسيني زهور (2018/2017) لموضوع التسويق الاجتماعي للصورة الذهنية للمنظمات الغير ربحية، تهدف هذه الدراسة إلى تبي أن دور و أهمية التسويق الاجتماعي وكذا مدى تأثيره في تعزيز الصورة الذهنية عن الكشافة الإسلامية الجزائرية-محافظة ورقلة- كأحد المنظمات غير الربحية ذات الصفة التطوعية الاجتماعية والتربوية، والتي طرحت الإشكالية التالية: ما مدى تأثير التسويق الاجتماعي من خلال عناصر مزيجه التسويقي في تعزيز الصورة الذهنية عن الكشافة الإسلامية الجزائرية من وجهة نظر القادة الكشفيين؟ من خلال دراسة وصفية مبره على التحليل لآراء عينة القادة الكشفيين بمحافظة ولاية ورقلة، وقد تحددت الدراسة بمتغير مستقل، تمثل في التسويق الاجتماعي بأبعاده السبعة المتمثلة في المنتج الاجتماعي، السعر الاجتماعي، الترويج الاجتماعي والتوزيع الاجتماعي، الدليل المادي، العمليات، المشاركة، ومتغير تابع تمثل في الصورة الذهنية بأبعادها الثلاثة؛ الصورة الذاتية، الصورة المرغوبة، والصورة المدركة للعينة المستهدفة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطوير استبانة ورقية وإلكترونية استنادا للملاحظة والاستقراء لغرض جمع البيانات من العينة المستهدفة، وتم بلورة أداة الدراسة من خلال الاطلاع على الجانب النظري والدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع، حيث صممت الاستبانة من أجل معرفة دور التسويق الاجتماعي في تعزيز الصورة الذهنية للكشافة الإسلامية الجزائرية من وجهة نظر القادة الكشفيين. لتتوصل الدراسة في الأخير إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها: يوجد دور وتأثير للتسويق الاجتماعي في تعزيز الصورة الذهنية، ووجود علاقة طردية بينهما، أيضا يوجد علاقة جد قوية وطردية بين بعدي المشاركة والعمليات مع الصورة الذهنية، كما أن هناك دور مؤثر للأبعاد التالية (المنتج الاجتماعي، الدليل المادي، العمليات، المشاركة) في تعزيز الصورة الذهنية وليس هناك تأثير لبعدي السعر الاجتماعي وبعدي الترويج الاجتماعي وبعدي التوزيع الاجتماعي لدى عينة الدراسة، وتوصيفي الأخير بضرورة زيادة الاهتمام أكثر بالتسويق الاجتماعي لما له من دور مهم، وكآلية تعزيز للصورة الذهنية الإيجابية عن

¹ - زهور حسيني، دور التسويق الاجتماعي في تعزيز الصورة الذهنية للمنظمات غير الربحية، دراسة حالة الكشافة الإسلامية الجزائرية، من وجهة نظر القادة الكشفيين محافظة ورقلة، لنيل شهادة الماستر، تخصص تسويق، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018/2017.

الكشافة الإسلامية الجزائرية كمنظمة غير ربحية، وتوسيع مجال الدراسة إلى الجمهير الخارجية.

الدراسة الثالثة:

دراسة شريفة رحمة الله 2006 بعنوان: ¹ دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية من منظور الخدمة الإلكترونية، هدفت الدراسة للتعرف على الخدمة الإلكترونية المستخدمة ببلدية دبي، وموقعها على شبكة الإنترنت، كما استهدفت التعرف على الصورة الذهنية المتكوّنة لدى جمهور تلك المؤسسة بعد استخدامها لهذا النمط الاتصالي الجديد، إضافة إلى معرفة مدى الصلاحيات الممنوحة لجهاز العلاقات العامة في بلدية دبي، لممارسة مهامها عبر موقع المؤسسة على الإنترنت، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وأجريت على عينة عمدية قوامها 204 شركة من خلال استخدام استمارة الاستقصاء وتحليل المضمون، ومن أهم نتائج الدراسة؛ أشارت الدراسة إلى أنّ شبكة الإنترنت أسهمت في تغيير أساليب تفاعل المؤسسة الحكومية مع الجمهور وتوصيل الخدمات إليه، كما أضافت بعدا جديا يتّصف بالتثابته والتفاعلية، جودة الاهتمام من قبل المؤسسات الحكومية في إمارة دبي بتطوير خاصية التفاعل بينها وبين الجمهور على ضوء مفهوم الحكومية الإلكترونية عن طريق إضافة نمط الاتصال الإلكتروني. تتوافر مؤشرات التفاعل داخل مواقع المؤسسات التي تتميز بخاصية التغذية العكسية، كما أنّ بعض هذه المواقع خصّص موقعا فرعيا لتلقّي آراء واستفسارات وشكاوي ومقترحات الجمهور، والشركات عينة الدراسة لمتستخدم بعض الروابط الاتصالية بالشكل المطلوب، رغم أهميتها في مجال تدعيم الاتصال ثنائي الاتجاه.

الدراسة الرابعة:

دراسة أحمد نذير لبسيس، نور الدين قواسمي 2019²: جاءت بعنوان أثر الابتكار في الخدمات البريدية على الصورة الذهنية، دراسة لعينة من زبائن مكتب بريد ورقلة الواحات،

¹ -شريفة رحمة الله سليمان، دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية من منظور الخدمة الإلكترونية، دراسة حالة إمارة دبي، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة 2006.

² - أحمد نذير لبسيس، نور الدين قواسمي، أثر الابتكار في الخدمات البريدية على الصورة الذهنية، دراسة لعينة من زبائن مكتب بريد ورقلة الواحات، مذكرة ماستر اكايمي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية تسويق الخدمات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2019/2018.

والتي تهدف إلى معرفة أثر الابتكار في الخدمات البريدية على الصورة الذهنية لعينة من مكتب بريد ورقلة الواحات، وعلى هذا الأساس تمت معالجة الدراسة قصد الوصول إلى الهدف والإجابة عن أسئلة البحث الذي كان سؤاله الرئيسي: إلى أي مدى يمكن أن يؤثر الابتكار في الخدمات البريدية لبريد الجزائر على الصورة الذهنية لزبائن مكتب ورقلة الواحات؟ وكانت فرضياتها كالتالي: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصورة الذهنية للمؤسسة والابتكار في الخدمات، وتوجد فروقات ذات دلالة إحصائية للصورة الذهنية تعزى للمتغيرات الشخصية والذي اتبع المنهج الوصفي في جانبه النظري للبحث أما فيما يخص الجانب التطبيقي فقد اعتمد على توزيع استبيانات مكونة من 100 استمارة لزبائن البريد ورقلة الواحات، وتم التوصل إلى أنه يوجد أثر للابتكار في الخدمات البريدية على الصورة الذهنية ذو دلالة إحصائية ولا توجد فروق معنوية في الصورة تعزى إلى المتغيرات الشخصية لعينة الدراسة.

ج- حدود الاستفادة من الدراسة:

إن نمو المعرفة يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأية دراسة أو بحث الاقتناع بأن عمله ما هو إلا حلقة متصلة ضمن محاولات كثيرة، فكل عمل علمي من هذا القبيل عادة ما تسبقه جهود أخرى تتجلى في شكل دراسات سابقة سواء ميدانية، أو عملية، أو مكتبية، ونظرا لما للدراسات السابقة من أهمية قصوى في تحديد وتوجيه وتدعيم مسارات البحث العلمي فإن الحاجة أصبحت ملحة لتبيان أهميتها وفائدتها. وذلك من خلال شرح كيفية توظيفها وبيان طبيعة علاقتها بالبحث الجاري، ومن خلال رصد الباحث للدراسات السابقة اتضح وجود محورين أساسيين للبحوث والدراسات التي تناولت تأثير استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة على الصورة الذهنية للمؤسسة.

من خلال استعراضنا فيما سبق للعديد من الدراسات العربية والأجنبية ذات المساس المباشر وغير المباشر بموضوع الدراسة، والتعرف على الآراء والتوجهات العلمية حول المشكلة البحثية، اتضح لنا أن الدراسات السابقة تناولت العلاقة بين تكنولوجيات الاتصال الحديثة والجديدة وممارسة العلاقات العامة وأهمية التطورات المتسارعة لدى ممارسة نشاط العلاقات العامة من أجل مواكبة الكم الهائل من المعلومات المتدفقة، وضرورة الاستجابة لطلبات الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة، حيث ركزت الدراسات السابقة على اختبار الأشكال

المستحدثة من وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي سهّلت طرق التّواصل بين ممارسي العلاقات العامّة وجمهورها الداخلي والخارجي في تحسين الصّورة الذهنيّة للمؤسسة ومن خلال عرض الدّراسات السّابقة استفادنا في بحثنا هذا بالعديد من الدّراسات في أهميّة استخدام تكنولوجيا الاتصال والوسائط الجديدة، رغم عدم وجود دراسات تناولت متغيّري الدّراسة في حدود بحثنا، إلّا أنّ هناك العديد من الدّراسات التي تناولت استخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة والوسائط الجديدة مقرونا بمتغيّرات أخرى، وكذا الصّورة الذهنيّة مرتبطة هي الأخرى بمتغيّرات أخرى وخاصّة في العلاقات العامّة كما لاحظنا اختلاف تشارك طبيعة بيئات الدّراسة وعيّناتها عن الدّراسة الحاليّة، إذ نجد بعض الدّراسات تطرّقت لمجالات ذات طبيعة بيئة اقتصاديّة أو اجتماعيّة بحثه، وأخرى خاصّة بالعلاقات العامّة بالمؤسّسات الاقتصادية الرّبحيّة منها وخدميّة، أمّا دراستنا كانت خدميّة غير ربحيّة حيث تناولت مؤسّسة عموميّة غير هادفة للرّبح ممثّلة في مديريّة الشؤون الدّينيّة والأوقاف، كذلك تقاطعت أهداف ونتائج بعض الدّراسات مع دراستنا الحاليّة، وتتزامن الدّراسة الحاليّة مع العديد من الدّراسات المعاصرة والحديثة أي أنّ موضوع الدّراسة ذا انشغال واهتمام حالي من الباحثين وخاصّة في مجال العلاقات العامّة.

واختلفت الدّراسة الحاليّة عن الدّراسات السّابقة في العيّنة المستهدفة وطبيعتها، حيث كانت أفراد عيّنة معظم الدّراسات فئة الرّبائين، في حين تناولت دراستنا فئة الموظّفين، وقد تنوّعت المناهج المتّبعة في العديد من الدّراسات حيث استخدمت بعضها الاستبيان كأداة لجمع المعلومات سواء كان داخليا أو خارجيا، وأخرى المقابلة، وتعدّدت المناهج بين المنهج الوصفي، الاستنباطي والمنهج الاستقرائي حيث اعتمدنا في دراستنا المنهج المسحي الوصفي القائم على الوصف من خلال استخدام الاستبيان الورقي كأداة لجمع المعلومات. تنوّعت البرامج الإحصائيّة المستخدمة في بعض الدّراسات حيث استخدمت معظمها برنامج Spss وهو ذات البرنامج المستخدم في دراستنا، واختلفت في بعضها باستخدامها برنامج Exell وبرامج إحصائية أخرى.

كما تعدّدت الأساليب الإحصائية المستخدمة في استخراج النّائج قصد التّحليل والتّفسير، كما اعتمدت بعض الدّراسات على أسلوب التكرارات والنّسب، أيضا تقاطعت

دراستنا في استخدام ذات الأساليب الإحصائية التي تناولتها معظم الدراسات السابقة قصد الوصول للنتائج.

11 - المقاربة النظرية للدراسة:

تعددت النماذج والنظريات التي تقدم تصورات عن كيفية عمل وسائل الاتصال وتأثيرها على الجمهور، إذ تساعد هذه المناهج والنظريات على توجيه البحث العلمي في مجال الاتصال إلى مسارات مناسبة، كونها تجسد بشكل فاعل تطبيقات وسائل الإعلام في المجتمع بصفة عامة وفي المؤسسات الإدارية بصفة خاصة، ومن بين هذه النظريات نجد نظرية انتشار المبتكرات، والتي تركز على كيفية اختيار وتبني أفكار وتكنولوجيا جديدة.

نظرية انتشار الأفكار المستحدثة (انتشار المبتكرات).

1- مفهوم الانتشار: يرى روجرز ROGERS أن " الانتشار عبارة عن انتقال الأفكار والتكنولوجيات والممارسات الجديدة من مصادر ابتكارها إلى الناس "، والنجاح الذي يصادف بعض هذه المبتكرات والفشل الذي يصاحب الآخر، فالانتشار مرتبط بالتجديدات والابتكارات وتقاس مدى حداثة الفكرة بالبعد الزمني الذي استخدمت فيه لأول مرة، كما أن حداثة هذه الفكرة هي التي تحدد ردة فعل الشخص تجاهها. ويحلل المهتمون بالانتشار عملية الانتشار إلى أربعة عناصر رئيسية أولها التجديد والابتكار، ثانيهما هو مجرى الاتصال، ثالثهما هو التنسيق الاجتماعي، حيث أن عملية الانتشار تدور وتجري داخل نسق اجتماعي معين، أما العنصر الرابع فهو الزمن، والتنسيق الاجتماعي مفهوم شائع الاستخدام في السوسيولوجيا الحديثة ويشير إلى مجموعة من الأفراد يتباينون وهم معنيون بتحقيق هدف جمعي، ويمثل الأفراد أعضاء هذا النسق، كما يمثلون فيه كذلك جماعات غير رسمية ومؤسسات ومنظمات.¹

عملية التبني: هي عملية عقلية ذهنية تختص بالفرد وتتكون من عدة مراحل، تبدأ بالسماع عن الفكرة، وتأخذ فترة زمنية تطول أو تقصر وفقا لخصائص الشخص، وغير ذلك من العوامل التي تؤثر في هذا الشخص وفي قدراته وإمكانياته لاتخاذ قرار التبني، ولقد تعددت تعريفات التبني على الرغم من ذلك فقد اتسقت تلك التعريفات من حيث المضمون

¹ -محمد محمد عمر الطنوبي، نظريات الاتصال، الإسكندرية، مكتبة الإشعاع، 2001، ص 201.

مع التعريف الذي أورده روجرز "بأنّها العملية العقلية التي يمرّ الفرد خلالها منذ أن يسمع عن الفكرة جديدة لأول مرّة، حتّى تصبح هذه الفكرة جزءاً من سلوكه، ومن المسلّم به أنّ عملية التبنّي للمبتكرات الجديدة التي تسبقها عملية أخرى، هي عملية نشر تلك المبتكرات والتي بواسطتها تنتقل المبتكرات الجديدة من مصدرها الأصلي إلى عدد كبير من المستفيدين منها عبر مختلف وسائل الاتصال بغية تعريفهم بها وحثهم على تبنيها ووضعها في حيز التنفيذ الفعلي"¹.

_ يشار إليها بنظرية الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر؟ وأول من كتب عنها هما أفرت روجرز وشوميكور، واصطلاح المبتكرات الحديثة يطلق على العملية العقلية التي يتصوّر فيها الفرد الأفكار والموضوعات والممارسات على أنّها ظواهر جديدة من وقت ظهورها إلى مرحلة اعتناقها وتبنيها، وكان أول ظهور لهذه النظرية سنة 1968م في الولايات المتحدة الأمريكية، وطبقت في مجال تنظيم الأسرة والتعليم.

الافتراضات الأساسية:

- 1_ يتوقف انتشار المبتكرات على ضرورة توفّر الخصائص في الفكرة أو الممارسة التجديدية. (أ) الميزة النسبية: وتسير إلى درجة تفوق الفكرة أو الممارسة المبتكرة على المبتكرات السابقة لها في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والنفسية.
- (ب) الانسجام: ويختص بالدرجة التي يمكن بها تصوّر الابتكار على أنّه متنسق مع قيم المجتمع، وكلّما كانت الفكرة متنسقة مع الأعراف والتقاليد والقيم المجتمعية كلّما كان ذلك حافظاً لتبني الجماهير لها.²
- (ج) التعقيد: ويختص بالدرجة التي يكون عليها الابتكار من حيث الصعوبة والتعقيد أو في الاستخدام؛ أي كلّما كانت الفكرة يسيرة وغير معقدة كلّما مالت الجماهير لاعتناقها وتبنيها.
- (د) التجريب: ويتعلّق بضرورة إتاحة المبتكرات للتجريب على نطاق واسع فكلّما أتيحت الفرصة للأفراد لتبني المبتكرات دون تكلفة كلّما كان ذلك دافعاً يحفز أفراداً أخرى لتبني الأفكار.

¹ - محمد محمد عمر الطنوبي، مرجع سابق، ص 214/215.

² - المرجع السابق، ص 125.

ه) ملاحظة: وتشير إلى الدرجة التي تتجم عنا نتائج يمكن ملاحظتها بواسطة الأشخاص الآخرين.

و) الكفاءة: وتعني المقدرة على اختصار الوقت وتوفير الزمن اللازم لتبني الفكرة بأقل من الخسائر المتوقعة.

ز) المقدرة على فتح منافذ لتبني مبتكرات جديدة: ويقصد بها القدرة التي تتمتع بها الفكرة المستحدثة على أن تتبع منها مبتكرات وثيقة الصلة بالمبتكرات الأولى.¹

وهي تفترض أن تدفق الاتصال يتم على مراحل، وهو يسمح بالمزيد من الاحتمالات المعقدة لتحقيق الاتصال؛ إذ أن تدفق المعلومات ينساب عبر أفراد عديدين وأن قنوات الاتصال تكون الأكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكر.²

وتفترض هذه النظرية بأن تبني الفكرة المستحدثة يمر بأربع مراحل تتمثل في:

أ) مرحلة المعرفة أو الوعي بالفكرة: وفيها يتلقى الفرد معلومات عن الفكرة المستحدثة، ولكنه يحس بأنه بحاجة شديدة لمعلومات كافية عنها.

ب) مرحلة الاقتناع والاهتمام: إذ يقتنع الفرد بأهمية الفكرة الجديدة وفائدتها الحتمية بالنسبة له.

ج) مرحلة اتخاذ القرار: وفيها يستخدم الفرد الفكرة أو الممارسة على نطاق ضيق كي يحدد فائدتها تبعاً لظروفه الخاصة.

د- مرحلة التأكيد والتثبيت والتبني: وفيها يتأكد متبني المبتكرات بشكل كامل بجدوى استخدام وسائل الاتصال لإنجاح تبني المبتكرات، ويؤكد الباحثان روجروز وشوميكر أن وسائل الاتصال الجماهيرية يجب أن تستخدم ببراعة في مرحلتي المعرفة والتأكيد، كما أن قنوات الاتصال الموجهي تعتبر مهمة للغاية في مرحلتي الإقناع واتخاذ القرارات.

من هنا فإن هذه الدراسة تركز على دراسة أثر استخدام الوسائط الجديدة في الصورة الذهنية للمؤسسة، وكمبتكر جديد وذلك من خلال تبني الفكرة وتطبيقها، وذلك على مستويين:

المستوى الأول: تبني الفكرة خاصة من خلال الأفراد المستخدمين لهذه الوسائط الجديدة.

¹ - عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، دار العالمية لنشر، ط1، ص 125، 126.

² - نضال فلاح الضلعين وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، ط1، دار الإعصار العلمي، الأردن، 2016، ص 246.

- المستوى الثاني: استخدامها أو تطبيقها، والذي يعبر عن تقبل الفكرة والشروع في تطبيقها، والربط بين هذين المستويين من أجل تفسير:
- إمّا استخدام واسع للوسائط الجديدة وتبني هذه الفكرة (مبتكر).
 - وإمّا عدم استخدام هذه المبتكرات واعتبارها من الثانويات التي لا تحتاج إلى الاستخدام.



الفصل الثّاني
الجانب التّطبيقي للدراسة

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة.

تمهيد:

- 1- الأساليب الإحصائية المستخدمة.
- 2- نبذة عن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة.
- 3- عرض ومناقشة نتائج الدراسة.
- 4- استنتاجات الدراسة.

بعد ضبط العناصر المنهجية لدراستنا هذه والتي تسمح لنا بالسير في الطريق الصحيح لتحقيق أهداف البحث، تم الانتقال إلى الدراسة الميدانية حيث بدأنا بتوزيع استمارات الاستبيان على المبحوثين والمبحوثات، وهي عينة موظفي السلك الإداري مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة، ثم تم لاحقاً جمع الاستبيانات وتفرغها في جداول وتحليلها، لنخلص فيما بعد إلى نتائج دراستنا ونختتمها بالحلول التي تخدم الموضوع.

1 - الأساليب الإحصائية والمستخدمة :

تحتل الأساليب الإحصائية أهمية خاصة في الأبحاث العلمية الحديثة إذ لا تخلو أي دراسة أو بحث من دراسة تحليلية إحصائية تتعرض لأصل الظاهرة أو الظواهر المدروسة فتصور واقعها في قالب قياس رقمي، لذلك لا يمكن لأي بحث أن يستغنى عن الطرق والأساليب الإحصائية، مهما كان نوع الدراسة لكونها قادرة على تفريغ البيانات تفريغا إحصائيا ثم تفسيرها، وأن اعتماد الباحث على الإحصاء يقود الباحث إلى الأسلوب الصحيح والنتائج السليمة وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على برنامج (spss) "Statistical Package for Social Sciences" أي "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية"، وهو عبارة عن حزم حاسوبية متكاملة لإدخال البيانات وتحليلها.¹

¹ - أحمد إبراهيم خضر، تعريف واستخدام برنامج spss، متاح على موقع بوابتي 20:16 06/2019
<http://www.myportail.com05/>

2 نغذة عن المؤسسة {مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة}

تعد مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة من المديريات التنفيذية ذات الطابع الإداري التي تسهر على ترقية كل النشاطات الدينية ودفعها إلى ما يتمشي والمتطلبات الحديثة ويخدم الصالح العام للدولة، حيث كانت مفتشية تحت السلطة المباشرة للسيد: رئيس الديوان بالولاية، ثم تم تحويلها بموجب المرسوم التنفيذي رقم: 83/91 المؤرخ في: 23 مارس 1991 إلى نظارة الشؤون الدينية و الأوقاف.¹ وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم: 200/2000 المؤرخ في: 26 جويلية 2000 تم تحويلها إلى مديرية الشؤون الدينية والأوقاف والتي تم من خلالها تحديد قواعد تنظيم مصالحها.

المهام :

مديرية الشؤون الدينية والأوقاف مكلفة بحسب أحكام المادة 30 من المرسوم التنفيذي رقم : 215/94 المؤرخ في : 23 جويلية 1994 بما يلي :

- تطوير وظيفة النشاط المسجدي
- السهر على إعادة دور المسجد كمركز إشعاع ديني وتربوي وثقافي واجتماعي
- مراقبة التسيير والسهر على حماية الأملاك الوقفية وتحصيلها وتوثيقها واستثمارها
- الدعوة إلى إحياء شعيرة الزكاة وتنظيمها وتحصيلها وتوزيع مصاريفها في إطار أحكام الشريعة الإسلامية وطبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.
- المساهمة في الحفاظ على الآثار ذات الطابع الديني.
- اتخاذ التدابير اللازمة لضمان السير الحسن للنشاط الديني والتربوي في المساجد ومؤسسات التعليم القرآني ومراكز التكوين المستمر التابعة للقطاع.
- متابعة عمل اللجان الدينية المعتمدة على مستوى الولاية طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

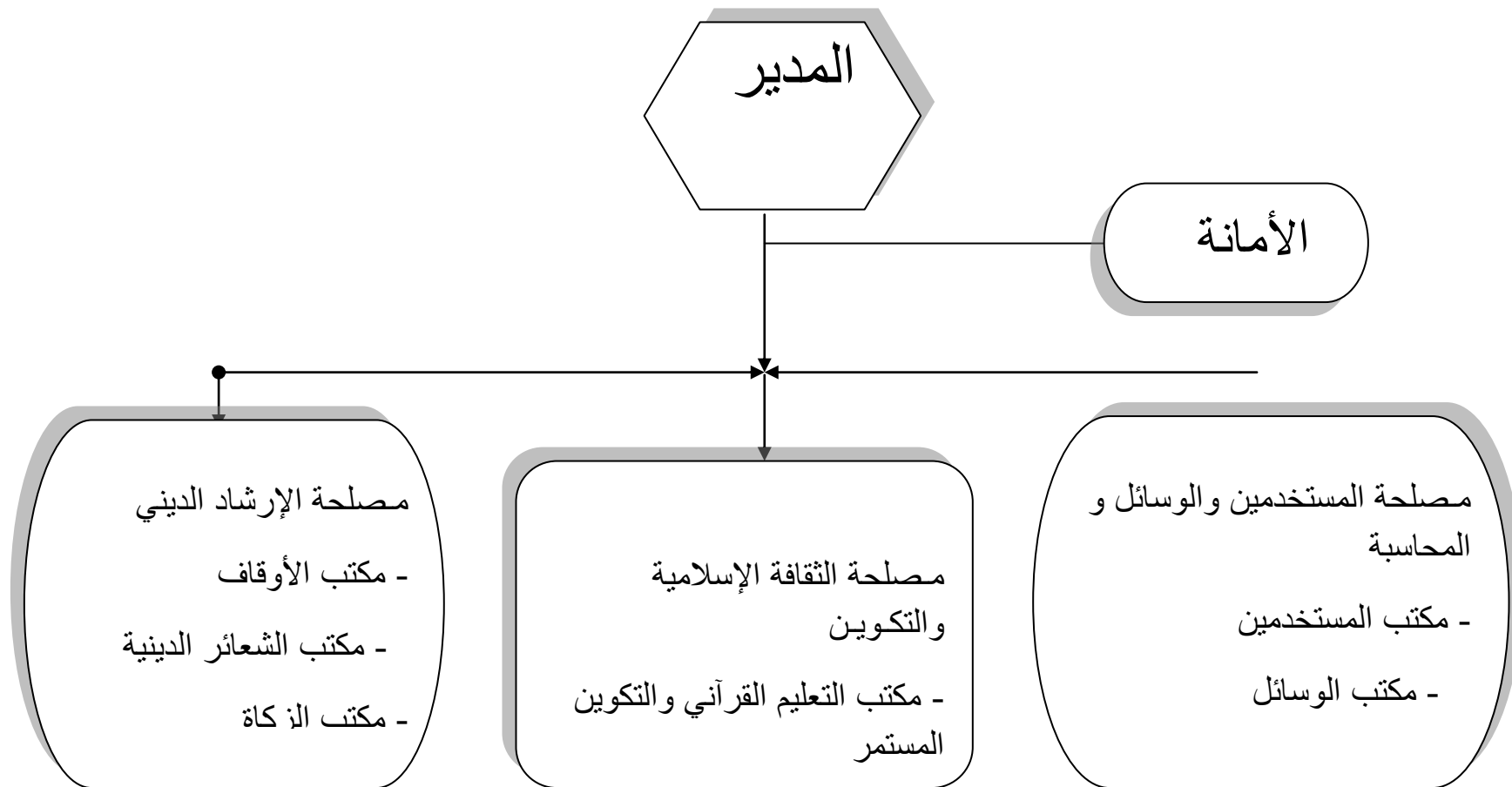
¹المرسوم التنفيذي رقم : 83/91 المؤرخ في: 07 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991 ، المتضمن إنشاء نظارة الشؤون الدينية و الأوقاف في الولاية وتحديد تنظيمها وعملها .

- مراقبة المشاريع المقترحة لبناء المدارس القرآنية والمساجد والسكنات التابعة لهما ومشاريع الأملاك الوقفية.
- إعطاء الموافقة الصريحة المتعلقة بالمشاريع المقترحة لبناء المساجد والمدارس القرآنية و المحلات التجارية.
- تنسيق أعمال المؤسسات العاملة تحت وصاية القطاع.
- متابعة تطبيق البرامج التي تعدها مؤسسة المسجد وتوطدها بهدف السماح لها بتأدية مهامها حسب النصوص القانونية.
- إعداد الخريطة المسجدية للولاية طبقاً للتنظيم المعمول به .
- إبرام عقود إيجار الأملاك الوقفية واستثمارها في الحدود التي يمنحها التشريع والتنظيم المعمول بهما .
- تولي تسيير مكتب مؤسسة المسجد ومجالسه .
- مساعدة اللجان الدينية المعتمدة والزوايا على تأدية مهامها .
- تسليم شهادات إثبات الإسلام وكذا اعتناق الإسلام المعدة من طرف مصالح المديرية.
- مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة¹ هي هيئة عمومية ذات طابع إداري مكلفة بأداء مهام محلية ممثلة لوزارة الشؤون الدينية والأوقاف مكلفة حسب أحكام المادة 30 من المرسوم التنفيذي رقم 215/94 المؤرخ في 14 صفر سنة 1415 الموافق لـ 23 جويلية 1994.
- وتتشكل المديرية من ثلاث مصالح أساسية:
- ❖ مصلحة المستخدمين والوسائل والمحاسبة.
 - ❖ مصلحة الإرشاد والشعائر الدينية والأوقاف.
 - ❖ مصلحة التعليم القرآني والتكوين والثقافة الإسلامية.

¹ المرسوم التنفيذي رقم: 203/2000 المؤرخ في: 2724 ربيع الثاني عام 1421 الموافق 26 يوليو سنة 2000

23 مارس 1991 ، يحدد قواعد مصالح الشؤون الدينية و الأوقاف في الولاية .

الهيكل التنظيمي لجمعية المسؤولية الدينية والأوقاف لولاية ورقلة



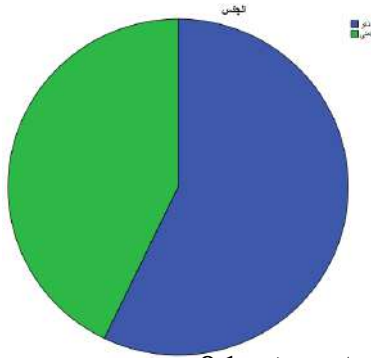
3 - عرض ومناقشة نتائج الجدال

1 محور:البيانات الشخصية :

1 توزيع مفردات عينة البحث حسب متغير الجنس

الجدول رقم 01 يوضح توزيع مفردات

عينة البحث حسب الجنس



المتغير	التكرار	النسبة
ذكر	28	57,1
أنثى	21	42,9
المجموع	49	100,0

الشكل بياني رقم 01: يوضح توزيع

مفردات عينة البحث حسب الجنس

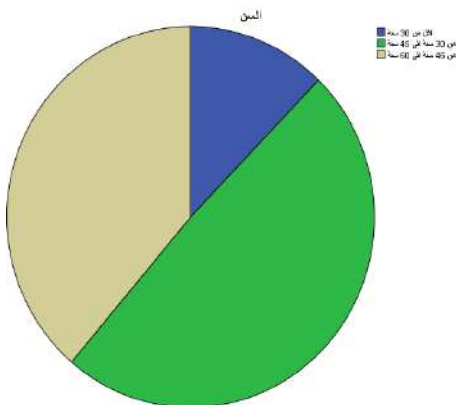
من خلال النتائج الموضحة في الجدول رقم 01 وتمثيله البياني نجد أن ما يعادل نسبة 57.1% عدد الذكور أي ما يساوي 28 موظف، وما يقدر بـ 42.9% الإناث أي بعدد 21 موظفة.

يتضح من الجدول أن توزيع أفراد العينة حسب الجنس جاء وفق الطريقة ال قصدية، فالنسبتان متقاربتان أي أن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف تعمل على الاستفادة من الجنسين على حدى ويمكن تفسير ذلك بطبيعة الأعمال التي تقوم بها مديرية الشؤون الدينية والأوقاف أو الأعمال التي تناسب الجنسين.

2 - توزيع مفردات عينة البحث حسب متغير السن.

الجدول رقم 02 يوضح توزيع مفردات عينة

البحث حسب السن



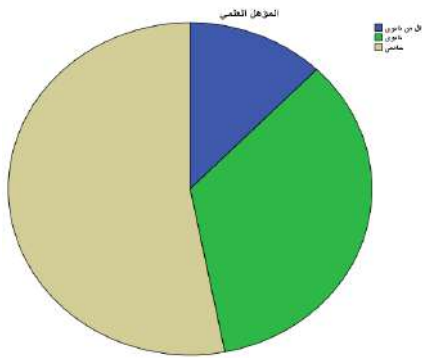
المتغير	التكرار	النسبة
اقل من 30	6	12,2
30-45	24	49,0
46-60	19	38,8
المجموع	49	100,0

الشكل بياني رقم 02: يوضح توزيع

مفردات عينة البحث حسب السن

من خلال النتائج الموضحة في الجدول رقم 02 وتمثيله البياني نجد أن توزيع الباحثين يتراوح بين أقل من 30 سنة و 60 سنة حيث كانت بنسب متفاوتة إذ نجد أن نسبة 49,0% من موظفي المديرية حسب عينة البحث تتراوح أعمارهم من 30 إلى 45 هي الأكثر أي بعدد 24 موظف، وتليها نسبة 38,8% للفئة العمرية بين 46 إلى 60 أي 19 موظف، وبعدها نسبة 12,2% للفئة الأقل من 30 سنة تساوي 6 موظفين. نستنتج إذن أن معظم موظفي مديرية الشؤون الدينية والأوقاف من فئة الشباب ويمكن تفسير هذا إلى كون الشباب الأكثر استخدام التكنولوجيا الوسائط الجديدة، كما أن الفئة العمرية الموالية يمكن اعتبارهم من المهتمين بمصالح المديرية في استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة.

3 - توزيع مفردات عينة البحث حسب مؤهل العلمي.



الجدول رقم 03 يوضح توزيع مفردات

عينة البحث حسب المؤهل العلمي

المتغير	التكرار	النسبة
أقل من ثانوي	6	12,2
ثانوي	17	34,7
جامعي	26	53,1
المجموع	49	100,0

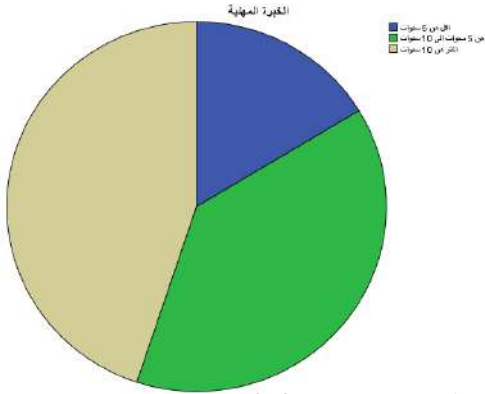
الشكل بياني رقم 03: يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب المؤهل

تبين النتائج الموضحة في الجدول رقم 03 تمثيله البياني أن مستويات الباحثين داخل المديرية، لهم مؤهل علمي عالي (جامعي) بنسبة 53,1% حيث جاءت بعدد 26 موظف، وبلغت نسبة 34,7% للمستوى التعليمي الثانوي بما يعادل 17 موظف، أما ذوي المستوى الأقل من الثانوي كانت بنسبة منخفضة قدرت بـ 12,2% إذ بلغ عددهم 6. وبالتالي يمكن تفسير ذلك أن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف تعتمد على الفئات ذات المؤهل العلمي العالي والثانوي لضمان جودة العمل ومن أجل الاستمرارية وكذلك مواكبة التطور وتكنولوجيا الوسائط الجديدة.

4 - توزيع مفردات عينة البحث حسب الخبرة المهنية

الجدول رقم 04 يوضح توزيع مفردات عينة

البحث حسب الخبرة المهنية



المتغير	التكرار	النسبة
أقل من 5 سنوات	8	16,3
من 5 سنوات إلى 10 سنوات	19	38,8
أكثر من 10 سنوات	22	44,9
المجموع	49	100,0

الشكل البياني رقم 04: يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب المؤهل

يبين لنا النتائج الموضحة في الجدول رقم 05 وتمثيله البياني أن أغلبية الموظفين داخل مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لهم خبرة مهنية طويلة أكثر من 10 سنوات حيث بلغ عددهم 22 موظف بنسبة 44,9 %، والذين لهم خبرة بين 5 إلى 10 سنوات بعدد 19 بنسبة 38,8 % وتقدر نسبة 16,3 من الموظفين أقل خبرة من 5 سنوات. ومن هنا نستنتج أن العدد الكبير للموظفين الذين لديهم أكثر خبرة راجع إلى طبيعة النشاط والممارسة الإدارية بمديرية الشؤون الدينية والأوقاف والذين لديهم الخبرة المهنية وهناك أقلية من الموظفين يقومون بأعمال إدارية بحثية.

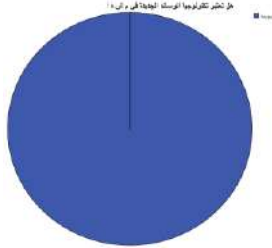
2 المحور الأول: "اعتماد مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة

على تكنولوجيا الوسائط الجديدة.

5 قراءة وتحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 01

الجدول رقم 05 يوضح ضرورة استخدام

تكنولوجيا الوسائط الجديدة

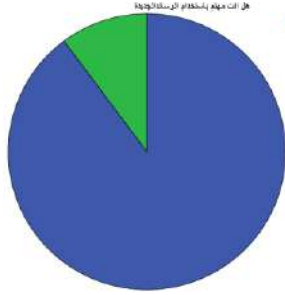


الشكل البياني رقم 05: يوضح ضرورة استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة

المتغير	التكرار	النسبة
ضرورية	100,0	100,0
غير ضرورية	0,0	0

نلاحظ من خلال الجدول رقم 04 وتمثيله البياني أن نسبة 100% من أفراد عينة البحث يقرون بضرورة استخدام الوسائط الجديدة وهذا راجع إلى وعي الموظفين بأهمية ودور تكنولوجيا الوسائط الجديدة في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف وهذا لتسهيل العمل وريح الوقت وتحسين ظروف العمل.

6 قراءة وتحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 02



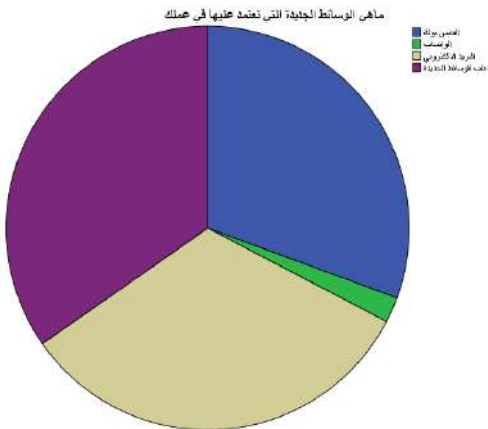
الجدول رقم 06 يوضح اهتمام الموظف باستخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	89,8	44
لا	10,2	5
المجموع	100,0	49

الشكل بياني 06 يوضح اهتمام الموظف باستخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة

إن أول ما نكتشفه من خلال الجدول رقم 06 وتمثيله البياني أن النسبة 89,8% المرتفعة نسبياً من المبحوثين الذي بلغ عددهم بـ 44 مهتمون باستخدام الوسائط الجديدة داخل مديرية الشؤون الدينية والأوقاف ونسبة 10,2% لا يهتمون باستخدام الوسائط الجديدة. نستنتج أن الموظف يهتم بتكنولوجيا الوسائط الجديدة وهذا يفسر لنا نسبة الإقرار بـ "نعم" فالنتائج الإحصائية تبين أنها تستخدم الوسائط الجديدة بدرجة كبيرة من طرف موظفي مديرية الشؤون الدينية والأوقاف.

7 قراءة وتحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 03



الجدول رقم 07 يوضح الوسائط الجديدة التي يعتمد عليها الموظف في عمله

المتغير	النسبة	التكرار
الفيسبوك	15	30,6
الواتساب	1	2,0
البريد الإلكتروني	16	32,7
أغلب الوسائط الجديدة	17	34,7
المجموع	49	100,0

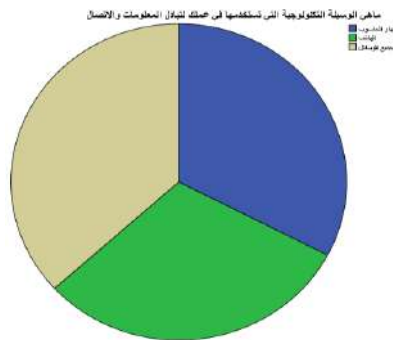
الشكل بياني 07 الوسائط الجديدة التي

يعتمد عليها الموظف في عمله

من خلال الجدول رقم 07 وتمثيله البياني يتضح لنا أن نسبة 34,7% من الموظفين يستخدمون جميع الوسائط الجديدة المقترحة في آن واحد ونسبة 32,7% يستخدمون البريد الإلكتروني والذين يستخدمون الفيسبوك 30,6% و 2% الواتساب.

نستنتج من خلال تحليلنا أن الموظف يعتمد على جميع الوسائط الجديدة المتوفرة لديه داخل مديرية الشؤون الدينية والأوقاف، وتفسر ذلك أن الموظف يقوم بالاعتماد على أي وسيط من الوسائط التكنولوجية من أجل تسهيل العمل في المؤسسة.

8 قراءة وتحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 04



التكنولوجية التي تستخدم في العمل لتبادل المعلومات والاتصال

الجدول رقم 08 يوضح الوسيلة التكنولوجية التي تستخدم في العمل لتبادل المعلومات والاتصال

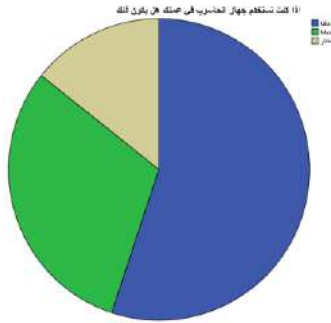
المتغير	التكرار	النسبة
جهاز الحاسوب	16	32,7
الهاتف	15	30,6
جميع الوسائط	18	36,7
المجموع	49	100,0

نلاحظ من خلال الجدول رقم 08 وتمثيله البياني أن نسبة 36,7% من الموظفين يفضلون استخدام أكثر من وسيلة لتبادل المعلومات، تم تليها نسبة

32,7% يستخدمون جهاز الحاسوب، ثم بعدها يأتي الهاتف الذكي بنسبة 30,6%.

نستنتج أن لكل وسيلة دورها وتأثيرها إذ تشير النتائج أن لكل موظف وسيلة اتصال مفضلة عن الأخرى أو أكثر يراها مناسبة أكثر، وهذا ما يفسر النتائج الإحصائية أن الموظف يستخدم لتبادل المعلومات أكثر من وسيلة.

9 قراءة وتحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 05



الشكل بياني رقم 09 يوضح استخدام جهاز الحاسوب في العمل

الجدول رقم 09 يوضح إستخدام جهاز

الحاسوب في العمل

المتغير	التكرار	النسبة
غالباً	27	55,1
أحياناً	15	30,6
نادراً	7	14,3
المجموع	49	100,0

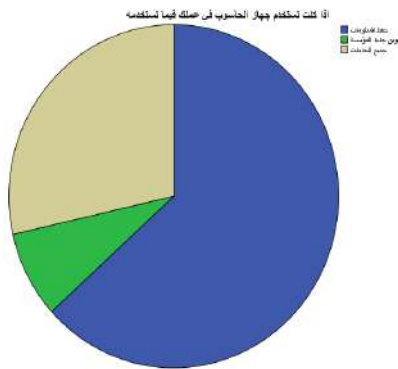
نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 وتمثيله البياني أن أفراد من عينة المبحوثين بنسبة 55.1% يستخدمون غالباً جهاز الحاسوب في عملهم، أما 30,6% من المبحوثين يستخدموا أحياناً جهاز الحاسوب في عملهم ، ويوجد عدد من الموظفين نادراً ما يستخدمون جهاز الحاسوب في عملهم بنسبة 14.3%.

نستنتج من هذه النتائج أن نسبة استخدام جهاز الحاسوب من طرف الموظفين بنسب متفاوتة وهذا ما يفسر أن اعتماد الموظف على جهاز الحاسوب في عمله داخل مديرية الشؤون الدينية والأوقاف يعود إلى طبيعة العمل أو المهام الموكلة للموظف .

10-قراءة وتحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 06

الجدول رقم 10 يوضح فيما يستخدم جهاز

الحاسوب في العمل



الشكل بياني رقم 10 يوضح فيما يستخدم جهاز الحاسوب في العمل

المتغير	التكرار	النسبة
حفظ المعلومات	31	63,3
تدوين جديد المؤسسة	4	8,2
جميع الخدمات	14	28,6
المجموع	49	100,0

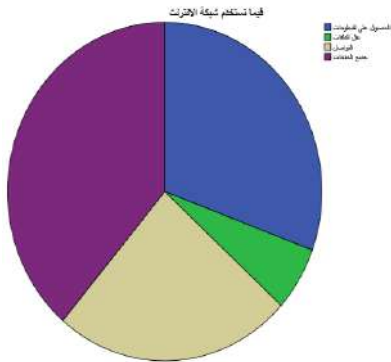
نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 وتمثيله البياني أن نسبة 63.3% من أفراد العينة يستخدمون جهاز الحاسوب لحفظ المعلومات، ونسبة 28.6% يستخدمون جهاز

الحاسوب في جميع الخدمات، ونسبة 8.2% يقومون باستخدام جهاز الحاسوب لتدوين جديد المؤسسة.

ومنه نستنتج أن الموظفون الذين يستخدموا جهاز الحاسوب يستخدمونه من أجل حفظ المعلومات الخاصة بمديرية الشؤون الدينية والأوقاف وهذا يؤكد أن ضرورة استخدام جهاز الحاسوب في المؤسسة ضروري لحفظ المعلومات وسهولة استرجاعها عند الحاجة لها داخل المديرية.

11- قراءة وتحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 07

الجدول رقم 11 يوضح فيها تستخدم شبكة الانترنت



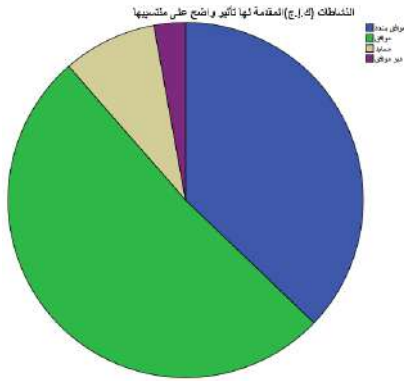
الشكل بياني رقم 11 يوضح فيها تستخدم شبكة الانترنت

المتغير	التكرار	النسبة
الحصول على المعلومات	15	30,6
نقل الملفات	3	6,1
التواصل	12	24,5
جميع الخدمات	19	38,8
المجموع	49	100,0

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 وتمثيله البياني أن نسبة 38.8% من الموظفين المستخدمين لشبكة الانترنت في جميع الخدمات، ونسبة 30.6% يستخدمونها للحصول على المعلومات، ونسبة 24.5% يستخدمها من أجل التواصل، ونجد أن النسبة الأقل 6.1% يستخدمونها في نقل الملفات.

منه نستنتج أن الموظفين في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف يستخدمون شبكة الانترنت من أجل العديد من الخدمات ولا ينحصر العمل في استخدام واحد وهذا راجع إلى وعي الموظف بأهمية استخدام هذه التكنولوجيا في المؤسسة من أجل ربح الوقت وتحسين السير والتسريع العمل وتهيئة الظروف الجيدة.

12-قراءة وتحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 08



الشكل بياني رقم 12 يوضح طريقة التعرف على استخدام الوسائط

الجدول رقم 12 يوضح طريقة التعرف على استخدام الوسائط الجديدة

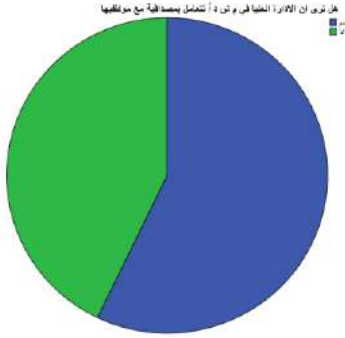
النسبة	التكرار	البديل
14,3	7	تكوين خارجي
77,6	38	ثقافة ذاتية
8,2	4	تكوين من طرف المؤسسة
100,0	49	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 وتمثيله البياني أن نسبة 77.6% كانت لديهم ثقافة ذاتية باستخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة، وتليها نسبة 14.3% تكوين خارجي، ونسبة 8.2% تكوين من طرف المؤسسة. ومنه نستنتج أن الموظفين بالمؤسسة (مديرية الشؤون الدينية والأوقاف) لا يولون اهتمام بضرورة التكوين من أجل استخدام هذه الوسائط الجديدة بل كانت لديهم معرفة ذاتية أو ثقافة ذاتية بهذه الوسائط، ومن هنا نفسر المعرفة المسبقة، وأن الموظف بمديرية الشؤون الدينية والأوقاف لا يسعى إلى التطلع للتقنيات الجديدة وتكوين المؤسسة له ويكتفي بثقافته الذاتية.

المحور الثاني: استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في تحسين الصورة الذاتية للمؤسسة

13-قراءة وتحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 09

الجدول رقم 13 يوضح تعامل الإدارة العليا في (م ش د أ) مع موظفيها



البديل	التكرار	النسبة
نعم	28	57,1
لا	21	42,9
المجموع	49	100,0

الشكل بياني 13 يوضح تعامل الإدارة

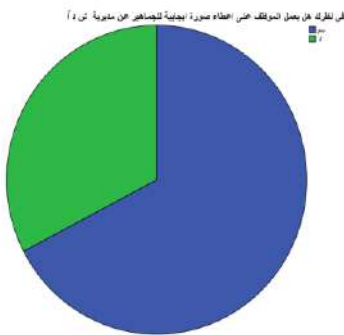
العليا في (م ش د أ) مع موظفيها

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 وتمثيله البياني أعلاه أن نسبة 51.1% من الموظفين أقرروا على أن الإدارة العليا في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف تتعامل بمصادقية ونسبة 42.9% أجابوا ب لا.

نستنتج من خلال هذه النتائج الإحصائية أن النسب متقاربة نوعا ما بين الموظفين وهذا ما يفسر أن الإدارة العليا للمديرية الشؤون الدينية والأوقاف تتعامل بمصادقية.

14-قراءة وتحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 10

الجدول رقم 14 يوضح عمل الموظف على إعطاء صورة ايجابية للجماهير عن مديرية ش د أ



البديل	التكرار	النسبة
نعم	33	67,3
لا	16	32,7
المجموع	49	100,0

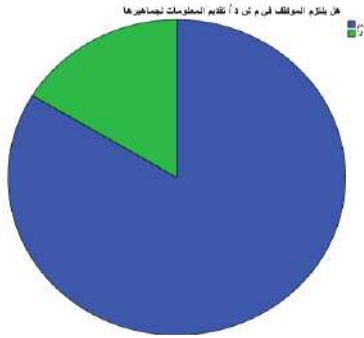
الشكل بياني 14 يوضح عمل الموظف على

إعطاء صورة ايجابية للجماهير عن مديرية

الشؤون الدينية والأوقاف

نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 وتمثيله البياني أعلاه أن نسبة 67.9 % أن الموظف يعطي صورة إيجابية للجماهير عن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف، ونسبة 32.7 لا يعطوا صورة إيجابية للجماهير عن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف . نستنتج من خلال هذه البيانات الإحصائية أن الموظف يعطي صورة إيجابية للجماهير لعكس صورتها الذهنية وهذا ما يؤكد نجاح في رسم صورة إيجابية عن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف.

15- قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 11



الشكل بياني رقم 15 يوضح التزام الموظف في (م ش د أ) بتقديم المعلومات

جدول رقم 15 يوضح التزام الموظف في (م ش د أ) بتقديم المعلومات لجماهيرها

البدل	التكرار	النسبة
نعم	41	83,7
لا	8	16,3
المجموع	49	100,0

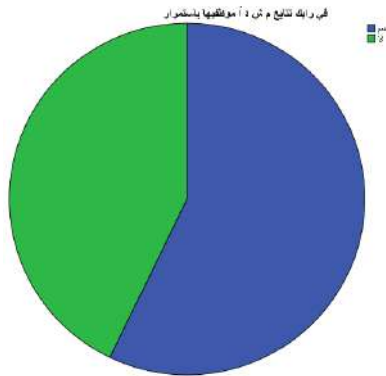
نلاحظ من خلال الجدول رقم 15 وتمثيله البياني أن أفراد المبحوثين نسبة 83.7 % يقرون بأنهم يقدمون معلومات لجماهير مديرية الشؤون الدينية والأوقاف ، في حين نسبة 16.3 نسبة قليلة ترى أن الموظف لا يقدم معلومات لجماهير مديرية الشؤون الدينية والأوقاف.

نستنتج أن الموظفين بمديرية الشؤون الدينية والأوقاف يولون اهتمام بتقديم المعلومات لجماهيرها ومن خلال النتائج الإحصائية نستطيع تفسير أن الموظف يسعى إلى تقديم أكبر قدر من المعلومات عن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف.

16-قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 12

الجدول رقم 16 يوضح تتبع م

ش د أ موظفيها باستمرار



البديل	التكرار	النسبة
نعم	28	57,1
لا	21	42,9
المجموع	49	100,0

الشكل بياني رقم 16 يوضح تتبع م ش د أ

موظفيها باستمرار

نلاحظ من خلال الجدول رقم 16 وتمثيله البياني أن نسبة من الموظفين تقدر بـ

57.1% يصرحون أن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف تتابعهم باستمرار، ونسبة

42.9% لا تتابعهم .

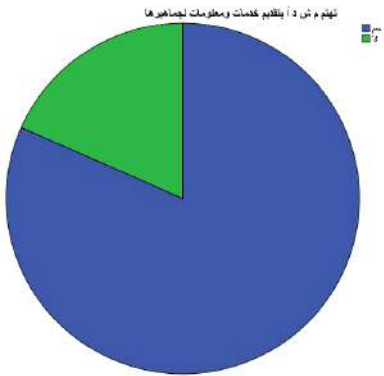
نستنتج من خلال هذه النتائج الإحصائية المتقاربة أن مديرية الشؤون الدينية

والأوقاف تتابع موظفيها وذلك يعود لتقديم بيانات ومعلومات لتحسين صورتها .

17-قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 13

الجدول رقم 17 يوضح اهتمام (م ش د أ)

بتقديم خدمات ومعلومات لجمهورها



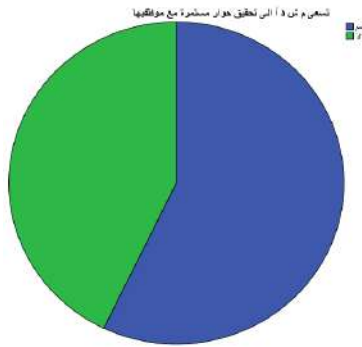
البديل	التكرار	النسبة
نعم	40	81,6
لا	9	18,4
المجموع	49	100,0

شكل بياني رقم 17 يوضح اهتمام (م ش د أ)

بتقديم خدمات ومعلومات لجمهورها

نلاحظ من خلال الجدول رقم 17 وتمثيله البياني أن أفراد المبحوثين بنسبة 81.6% يصرحون بأن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف تقدم خدمات ومعلومات لجماهيرها ونسبة قليلة جدا تقدر بـ 18.4% صرحوا أن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لا تقدم خدمات ومعلومات لجماهيرها. ومن خلال هذه النتائج الإحصائية المتحصل عليها نستنتج أن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف تعمل على تقديم خدمات ومعلومات. وهذا راجع إلى رسم صورة ذهنية إيجابية تجاه جماهيره.

18- قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 14



الشكل بياني رقم 18 يوضح سعي (م ش د أ) إلى تحقيق حوار مستمرة مع موظفيها

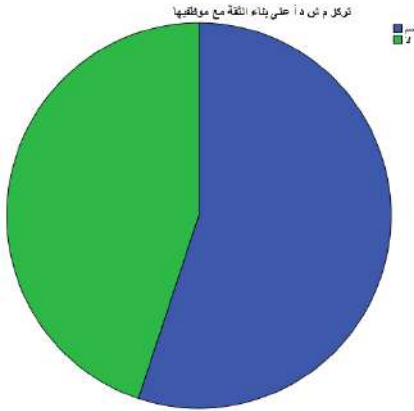
الجدول رقم 18 يوضح سعي (م ش د أ) إلى تحقيق حوار مستمرة مع موظفيها

النسبة	التكرار	البديل
57,1	28	نعم
42,9	21	لا
100,0	49	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 18 وتمثيله البياني أن نسبة 57.1% من أفراد عينة البحث يرون أن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف تسعى إلى تحقيق حوار مستمر مع موظفيها، في حين يرى 42.9% من عينة البحث يقرون أن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لا تسعى إلى تحقيق حوار مستمر مع موظفيها ومن خلال هذه النتائج الإحصائية .

نستنتج أن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف تعمل على استمرار العلاقة مع موظفيها من خلال التواصل المستمر معهم. إذ يعد التواصل الدائم بين إدارتها وموظفيها من المهام التي يقع على مسؤولية تكنولوجيا الوسائط الجديدة المتوفرة في مؤسسته.

19-قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم15



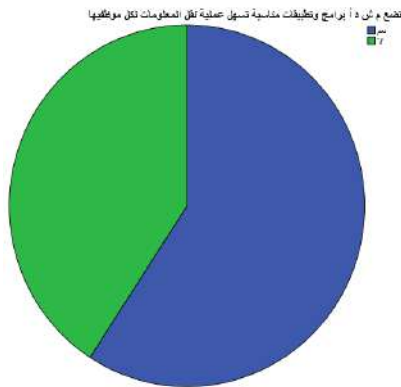
الجدول رقم19 يوضح تركيزي (م ش د أ) على بناء الثقة مع موظفيها

النسبة	التكرار	البديل
55,1	27	نعم
44,9	22	لا
100,0	49	المجموع

الشكل بياني رقم 19 يوضح يوضح تركيزي (م ش د أ) على بناء الثقة مع موظفيها

نلاحظ من خلال الجدول والرسم البياني نسبة 55.1% من عينة البحث يقرون أن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف تركز على بناء الثقة مع موظفيها وهي نسبة متقاربة مع من يرون أن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لا تركز على بناء الثقة مع موظفيها نسبة 44.9% ونستنتج من خلال النتائج الإحصائية أن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف تقوم بعملها اتجاه موظفيها..

20-قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم16



الجدول رقم20 يوضح وضع برامج وتطبيقات مناسبة تسهل عملية نقل معلومات لكل موظف بـ (م ش د أ)

النسبة	التكرار	البديل
59,2	29	نعم
40,8	20	لا
100,0	49	المجموع

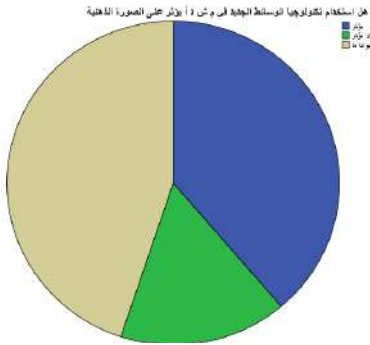
الشكل بياني رقم 20 يوضح وضع برامج وتطبيقات مناسبة تسهل عملية نقل معلومات لكل موظف بـ (م ش د أ)

نلاحظ من خلال الجدول والرسم المبين أعلاه أن نسبة تقدر بـ 59.2 % يصرحون بأن (م ش د أ) تضع برامج وتطبيقات مناسبة تسهل عملية نقل المعلومات ، ونسبة 40.8% يرون أن (م ش د أ) لا توفر هذه البرامج والتطبيقات.

ومن خلال النتائج الإحصائية المبينة فإن م ش د أ توفر برامج وتطبيقات لتسهيل عملية نقل المعلومات من خلال الوسائط الجديدة المعتمدة في (م ش د أ).

المحور الرابع: تأثير تكنولوجيا الوسائط الجديدة على الصورة الذهنية للمؤسسة

21-قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 17



الجدول رقم 21 يوضح تأثير استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في (م ش د أ) على رسم الصورة الذهنية

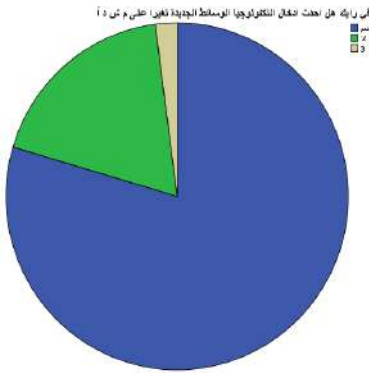
النسبة	التكرار	البديل
38,8	19	يؤثر
16,3	8	لا يؤثر
44,9	22	نوعا ما
100,0	49	المجموع

الشكل بياني رقم 21 يوضح تأثير استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في (م ش د أ) على رسم الصورة الذهنية

نلاحظ ومن خلال الجدول رقم 21 وتمثيله البياني أن نسبة 44.9 % من المبحوثين يرون أن استخدام التكنولوجيا الجديدة في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف يؤثر نوعا ما على الصورة الذهنية ونسبة 38.8 % يؤثر على الصورة الذهنية، ونسبة 16.3 % لا يؤثر استخدامها على الصورة الذهنية للمديرية.

نستنتج من هذه النتائج الإحصائية أن استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف تؤثر نوعا ما على صورة المؤسسة وهذا ما يفسر جودة الخدمات التي تقدمها مديرية الشؤون الدينية والأوقاف من خلال الوسائل الحديثة التي يمكن أن تستخدمها في تأثير على الصورة الذهنية.

22-قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم18



الشكل بياني رقم 22 يوضح التغيير الذي أحدثه إدخال التكنولوجيا الوسائط الجديدة في (م د ش أ)

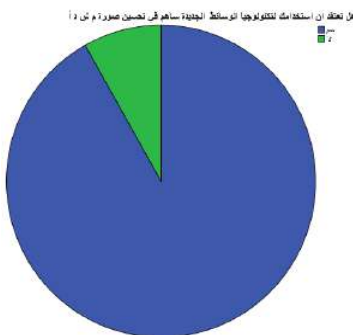
الجدول رقم 22 يوضح التغيير الذي أحدثه إدخال التكنولوجيا الوسائط الجديدة في (م د ش أ)

النسبة	التكرار	البديل
81,6	40	نعم
18,4	8	لا
100,0	49	المجموع

تشير البيانات الإحصائية التالية نسبة 81.6 % من أفراد عينة البحث يقرون أن إدخال التكنولوجيا لوسائط جديدة أحدث تغير في (م د ش أ)، في حين نسبة 18.4 % يرون أنها لا تحدث تغيير في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف.

نستنتج أن إدخال تكنولوجيا الوسائط الجديدة في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف أحدث تغييرا وهذا يفسر أن تكنولوجيا الوسائط الجديدة لها دور في تسهيل العمل والتواصل بين مختلف مصالحها وتفعيل التواصل بين المؤسسة والمتعاملين معها .

23-قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم19



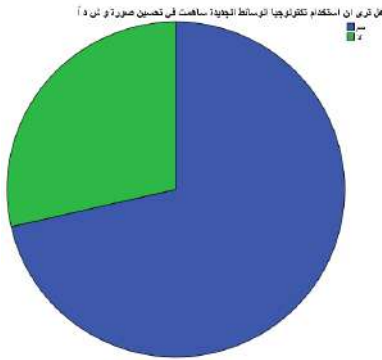
الشكل بياني رقم 23 يوضح استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة تساهم في تحسين الاتصال داخل (م د ش أ).

الجدول رقم 23 يوضح استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة تساهم في تحسين الاتصال داخل المؤسسة (م د ش أ).

النسبة	التكرار	البديل
91,8	45	نعم
8,2	4	لا
100,0	49	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 23 وتمثيله البياني أن نسبة 91.8% من المبحوثين يرون أن استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهمت بشكل كبير في تحسين الاتصال داخل المؤسسة، كما أن 8.2% منهم يرون أن تكنولوجيا الوسائط الجديدة لم تساهم في تحسين الاتصال داخل المؤسسة، ومن خلال البيانات الإحصائية نستنتج أن تكنولوجيا الوسائط الجديدة الوسائط الجديدة ساهمت في تحسين الاتصال الداخلي، و تفسير ذلك يعود إلى خاصية السرعة في الأداء التي تتميز بها هذه التكنولوجيا أدت في إحدى صورها إلى تحسين أساليب الاتصال داخل المؤسسة.

24-قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم20



الشكل بياني 24 يوضح استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهم في تحسين صورة (م ش د أ)

الجدول رقم 24 يوضح استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهم في تحسين صورة (م ش د أ)

النسبة	التكرار	البديل
71,4	35	نعم
28,6	14	لا
100,0	49	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 24 وتمثيله البياني أن نسبة الأكبر من المبحوثين 71.4% ترى أن استخدام تكنولوجيا وسائط الجديدة ساهمت في تحسين صورة مديرية الشؤون الدينية و الأوقاف .

نستنتج من خلال هذه البيانات وأراء المبحوثين أن دخول تكنولوجيا الوسائط الجديدة إلى مديرية الشؤون الدينية والأوقاف غير من طريقة العمل وهذا ما أدى إلى محيط عمل جديد فقد ساهمت فيرفع الروح المعنوية للموظفين، وتعتبر نسبة أفضل لممارسة العمل.

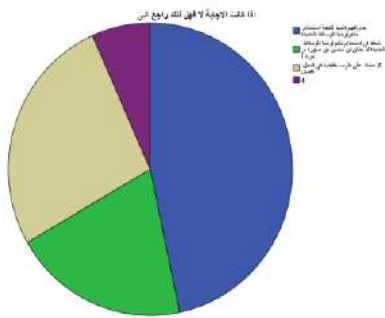
25-قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 21

1_21الجدول رقم25يوضح أن تكنولوجيا الوسائط الجديدة تساهم في تحسين صورة

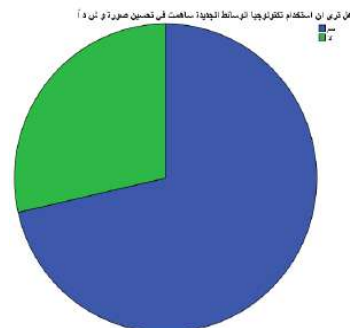
(م ش د أ)

هل ترى أن استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة تساهمت في تحسين صورة (م ش د أ) ؟

المجموع		لا		نعم		البدائل
النسبة	تكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
				69,4	34	استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة تساهم في تحسين صورة مديرية الشؤون الدينية والأوقاف
		14,3	7			عدم الفهم الجيد لكيفية استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة
		6,1	3			تعتقد أن استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة لا يمكن أن تحسن منصوره مديرية الشؤون الدينية والأوقاف
		8,2	4			الاعتماد على طرف تقليدية في العمل أفضل
100.0	49	30,6	15	69,4	34	المجموع



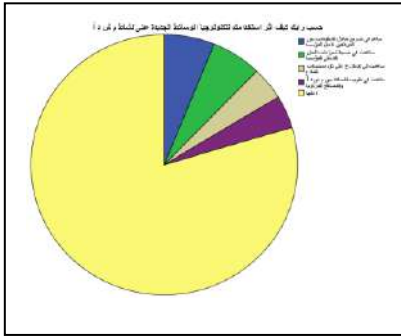
الشكل البياني رقم 25-1 يوضح أن تكنولوجيا الوسائط الجديدة لم تساهم في تحسين صورة (م ش د أ)



الشكل البياني رقم 25 يوضح تكنولوجيا الوسائط الجديدة تساهم في تحسين صورة (م ش د أ) "نعم أو لا"

ونلاحظ من خلال الجدول رقم 25 و 25-1 وتمثيلهما البياني أن نسبة 69.4% كانت إجاباتهم بنعم ونسبة 30.6% كانت إجاباتهم ب"لا" فبعض المبحوثين الذين أقرروا وأجابوا ب " لا" وهذا راجع إلى نسبة 14.3% سبب عدم الفهم الجيد لكيفية استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة، و نسبة 8.2% يعتمدون على طرق تقليدية في العمل، ونسبة 6.1% يعتقدون أن استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة لا يمكن أن تحسن صورة مديرية الشؤون الدينية والأوقاف، وقد نفسر هذا السبب الذي كان وراء المبحوثين الذين أجابوا ب " لا" بعدم استخدام الوسائط الجديدة على نشاط مديرية الشؤون الدينية والأوقاف.

26-قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 22



الشكل البياني رقم 26
يوضح اثر استخدام
لتكنولوجيا الوسائط
الجديدة على نشاط (م
ش د أ)

الجدول رقم 26 يوضح اثر استخدام لتكنولوجيا الوسائط
الجديدة على نشاط (م ش د أ)

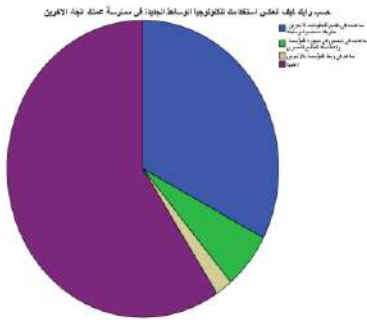
النسبة	التكرار	البديل
6,1	3	ساهم في تسريع تبادل المعلومات بين الموظفين داخل المؤسسة
6,1	3	ساهمت في تبسيط إجراءات العمل الداخلي للمؤسسة
4,1	2	ساهمت في الاطلاع على كل مستجدات القطاع
4,1	2	ساهمت في تقريب المسافة بين (م ش د أ) و المصالح المركزية
79,6	39	اغلبها
100,0	49	المجموع

من خلال الجدول رقم 26 وتمثيله البياني المبين أعلاه نرى أن 79.6% وهي نسبة الأكبر من المبحوثين الذين أقرروا أن استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهمت في تسريع تبادل المعلومات بين الموظفين داخل المؤسسة، والاستخدام في تبسيط إجراءات العمل الداخلي للمؤسسة، وساهمت أيضا في الإطلاع على كل مستجدات

القطاع وساهمت في تقريب المسافة بين مديرية الشؤون الدينية والأوقاف والمصالح المركزية، والنسب المتبقية 6.1% تسريع وتبادل المعلومات بين الموظفين داخل المؤسسة، ونسبة 6.1% ساهمت في تبسيط إجراءات العمل الداخلي، 4.1% ساهمت في الإطلاع على كل المستجدات القطاع، ونسبة 4.1% ساهمت في تقريب المسافات بين مديرية الشؤون الدينية والأوقاف والمصالح المركزية وهي نسب متقاربة أدت إلى أغلبية الموظفين يعتمدون على ذلك.

ونستنتج أن المديرية الشؤون الدينية والأوقاف تعمل على تقديم المعلومات للآخرين بطريقة مختصرة وإرضاءهم من خلال تحسين صورة المؤسسة وإعطاء طابع العصري وكل هذا يؤكد أن خدمات المؤسسة جيدة وفي المستوى المطلوب وأيضا يبرهن على فعالية الوسائط الجديدة.

27-قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 23



الشكل البياني رقم 27 يوضح انعكاس استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في ممارسة العمل اتجاه الآخرين

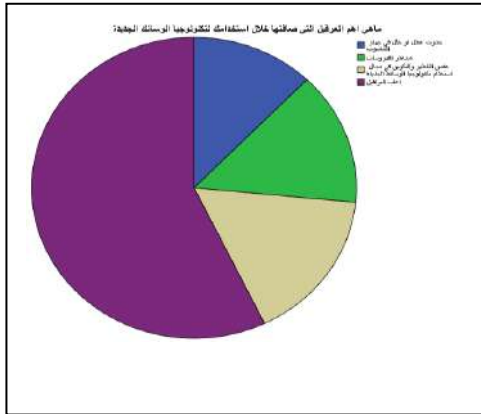
الجدول رقم 27 يوضح انعكاس استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في ممارسة العمل اتجاه الآخرين

النسبة	التكرار	البدائل
32,7	16	ساعدت في تقديم المعلومات للآخرين بطريقة مختصرة وسليمة
6,1	3	ساعدت في تحسين صورة المؤسسة وإعطاءها الطابع العصري
2,0	1	ساهم في ربط المؤسسة بالآخرين
59,2	29	اغلبها
100,0	49	المجموع

من خلال الجدول رقم 27 وتمثيله البياني المبين أعلاه أن نسبة 59.2 % كانت إجاباتهم بأغلبية البدائل التي اقترحت في انعكاس استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في ممارسة العمل اتجاه الآخرين، تليها 32.7% كانت قد ساعدت في تقديم المعلومات للآخرين بطريقة مختصرة وسليمة، في حين 6.1% اجابوا بأنها ساعدة في

تحسين صورة المؤسسة وإعطائها الطابع العصري، وبنسبة ضئيلة 2.0% ساهم في ربط المؤسسة بالآخرين، ومنه نستنتج أن انعكاس استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في ممارسة العمل اتجاه الآخرين كان بصورة حسنة وجيدة وأعطى للمؤسسة الطابع العصرية ومواكبة التكنولوجيا التي تسهل لجمهورها سبل التواصل معها وتكون الأقرب إليهم.

28- قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 24



الشكل البياني رقم 28 يوضح أهم العراقي التي تصادف الموظف خلال استخدام هلتكنولوجيا الوسائط الجديدة

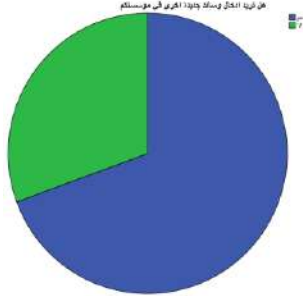
الجدول رقم 28 يوضح أهم العراقي التي تصادف الموظف خلال استخدام هلتكنولوجيا الوسائط الجديدة

النسبة	التكرار	
12,2	6	حدوث عطل أو خلل في جهاز الحاسوب
14,3	7	مخاطر الفيروسات
16,3	8	نقص التأطير و التكوين في مجال استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة
57,1	28	اغلب العراقيين
100,0	49	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 28 وتمثيله البياني أن 57.6% من المبحثن يقرون على أنّ هناك العديد من العراقيين صادفها الموظف خلال استخدامه تكنولوجيا الوسائط الجديدة فنسبة 16.3% من العينة يقرون أن نقص التأطير والتكوين في مجال استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة ونسبة 14.3% من أفراد العينة أيضا يرجعون إلى مخاطر الفيروسات، ونسبة 12.2% حدوث عطل أو خلل في جهاز الحاسوب، ومن خلال هذه النتائج الإحصائية نستنتج أن الموظف في مديرية الشؤون الدينية صادفته العديد من العراقيين، مما يجعل من الضروري التكوين في مجال استخدام التكنولوجيات و أنه من الضروري القيام بدورات تكوينية خاصة بالاستخدام

السطحي لتكنولوجيات الجديدة و التكوين في مجال التقنيات والتطبيقات والبرامج ومحاربة مخاطر الفيروسات وتجنب تعطيل جهاز الحاسوب.

29-قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 25



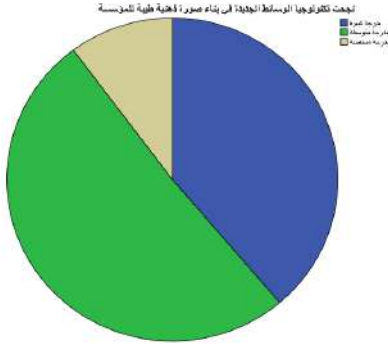
الشكل البياني رقم 29 يوضح أهم العراقي التي صادفتها خلال استخدامك لتكنولوجيا الوسائط الجديدة

الجدول رقم 29 يوضح إدخال وسائط جديدة أخرى في (م ش د أ)

النسبة	التكرار	البديل
69,4	34	نعم
30,6	15	لا
100,0	49	المجموع

يوضح الجدول رقم 29 وتمثيله البياني أعلاه أن نسبة 69.4 % من الموظفون عبروا على رغبتهم في زيادة إدخال تكنولوجيا وسائط الجديدة أخرى إلى مديرية الشؤون الدينية، فيما عبر 30.6% من مفردات العينة عن عدم رغبتهم في إدخال تكنولوجيا الوسائط الجديدة أخرى ونستنتج من خلال النتائج الإحصائية أن نسبة الأولى تعود إلى تحسين مستوى الخدمات لأن كل جديد يعمل على ذلك أكثر وتسهيل الاتصال الذي يؤدي إلى السير الحسن للمعلومة ولمواكبة التطور لأن العالم في تغير و تطور مستمرين.

30- قراءة تحليل في إجابات مفردات عينة البحث على السؤال رقم 26



الجدول رقم 30 : نجمت تكنولوجيا الوسائط الجديدة في بناء صورة ذهنية طيبة للمؤسسة

النسبة	التكرار	البديل
38,8	19	بدرجة كبيرة
51,0	25	بدرجة متوسطة
10,2	5	بدرجة منخفضة
100,0	49	المجموع

الشكل البياني رقم 30 يوضح أهم العراقي

التي صادفتها خلال استخدامك لتكنولوجيا

الوسائط الجديدة

نلاحظ من خلال الجدول رقم 30 وتما

المبحوثين يقرون أن تكنولوجيا الوسائط الجديدة نجحت بدرجة متوسطة في بناء

وتشكيل صورة ذهنية طيبة لمديرية الشؤون الدينية والأوقاف، وهناك نسبة 19% تدل

على نجاح تكنولوجيا الوسائط الجديدة في بناء صورة ذهنية طيبة للمؤسسة بدرجة

كبيرة ، فيما يقروا الآخرين بنسبة 10.2% أن استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في

بناء الصورة الذهنية الطيبة على مديرية الشؤون الدينية والأوقاف كانت بدرجة

منخفضة.

4 - نتائج الدراسة:

- 1 - اتضح أنّ الصورة الذهنية التي يحملها المبحوثين عن استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة تختلف عن المفهوم الأكاديمي الذي يعرفها على أنها "مزيج من النصوص المكتوبة والصور التخطيطية والرسوم الخطية والصوت والموسيقى والرسوم المتحركة ولقاطات الفيديو التي يمكن تقديمها سواء من خلال جهاز الحاسوب أو من خلال أي وسيلة أخرى" وهي دمج الوسائط النصية والصوتية والصور والصور المتحركة حتى تشكل تطبيقاً أو برنامجاً يسهل عملية الاتصال والتفاعلية. حيث تعتبر تكنولوجيا الوسائط الجديدة في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف ضرورية بنسبة 100 % من المبحوثين وهم مهتمون باستخدام هذه الوسائط الجديدة بنسبة 89,8% داخل مديرية الشؤون الدينية والأوقاف، حيث تعتمد هذه الأخيرة على العديد من الوسائل التكنولوجية في تبادل المعلومات ويليها اعتماد الموظفين على جهاز الحاسوب في العمل حيث يستخدمونه في جميع الخدمات من بينها حفظ المعلومات وتدوين جديد المؤسسة، ويستخدمون شبكة الانترنت في جميع الخدمات
- 2 كما يمكن تفسير هذه البيانات المتحصل عليها إلى أنّ أغلبية المبحوثين يعتمدون ويستخدمون في عملهم تكنولوجيا الوسائط الجديدة في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة، وذلك عن طريق عديد من الوسائل من بينهم جهاز الحاسوب من أجل حفظ المعلومات وسهولة استرجاعها عند الحاجة لها داخل المديرية مع استخدام شبكة الانترنت وهذا يرجع إلى وعي الموظف بأهمية استخدام التكنولوجيا في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف وذلك من أجل ربح الوقت وتحسين ظروف العمل .
- 3 ونستنتج أنّ الموظفين في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لا يولون اهتمام بضرورة التكوين من أجل استخدام هذه الوسائط الجديدة إذ كانت لديهم معرفة مسبقة وثقافة ذاتية بهذه الوسائط فان الموظف في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف و لا يسعى لتطلع إلى تقنيات جديدة ويكتفي بثقافته الذاتية .

4 يتبين لنا من خلال النتائج الإحصائية السابق ذكرها أنا أغلب الموظفين يرون أنّ الإدارة العليا في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف تتعامل بمصادقية معهم وهذا ما أدى إلى إعطاء الموظف صورة ايجابية للجماهير عن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف بنسبة 67,3 من خلال ذلك يلتزم الموظف في المؤسسة بتقديم معلومات للجماهير حسب رأي الأغلبية، وهذا ما يؤكد نجاح رسم صورة ايجابية عن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف. وتحاول مديرية الشؤون الدينية والأوقاف القيام بعملية التواصل المستمر مع موظفيها من اجل بناء الثقة معهم وتضع أيضا برامج وتطبيقات تساعد في تحسين صورتها الذهنية.

5 يرى الباحثون أنّ استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف يؤثر نوعان ما على الصورة الذهنية للمؤسسة وهذا يفسر جودة الخدمات التي تقدمها مديرية الشؤون الدينية والأوقاف من خلال الوسائل الحديثة وكذا مواكبة التكنولوجيا الجديدة، وأنّ إدخال تكنولوجيا الوسائط الجديدة أحدث تغيير في مديرية الشؤون الدينية وهذا ما يفسر أنّ تكنولوجيا الوسائط الجديدة لها دور في تسهيل العمل والتواصل بين المؤسسة والإدارة المركزية والمتعاملين معها سواء كان جمهورها الداخلي أو الخارجي ، وأنّ نسبة 91,8 من الباحثين يرون أنّ استخدامهم لتكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهمت بشكل كبير في تحسين الاتصال داخل المؤسسة ومن هنا يرى أيضا أنّ استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهم في تحسين صورة مديرية الشؤون الدينية والأوقاف. ونستنتج أنّ دخول هذه التكنولوجيا غير من طريقة العمل وهذا ما أدى إلى محيط عمل جديد وروح معنوية للموظفين وتغيير بيئة أفضل لممارسة العمل.

6 وهناك بعض الآراء للباحثين أنّ تكنولوجيا الوسائط الجديدة لم يكن لها دور في تحسين صورة المؤسسة وهذا راجع لعدم الفهم الجيد لكيفية استخدام التكنولوجيا واعتمادهم على الطرق التقليدية .

7 ساهمت تكنولوجيا الوسائط الجديدة في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف في تبسيط اجرات العمل الداخلي واطلاع على كل المستجدات القطاع ، كما يتضح أنّ أغلبية المبحوثين تساعدهم في تقديم المعلومات للآخرين بطريقة مختصرة وسليمة ثم تليها المساعدة في تحسين صورة المؤسسة وإعطائها الطابع العصري، وهو ما يمكن إرجاعه للميزات التي تتميز بها الوسائط الجديدة لاسيما من حيث توفيرها لبرامج تكاملية تجمع بين النص الصوت الصورة ومن هنا نستنتج أنّ المؤسسة تعمل على إرضاء موظفيها من خلال تحسين صورة المؤسسة وإعطاءها الطابع العصري ومواكبة التطورات وكل هذا يؤكد أنّ تكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهمت في تحسين صورة المؤسسة .

8 ويعبر المبحوثين على رغبتهم في زيادة إدخال تكنولوجيا الوسائط الجديدة أخرى إلى مديرية الشؤون الدينية والأوقاف وذلك لتحسين مستوى الخدمات وتسهيل الاتصال الذي يؤدي إلى السير الحسن ومواكبة التطور .

9 نستنتج أنّ أغلبية المبحوثين يقرون على أنّ التكنولوجيا الوسائط الجديدة نجحت بدرجة متوسطة في بناء وتشكيل صورة ذهنية طيبة للمؤسسة وهذا يعود إلى الوسائل المستخدمة في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف المختلفة فهي من أكثر الوسائل انتشارا وبالتالي هي انجح الوسائل في رسم صورة طيبة للمؤسسة لدى جماهيرها

10 -ويتضح أنّ أهم العراقيل التي تعيق الاستفادة الجيدة من التكنولوجيا الوسائط الجديدة في مديرية الشؤون الدينية والأوقاف هي نقص التأطير والتكوين في مجال استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة وهناك عراقيل تقنية مرتبطة بمخاطر الفيروسات وحدث عطل وخلل في جهاز الحاسوب وهو ما يمكن تفاديه من خلال المواظبة على الصيانة التقنية للأجهزة الحاسوب.

حاولنا من خلال هذه الدراسة الكشف عن تأثير استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في الصورة الذهنية لمديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة من خلال اختبار فرضيات الدراسة الفرضية الأولى تعتمد مديرية الشؤون الدينية والأوقاف على الوسائط الجديدة في تحسين صورتها لدى الجمهور، وتهدف الفرضية الثانية إلى استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في تحسين الصورة الذهنية لدى مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة، وتسعى الفرضية الأخيرة لتكنولوجيا الوسائط الجديدة تأثير على الصورة الذهنية لمديرية الشؤون الدينية .

وقد أسفرت الدراسة للوصول إلى عدة نتائج منها أنّ تكنولوجيا الوسائط الجديدة ضرورية في المؤسسة التي تعتمد على تكنولوجيا الوسائط الجديدة بهدف تحسين صورتها الذهنية لدى الجمهور، وهذا ما تبين لنا من خلال الدور الذي أصبحت تكنولوجيا الوسائط الجديدة تحتله خاصة في تشكيل الصورة الذهنية الحسنة عن مديرية الشؤون الدينية والأوقاف بولاية ورقلة، وهذا ما يبرهن على أنّ تأثير تكنولوجيا الوسائط الجديدة في رسم صورة المؤسسة التي تستفيد من مستحدثات العصر والتي تحاول الوصول إلى جماهيرها بمختلف الوسائل المتاحة وذلك من خلال سير عمل مديرية شؤون الدينية والأوقاف والدور الذي تقوم به مع ضرورة توفير الإمكانيات والوسائل المتاحة واللازمة كتوفير الكادر البشري من أجل تفعيل الاتصال مع الجمهور فتكون المؤسسة الأقرب لجمهورها الداخلي والخارجي وبالتالي تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى الجمهور . وأظهرت النتائج أن الموظفين بالمديرية الشؤون الدينية والأوقاف واجهتهم مجموعة من العراقيل تمثلت في مخاطر الفيروسات وحدوث عطل تقني في الجهاز مما ينعكس على نشاط المؤسسة.

المراجع

أولاً: المعاجم

- 1 - إسماعيل صيني سعيد ، قواعد أساسية في البحث العلمي ، ط1 ، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1994.
 - 2 - أحمد فارس أبو حسن وتحقيق شهاب الدين أبي عمرو ، معجم مقاييس اللغة ، ط 2، دار الفكر بيروت، 2000.
 - 3 - أنجلس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار العقبة للنشر والتوزيع، ط2، 2006.
 - 4 - المنجد الأبجدي، ط4، المؤسسة الوطنية للكتاب بيروت.
 - 5 - بن هانية علي ، القاموس الجديد للطلاب، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط1999، 7، الجزائر .
 - 6 - معجم اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط4 ، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2005.
- ثانياً الكتب العربية**
- 7 - الكلالدة ظاهرة وآخرون، أساليب البحث العلمي، ط5، دار زهران ، عمان 1997.
 - 8 - العسكري عبود عبد الله ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ط1 ، دار النمير، دمشق، 2002.
 - 9 - التل عبد الرحمان وائل ومحمد قحل عيسى، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، د ط ، دار حامد للنشر، عمان ، 2007.
 - 10 - الأصفر عماد ، إجراء المقابلات وإدارة الحوار للبرامج الأخبار، مركز تطوير الإعلام جامعة بيروت، فلسطين، 2007.
 - 11 - الشاعر ديمة، التأثير بالآخرين والعلاقات العامة، دبلوم العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية SIA، الجمعية الدولية للعلاقات العامة IPRA، 2009.
 - 12 - الزعبي لؤي، الوسائط المتعددة ، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020

- 13 جوش عمار، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط 6، ديوان المطبوعات الجامعي، بن عكنون الجزائر.
- 14 بن مرسللي أحمد، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 15 بن مرسللي احمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 16 بن مرسي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- 17 جابر موسى، الصورة الذهنية والعلاقات العامة، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2014.
- 18 حادي عدون ناصر، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، 1998.
- 19 ديليو فضيل، تكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (مفهوم، الاستعمالات، الأفق)، كلية العلوم الإنسانية، جامعة منثوري بقسنطينة، ط 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010.
- 20 وحيد دويدري رجاء، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، ط 1، دار الفكر، دمشق، 2000.
- 21 حسين سمير، بحوث الإعلام والأسس والمبادئ، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 1976.
- 22 حنا داود عزيز، حسين عبد الرحمان، مناهج البحث التربوي، جامعة بغداد، كلية التربية ابن رشد، بغداد، 1990.
- 23 حرز الله نائل، ديما الضامن، الوسائط المتعددة، ط 1، دار النشر، عمان، الأردن، 2008.
- 24 حسين عواد فاطمة، الاتصال و الإعلام التسويقي، ط 1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، 2011.

- 25 حسني عبد الخالق يسرا، العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية ، ط1، أطلس للنشر و التوزيع، مصر، 2015.
- 26 كرو العزاوي رحيم يونس، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار الدجلة، عمان، 2008.
- 27 محمد سيد احمد غريب ، تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1983.
- 28 مرسلّي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 29 مصطفى صادق عباس، الإعلام الجديد المفاهيم الوسائل التطبيقات ، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008.
- 30 تاجي حسين عباس، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني دراسة مقارنة " العربية نت، محيط، راديو إذاعة العراق الحر، تلفزيون الشرقية، وكالة نينا تمونجا ، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 1437/2016.
- 31 نمر دمس مصطفى، منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية ، د ط، دار غيداء للنشر، عمان، 2008.
- 32 سليمان عودة أحمد، حسن مكاوي فتحي، أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، عناصره ومناهجه، والتحليل الإحصائي لبياناته، الزرقاء مكتب المنار، 1987.
- 33 - سعد عمر سيف الإسلام، الموجز في منهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية ، ط1، دار الفكر، دمشق، 2009.
- 34 - عبد الحميد محمد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب، ط 1، القاهرة.
- 35 عبيدات محمد ، أبو نصار محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للنشر، عمان، د س ن.

- 36 عجوة علي ، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1983.
- 37 عبد الحميد محمد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، دط ،عالم الكتب ،القاهرة ،2000،
- 38 عبد الحميد محمد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2000.
- 39 عبد المجيد إبراهيم مروان ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 2000.
- 40 عزت جودت عطوي ، أساليب البحث العلمي مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، 2000.
- 41 - عجوة علي، فريد كريمان، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، ط1، عالم الكتب، القاهرة مصر، 2005
- 42 عليان مصطفى ، غنيم محمد، أساليب البحث العلمي الأسس النظرية والتطبيقية العملية، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع 2008
- 43 - عطوى جودت، أساليب البحث العلمي، ط10، الدار العلمية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009.
- 44 - فهد العبيد يعقوب، التنمية التكنولوجية، د ط،الدار الدولية ،القاهرة،1989.
- 45 - فديلخي عامر، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، ط1، دار البازوري العلمية، د ب ن، 1999.
- 46 ريتشارد ريتشي كارل مانهايم ، طرق البحث العلمي في العلوم السياسية ، تر عبد المطلب السيد غانم وآخرون ، مركز البحوث والدراسات، د ب ن، 1996.
- 47 - رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء لنشر والتوزيع ،عمان،2000.

48 - تمار يوسف ، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين ، طاكسيج كوم، الجزائر، ط1، 2007.

ثانيا: الكتب الأجنبية

- 1- Angers, Maurice Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Montréal. CEC;1997.
- 2- Anastasi, psychology Testing ,Machillan CO,New york,.
- 3- Boudon,Raymond;La Place du désordre–Critique des théories du changement social, Paris, Presses Universitaires de France,1984.
- 4- Galloway, C. (2005). Cyber–PR and ‘dynamic touch’, Public Relations Review ,[Electronic version].
- 5- Kendall, Diane,Sociology in Our Times: The Essentials, 5th ed. Belmont, CA: Thomson/ Wadsworth, 2006.
- 6- McAllister,S.&Taylor,M, Community college web sites as tools for fostering dialogue public Relations Review, Electronic version33 ,2007.
- 7- Downey John & Natalie Fenton.New Media,Counter Publicity and the Public Sphere, New Media & Society 5 (2),2003.
- 8- Oxford Dictionaries, British and World English, Scientific Method,2016, Retrieved 25 février 2021
- 9- Pavlik, J, "Mapping The Consequences of Technology on Public Relation", Paper Published by the Institute for Public Relation, 2007[www.Instite forpr.org](http://www.Institeforpr.org)
- 10- Jense,a.r Bias in mental Testing, Methuen Co, London,1980 .

11- Su Young Choi & Younghan Cho. Generating Counter-Public Spheres Through Social Media: Two Social Movements in Neoliberalised South Korea. Javnost –The Public ,2017.

ثالثا: الدراسات والبحوث الجامعية

1 - بومعيزة السعيد ، أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة إستطلاعية بمنطقة لبليدة أطروحة الدكتوراة، جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية والاعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2006/2005.

2 - بن عمر بلقاسم أمين، دور الوسائط الاتصالية الجديدة في تشكيل الفضاءات العمومية الهامشية النسائية داخل الحيز الافتراضي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018/2017.

3 - حسيني زهور ، دور التسويق الاجتماعي في تعزيز الصورة الذهنية للمنظمات غير الربحية، دراسة حالة الكشافة الإسلامية الجزائرية، من وجهة نظر القادة الكشفيين محافظة ورقلة، تخصص تسويق ،جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، 2018/2017.

4 -قصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، دراسة اميكانية بمؤسسة الأملاح بقسنطينة، الماجستير علوم الأعلام والاتصال ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2007/2006.

5 -لبسيس أحمد ذير ، قواسمي نور الدين ، أثر الابتكار في الخدمات البريدية على الصورة الذهنية ، دراسة لعينة من زبائن مكتب بريد ورقلة الواحات، مذكرة ماستر اكايمي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير ، قسم العلوم التجارية تسويق الخدمات،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2019/2018.

6 -سلمان حياة ، استخدامات الوسائط المتعددة لدى القائمين بالعلاقات العامة دراسة استطلاعية على عينة من القائمين بمكتب العلاقات العامة للمؤسسة باتيمتال وحدة عين الدفلى،

مذكرة ماستر، تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجبلاي بونعامه ، خميس مليانة ، عين الدفلى، 2019/2018.

7 - شريفة رحمة الله، دور العلاقات العامة في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية من منظور الخدمة الالكترونية ، دراسة حالة على إمارة دبي، رسالة ماجستير ،كلية الاعلام جامعة القاهرة،2006.

رابع: القوانين والمراسيم

- 1 - المرسوم التنفيذي رقم: 83/91 المؤرخ في: 07 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991 ، المتضمن إنشاء نظارة الشؤون الدينية و الأوقاف في الولاية وتحديد تنظيمها وعملها.
- 2 - المرسوم التنفيذي رقم: 203/2000 المؤرخ في: 27 ربيع الثاني عام 1421 الموافق 26 يوليو سنة 2000 23 مارس 1991 ، يحدد قواعد مصالح الشؤون الدينية و الأوقاف في الولاية .

خامسا:المجلات

- 1 - مرابطي عادل، عائشة نحوي، العينة، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 4، جامعة غرداية، 2009.

سادسا: المواقع الالكترونية :

- 2- Biology–Online Dictionary,**Scientific method**,October 2008,Retrieved 25 février 2021. https://www.biology-online.org/dictionary/Scientific_method.
- 3- SOCIAL SCIENCE COLLECTION GUIDES,**Quantitative Methods in Social Research**, Retrieved 25 février 2021. <https://www.bl.uk/reshelp/findhelpsubject/socsci/topbib/quantmethods/quantitative.pdf>.

4- McCorkindale, T.C. (2010). Can you see the writing on my wall? A content analysis.s Facebook social networking sites. **Public Relations Journal, Vol. 4, '50 of the Fortune Retrieved from.** No. 3, Summer, 2010.
<http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Documents/2010McCorkindale.pdf>.

Writing@CSU Guide.**Survey Research.**Colorado State University - 49

Accessed May15, 2017, from:

<https://writing.colostate.edu/guides/guide.cfm?guideid=68>

الملاحق



جامعة قاصدي مرباح ورقلة -
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال
استمارة الاستبيان

سيدي / سيديتي؛

تحية طيبة وبعد :

في إطار استكمال متطلبات شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة تحت عنوان: "تأثير تكنولوجيا الوسائط الجديدة على الصورة الذهنية للمؤسسة" دراسة حالة "مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية ورقلة" نضع بين أيديكم هذا الاستبيان راجين الإجابة عليه بكل أمانة مع التأكيد على أن المعلومات التي تصرحون بها ستعامل بسرية وأمانة ولن يتم الاطلاع عليها وستستعمل لأغراض البحث العلمي فقط.
نشكر لكم تعاونكم معنا

تحت إشراف الأستاذ

عبد الرحمان صالحى

من إعداد الطالبتين:

- ساهرة سمان

- حليلة جغاب

بيانات عامة "الرجاء وضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة" إما الأسئلة التي تتطلب إجابة مفصلة فيرجى استخدام عباراتكم الخاصة في الإجابة عليها

- 1 - الجنس: ذكر أنثى
- 2 - السن: أقل من 30 30-45 46-60
- 3 - المؤهل العلمي: أقل من ثانوي ثانوي جامعي
- 4 - الرتبة:
- 5 - الأقدمية بالعمل: أقل من 5 سنوات من 5 - 10 أكثر من 10 سنوات

المحور الأول: اعتماد مديرية الشؤون الدينية والأوقاف على تكنولوجيا الوسائط الجديدة

- 1 هل تعتبر تكنولوجيا الوسائط الجديدة في م ش د أ: ضروري غير ضروري
- 2 ماهي الوسائط الجديدة التي تعتمد عليها في عملك؟

الفايس بوك الواتساب البريد الإلكتروني

- 3 هل أنت مهتم باستخدام الوسائط الجديدة؟ نعم لا
- 4 ماهي الوسيلة التكنولوجية التي تستخدمها في عملك لتبادل المعلومات والاتصال؟
جها الحاسوب الهاتف وسائل أخرى أذكرها.....
- 5 إذا كنت تستخدم جهاز الحاسوب في عملك هل يكون ذلك؟ غالبا أحيانا نادرا
- 6 إذا كنت تستخدم جهاز الحاسوب في عملك فيما تستخدمه؟ حفظ المعلومات
تدوين جديد المؤسسة أخرى:.....
- 7 فيما تستخدم شبة الانترنت؟ الحصول على معلومات نقل الملفات التواصل
أخرى:.....
- هل استخدامك للوسائط الجديدة كان عن: تكوين خارجي ثقافة ذاتية
تكوين من طرف المؤسسة

المحور الثاني: استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة:

- 8 هل ترى أن الإدارة العليا في م ش د أ تتعامل بمصداقية مع موظفيها؟ نعم لا
- 9 في نظرك هل يعمل الموظف على إعطاء صورة إيجابية للجماهير عن مديرية م ش د أ:
نعم لا
- 10 هل يلتزم الموظف في م ش د أ بتقديم المعلومات لجماهيرها: نعم لا
- 11 في رأيك تتابع م ش د أ موظفيها باستمرار: نعم لا
- 12 تهتم م ش د أ بتقديم خدمات ومعلومات لجماهيرها: نعم لا
- 13 تسعى م ش د أ إلى تحقيق حوار مستمر مع موظفيها: نعم لا
- 14 تركز م ش د أ على بناء الثقة مع موظفيها: نعم لا
- 15 تضع م ش د أ برامج وتطبيقات مناسبة تسهل عملية نقل المعلومات لكل موظفيها:
نعم لا

المحور الثالث: تأثير تكنولوجيا الوسائط الجديدة على الصورة الذهنية للمؤسسة

16 هل استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في م ش د أ يؤثر على الصورة الذهنية:

يؤثر لا يؤثر نوعا ما

17 في رأيك هل أحدث ادخال التكنولوجيا الوسائط الجديدة تغيرا في م ش د أ:

نعم لا

18 هل تعتقد أن استخدامك لتكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهم في تحسين الاتصال داخل

المؤسسة؟ نعم لا

19 هل ترى أن استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهمت في تحسين صورة م ش د أ؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة "نعم" فكيف ذلك

.....

20 إذا كانت الإجابة "لا" فهل ذلك راجع إلى:

- عدم الفهم الجيد لكيفية استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة

- تعتقد أن استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة لا يمكن ان تحسن من صورة م ش د أ

- الاعتماد على طرق تقليدية في العمل أفضل

- أخرى:

21 حسب رأيك كيف اثر استخدامك لتكنولوجيا الوسائط الجديدة على نشاط م ش د أ (يمكن

اختيار أكثر من إجابة):

- ساهم في تسريع تبادل المعلومات بين الموظفين داخل المؤسسة

- ساهمت في تبسيط اجراءات العمل الداخلي للمؤسسة

- ساهمت في الاطلاع على كل مستجدات القطاع

- ساهمت في تقريب المسافة بين م ش د أ و المصالح المركزية

.....: أخرى -

22 حسب رأيك كيف انعكس استخدامك لتكنولوجيا الوسائط الجديدة في ممارسة عملك اتجاه

الآخرين:- ساعدت في تقديم المعلومات للآخرين بطريقة مختصرة وسليمة

- ساعدت في تحسين صورة المؤسسة واعطاءها الطابع العصري

- ساهم في ربط المؤسسة بالآخرين

.....: أخرى

23 ماهي أهم العراقيل التي صادفتها خلال استخدامك لتكنولوجيا الوسائط الجديدة :

- حدوث عطل أو خلل في جهاز الحاسوب

- مخاطر الفيروسات

- نقص التأطير والتكوين في مجال استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة

.....: أخرى -

24 هل تريد ادخال تكنولوجيا وسائط جديدة أخرى الى مؤسستكم؟ نعم لا

25 إذا كانت الاجابة " نعم" ماهي

26 نجحت تكنولوجيا الوسائط الجديدة في بناء صورة ذهنية طيبة للمؤسسة:

بدرجة كبيرة بدرجة متوسطة بدرجة منخفض

ملاحظة

م ش د أ = مديرية الشؤون الدينية والأوقاف

الجنس

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	28	57,1	57,1	57,1
انثى	21	42,9	42,9	100,0
Total	49	100,0	100,0	

السن

المتغير	التكرار	النسبة	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنة اقل من 30	6	12,2	12,2	12,2
سنة 30 إلى 45	24	49,0	49,0	61,2
سنة 46 إلى 60	19	38,8	38,8	100,0
المجموع	49	100,0	100,0	

المؤهل العلمي

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
اقل من ثانوي	6	12,2	12,2	12,2
ثانوي	17	34,7	34,7	46,9
جامعي	26	53,1	53,1	100,0
Total	49	100,0	100,0	

الخبرة المهنية

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
اقل من 5 سنوات	8	16,3	16,3	16,3
من 5 سنوات إلى 10 سنوات	19	38,8	38,8	55,1
اكثر من 10 سنوات	22	44,9	44,9	100,0
Total	49	100,0	100,0	

هل تعتبر تكنولوجيا الوسائط الجديدة في م.ش.د.أ

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ضرورية	49	100,0	100,0	100,0

ما هي الوسائط الجديدة التي تعتمد عليها في عملك

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الفايسبوك	15	30,6	30,6	30,6
الواتساب	1	2,0	2,0	32,7
البريد الالكتروني	16	32,7	32,7	65,3
اغلب الوسائط الجديدة	17	34,7	34,7	100,0
Total	49	100,0	100,0	

هل أنت مهتم باستخدام الوسائط الجديدة

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	44	89,8	89,8	89,8
لا	5	10,2	10,2	100,0
Total	49	100,0	100,0	

ما هي الوسيلة التكنولوجية التي تستخدمها في عملك لتبادل المعلومات والاتصال

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
جهاز الحاسوب	16	32,7	32,7	32,7
الهاتف	15	30,6	30,6	63,3
جميع الوسائل	18	36,7	36,7	100,0
Total	49	100,0	100,0	

إذا كنت تستخدم جهاز الحاسوب في عملك هل يكون ذلك

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غالباً	27	55,1	55,1	55,1
أحياناً	15	30,6	30,6	85,7
نادراً	7	14,3	14,3	100,0
Total	49	100,0	100,0	

إذا كنت تستخدم جهاز الحاسوب في عملك في ما تستخدمه

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
حفظ المعلومات	31	63,3	63,3	63,3
تدوين جديد المؤسسة	4	8,2	8,2	71,4
جميع الخدمات	14	28,6	28,6	100,0
Total	49	100,0	100,0	

فيما تستخدم شبكة الانترنت

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevalide	Pourcentagecumulé
الحصول على المعلومات	15	30,6	30,6	30,6
نقل الملفات	3	6,1	6,1	36,7
التواصل	12	24,5	24,5	61,2
جميع الخدمات	19	38,8	38,8	100,0
Total	49	100,0	100,0	

هل استخدامك للوسائط الجديدة كان عن

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevalide	Pourcentagecumulé
تكوين خارجي	7	14,3	14,3	14,3
ثقافة ذاتية	38	77,6	77,6	91,8
تكوين من طرف المؤسسة	4	8,2	8,2	100,0
Total	49	100,0	100,0	

هل ترى ان الإدارة العليا في م.ش.د.أ تتعامل بمصداقية مع موظفيها

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevalide	Pourcentagecumulé
نعم	28	57,1	57,1	57,1
لا	21	42,9	42,9	100,0
Total	49	100,0	100,0	

في نظرك هل يعمل الموظف على إعطاء صورة ايجابية للجماهير عن مديرية ش.د.أ

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevalide	Pourcentagecumulé
نعم	33	67,3	67,3	67,3
لا	16	32,7	32,7	100,0
Total	49	100,0	100,0	

هل يلتزم الموظف في م.ش.د.أ بتقديم المعلومات لجماهيرها

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevalide	Pourcentagecumulé
نعم	41	83,7	83,7	83,7
لا	8	16,3	16,3	100,0
Total	49	100,0	100,0	

في رأيك تتابع م.ش.د.أ موظفيها باستمرار

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
نعم	28	57,1	57,1	57,1
لا	21	42,9	42,9	100,0
Total	49	100,0	100,0	

تهتم م.ش.د.أ بتقديم خدمات ومعلومات لجماعها

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
نعم	40	81,6	81,6	81,6
لا	9	18,4	18,4	100,0
Total	49	100,0	100,0	

تسعى م.ش.د.أ الى تحقيق حوار مستمر مع موظفيها

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
نعم	28	57,1	57,1	57,1
لا	21	42,9	42,9	100,0
Total	49	100,0	100,0	

تركز م.ش.د.أ على بناء الثقة مع موظفيها

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentage cumulé
نعم	27	55,1	55,1	55,1
لا	22	44,9	44,9	100,0
Total	49	100,0	100,0	

تضع م.ش.د.أ برامج وتطبيقات مناسبة تسهل عملية نقل المعلومات لكل موظفيها

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
نعم	29	59,2	59,2	59,2
لا	20	40,8	40,8	100,0
Total	49	100,0	100,0	

هل استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة في م.ش.د.أ يؤثر على الصورة الذهنية

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
يؤثر	19	38,8	38,8	38,8
لايؤثر	8	16,3	16,3	55,1
نوعاما	22	44,9	44,9	100,0
Total	49	100,0	100,0	

في رأيك هل احدث ادخال التكنولوجيا الوسائط الجديدة تغيرا على م.ش.د.أ

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
نعم	39	79,6	79,6	79,6
لا	9	18,4	18,4	98,0
3	1	2,0	2,0	100,0
Total	49	100,0	100,0	

هل تعتقد ان استخدامك لتكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهم في تحسين صورة م.ش.د.أ

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
نعم	45	91,8	91,8	91,8
لا	4	8,2	8,2	100,0
Total	49	100,0	100,0	

هل ترى ان استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة ساهمت في تحسين صورة و.ش.د.أ

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
نعم	35	71,4	71,4	71,4
لا	14	28,6	28,6	100,0
Total	49	100,0	100,0	

إذا كانت الاجابة لا فهل ذلك راجع الى

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
عدم الفهم الجيد لكيفية استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة	7	14,3	46,7	46,7
تعتقد ان استخدام تكنولوجيا الوسائط الجدي لايمكن ان تحسن من صورة م ش دأ	3	6,1	20,0	66,7
الاعتماد على طرف تقليدية في العمل افضل	4	8,2	26,7	93,3
4	1	2,0	6,7	100,0
Total	15	30,6	100,0	
Manquante	Systememanquant	34	69,4	
Total	49	100,0		

حسب رأيك كيف اثر استخدامك لتكنولوجيا الوسائط الجديدة على نشاط م.ش.د.أ

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
ساهم في تسريع تبادل المعلومات بين الموظفين داخل المؤسسة	3	6,1	6,1	6,1
ساهمت في تبسيط اجراءات العمل الداخلي للمؤسسة	3	6,1	6,1	12,2
ساهمت في الاطلاع على كل مستجدات القطاع	2	4,1	4,1	16,3
ساهمت في تقريب المسافة بين م ش د أ و المصالح المركزية	2	4,1	4,1	20,4
اغلبها	39	79,6	79,6	100,0
Total	49	100,0	100,0	

حسب رأيك كيف انعكس استخدامك لتكنولوجيا الوسائط الجديدة في ممارسة عملك اتجاه الاخرين

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
ساعدت في تقديم المعلومات للآخرين بطريقة مختصرة وسليمة	16	32,7	32,7	32,7
ساعدت في تحسين في صورة المؤسسة وإعطاءها الطابع العصري	3	6,1	6,1	38,8
ساهم في ربط المؤسسة بالآخرين	1	2,0	2,0	40,8
اغلبها	29	59,2	59,2	100,0
Total	49	100,0	100,0	

ماهي اهم العرقل التي صادفتها خلال استخدامك لتكنولوجيا الوسائط الجديدة

Valide	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
حدوث عطل او خلل في جهاز الحاسوب	6	12,2	12,2	12,2
مخاطر الفيروسات	7	14,3	14,3	26,5
نقص التاطير و التكوين في مجال استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة	8	16,3	16,3	42,9
اغلب العراقيين	28	57,1	57,1	100,0
Total	49	100,0	100,0	

هل تريد ادخال وسائط جديدة اخرى في مؤسستكم

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
نعم	34	69,4	69,4	69,4
لا	15	30,6	30,6	100,0
Total	49	100,0	100,0	

نجحت تكنولوجيا الوسائط الجديدة في بناء صورة ذهنية طيبة للمؤسسة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
بدرجة كبيرة	19	38,8	38,8	38,8
بدرجة متوسطة	25	51,0	51,0	89,8
بدرجة منخفضة	5	10,2	10,2	100,0
Total	49	100,0	100,0	

يقررون ما يأتي :

المادة الأولى : يحدد هذا القرار عدد المصالح والمكاتب بنظارات الشؤون الدينية في الولايات، تطبيقا لاحكام المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 83-91 المؤرخ في 7 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991 والمادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 97-34 المؤرخ في 5 رمضان عام 1417 الموافق 14 يناير سنة 1997 والمذكورين اعلاه.

المادة 2 : تتكون نظارة الشؤون الدينية في الولاية من ثلاث (3) مصالح هي :

- مصلحة المستخدمين والوسائل والمحاسبة،
- مصلحة الإرشاد والشعائر الدينية والأوقاف،
- مصلحة التعليم القرآني والتكوين والثقافة الإسلامية.

المادة 3 : تشتمل كل مصلحة من المصالح المذكورة في المادة 2 اعلاه، على المكاتب الآتية :

1 - مصلحة الموظفين والوسائل والمحاسبة وتتكون من :

- (أ) مكتب المستخدمين،
- (ب) مكتب الوسائل،
- (ج) مكتب المحاسبة.

2 - مصلحة الإرشاد والشعائر الدينية والأوقاف وتتكون من :

- (أ) مكتب الإرشاد والتوجيه الديني،
- (ب) مكتب الشعائر الدينية.

3 - مصلحة التعليم القرآني والتكوين والثقافة الإسلامية وتتكون من :

- (أ) مكتب التعليم القرآني والتكوين المستمر،
- (ب) مكتب الثقافة الإسلامية وإحياء التراث.

المادة 4 : تلغى أحكام القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 10 رمضان عام 1412 الموافق 15 مارس سنة 1992 والمتعلق بتنظيم نظارة الشؤون الدينية في الولاية.

المادة 5 : ينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المحرر بالجزائر في 26 رجب عام 1419 الموافق 16 نوفمبر سنة 1998.

وزير الشؤون
الدينية

وزير المالية
ووزير الداخلية

يو عيد الله غلام الله
والوظيف العمومي

عبد الكريم حرشاوي
مصطفى بن منصور

وزارة التجارة

قرار وزاري مشترك مؤرخ في 17 رمضان عام 1419 الموافق 4 يناير سنة 1999، يحدد الكيفيات الشاملة بممارسة تجارة المقايضة الحدودية بمناسبة دورة 1999 لاسيهار - تامنغست.

إن وزير التجارة،

والوزير المنتدب لدى وزير المالية، المكلف بالميزانية،

- بمقتضى الأمر رقم 76-37 المؤرخ في 20 ربيع الثاني عام 1396 الموافق 20 أبريل سنة 1976 والمتضمن المصادقة على الاتفاقية التجارية والتعريفية المتعلقة بالاتفاق الطويل الأجل بين حكومة الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وحكومة جمهورية النيجر الموقعة بمدينة الجزائر في 19 فبراير سنة 1976،

المادة 3 : تطور مديرية الشؤون الدينية والأوقاف في الولاية وتنفيذ كل تدبير من شأنه ترقية نشاطات الشؤون الدينية والأوقاف ودفعها.

إضافة إلى الصلاحيات المنصوص عليها في أحكام المادة 30 من المرسوم التنفيذي رقم 94-215 المؤرخ في 14 صفر عام 1415 الموافق 23 يوليو سنة 1994 والمذكور أعلاه، تكلف مديرية الشؤون الدينية والأوقاف في الولاية على الخصوص بما يأتي :

- السهر على إعادة المسجد دوره كمركز إشعاع ديني وتربوي وثقافي واجتماعي،

- تطوير وظيفة النشاطات المسجدية،

- مراقبة التسيير والسهر على حماية الأملاك الوقفية واستثمارها،

- الدعوة إلى إحياء الزكاة وتنظيمها وإلى توزيع مصاريفها في إطار أحكام الشريعة الإسلامية وطبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما،

- المساهمة في ترقية التراث الإسلامي وإحيائه وكذا الحفاظ عليه وإبراز أعلامه،

- المساهمة في الحفاظ على الآثار ذات الطابع الديني،

- اتخاذ التدابير اللازمة لضمان السير الحسن للنشاط الديني والتربوي في المساجد ومؤسسات التعليم القرآني ومراكز التكوين المستمر التابعة للقطاع،

- تنسيق أعمال المؤسسات العاملة تحت وصاية الولاية،

- متابعة تطبيق البرامج التي تعدها مؤسسة المسجد وتوطيدها بهدف السماح لها بتأدية مهامها،

- متابعة عمل الجمعيات الدينية المعتمدة على مستوى الولاية طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما،

- مراقبة المشاريع المقترحة لبناء المدارس القرآنية ومشاريع الأملاك الوقفية، وكذا فروع المركز الثقافي الإسلامي وإبداء الرأي بشأنها،

- إعطاء الموافقة الصريحة المتعلقة بالمشاريع المقترحة لبناء المساجد،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 99-300 المؤرخ في 16 رمضان عام 1420 الموافق 24 ديسمبر سنة 1999 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 89-99 المؤرخ في 23 ذي القعدة عام 1409 الموافق 27 يونيو سنة 1989 الذي يحدد صلاحيات وزير الشؤون الدينية،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 91-81 المؤرخ في 7 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991 والمتعلق ببناء المسجد وتنظيمه وتسييره وتحديد وظيفته، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 91-82 المؤرخ في 7 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991 والمتضمن إجراء التهيئة للمسجد،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 91-83 المؤرخ في 7 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991 والمتضمن إنشاء نظارة للشؤون الدينية في الولاية وتحديد تنظيمها وعملها، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 94-215 المؤرخ في 14 صفر عام 1415 الموافق 23 يوليو سنة 1994 الذي يضبط أجهزة الإدارة العامة في الولاية وهيكلها،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 97-34 المؤرخ في 5 رمضان عام 1417 الموافق 14 يناير سنة 1997 الذي يحدد قائمة المناصب العليا في المصالح اللامركزية التابعة لوزارة الشؤون الدينية وشروط الالتحاق بها وتمنيها،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 98-381 المؤرخ في 12 شعبان عام 1417 الموافق أول ديسمبر سنة 1998 الذي يحدد شروط إدارة الأملاك الوقفية وتسييرها وحمايتها وكيفية ذلك،

يرسم ما يأتي :

المادة الأولى : يحدد هذا المرسوم قواعد تنظيم مصالح الشؤون الدينية والأوقاف في الولاية وعملها.

المادة 2 : تجمع مصالح الشؤون الدينية والأوقاف في الولاية في مديرية للشؤون الدينية والأوقاف تتضمن مصالح مهيكلتة في مكاتب.

المادة 1 - تنشيط وظيفة المسجد التعليمية وتطويرها
- حماية الأوقاف وتشجيع استثمارها في إطار
الشريعة والقانون. (17)

المادة 1 - الدعوة الى احياء ركن الزكاة. والعمل
تنظيمها وصرفها في مقاصدها.

المادة 1 - اتخاذ التدابير اللازمة لضمان السير
النشاط الديني في المساجد والمؤسسات الدينية
والثقافية الأخرى.

المادة 1 - المساهمة في إحياء التراث الاسلامي وبال
معامله الأثرية.

المادة 1 - متابعة تطبيق البرامج التي تعدها مؤسسة
وتقديم الخدمات التي تحتاج إليها مجالسها لتأدية
التنسيق بين الجهود الفردية والجماعية.

المادة 1 - الحياة الدينية في الولاية.

الفصل الثاني التنظيم والتسيير

المادة 4 : تتكون نظارة الشؤون الدينية في الولاية
ناظر يساعده رؤساء مصالح إدارية.

المادة 4 : وتتخذ أحكام هذه المادة، فيما يخص
الإدارية، بقرار مشترك بين وزير الشؤون الدينية
المكلفين بالمالية والجماعات المحلية، والسلطة
العمومية.

المادة 5 : يسير نظارة الشؤون الدينية في الولاية
بمرسوم تنفيذي بناء على اقتراح وزير الشؤون

المادة 6 : يقوم الناظر بالمهام الآتية :
- الإشراف على المصالح الإدارية.

المادة 6 : رئاسة مكتب مؤسسة المسجد وتنشيطه في وظائف
- مساعدة الجمعيات ذات الطابع الديني

المادة 7 : الناظر هو الأمر الثانوي بصرفه
المالية المخصصة له.

المادة 8 : يعين وزير الشؤون الدينية بقرار
المصالح الإدارية، من بين الموظفين المرتبطين في
الصف 14 الذين قضوا خمس سنوات على الأقل في
الولاية في الهيئات والادارات العمومية.

المادة 8 : يعين وزير الشؤون الدينية بقرار
المصالح الإدارية، من بين الموظفين المرتبطين في
الصف 14 الذين قضوا خمس سنوات على الأقل في
الولاية في الهيئات والادارات العمومية.

المادة 8 : يعين وزير الشؤون الدينية بقرار
المصالح الإدارية، من بين الموظفين المرتبطين في
الصف 14 الذين قضوا خمس سنوات على الأقل في
الولاية في الهيئات والادارات العمومية.

المادة 8 : يعين وزير الشؤون الدينية بقرار
المصالح الإدارية، من بين الموظفين المرتبطين في
الصف 14 الذين قضوا خمس سنوات على الأقل في
الولاية في الهيئات والادارات العمومية.

مرسوم تنفيذي رقم 91 - 83 مؤرخ في 7 رمضان عام
1411 الموافق 23 مارس سنة 1991 يتضمن
إنشاء نظارة للشؤون الدينية في الولاية وتحديد
تنظيمها وعملها.

إن رئيس الحكومة.

- بناء على تقرير وزير الشؤون الدينية.

- وبناء على الدستور، لاسيما المادتان 81 و116 منه.

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 09 المؤرخ في 12
رمضان عام 1410 الموافق 7 ابريل سنة 1990، والمتعلق
بالولاية.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 89 - 99 المؤرخ
في 23 ذي القعدة عام 1409 الموافق 27 يونيو سنة 1989،
الذي يحدد صلاحيات وزير الشؤون الدينية.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 89 - 100 المؤرخ
في 23 ذي القعدة عام 1409 الموافق 27 يونيو سنة 1989
والمتضمن تنظيم الادارة المركزية لوزارة الشؤون الدينية.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 91 - 81 المؤرخ
في 7 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991
والمعلق ببناء المسجد وتنظيمه وسييره وتحديد وظيفته.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 91 - 82 المؤرخ
في 7 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991
والمتضمن إحداث مؤسسة المسجد.

يرسم ما يلي

الفصل الأول

الصلاحيات والمهام

المادة الأولى : يحدد هذا المرسوم كفاءات تنظيم نظارة
الشؤون الدينية وعملها في الولاية.

المادة 2 : تحدث في كل ولاية نظارة للشؤون الدينية.

المادة 3 : تتولى النظارة، في إطار المخطط الذي تعده
وزارة الشؤون الدينية، بالتنسيق مع سلطات الولاية، المهام
الآتية :

- السهر على جعل المسجد مركز إشعاع ديني،
تربوي، ثقافي واجتماعي.

مرسوم تنفيذي رقم 2000 - 204 مؤرخ في 29 ربيع الثاني عام 1421 الموافق 31 يوليو سنة 2000، يحدد صلاحيات الوزير المكلف بالتضامن الوطني.

إن رئيس الحكومة،

بناء على تقرير الوزير المكلف بالتضامن الوطني،

وبناء على الدستور، لا سيما المادتان 85 (و4) و 125 (الفقرة 2) منه،

ويعتضى المرسوم الرئاسي رقم 99 - 299 المؤرخ في 15 رمضان عام 1420 الموافق 23 ديسمبر سنة 1999 والمتضمن تعيين رئيس الحكومة،

ويعتضى المرسوم الرئاسي رقم 99 - 300 المؤرخ في 16 رمضان عام 1420 الموافق 24 ديسمبر سنة 1999 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

ويعتضى المرسوم التنفيذي رقم 97 - 327 المؤرخ في 7 جمادى الأولى عام 1418 الموافق 9 سبتمبر سنة 1997 الذي يحدد صلاحيات وزير التضامن الوطني والعائلة.

يرسم ما يأتي :

المادة الأولى : يقترح الوزير المكلف بالتضامن الوطني، في إطار السياسة العامة للحكومة وبرنامج عملها، عناصر السياسة الوطنية في ميدان التضامن الوطني ويتولى تطبيقها وفقا للقوانين والتنظيمات المعمول بها.

ويقدم نتائج نشاطه إلى رئيس الحكومة ومجلس الحكومة ومجلس الوزراء حسب الأشكال والقياسات والأجال المقررة.

المادة 2 : يختص الوزير المكلف بالتضامن الوطني بكل النشاطات المرتبطة بالتضامن الوطني.

وبهذه الصفة، يتولى في حدود صلاحياته، وعند الاقتضاء بالعلاقة مع الدوائر الوزارية الأخرى ما يأتي :

- إعداد الخريطة المسجدية للولاية طبقا للتنظيم المعمول به،

- إبرام عقود إيجار الأملاك الوقفية، واستثمارها في الحدود التي يمتثلها التشريع والتنظيم المعمول بهما،

- تولي رئاسة مكتب مؤسسة المسجد ومجالسها،

- مساعدة الجمعيات الدينية المعتمدة وزوايا العلم والقرآن على تادية مهامها،

- الموافقة على محاضر لجان حفظ القرآن الكريم وتسليم شهادات الديانة الإسلامية واعتناق الإسلام.

المادة 4 : تضم مديرية الشؤون الدينية والأوقاف في الولاية ثلاث (3) مصالح. ويمكن أن تضم كل مصلحة ثلاثة (3) مكاتب على الأكثر حسب أهمية الأعمال المكلفة بها.

المادة 5 : تضم المديرية الولائية المصالح الآتية:

- مصلحة المستخدمين والوسائل والمحاسبة،

- مصلحة الإرشاد والشعائر والأوقاف،

- مصلحة التعليم القرآني والتكوين والثقافة الإسلامية.

تنفذ أحكام المادتين 4 و 5 المذكورتين أعلاه، بقرار وزاري مشترك بين الوزراء المكلفين بالشؤون الدينية والأوقاف والمالية والداخلية والجماعات المحلية والسلطة المكلفة بالتوظيف العمومي.

المادة 6 : تلتزم أحكام المرسوم التنفيذي رقم 91-83 المؤرخ في 7 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991 والمذكور أعلاه، المعدل والمتمم.

المادة 7 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 24 ربيع الثاني عام 1421 الموافق 26 يوليو سنة 2000.

أحمد بن بيتور

يقررون ما يأتي :

المادة الأولى : يحدد هذا القرار عدد المصالح والمكاتب بنظارات الشؤون الدينية في الولايات، تطبيقا لأحكام المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 91 - 83 المؤرخ في 7 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991 والمادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 97 - 34 المؤرخ في 5 رمضان عام 1417 الموافق 14 يناير سنة 1997 والمذكورين أعلاه.

المادة 2 : تتكون نظارة الشؤون الدينية في الولاية من ثلاث (3) مصالح هي :

- مصلحة المستخدمين والوسائل والمحاسبة،
- مصلحة الإرشاد والشعائر الدينية والأوقاف،
- مصلحة التعليم القرآني والتكوين والثقافة الإسلامية.

المادة 3 : تشتمل كل مصلحة من المصالح المذكورة في المادة 2 أعلاه، على المكاتب الآتية :

1 - مصلحة الموظفين والوسائل والمحاسبة وتتكون من :

- (أ) مكتب المستخدمين،
- (ب) مكتب الوسائل،
- (ج) مكتب المحاسبة.

2 - مصلحة الإرشاد والشعائر الدينية والأوقاف وتتكون من :

- (أ) مكتب الإرشاد والتوجيه الديني،
- (ب) مكتب الشعائر الدينية.

3 - مصلحة التعليم القرآني والتكوين والثقافة الإسلامية وتتكون من :

- (أ) مكتب التعليم القرآني والتكوين المستمر،
- (ب) مكتب الثقافة الإسلامية وإحياء التراث.

المادة 4 : تلغى أحكام القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 10 رمضان عام 1412 الموافق 15 مارس سنة 1992 والمتعلق بتنظيم نظارة الشؤون الدينية في الولاية.

المادة 5 : ينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. الحزر بالجزائر في 26 رجب عام 1419 الموافق 16 نوفمبر سنة 1998.

وزير الشؤون الوزير المنتدب لدى
الدينية رئيس الحكومة المكلف
بالإصلاح الإداري
بو عبد الله غلام الله والوظيف العمومي
أحمد نوي

وزير المالية وزير الداخلية
والجماعات المحلية
عبد الكريم حرشاي والبيئة
مصطفى بن منصور

وزارة التجارة

قرار وزاري مشترك مؤرخ في 17 رمضان عام 1419 الموافق 4 يناير سنة 1999، يحدد الكيفيات الخاصة بممارسة تجارة المعايضة الحدودية بمناسبة دورة 1999 لاسيهار - تامنغست.

إن وزير التجارة،

والوزير المنتدب لدى وزير المالية، المكلف بالميزانية،

- بمقتضى الأمر رقم 76 - 37 المؤرخ في 20 ربيع الثاني عام 1396 الموافق 20 أبريل سنة 1976 والمتضمن المصادقة على الاتفاقية التجارية والتعريفية المتعلقة بالاتفاق الطويل الأجل بين حكومة الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وحكومة جمهورية النيجر الموقعة بمدينة الجزائر في 19 فبراير سنة 1976،

