

المحاضرة السابعة

1. الهوية و الصورة الالكترونية : Corporate Online Identity & E-Image

يشهد العصر الرقمي ظهور ميولات و إستخدامات جديدة فمع ظهور الإنترنت نشهد هجرة العديد من نشاطاتنا اليومية (اجتماعية، تعليمية، ترفيهية و عالم الأعمال) من العالم الفيزيقي إلى العالم الافتراضي. و قد تزامن هذا التصاعد الكبير لهذه الإستعمالات مع ظهور العديد من الأبحاث التي تركز على واجهات الويب و حول إدراك المستخدمين لها من حيث : المصادقية، النية في القيام بتبادلات مصرفية، الوثوق بالمنظمة و العودة لزيارة الموقع مرة أخرى.

فمع هذا الوضع الجديد، نشهد إمتداد هوية المنظمة من العالم الفيزيقي إلى العالم الافتراضي و ذلك من خلال محتوى و مكونات المواقع الإلكترونية.

فقد إقترح كل من (Walczakg S. & Gregg D.,2009) إعادة التنظير لمقاربة جديدة للهوية الرقمية من خلال نموذجاً للصورة الالكترونية، و يعربان عن ذلك بالقول بأن الهوية الرقمية للمنظمة Corporate Online Identity تتشكل من مجموعة العناصر المكونة للموقع و لمحتواه. حيث يعرفان الصورة الإلكترونية كما يلي : "تتشكل الصورة الإلكترونية المقدمة من طرف المنظمة أو لشخص ما في عدة عناصر تتضمن كل من هوية المستخدم الشكل العام للموقع المعلومات التي يحتويها الموقع، رتبة سمعة المنظمة و التغذية الرجعية للسمعة".

و بصفة عامة، يعرفان الصورة الإلكترونية بمجموع الخصائص و الإنطباعات المتشكلة عن المنظمة و التي تظهر من خلال كل الرموز الإلكترونية. تبنى هذه الخصائص للمنظمة بصفة متعمدة من خلال تصميم الموقع و محتواه، كما يمكن أن تكون نتاج للمعلومات الخاصة بالمنظمة أو بمنتوجاتها المبثثة من جهات أخرى.

فالصورة الإلكترونية للمنظمة تتأثر بكل المعلومات الإلكترونية التي نجدتها في العالم الافتراضي سواء كانت مبنية من طرف المصدر الرسمي أو نتاج لكل تفاعلات المنظمة مع مستخدمين آخرين للشبكة. فقبل أن نتطرق إلى مكونات الصورة الإلكترونية ينبغي أن نتعرف على مكونات الهوية الرقمية والتي يشبهها

(Iteanu O., 2009) بأنها لا تختلف عن الهوية الفردية و التي تتكون من الاسم، اللقب، رقم الهاتف و العنوان فخلافاً عن الهوية الفردية تتكون الهوية الرقمية للمنظمة من : إسم الموقع، عنوان بروتوكول الإنترنت، مجال الإسم، محدد موقع المعلومات و البريد الإلكتروني.

إن إسم الموقع مثال : www.univ-annaba.org يشكل بحد ذاته اشارة إلى أصل الموقع الذي يسمح بولوجه، فمن المهم أن تحصل الشركة على إسم موقع يسهل التعرف إليه و يكشف عن هويته و يعود إلى إسم المنظمة التجاري أو إلى عنوانها أو إلى إحدى علاماتها (نتالي بورين و ايمانويل جيز 2004، ص6).

عنوان بروتوكول الإنترنت (Internet Protocol) adresse IP هي عبارة عن تسلسل رقمي يزود بها كل كمبيوتر متصل بشبكة الإنترنت يعتمد في كتابته على 4 أعداد تفصلها ثلاث نقاط، هذه العناوين هي التي تتعرف عليها الحواسيب التي تتواصل فيما بينها مثل: 212.85.150.134 و كون الإنسان ميال بطبيعته إلى حفظ التسلسل الأبجدي أكثره من حفظ تكتل رقمي، لهذا الغرض، تصور مصممي شبكة الإنترنت إقتران عنوان البروتوكول بإسم مفهوم يدعى —

إسم المجال Nom de Domaine و الذي يشير إلى طابع المنظمة أو المجال الذي تنشط به مثل org منظمة ذات طابع غير ربحي أو com منظمة تجارية أو ينسب إلى البلد الذي يبيت منه الموقع مثل fr فرنسا أو dz الجزائر أو Ru روسيا... إلخ و يتعين إسم المجال من قبل هيئة تابعة للقانون الخاص و عادة ما تكون شركة تجارية تدعى بمكتب أو وحدة التشغيل¹.

¹ حتى سنة 1994، كان اسم المجال يوزع مجاناً من المنظمة الأمريكية للقانون العام، و في سنة 1994 ظهرت مؤسسة تجارية خاصة تولت بيع اسم المجال مما أصبح نشاطاً ربحي و حالياً يدخل اسم المجال ضمن مجال التجارة القانونية (Iteanu O., 2009).

محدد موقع المعلومات (URL) Uniform Ressource Locator (Iteanu O., 2009, P.10)

هي سلسلة من الأرقام و الأحرف تستخدم لتوفير عنوان أي مورد إنترنت: صورة/ملف/بريد إلكتروني، حيث يمكن محدد موقع المعلومات من تحديد كيفية الوصول إلى الموارد السابق ذكرها، و تحتوي معلومات URL على كل من بروتكول الإنترنت IP و إسم المستخدم، إسم المجال و كلمة المرور مثل: HTTP://

WWW.Univ-annaba.org/attachements/129-Calendarier.2011.Pdf

البريد الإلكتروني Electronic mail يتأسس مبدئ البريد الإلكتروني على تبادل الرسائل و المعلومات بين الأفراد بصفة إلكترونية، يتكون العنوان البريدي من رمز تقني خاص @ AROBASE او AT باللغة الانجليزية و يسبقه عنصرا معرفا أي إسم صاحب العنوان البريدي. حيث تعد خدمات و تطبيقات البريد الإلكتروني من أهم و أوسع الخدمات إنتشارا عبر الإنترنت.

يجذر ذكر، بأن عالم الأعمال التجارية كان القوة الدافعة و الرئيسية وراء كل أنشطة الهوية الرقمية. فمنذ أن تغيرت طريقة الشركات في قيامها بأعمالها التجارية بحيث أصبحت أغلبها أوتوماتيكية على إثر الإقتصاد الخدماتي و الذي يركز حول تبادل المعاملات و التي تستند على شبكة أوتوماتيكية للتعاملات أين تكمن الهوية الرقمية كمسألة أساسية خاصة في المفهوم الأمني للمنظمات و للأفراد. فقد يحتاج كل نظام موجه نحو الخدمات الحديثة و سائل موثوقة و امنة خاصة لإنشاء و تخزين و نقل و إستخدام المعلومات و للتحقق من صحة و إثبات الهوية الرقمية .

