

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم علوم الاعلام والاتصال

استخدام تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين أداء المؤسسة "دراسة ميدانية بمطار عين البيضاء نموذجاً"

مذكرة تدرج ضمن نيل درجة الماستر في قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

تحت إشراف:

أ. عبد القادر بودريالة

من أعداد الطالبتين:

شهرزاد لكحل

صفية هدروق

تاريخ المناقشة: 2015/05/26

الجنة المناقشة:

أ. رابح رياح.....رئيسا

أ. عبد القادر بودريالة.....مشرفا

أ. عبد الله لبوز.....ممتحنا

السنة الجامعية: 2015 / 2014

كلمة شكر

الحمد لله على نعمه وحسن عونه ، وأصلي وأسلم على خاتم الانبياء والمرسلين محمد صلوات ربي وسلامه عليه.

أتقدم بالشكر الجزيل الى الاستاذ الفاضل عبد القادر بودريالة ، على حسن قبوله الاشراف على هذا العمل وتقديمه النصح لنا والتوجيه .

كما لا يفوتني أن أتوجه بالتحية والشكر الى كافة أساتذة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية وقسم العلوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح - ورقلة- ، وأخص بالذكر أساتذتي الكرام الذين تلقيت عنهم مبادئ البحث العلمي عبر كامل مشواري الدراسي الجامعي .

المخلص

تتناول هذه المذكرة موضوع استخدام تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين أداء المؤسسة , وهي عبارة عن دراسة ميدانية أجريت بمطار ورقلة بعين البيضاء على عينة من المسافرين حيث اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي وسعت للكشف عن مساهمة تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين أداء المؤسسة من خلال التنظيم و التسيير و زيادة الأرباح، و البحث في علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بالاتصال الخارجي للمؤسسة و مساهمة هذه التكنولوجيا في تشكيل الصورة الذهنية، وقد انطلقت الدراسة من التساؤل التالي: هل تساهم تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين مستوى أداء مطار عين بيضاء ورقلة؟

و كانت أهم النتائج التي توصلت إليها :

- تعمل تكنولوجيا شاشة العرض على تحسين أداء المؤسسة باعتبارها من المبتكرات الجديدة .
- تساهم في تحسين الاتصال مع الجمهور الخارجي و استيعاب أكبر قدر من الجماهير من خلال مزاياها التقنية الحديثة.
- لتكنولوجيا شاشة العرض دور في التنظيم والتسيير و جودة الخدمة .
- تساهم في رفع مدا خيل المؤسسة من خلال تحسين مستوى الأداء مع إمكانية توظيفها في الإشهار.(ولكن أظهرت الدراسة الميدانية أن المؤسسة لم تستغل المجال الإشهاري بنسبة لشاشة العرض).
- تعمل تكنولوجيا شاشة العرض على تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة، حيث توحى بصورة إيجابية عن نشاطها في أذهان الجمهور.

Résumé

Ce mémoire a pour sujet du rôle de la technologie de Télé d'affichage en amélioration de performance de l'entreprise. c'est une étude sur terrain menée à l'aéroport de AIN-BAIDA. Wilaya de Ouargla. Sur un échantillon de voyageurs où on a adopté la méthode d'analyse descriptive cherchant à découvrir le rôle de la technologie de TV d'affichage en amélioration de la performance et le bon fonctionnement de l'entreprise à travers l'organisation, la gestion, l'amélioration de Contact et l'augmentation de bénéfice. En plus, on a pris en charge la recherche dans l'effet de la technologie de TV d'affichage sur la communication 'extérieur de l'entreprise et de la contribution de cette technologie dans la formation de l'image mentale de cette entreprise. On a démarré cette étude par la question suivante: la technologie de TV d'affichage contribue-elle à l'amélioration du niveau de fonctionnement et la performance de l'aéroport de AIN BAIDA de Ouargla?

Les plus importants résultats qu'on a obtenus sont:

- l'utilisation de la technologie de TV d'affichage améliorer la performance et le niveau de fonctionnement de l'entreprise en tant que une des nouvelles inventions.
- contribuer à améliorer la communication avec le public externes et d'absorber une grande partie de la population, à travers les avantages de la technologie moderne.
- la technologie de TV d'affichage a un rôle de dans l'organisation et la gestion et la qualité de service dans l'entreprise.
- Elle contribuer à l'augmentation des revenus de l'entreprise, ce en améliorant le niveau de performance avec la possibilité de l'utilisée dans la publicité, (mais l'étude sur terrain a montré que l'entreprise n'a pas profité de la propriété publicitaire de TV d'affichage.)
- la technologie de TV d'affichage est utilisée pour former une image mentale de l'entreprise. En effet, elle suggère une image positive sur ses activités dans l'esprit du public.

Abstract

This memory has the topic the role of TV display technology in the company performance improvement. it's a field study conducted at the airport AINE ELBAIDA at Ouargla. On a sample of travelers where they adopted the descriptive analytical method and sought to discover the role of TV display technology in improving the performance and smooth operation of the company through the organization, management, improved contact and increasing profit. In addition, it has supported research into the effect of TV display technology on communication outside the enterprise and the contribution of this technology in the formation of the good appearance of that company. We started this study with the following question: it's display TV technology help to improve the level of operation and performance of Airport of AIN BAIDA Ouargla? and was the most important findings:

- The use of display TV technology improve the performance of the company operating level as one of the new inventions.
- help improve the communication with the external public and absorb much of the population, through the benefits of modern technology.
- The display TV technology has a role in the organization and management and quality of service in the company.
- It contributes to the increase of the company's income, improving the level of performance with the possibility of use in advertising, (but the field study showed that the company did not benefit from property advertising display TV.)
- TV display technology is used to form a good appearance of the company. Indeed, it suggests a positive image on its activities in the public mind.

الصفحة	العنوان
II	كلمة شكر.
V_III	ملخص الدراسة.
	فهرس المحتويات.
	فهرس الجداول.
	فهرس الاشكال.
	مقدمة
الإطار المنهجي	
5_2	1. تحديد المشكلة وصياغة الإشكالية.
06	2. أسباب اختيار الموضوع.
07	3. أهداف الدراسة.
10_07	4. تحديد المفاهيم الدراسة.
11_10	5. حدود الدراسة.
11	6. مجتمع البحث والعينة الدراسة .
11	7. منهج الدراسة.
13_12	8. أدوات جمع البيانات.

الإطار النظري	
I. تكنولوجيا شاشة العرض الحديثة.	
24	1. ماهية تكنولوجيا شاشة العرض.
26_24	2. نشأة وتطور تكنولوجيا شاشة العرض.
31_27	3. خصائص تكنولوجيا شاشة العرض.
33_32	4. تطبيقات تكنولوجيا شاشة العرض.
35_34	5. عيوب تكنولوجيا شاشة العرض.
II. علاقة تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين أداء المؤسسة .	
40	1. علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بتحسين الأداء في المؤسسة.
41_40	2. الأداء التكنولوجي في المؤسسة.
45_42	3. دور تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين أداء المؤسسة.
50_47	4. علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بالاتصال الخارجي للمؤسسة.
54_51	5. دور تكنولوجيا شاشة العرض في بناء الصورة الذهنية للمؤسسة.
الإطار التطبيقي	
III. تكنولوجيا شاشة العرض في مطار ورقلة.	
57	1. بطاقة فنية عن مطار عين البيضاء ورقلة .
58_57	2. تطبيق تكنولوجيا شاشة العرض في مطار ورقلة .
65_60	3. تفريغ وتحليل البيانات.
96_67	4. نتائج الدراسة .
98_97	

فهرس المحتويات

99	5. التوصيات.
	6. الخاتمة.
	7. المراجع.

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يمثل توزيع العينة حسب متغير الجنس.	69
02	يمثل توزيع العينة حسب متغير السن.	70
03	يمثل توزيع العينة حسب متغير الجنسية.	71
04	يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي.	72
05	يمثل تحسن في استخدام تكنولوجيا الحديثة في المطار.	73
06	يمثل وسائل الاتصال المفضلة للحصول على معلومات الرحلات.	74
07	يمثل الاهتمام بتكنولوجيا شاشة العرض.	77
08	يمثل مناسبة موقع شاشة العرض .	79
09	يمثل عدد شاشات العرض.	80
10	يمثل مناسبة حجم الشاشة للرؤية.	81
11	يمثل مناسبة درجة الألوان.	82
12	يمثل اللغة المستخدمة في شاشة العرض.	83
13	عدد مرات التي يطلع فيها على شاشة العرض.	84
14	يمثل المعلومات الواردة في شاشة العرض.	85
15	يمثل صعوبات أثناء متابعة شاشة العرض.	86
16	يمثل طبيعة الصعوبات.	87
17	استخدام شاشة العرض وعلاقتها بإحداث جديد الحصول على معلومات .	88
18	يمثل الايجابيات المحققة من شاشة العرض.	90

91	يمثل تجسيد التنظيم داخل المطار مع المسافرين باستخدام شاشة العرض.	19
92	يمثل الحصول على المعلومات من الإدارة برغم من وجود شاشة العرض.	20
94_93	يمثل تحسين الأداء والصورة الذهنية .	21

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
27	يوضح تلفزيون CRT	01
28	يوضح تلفزيون REAR-PROJECTION	02
28	يوضح تلفزيون PLASMA	03
30	يوضح تلفزيون LCD	04
30	يوضح تلفزيون LED	05
31	يوضح تلفزيون OLED	06
33	يوضح التطبيقات في التلفاز	07
43	تحسين أداء المنظمة من خلال تكنولوجيا شاشة العرض	08
47	علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بالاتصال الخارجي	09
53	يوضح علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بتكوين الصورة الذهنية	10
59	يوضح الهيكل التنظيمي لمطار ورقلة	11
61	يوضح برنامج EGSA_TELEAFFICHAGE	12
62	يوضح تطبيق يربط بين الحاسوب وشاشة العرض	13
63	يوضح كيف يتم الولوج في البرنامج من خلال الرمز الرقمي المشفر	14
63	يوضح شكل الكابل الشبكي	15
63	يوضح شكل الشبكة المحلية المستخدمة في المؤسسة.	16

مقدمة

63	يوضح محتوى شاشات الحجم الصغير في بنوك التسجيل	17
64	يوضح محتوى شاشات الحجم المتوسط الخاصة بقاعات الإقلاع	18
65	مخطط يوضح تطبيق تكنولوجيا شاشة العرض في مطار عين البيضاء ورقلة.	19
69	يوضح دائرة بيانية توضح عدد أفراد العينة حسب متغير الجنس	20
74	يوضح أعمدة بيانية تمثل تحسن الاستخدام	21
75	يوضح أعمدة بيانية الوسائل المفضلة للاستخدام	22
78	دائرة نسبية تمثل مدى اهتمام الأفراد العينة بتكنولوجيا شاشة العرض	23
81	منحني بياني يوضح حجم شاشة العرض	24
88	دائرة نسبية تمثل احداث شاشة العرض الجديد	25

أحدثت مقتضيات العصر الحديث في مجال تكنولوجيا الاتصال نقلة نوعية وغير مسبوقه و متسارعة في وسائل الاتصال حيث اتسمت بخصائص وميزات جديدة ألغت وسائل الاتصال التقليدية، أو يمكن القول غيرت من وظائفها وفتحت لها آفاق جديدة خارج نطاق الاستعمال المعتاد.

كانت التكنولوجيا الصناعية محدود في أذهاننا حيث يتجسد تصورنا في ماكينة الطباعة والورق وجهاز الراديو والحاسوب التقليدي، التلغاز في حجم كبير، الان باتت التكنولوجيا غير محدودة ولا يمكن حصرها بحكم أنها أصبحت تكنولوجيا اتصالية معرفية غير ملموسة وتكنولوجيا تقنية دقيقة وتكنولوجيا ميكانيكية آلية شكلية، تكامل هذه الأنماط التكنولوجية أوجد تقنيات مدمجة حديثة.

تكنولوجيا شاشة العرض أو ما يسمى الشاشة المسطحة أو التلفزيون الجديد إحدى وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، هي جهاز أرفع وأخف وزنا من أجهزة التلغاز التقليدية، فالشاشة التلفزيونية المرئية في طور الانتقال من النمط القديم المعتمد على أنبوب الأشعة المهبطية (الكاثودية) والذي يدعى Cathode_ray_tub Crt إلى أنماط اخف وزنا واصغر حجما تتطلبها الحياة المعاصرة والتي وجدت طريقها إلى الحواسيب والهواتف النقالة في الأجيال الجديدة من السيارات والطائرات وحتى المنشآت، لأن هذه الشاشات تشغل حيزا صغيرا وذات أوزان تكاد لا تذكر بالمقارنة مع سابقتها وتستهلك قدرا ضئيلا من الطاقة، كما أن الصورة تتسم بالدقة والوضوح والسطوع الجيد.

تجربتنا البحثية دارت حول استخدام شاشة العرض الحديثة في المؤسسة وتحسين الأداء و الاتصال الخارجي وتشكيل الصورة الذهنية، وذلك بدراسة "ميدانية لمطار عين البيضاء ورقلة".

أما عن الخطة المتبعة في بحثنا فهي: مقدمة، و إطار منهجي واطار نظري واطار تطبيقي، حيث تعطي المقدمة نظرة شاملة عن الموضوع المعالج، أما بخصوص الإطار المنهجي فقد تضمن تحديد الإشكالية والتساؤلات وأسباب اختيار الموضوع والأهداف وتحديد المفاهيم ولمنهج ومجتمع البحث وعينة الدراسة والمقاربة النظرية .

أما عن أقسام الاطار النظري الاول كان حول تكنولوجيا شاشة العرض الحديثة تم عرضه في أربعة عناصر .

أما القسم الثاني معنون:علاقة تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين أداء المؤسسة، قسم هو بدوره إلى أربعة عناصر حيث تطرقنا للأداء التكنولوجي في المؤسسة بصفة عامة، ثم دور تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين أداء المؤسسة، ثم علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بالاتصال الخارجي للمؤسسة، و أخيرا دور تكنولوجيا شاشة في بناء الصورة الذهنية.

وأخيرا الإطار التطبيقي والذي خصص لتطبيق الدراسة النظرية، تناولنا في هذا الجانب بطاقة فنية حول مطار ورقلة، ثم تطبيق تكنولوجيا شاشة العرض في المطار، ويليه تحليل البيانات وختمنا بالنتائج و التوصيات وأخيرا الخاتمة.

الإطار المنهجي

1. تحديد المشكلة وصياغة الإشكالية:

عملت رهانات الألفية الجديدة على إحداث تحولات عميقة و جذرية في مختلف الميادين، حيث أضحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال مادة أولية هامة في الوقت الراهن، و تعاضم اعتماد المجتمع المنظم الحديث على تكنولوجيا الاتصال بكل أنواعها، حتى صارت ضرورة ملحة من ضروريات العصر.

أصبح عالم اليوم الذي صنعه المتغيرات التكنولوجية والثقافية والسياسية والاقتصادية، يتميز بخصائص حضارية لم يسبق لها مثيل من الشمولية والقدرة على التأثير بفضل تكنولوجيا الاتصال التي جعلت بمقدور الإنسان تلقي الرسائل بالصورة والصوت والنص المكتوب في أي مكان مع تعدد الخيارات في الشكل والمضمون.

لم تلغى تكنولوجيا الإعلام الجديد وسائل الاتصال القديمة، ولكن طورته و حولتها وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغت معه الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، و أصبحت تتسم بالطابع العالمي والتفاعلية وتعدد الاستخدام ووسائل الاتصال الحديثة أو الإعلام الجديد أو النظام الرقمي الجديد وعصر التفاعلية كلها مصطلحات وليدة تكنولوجيا الاتصال الحديثة، والتي بفضلها تم التوحيد بين وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والمعلوماتية والدمج بين الوسائل، فأضحى الإعلام الجديد حسب التقنية التي يعتمدها، بحيث أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة قائمة على شبكة الأنترنت والأجهزة المحمولة والأحجام الصغيرة، هناك مستحدثات إعلامية غير مسبقة تأخذ مكانها الآن وقد جاءت بخصائص وتطبيقات جديدة، الرقمية، التفاعلية، التشعبية والفردانية والتخصيص ... والوسائط المتعدد ووسائل الإعلام حسب الطلب MEDIA CUSTOMIZATION بحيث تعمل جميع الأجهزة التقليدية وغيرها في جهاز الكمبيوتر أو التلفزيون الذكي أو الهاتف المحمول.

من المتغيرات الأساسية التي تشهدها الثورة التكنولوجية هي المستجدات الحاصلة في مجال وسائل الاتصال السمعية البصرية والتي تشمل تطبيقات الفيديو على الانترنت والتلفزيون في الانترنت، ونظم الفيديو والتلفزيون في الأجهزة المحمولة، وبصفة خاصة أحدث تحول النظام الحالي (الذي تأسس في العقدين الرابع والخامس من القرن الماضي) تقنيات ووسائل جديدة انسلخت عن الوسائل التقليدية، فأنتجت مزيج من التطبيقات والوسائط والوسائل الحديثة تحت مسميات تقنية معاصرة مثل تلفزيون الانترنت، تلفزيون الهاتف المحمول، تلفزيون الرقمي عالي الوضوح، شاشة العرض المسطحة، التلفزيون الذكي اللوائح الرقمية وغيرها.

شاشة التلفزيون المرئية في تطور مستمر من النمط القديم المعتمد على أنماط أخف وزنا وأصغر حجما تتطلبها الحياة المعاصرة وعنوانها الأكبر هو شاشات العرض المسطحة التي وجدت طريقها إلى الحاسوب والهواتف المحمولة والسيارات والحافلات الفخمة والطائرات والمتاجر والمؤسسات (اقتصادية، تجارية، وخدماتية)، وكل هذه المبتكرات التقنية في مجال شاشة العرض المسطحة استغلتها غالبية الدول من خلال مشاريع مؤسسته، بتكليف هذه التكنولوجيا حسب الطلب والحاجة مستثمرة في ذلك تعدد استخداماتها مثل شاشات الطرق الإعلانية، الشاشات الالكترونية التلفزيونية الخارجية، تستخدم في أنظمة النقل الذكي ...

إن العامل الأهم في هذا التطور والتحديث الذي شهد تصاعد كبيرا وتطورا لافت وبتوتيرة سريعة، هو شيوع المفهوم المكروي أو الصغري، بمعنى أن التكنولوجيا عموما تتجه نحو التحجيم الى لأصغر في جميع الأصعدة بدأ بالجراحة المجهرية واستخدام المصفاة الليزرية وصولا إلى التلفزيون الذي يوضع على معصم اليد ... !!!

و العالم العربي ليس بمنأى عن هذا التطور، حيث أن ثورة الاتصالات فتحت آفاق واسعة أمام المواطن العربي فقد أدخلته مرحلة جديدة في حياة المجتمعات من كل جوانبها على المستوى العالمي، لذلك أدت الوسائط الاتصالية الحديثة بالفرد العربي إلى أن يعيش في بيئة تزخر بمتغيرات جديدة، غير أنه يمكننا أن نشخص واقع تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العالم العربي على أنها متوفرة لكن توزيعها غير متكافئ (المدينة /الريف) وهي ضعيفة وبطيئة مقارنة بالدول المتقدمة، لاسيما ما تعلق بالانتقال من التماثلي إلى الرقمي سواء من حيث الوسيلة والرسالة مع العلم أن هناك دول سباقة دخلت في ركب هذا التطور منها تونس والكويت ومصر، ولكن هذا لا يعني أنها لم تندمج في النظام الرقمي الجديد، لذلك توجد نماذج مشجعة في مجال استثمار تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجالات عديدة تعتمد فيها على الابتكارات الحديثة في التكنولوجيا التي تمتاز بالتطبيقات وتعدد الوسائط.

فالجزائر ليست بمعزل عن هذه التطورات التكنولوجية خصوصا مع توسع استخداماتها ولعل هذا ما شجع الجزائر اليوم من دخول ثورة المجتمعات الحديثة، سواء كانت هذه المجتمعات متقدمة أو سائرة في طريق النمو أو متخلفة من خلال استعمال هذه التكنولوجيا.

ومعظم المؤسسات الجزائرية الكبرى تسعى لاكتساب هذه التقنية، من أجل شيء واحد وهو ما تمتاز به من أهمية في هذا العصر، خاصة بسبب التطور الذي شهدته المنظمات العالمية الحديثة لاستثمارها في الطرق الحديثة لتقنيات الاتصال المبتكر لتحسين أداءها في مجال العلاقات العامة وتحسين صورتها، بالإضافة إلى العائدات المالية خصوصا إذا كانت المنظمة ذات طابع اقتصادي تهتم بالمداخيل الاقتصادية وزيادة الأرباح من خلال السبل التقنية الإبتكارية في مجال الإشهار و الإعلان.

عملية استخدام تكنولوجيا شاشة العرض من المتطلبات الحديثة لمسايرة التطورات الكبرى في بنية العمل ولذلك وجب على المؤسسة الجزائرية أن تعطي أهمية خاصة لتبني هذا المفهوم، وعليه فإن هذه الدراسة تسعى لتعرف على استخدام تكنولوجيا شاشة العرض وأهميتها في تحسين أداء المؤسسة، ارتكزت دراستنا هذه على مؤسسة الطيران بمطار عين البيضاء ورقلة، من منطلق أهمية استخدام هذه التكنولوجيا وإسهامها في تحسين أداء شركة الطيران وتحسين الاتصال مع الجمهور الخارجي وعليه نطرح سؤال الإشكالية الأساسي كالتالي :

هل تساهم تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين مستوى أداء مطار عين البيضاء ورقلة ؟

وقد تفرعت عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية:

التساؤلات:

- هل توجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا شاشة العرض ومستوى أداء المؤسسة ؟
- هل توجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا شاشة العرض وبين رفع المداخل و المردودية في المؤسسة ؟
- هل تساهم تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين الاتصال مع الجمهور في مطار عين البيضاء ورقلة ؟
- كيف يؤثر استخدام تكنولوجيا شاشة العرض على المسافرين في مطار عين البيضاء ورقلة ؟
- هل تساهم تكنولوجيا شاشة العرض في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة ؟

2. أسباب اختيار الموضوع .

تم اختيارنا للموضوع وفقا لأسباب ذاتية و أخرى موضوعية:

1.2. الأسباب الذاتية :

- اهتمام شخصي بالبحث في تطبيقات تكنولوجيا شاشة العرض في المجال المهني المؤسستي.
- الموضوع يندرج ضمن التخصص و هو تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.
- التعرف على واقع استخدام تكنولوجيا شاشة العرض في مطار عين بيضاء ورقلة، ومدى مساهمة المؤسسة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- حداثة الدراسة لكون المبتكر (شاشة العرض المسطحة) وليدة العصر.
- إثراء المكتبة بالمعلومات حول تعدد استخدام تكنولوجيا شاشة العرض.

2.2. الأسباب الموضوعية :

- أهمية استخدام تكنولوجيا شاشة العرض كوسيلة حديثة لتحسين أداء المؤسسة وتحسين الاتصال والتواصل مع جمهورها الخارجي.
- التطور الهائل و المتسارع لتكنولوجيا شاشة العرض أو الشاشة التلفزيونية المرئية المسطحة .
- قلة الدراسات التي تناولت موضوع تكنولوجيا شاشة العرض و إسهامها في تحسين الاتصال مع المسافرين.
- من أسباب الدراسة أيضا، بعد أن كانت وسائل الإعلام محصورة الاستخدام في مجال ومكان محدد، أصبحت وسائل الإعلام الجديدة متعددة الاستخدامات وفي مختلف المجالات و الأماكن.

3. أهداف الدراسة .

تسعى الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف:

1. الكشف عن مدى مساهمة تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين مستوى أداء المؤسسة.
2. أثر إستثمار تكنولوجيا شاشة العرض على مستوى تحسين الاتصال وتحسين صورة المؤسسة.
3. توعية الادارة بأهمية استخدام تكنولوجيا شاشة العرض بمطار ورقلة.
4. التعرف على واقع استخدام تكنولوجيا شاشة العرض في مطار ورقلة.
5. إبراز أثر تكنولوجيا شاشة العرض الحديثة في تحسين أداء مطار عين البيضاء ورقلة .
6. إظهار واقع استخدام تكنولوجيا شاشة العرض في المؤسسة ومدى مساهمتها لتطور التكنولوجي.
7. مساهمة تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين مستوى الاتصال مع الجمهور الخارجي.
8. البحث في مفهوم تكنولوجيا شاشة العرض وأهمية وكيفية تطبيقها في المجال المهني .

5. تحديد مفاهيم الدراسة.

قمنا بتحديد المصطلحات و الكلمات المفتاحية التي تساهم في فهم الدراسة ومن بينها:

1.5. التكنولوجيا:

لغة : لفظ تكنولوجيا مصطلح يوناني الأصل **TECHNOLOGIE** وهي مشتقة من كلمتين **TECHNO**

وتعني تقنية أو فن وكلمة **LOGIE** تعني علم + دراسة ،وعلى هذا الأساس تشير التكنولوجيا إلى

الدراسة الرشيدة للفنون.

اصطلاحاً: هي مجموعة من النظم والعقد التطبيقية وأساليب العمل التي تستقر لتطبيق المعطيات المستخدمة لبحوث ودراسات مبتكرة في مجال الإنتاج والخدمات كونها التطبيق المنظم للمعرفة والخبرات المكتبية والتي تمثل مجموعة الرسائل و الأساليب الفنية التي يستخدمها الإنسان في مختلف نواحي حياته العلمية وبالتالي فهي مركب قوامه المعدات والمعرفة الإنسانية.

ويرى الأستاذ LITTRÉ في قاموسه الصادر سنة 1876م أن اصطلاح التكنولوجيا تعني تفسير الألفاظ الخاصة للفنون والمهن العديدة.(1)

يعرفها سمير عبده: بأنها الأدوات والوسائل التي تستخدم لإغراض عملي تطبيقية والتي يستعين بها الإنسان في عمله لإكمال قواه وقدراته وتلبية تلك الحاجيات، التي تظهر في إطار ظروفه الاجتماعية ومراحلها التاريخية.(2)

6.5. الاستخدام:

لغة: استخدم الرجل غيره، استخدمه استخداماً، فهو مستخدم الآخر اتخذه خادماً، طلب منه أن يخدمه استخدم الإنسان الآلة والسيارة... الخ استعملها في خدمة نفسه.

اصطلاحاً: يبدو أن مفهوم الاستخدام من خلال النظرة الأولى مفهوماً واضحاً وبسيط المعنى أو نشاط يتوخى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية تصطدم بمفهوم

(1) نصيرة بوجمعة سعدي، عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 8.

(2) محمد عبد الشفيق عيسى، العالم الثالث والتحدي التكنولوجي الغربي، ط1، دار الطبعة والنشر، بيروت، 1984، ص 35.

غامض ومتنوع يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني والداخل في تركيبة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.⁽¹⁾

تعريف أخرى: كلمة استخدام توظف كمرادف للاستعمال أو الممارسة في بعض الأحيان وفي أحيانا أخرى كمرادف للتملك.⁽²⁾

التعريف الإجرائي:

هو استخدام واستعمال تكنولوجيا شاشة العرض في مؤسسة الطيران من قبل الجمهور الخارجي، أي توظيفها بشكل يساعده للحصول على المعلومات التي يحتاجها.

7.5. شاشة العرض:

لغة: شاشة في معجم المعاني الجامع معجم عربي شاشة جمع شاشات، والشاشة هي لوحة تظهر من خلالها صورة المشاهد والمناظر المعروضة.⁽³⁾

اصطلاحا: هي عبارة عن تطور التفاضل من النمط القديم المعتمد على أنبوب الأشعة المهبطية إلى أنماط أخف وزنا وأصغر حجما تتطلبها الحياة المعاصرة، وهي عبارة عن شاشات تشغل حيزا صغيرا و ذات أوزانها تكاد لا تذكر بالمقارنة مع سابقتها، وتستهلك قدرا ضئيلا من الطاقة، كما أن الصورة تتسم بالدقة والوضوح والسطوع الجيد¹.

تعريف إجرائي:

(1) احمد عبدلي، مستخدمو الانترنت، مذكرة ماجستير، غير منشورة، الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2003/2002، ص ص6-4.

(2)Philippe breton, serge populaire, l'explosion de la communications introduction aux théories et aux pratiques la communication, France éditions la découverte, 2006, pp 256-257.

(3)www almamny.com أطلع عليها بتاريخ 2015/02/23

(4) نزار العاني، مفهوم الشاشة المسطحة، مجلة الكويت، العدد 372، الكويت، 10/2014، ص 24.

هو جهاز يتم عرض فيه عرض كافة البيانات والمعلومات الخاصة بالرحلات على الشاشات مثل أرقام الرحلات وحالات التأخر والوصول وزمن المغادر وهي أنظمة مستخدمة في جدولة رحلات الطائرات والقطارات والحافلات لتنظيم وتقديم معلومات وافية للمسافرين بطريقة حديثة.

8.5. مصطلح الأداء: مستمد من اللغة الإنجليزية *to perform* والذي يعني تنفيذ مهمة أو تأدية عمل كماورد في قاموس oxford.

فالأداء يعبر عن "إمكانية المنظمة في تحقيق ما تصبو إليه من أهداف بعيدة الأمد حسب " Robin-Welsma" (1)

تحسين الأداء: هو استخدام جميع الموارد المتاحة لتحسين المخرجات وإنتاجية العمليات، وتحقيق التكامل بين التكنولوجيا الصحيحة التي توظف رأس المال بالطريقة المثلى (2)

6. حدود الدراسة .

حدود الدراسة هي إحدى خطوات البحث العلم، ومن الجوانب المهمة التي يتعين على الباحث أن لا يغفل عليها في توضيح حدود البحث الموضوعية و المكانية و الزمانية، إذ لا يقتصر فائدة حدود الدراسة على حصر جهد الباحث بل تفيد أيضا في مدى تطبيق نتائج، ويساعد وضع الباحث لحدود البحث في تركيزه على تحقيق أهداف البحث (1).

1.6. الحدود المكانية: دراسة ميدانية بمطار عين بيضاء ورقلة.

(1) علاء فرحان طالب، الحكومة المؤسسية والأداء المالي الإستراتيجي، دار صفاء، عمان، 2011، ص ص 64 - 65.

(2) فلاح حسن الحسني، مؤيد عبد الرحمان، إدارة البنوك كمدخل كمي وإستراتيجي معاصر، داروائل، عمان، ص 222.

(3) صالح محمد العساف، مدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، ط2، دار الزهراء الرياض، 2012، ص 65 .

2.6. الحدود الزمنية: تمت الدراسة التطبيقية في الفترة الممتدة من جانفي إلى افريل 2015.

3.6. الحدود البشرية: تقتصر الدراسة على عينة من المسافرين .

7. مجتمع البحث و العينة .

يعرف مجتمع البحث حسب " مادلين قرافيت "GRAWITZ" أنه: "مجموعة عناصر له خاصية أودة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث أو التقصي".⁽¹⁾

انطلاقا من دراستنا هذه والمتمثلة في دراسة استخدام تكنولوجيا شاشة العرض وتحسين أداء المؤسسة، تم تحديد مجتمع البحث في جميع الأفراد الموجودون في محطة الطيران في ورقلة أي دراسة الجمهور الخارجي للمؤسسة.

8. منهج الدراسة

يعد المنهج في البحث العلمي التطبيق الامثل لكل دراسة، فهو الضابط والموجه الأساسي لكل باحث، يتحدد استعماله حسب هدف الدراسة و الإشكالية العلمية المعالجة.

جدير بنا أن نشير للتنوع الكبير لمعنى هذا المصطلح، إلا أنه لا يمكننا الخوض في هذا الكم المتنوع بينما يمكننا أن نورد بعضها، فالمنهج هو الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه العالم في بحثه أو دراسة مشكلة والوصول إلى بعض النتائج.

(1) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية " ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون"، ط2، دار القصبية، الجزائر، 2006، ص 62 .

و يعتبر المنهج العلمي طريقة منظمة، تتيح أسلوب أو خطة معينة لدراسة ظاهرة ما ويهدف التوصل إلى الحقائق وترسيخ المعارف واختبارها بعد التأكد من صحتها.(1)

بما أن دراستنا تتمحور حول "استخدام تكنولوجيا شاشة العرض في مؤسسة الطيران ورقلة " فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية الشائعة في بحوث الاتصال والتي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو للمشكلة من خلال تحديد ظروفها و أبعادها والعلاقة بين متغيراتها بهدف الانتهاء إلى وصف عملي ودقيق ومتكامل للظاهرة أو المشكلة التي تقوم على الحقائق المرتبطة، وقد حدد لهذه الدراسة منهج وفق ما تتطلبه دراسة مساهمة تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين أداء مؤسسة الطيران ، وبما أن دراستنا تهدف إلى تفسير وتحليل البيانات المختلفة ثم استخلاص النتائج العامة، فقد استخدمنا **المنهج الوصفي التحليلي** للوصول إلى تفسيرات كيفية تضاف إلى النتائج الكمية.

9. أدوات جمع البيانات:

1.9. الملاحظة: تعتبر الملاحظة من الوسائل المنهجية التي يعتمد عليها في جمع المادة العلمية والحقائق من مكان إجراء الدراسة، ذلك أن الملاحظة هي:"مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز، و وفق لظروفها الطبيعية"(2).

1) عقيل حسين عقيل، **فلسفة مناهج البحث العلمي**، مكتبة مدبولي، مصر، 1999، ص 47 .

2) أحمد بن مرسل، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال**، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص 286.

قد أفادتنا الملاحظة في الاطلاع على بعض المعلومات التي لا يمكننا لحصول عليها عن طريق الأدوات الأخرى، كالمعلومات المتعلقة بطبيعة الاتصال السائد في المؤسسة، نوعية العلاقات داخل المؤسسة، التكنولوجيات المستخدمة، كيفية الاستخدام وظروف الاستخدام، ومعرفة التغيرات التي حدثت بعد استخدام تكنولوجيا شاشة العرض.

2.9. المقابلة: تعرف المقابلة في البحث العلمي أنها ذلك اللقاء المباشر الذي يجري بين الباحث والمبحوث الواحد، أو أكثر من ذلك في شكل مناقشة حول موضوع معين، قصد الحصول على حقائق معينة أو آراء أو مواقف محددة وتعتبر هذه التقنية أداة بحث مباشرة تستخدم في مساءلة الأشخاص المبحوثين فرديا أو جماعيا، قصد الحصول على معلومات كيفية، ذات العلاقة باكتشاف العطل العميقة لدى الأفراد أو ذات العلاقة بالتعرف.(1)

وقد استخدمنا المقابلة الموجهة بهدف جمع معلومات دقيقة عن استخدام تكنولوجيا شاشة العرض في المطار ، بهدف إثراء البحث و تدعيم التحليل، وذلك لتفسير البيانات المتحصل عليها في استمارة الاستبيان، وقد استعنا ب "دليل المقابلة" الذي هو عبارة عن: "أداة لجمع المعطيات تبنى من أجل أن نسأل بصفة معمقة شخص أو مجموعة صغيرة"، تضمن 11 سؤالا.(2)

3.9. الاستمارة: اخترنا الاستمارة كأداة أساسية في دراستنا هذه نظرا لما توفره من سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية عن الظاهرة موضوع الدراسة.(3)

(1) أحمد بن مورسلي، مرجع سابق، ص214.

(2) موريس انجرس، مرجع سابق، ص263.

(3) محمد عبد الرحمن عبدالله ، محمد بدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، مصر، دارالمعرفة الجامعية،2002، ص 371.

يعرف محمد عبد الحميد الاستمارة على أنها أسلوب لجمع البيانات تستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية، ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقدير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات. (1)

تم اعداد استمارة الاستبيان في دراستنا حيث ووزعت على 60 من أفراد العينة للاجابة عن التساؤلات.

(1) محمدعبدالحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، الطبعة الأولى، عالم الكتاب، مصر، 1993 ، ص183.

الإطار النظري

.I

تكنولوجيا شاشة

العرض الحديثة

تمهيد

1. ماهية تكنولوجيا شاشة العرض.

1. نشأة وتطور تكنولوجيا شاشة العرض.

2. خصائص تكنولوجيا شاشة العرض.

3. تطبيقات تكنولوجيا شاشة العرض.

4. عيوب تكنولوجيا شاشة العرض.

خلاصة الفصل .

تمهيد

لقد ساهمت التطورات التكنولوجية الحديثة بإزالة الفوارق بين الأدوات الاتصالية وبين وسائل الإعلام المختلفة حتى أواخر السبعينات حيث أوجدت وسائل تقنية جديدة غير مسبوقة.

تعتبر وسائل الاتصال أكثر المجالات التي تركت فيها الإلكترونيات أثر ملحوظا، حيث أتاحت التكنولوجيا الحديثة العديد من الوسائط والوسائل التي ألغت نمط التقليدي و تمثلت هذه المبتكرات في الحواسيب المحمولة والاتصالات الرقمية وشاشات العرض المسطحة والهواتف المحمولة .

سنحاول في الجانب النظري التعرف على تكنولوجيا شاشة العرض كمبتكر جديد من خلال التطرق إلى النشأة والتطور والخصائص والتطبيقات والعيوب .

1. ماهية تكنولوجيا شاشة العرض.

يتم التطرق في هذا المبحث إلى المبتكر الحديث في مجال تكنولوجيا الاتصال، وكيف تطور إلى أن أصبح وسيلة تقنية جديد تتميز بخصائص حديثة مستقلة عن الوسائل التقليدية.

1.1 نشأة وتطور تكنولوجيا شاشة العرض.

إن الإنسان انتقل في تعاقب وقائمه و أحداثه من مجال التقاط الاتصال بحاستي الأذن والعين (الاتصال الشفوي) إلى مرحلة الاعتماد على حاسة العين (الاتصال المكتوب) ثم إلى مرحلة الوسائل السمعية البصرية، فقد اخترع الإنسان الكتابة منذ الآلف السنين، ولم يستطع أن يعمل على نشر الثقافة ونقل الأخبار على نطاق واسع، فقد كانت المخطوطات نادرة و باهظة الثمن ولا يتسنى توفير عدد كبير منها ومن ثم يمكن القول أن أهم اختراع في ميدان الاتصال " الطباعة " على يد العلم الألماني جوتنبرغ 1338 - 1468. (1)

وفي بداية القرن التاسع عشر ظهرت الصحف و أيضا وسائل الإعلام الكهربائية مثل التلفزيون والتلغراف عام 1832 ومن ثم بدا عصر اللاسلكي باكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية عام 1873 الكتابة لم تصبح عاملا مهم بتأسيس شركة ماركوني (2) ، وفي عام 1876 استطاع جراهام بيل أن يخترع التلفزيون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة مستخدما تكنولوجيا التلغراف وتبعها اختراع كاميرا السينما عام

(1) محمد جودت ناصر، الدعاية والإعلان و العلاقات العامة، الطبعة الأولى، دارمجدلاوي، عمان، 1998/1997، ص16.

(2) حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002، ص، 100-102.

1894، أخرج أول فيلم سينمائي عام 1895 لمدة أربعة دقائق وبصورة أكثر واقعية فان عصر وسائل الإعلام قد بدا في مستهل القرن العشرين بظهور وانتشار التلفزيون (1).

لقد بدأ البث التلفزيوني المنتظم لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية بعد نهاية الحرب العالمية الثانية 1940 ، حيث وضعت شركة (آر إس آيه) أجهزة استقبال في 150 منزلاً بمدينة نيويورك، وبدأت محطة نيويورك التابعة لشركة الإذاعة القومية أول بث تلفازي تجريبي لهذه المنازل، وفي نهاية الخمسينات أصبح ما يقارب 90% من المنازل في الولايات المتحدة تملك تلفازا معظمها بالأبيض و الأسود على الرغم من أن التلفاز الملون قد اخترع في ذلك الوقت و في العام 1967 أصبحت معظم التلفزيونات ملونة و في العام 1970 أحدثت أجهزة الفيديو VCR ثورة في عالم التلفاز حيث سمحت بتسجيل البرامج التلفزيونية من التلفاز لأول مرة، أما عن التلفزيون الكابلي فلقد انتشر بسرعة كبيرة في فترة الثمانينات، و تنوعت تصاميم التلفاز و أساليبه في التسعينيات ولكن معظمها كانت تعتمد على أنابيب أشعة الكاثود (CRT) لرسم الصورة على الشاشة، ثم سمحت تقنية rear-projection CRT للتلفاز بان يصبح اكبر حجما وبنهاية هذا العقد تطورت تقنيات التلفاز بشكل كبير حيث ظهر تلفزيون البلازما لأول مرة .

يعود مبدأ عمل شاشات البلازما إلى عام 1936 حين قام المجري (KALMAN TIHANYI) (بوصف مبدأ عمل تلفزيون شاشة البلازما، أما تاريخ أول تجسيد عملي لهذا المبدأ إلى سنة 1964، حيث اشترك باحثون من جامعة "النيوي" الأمريكية في اختراع شاشة بلازمية لاستعمالها أصلا في الكمبيوتر إلا أن استعمالها التلفزيوني تأخر أساسا بسبب كلفتها المرتفعة ولم يتم تسويق أول تلفزيون بلازمي مسطح لعامة الناس إلا في 1997 من طرف شركة "بايونير، و منذئذ أصبح حجم شاشات

(1) ملفين، ديفيلير، ساندرابول، روايتش، نظريات الاعلام ترجمة أمال عبد الروؤف، الطبعة العربية الاولى، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة ، مصر، ص 36.

البلازما ارفع وشكلها اكبر من أسلافها (من 48 سم عام 1983 إلى 107 سم في 1997 إلى 183 سم في 2008) .

تعمل شاشات البلازما بنفس آلية الشاشات التقليدية، ولكن لا وجود لشعاع الالكتروني ولا لشاشة الفسفورية المولدين للألوان الثلاثة بل يتم توليد هذه الألوان في كل مربع نقطي من خلال أضواء فلورية فلورسنت تشع عن الخلايا البلازمية.

أما عن شاشة البلورات السائلة التقليدية LCD والحديثة (LED/ OLED) وتتميز شاشات البلورات السائلة بصغر سمكها وسرعة انتشارها واستعمالها في العديد من التطبيقات التكنولوجية كما أنها اقل استهلاكاً للطاقة من شاشة البلازما، وتعتبر البلورات السائلة أهم نوع من أنواع الشاشات المسطحة ولكن استخدامها بدأ ينتشر في أواخر تسعينيات القرن الماضي بالأبيض و الأسود فقط وبالألوان منذ مطلع 2000 وذلك في الهواتف المحمولة والحواسيب الشخصية و أجهزة التلفزيون وكمبيوتر الطائرات والسيارات، تتوفر حالياً بالألوان و بأشكال يزيد قطرها على المتر الواحد، أما عن كيفية عملها فالمبدأ الأساسي هو نفسه في حالة البلازما فهو يتطلب ثلاث خلايا لكل مربع نقطي تستكمل بمرشح ملون بالأحمر و الأخضر و الأزرق والمرشح يكون عموماً عبارة عن سلسلة من خطوط عمودية متناوبة الألوان الثلاثة ولتحسين دقة اللون النهائي، يفصل بين عناصر المرشح الثلاث بواسطة شريط اسود قاتم.⁽¹⁾

(1). فضيل دليو، المرجع نفسه، ص، ص 180-181.

2. خصائص تكنولوجيا شاشة العرض.

تلفزيون CRT

شاشات العرض CRT حيث أنها اختصار لـ Cathode Ray Tube وتعني أنبوب أشعة الكاثود. تستخدم في أغلب أجهزة التلفاز، فكرة عملها الأساسية هي انطلاق الإلكترونات من خلف الشاشة إلى أن تصل إلى سطح العرض المبطن بطبقة من مادة الفسفور، شدة الانطلاق يسبب إشعاعات مختلفة للإلكترونات المندفعة، شعاع الإلكترون هذا يمر خلال سلسلة من طبقات مغناطيسية متينة والتي بدورها وضعت بطريقة تسمح لها بتوجيه الإشعاع إلى أماكن مختلفة في سطح العرض، فحينما تصل هذه الإشعاعات إلى زجاج سطح العرض تصطم بطبقة الفسفور الموجودة عليها مسببة نقطة متوهجة مؤقتاً، كل نقطة تمثل بكسل واحد في شاشة العرض، إن دقة التحكم بالجهد الكهربائي لكل إلكترون تسمح بتوهج البقعة التي يسببها في السطح توهجاً ساطعاً أو أقل سطوعاً مما يعطي اللونين الأبيض والأسود. قديماً: كان التلفاز الأبيض والأسود يحتوي على مدفع واحد للإلكترونات وطبقة واحدة من الفسفور، بعد ذلك أضيفت عدة مدافع في شاشات العرض من هذا النوع حتى أن طبقات

الفسفور أصبحت تلون بنقط متقطعة ومنفصلة. (1)

خصائصها:



1. شاشات أقل تعقيداً وسهولة التثبيت.

2. يمتاز بجودة الصورة .

3. لها عمر الخدمة طويل فهي سهلة للأعمال الصيانة وقل عرض لتلف.

تفاز CRT من الإصدار بالشاشة المسطحة وفقاً للأحدث موديلات بما يسمح الاطلاع على الشاشة بزوايا متعددة .⁽¹⁾

تلفزيون Rear-Projection

يأتي بعدة تقنيات أشهرها وأكثرها انتشاراً هي الـ DLP، تلفزيونات الـ DLP Rear-Projection قدمت للمشتري شاشة أكبر بكثير من تلفزيونات الـ CRT وما زالت تلفزيونات الـ DLP متوفرة حتى الآن، لكن ذات الوزن الثقيل والتصميم السميك، حجمها الكبير لم يجعلها شعبية



وحصتها في السوق صغيرة.⁽²⁾ تتميز بنفس خصائص تلفزيون CRT.

3. تلفزيون Plasma:

نعلم أن شاشات الكاثود في التلفزيون الملون تعمل من خلال تقسيم الشاشة إلى مربعات صغيرة تسمى



pixel وهو عنصر الصورة ويكون هناك 03 pixel لكل من الألوان الأساسية وهي الأحمر و الأخضر و الأزرق وتكون موزعة على مساحة الشاشة وعند اصطدام الإلكترونات بأي من هذه البكسلات يعطي ضوء بلون البكسل وهذا

يكون الصورة تعمل شاشات البلازما بنفس الآلية .

الشكل 3: يوضح
تلفزيون

¹ <http://www.cjigroup.net.ch> 04/04/2015

أطلع عليها بتاريخ

² <http://www.moshtry.com> 04/04/2015

أطلع عليها بتاريخ

خصائصها :

1. وزنها الخفيف وشكلها المسطح وسمكها الرفيع الذي لا يزيد عن 10 سم.
2. تتميز بمدى رؤية كبير يصل إلى 178 درجة وصورة واضحة.
3. تتميز بألوان زاهية ودقيقة ومتباينة.
4. لا تحتوي على مادة الزئبق.
5. تتميز بسرعة استجابة عالية فهي الأنسب للمقاطع السريعة مثل المباريات و أفلام الاكشن.
6. أكثر سطوع في المناطق ذات الإضاءة العالية فهي مناسبة لاستخدامها في المعارض والساحات ذات الإضاءة العالية لا يوجد لديها انعكاسات ضوئية . (¹)

4. تلفزيون LCD :

هي بالأساس شطيرة بين صفحتين من الزجاج المستقطب، هناك طبقة من ترانزستورات الفيلم الرقيق مرشح بلون مصنوع من أقطاب كهربائية نقطية شفافة وطبقة من الكريستال السائل، وبما أنها لا تصدر ضوءها الخاص هناك حاجة لمصدر ضوئي على عكس الشاشات التقليدية.

خصائصها:

1. تتميز بسرعة استجابة عالية فهي الأنسب للمقاطع السريعة مثل المباريات و أفلام الاكشن.
2. أكثر سطوع في المناطق ذات الإضاءة العالية فهي مناسبة لاستخدامها في المعارض والساحات ذات الإضاءة العالية لا يوجد لديها انعكاسات ضوئية.
3. مسطحة واخف وزنا بكثير من الشاشات التقليدية

¹) <http://www.hawamer.com>

04/03/2015.

أطلع عليها بتاريخ



الشكل 4: يوضح
تلفزيون LCD

4. ارتفاع نسبة الوضوح ودقة الصورة.
5. أكبر واتساع زاوية عرض الصورة أوسع ، حيث تصل إلى 175 درجة.
6. تعتبر مثالية للغرف و الأماكن المضاءة بشكل طبيعي.
7. لدينا نظام تحكم له أوجهة إشارات صوت وفيديو ، و أجهزة شبكية مختلفة⁽¹⁾
8. انخفاض استهلاك الطاقة.

5.تلفزيون LED:

وهي التقنية الأكثر تقدما في شاشات العرض التلفزيون، حيث تعتبر هذه الشاشة بمثابة النموذج المتقدم من شاشات الكريستال السائل، والتي تستخدم الضوء «الثنائي المتقدم» للإضاءة الخلفية، وذلك بدلاً من الضوء التقليدي مصابيح الفلورسنت سالب القطب.



الشكل 5: يوضح
تلفزيون LED

مميزاتها:

1. التخلص والقضاء على العديد من البقع السوداء التي كانت تظهر نتيجة لاستخدام مصابيح الفلورسنت .

2. نسبة التباين في الألوان أعلى وأفضل.
3. جودة الصورة الرائعة.
4. عرض الصورة على نطاق أوسع من الزوايا.
5. استهلاك أقل للطاقة من الشاشات الأخرى.
6. عمرها الافتراضي أطول من غيرها.
7. خف وزناً وأقل سماكة.⁽¹⁾

6. تلفزيون OLED

Organic Light-Emitting Diodes تتميز بأنها صغيرة جداً ومكلفة وليست عالية الدقة، تسويقها لحد الآن ليس واقعياً، أسعارها مرتفعة جداً، و محدودية تكنولوجيتها الحالية و التي لا تتيح شاشات قطرها اكبر من 66 سم. استخدمت شاشات OLED في كثير من التجهيزات ومنها الهواتف النقالة، ومسجلات السيارة من طراز بايونير، وفي قطاع خاص من الشاشات المستخدمة في الساعات الرقمية، والتي تظهر

المعلومات من خلال أسطر متفرقة⁽²⁾



الشكل 6: يوضح
تلفزيون OLED

¹ <http://www.itp.net/arabic>

² www.articlesphere.com

3. تطبيقات تكنولوجيا شاشة العرض.

لم يكن نصيب الذكاء مكتفياً على الهواتف والتطبيقات الذكية، بل امتد هذا الذكاء الصناعي ليشمل الشاشات والتلفاز المزود بمكونات الحاسب الآلي الداخلي، فلم يعد المستخدم يشاهد القنوات الفضائية فقط، إذ أصبح بإمكانه تحميل التطبيقات وتصفح الإنترنت، ليس هذا فقط، بل احتضنت أنظمة التشغيل الذكية مثل "أندرويد" تلك الشاشات لتحويلها إلى مواصفات تعكس متطلبات المستخدم الحديث.

الشاشات العرض الحديثة، ليست من تمتلك آخر التقنيات الحديثة في عالم وضوح الصورة والصوت، وليست تلك التي تتباهي بقدرتها على عرض الصور ثلاثية البعد إلى جانب الثنائية منها فقط، بل هي وباختصار الشاشات التي تمتاز بنسب ذكاء محددة تتفوق بها على غيرها من الشاشات الأخرى حتى وإن كانت من الفئة نفسها، حيث يمكن للشاشات التلفزيونية الحديثة الذكية، عمل العشرات من المهام والوظائف التي تعجز الشاشات التقليدية عن القيام بها، ومنها قدرتها على الاتصال بالإنترنت عبر "واي فاي" أو عبر وصلة الشبكة، وإمكانية تحميل البرامج والتطبيقات المختلفة من خلال المتاجر المخصصة للشركات المصنعة لهذه الشاشات، تماماً بالطريقة نفسها التي نراها على هواتف "أبل" أو "أندرويد"، وقدرتها على عمل مكالمات الفيديو عبر الإنترنت، وذلك من خلال برامج مخصصة، مثل برنامج "سكايب"، بشرط توافر كاميرا خاصة لذلك، وإمكانية توصيل وعرض المواد من هاتفك الذكي عليها مباشرة بصورة لاسلكية، عبر "واي فاي"، وقدرتها الكاملة على تصفح مواقع الإنترنت، والدخول على تطبيقات التواصل الاجتماعي مثل "فيسبوك" و"تويتر"، ومراسلة الأصدقاء والتعليق على مواضيعهم، بما في ذلك توافق بعضها مع لوحات المفاتيح و الفأرة، المخصصة للكمبيوترات وذلك لتسهيل عملية التعامل مع المواقع الإلكترونية.

أجهزة التلفزيون الذكية بتقنية العرض الثلاثية الأبعاد الخالية من الوميض التي توفر للمستخدمين تجربة مشاهدة فريدة ومريحة للعين من خلال صور عالية الجودة.

صُمم متصفح الإنترنت المدمج في جهاز التلفزيون ليُجعل عملية تصفح الإنترنت على شاشة التلفزيون أمراً أكثر متعة وذلك دون الربط بالكمبيوتر الشخصي، كما تثري سوق "تطبيقات أندرويد" المتنامية من تطبيقات الإنترنت المخصصة لأجهزة التلفزيون تجربة المشاهدة وتتيح للمشاهدين إمكانية استعراض أخرى

الأخبار وأحدث الأفلام والبرامج التلفزيونية والألعاب



وغيرها.

الشكل 7: يوضح التطبيقات
في التلفاز

وتدمج أجهزة تلفزيون "إل. إيه. دي" ثلاثية الأبعاد بنظام

تشغيل أندرويد من "هاير" تقنية الاتصال بالإنترنت عبر "الواي فاي"، قائمة العرض على الشاشة متعددة اللغات وإمكانية تشغيل الوسائط المحلية (ملفات الصوت والصورة والموسيقى) وتشغيل الوسائط على الإنترنت وعبر بروتوكول نقل النص الفائق وتطبيقات السوق للأطراف الخارجية وتحميل التطبيقات وواجهات التحكم. (1)

¹ <http://www.startimes.com>

4. عيوب تكنولوجيا شاشة العرض.

Reflex ions الانعكاس:

تحدث بكثرة في شاشات البلازما وأيضا في شاشات LED الجديدة أصبحت أكثرها عاكسه للضوء وذلك بسبب الطبقة الأمامية للشاشة التي تكون مثل المرآة وهي Glossy الماعه وهذه من أهم عيوب الشاشات.

BACKLIGHT CLOUDIN غيوم من الإضاءة الخلفية:

تحدث كثيراً في شاشات ال LCD خاصة الـ LED وذلك بسبب نوعية الإضاءة الخلفية وتكون أكثر ظهوراً في شاشات EDGE LED بسبب الإنارة الجانبية وتظهر هذه المشكلة الشبيهة بالغيوم في الأطراف خاصة وتكون ظاهره في حال عدم وجود الضوء او المشاهدة من الأطراف، وتوجد بعض شاشات الـ LED لا يوجد فيها هذه المشكلة بتاتا لكنها قليلة جدا.

ويوجد هناك عيوب ومشاكل أخرى جزئية منها:

1- بلازما Plasma

تحتاج إلى إضاءة مناسبة وجيدة لكي تعطيك النقاء والوضوح المطلوب عكس شاشات إل سي دي.

نسبة الانعكاس على الشاشة أعلى من غيرها، كما تبعث الحرارة بشكل أكبر من غيرها.

أثقل وأكبر حجماً، وتستهلك طاقة بشكل أكبر.

العيب المعروف عن شاشة البلازما هي وجود الطبقة اللامعة على الشاشة .

2_ شاشة LCD

زاوية مشاهدة محدودة فلو وقفت جانب الشاشة فسترى تغير في جودة الصورة.

سيئة في اللقطات السريعة وذلك لأن سرعة استجابتها بطيئة.

صعوبة عرض اللون الأسود بجودة عالية.

انخفاض نسبة التباين في الصورة، وعدم القدرة على تحقيق جودة الصورة الحقيقية السوداء.

مشكلة تسرب الإضاءة الخلفية، حيث يختفي اللون الأسود من الأطراف.

3- شاشة CRT

من اشد عيوب هذه الشاشات هو الإشعاعات الكهرومغناطيسية (EMR) التي تصدر منها والتي تضر بصحة المستهلك .

4- شاشة LED:

1- أكثر تكلفة من شاشات الكريستال السائل وتلفزيون البلازما.

2- حصول مشكلة الضبابية في اللون الأسود بشكل كبير، وأيضاً مشكلة تسرب الإضاءة الخلفية.

3- سوء سرعة الاستجابة وخاصة في أفلام الحركة والسرعة. (1)

خلاصة الفصل

من خلال دراستنا لهذا الإطار النظري الذي تم عرضه في مجموعة من العناصر عن
: ماهية تكنولوجيا شاشة العرض الحديثة.

حيث تم أدراك هذه التقنية وأبعادها، تكنولوجيا الشاشة المسطحة أو شاشة العرض
أحد المبتكرات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال، والتي لها أفاق جديدة في المجال
المؤسساتي، وهو ما سنتطرق إليه في المحور الآتي.

.II

علاقة تكنولوجيا شاشة العرض في
تحسين أداء المؤسسة.

تمهيد

II. علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بتحسين الأداء في المؤسسة.

1. الأداء التكنولوجي في المؤسسة.
2. دور تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين أداء المؤسسة.
3. علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بالاتصال الخارجي للمؤسسة.
4. دور تكنولوجيا شاشة العرض في بناء الصورة الذهنية

للمؤسسة.

خلاصة الفصل .

تمهيد

يعد الأداء من المفاهيم الأساسية التي أصبحت المؤسسة تعتمد عليها لمعرفة وضعها، كما أن تحسن الأداء أمر ضروري في ظل تسارع التغيرات البيئية والتقنية وقوة المنافسة.

تكنولوجيا شاشة العرض أهم المبتكرات التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصال، حيث أضحت لها آفاق جديدة خارج نطاق الاستخدام التقليدي بفضل خصائصها وميزاتها الحديثة من حيث الشكل و المضمون.

أصبحت تستغل في المجال التنظيمي على وجه الخصوص، لذلك فحو هذا الجانب يتضمن علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بتحسين أداء المؤسسة.

II. علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بتحسين الأداء المؤسسة.

يتضمن هذا المبحث مؤشرات الأداء التكنولوجي، علاقة تكنولوجيا شاشة أداء المؤسسة من حيث تحسين الأداء وتحسين الاتصال الخارجي و أيضا بناء أو تكوين الصورة الذهنية.

1. الأداء التكنولوجي في المؤسسة.

للربط بين الأداء بمفهومه المتطور و عنصر التكنولوجيا في المؤسسة، لابد أن يشير إلى أهم مؤشرات الأداء المستعملة في تحديد القدرة التكنولوجية و هي كما يلي: ⁽¹⁾

1.1. معدل الابتكار التكنولوجي: وهي اختيار واحد أو أكثر من مقاييس الأداء التكنولوجي للمنتجات والعمليات الرئيسية ورصد تقدمها عبر الزمن.

2.1. إنتاجية البحوث و التطوير: يمكن تحديد أي مقياس للإنتاجية كنسبة التغير في المخرجات إلى التغير في المدخلات، و على سبيل المثال التحسن في أداء المنتج و العملية مقسوما على الاستثمار الإضافي في البحوث و التطوير (R&D).

3.1. معدل العائد على الاستثمار في البحوث و التطوير: و هو مقياس الربح المتولد عن قدر معين من الاستثمار في البحوث و التطوير.

4.1. الموارد المخصصة للبحث و التطوير: و هو مقياس لمستوى الإنفاق لمشاريع المختلفة و وحدات النشاط و في ظل مستوى الشركة ككل.

¹ (نبيل مرسي خليل، هل يمكن لشركتك النجاح بدون عداد خطة إستراتيجية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995، ص 220).

5.1. معدل تقييم منتج جديد: و هو يقاس من خلال عدد المنتجات الجديدة المقدمة سنويا, عدد براءات الاختراع المتحصل عليها, أو نسبة المبيعات المشتقة من منتجات جديدة.

6.1. التنوع المعتمد على التكنولوجيا: طالما أن إستراتيجية التكنولوجيا موجهة جزئياً نحو هدف التنوع، فإنه من المهم قياس درجة النجاح في إنجاز هذا الهدف من خلال نسبة المبيعات الناتجة من مجهودات الخاصة بالتنوع.

7.1. مقاييس أخرى ملائمة:

يمكن استخدام مقاييس أخرى على حسب طبيعة المؤسسة مثل: حقوق الاختراع أو مبيعات التكنولوجيا، زمن تدريب الأفراد على التكنولوجيا الجديدة، زمن دورة تنمية منتج جديد، تكلفة التطوير لكل مرحلة و مستوى التفوق التكنولوجي.

و كخلاصة لهذا العنصر يمكن أن نعتبر القدرة التكنولوجية مكونة من أربعة عناصر أساسية تكون في مجملها القدرة التكنولوجية و هي: القدرات الهندسية و القدرات الاستثمارية و القدرات الإنتاجية، والقدرات الإبداعية، و توافر هذه القدرات على المستوى الجزئي ولو بشكل متفاوت بين المؤسسات يعطي قدرة تكنولوجية على المستوى الكلي.

2. دور تكنولوجيا شاشة العرض في تحسين أداء المؤسسة.

1.2. إدماج تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة:

إن تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالنسبة للمؤسسة تعتبر من الأدوات التي تستخدم لبناء نظم المعلومات، والتي تساعد الإدارة على استخدام المعلومات المدعمة لاحتياجاتها، والقيام بمختلف العمليات التشغيلية في المؤسسة، عن طريق تحويل وتخزين ومعالجة كل أنواع المعلومات في شكل معطيات موحدة، وبثها بسرعة في كل أنحاء العالم باستعمال الانترنت.⁽¹⁾

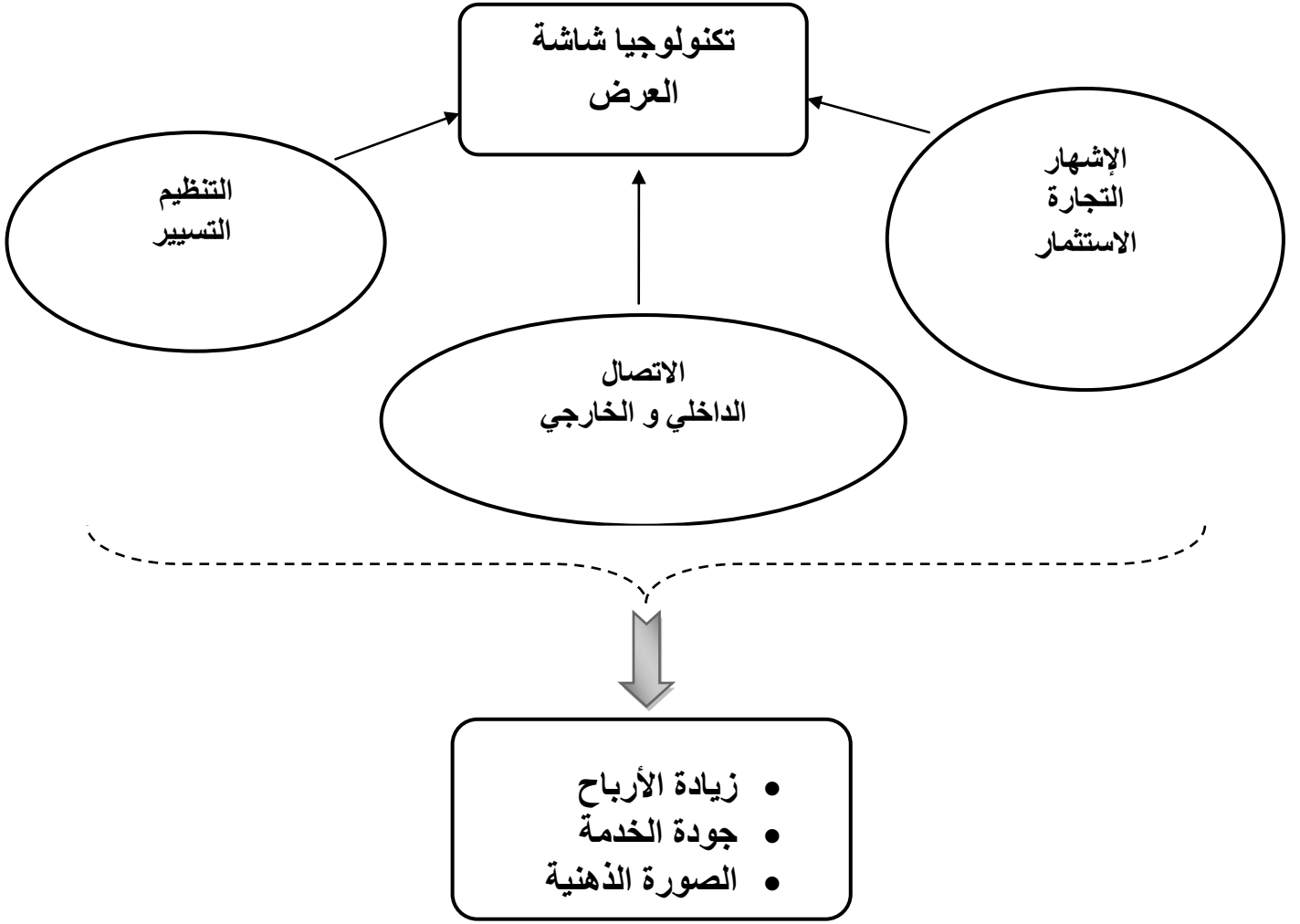
إن التكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال وتطور الشبكات، جعلت من النظام الهرمي في المؤسسة نمط جديدا متحرر من قيود المكان و الزمان.

الواضح وفق عالم تكنولوجيا الاتصال إن مخطط النمو التقليدي للمؤسسة القائم على الإنتاج و توزيع المواد المصنعة محدود بعكس المنظمة الحديثة القائم على الذكاء و الفكرة الخلافة و القدرة على معالجة المعلومات و الابتكار والتصور و التنظيم و التكيف⁽²⁾.

(1) بن بركة عبد الوهاب ، بن العركي زينب، اثر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في دفع عجلة التنمية ، مجلة الباحث، عدد 07 ، جامعة قاصدي مرياح ، ورقلة ، 2002 ، ص 24.

(2) رضا النجار، جمال الدين ياجي ، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال "الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الاعلام بالمغرب العربي"، قمة مجتمع المعلومات اليونسكو ، نوفمبر 2005 ، ص 203.

2. علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بتحسين أداء المؤسسة:



الشكل 8. تحسين أداء المنظمة من خلال تكنولوجيا شاشة العرض (إعداد الطالبتين).

إن نجاح المؤسسة يستلزم أن تكون في مقدمة منافسها سواء من ناحية التكاليف، السعر، الجودة أو الخدمة، لذلك تلجأ المؤسسة إلى استخدام كل ما يمكنه أن يحسن من أداءها. واحد أهم الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة لتحسين أدائها تكنولوجيا الاتصال الحديثة و التي يمكن أن تصنف إلى عنصرين:

العنصر الصلب: ممثلة في القاعدة الصناعية الآلات و المعدات أو صناعة السلع الرأسمالية ومختلف الوسائل التقنية التي تسهل الأعمال و تساعد على إتقانها مثل تكنولوجيا هاتف النقال، الحاسوب، الراديو، التلفاز.

العنصر الناعم: الممثل في المعلومات و المعارف التي يبتكرها و يخترنها البشر العارفون المهرة، و هي تكنولوجيا في شكل معارف تقنية و علمية، تمكن من تطوير مختلف الصناعات، القطاعات و الخدمات و النشاطات الاقتصادية و غيرها، مثل التطبيقات البرامج⁽¹⁾.

تعتبر تكنولوجيا شاشة العرض عاملا محفزا في تحسين أداء المؤسسات خاصة الاقتصادية، في مجال التنظيم و التسيير و الاتصال و الخدمة و التجارة من أجل تحقيق أهدافها وهي زيادة الأرباح و تحسين الصورة الذهنية وجودة الخدمة.

تعمل تكنولوجيا شاشة العرض في المؤسسة على تعزيز العلاقات مع الزبائن من خلال منظومة اتصال متكاملة تشمل معظم الجوانب الفنية و التقنية بنسبة لشكل و المضمون حيث تشمل الخدمات الصوتية و خدمة النداءات عن بعد، بالإضافة إلى حجم الشاشة و إنتاج الصورة ذات نقاوة و دقة عالية. كذلك دعم صيغ الرسومات البيانية، النصوص، الرسومات المتحركة و الرسومات البيانية المنصوصة ذات قدرة العرض الأمثل لمسافة رؤية/ مشاهدة طويلة أو قصيرة، الكاملة مع دعم البيانات المشفرة بالألوان، دعم صيغ ومصادر البيانات المتعددة من خلال الوقت الحقيقي و كذلك تغذية البيانات المتخصصة، حيث تؤدي تكنولوجيا شاشة العرض دورا فاعلا بالنسبة للمؤسسة ذات التوجه الاستراتيجي الساعي لتحقيق القدرة التنافسية من خلال تعزيز كفاءة و فعالية الأداء.

المؤسسات الكفاء لابد أن تتسم بامتلاكها لتكنولوجيا الاتصال كي تتمكن من تحقيق الأداء العالي من خلال ما تقدمه من خدمات متطورة فضلا عن تحسين عمليات التسويق و تحسين الجودة.⁽²⁾

1) بلخضر نصيرة، بن حليمة هوارية، الإبداع التكنولوجي أساس نجاعة الأداء الاستراتيجي للمؤسسي، الملتقى

الدولي الرابع حول المنافسة و الإستراتيجية التنافسية للمؤسسة الصناعية خارج قطاع المحروقات، ص12.

2) صبري هالة، تكنولوجيا المعلومات و دورها في تخزين مشاركة العاملين، تكنولوجيا المعلومات و دورها في تنمية الاقتصادية، عمان، اريار 2002، ص 213.

فضلا عن دور تكنولوجيا شاشة العرض في تحديث و تطوير أداء المؤسسة من خلال التنظيم و التسيير، كما تساهم في خلق أنواع جديد من الوظائف و مجالات عمل و نشاطات في بيئة العمل.

- تساهم في خلق نظام في المؤسسة (تسهل و تنظم حركة الدخول و الخروج).
- تحسين من عملية الاتصال.
- يتم إدارة محتوى الإعلانات عن بعد.(التحكم المركزي)
- تحيين و ترمين المعلومات.

يمكن لتكنولوجيا شاشة العرض أن تحسن من أداء المؤسسة من خلال زيادة الأرباح من خلال الاستثمارات التجارية للمؤسسات الخارجية في مجال الإشهار (الإعلانات التجارية) .

بمعنى توليد أرباح من أشكال و مساحات الإعلانات الجديدة في المؤسسة، التخلص من تكاليف النشر و تبرز علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بالأداء المنظمي، من خلال استغلال مزايا تكنولوجيا شاشة العرض في المؤسسة لذلك تستخلص مما سبق الذكر أنه ومن أجل نجاح معظم المؤسسات لابد لها من استعمال التكنولوجيا من خلال تطبيق عدد من الإجراءات و تدريب المستخدمين على هذه التكنولوجيا لضمان عملها بشكل صحيح و بما يحقق معايير الأداء الكفاء التي تسعى المنظمة إلى تحقيقه و هو ما تسعى إليه أيضا المؤسسة لتحقيقه من خلال تكنولوجيا شاشة العرض.

3. علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بالاتصال الخارجي للمؤسسة.

1.3. تعريف الاتصال للمؤسسة:

تعريف اتصال المؤسسة من خلال القاموس الموسوعي لعلوم الأعلام و الاتصال.

بأنه «حديث المنظمات عن نفسها، النقيض من الاتصال التجاري، ذلك الاسم الآخر للإعلان و المرتبط بالمنتجات أما بالنسبة للمؤسسة، فيتعلق الأمر بالعمل على تعريفها، وتعين نشاطاتها و إعطاء صورة حسنة على نفسها سواء، أمام جماهيرها الخارجية (المنتجين، الزبائن، الموردين، البنوك، المساهمين) أو الداخلية (أجراء، مساهمين، ممثلين) بشكل تعبر من خلاله عن شرعيتها الاقتصادية والاجتماعية»⁽¹⁾

2.3. مفهوم الاتصال الخارجي للمؤسسة:

«الاتصالات الخارجية هي جهود الإدارة خارج الحدود المنشأة»⁽²⁾

بمعنى أن هذه الإدارة تعمل على توسع نطاق الاتصالات بحيث يوجد نوع من الامتداد للسمعة الطيبة للمؤسسة في المحيط الخارجي، وربما يصل إلى المجال الدولي أي خارج حدود الدولة التي تعمل فيها المؤسسة أو يقع فيها المركز الرئيسي لأنشطتها.

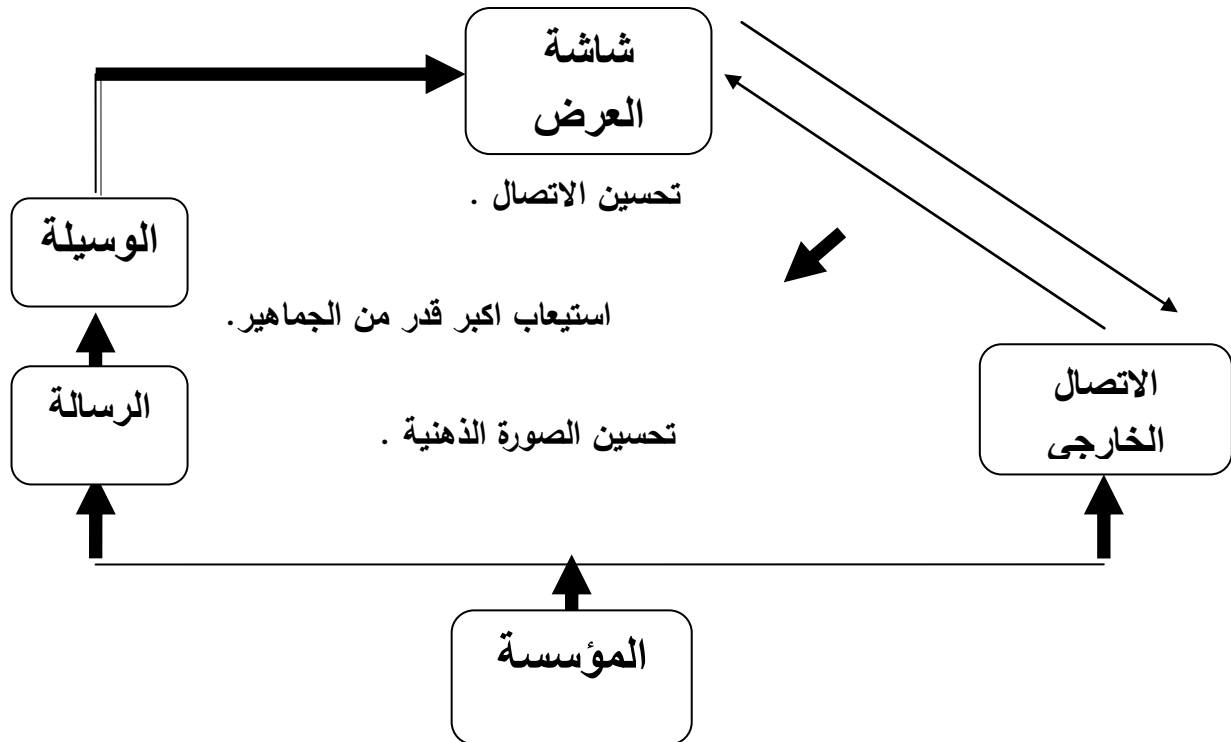
3.3. وسائل الاتصال الخارجي للمؤسسة:

1. الاتصال هاتفي / وسائل هاتفية

⁽¹⁾صلاح الدين محمد عبد الباقي، السلوك التنظيمي "مدخل تطبيقي معاصر" ، دار الجامعة الجديدة ،الإسكندرية،2003 ، ص276.

⁽²⁾أحمد محمد المصري ، الإعلان في مؤسسة شباب الجامعة ،الإسكندرية ،1992، ص139 .

2. مكاتبات رسمية
3. فاكس
4. البريد الإلكتروني/ الموقع الإلكتروني
5. نشرات و مطويات و تقارير
6. إعلان بالصحف التقليدية و الالكترونية
7. المعارض
8. العروض التقديمية Pourpoint
9. ورقة الحقائق Fact Sheet
10. وسائل الإعلام الجديد. ⁽¹⁾



الشكل 9 بوضوح : علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بالاتصال الخارجي (إعداد الطالبتين)

¹ أحمد محمد المصري، الإعلان في مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1992، ص 139 .

تدخل تكنولوجيا شاشة العرض ضمن وسائل الاتصال التي تساهم في تحسين الاتصال مع الجمهور الخارجي للمؤسسة فلها إمكانية جذاب اهتمام المستهلك بسهولة الاستخدام الصوت و الصورة والحركة التي تسمح بها هذه الوسيلة. « يختص إشهار التلفزيون بالاستفادة من التقنيات الحديثة ومن الألوان والحجم و الوضوح و الدقة و الجودة»⁽¹⁾.

كما يتميز الإشهار بشاشة العرض بالتكرار مما يزيد من نسبة استيعاب المشاهد للإشهار و هو أقرب إلى واقع استخدام السعة أو لاستفادة من الخدمة، ساعد التطور التكنولوجي في التقنيات الاتصال على إعطاء دفعة قوية للمؤسسة خاصة إذا كانت ذات طابع اقتصادي للاهتمام بالاتصال الشامل.

حيث أن تقنية شاشة العرض التلفزيون تسهل وتحسن التواصل مع الجمهور، أحدثت جديد في شكل الاتصال الخارجي لأنها تمتاز بخصائص حديثة من حيث الحجم و الشكل و الجودة و دقة و الوضوح وحتى البرمجة، حيث يمكن أن تدخل ضمن هذه الوسيلة اللوائح الإلكترونية. اللافتات الرقمية. إن الاتصال الخارجي للمؤسسة يشكل المحور المفضل لتنسيق التبادلات مع العالم الخارجي، لكي يكون متوازن النمو و دون صراع، لذلك من المهم أن انتقاء مخارج هذه المبادلات بطريق علمية و مدروسة بما يخدم هدف المؤسسة وهو تحسين الاتصال.

لذلك يمكننا أن نعزو دوافع استخدام هذه التكنولوجيا شاشة العرض في المؤسسة إلى المزايا التقنية المستخدمة في جهاز كالنتيجة لتطور تكنولوجيا الاتصال من حيث الشكل و المضمون.

¹محمد حافظ حجازي، المقدمة في التسويق، دار الوفاء الدنيا للطباعة و النشر، الإسكندرية، 2005، ص245.

مثالا عن ذلك:

- الوسائط المتعددة Multi Média
- التطبيقات Les applications
- الشكل المسطح لشاشة وحجمها.
- الوضوح - الدقة - الجودة للصورة.
- وحتى توفر الطاقة و تقليل التكاليف.
- تقليص الجهد و الوقت.

4. دور تكنولوجيا شاشة العرض في تكوين الصورة الذهنية.

1.4. مفهوم الصورة الذهنية:

بدأ استخدام مصطلح الصورة الذهنية (image) عندما أصبح لمهنة العلاقات العامة تأثير كبير، في بداية النصف الثاني من القرن العشرين، و قد كان لكتاب (تطوير صورة المنشأة) للكاتب الأمريكي لي بريستول Lee Bristol في عام 1960 اثر كبير في نشر لمفهوم صورة المنشأة بين رجال الأعمال.

بما أن الإنسان لا يستطيع الإحاطة بالعالم الذي يعيش فيه بمجرد الملاحظة، لكونه يقع خارج نطاق إحساسه، لذلك يتشكل فهم الإنسان للعالم الذي يعيش فيه على مراحل من النضج و التطوير و الحصول على المعلومات، و من هنا يبرز دور وسائل الإعلام و الاتصال.

يعرفها قانون ويستر في طبيعته الثالثة بأنه >> مفهوم عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة يشير إلى اتجاه هذه الجماعة الأساسي نحو شخص معين أو نظام ما أو فلسفة أو قومية ما أو مؤسسة معينة أو أي شيء آخر <<(1).

2.4. تعريف الصورة الذهنية للمؤسسة:

يعرف هارولد ماركس (Harold Marquis) الصورة الذهنية للمنظمة CORPO RATE IMAGE أنها:

هي إجمالي الانطباعات الذاتية للجماهير عن المنظمة، و هي عقلية غير ملموسة تختلف من فرد إلى آخر، وهي مشاعر التي تخلقها المنظمة لدى الجماهير يتأثر ما تقدمه من منتجات، وتعاملاتها مع الجماهير، وعلاقتها مع المجتمع، و استثماراتها في النواحي الاجتماعية و مظهرها الإداري و تندمج تلك الانطباعات الفردية و تتوحد لتكوين الصورة الذهنية الكلية للمؤسسة(2).

و يرى الدكتور علي عجوة أن: الصورة الذاتية الناتج للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه، أ منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، و تتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة و ترتبط بعواطف و اتجاهات و عقائد الأفراد(3).

3.4. أنواع الصورة الذهنية:

إن للصورة الذاتية التي تتكون حول المؤسسة أنواعا متعددة و هي:

1. الصورة المرآة: وهي الصورة التي ترى المؤسسة نفسها فيها.

(1) علي عجوة، العلاقات العامة و الصورة الذهنية ، ط1 ، عالم الكتب، القاهرة، 1983، ص 4.

(2) علي عجوة ، كريمات فريد، العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية و إدارة الأزمات ، ط 1، عالم الكتب ، مصر، 2005، ص 182.

(3) علي عجوة ، المرجع السابق ، ص9.

2. الصورة الحالية: و هي التي يرى بها الآخرون المؤسسة.
3. الصورة المرغوبة: هي التي تود المؤسسة أن تكونها لنفسها في أذهان الجماهير.
4. الصورة المثلى: و هي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا تم الأخذ بعين الاعتبار منافسة المؤسسات الأخرى و جهودها في التأثير على الجمهور.
5. الصورة المتعددة: تحدث عند تعرض الجمهور للممثلين مختلفين للمؤسسة و يعطي كل منهم انطبعا مختلف عن المؤسسة.

4.4. وسائل تكوين الصورة الذهنية:

لوسائل الاتصال الجماهيرية دور كبير في الطريقة التي تُبنى بها تصورنا للعالم أو ،نكون بها آراء و أفكار جديدة، لذلك من الضروري اهتمام المنظمات بتقديم رسائلها من خلال وسائل الاتصال لمخاطبة الجمهور العام لعجز وسائلها الخاصة أو التقليدية عن الوصول إلى جمهور كبير واسع الانتشار. مستغلنا في ذلك حداثة و تكنولوجيا وسائل الاتصال.

ومن ثم فان وسائل الاتصال التي تستخدم في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة تنقسم إلى قسمين:

1. يضم كل وسائل الاتصال الخاصة بالمنظمة أو المؤسسة و التي توجه إلى جماهيرها بصفة أساسية.

و تتميز الوسائل الخاصة بتركيزها على أهداف المؤسسة أو نشاطاتها،و يتوقف استخدام كل وسيلة من هذه الوسائل على المتغيرات التالية:

1. طبيعة الفكرة المطروحة أوالهدف الذي تسعى لتحقيقه من خلال رسالة معينة.

2. خصائص الجمهور المستهدف من حيث عاداته الاتصالية و قابلية للتأثير من خلال أسلوب معين بشكل فعال عن طريق وسيلة معينة.

3. أهمية عامل الوقت بالنسبة للموضوع الذي يتناوله الاتصال.

4. مزايا كل وسيلة و ما تحققه من تأثير على كل جمهور من جماهير المؤسسة.

2. وسائل الاتصال العامة:

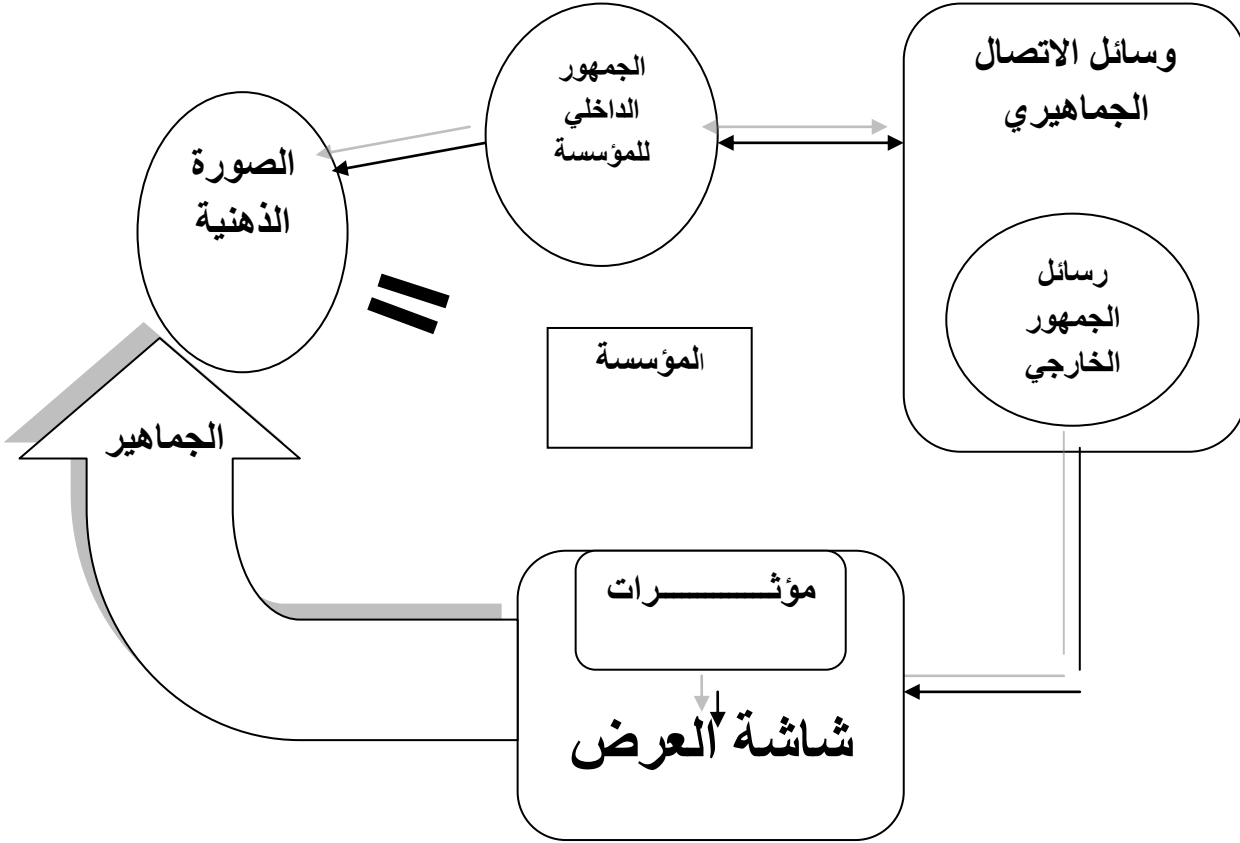
تلجأ العلاقات العامة في ممارسة نشاطها الاتصالي في المؤسسة الى وسائل الاتصال الجماهيري كالصحف و المجلات و الراديو و السينما و التلفزيون وكتب الثقافة العامة و المعارض القومية، و يمكن أن نظيف إليها بالنسبة للمدن الكبرى كالإعلانات المضيئة وهي إعلانات شهرة بصفة أساسية تستهدف التأثير على انتباه المشاهدين لها⁽¹⁾.

وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي تعتبر امتداد أو تطورا عن الوسائل التقليدية، هذه التكنولوجيا انسلخت عن الوسائل التقليدية بحيث أصبحت تنتم بخصائص و أشكال جديد مثل الراديو الرقمي الصحافة الالكترونية اللوائح الرقمية شاشة العرض المسطحة شاشة الذكية و كذلك تكنولوجيا الوسائط المتعددة و غيرها.

5.4. دور تكنولوجيا شاشة العرض في تكوين الصورة الذهنية في

المؤسسة:

مخطط حول دور تكنولوجيا شاشة العرض في تكوين الصورة الذهنية (إعداد الطالبتين).



الشكل 10 : يوضح علاقة تكنولوجيا شاشة العرض بتكوين الصورة الذهنية

تشير الدراسات إلى أن تكنولوجيا وسائل السمعية البصرية خاصة في عصر تطور الهائل الذي تستهدف وسائل الاتصال تمتاز بتأثير أقوى من الوسائل السمعية أو المكتوبة و غير ذلك لأنها تجمع بين مزايا بالإضافة إلى شكلها و حجمها و تقنياتها الحديثة.

لذلك لتكنولوجيا شاشة العرض الحديثة أو شاشة العرض المسطحة دور هام في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة، لكونها:

- أقرب وسيلة اتصال تجمع بين الصوت و الصورة و الحركة و اللون و تستطيع أن تحجم رسائلها حسب متطلباتها لتبدو واضحة.
- الإعلانات الرقمية التي تبينها المؤسسة من خلال شاشة العرض الحديثة تجلب انتباه الجمهور و تلفت نظرة إلى درجة التأثير.
- تساهم تكنولوجيا شاشة العرض في بناء صورة إيجابية عن المؤسسة من خلال أنها تسهل التواصل مع الجمهور من خلال سرعة وصول المعلومة لأنها تقدم المادة الاتصالية في نفس زمن حدوثها و توفير الإحساس الجماعي للجمهور.
- كما أن استخدام هذه التكنولوجيا بحد ذاتها يوحي بصورة إيجابية في أذهان جمهورها عن مدى تطورها و مواكبتها لتطور التكنولوجي و مدى عصريتها (نوعية الوسيلة).
- إن صياغة و نقل رسالة جذابة و مناسبة بكل المقاييس التقنية المتوفرة في نظام الحاسوب و تطبيقات الموجودة في الشاشة العرض تستحوذ على اهتمام المستهلك. الاعتبارات جمالية و تجارية و غيرها خصوصا إذا كان المؤسسة ذات طابع اقتصادي.
- يمكن أن تساعد تكنولوجيا شاشة العرض الحديثة في بناء صورة حسنة عن المؤسسة من خلال الخدمات التي تقدمها وتعمل على جذب الزبائن مثل الإشهار **** آلية شبكات الاتصال.
- نوع الشاشة و تقنياتها و تطبيقاتها و حجمها و مكانها يساهم في بناء الصورة الذهنية لدى الجمهور عن المنظمة.
- استخدام المؤسسة تصاميم متعددة لتكنولوجيا شاشة العرض يساهم في تكوين صورة ذهنية.

خلاصة الفصل

يبدو مما سبق الذكر أن تكنولوجيا الشاشة المسطحة أو شاشة العرض مهمة بنسبة للمؤسسة حيث يمكن أن تحسن من مستوى أدائها وذلك من خلال :

1. تحسين شاشة العرض الأداء من خلال التنظيم والتسيير وجودة الخدمة.

2. تحسن الاتصال الخارجي، من خلال إضفاء شكل جديد للاتصال وإلغاء النمط

التقليدي، وتسهل من انتقال المعلومة.

3. تساهم في زيادة الأرباح بفضل الاستثمار لإشعاري .

4. تعمل على تكوين صورة ايجابية عن المؤسسة في أذهان جماهيرها.

إطار التطبيق

1. تكنولوجيا شاشة العرض في مطار ورقلة.

يتم التطرق في هذا الجانب إلى التعريف بالإطار العام للمؤسسة (مطار ورقلة) وأقسامها الإدارية بمعنى الهيكل التنظيمي، بالإضافة إلى الشرح كامل وبتفصيل عن كيفية عمل تقنية شاشة العرض في مطار عين البيضاء.

1.1. بطاقة فنية عن مطار عين البيضاء ورقلة .

مطار ورقلة مؤسسة حكومية مدنية ذات طابع اقتصادي تحت قيادة عسكرية مطار ورقلة-عين البيضاء في اتحاد النقل الجوي الدولي (IATA)... رمز مطار ورقلة هو OGX و فيمنظمة الطيران المدني الدولي OACI رمز مطار ورقلة هو DAUU و هي مؤسسة الوطنية الجزائرية ، وتقع في قرية عين البيضاء على بعد 7 كم من مدينة ورقلة جنوب شرق البلاد يخدم مدينة ورقلة شمال الصحراء الجزائرية و منطقتها (ولاية ورقلة).

المطار يملك مدرجين من اسمنت المزفت (أي مكون من مادة الزفت) مع طول كل منها 3000 م مخصصين للهبوط و الإقلاع.

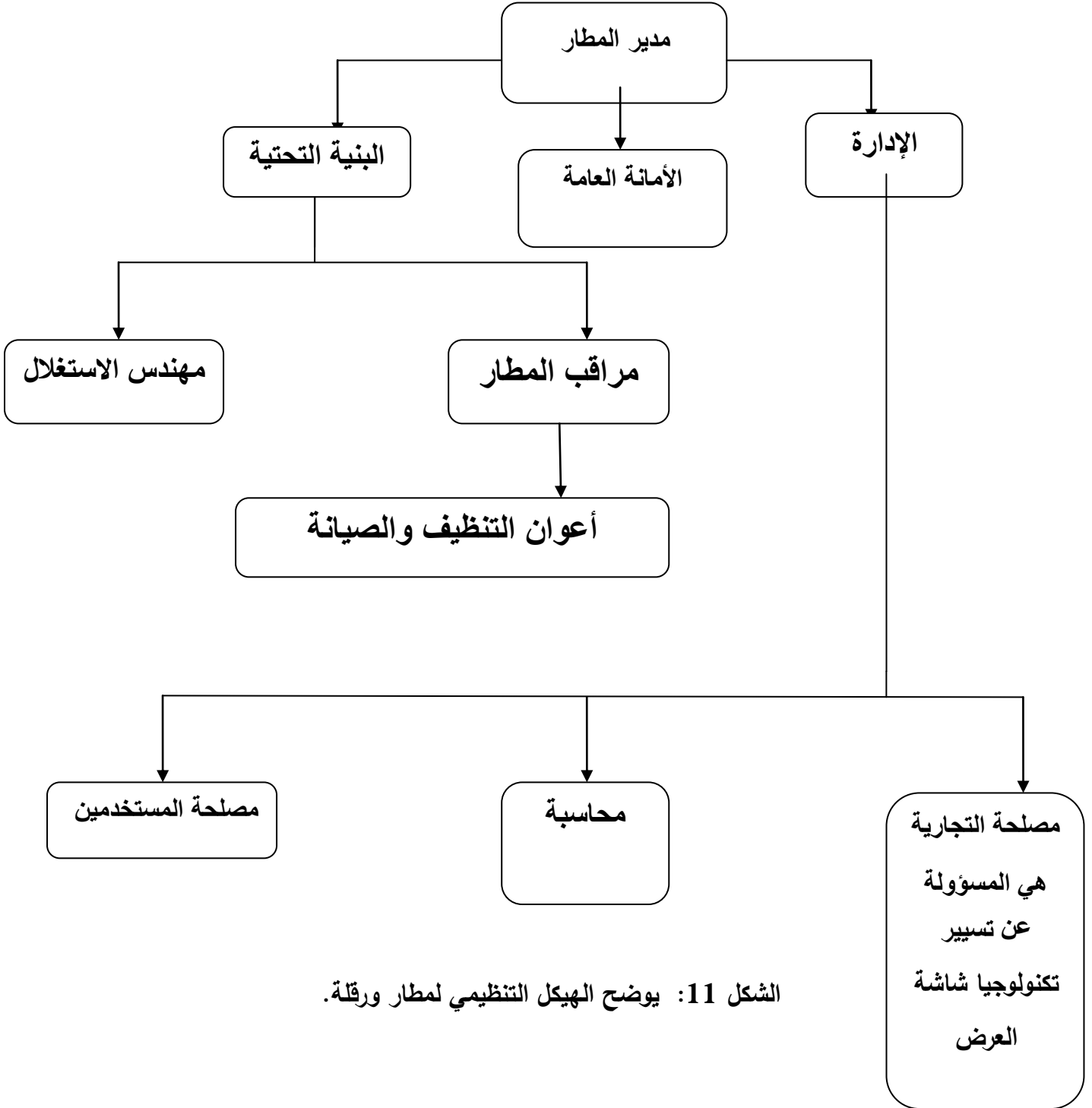
شركة الطيران الوطنية الخطوط الجوية الجزائرية . تحلق جوا من المطار ورقلة و المدن الرئيسية في شمال الجزائر الجزائر العاصمة . قسنطينة . وهران . وبعض المدن في جنوب الجزائر... أدرار، جانت ، اليزي . تمراسات . القولية (المنبعة) و عين امناس.

يدار المطار من قبل **EGSA** مؤسسة تسيير مصالح مطارات الجزائر، هي مؤسسة حكومية جزائرية تقوم بإدارة 18 مطار بالجزائر. تأسست الشركة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 87-173 المؤرخ في 11 أغسطس 1987 تحت إشراف وزارة النقل و تمثل مهامها في إدارة التسيير و التطوير مطارات الجزائر.

"مؤسسة تسيير مصالح مطارات الجزائر "

« Etablissement de Gestion de services Aéroportuaires d'Alger »

مؤسسة تسيير مصالح مطارات الجزائر في مطار ورقلة .



الشكل 11: يوضح الهيكل التنظيمي لمطار ورقلة.

2.1. تطبيق تكنولوجيا شاشة العرض في مطار ورقلة .

مؤسسة تسيير المطارات **EGSA** هي المسؤولة عن استخدام وتسيير شاشة العرض، حيث تقوم بوضع برنامج الرحلات، الإقلاع والهبوط وحالات الطوارئ ويمكن أن تستثمر الجانب الإشهاري و الإعلانات الخاص بالمؤسسات المتعاقدة في ومع مطار عين البيضاء.

أولا: أدخلت تقنية شاشة العرض الحديث في مطار ورقلة جويلية 2014م .

يعتمد استخدام تكنولوجيا شاشة العرض في المطار على:

- الحاسوب الرئيسي .
- الانترنت (الشبكة الداخلية المحلية) INTRANET .
- CABLE.
- شاشة عرض مسطحة من نوع PLAZMA .
- مودام MODAME.
- رمز مشفر ADDRESS IP.

حسب الدراسة الميدانية في مطار ورقلة فإنه يتم استخدام تكنولوجيا شاشة العرض كالتالي :

1. الحاسوب الرئيسي :يحوي على برنامج مخصص لمضمون شاشة العرض، حيث يتيح هذا البرنامج

إمكانية :

- إضافة أو تعديل أو تغيير الرحلات حسب التوقيت بنسبة للإقلاع والهبوط أو في حالة الطوارئ.
- يتيح إمكانية التحكم في درجة الألوان.

- ومبرمج الاستخدام ثلاثة للغات العربية، الفرنسية، الانجليزية.
 - ويوفر طريقة عرض الصور: بشكل ثابت، متحرك، صوت وصورة متحرك.
 - يمكن كراء صفحة من هذا البرنامج لمؤسسات متعاقد مع المطار مثل شركات الخطوط الجوية.
 - يتيح أيضا إمكانية إنشاء الإعلانات الخاصة بالمناقصات ، بالإضافة إلى الإشهار.
- هذا البرنامج مصمم من المؤسسة الأم (المركزية) ويوجد العديد من البرامج العالمية والدولية والوطنية التي تعمل بها المطارات الكبرى .

اسم البرنامج : EGSA_TELEAFFICHAGE .



الشكل 12: يوضح برنامج

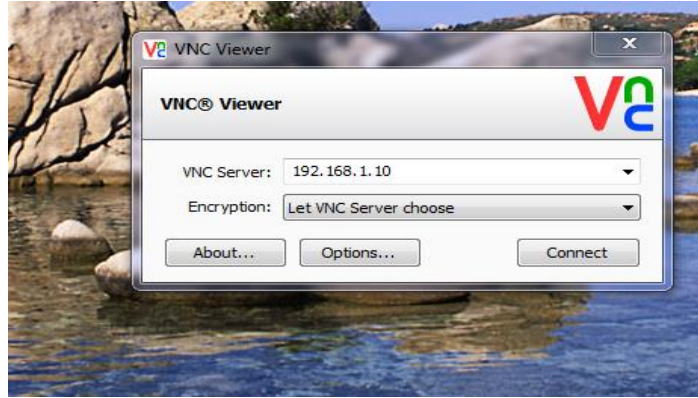
EGSA_TELEAFFICHAGE

بمعنى يتم في هذا البرنامج عمل و إنشاء كل ما يمكنه أن يعرض في شاشة العرض .

- في الحاسوب الرئيسي يوجد تطبيق APPLICATION يربط بين شاشة العرض والحاسوب .

اسم التطبيق : VNC VIEWER .

الشكل 13: يوضح
تطبيق يربط بين
الحاسوب وشاشة
العرض

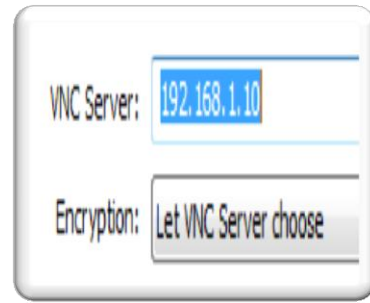


يقوم هذا التطبيق بعرض ما تم إنشائه في برنامج EGSA_TELEAFFICHAGE.

ويتم الولوج إليه عن طريق رمز رقمي مشفر .



الشكل 14: يوضح كيف
يتم الولوج في البرنامج
من خلال الرمز الرقمي
المشفر



2. الانترنت (الشبكة الداخلية المحلية)

.INTRANET

يمتلك المطار جهاز أو من معدات شبكة الانترنت لنقل
الصور والصوت .

يعمل بنظام التغذية وتوزيع المعلومات بين الحاسوب
الرئيسي وشاشات العرض ،موصولة بواسطة كوابل .



الشكل 16: يوضح شكل الشبكة
المحلية المستخدمة في المؤسسة

3. CABLE :



هو الوسيلة التي تدعم عرض الصوت و الصورة عالية الجودة والذي يتصل بالحاسوب الرئيسي وشاشات العرض ، عن طريق رمز مشفر لكل شاشة .

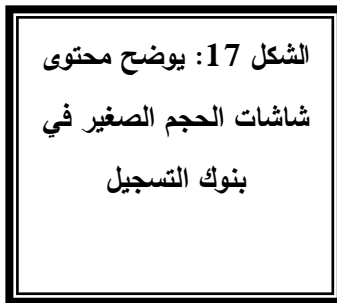
4. رمز مشفر IP ADDRESS .

هو العنوان آلي يستخدمه الجهاز العضو في الشبكة ليتواصل مع الأجهزة الأخرى (يستقبل ويرسل البيانات).

5. شاشة عرض مسطحة من نوع PLAZMA .

مجهر المطار من ثمانية شاشات عرض مسطحة من نوع بلازما موزعا كآلاتي :

- أربع شاشات صغيرة الحجم مخصصة لبنوك التسجيل ،محتواها مبرمج وفق الرحلات المخصصة حيث يتوجه إليها المسافر حسب الوجهة وشركة الطيران.



مثل

- شاشتين متوسط الحجم مخصصة لقاعات الانتظار، قبيل الإقلاع يتم فيها عرض الرحلة والوقت واليوم.

EMBARQUEMENT			
Ouargla / Ain Beida		13:33	
EGSA-ALGER vous souhaite un bon voyage			
Compagnie	N° Vol	Destination	Salle
الشوف الوية الجزائرية AIR ALGERIE	6401	Oran/Ahmed Ben Bella	1
الشوف الوية الجزائرية AIR ALGERIE	6217	Alger/Houari Boumediene	1
الشوف الوية الجزائرية AIR ALGERIE	6310	Alger/Houari Boumediene	1
الشوف الوية الجزائرية AIR ALGERIE	6311 (Escale)	Alger/Houari Boumediene	A

الشكل 18: يوضح محتوى شاشات الحجم المتوسط الخاصة بقاعات الإقلاع

مثل

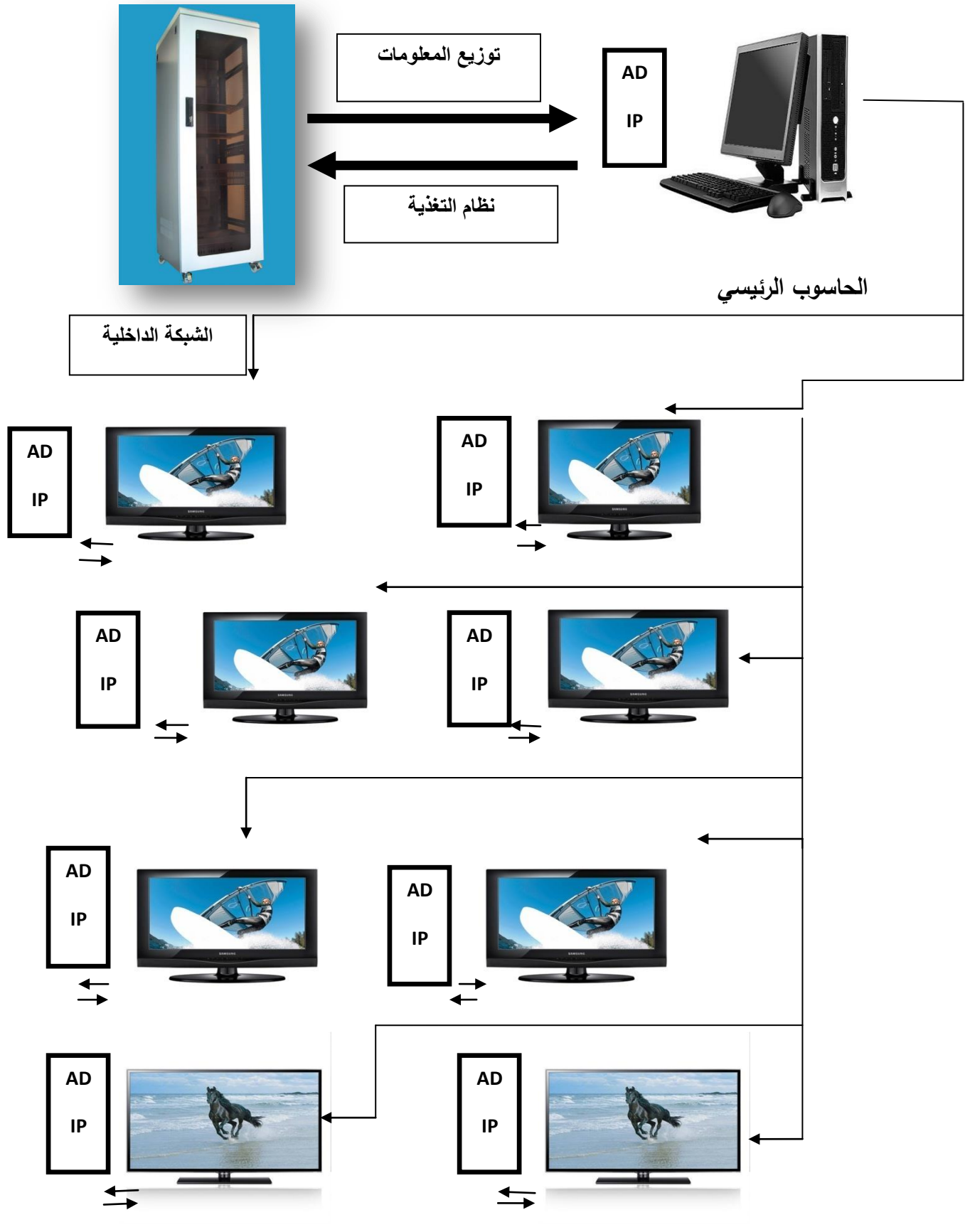
- شاشتين كبيرة الحجم الأول: في قاعة العامة للمطار يتم فيها عرض الإعلانات الخاص بالمطار ومؤسسة EGSA.

أما الثانية:مخصصة لرواق الأمتعة يتم فيها عرض توقيت الوصول ومناطق الرحلات

كل هذه الشاشات تملك رمز مشفر **ADDRESS IP** خاصتها ، بحيث أن كل شاشة تتصل عن طريق كابل انترانت بينها و بين علبة الرمز المشفر (مودام **MODAME**).

كل شاشة عرض مثبت خلفها علبة الرمز المشفر . بحيث هذا الرمز متصل مباشرة بالشبكة الداخلية التي تمكن الحاسوب من قراءة هذا الرمز .

- في شاشة العرض يتم اختيار تطبيق نموذج أو نظام الحاسوب .



الشكل 19: مخطط يوضح تطبيق تكنولوجيا شاشة العرض في مطار عين بيضاء ورقلة (إعداد الاطالبتين)

عوامل تحد من نجاح تكنولوجيا شاشة العرض في المطار:

- عدم وجود كفاءات خاصة بمجال تسيير شاشة العرض .
- لا يوجد استثمار فعلي من قبل المؤسسات من اجل الإشهار أو كراء صفحات على الشاشة أو حتى رجال الأعمال.
- التسعيرة المكلفة للإشهار أو الإعلانات.
- هناك بعض المسافرين لا يتقون بما تعرضه شاشة العرض ،حيث يفضل الاتصال المباشر.
- نقص الشاشات وصغر حجمها.
- في حالة العطل أوالطوارئ لا توجد صيانة مستعجلة.

2. تفرغ وتحليل البيانات.

اعداد الاستثمار وتوزيعها: تضمنت الاستثمار التي قامنا بتصميمها لإعداد هذه الدراسة ثلاثة محاور (3) والتي تتضمن خمسة وعشرون (25) سؤالاً موجه لمجتمع البحث، و اعتمدنا على طرح أسئلة في هذا الإطار.

البيانات الشخصية: وتضمنت بيانات شخصية للمبحوثين وهي: الجنس، السن، الجنسية، المستوى التعليمي.
المحور الأول: وهي أسئلة عامة حول استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة واحتوي المحور على اثنا عشرة سؤال (12) أسئلة.

المحور الثاني: تمحورت أسئلة هذا المحور حول علاقة استخدام تكنولوجيا شاشة العرض بتحسين الاتصال مع الجمهور الخارجي وشمل أربعة أسئلة (04).

المحور الثالث: وهي أسئلة متعلقة بتحسين الأداء وصورة المؤسسة وتحتوي على تسعة أسئلة.

صدق وثبات أداة الدراسة:

لتحقق من الصدق الظاهري والصدق المنطقي لمحتوي الاستثمار تم عرضها في صورتها الأولية على (3) محكمين⁺ من ذوي الاختصاص في تكنولوجيا الاتصال الحديثة، للوقوف على آرائهم وملاحظاتهم وتقديرهم على مدى صلاحية فقرات الاستثمار، وفي ضوء ملاحظات المحكمين ومقترحاتهم تم تعديل الصياغة اللغوية للفقرات، وإضافة فقرات مما يجعل أداة الدراسة صالحة لتطبيق.

استاد محاضر عبد القادر قندوز، الاستاذ المحاضر الزاوي محمد الطيب، الاستاذ المساعد صانع رايح. الأستاذة المحكمين للاستثمار.

وللتأكد من وضوح الاستمارة قمنا بتجربتها على عينة مكونة من سبعة أفراد وقد أجمع المبحوثين على وضوح الاستمارة، لتوزع بعد ذلك في الشكل النهائي على أفراد العينة المكونة من 70 فرد، وقد تم استرجاع 65 استمارة وبعد عملية التحقيق ثم الغاء 05 استمارات اجاباتها غير واضحة وتشطيب الأخرى لتتم عملية التفريغ والتحليل على 60 استمارة فقط.

وقد استخدمنا مقياس ليكارث الثلاثي بوضع درجة (1) موافق ودرجة (2) محايد ودرجة (3) معارض، بعد التأكد من صلاحية الأداة و جاهزية تطبيقها، ثم عرضها لعينة الدراسة البالغة 60 فرد، ولغرض التحقق من الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان وثباته استخدمنا معامل ألفا كرونباخ ووجدنا معامل الصدق الكلي لأداة البحث (0,73) وهو معامل مرتفع، وقد كانت قيمة التجزئة قبل التعديل 0,66، وقيمة التجزئة بعد التعديل 0,94، وبهذا يمكننا القول أن جميع عبارات أداة لبحث هي صادقة، وبهذا نكون قد تأكدنا من ثبات أداة البحث مما يجعلنا على ثقة تامة بصلاحيتها لتحليل النتائج.

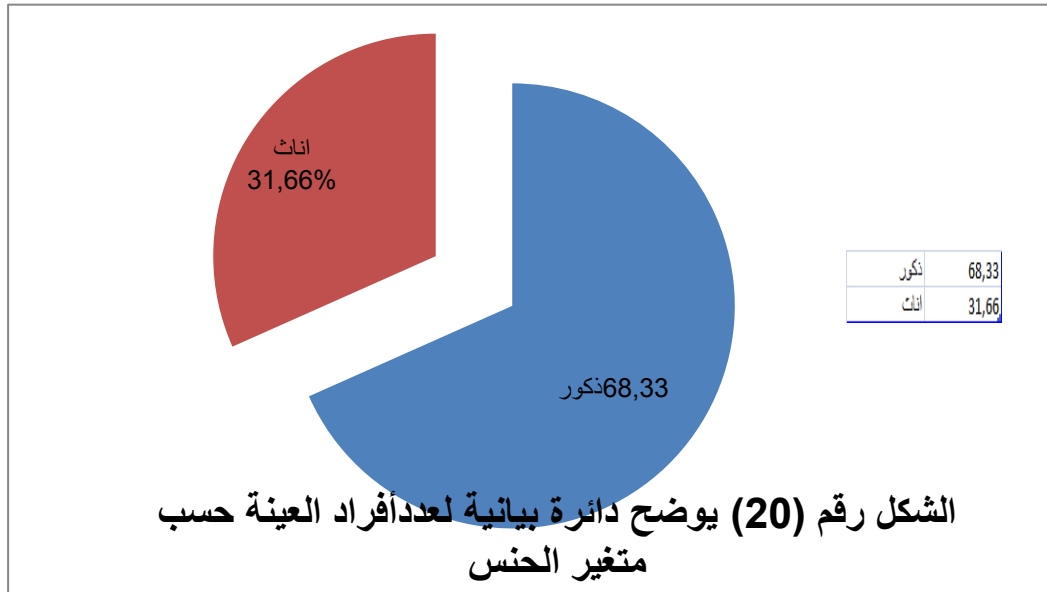
1. البيانات الشخصية.

تساعد البيانات الشخصية الباحث في التعرف على خصائص المبحوثين وخلفياتهم، وكثيرا ما يعتمد عليها كمؤشرات في تحليل البيانات والمعطيات الميدانية، حسب ما تقتضيه متغيرات الدراسة وأهدافها.

ومن هذا المنطلق اشتملت استمارة هذه الدراسة على محور خاص بالبيانات الشخصية ضم أربعة (4) أسئلة تتعلق بالجنس، السن، الجنسية، المستوى التعليمي.

جدول رقم (1) يمثل توزيع العينة حسب متغير الجنس.

النسبة	التكرار	التكرار والنسبة الجنس
68,33%	41	ذكور
31,66%	19	إناث
100%	60	المجموع



يبين الجدول رقم (1) توزيع العينة حسب الجنس حيث بلغت نسبة الذكور منهم 68,33%، بينما قدرت نسبة الإناث 31,66% وبذلك يتجاوز عدد الذكور نسبة الإناث وسبب ذلك يعود إلى طبيعة عمل الذكور يسافرون في إطار مهمات العمل خارجا أكثر من الإناث، إضافة إلى طبيعة البيئة المحافظة للمجتمع بخصوص الإناث بخصوص، وهذا يدل علأن مجتمع الدراسة مجتمع شباب.

جدول رقم (2) يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	تكرار/نسبة السن
%28,33	17	30-26
%28,33	17	35-31
%23,33	14	40-36
%20	12	أكثر من 41
%100	60	المجموع

يعد تحديد السن من أهم محددات خصائص العينة المدروسة ، وذلك راجع إلى أن كل مرحلة عمرية لها اهتمامات وحاجات محددة ، وانطلاقاً من الجدول رقم (2) نلاحظ أن الأفراد التي يتراوح أعمارهم ما بين (26-30، 31-35) يحتلون أكبر نسبة وبشكل متساوي، والمقدرة بـ %28,33 وبتكرار بلغ 17، ويمكن تفسير ذلك أن هذه المرحلة هي مرحلة العطاء إضافة إلى الطاقة الشبابية في مثل هذا العمر، بينما تأتي في المرحلة الثانية الفئة ما بين (36-40) بتكرار بلغ 14 وبنسبة %23,33، أما الأفراد الذين تصل أعمارهم أكثر من 41 سنة فقد بلغت نسبتهم بـ %20 وبتكرار 12 وهي فئة أقل حركة من سابقتها.

وسبب ذلك أيضا الطابع الصناعي لولاية ورقلة، لاحتواء المنطقة على المؤسسات البترولية ومؤسسات الطاقة ، وميل أغلب هذه أعمار المرحلة لمثل هذه الشركات.

جدول رقم (3) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنسية.

النسبة	التكرار	تكرار ونسبة الجنسية
20%	12	أجنبي
80%	48	جزائري
100%	60	المجموع

بالنسبة للمتغير الجنسية الذي يغلب على أفراد العينة للجدول (3) هو جزائري بنسبة 80 %، ويليه في المرتبة الثانية أجنبي بنسبة 20%.

وقد يعود السبب إلى قلة البلدان التي يتعامل معها المطار في حد ذاته، كما أن مطار عين بيضاء ليس مصنفا كمطار دولي، لكن لاحظنا نسبة من الافراد أجنبي ويرجع هذا لطبيعة المنطقة الصناعية التي تمتاز بها ،وقد وظف هذا بشكل ايجابي بالنسبة للعينة اذ أن الاجانب لديهم فكرة مسبقة لشاشة العرض نظرا لتطور الهائل لهذه التكنولوجيا في بلدانهم من حيث الشكل والنوع والمحتوي وطريقة الاستغلال وهو ما يتم استغلاله بشكل ايجابي من طرفنا.

جدول رقم (4) يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	النسبة والتكرار مستوي تعليمي
25%	15	شهادة متوسط فما تحت
41,66%	25	مستوي ثانوي
33,33%	20	مستوي جامعي
100%	60	المجموع

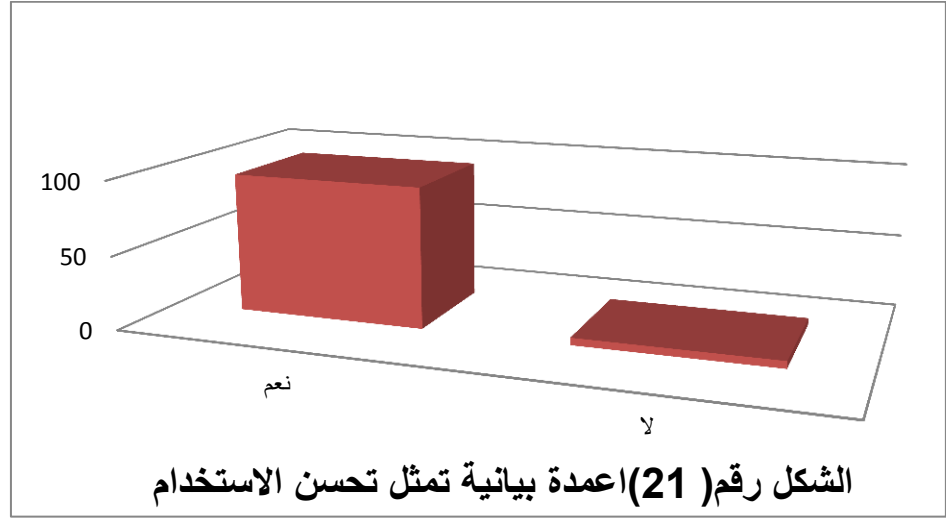
يبرز الجدول رقم (4) والخاص بالمستوي التعليمي وجود ثلاث مستويات علمية، واغلب نسبة تتمثل في المستوي الثانوي، والمستوي الجامعي بنسب متقاربة (41,66% - 33,33%) على الترتيب، حيث تمت أكثر من نصف أفراد العينة، وبليها مستوي شهادة متوسط فما تحت بنسبة 25%، ومنه نستنتج أن أغلبية أفراد العينة متعلمين وذوي مستوي جيد وهو ما يزيد من أهمية البحث والنتائج المتوصل إليها.

المحور الأول: استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

يتطرق هذا المحور إلى استخدام تكنولوجيا شاشة العرض في مطار عين بيضاء ورقلة، كما سندرس الصعوبات التي يواجهها المسافرين في استخدام شاشة العرض إضافة إلى كيفية التعرف على المعلومات من خلالها .

جدول رقم (5) يمثل تحسن في استخدام تكنولوجيا الحديثة في المطار.

النسبة	التكرار	تكرار/النسبة تحسن الاستخدام
95%	57	نعم
5%	3	لا
100%	60	المجموع



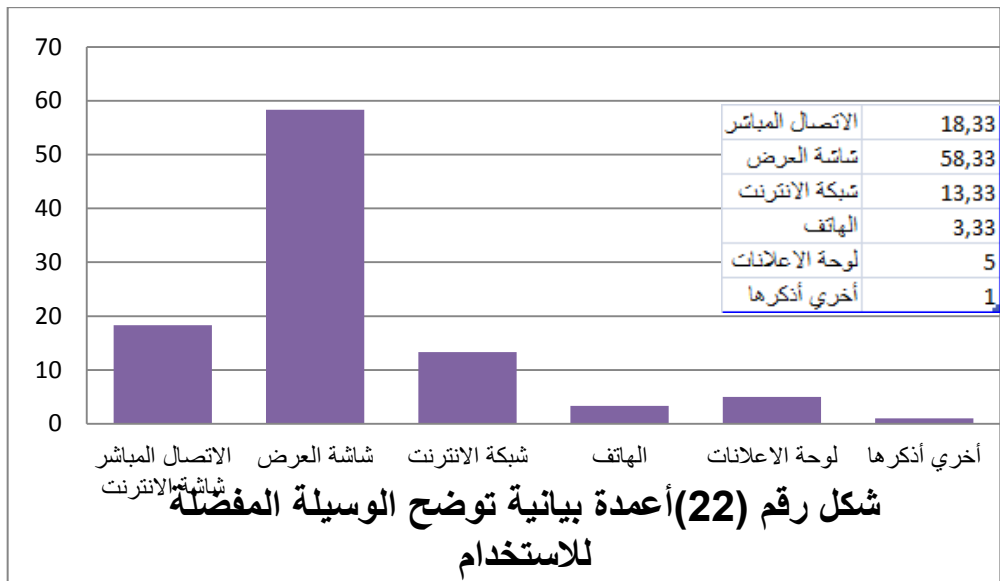
من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول رقم (5) يتضح أن 95% من المسافرين يرون أن هناك تحسن في استخدام تكنولوجيا الحديثة في المطار، بينما 5% من الأفراد يرون أنه لا يوجد تحسن.

وهذا يدل على أن القائمين على المطار يواكبون التطورات التكنولوجية ، وهذا دليل على أن مؤسسة الطيران في تحسن متصاعد في هذا المجال وهو أمر يساعدها على الريادة والنمو وبالتالي تحسن استخدام التكنولوجيا يقابله تحسن في مستوى أداء المؤسسة ،وعليه تحسن الصورة الذهنية للفرد.

جدول رقم (6) يمثل وسائل الاتصال المفضلة للحصول على معلومات الرحلات.

النسبة	التكرار	التكرار / النسبة وسائل الاتصال المفضلة
18,33%	11	الاتصال المباشر
58,33%	35	شاشة العرض
13,33%	8	شبكة الانترنت

الهاتف	2	%3,33
لوحة الإعلانات	4	%5
أخرى أذكرها	1	%1,66
المجموع	60	%100



بعد تفحص الأرقام الواردة في الجدول رقم (6) يوضح عدم وجود أي نسبة معدومة، بمعنى أن الوسائل المتوفرة والمفضلة مستخدمة في المؤسسة مختلفة بين الافراد.

إن قرأت معطيات هذا الجدول تظهر تباينا في الوسائل المفضلة لدى الأفراد إذ تستحوذ شاشة العرض على المرتبة الأولى بنسبة 58,33%، ثم تأتي المرتبة الموالية وسيلة الاتصال المباشر وكان ذلك بنسبة 18,33% من أفراد العينة، في حين تحتل شبكة الانترنت المرتبة الثالثة بنسبة 13,33%، وتحتل لوحة الإعلانات المرتبة الرابعة ب5% من أفراد العينة، ويفضل استخدام وسيلة الاتصال الهاتف بنسبة 3,33%، بينما تحتل تفضيل وسائل أخرى المرتبة الأخيرة بنسبة 1,66% وتتمثل في اقتراح استخدام الفاكس.

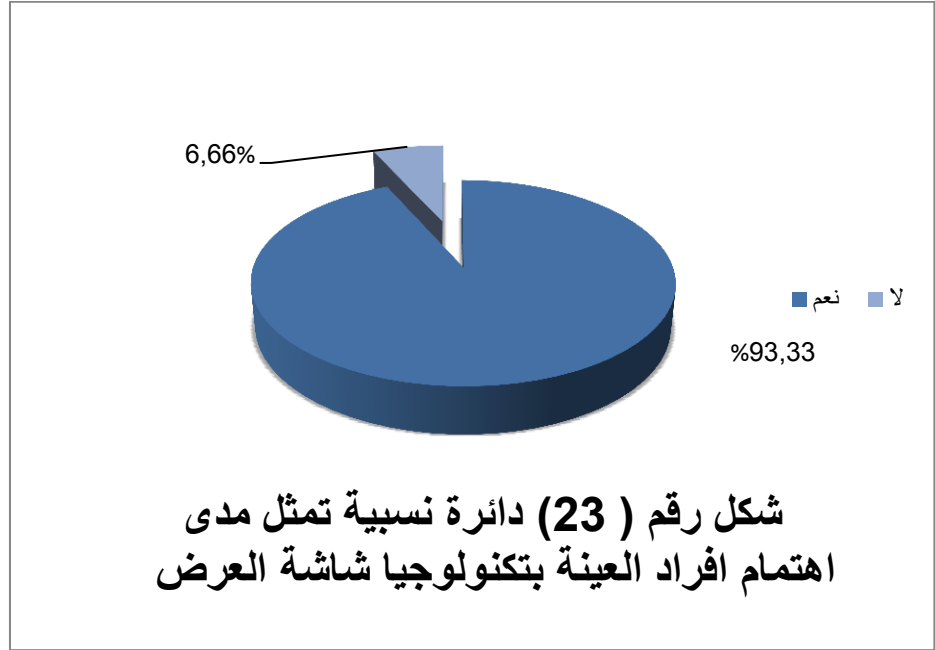
نلاحظ أن وسائل الاتصال الحديثة لم تقضي بدرجة كبيرة على الوسائل التقليدية، فمازال الاتصال المباشر يحتل مكانة هامة في سلم قنوات الاتصال المفضلة، أما بالنسبة لتفضيل شاشة العرض بدرجة الأولى فيعود السبب إلى الايجابيات المحققة منها فاستخدامها قلص الكثير من مشاكل الاتصال في المؤسسة بالإضافة إلى أنه دليل على مسايرة الأفراد لكل ما هو جديد ومبتكر، أما بالنسبة لقلّة تفضيل وسيلة الهاتف فيعود السبب إلى سلبياته في عدم الإجابة في حالة الاتصال بالمؤسسة أو التشويش الذي يعيق الاتصال إضافة إلى التعطيل في بعض الأحيان، ومن الواضح أن لكل وسيلة دورها وتأثيرها، وتشير التجارب أن كل فرد لديه قنوات اتصال مفضلة⁽¹⁾، وهذا ما يفسر ارتفاع نسبة تفضيل وسائل وانخفاض وسائل أخرى.

(1) حسن عماد مكاي، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط4، القاهرة، ا لدار المصرية اللبنانية، 2003، ص58.

كما أن عملية التكيف مع الوسائل الجديدة وتقبل استخدامه قد يساهم في تفسير ارتفاع وانخفاض استخدامها أيضا.

جدول رقم (7) يمثل الاهتمام بتكنولوجيا شاشة العرض.

النسبة	التكرار	التكرار / النسبة الاهتمام بتكنولوجيا ش/ع
%93,33	56	نعم
%6,66	4	لا
%100	60	المجموع



المعطيات الواردة في الجدول رقم (7) تظهر أن نسبة مرتفعة جدا تقدر بـ **93,33%** تؤكد على أنها مهمة بتكنولوجيا شاشة العرض ،بينما نسبة **6,66%** غير مهمة بهذه التكنولوجيا ، وتعتبر هذه النسبة كبيرة نوعا ما خصوصا أن تكنولوجيا الحديثة اكتسحت حياتنا في العمل والمؤسسات وفي البيت ، إذ أصبحت ضرورة خاصة في مختلف الميادين فهي تسهل العمل إضافة إلى أن الاهتمام بهذه التكنولوجيا مهم جدا لحياة الأفراد، أما بالنسبة لعدم تحسن الاستخدام فسبب هو عدم الاهتمام أصلا بهذه التكنولوجيا من قبل الأفراد، وتعد الوسائل الاتصالية أداة فعالة في تغيير الاتجاهات وتتباين في ذلك، حيث تزيد قدرتها على التأثير كلما كانت حية، مسموعة ومرئية⁽¹⁾.

(1) حسن عماد مكاوي، المرجع نفسه، ص59.

جدول رقم (8) يمثل مناسبة موقع شاشة العرض.

النسبة	التكرار	تكرار/النسبة موقع ش/ع
96,66%	58	نعم
3,33%	2	لا
100%	60	المجموع

حسب الجدول أعلاه، نجد بأن 96,66% من أفراد العينة يرون أن موقع تكنولوجيا شاشة العرض مناسب، بينما 3,33% منهم يؤكدون انه غير مناسب .

ويعتبر الموقع مناسب لأنه يستطيع المسافر رؤية ومتابعة معلومات الرحلات دون الحاجة إلى التحرك الدائم والبحث في أماكن أخرى دون مناطق جلوس الركاب ، فموقع هذه الشاشات في مناطق حجز التذاكر والمساحات العامة الكبيرة، وهذا يلعب دورا كبيرا في تجسيد النظام داخل المطار إضافة إلى أن الموقع يلعب أهمية كبيرة في راحة المسافر، وسبب الموقع غير مناسب يعود حسب تبرير أحد أفراد العينة بالقول لابد من وجودها في الداخل والخارج.

جدول رقم (9) يمثل عدد شاشات العرض.

النسبة	التكرار	تكرار/النسبة عدد ش/ع
%86,66	52	نعم
%13,33	8	لا
%100	60	المجموع

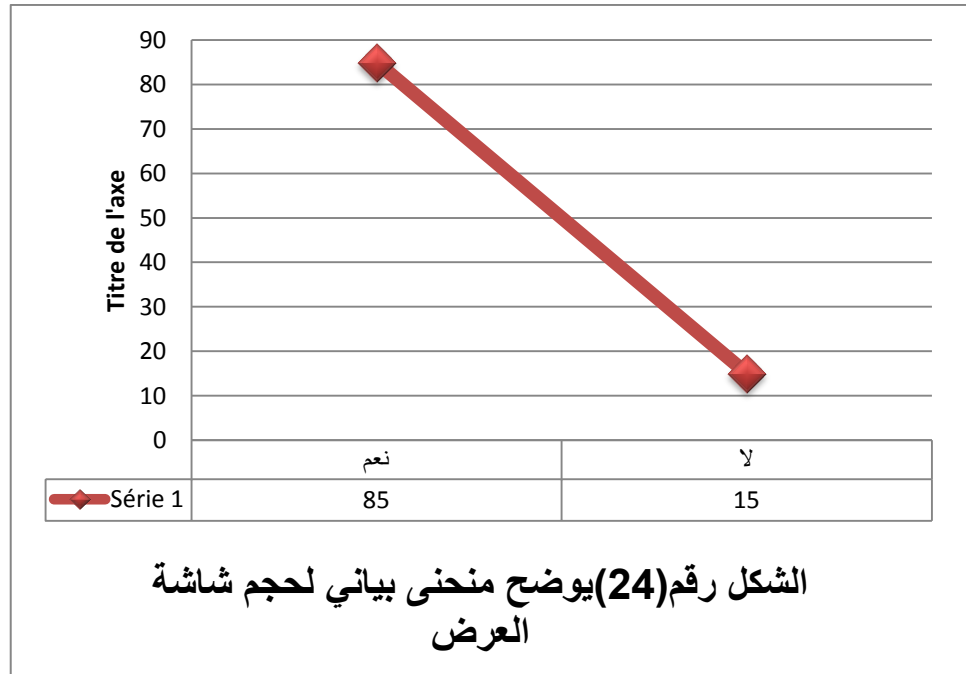
ساهم إدخال شاشة العرض في المطار إلى مساعدة المسافرين في طريقة حصوله على المعلومات . ويوضح الجدول رقم (09) أن %86,66 من مفردات العينة ترى أن عدد شاشات العرض كافي ويلبي احتياجات المسافرين، و%13,33 ترى أنها غير كافية.

يحتوي مطار ورقلة على 8 شاشات عرض، وبما أن هذه المؤسسة توفر عدد كافي منها فهذا بدوره ينعكس بالإيجاب عليها وعلى المسافرين في حد ذاته، فتوفرها بشكل الكبير يساعد حصول الأفراد على مختلف البيانات في أرجاء المؤسسة أينما كان موقعهم، وهو ما يساهم في إضفاء النظام داخل المؤسسة.

وكما هو معروف فانه كلما كان عدد الشاشات كبير كلما سهل وساعد في وصول المعلومات وهذا بحد ذاته محاولة في تحسين الاتصال وهو الهدف الأساسي من استخدام شاشة العرض، وبزيادة عدد الشاشات يعني أن المؤسسة تهتم بكل ما هو مبتكر في التكنولوجيا ويؤدي إلى تحسين الصورة الذهنية وإرساء النظام وحسن التسيير، كما أن المؤسسة تحتوي على عدة أقسام وغرف مختلفة وخاصة واحتواء كل قاعة على هذه التكنولوجيا يحسن الأداء.

جدول رقم (10) يوضح حجم شاشة العرض.

النسبة	التكرار	تكرار / نسبة حجم الشاشة
85%	51	نعم
15%	9	لا
100%	60	المجموع



من خلال نتائج الجدول أعلاه عبرت نسبة 85% من أفراد العينة عن الموافقة لحجم شاشة العرض في المطار، و15% منهم يرفضون حجم الشاشة.

يحتوي المطار على شاشات العرض من نوع البلازما، وهي مختلفة الحجم فهناك اثنان من الحجم الكبير واحد في القاعة العامة و الأخرى في رواق الأمتعة، واثنان منها من الحجم المتوسط موجود في قاعات الانتظار قبل الإقلاع في، وهناك أربعة صغيرة الحجم في بنوك التسجيل وعليه فان المؤسسة توظف الشاشات على حسب القاعات فمثلا القاعات العامة تحتوي على الحجم الكبير وغيرها، والحجم المناسب يؤدي إلى التعرف على محتويات، وهذا بدوره يساعد على تحسين الاتصال والعلاقة مع الطرفين.

جدول رقم (11) يمثل مناسبة درجة الألوان.

النسبة	التكرار	التكرار/النسبة درجة الألوان
43,33%	26	كثيرا
46,66%	28	قليلا
11,66%	7	ضعيف
100%	60	المجموع

بعدها تفحصنا البيانات الموجودة في الجدول رقم (11) نلاحظ أن 46,66% ترى أن درجة الألوان

غير مناسبة و 43,33% ترى أنها مناسبة وتليها في المرتبة الأخيرة بنسبة تقدر ب 11,66% بدرجة ضعيفة.

صحيح أن مؤسسة الطيران بورقلة تستخدم تكنولوجيا شاشة العرض إلا أنها غير مهياًة لوضع أجهزة مضاءة كشاشة العرض وهذا لا يساعد على وضوح شاشة العرض، إضافة إلى الألوان غير مدروسة فمثلا المستشفى تستخدم ألوان تناسب المرضى وراحتهم وكذلك أماكن تواجد الأطفال، إذن يجب استعمال ألوان تناسب المطار .

إن من ميزات التلفزيونات الحديثة اعتمادها على اللون فكما كانت الألوان جيدة ومشرفة وزاهية في الشاشة فهو عامل ايجابي لجذب الفرد، كما أن شكل المادة المعروضة على الشاشة له اثر في عملية الجذب، إضافة إلى إضاءة المكان الموجود فيه الشاشة .

جدول رقم (12) يمثل اللغة المستخدمة في شاشة العرض.

النسبة	التكرار	التكرار / النسبة اللغة المستخدمة
93,33%	56	نعم
6,6%	4	لا
100%	60	المجموع

حسب نتائج الجدول رقم (12) يبين لنا أن 93,33% من أفراد العينة نسابتهم اللغة المستخدمة في شاشة العرض، بينما 6,66% لم تناسبهم اللغة ويعود السبب إلى تفضيلهم للغة الايطالية والاسبانية.

تستخدم مؤسسة الطيران في شاشة العرض اللغات الأساسية العالمية وهي اللغة العربية والفرنسية والانجليزية، وهذه اللغات يستخدمها اغلب الأفراد مهما كانت جنسيتهم ومهما كان بلدهم، واللغات المستخدمة متوفرة على حسب الأفراد، هذا يؤدي إلى إقبال المسافرين نحو خدمات المؤسسة في حد ذاتها، و تحسين الاتصال بهاو تحسين الصورة الذهنية لدى الجمهور الخارجي.

توفر اللغة المناسبة للجمهور يعتبر تحسن لأداء مؤسسة الطيران.

جدول رقم (13) عدد المرات التي يطلع عليها على شاشة العرض.

النسبة	التكرار	تكرار/النسبة عدد مرات
56,66%	34	مرة واحدة
30%	18	مرتين
13,33%	8	أكثر من ثلاث مرات
100%	60	المجموع

تظهر النسب الظاهرة في هذا الجدول أن المرات التي يطلع فيها على شاشة العرض هي مرة واحدة وكان ذلك بنسبة مقدرة ب 56,66%، لتليها بنسبة مقدرة ب 30% إذ يطلعون عليها مرتين ، بينما النسبة المتبقية تطلع عليها أكثر من ثلاث مرات ب 13,33%.

يعني أن تكنولوجيا شاشة العرض تعمل بشكل جيد ، والمعلومات التي تخص المسافرين موجودة ومتوفرة وواضحة ، وهذا يؤثر بشكل ايجابي على المؤسسة و الافراد .

جدول رقم (14) يمثل صفة الاطلاع على المعلومات الواردة في الشاشات .

النسبة	التكرار	تكرار/النسبة الاطلاع بصفة
%16,66	10	دائما
%60	36	متوسطة
%23,33	14	نادرا
%100	60	المجموع

يتضح من الجدول رقم (14) أن الأفراد يطلعون على شاشة العرض بصفة متوسطة وبنسبة مقدرة

ب60% من أفراد العينة، في حين يطلع أفراد آخريين وبصفة نادرة بنسبة 23,33%، وتأتي في المرتبة

الأخيرة الاطلاع بصفة دائمة ب16,66% من أفراد العينة.

هذا يدل على أنه هناك إقبال حسن على تكنولوجيا شاشة العرض، وعليه فإنها أحدثت مكانة مهمة

عند كلا الطرفين، ويعني هذا أيضا أن الأفراد مهتمون بهذا المبتكر الجديد حيث يساعد المؤسسة على

النمو والتطور بسبب أهميتها في تحسين الاتصال الخارجي والتحسين من صورة المؤسسة.

جدول رقم (15) يمثل صعوبات أثناء متابعة شاشة العرض.

النسبة	التكرار	التكرار/ النسبة الصعوبات
38,33%	23	نعم
61,66%	37	لا
100%	60	المجموع

من خلال ما جاء في الجدول أعلاه نجد أن 61,66% من مفردات العينة لا تواجه صعوبات في استخدام تكنولوجيا شاشة العرض، بينما تواجه 38,33% منها صعوبات، هذا يعبر عن تحسن الأداء في المؤسسة.

إن النسبة التي تواجه صعوبات مرتفعة نوع ما هو دليل على نقص في استخدام هذا المبتكر، إضافة إلى كونها مبتكر جديد لا يحسنو استعمالها ولم يتعودوا عليها، الانهم اعتادوا على الطريقة التقليدية، وفي هذا السياق يرى روجرز وشوميكر: "إن درجة الصعوبة النسبية للفكرة على الفهم والاستخدام من العوامل التي تحدد عملية التبني".⁽¹⁾

(1) صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، الأردن، دار آدم لدراسات، 2004، ص 298.

جدول رقم (16) يمثل طبيعة الصعوبات.

النسبة	التكرار	التكرار/النسبة الصعوبات
%0	0	اللغة
%38,33	23	سرعة العرض
%0	0	أخرى انكرها
%38,33	23	المجموع

من خلال ملاحظة بيانات الجدول الموضح أعلاه يتبين أن كل الذين يواجهون صعوبات لديهم

صعوبات تقنية وهي سرعة العرض بنسبة %38,33 بينما صعوبة اللغة فاندعت إضافة إلى أخرى.

ويعود ارتفاع نسبة الذين يواجهون الصعوبات التقنية نظرا لكون المعلومات المدونة في شاشة العرض

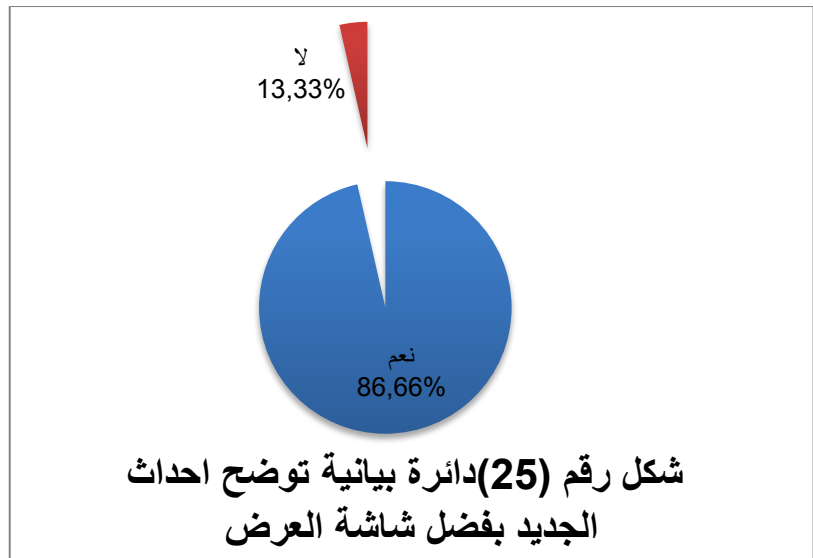
تعرض بطريقة سريعة والصعوبات التقنية تبقى عائق كبير خاصة المتعلقة بكيفية استعمال واستخدام هذه

التكنولوجيا، وهذا يؤثر سلبا على أداء المؤسسة وحسن سيرها.

المحور الثاني : علاقة استخدام تكنولوجيا شاشة العرض بتحسين الاتصال مع الجمهور الخارجي.

جدول رقم (17) يمثل استخدام تكنولوجيا شاشة العرض وعلاقتها بإحداث جديد في طريقة الحصول على المعلومات.

النسبة	التكرار	التكرار/ النسبة إحداث الجديد
%86,66	52	نعم
%13,33	8	لا
%100	60	المجموع



يشير معنى التجديد إلى إحلال طرق جديدة وحديثة بدلا من طرق التقليدية، والتكنولوجيا شكل من أشكال التجديد وهو نتيجة حتمية.

يبين الجدول رقم (17) أن نسبة 86,66% من المبحوثين يرون أن استخدام تكنولوجيا شاشة العرض أحدث جديد في طريقة الحصول على المعلومات، أما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 13,33% يرون أنها لم تحدث جديدا في الحصول على المعلومات.

هذا دليل على أن هذه التكنولوجيا تؤثر ايجابيا على المؤسسة والأفراد، وهو ما يوحي بنقل المؤسسة من الوسائل التقليدية إلى الوسائل الحديثة، وحسب قول المكلفة بالمصلحة التجارية فان شاشة العرض أدخلت جديدا في شكل العمل فحسب قولها أنهم كانوا يعتمدون على شاشات تقليدية قديمة إذ أن إدخال المعلومات كان بشكل تقليدي ومتعب في نفس الوقت، ومع استعمال هذه التكنولوجيا أصبح العمل سهل بحيث اثر على المؤسسة والأفراد الخارجين بالإيجاب، وتحسن من أداء المؤسسة ومن صورتها الذهنية. (+أنظر الملحق)

جدول رقم (18) يمثل الايجابيات المحققة من شاشة العرض.

النسبة	التكرار	التكرار/النسبة الايجابيات
%26,66	16	الاستغناء عن الوسائل الأخرى
%48,33	29	قلت الجهد
%25	15	ربح الوقت
%100	60	المجموع

تشير البيانات الإحصائية في الجدول أعلاه أن نسبة **48,33%** من أفراد العينة يرون أن الايجابيات المحققة من شاشة المسطحة هي تقلل من الجهد، وبنسبة **26,66%** الاستغناء عن الوسائل الأخرى، وتليها بـ **25%** ربح الوقت.

إن استخدام تكنولوجيا شاشة العرض في المطار له فائدة على المسافرين ، كان الاتصال سابقا في المؤسسة يعاني مشاكل كبيرة ومختلفة ، وباستخدام شاشة العرض أصبح الحصول على المعلومات سريع دون بدل جهد ، وبما أن شاشة العرض نتج عنها ايجابيات هذا دليل على تحسن أداء المؤسسة وبالتالي تحسين الصورة الذهنية للجمهور الخارجي.

جدول رقم (19) يمثل تجسيد التنظيم داخل المطار.

النسبة	التكرار	التكرار/النسبة تجسيد التنظيم
21,66%	13	كثيرا
63,33%	38	متوسط
15%	9	قليل
100%	60	المجموع

تؤكد المعطيات الموضحة في الجدول رقم (19) أن 63,33% من أفراد العينة يرون أن هذه التكنولوجيا أدت إلى تجسيد التنظيم في المطار بشكل متوسط، وتليها بنسبة 21,66% بشكل كثير ثم تأتي بالدرجة الأخيرة بـ 15% بشكل قليل .

إن سرعة الأداء من صفات التكنولوجيا الحديثة، حيث أدت إلى تحسن الاتصال و تجسيد التنظيم داخل المؤسسة، كما أنها ساعدت في تحسين محيط العمل والتقليل من سلبيات الاتصال، وهو الهدف السامي الذي نسعى إليه من خلال بحثنا هذا فتحسين الاتصال مع الجمهور الخارجي وتحسين صورة الذهنية للمؤسسة.

جدول رقم (20) يمثل الحصول على المعلومات من الإدارة برغم من وجود شاشة العرض.

النسبة	التكرار	التكرار/النسبة الحصول المعلومات
5,66%	31	أحيانا
40%	24	نادرا
8,33%	5	دائما
100%	60	المجموع

تأكد معطيات الجدول أعلاه أن 51,66% يقبلون للحصول على المعلومات من الإدارة بالرغم من وجود شاشة العرض أحيانا، وبنسبة متقاربة تقدر بـ 40% نادرا، ودائما بنسبة 8,33%.

من خلال الجدول رقم (20) يتبين لنا انه وبالرغم من وجود شاشة العرض، إلا أن الأفراد يتعاملوا وبشكل مباشر مع الإداريين بـ 51,66%، وأن 40% لا يتعاملوا مع الإداريين بوجود شاشة العرض، وهي نسب متقاربة بدرجة كبير.

ويعود تعامل أفراد العينة مع الإداريين بالرغم من وجود هذه التكنولوجيا إلى عدم وجود الثقافة بالتكنولوجيا بالرغم من تقبلها لها، إضافة إلى أن أغلبية المجتمع الجزائري لا يحسنون التعامل بمثل هذه التكنولوجيات وبمختلف أنواعها دون الحصر لأن الثقافة التكنولوجية لاتزال محدودة.

المحور الثالث: تحسين أداء وصورة المؤسسة.

الجدول رقم(21) يمثل تحسين الأداء والصورة الذهنية.

المجموع الكلي		معارض		محايد		موافق		الاتجاه
								العبارات
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%100	60	%5	03	%18,33	11	%76,66	46	يزداد بمؤسسة الطيران اعجابي بفضل شاشة لعرض
%100	60	%8,33	5	33,53 %	32	%38,33	23	اصبحت المعلومات متوفرة متوفرة بشكل جيد
%100	60	%5	3	%30	18	%65	39	تقلصت مشاكل وعوائق الاتصال داخل المطار
%100	60	%8,33	5	%41,66	25	%50	30	أفضل الطريقة الحديثة للاتصال بدل التقليدية
%100	60	13,33 %	8	%53,33	32	%33,33	20	لا احتاج للادارة للحصول للمعلومات
%100	60	%3,33	2	36,66 %	22	%60	36	شاشة العرض تحسن من أداء مؤسسة

22	36,33	28	46,66	11	18,33	60	%100	تحرص مؤسسة على تقديم كافة المعلومات
46	76,66	13	21,66	1	1,66	60	%100	تحسنت الصورة الذهنية بفضل الخدمات المتاحة
56	93,33	4	6,66	0	0	60	%100	يمكن استغلال هذه التقنية في الاشهار والاعلان

العبارة الأولى:

يبرز من خلال التحليل أن أغلب أفراد العينة موافقون على العبارة الأولى وكان هذا بنسبة 76,66 % ويليها بنسبة 18,83 % محايد، و الباقي من أفراد معارضون 5 % .

وهذا دليل على أهمية تكنولوجيا شاشة العرض ودورها الفعال في تحسين مؤسسة الطيران و تحسين الصورة الذهنية لها. إذن كلما استخدمت المؤسسة لتكنولوجيا الاتصال تحسن أدائها و بالتالي تحسن الصورة الذهنية للجمهور الخارجي .

العبارة الثانية:

يلاحظ من خلال البيانات أن نسبة 53,33 % من أفراد العينة كانت ايجابياتهم محايدة ونسبة 38,33 % منهم يوافقون على توفر المعلومات والبيانات بشكل جيد ،وتليها بنسبة مقدرة ب8,3 %، معارضون .

إذن أن أغلبية أفراد العينة اتخذوا موقف الحيادية في الإجابة.

العبرة الثالثة:

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (21) أن مشاكل وعوائق الاتصال داخل المطار قد تقلصت وكان ذلك بنسبة 65% وكانت في المرتبة الأولى، وتليها 30 % من أفراد العينة محايدون، ثم 5 % معروضون.

ويرجع سبب موافقة أغلب أفراد العينة للعبارة أن تكنولوجيا شاشة العرض ساهمت فعلا في تقليص أغلبية المشاكل بمختلف الأنواع سواء الشفاهية أو المتعلقة بالوسيلة، وأدت هذه التكنولوجيا أيضا الى خفض مستوى العوائق الى كانت في السابق، مما يعني أنها ساهمت في تحسين الاتصال مع الجمهور وهذه بمثابة مؤشر ايجابي للمؤسسة بالاضافة الى تقليل المشاكل وهو بدوره تحسين لصورة الذهنية للمؤسسة.

العبرة الرابعة:

توضح النتائج أن أغلبية أفراد العينة موافقون على تفضيل الطريقة الحديثة للاتصال بدل التقليدية بنسبة تقدر بـ 50 %، وتليها محايدة الأفراد لهذه العبارة بنسبة 41,66% وهي نسبة متقاربة مع سابقتها. ويعود سبب تفضيل الطريقة الحديثة للاتصال لأنها تساعد الأفراد بشكل كبير في طريقة الحصول على المعلومات كسرعة وصول البيانات أو تقليل الجهد من الطرفين، كما أن موافقة الأفراد لمثل هذه التكنولوجيا هو أمر محتم وضرورة ملحة، اذا أن مواكبة الأفراد لتكنولوجيا يعتبر تطور في حد ذاته لأن العديد من المصالح في عصرنا الحالي أصبحت سهلة عن طريق تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

العبارة الخامسة:

يظهر لنا من خلال الجدول أن 53,33% من عينة الدراسة يأخذون موقف الحيادي وبنسبة 33,33% يوافقون عليها ، وتليها وبنسبة مقدرة ب13,33% معارضون على العبارة .

وعليه فان أغلبية أفراد العينة اتخذوا موقف الحياد في الحصول على المعلومات .

العبارة السادسة:

يلاحظ من خلال البيانات أن نسبة 60 % من الأفراد يوافقون على تحسن أداء مؤسسة الطيران وتحسن الاتصال بها بفضل شاشة العرض، وتليها بنسبة 36,66 % محايدون ،ونسبة تقدر ب33,3% معارضون .

إن بفضل استخدام شاشة العرض تحسن أداء المؤسسة وتحسنت الصورة الذهنية لدى الأفراد وبصفة عامة فاستخدام تكنولوجيا الحديثة في المؤسسات له دور كبير وأهمية كبيرة أيضا برغم من سلبياتها المتعددة.

العبارة السابعة:

توضح من خلال النتائج أن اغلبية أفراد العينة سلك موقف الحياد وبنسبة بلغت 46,66% ، وتليها موافقة أغلبية أفراد العينة على العبارة بنسبة 36,33% ثم بنسبة 18,33 % بالمعرضة .

العبارة الثامنة:

أظهرت النتائج المتعلقة بهذه العبارة أن أغلبية الافراد العينة يوافقون على ان الصورة الذهنية للمؤسسة تحسنت بفضل استخدام لتكنولوجيا وكان ذلك بنسبة بلغت 76,66% لتليها الاجابة بمحايد بنسبة مقدرة ب 21,66% وأخيرا معرصة الفكرة بنسبة 1,66% .

إذن تكنولوجيا شاشة العرض لعبت دورا ايجابي في مؤسسة الطيران وهذا بفضل الخدمات المتاحة والمتوفرة حيث نتج عن استخدامها أمور ايجابية عديدة كتحسين الاتصال الخارجي للجمهور وتحسين أداء المؤسسة ، اضافة الى تحسين الصورة الذهنية لدى الجمهور كل هذه العناصر نتجت من استعمال شاشة العرض.

العبارة التاسعة:

برز من خلال هذه العبارة أن أفراد الدراسة وافقو على أنه يمكن استغلال شاشة العرض في استخدامات أخرى كالإشهار والإعلان بنسبة مقدرة ب96,33% وتليها الاجابة بمحايد بنسبة 6,66% ومنعدمة لمعارض.

ويعود سبب موافقة أغلبية الأفراد على العبارة لأنه يمكن استغلال شاشة العرض فعلا وتعود بالربح على مؤسسة الطيران من جهة وتساعد على توفير خدمة جديدة للجمهور الخارجي من جهة أخرى واستغلال هذه التقنية في الاشهار أو الاعلان يعتبر انتقل للمؤسسة من مرحلة الى أخرى وهو أمر ايجابي للمؤسسة.

نتائج الدراسة:

تضمنت الدراسة موضوع استخدام تكنولوجيا شاشة العرض وتحسين الأداء لدى المؤسسة وبالتحديد مؤسسة الطيران ورقلة نمودجا، حيث كان الهدف من خلال الدراسة الإجابة على جملة من التساؤلات وانطلاقاً من المعطيات المتحصل عليها من تحليل البيانات الميدانية المستقاة من الاستمارة، وبمقارنتها بالمعطيات النظرية المتوفرة لدينا، خلصنا إلى النتائج التالية:

أولاً: النتائج

1) هناك تحسن في أداء مؤسسة الطيران بورقلة، حيث كلما استخدمت مؤسسة الطيران لتكنولوجيا شاشة العرض كلما تحسن أدائها ، وكلما سايرت المؤسسة للتطورات الحاصلة في المجال التكنولوجي (شاشة العرض) يؤدي إلى ناجعة أدائها، فسهولة وصول المعلومات إلى الجمهور الخارجي، وزيادة الدقة في العمل من قبل الجمهور الداخلي ، والاهتمام بالأفراد واعتماد مؤشرات لتحقيق رغباتهم عن طريق شاشة العرض كل هذه يؤدي إلى تحسين أداء المؤسسة وهذا ما تحصلنا عليه من نتائج الاستمارة وبرز هذا في تفضيل أغلبية أفراد العينة لوسيلة شاشة العرض بنسبة 58,33%.

وعليه يمكن القول أنه هناك علاقة بين استخدام تكنولوجيا شاشة العرض وبين تحسين أداء مؤسسة الطيران بورقلة.

2) تستخدم تكنولوجيا شاشة العرض لعرض الإعلان والاشهار في المؤسسة، وهذا يساعد على رفع المداخل ويحسن من مرد ودية المؤسسة، وهذا ما تم تأكيده من طرف أفراد العينة بنسبة 93,33% بصفة عامة، أما بالنسبة لمطار ورقلة فشاشة العرض تستغل لغرض الاستعلامات ببرامج الرحلات.

إذن ومن خلال النتائج السالفة الذكر فلا يوجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا شاشة العرض وبين رفع المداخل ومردودية المؤسسة الطيران بورقلة .

3) من خلال استخدام تكنولوجيا شاشة العرض في مطار ورقلة تحسن الاتصال في المؤسسة ، فعلى سبيل المثال المساعدة على ربح الوقت للجمهور الخارجي، و سرعة وصول المعلومة، ولكن وحسب النتائج المتحصل عليها فإن تحسين الاتصال مع الجمهور الخارجي كان بشكل متوسط أي 50% ، لأنه هناك مشاكل يواجهها الجمهور الخارجي فمثلا عدم تغيير المعلومات من قبل الإدارة وهذا بسبب افتقار مؤسسة الطيران للعامل المكلف بتغيير المعلومات وصعوبة التعامل مع نظام الشبكة الرئيسية ، أي عدم إتقان استخدام هذا المبتكر في إيصال المعلومات للجمهور (الثقافة التكنولوجية).

وعلى فتكنولوجيا شاشة العرض ساهمت في تحسين الاتصال مع الزبون ولكن بدرجة معينة .

4) لقد تغير شكل حصول الأفراد على المعلومات، وأصبح أغلبية الأفراد يتعاملون بشكل كبير مع تكنولوجيا شاشة العرض بدل وسائل الاتصال القديمة كاستخدام الهاتف أو لوحة الإعلانات وغيرها، وهذا يعني أن شاشة العرض غيرت من تعاملات الأفراد.

أذن فيؤثر استخدام تكنولوجيا شاشة العرض على المسافرين .

5) أما بالنسبة للصورة الذهنية فيملك الجمهور الخارجي لمؤسسة الطيران بورقلة صورة مقبولة عن المؤسسة بسبب استخدام تكنولوجيا شاشة العرض وهذا من خلال حسن أداء المؤسسة لنشاطاتها من جودة الخدمة والاتصال وزيادة الأرباح .

التوصيات:

في ضوء الإطار النظري للدراسة والنتائج التي توصلت إليها، نقدم التوصيات التالية:

1. تكوين عمال متخصصين في استخدام التكنولوجيات الحديثة كتكنولوجيا شاشة العرض، وتوفير المناخ والإمكانيات اللازمة لهم .
2. العمل على استغلال تكنولوجيا شاشة العرض، في الإشهار والإعلان فهذه الجوانب لها ايجابية كبيرة على مؤسسة الطيران إذ أنها تساعد في زيادة الأرباح.
3. محاولة تهيئة المطار حسب تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فمن غير الممكن استخدام المبتكرات الحديثة والتهيئة تقليدية.
4. مراعاة القيم والعادات ومستوى وعي الجمهور الخارجي كالأجانب.
5. استخدام شاشة الحجم الكبير وبأشكال متنوعة، لأنها عامل الجذب جيد أحسن من الأحجام الصغيرة.
6. عامل تحيين و ترمين المعلومات مهم بنسبة للجمهور والمؤسسة .

خاتمة

خاتمة

انطلقت دراستنا من فكرة إمكانية استخدام وسائل الإعلام خارج النطاق المعتاد، كما انه وبعد المراحل الدراسية في مجال الإعلام والاتصال من الجيد أن وسائل الإعلام ونخص بالذكر التلفاز الذي كان عبارة عن صندوق ووسيلة إعلام محصورة في البيوت، أصبح وسيلة اتصال تفاعلية.

وبخصوص مجال تخصصنا تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فيبدو أن هذه الأخيرة أثرت بشكل كبير على وسائل الإعلام والاتصال حيث انسلخت عنها وسائل جديد و فتحت لها آفاق واسعة.

إن نتائج التطور التقني في مجال التلفزيون انعكس بشكل مباشر على خدمات جهاز التلفزيون كتقنية ،وتواصلت التطورات التقنية مع ابتكار الأجهزة المستخدمة التي قدمت مزايا و إمكانيات فنية وتقنية باهرة لهذه الوسيلة.

كما رأينا سابقا خلال الفترة الماضية ثم التوصل إلى العديد من الانجازات التقنية والتي كانت تهدف إلى جعل الأجهزة التلفزيونية اصغر حجما واخف وزنا وأفضل ، وبفعل استخدام الحاسوب والتقدم المستمر في التقنيات أصبح ذو اتجاهين بمعنى (قناة تفاعلية).

وينسب للعلاقات العامة كطور دراسي سابق ومهنة مؤسساتية تعتمد على وسائل الإعلام والاتصال. يمكن القول أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة أفرزت تعاملات جديد في منظومة الاتصال داخل المؤسسة حيث تساهم في تحسين صورة و أداء المؤسسات ،تسريع عملية تبادل المعلومات ،التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة التقنية الالكترونية، لكن على المؤسسة توفير متطلبات الاستغلال تكنولوجيا شاشة العرض من خلال الكفاءة في المجال .

لذلك تمحورت دراستنا حول تكنولوجيا شاشة العرض الحديثة أو الشاشة التلفزيونية المسطحة وعلاقتها بمهنة العلاقات العامة داخل المؤسسة، حيث أصبح لها خصائص وميزات وشكل جديد بفضل التكنولوجيا.

تناولنا في هذه الدراسة دور تكنولوجيا شاشة العرض الحديثة في تحسين الاتصال و الأداء وتكوين الصورة الذهنية في المؤسسة في إطار الدراسة الميدانية لمطار ورقلة، وهو ما تضمنته التساؤلات في منهج البحث.

المراجع

قائمة المراجع باللغة العربية:

1. أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2005.
2. أحمد محمد المصري، الإعلان في مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1992.
3. بن بركة عبد الوهاب، بن العرقي زينب، اثر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث ، عدد 07، جامعة قاصدي مرياح بورقلة، 2002.
4. تامر موسى يونس، شبيكات الحاسوب، دار الراتب الجامعية ،بيروت، 1994 .
5. حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، دون طبعة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005م.
6. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط4 ،الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
7. حمد سليمان المشوخي، تقنيات ومناهج البحث العلمي، ط2، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2002.
8. حمدي قنديل، اتصال الفضاء، دون طبعة ،الهيئة المصرية للكتاب ،القاهرة، 1995.
9. حسن محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، ط2 ، دار الطليعة ، بيروت، 1996 .
10. رضا النجار، جمال الدين ياجي، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال " الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام بالمغرب الغربي ، قمة مجتمع المعلومات اليونسكو ، تونس ، نوفمبر 2005.
11. صالح خليل أبوصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آدم للدراسات ،الأردن ، 2004 .
12. صبري هالة، تكنولوجيا المعلومات و دورها في تخزين مشاركة العاملين " تكنولوجيا المعلومات و دورها في تنمية الاقتصادية"، عمان، اريار 2002.
13. صلاح الدين محمد عبد الباقي، السلوك التنظيمي مدخل تطبيقي معاصر، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2003.
14. عبد الأمير فيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، دون طبعة، دار الشروق للنشر، عمان، 2005.
15. عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي و التلفزيوني دراسة تطبيقية ميدانية " ، طبعة 1 ، المكتب الجامعي الحديث ، 2005..
16. عبدالحميد ،دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، الطبعة الأولى، مصر، عالم الكتاب، 1993 .
17. عبدالحميد بسيوني، الحماية من أخطار الانترنت، عالم الكتاب العلمية ، القاهرة، 2003 .
18. عبدالحكم أحمد الخزامي، تكنولوجيا الأداء من التقييم إلى التحسين "تحسين الأداء"، الجزء 3 ، مكتبة ابنسينا القاهرة ، 1999 .

19. عبدالرحمان العساوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، دار الراتب الجامعية، لبنان.
20. عبدالفتاح عبد النبي، تكنولوجيا الاتصال والثقافة العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.
21. عبد المالك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، دار الراتب الجامعية، بيروت، 2001 .
22. عبد المالك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت " دراسة مسحية لمعرفة استخداماتها في مجال الإعلان"، دون طبعة ، مركز عبادي للدراسات و النشر، اليمن، 2001م.
23. زايد، التنظيم المتميز الطريق الى منظمة المستقبل، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003.
24. عدای الحسين فلاح حسين، الإدارة الإستراتيجية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، 2000.
25. علاء فرحان طالب ، الحكومة المؤسسة والأداء المالي الإستراتيجي، دارصفاء، عمان، 2011.
26. علي عجوة، العلاقات العامة و الصورة الذهنية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1983.
27. علي عجوة و كريمات فريد، العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية و إدارة الأزمات، ط1، عالم الكتب، مصر، 2005.
28. عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي، مصر، 1999 .
29. فضيل دليو، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة بعض تطبيقاتها التقنية ، ط1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
30. فلاح حسن الحسني، مؤيد عبد الرحمان، إدارة البنوك كمدخل كميواستراتيجي معاصر، داروائل ، عمان.
31. محمد البخاري، المجتمع المعلوماتي و تداعيات العولمة، جامعة طشتقند الحكومية للدراسات الشرقية، 2000.
32. محمد عبد الرحمان عبدالله، محمد بدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دارالمعرفة الجامعية، مصر، 2002.
33. محمد عبد الحميد ، الاتصال و الإعلام علي شبكة الانترنت، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع القاهرة، 2007.
34. محمد عبد الشفيق عيسي، العالم الثالث والتحدي التكنولوجي الغربي، ط1، دار الطبعة والنشر، بيروت، 1984.
35. محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة المشرق العربي، عمان، 2006.
36. محمد جودت، ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، الطبعة الأولى، دارمجد لاوي، عمان، 1997 .
37. محمد حافظ حجازي، المقدمة في التسويق ، دار الوفاء الدنيا للطباعة و النشر، الإسكندرية، 2005.
38. محمد صالح العساف، مدخل الي البحث العلوم السلوكية، ط2، دار الزهراء ، الرياض ، 2012.
39. محمد محمد عمر الطنوبي، نظريات الاتصال ، ط1، مكتبة الإشعاع القيدة ، الإسكندرية ، 1998.
40. محمد لعقاب، وسائل الإعلام والاتصالات الرقمية ، ط1، دار هومة، الجزائر ، 2007.

41. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ج2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
42. محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات و صناعة الاتصال الجماهيري، طبعة 1 ، مركز الحضارات العربية للاعلام والنشر والدراسات ، 1998.
43. محمد عبيدات وآخرون، البحث العلمية أدواته وأساليبه، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، عمان ، 1998.
44. ملفين، ديفلير؛ ساندرابول، ر. وآيتش، نظريات وسائل الإعلام "ترجمة أمال عبد الرؤوف"، الطبعة العربية الأولى، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة ، مصر.
45. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية" ترجمة "بوزيد صحرأوبوآخرون"، ط2 ، دار القصبه ، الجزائر ، 2006 .
46. نصيرة بوجمعة سعدي، عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ، 1992.
47. نبيل مرسي خليل، هل يمكن لشركتك النجاح بدون إعداد خطة إستراتيجية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995.
48. احمد عبدلي، مستخدمو الانترنت، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2003/2002.
49. حورية بولعويدات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، شهادة مقدمة لنيل الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسير شبكة نقل الغاز grtg ، جامعة قسنطينة، 2008/2007 .
50. خلاف جلول، وسائل الاتصال الحديثة و تأثيراتها على العلاقات الأسرية، مذكرة ماجستير، غير منشورة، قسم الدعوي و الإعلام ، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2003/2002.
51. شطاح محمد و آخرون، القنوات الفضائية و تأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدي الشباب الجزائري" دراسة ميدانية"، دار الهدي ، عين مليلة.
52. طارق الحكواتي ، اثر التسويق الداخلي على الصورة الذهنية للمنظمة، رسالة ماجستير، جامعة دمشق.
53. لبنى عبد الله العلاوين، تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية، درجة الماجستير في الإعلام، الأردن، 2009.
54. محمد سليمان، الابتكار التسويقي وأثره على تحسين أداء المؤسسة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و التسير، جامعة المسيلة، 2007 .
55. الشيخ الدواوي، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء، مجلة الباحث، عدد 2009، 2010/70، جامعة الجزائر.

56. عبدالمليك مزهودة، الأداء بين الكفاءة والفعالية مفهوم وتقييم، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الأول، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة بسكرة، 2001.
57. محمد قيراط ، الفضائيات العربية بحث عن العذات أم تقليد الأخر، جريدة البيان الإماراتية ، العدد 334، السنة السادسة، أكتوبر 1997.
58. نزار العاني، مفهوم الشاشة المسطحة ،مجلة الكويت، العدد 10، الكويت، 2014.
59. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ج2، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة، 2003.
60. إبراهيم بختي، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و علاقتها بتنمية و تطوير الأداء، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات و الحكومات، مصر، يومي 07 و 09 مارس 2005م.
61. المنظمة العربية للتنمية الإدارية، قي تقييم الأداء كمدخل لتحسين جودة الأداء المؤسسي ، المشاركة،الإمارة العربية المتحدة ، 2009 .
62. بلخضر نصيرة ، بن حليلة هوارية ، الإبداع التكنولوجي أساس نجاعة الأداء الاستراتيجي للمؤسسة، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة و الإستراتيجية التنافسية للمؤسسة الصناعية خارج قطاع المحروقات.
63. حمادي نبيل ،عبادي فاطمة الزهراء، مقومات تحسين اداء المؤسسات الاقتصادية في اطار التنمية المستدامة ،الملتقى الدولي العلمي اداء وفعالية المنظمة ، جامعة محمد بوضياف مسيلة ،الجزائر، 10-11 نوفمبر 2009.
64. نور الهدي لكحل ، المكلفة بالمصالح التجارية ،ورقلة ، الاربعاء 22أفريل 2015.

قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

56. des décideurs, Editions tableade bordtableaux Alain FERNANDEZ, Les nouveaux d'organisation, Paris2000
57. Philippe breton , serge populeux, explosions de la communications introduction aux théoriseet aux pratiques la communication, France ,éditions la découverte, 2006 .
58. Yves ENREGLE etAnnick SOUYET, Laresponsabilité sociétale de l'entrepriseRSE, ArnaudFernel Editions, Québec, 2009.

المواقع الالكترونية:

59. ياسر ابراهيم العبيد، مؤشرات الاداء، الزمالة الامريكية لجودة المنشآت الصحيحة موقع 4- www.yaseralobaida/presentation/arabic.
60. www.articlesphere.com . اطلع عليها بتاريخ 2015/04/06.

61. [http .www.cjigroup.net.ch](http://www.cjigroup.net.ch) أطلع عليه بتاريخ 2015/04/04.
62. <http://www.c4arab.com> أطلع عليها بتاريخ 1015/03/7.
63. <http://www.hawamer.com> أطلع عليها بتاريخ 2015/03/04.
64. www.hazemsakeek.com أطلع بتاريخ 2015/030/04.
65. <http://www.itp.net/arabic> اطلع عليها بتاريخ 2015/030/06.
66. <http://www.moshtry.com> أطلع عليها بتاريخ 2015/4/4.
67. <http://www.startimes.com> أطلع عليه بتاريخ 2015/04/22.
68. www/lmany.com أطلع عليه بتاريخ

الملاحق

قائمة المحتويات

الملحق رقم (01): إستمارة الإستمائان

جامعة قاصدي مرياح . ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان تحت عنوان:

استخدام تكنولوجيا شاشة العرض في المؤسسة

"دراسة ميدانية مطار ورقلة "

في إطار إعداد مذكرة لنيل شهادة الماستر في تكنولوجيا الإعلام والاتصال ،نطلب منكم مساعدتنا بإجاباتكم الدقيقة والصادقة ونعدكم بان المعلومات التي تدلون بها ستكون في سرية تامة ولا نستعملها إلا لأغراض البحث العلمي .
ولكم منا فائق الاحترام والتقدير والشكر الجزيل وشكرا لحسن تعاونكم

الإشراف:

بودريالة عبد القادر

من إعداد :

1. شهرزاد لكحل

2. صفية هدروق

السنة الدراسية: 2015/2014

قائمة المحتويات

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى

السن:

26 من 30 سنة 31 - 35 سنة 36 - 40 سنة أكثر من 41 سنة

الجنسية: أجنبي جزائري

المستوى التعليمي:

شهادة متوسط فما تحت مستوى ثانوي المستوى الجامعي

المحور الأول: استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة

1. هل ترى أن هناك تحسن في استخدام تكنولوجيا الحديثة في المطار؟

نعم لا

2. ما هي وسائل الاتصال التي تفضل استخدامها للحصول على المعلومات الرحلات؟

الاتصال المباشر شاشة العرض شبكة الانترنت

الهاتف لوحة الإعلانات أخرى اذكرها

.....

3. هل أنت مهتم بتكنولوجيا شاشة العرض؟

نعم لا

4. هل ترى أن موقع شاشة العرض مناسب؟

نعم لا

إذا كان غير مناسب اذكر الأسباب.....

5. في رأيك هل ترى أن عدد شاشات العرض كافي؟

نعم لا

قائمة المحتويات

6. هل يناسبك حجم الشاشة للرؤية؟

لا

نعم

7. هل تري أن درجة الألوان مناسبة؟

ضعيف

قليلا

كثيرا

8. هل تناسبك لغة المستخدمة في شاشة العرض؟

لا

نعم

إذا كانت الإجابة لا فما هي اللغة التي تناسبك؟

.....

9. أثناء تواجدك في المطار كم هي عدد المرات التي تتطلع فيها على شاشة العرض؟

أكثر من ثلاث مرات

مرتين

مرة واحدة

10. هل تواجه صعوبات أثناء متابعتك لشاشة العرض؟

لا

نعم

إذا كانت الإجابة بنعم فما هي طبيعة هذه الصعوبات؟

.....
اخرى اذكرها.....

سرعة العرض

اللغة

المحور الثاني: علاقة استخدام تكنولوجيا شاشة العرض بتحسين الاتصال مع الجمهور الخارجي

1. هل احدث استخدام تكنولوجيا شاشة العرض جديدا في طريقة حصولك علي المعلومات؟

لا

نعم

2. في رأيك ما هي الإيجابيات المحققة من شاشة العرض؟

قللت من الجهد

الاستغناء عن الوسائل الأخرى

ربح الوقت

3. هل تري أن شاشة العرض أدت إلي تجسيد التنظيم داخل المطار مع المسافرين؟

قائمة المحتويات

كثيرا

متوسط

قليلًا

4. برغم من وجود شاشة العرض هل تسعى للحصول علي المعلومات من الإدارة ؟

أحيانا

نا

المحور الثالث: تحسين أداء وصورة المؤسسة.

الفقرة	موافق	محايد	معارض
يزداد إعجابي بمؤسسة الطيران بفضل تكنولوجيا شاشة العرض.			
أصبحت المعلومات والبيانات متوفرة بشكل جيد.			
تقلصت مشاكل وعوائق الاتصال داخل المطار.			
أفضل الطريقة الحديثة للاتصال بدل من الطريقة التقليدية.			
لا احتاج إلي الاتصال بالإدارة للحصول علي معلومات الرحلة أو الوصول.			
شاشة العرض تحسن من أداء مؤسسة المطار وتحسن الاتصال بها.			

قائمة المحتويات

			تحرص مؤسسة المطار علي تقديم كافة المعلومات للجمهور من خلال شاشة العرض.
			تحسنت الصورة الذهنية حول مؤسسة الطيران بفضل الخدمات المتاحة واستخدامها لتكنولوجيا .
			يمكن استغلال هذه التقنية في استخدامات أخرى كالإشهار و الإعلان .

الملحق رقم (02): دليل المقابلة

أسئلة المقابلة:

1. ما هي أساليب الاتصال الموجودة في مؤسستكم؟
2. هل تقوم مؤسستكم بتطبيق كل جديد في تكنولوجيا الاتصال؟
3. متى أدخلت تكنولوجيا شاشة العرض في مؤسستكم؟
4. هل احدث إدخال شاشة العرض تجديدا في شكل العمل؟
5. هل تعمل مؤسستكم بشبكة الانترنت؟
6. ما علاقة هذه الشبكة بتكنولوجيا شاشة العرض؟
7. بإدخال هذه التقنية هل هناك مشاكل في الاتصال بالجمهور؟
8. هل تستخدم شاشة العرض في أعمال أخرى بغض النظر عن الاستعلامات؟
9. هل تساهم شاشة العرض في رفع من مدا خيل المؤسسة؟
10. هل أدت هذه التقنية إلى تسهيل أداء الأعمال في مؤسستكم؟ إذا كان كذلك ما هي هذه التسهيلات؟
11. ما هي الآفاق المستقبلية لاستخدام تكنولوجيا شاشة العرض؟

الملحق 3: الهيكل التنظيمي لمطار ورقلة

1. الهيكل التنظيمي للمطار.

مؤسسة تسيير مصالح مطارات الجزائر في مطار ورقلة .

الشكل 11: يوضح الهيكل التنظيمي لمطار ورقلة

