

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955- سكيكدة



كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال تنظيمي

## عنوان المذكرة

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صور المؤسسة الاقتصادية

دراسة ميدانية لدى المؤسسة المينائية

- سكيكدة -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصالات تنظيمي

تحت إشراف الأستاذ:

\* بابوري عبد لكريم

من إعداد الطالبة:

• بوشليحة موسى

• بودينار رقية

## لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة	الجامعة
.....	استاذة محاضرة -...-	رئيسا	20 أوت 1955 سكيكدة
.....	استاذة محاضرة -...-	مشرفا ومقررا	20 أوت 1955 سكيكدة
.....	استاذ محاضر -....-	عضوا مناقشا	20 أوت 1955 سكيكدة

السنة الجامعية: 2024/2023

# تَشْكُرَات

إذا شكرنا فالله أحق وأولى بالشكر وأول من يشكر  
فنشكر الله على توفيقه لنا على إنجاز هذا العمل  
كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى أستاذنا المشرف

**بابوري عبد لكريم**

الذي لم يبخل علينا بنصائحه القيمة وإسهاماته  
ونتوجه بجزيل الشكر إلى الأساتذة الأفاضل لجنة المناقشة  
على صبرهم وتفانيهم في قراءة هذه المذكرة  
كما نشكر كل من أعاننا وقدم لنا أي مساعدة لإنجاز هذا  
العمل

# إهداء

{يرفع الله الذين امنوا منكم والذين اوتوا العلم درجات والله بما

تعملون خبير}

بسم الله والحمد لله الذي هدانا لهذا الذي كنا لنهتدي لولا ان هدانا الله

ووصلى الله وسلم على الهادي الحبيب خاتم الأنبياء والمرسلين

إلى ألمع نجمة تراها العيون إلى أحن وأرق أم تحزن لحزني

وتفرح بفرحتي، إلى من سهرت الليالي من أجلي "أمي الغالية

حفظها الله إلى الذي رباني على مبادئ الأخلاق وعلمني وتحمل

عبئ الحياة من أجلي "أبي العزيز" أهدي ثمرة عملي وحصيلة

دراستي إليهما

من شاركوني فرحتي وأحزاني، وكانوا لي سنداً في هذا الزمان،

لكم حبي وعطفي واحترامي وأخوتي وجميع الأقارب والأحباب

اسأل الباري تعالى أن يجود عليهم بفضله العظيم ويوفقهم لما

فيه صلاح.

بوشليحة موسى



# إهداء

{الحمد لله ربي العالمين والصلاة والسلام على أشرف سيدنا

محمد وعلى آله وصحبه ومن أتبعهم إلى يوم الدين}

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى الذين قال فيهما الرحمن

"وقل ربي إرحمهما كما ربياني صغيرا"

إلى أمي وأبي

والى إخوتي حفظهم الله

والى كل من ساندنا في إعداد هذه المذكرة وبالأخص الأستاذ

الكريم

كما أهديتها إلى كل الزملاء في كلية علوم الإعلام والاتصال

بودينار رقية



# فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	شكر وتقدير
	إهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الأشكال والجدول
أ	مقدمة
	الفصل الاول: الإطار المنهجي للدراسة
1	أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
1	ثانياً: أسباب إختيار الموضوع
2	ثالثاً: أهداف الدراسة
3	رابعاً: أهمية الدراسة
3	خامساً: مفاهيم ومصطلحات الدراسة
8	سادساً: منهج الدراسة وأدواته
10	سابعاً: مجتمع الدراسة وعينتها
10	ثامناً: الدراسات السابقة
12	تاسعاً: مجالات الدراسة
	الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي للدراسة

14	تمهيد
15	أولاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
15	1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
16	2. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
20	3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
22	4. دوافع استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي
24	5. ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي
28	6. سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
32	ثانياً: الصورة الذهنية
32	1. تطور مفهوم الصورة الذهنية
33	2. تعريف الصورة الذهنية
34	3. أنواع الصورة الذهنية
35	4. خصائص وسمات الصورة الذهنية
36	5. مصادر الصورة الذهنية
37	6. مكونات الصورة الذهنية
39	ثالثاً: مفاهيم عامة حول المؤسسة الاقتصادية
39	1. تعريف المؤسسة الاقتصادية

41	2. وظائف المؤسسة الاقتصادية
44	3. خصائص المؤسسة الاقتصادية
45	4. أهداف المؤسسة الاقتصادية
48	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي
50	تمهيد
51	أولاً: تقديم المؤسسة المينائية لسكيدة
51	1. لمحة تاريخية لميناء سكيدة:
52	2. التعريف بالمؤسسة المينائية لسكيدة:
53	3. أهداف وطبيعة نشاط المؤسسة ومكانتها الاقتصادية
57	ثانياً: الهيكل التنظيمي للمؤسسة المينائية لسكيدة
63	ثالثاً: تفريغ وتحليل بيانات الدراسة الميدانية
71	رابعاً: التوصيات والإقتراحات
74	خاتمة
76	قائمة المصادر والمراجع
82	قائمة الملاحق

# فهرس الأشكال

## فهرس الاشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
57	الهيكل التنظيمي للمؤسسة المينائية سكيكدة	01

# فهرس الجداول

## قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس	63
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن	63
03	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	64
04	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	64
05	يمثل توزيع أفراد العينة حسب أقدمية العمل	65
06	يمثل استجابات أفراد العينة حول خصائص الصفحة المينائية على الفيسبوك	66
07	يوضح مدة استخدام الموقع الرسمي للمؤسسة المينائية	67
08	يوضح متى يقوم الموظفون بالإطلاع على الموقع الرسمي للمؤسسة	68
09	يوضح متى يستخدم الموظفون الموقع الرسمي للمؤسسة	68
10	يوضح الفترة التي تطلع فيها على الموقع الرسمي للمؤسسة المينائية	68
11	يوضح الوسيلة التي يستخدمها الموظفون للإطلاع على الصفحة الرسمية لميناء سكيكدة	69
12	يوضح الدوافع الإطلاع على الصفحة الرسمية لموقع المؤسسة المينائية سكيكدة	69
13	يوضح فيما إذا ساهمت صفحة الفيسبوك في تحسين صورة المؤسسة	70
14	يوضح مساهمة صفحة الفيسبوك للمؤسسة	70
15	يوضح إذا ساهمت صفحة الفيسبوك في تحسين الأداء الوظيفي للعاملين في المؤسسة	70
16	يوضح إذا حسنت صفحة الفيسبوك في تحسين التواصل مع جمهورها الداخلي والخارجي	71

# المقدمة

## مقدمة

إن وجود الإنسان في محيط إجتماعي يحثه على الاحتكاك والتواصل والتفاعل بشكل دائم ومستمر مع كل الفئات حيث يتفاعل تفاعلا تبادليا بواسطة التواصل وتبادل الآراء والأفكار والاتجاهات بأشكال رمزية مستمدة من الثقافة والعادات والتقاليد التي يرتبط بها الفرد أو يتعلمها من خلال الخبرة الشخصية.

وبما أن مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن شبكات إفتراضية من خلالها يتمكن الفرد مشاركة الأفكار وتبادل المعلومات والآراء بين الأشخاص لذلك يلجأ إليها كل أفراد المجتمع نظرا للخدمات التي تقدمها للفرد، ففي يومنا الحالي أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي متعددة وبتقنيات حديثة ومتطورة فمنها (فايسبوك، تيك توك، أنستغرام) وغيرها....

إن شبكة التواصل الاجتماعي تعد جزءا أساسيا في حياتنا اليومية، حيث تساهم في بناء العلاقات الاجتماعية والتواصل الشخصي، ويعزز الانتماء الإقتصادي والإندماج في المجتمع ويمكنه أيضا توفير فرص عمل ودعم الشبكات المهنية.

وبما أن المؤسسة هي عبارة عن هيئة مكونة من مجموعة معينة، فالإتصال يمثل الوسيلة التي ترسم التبادل الفعال سواء داخل المؤسسة أو الجماهير المحيط بها، ولكن تؤدي رسالتها وتكتسب تأييده ومساندته لها وإقباله على منتجاتها أو خدماتها، مما يشجع المؤسسة سواء كانت إقتصادية أو خدماتية على مواصلة تحقيق أهدافها والقيام بمشاريعها.



الفصل الأول  
الإطار المنهجي للدراسة

**أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها**

ولا شك أن بناء صورة المؤسسة الحديثة يعتبر عنصراً أساسياً في نجاحها، والمؤسسة المينائية بسكيدة من تلك المؤسسات التي ينبغي أن تسوق صورتها لدى الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي كعامل أساسي في نجاحها، ولكن هل هذه المؤسسة (المؤسسة المينائية بسكيدة) مهتمة بالقدر الكافي بهذا الجانب، وعلى هذا يمكن صياغة إشكالية هذه الدراسة من خلال السؤال الإشكالي التالي:

- ما هو الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صورة المؤسسة المينائية بسكيدة.

**تساؤلات الدراسة:**

ويمكن تفريع إشكالية الدراسة إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

- 1- ما هي خصائص الصفحة المينائية على فايسبوك؟
- 2- هل تظهر نشاطات وخدمات المؤسسة على صفحتها الخاصة؟
- 3- هل تحظى المؤسسة المينائية بثقة جمهورها؟
- 4- هل ما تقدمه المؤسسة المينائية يساهم في تحسين صورتها؟

**ثانياً: أسباب إختيار الموضوع:**

هناك عدة أسباب أدت بالباحثين إلى إختيار هذا الموضوع للدراسة وتتمثل هذه الاهداف في

الآتي:

## أسباب داتية:

- 1- الرغبة في التعمق أكثر في موضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- الميول الشخصي لمعالجة المواضيع الإجتماعية ومدى تأثيره في تحسين صورة المؤسسة.

## أسباب موضوعية:

- إختيار المؤسسة المينائية لسكيدة لاهميتها الإقتصادية محليا ودليا.
- إبراز دور مواقع التواصل الإجتماعي ومدى أهميتها في تحسين صورة المؤسسة.
- يعد هذا الموضوع أحد أهم المواضيع الرائدة في وقتنا الحالي بسبب الإهتمام الكبير بمواقع التواصل الإجتماعي في تحسين صورة المؤسسة.

## ثالثا: أهداف الدراسة

تهدف هذا الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف وهي:

- 1- محاولة معرفة دور وسائل التواصل الاجتماعي في بناء صورة المؤسسة المينائية بسكيدة.

- 2- الوقوف على مدى تحول المؤسسة المينائية بسكيدة إلى رقمنة إدارتها وخاصة في مجال العلاقات العامة الرقمية.

## التساؤلات الأول:

- معرفة خصائص صفحة المينائية على فايسبوك

- الكشف على نشاطات وخدمات المؤسسة على صفحتها الخاصة.
- رصد أداء الجمهور وثقتهم بالمؤسسة المينائية.
- إبراز ما تقدمه المؤسسة المينائية في تحسين صورتها.

#### رابعاً: أهمية الدراسة:

إن إجراء هذه الدراسة المتعلقة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء صورة المؤسسة المينائية بسكيدة يكتسي أهمية كبيرة.

وتتجلى أهمية هذه الدراسة في النقاط التالية:

- 1- تساعد هذه الدراسة في إثراء المكتبة الجامعية بدراسات أخرى.
- 2- إرتباط موضوع الدراسة ببناء صورة المؤسسة، له أهمية بالغة بإمتياز أن صورة المؤسسة الجيد تساعد بلا شك في نجاحها في أداء مهامها.

#### خامساً: مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

إن التعريف بمفاهيم الدراسة ومصطلحاتها تشكل أهمية كبيرة في نجاح أي دراسة أو بحث علمي، ويمكننا أن نسلط الضوء على عدة مفاهيم نحدده في هذه الدراسة، وهي:

#### 1-الدور

أ. لغة: دَوْرُ الْقَانُونِ، وَنَحْوُهُ، الدَّوْرُ: أَدْوَارٌ: الْحَرَكَةُ: عَوْدَ الشَّيْءِ إِلَى حَيْثُ مَا كَانَ أَوْ إِلَى مَا كَانَ وَإِلَى مَا كَانَ عَلَيْهِ<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> احمد زكي بدوي، صديقة يوسف محمود، المعجم العربي، الميسر، دار الكتاب اللبناني، دار الكتاب المصري، ص 283.

ب. اصطلاحاً: يعرف على أنه المركز أو المنصب الذي يحتله الفرد أو الذي يحدد واجباته، وحقوقه الاجتماعية، كما هو السلوك المتوقع من شاغل أول هي المركز الاجتماعي، والمركز الاجتماعي: هو العلاقة أو الإشارة التي تحدد طبيعة الدور الاجتماعي، مما يدل على أن هناك علاقة وثيقة بين الدور الاجتماعي والمركز الاجتماعي، ودور الإعلام عموماً من المجتمع ينطلق من مجموعة المهام التي يحددها له المراكز، ووظيفته في المجتمع تضم مجموعة من الأفراد يقومون بمجموعة أدوار في الإطار الإعلامي والقانوني والاجتماعي والاقتصادي وبالمقابل هناك امتيازات وحقوق الأفراد الإعلاميين من المفروض أنهم يحصلون عليها، كما أن الدور يحدد عن طريق العلاقة التي تربط لاعب الدور كالعلاقة بين الإعلام ودور

متلقي الإعلام وهما الإعلام بوسائله والجمهور متلقي الإعلام.<sup>1</sup>

ج. إجرائياً: هو سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> بشير العلق، وظائف العلاقات العامة في إدارة الأزمات، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 29.  
<sup>2</sup> إبراهيم عبد المجيد مروان، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للطباعة والنشر، عمان، 2000، ص 30.

## 2- مواقع التواصل الاجتماعي:

أ. لغة: ينقسم مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي في اللغة العربية إلى (3) مفردات وهي: المواقع، التواصل، الاجتماعي.

- **المواقع في اللغة:** جَمْعُ مُفْرَدِ الْمَوْقِعِ وَهُوَ مَكَانُ الْوُقُوعِ، وَمَوَاقِعُ الْقِتَالِ: مَوَاضِعُهُ، وَمَوَاقِعُ الْقَطْرِ: مَسَاقِطُهُ.<sup>1</sup>

- **التواصل لغة:** بِالرُّجُوعِ إِلَى مَادَّةٍ وَصَلَ فَإِنَّ الْوَاوَ وَالصَّادَ وَاللَّامَ: أَصْلٌ وَاحِدٌ يَدُلُّ عَلَى ضَمِّ شَيْءٍ حَتَّى وَصَلَ يَصِلُ وَضَلًّا وَصَلَةً، وَصَلُ الشَّيْءِ بِالشَّيْءِ: النَّامُ بِهِ وَالْيَهُ: بَلَغَ وَأَنْتَهَى وَمِنْ هَذِهِ الْمَعَانِي نَجِدُ أَنَّ التَّوَاصَلَ فِي مَعْنَاهَا اللُّغَوِيَّ يَدُلُّ عَلَى الاقتران والاتصال والإبلاغ ووكذا الإعلام.<sup>2</sup>

- أما الاجتماعي لغة: اجْتَمَعَ، يَجْتَمِعُ اجْتِمَاعًا مَعْنَاهُ: انْضَمَّ وَتَأَلَّفَ.<sup>3</sup>

ب. اصطلاحا:

كثرت المفاهيم الاصطلاحية عند الباحثين في مواقع التواصل الاجتماعي حيث:

- يعرفها الدكتور خالد غسان يوسف المقدادي على أنها: (Social, Media, webs)

هي مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> جبران مسعود، الرائد معجم الفبائي في اللغة والإعلام، دار النشر للملايين، ط3، 2005، ص 212

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 58.

<sup>3</sup> أحمد زكي بدوي، صديقة يوسف محمود، مرجع سبق ذكره، ص 7.

- كما يعرفها زاهر راضي بأنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.<sup>2</sup>
- ج. وبناء على التعريفات السابقة علينا أن نستنتج التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي وهي مجموعة المواقع الإلكترونية التي تستخدمها المؤسسة الميائية في تسويق صوتها لدى الجمهور الداخلي والخارجي.

### 3- الصورة الذهنية:

أ. لغة: صورة الشيء قطعه وفصله

وصور لي: خيل لي.<sup>3</sup>

- ب. اصطلاحاً: هي مفهوم عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة يشير إلى هذه الجماعة الأساسية نحو شخص معين، أو نظام ما، أو طبقة بعينها، أو جنس بعينه، أو فلسفة سياسية، أو أي شيء آخر.<sup>4</sup>

من خلال التعاريف السابقة، نستخلص التعريف الإجرائي المتعلق بصور الذهنية للمؤسسة وبالتالي: هي عبارة عن إعطاء مفهوم عن تصورات التي يحملها أفراد المجتمع عن

<sup>1</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط 1 الأردن، 2013، ص 24.

<sup>2</sup> مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب (تويتر نموذجاً)، ط1، دار المحتسب للنشر والتوزيع، الرياض، 1438 هـ، ص 16.

<sup>3</sup> قاموس المنجد في اللغة، ط2، دار المشرق، بيروت، 1957م، ص 440.

<sup>4</sup> محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر لنشر والتوزيع، 2004م، القاهرة ص 336.

العالم من حولهم بمكوناته المختلفة وتعد الصورة نتاجا طبيعيا لجماع خبرات الأفراد المباشرة والغير المباشرة التي يتلقونها عبر تفاعلاتهم الاتصالية المختلفة.

#### 4- المؤسسة الاقتصادية

إن إعطاء تعريف موحد وواضح للمؤسسة الاقتصادية يعتبر أمر بالغ الصعوبة، نظرا لتعدد

وتباين آراء الباحثين بموضوعها وأيضا من حيث الزاوية التي يركز عليها التعريف<sup>1</sup>:

- فهي وحدة اقتصادية تحتوي على موارد مادية، وبشرية تساعد في دعم العملية

الإنتاجية من خلال توزيع المسؤوليات والمهام بين الأفراد في بيئة العمل.

- بأنها مؤسسة تنتج خدمات وسلعا للأفراد الذين يتعاملون معها، مما يساهم في تحقيق

أرباح مالية.

- هي وحدة اقتصادية مستقلة تقوم بمزج عناصر الإنتاج المختلفة من عمل ورأسمالها

واستهلاكات وسيطة بهدف إنتاج وبيع السلع والخدمات.

وبناء على ما سبق من التعريف يمكننا أن نستخلص التعريف الإجرائي للمؤسسة

الاقتصادية وهي المؤسسة المينائية بسكيدة.

<sup>1</sup> ناصر دادي عدون، إقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، الطبعة الثانية، 1998، ص 08.

## سادسا: منهج الدراسة وأدواته

## 1- منهج الدراسة:

وتستخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ويعرف المنهج الوصفي بأنه هو المنهج الذي يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية محددة أو عدة فترات، من أجل التعرف على ظاهرة معينة أو حدث من حيث المحتوى او المضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره.<sup>1</sup>

ويستخدم المنهج الوصفي التحليلي لوصف الكيفية التي تستخدم من خلالها مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق وبناء صورة الذهنية للمؤسسة المينائية بسكيدة الداخلية والخارجية.

## 2- أدوات جمع البيانات:

يمكن تعريفه بأنه أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجرى تعبئتها من المستجيب وينقسم الاستبيان إلى عدة مصطلحات تختلف في ألفاظها وتتفق في معانيها، فبعض الكتب مثلاً تترجمها استفتاء وبعضها تترجمها استقصاء والبعض الآخر استبيان، والاستبانة هي اللفظ اللغوي الصحيح بحيث يطلق عليه الاستبانة وهو اللفظ الشائع في حين تسميتها بالاستبانة هو الأصح. فالاستبيان هو أداة للحصول على الحقائق وتجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل، ويعرف بعض الباحثين الاستبيان بأنه وسيلة قائمة بذاتها وتستخدم لجمع

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه اجراءاته، جامعة البلقان التطبيقية، الأردن، ص 48.

البيانات بطريقة سريعة وعن موضوعات محددة ومن مجموعة كبيرة من الأفراد، وتستخدم استمارة الاستبيان كأداة لهذا الغرض، ويذهب آخرون إلى تعريف الاستبيان بالوسيلة العلمية التي تساعد الباحث على جمع الحقائق والمعلومات من خلال عملية المقابلة، وهو الوسيلة التي تفرض عليه التقيد بموضوع البحث مع إجرائه وعدم الخروج عن أطره العريضة ومضامينه التفصيلية ومساراته النظرية والتطبيقية.<sup>1</sup>

ولتطبيق هذا الاستبيان في دراستنا هنا قمنا بإعداد النسخة الأولية للاستبيان وتتكون

من عدة محاور أساسية هي:

**المحور الأول:** يشمل البيانات الشخصية الخاصة بأفراد عينة الدراسة المتعلقة بالمتغيرات الشخصية والوظيفية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الأقدمية في العمل)

**المحور الثاني:** خصائص الصفحة المينائية على الفايسبوك.

**المحور الثالث:** الاطلاعات والاشباعات للموقع الرسمي للمؤسسة المينائية.

**المحور الرابع:** مدى مساهمة صفحة المؤسسة المينائية على الفايسبوك في تحسين صورتها.

<sup>1</sup> احمد بن مرسلني: منهاج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2007، ص 220.

## سابعاً: مجتمع الدراسة وعينتها:

## 1-مجتمع الدراسة:

يختلف معنى مجتمع الدراسة عن معنى عينة الدراسة، إذ يشير معنى مجتمع الدراسة إلى "المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة.

ويتمثل مجتمع دراستنا هذه في مجموع عمال مصلحة مديرية الموارد البشرية، ويبلغ عددهم بـ ونظراً لكبر عدد مجتمع الدراسة لجأنا إلى إختيار عينة قصدية (.....) ويبلغ عددها (.....) مفردة.

## ثامناً: الدراسات السابقة:

تشغل الدراسات السابقة أهمية كبيرة في إجراء الدراسات والبحوث العلمية وقد رجعنا قصد إنجاز هذه الدراسة إلى مجموعة الدراسات السابقة وهي:

## أ- الدراسة الأولى:

**بعنوان** "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صورة المؤسسة" دراسة ميدانية بمؤسسة موبيليس: بوقنور إلهام، مقدار حفيظة

وهي عبارة عن مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، هدفت هذه الدراسة في الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة موبيليس، ولقد اعتمدوا في هذه الدراسة على الفايبيوك من خلال

دراسة عينة من مستخدمي الفايسبوك وقد اعتمد وعلى المنهج الوصفي وذلك من خلال معرفة الاستخدامات والاشباعات لهذه المواقع باعتماد على الاستبيان الذي ينقسم الى ثلاث محاور: الأولى خصائص صفحة موبيليس على الفايسبوك والثاني المؤسسة وثقة الجمهور، أما المحور الثالث: دور الفايسبوك في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة وكانت النتائج كمايلي: من خلال عرض نتائج المحور الأولى: يتبين أن أكبر فئة تتصفح صفة موبيليس مع الفايسبوك هي فئة الإناث، وأيضا ما يميز صفحة موبيليس لجمهورها تبين أن أغلبية أفراد العينة لا يتقون في ما تقدمه المؤسسة على الفايسبوك، وأن المؤسسة تركز على الكتابة والصور معا في نشر معلوماتها عبر صفحاتها لكسب ثقة الجمهور، ومن خلال عرض نتائج بيانات المحور الثالث تبين أن أغلبية أفراد العينة يرون أن ما تقدمه مؤسسة موبيليس ساهم في تحسين صورتها وهذا يدل أن المؤسسة تسعى لتحسين صورتها من خلال صفحاتها على الفايسبوك.

### ب. الدراسة الثانية:

**بعنوان:** دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الأمنية، مديرية الأمن لولاية المسيلة، دراسة غضبان وليد.

وهي عبارة عن مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف المسيلة، حيث هدفت هذه الدراسة على كشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الأمنية وقد ركزوا من خلال هذه الدراسة على الفايسبوك

وهذا من خلال دراسة عينة من مستخدمي الصفحة على الفايسبوك من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال كما اعتمدوا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وذلك من خلال ما تقدمه هذه الصفحة من مضامين ومنشورات كما اعتمدوا على الاستبيان الذي انقسم الى ثلاث محاور: المحور الأول تناولوا فيه عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعين لصفحة المؤسسة، أما المحور الثاني تناولوا فيه تقييم المستخدمين لصفحة المؤسسة على الفايسبوك من وقت لأنوا كما أن مستخدمي الصفحة يتفاعلون بأشكال عديدة مع الصفحة، أما من خلال عرض نتائج المحور الثاني تبين أن أغلبيتهم أكدوا على أن الصفحة دائمة التحديث، وتستعمل أشكال تفاعلية مختلفة، أما المحور الثالث أكدوا من خلال ما تقدمه المؤسسة من خلال صفحاتها من مواضيع والمنشورات أصبح وجودها ضروري في المجتمع وأن الأنشطة التي تقوم بها ساهمت في تحسين صورتها وهذا ما يدل على أن المؤسسة تسعى لتحسين صورتها من خلال صفحاتها على الفايسبوك.

#### تاسعا: مجالات الدراسة:

1-المجال المكاني: يمثل مكان الدراسة في المؤسسة المينائية بسكيكدة.

2-المجال الزمني:

- الجانب النظري من 2024/07/01 إلى غاية 2024/07/30

- الدراسة الميدانية وتوزيع الاستبيان من 2024/09/01 إلى غاية 2024/09/17

## الفصل الثاني

الإطار المفاهيمي للدراسة

## تمهيد:

بلغت تكنولوجيا الاتصال درجة متقدمة من التطور وبرز الجيل الثاني من الإنترنت الذي قلب الكثير من المفاهيم، وأتاح عديد الخدمات من خلال وسائله المتنوعة وفي مقدمتها الشبكات الاجتماعية التي تطورت لتتحول إلى بديل عن مختلف النشاطات التقليدية الماضية من خلال جملة من الخدمات التي تتنوع من موقع إلى آخر، وهذا التطور يعبر عن صيحة تكنولوجية أثارت العديد من المواضيع والقضايا وأحدثت تفاعل وتواصل مستمر عبر المواقع الاجتماعية التي فتحت أبواب الحوار والتعبير والمناقشات وسلطت الضوء على مختلف الآراء والتوجهات حول كل المجالات، كما أتاحت التواصل بين المستخدمين عبر الشبكة العنكبوتية، عن طريق إرسال نصي، صوتي أو صور وفيديوهات، وأصبحت تتيح للفرد أن يتواصل مع أقربائه في كل أنحاء المعمورة.

## أولاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

## 1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

يعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها" وهذا الترابط نتج عنه نوع من الإعلام يختلف عن الإعلام التقليدي القديم، وهو ما يعرف بالإعلام الاجتماعي، أو الإعلام الجديد أو البديل، وهو يطلق عادة على كل ما يمكن استخدامه وتبادلته من معلومات من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية.<sup>1</sup>

عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حساباً على احد مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك تويتر .... ضمن نطاق شبكة الانترنت العالمية web، وتتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية ومنصة انطلاق ووجود الكتروني وشخصية افتراضية profile النشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور والأفلام الفيديو، ومن ثم الانطلاق المرحلة التشبك والتشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الأصدقاء وتكوين المجموعات أو الانتساب إلى شبكات السابقة من المشتركين والمستخدمين وتبدأ بخلايا الأصدقاء وطلاب الجامعات أو المدارس أو بناء الحي أو زملاء المهنة أو أفراد الأسرة والعائلة الواحدة، وتبادل

<sup>1</sup> مركز المحتسب لاستشار: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجاً، دار المحتسب للنشر والتوزيع، ط1: م ع س، 1438 هـ، ص 15.

التعليقات والآراء والمواد الإعلامية معهم، وتتم عمليات التواصل الإلكتروني بين المرسل والمتلقي بصورة فورية لحظة بلحظة، وساعة يشاء المشترك ضمن الشبكة.<sup>1</sup>

هي المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت.<sup>2</sup>

## 2. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزواج بين الثقافات ويسمى هذا النوع من التواصل بين الناس شبكات التواصل الاجتماعي، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً في التعريف بهذه الشبكات وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات وقد مرت شبكات مواقع التواصل الاجتماعي في نشأتها وتطورها المرحلتين:

<sup>1</sup> مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي، منصات للحرب الأمريكية الناعمة دار جمعية المعارف الإسلامية الثقافية للنشر والتوزيع 1: بيروت لبنان: 2016م، ص 25-26.

<sup>2</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، الأردن 2013، ص 24.

- المرحلة الأولى: هي مرحلة الجيل الأول من الويب (web1.0).

- المرحلة الثانية: هي مرحلة الجيل الثاني من الويب (web2.0).

ولكن ازدادت شبكات التواصل الاجتماعي عندا وشهرة في المرحلة الثانية مرحلة ويب (2.0).

المرحلة الأولى: وهي مرحلة الجيل الأول من الويب (web 1.0) وكانت الشبكات التي ظهرت في هذا الجيل ذات صفحات ثابتة ونتج مجال صغير وضيق للتفاعل بين الأفراد وتعتبر هذه المرحلة بأنها البداية للشبكات التواصل الاجتماعي ومن ابرز الشبكات التي تكونت نشأت في هذه المرحلة في موقع<sup>1</sup> cbsnates وظهر عام 1995 موقع sixdegree.com وظهرت عام 1997 وسمح للمشاركين فيه بعمل قوائم أصدقاء ولم تكن مرئية للآخرين وجذب الملاين من المستخدمين، لكن أغلقت الخدمة لهذه الشبكة عام 2000.

ومن عام 1997 حتى عام 2001 ظهرت شبكات أخرى مثل موقع لايف جورنال live journal وموقع بلاك بلانت black plante وموقع asion avenue وفي عام 2003 ابتكر موقع قيس ماتش وعلى الرغم من أهمية هذه الشبكات في وقت إنشائها لكنها لم تقدم أرباحاً لمؤسسيها وبالتالي أغلق أغلبها.

<sup>1</sup> علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2001، ص 58.

المرحلة الثانية: يشير الويب 2.0 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب مدونات، مواقع المشاركة الوسائط المتعدد وغيرها..) اهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمات بشبكة الانترنت وتعتبر MY مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية ويمكن أن تؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع ماي سبيس MY space وهو الموقع الأمريكي المشكور ثم موقع الفيس بوك وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين المواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع وتزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.

وأمام هاتين المرحلتين بدا واضحا اختلاف الآراء حول أول شبكة اجتماعية عبر الانترنت وسنحاول هنا أن نورد الآراء التي تبحث عن أول شبكة اجتماعية عبر الانترنت، حيث يرى البعض بأن أول موقع خاص بالشبكات الاجتماعية هو موقع six degrees.com وذلك في 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماء أهم المعرفية أو العلمية أو الدينية.<sup>1</sup>

ولكن في الوقت الذي استطاعت هذه الخدمة أن تجذب الملايين من المستخدمين إلا أنها فشلت في أن تبقى دائمة حيث تم إيقاف الخدمة عام 2000، وفي عام 2002، انطلق موقع التواصل الاجتماعي friendster وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعرف والصدقات

<sup>1</sup> مريم إيمان نورهان، استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، بائنة، 2012، ص 49.

المتعددة بين مختلف فئات المجتمع في فرنسا موقع skyrock.com كمنصة للتدوين ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب.<sup>1</sup> وفي بداية 2003 ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير myspace الأمريكي وهو موقع خصص التبادل الصور وإضافة الأصدقاء وتقديم تفاصيل الملفات الشخصية وعرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة.

كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل مثل linckdin الذي انطلق السمي 5 ماي 2003 حيث وصل عدد مستخدميه إلى 250 مشترك نهاية شهر ديسمبر 2012. في عام 2004 حديث نقلة كبيرة في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق الموقع الشهير فيس بوك في 4 نوفمبر 2004 على يد مارك رول بيرج" الذي بدأ في انتشار المتوازي مع سبيس حتى قام فيس بوك في 2007 بإتاحته على جميع الأفراد خارج الولايات المتحدة الأمريكية.

وانتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي بمدونات الصغيرة بظهور موقع youtoub عام 2005 في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة وهو موقع خاص بمشاركة الفيديو بشكل مجاني عبر الانترنت.

ثم ظهر موقع تويتر في 2006 كمشروع تطوير بحيث أجرته شركة أمريكية في فرانسيكو، وبدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة في 2007 والذي يقوم تدوين مصغر

<sup>1</sup> علاء الدين محمد عقيلي الملجي، المدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جيسوز للنشر والتوزيع دار التعليم الجامعي، القاهرة 2015، ص 155.

الذي يسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم بـ 140 حرف للرسالة واحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر<sup>1</sup>.

### 3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتم أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في إتاحة المجال واسع أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين خاصة أن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين ولا يمكن له أن يعيش في عزلة عن أخيه الإنسان وقد أثبتت كثير من الدراسات والبحوث العلمية إن الإنسان لا يستطيع اتساع حاجاته البيولوجية النفسية، دون التواصل مع الآخرين فحاجاته الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساساً دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي ولذلك فالإنسان كائن اجتماعي بطبيعته لا يمكن أن يعيش بمفرده.<sup>2</sup>

لذا نجد أن لهذه المواقع خصائص محددة منها:

**شاملة:** حيث أنها تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، أي أنها تلغي الحدود الدولية حيث أن للفرد في الشرق أن يتواصل مع فرد آخر في الغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.

<sup>1</sup> مشري مرسى، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، نظرة في الوظائف مجلة المستقبل العربي لبنان العدد 395 يناير، 2012، ص 157.

<sup>2</sup> عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني [www.darasafa.net](http://www.darasafa.net)

التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغي السلبية المعينة في الإعلام القديم كالتلفاز والصحف الورقية وتمطي حيزا للمشاركة الفعالة من المشاهد والقارئ.

تعدد الاستعمالات: مواقع التواصل سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم والعالم لبث علمه وتعليم الناس، الكاتب للتواصل مع القراء وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا.

سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف بساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم<sup>1</sup> نقل أفكاره والتفاعل مع الآخرين.

اقتصادية في الجهد والوقت والمال: في ضل مجانية الاشتراكية والتسجيل فالكمل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرًا على أصحاب الأموال وواو حكرًا على جماعة دون أخرى.<sup>2</sup>

للعمل والتعبير عن قدراته واديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من اجل الاحتيال والنصب.

الفصول: تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأقمار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجربتها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية

<sup>1</sup> ظافري وداد، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في توازن الربيع العربي الفايسبوك، نموذج المؤتمر الدولي للاتصال الرقمي في زمن المكاشفة 26-28 تشرين الأول الأردن، جامعة البرموك 2017، ص 67.

<sup>2</sup> الربيعي بيريف حسين، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية للنخب الإعلامية الفايسبوك نموذجا المؤتمر الدولي للاتصال الرقمي في زمن المكاشفة 26-28 تشرين الأول، الأردن، جامعة البرموك 2017، ص 24.

فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

**التعارف وتكوين الصداقات:** شملت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.

**التسويق أو البحث عن وظائف:** إن هذه المواقع لم تعد لتعارف فحسب بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال كونها منخفضة التكاليف أو تضمن سهولة الاتصال بما داخل و خارج مقر العمل بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها.<sup>1</sup> فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو حال شبكة لينكدان.<sup>2</sup>

#### 4. دوافع استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي:

- **المشاكل الأسرية:** تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية ولكم في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع

<sup>1</sup> هارتكي جون: الصناعات الإبداعية ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي، عالم المصرية اللبنانية القاهرة مصر 2007

<sup>2</sup> ترم سمير، وسائل الإعلام الحديثة وسيلة تفاهم عقبة أمام جدار جاد، مكتبة النور، الرياض، 2008، ص 50.

من الاضطرابات الاجتماعية التي تجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلاً في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة والتفكك الأسري.

- **الفراغ:** بعد الفراغ الذي ينتج عن سود إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت، ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات المتناهية الذي نتجه الشبكة كالفيسبوك مثلاً تتيح لمستخدميها مشاركة مجموعة من الأصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل للملئ الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة وتضيع الوقت عند البعض منهم.<sup>1</sup>

- **البطالة:** تعتبر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية أن البطالة من أهم المشاكل الاجتماعية التي تعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى أن كانت هذه الحلول افتراضية فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصاً ناقصاً على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لو يوفر له فرصة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> مشري مرسى: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف مجلة المستقبل العربي ولبنان العدد 395 يناير 2012، ص 157.

<sup>2</sup> صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد دراسة في مداخلة النظرية وخصائصه العامة البوابة العربية للعلوم للإعلام والاتصال 2011، ص 24.

## 5. إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

### - الاستخدامات الاتصالية الشخصية

وهو الاستخدام الأكثر شيوعاً، ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات، وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال وجب للتعرف والصدقة وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالباً وإن اختلفت أعمارهم ومستوياتهم العلمية.<sup>1</sup>

### - الاستخدامات التعليمية

تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعلم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر.

واستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم، مما يوفر جداً من مراعاة

<sup>1</sup> علي شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي ط، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن عمان ص 58.

الفروق الفردية كما التواصل بكسب الطالب الخجول فرصة التواصل مهارات أخرى كالتواصل والمناقشة وأيدا الرأي.<sup>1</sup>

#### - الاستخدامات الإخبارية:

أتاحت الشبكات الالكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصدرها الرئيسي وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغت مقصودة أو غير مقصودة لتهديد الخبر أو تدويله أو تسببه بغرض التأثير على الرأي العام.

#### - الاستخدامات الدعوية:

أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين وانشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية وانتقال إيجاب للتواصل الاجتماعي في ضل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل و التوفير الجهد والتكاليف.<sup>2</sup>

#### - تفعيل عمليات تنظيم الحملات الإعلامية والتعبئة الاحتجاجية:

<sup>1</sup> الرعود عبد الله، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي تونس ومصر من جهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط الأردن 2012، ص 80.

<sup>2</sup> العياض، نصر الدين، الرهانات الاسيتمولوجية والفلسفية للمنهج الكيف نحو أفاق جديد لبحوث الإعلام والاتصال في المنظمة العربية أبحاث المؤتمر الدولي لعلوم الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة العالم جديد جامعة البحرين من 7-9 ابريل، 2009، ص 18-29.

✓ **المطلية:** عوضت وسائل التواصل الاجتماعي عن سيطرة الحكومات على أجهزة

الإعلام التقليدية التلفاز الإذاعة الفضائيات، ومن أمثلة ذلك حملات دعم الانتفاضة

الفلسطينية والمقاومات في غزة وحملات دعم المقاومة في لبنان وكذا تنظيم

الاحتجاجات المطلية للمعيشة والسياسة في العالم.

✓ **ازدياد فرص الإبداع والابتكار والتطور التقني والفني والعلمي:** تساعد وسائل

التواصل علة بناء ورش افتراضية تؤدي إلى<sup>1</sup> بناء أرضية معرفية لتراكم الخبرات

والمعارف وتزيد من فرص الابداع والابتكار وتبادل المعلومات التقنية.

✓ **سرعة إيصال المعلومات وتحول كل فرد إلى إعلامي:**

يبين دراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر الطرق التي تنقل عبرها الإخبار في

الوقت الحالي، فأكثر من 50% من الناس يعتمدون على المواقع الاجتماعية في معرفة

الأخبار الجديدة بالإضافة إلى أن 65% من الصحفيين والمحررين يعتمدون على "فيس

بوك" "وتويتر" للحصول على الأخبار كما تعتبر الشبكات الاجتماعية مصدر الأخبار لنجد

27.8% من الأمريكيين في حين أن نسبة الذين يعتمدون على الصحف اليومية في تناقل

الأخبار هي 28.8%.

<sup>1</sup> العبد عاطف، أطفالنا والقنوات الفضائية الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام القاهرة النصر، 2009، ص 60.

✓ المساعدة في البحث عن فرص العمل والوظائف:<sup>1</sup>

تساعد وسائل التواصل على إيجاد منصة لعرض السير الذاتية والإعلان عن الهوية والكفاءة فقد بينت دراسة أن ما نسبته 89% من الشركات تبحث عن موظفين جدد عبر موقع لينكدان 26% linkedin من الباحثين يحصلون على وظائف من خلال "فيسبوك" بينما 15% يستعطون الحصول على وظائف من خلال "تويتر" وقد أثبتت النتائج أن نسبة الباحثين عن العمل من خلال "فيسبوك" تقدر بما نسبته 52% و38% من خلال موقع "لينكدان" و34% فقط على من خلال موقع "تويتر".<sup>2</sup>

## ✓ شبكات التواصل الاجتماعي قد تزيد من إنتاجية العمل:

أظهرت دراسة "جمعية علم النفس التنظيمي والصناعي" الأمريكية أن السماح للموظفين بعدة استراحات قصيرة من التواصل الاجتماعي خلال ساعات العمل يزيد إنتاجية العمل فقد أصدرت جمعية علم النفس الصناعي الأمريكية دراسة حول اثر استخدام الموظفين خلال ساعات العمل واستخدام القائمون على هذه الدراسة عينة من اثنين وسبعين موظفا سمح لهم باستخدام هواتفهم الذكية أثناء العمل، وذلك تزويدها برامج يقيس المدة الزمنية التي يقضونها في استخدامه حيث تم تصنيف استخدام الهاتف إلى ثلاث فئات تسلية تواصل اجتماعي، استخدام شخصي ومعلومات، أظهرت نتائج الدراسة أن قضاء الاستراحات في التواصل

<sup>1</sup> حافظ عبده، تواصل الشباب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي المؤتمر العلمي وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير قسم الصحافة والإعلام جامعة البترا عمان 2011، ص 30.

<sup>2</sup> الراوي بشري، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير مدخل نظري مؤتمر فيلا دليا الدولي السابع عشر ثقافة التعبير جامعة فيلا دليا عمان الأردن، 2019، ص 80.

الاجتماعي ترك أثر أكثر ايجابية مما تركته فئتا "آلية" والاستخدام الشخصي حيث ظهر الأثر الايجابي من خلال تحسن مزاج الموظف وزيادة قدرته الإنتاجية<sup>1</sup>.

## 6. سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

### - إضعاف الذاكرة اللغوية العربية:

إن كثرة استخدام وسائل التواصل الالكتروني عبر الكتابات النصية والأوامر الالكترونية تؤدي إلى زعزعة منظومات المفردات اللغوية للفرد، بسبب عدم التواصل الطبيعي وقلة النطق باللغة العربية فالتواصل الاجتماعي الالكتروني تنقصه الكثير من العناصر المهمة في تكوين عملية الاتصال، كلغة الجسد واللمس والحركة.

وكما نلاحظ فإن مستخدمي مواقع التواصل لا يتكلمون باللغة العربية لعدم وجود حوار شفهي وإذ كتبوا النصوص يعتمدوا لغة عربية غير صحيحة وفيها عبارات أجنبية فضلا عن انتشار كتابة المفردات العربية بأحرف أجنبية<sup>2</sup>.

### - إدمان وسائل التواصل يؤدي إلى تلف الخلايا الدماغية:

يؤدي الإدمان إلى إرهاق العين الباصرة كما قد يؤدي إلى تلف جزئي للخلايا الدماغية يرتبط الإدمان على الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بتغيرات في الدماغ مشابهة لتلك

<sup>1</sup> الكحكي عزة مصطفى، استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض عوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد جامعة البحرين من 7-9 أبريل 2009، ص 269.

<sup>2</sup> مشري مرسى، شبكات التواصل الاجتماعي القيمة نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي لبنان العدد 395 يناير 2012، ص 157.

التي تحدث عند الأشخاص المدمنين على الخمر والكوكايين والحشيش، فقد قام علماء صيبون فحص أدمغة سبعة عشر مراهق شخصت حالاتهم على أنهم مصابون بالاضطراب إدمان الانترنت حيث قارنوا النتائج بفحوص لسته عشر من زملائهم فأظهرت النتائج تلف ألياف المادة البيضاء في الدماغ التي تربط المناطق المعينة بالمعالجة العاطفية والانتباه واتخاذ القرارات والسيطرة الإدراكية وقد لوحظت تغيرات مماثلة في المادة البيضاء في أشكال أخرى من الإدمان على مواد مثل الخمر والكوكايين لذلك فان النتائج تشير إلى أن سلامة للمادة البيضاء قد تخدم كعلاج جديد محتمل في اضطرابات إدمان الانترنت<sup>1</sup>.

#### - إضعاف التركيز الذهني ومحو الذاكرة:

حيث أن التركيز الذهني في قراءة نص الكتروني موجود على صفحة موقع الكتروني اجتماعي لا تتعدى ب 25 بالقياس إلى القراءة الورقية التقليدية من الكتب وذلك بسبب خاصية التشعب النصي على صفحة فيس بوك مثلا، التي تتضمن عشرات الفقرات والأوامر والروابط المتشعبة كما تترك عمليات التصفح والتواصل الالكتروني الاجتماعي اثر في محو الذاكرة واستبدالها بذاكرة جديدة بفعل التراكم حيث يتوقع مع مرور الزمن، أن يتشكل ذاكرة جديدة تخزن الصور والنصوص والأشياء والمفردات اللغوية الجديدة تشوش على الذاكرة القديمة المخزنة ويمكن للمرء أن يجري تحقيق علميا على بعض المستخدمين لشبكات

<sup>1</sup> نجدات علي عقله، استخدام المتزوجات العاملات في الجامعة الأردنية للفيسبوك والإشاعات المتحققة منه، دراسة مسحية على عينة من جامعة البرموك، الأردن 2012، ص 10.

التواصل وان يكتشف عمليات المحو والاستبدال الحاصلة وهي المسألة التي يبحثها الخبراء في إطار دراسة تقنيات القراءة الرقمية وأثارها في الدماغ والذاكرة<sup>1</sup>.

#### - إضعاف المهارات التحليلية:

تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي إلى إضعاف المهارات التحليلية بفعل الاعتياد على التلقي وعدم البحث المنهجي وعدم إنتاج المعرفة والمعلومات، واستنتاج آراء ومعطيات الآخرين، فيعتقد المتلقي وأهما انه عثر على معلومات ضخمة وهي في الواقع معلومات مشتتة وسطحية، وهي في معظمها أخبار ثرثرة وشائعات فوفقا لدراسة أجرتها كلية الاقتصاد في جامعة هارفارد تبين أن 10% فقط من مستخدمي تويتر هم المنتجون 90% من مضمون هذه الخدمة ما يعني أن اغلب المستخدمين أصبح دورهم سلبيا يعتمد على التلقي<sup>2</sup>.

#### - انتقال الأفكار والمعلومات السلبية بطريقة عدوى المشاعر والأفكار: فقد كشفت

دراسات قامت بها شركة فيس بوك على المستخدمين أن الأفكار والمعلومات تنتقل من مجموعة صغيرة إلى رسائل أفراد المجتمع بفعل عامل انتشار العدوى المشاعر والأفكار.

#### - دفع المستخدم نحو التقصير في الواجبات

<sup>1</sup> غريب حسين نحو، الاستخدام الآمن لمواقع التواصل الاجتماعي، كلية الحاسبات والمعلومات جامعة عين شمس، 2018، ص 10.

<sup>2</sup> ناصر يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال دار حامد للنشر والتوزيع عمان الأردن ط1، 2015، ص 55.

خاصة الواجبات الأسرية الزوجية الاجتماعية، والتي تؤدي تدريجياً إلى التفكك الأسري نتيجة الإدمان على الارتباط بوسيط افتراضي، لا يرفض نفس الأعباء والمتطلبات التي ترتبها المسؤوليات الاجتماعية العادية<sup>1</sup>.

#### - دفع المستخدم نحو ارتكاب الجرائم عن بعد:

من سلبيات ووسائل التواصل الاجتماعي السماح بالإخلال بالآداب والأخلاق والدفع نحو سرقة وقرصنة الملكيات الفكرية والمعلوماتية للآخرين فوسائل التواصل عالم مفتوح بدون محاسبة أو مسؤولية والأبحاث والأرقام حول هذه النقطة السلبية أكثر من أن تحصى وهي حالات مشهودة الواقع ولدى أجهزة الشرطة والمحاكم.

#### - بناء علاقات افتراضية تؤسس لقيادات وكادرات افتراضية

قد تصل شبكة العلاقات لدى البعض إلى 5000 صديق ومتابع والبعض قد يفتح حسابات جديدة لتجاوزه الحد المعقول والمتاح تقنياً هذا الرأس مال الافتراضي والوهمي، ينتج آثار سلبية على الشخصية وعلى الجمهور معاً فتساهم هذه العلاقات في صعود وهمي لنجومية بعض الناشطين، وتحولهم إلى قادة ودعاة في نظر البعض الآخر.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي مجلة التربية العدد 15 جامعة عمان الأهلية عمان، 2003، ص 60.

<sup>2</sup> حنان شعشوع الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك، مذكرة نيل شهادة الماجستير، جامعة ملك عبد العزيز السعدية، ص 31.

## ثانيا: الصورة الذهنية:

## 1. تطور مفهوم الصورة الذهنية:

تطور مفهوم الصورة الذهنية خلال العقد الأخيرة، حيث أصبح من الممكن التي يتطور هذا المفهوم يصبح علما جديدا قائما بذاته له أصوله وقواعده ونظرياته بحيث أصبحت كل المؤسسات والشركات والأحزاب السياسية والدول والجماعات العرفية والدينية تكافح لبناء صورة ذهنية ايجابية لنفسها على المستوى العام حيث أصبحت القدرة على بناء صورة ايجابية للمنظمة أو الشركة من أهم الوظائف الإدارية<sup>1</sup>.

حيث ظهر مفهوم الصورة الذهنية في الخمسينات وخاصة فالولايات المتحدة الأمريكية ليعبر عن حالة أو منزلة الفرد أو الحزب أو البلد في الحياة العامة، كان ظهور تطوير صورة المنشأ البرشيول 1920، الأثر الكبير في انتشار صورة المنشأ، حيث أشار هيوم إلى استحالة التفكير بدون صورة ذهنية من حيث أنها (الصورة الذهنية) والفكرة مفهومان ومتشبهان هذا لا يعني أنها لا تعتمد على الرموز اللغوية بل أنها كثيرا ما تعول على الصورة ليعاد تجميعها أو ترتيبها أو تجريدها كما أكد بعض الباحثين أننا نستطيع أن تسترجع الماضي من طرف الصورة الذهنية<sup>2</sup> يرجع استخدام كلمة IMAGE إلى الصورة

<sup>1</sup> سليمان صالح: مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال، ط 02، دار المسيرة، 2001، ص 17.

<sup>2</sup> زاهي رضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية العدد 01، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص 118.

الانطباع أو الفكرة الذهنية فقد تكون الصورة ملتصقة بإحدى آلات التصوير أو مرسومة، قد تكون في الذهن كالفكرة كونها عن ذلك الشخص وصورته التي رسمها له في ذهنه.

## 2. تعريف الصورة الذهنية:

ظهر مصطلح الصورة الذهنية إلى الوجود 1915م على يد العالم "جراهم دلاس" والذي أشار في كتابه الطبيعة البشرية والسياسية إلا أن الباحثين في حاجة إلى تكوين شيء مبسط ودائم ومنظم ومع تقدم علوم الإعلام والاتصال دخل مصطلح الصورة الذهنية في مختلف مجالات البحوث المتصلة بالرأي العام، ثم تعاظم الاهتمام بها مع التقدم الكبير في مجالات الاتصالات والمعلومات، الذي حول العالم إلى قرية صغيرة<sup>1</sup>.

تعني ببساطة الصورة العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المؤسسات المختلفة وقد تتكون على الأدلة والوثائق، أو على الإشاعات والأقوال غير الموثوقة ولكنها في النهاية تمثل وواقعا صادقا من جهة نظر من يحملونها في رؤوسهم<sup>2</sup>.

ويقول حسين محمد، أن الصورة الذهنية صورة رمزية تتجمع فيها احتياجات الجماهير ومطالبها واهتماماتها وتطلعاتها والرغبة القادرة على وفاء الجماهير بكل هذا وأكثر منه، وهذه الصورة لا يمكن أن تتشكل بين يوم وليلة، إذ أن مادتها تترسب في العقول قطرة، كما أنها

<sup>1</sup> عبد الرحمان: مناهج البحث العلمي، القاهرة دار النهضة العربية 1963، ص 168.

<sup>2</sup> الدسوق أحمد: الصورة الذهنية لراجل الشرطة لدى الرأي العام المصري، وزارة الداخلية، أكاديمية مبارك للأمن.

ليست ترجمة الأفعال وسلوك أي مؤسسة وأقوال لفعل مسؤولين عنها بقدر ما هي ترجمة ترجمة لردود الفعل التي تحدثها الأفعال وتلك الأقوال<sup>1</sup>.

ويعرف قاموس "ويسر" الصورة الذهنية بأنها التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة، أو تخيل لما أدركته الحواس من الرؤية، أو السمع أو اللمس والتذوق.

### 3. أنواع الصورة الذهنية:

- الصورة المرأة: وهي الصورة التي ترى المنظمة نفسها من خلالها.
- الصورة الحالية: وهي التي يرى بها الآخرين المنظمة.
- الصورة المرغوبة: وهي التي تود المنظمة أن تكون لها لنفسها في أذهان الجماهير.
- الصورة المثلى: وهي من أمثل صورة يمكن أن تحقق.
- الصورة المتعددة: وتحدث عندما يتعرض الأفراد الممثلين مختلفين للمنشأة يعطي كل منهم انطبعا مختلفا عنها ومن الطبيعي ألا يستمر هذا التعدد طويلا وإنما أن يتحول إلى صورة إيجابية وإلى صورة سلبية أو أن تجمع بين الجانبين صورة موحدة تظلها العناصر الايجابية والسلبية تبعا لشدة تأثير كل منهما على هؤلاء الأفراد<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عبد العزيز كمال، سارة صورة الصحفي، مكتبة مبعويا، جامعة القادر.

<sup>2</sup> عبد العزيز كمال، مرجع نفسه.

#### 4. خصائص وسمات الصورة الذهنية:

- المقاومة للتغيير: فالصورة الذهنية تميل إلى الثبات ومقاومة التغيير وتعدد العوامل التي تحدد وتؤثر في كم وكيف التعبير المحتمل في الصورة الذهنية وبعض هذه التغيرات يتعلق بالصورة ذاتها، وبعضها الآخر يتعلق بالرسائل الواردة خلالها.
- التعميم وتجاهل الفروق الفردية: تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه وتطرح لذلك فالأفراد يفترضون بطريقة إليه أن كل فرد ما من أفراد الجماعة موضوع الصورة تنطبق عليه صورة الجماعة ككل على الرغم من وجود اختلافات وفروق فردية، والأفراد يستهلون في إصدار الحكم على الأفراد من خلال تصنيفهم ضمن جماعات أخرى، ويترتب على ذلك أن الفئات والجماعات والمهن المختلفة يكون عنها الجمهور صوراً ذهنية تتسم بالتعميم والمتجاهل للفروق والاختلافات التي قد تكون في بعض الأحيان جوهرية وأساسية.
- ادراكات متحيزة: تؤدي الصورة الذهنية إلى تكوين ادراكات متحيزة لدى الأفراد، فالصورة الذهنية تشير أساساً على درجة من درجات التعصب لذا فإنها تؤدي إلى إصدار أحكام متعصبة ومتميزة فمن خلال الصور الذهنية يرى الأفراد الجوانب من الحقيقة، ويهملون جوانب أخرى لأنها لا تتماشى مع معتقداتهم ولا تتنسيق مع اتجاهاتهم.

- **التنبؤ بالمستقبل:** تساهم الصورة الذهنية في التنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور اتجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة، فالصورة الذهنية المتطبعة لدى الأفراد باعتبارها انطباعات واتجاهات لدى الأفراد حول الموضوعات والقضايا والأشخاص يمكن أن تتنبؤ بالسلوكيات التي قد تصدر عن الجماهير مستقبلاً<sup>1</sup>.
- **تخطي حدود الزمان والمكان:** تتميز الصورة بخاصية تخطي الحدود الزمان والمكان بشكل كبير فالإنسان لا يتقيد بالحدود بل يتخطاها بتكون صوراً ذهنية عن بلده كما أن الإنسان يكون دائماً على اتصال بكل ما حدث في الماضي و من ثم يدخل هذا الماضي نطاق الصورة الذهنية بالإضافة إلى ذلك فإن الإنسان يستطيع أن يكون صوراً عن المستقبل وبالتالي يمكن القول أن الصورة لها جذور في الماضي وامتداد في المستقبل<sup>2</sup>.

#### 5. مصادر الصورة الذهنية:

يرى تركستان إلى الصورة الذهنية تتكون من مصدرين:

- **الخبرة المباشرة:** إن احتكاك الفرد اليومي بغيره من الأفراد والمؤسسات والأنظمة والقوانين بعد مصدراً مباشراً ومؤثراً لتكوين الانطباعات الذاتية عن شخص أو منظمة أو فكرة أو دولة هذه الخبرة المباشرة أقوى فتأثيرها على عقلية الفرد وعواطفه وإذ أحسن توظيفها وهذه مهمة أجهزة العلاقات العامة في تعاملها المباشر حيث يقوم

<sup>1</sup> القرا عبد الله مصطفى عبد الله: دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة بغزة 2008، ص 17.

<sup>2</sup> القرا: عبد الله، مرجع نفسه، ص 17.

رجال العلاقات العامة ومقدمو الخدمات فالمنظمات الرسمية وغير رسمية بدورهم في تكوين هذه الانطباعات التي تشكل الصورة لدى الآخرين.

- **الخبرة غير المباشرة:** إما أن يتعرض له الفرد من وسائل شخصية يسمعها من الأصدقاء أو غير وسائل الإعلام عن مؤسسات وأحداث وأشخاص ودول لم يسمح منهم مباشرة وتعود خبرة منقولة وفي هذا النوع من الخبرة تلعب وسائل الإعلام المسموعة دورا والمرئية كذلك في تكوين الانطباعات التي يشكل النتائج النهائي لها الصورة الذهنية<sup>1</sup>.

#### 6. مكونات الصورة الذهنية:

كما أجمع بعض الباحثين أن للصورة الذهنية ثلاث مكونات أساسية هي:

- **البعد المعرفي:** ويقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعا أو قضية أو شخصا ما، وتعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد على الآخرين وعن الموضوع والقضايا المختلفة وبناء على دقة المعلومات والمعارف التي تحصل عليها عن الآخرين تكون دقة الصورة الذهنية التي تكونها عنهم وفقا للبعد المعرفي فإن الأخطاء فالصورة الذهنية المتكونة لدى الأفراد هي أخطاء ناتجة أساس عن المعلومات والمعارف الخاطئة التي جعل عليها هؤلاء الأفراد.

<sup>1</sup> علي عجوة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، كلية الإعلام جامعة القاهرة: ط 01، 1983، ص 24.

- **البعد أو الجدائي:** ويقصد بالوجداني الميل بالإيجاب أو السلب اتجاه موضوع أو قضية أو شخص ما ... في ايطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد وبتشكيل الجانب الوجدان مع الجانب المعرفي ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الأفراد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تتمثل اتجاهات الأفراد نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة.
- **البعد السلوكي:** يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه في مختلف شؤون الحياة حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ لسلوك الأفراد التي تعكس اتجاهاتهم في الحياة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد البارئ درة نبيل خليف المجاني: العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين، ط 01 دار وائل للنشر، الأردن 2010، ص 384.

### ثالثاً: مفاهيم عامة حول المؤسسة الاقتصادية

#### 1. تعريف المؤسسة الاقتصادية

لقد تعددت تعاريف المفكرين للمؤسسة الاقتصادية عبر الزمان، وحسب الاتجاهات والمدائل التي يتبناها كل واحد منهم، وفيما يلي نستعرض مجموعة من التعريف:

يعرفها M.Truchy بأن "المؤسسة هي الوحدة التي تجمع فيها وتنسق العناصر البشرية

والمادية للنشاط الاقتصادي"

ويعرفها François Peroux كما يأتي: "المؤسسة هي منظمة تجمع أشخاصا ذوي

كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس الأموال وقدرات من أجل إنتاج سلعة ما، والتي يمكن أن

تباع بسعر أعلى مما تكلفته.<sup>1</sup>

كما تعرف أيضا بأنها: "جميع أشكال المنظمات الاقتصادية المستقلة ماليا هدفها توفير

الإنتاج لغرض التسويق، وهي منظمة مجهزة بكيفية توزع فيها المهام والمسؤوليات، ويمكن

أن تعرف بأنها وحدة اقتصادية تتجمع فيها الموارد البشرية والمادية اللازمة للإنتاج

الاقتصادي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، ط1، 1988، ص09.

<sup>2</sup> إسماعيل عرابجي، اقتصاد المؤسسة، بدون دار نشر، ط2، بدون سنة نشر، ص13.

وفضلا عن ذلك فهي "كمنطقة اقتصادية اجتماعية مستقلة نوعا ما، توجد فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية، المالية والمادية والإعلامية بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف في نطاق زمني ومكاني.<sup>1</sup>

وتعتبر أيضا المؤسسة كوحدة إقتصادية التي تتجمع فيها الموارد البشرية والمادية اللازمة للإنتاج الاقتصادي.<sup>2</sup>

ولعل أشمل تعريف للمؤسسة الاقتصادية هو التعريف الآتي: "المؤسسة هي تنظيم اقتصادي مستقل ماليا في إطار قانوني واجتماعي معين، هدفه دمج عوامل الإنتاج أو تبادل سلع أو خدمات، مع أعوان اقتصاديين آخرين، بغرض تحقيق نتيجة ملائمة وهذا ضمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني والزمني الذي يوجد فيه وتبعاً لحجم ونوع نشاطه.<sup>3</sup>

ومن خلال التعاريف السابقة، يتضح لنا أن المؤسسة كيانا اعتباريا مستقلا ويتحدد نشاطها بالإنتاج والمشكل من أحد العنصرين السلع أو الخدمات، ولها موارد مالية وبشرية، ورغم ذلك تبقى التعاريف الواردة غير شاملة، خاصة مع التطور الذي شهدته نظرية المؤسسة نظريات الإدارة.

<sup>1</sup> عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسيير المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998، ص24.

<sup>2</sup> عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 1993، ص24.

<sup>3</sup> ناصر دادى عدون، مرجع سبق ذكره، ص11.

نستخلص مما سبق ذكره، أن المؤسسة مكونة من العناصر الآتية<sup>1</sup>:

✓ **الموارد المادية:** وهي الوسائل المستخدمة في العملية الإنتاجية من آلات ومباني

ومواد أولية.

✓ **الموارد البشرية:** وهي تلك الموارد المتمثلة في الطاقات العضلية والفكرية لعمال

المؤسسة.

✓ **مركز القرار:** وهو المكلف بتسيير النشاط الإنتاجي للمؤسسة.

✓ **التنسيق:** هو ناتج نشاط المؤسسة المتولد عن عنصر العمل المبذول لتحويل المواد

الأولية إلى سلع مادية، أو عنصر العمل المبذول لتقديم خدمات للأفراد أو

الجماعات.

## 2. وظائف المؤسسة الاقتصادية:

تتلقى المؤسسة الاقتصادية مواد أولية طاقة، معلومات من المحيط وتمثل هذه العناصر

مدخلات فتجري عليها تحويلات معينة لتصبح لدينا مخرجات تكون في شكل منتجات مادية

وخدمات (سلع وخدمات) تباع في السوق مقابل نقود، تشغلها المؤسسة مرة أخرى لتحصل

<sup>1</sup> إبراهيم بختي، دور الانترنت وتطبيقاته في المؤسسة، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2002، ص16.

بواسطتها على مدخلات أخرى وهكذا تستمر الدورة الإنتاجية، فنلاحظ أن الناتج الذي يعرض في الأخير على المحيط هو محصلة نشاطات عديدة ومنظمة يمكن تصنيفها كما يلي:<sup>1</sup>

#### - وظيفة الإنتاج:

وهي الوظيفة الفنية الأساسية في المؤسسة التي تهتم بتوليف عناصر الإنتاج المتواجدة لخلق السلع والخدمات المتنوعة بكل ما يعنيه ذلك من تنظيم، وحل للمشاكل، واتخاذ قرارات، ووضع سياسات توصلنا إلى الأهداف المرسومة بأقل تكلفة وبأقصى ربح ممكن.

#### - وظيفة التسويق:

وهذه الوظيفة تلي وظيفة الإنتاج حيث تساعد المؤسسة على تصريف منتجاتها وتتولى عرضها على المستهلك، اجتذابه وترغيبه في الشراء عن طريق القرارات الأساسية اللازمة من حيث الأسعار والمواصفات، فهي مجموع العمليات المتعلقة بأعمال البيع، النقل، التخزين، الترميم وتحمل المخاطر والتسعير، والحصول على المعلومات التسويقية والإعلان والترويج وكل ما يؤدي إلى استرداد الأموال التي صرفت، بالإضافة إلى توفير عائد معقول يعوض عما أنفق ويمكن المؤسسة من الاستمرار والتوسع.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حوري زينب، تقييم الأداء في منشأة صناعية، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد العلوم الاقتصادية، مارس، 1989، ص 13.

<sup>2</sup> حوري زينب، مرجع سبق ذكره، ص 13.

ويعرف التسويق بأنه: ذلك النشاط الخاص بدراسة رغبات واحتياجات ومطالب العملاء والمستهلكين والعمل على ترجمتها إلى سلع وخدمات تكون متاحة ومعرضة للعملاء في الوقت والمكان المناسبين والسعر المناسب.<sup>1</sup>

### - الوظيفة الإدارية:

وهي الوظيفة التي تسمح بتعبئة كل قدرات المؤسسة على جميع المستويات من أجل تحقيق الأهداف العامة، وإذا استطاعت الإدارة أن تصل إلى المستوى المطلوب من التنظيم، يعني هذا أنها قد وفرت للمؤسسة فرص النجاح الموجودة، حيث أن التنظيم هو عبارة عن تحديد وتوزيع للمسؤولية التي يتم بها توزيع نشاط المؤسسة على الأفراد العاملين بها، سواء كانوا منفذين أو مشرفين م تحديد العلاقة بين هؤلاء الأفراد بناء على هذه المسؤوليات<sup>2</sup>، وبالتالي يشكل التنظيم الإطار الذي ينبغي أن تعمل المؤسسة ضمنه لضمان الاستمرار والتوسع.

### - الوظيفة الاجتماعية

تعمل هذه الوظيفة على تسيير الموارد البشرية بعدما تعمل على اجتذاب العمال الأكفاء، ومن تم وضع السياسات الكفيلة بترقيتهم وتطويرهم، وزيادة ارتباطهم الوثيق بالمؤسسة وانضباطهم في العمل لا سيما وضعيتهم وعلاقتهم فيما بينهم وبين رؤسائهم.

### - الوظيفة المالية:

<sup>1</sup> عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، ط 1، 1999، ص 13.

<sup>2</sup> عدنان كركور، التخطيط العملي، جامعة حلب، 1974، ص 65.

تعبّر عن أوجه النشاط الإداري للمؤسسات المتعلقة بتنظيم حركة الأموال، إذ يقع على عاتق هذه الوظيفة توليد المعلومات المالية والتكلفية اللازمة لأغراض التخطيط والرقابة بالنسبة لمختلف العمليات والأنشطة، وكذا تلخيص المعاملات المالية والتجارية على اختلاف أنواعها بكيفية تناسب المعنيين باستعمالها سواء كانوا من داخل المؤسسات أو من خارجها، وبعبارة أخرى تتمثل الوظيفة المالية في المهام والعمليات التي تسعى في مجموعها إلى البحث عن الأموال بالكميات المناسبة والتكلفة الملائمة في الوقت المناسب، والعمل على إتفاقها بطريقة عقلانية لتحقيق أغراض المؤسسة التي تصبوا إليها، الشيء الذي يعكس مدى أهمية هذه الوظيفة بالنسبة للوظائف الأخرى.

ومما سبق ومن خلال تعريف المؤسسة الذي يدور في الغالب حول النشاط الذي تقوم به والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها إضافة إلى الخصائص التي تميزها والوظائف التي تقوم بها، لا تزال الصورة غير واضحة ولهذا يستدعي الأمر التطرق إلى مختلف أنواع هذه الوحدة الاقتصادية.

### 3. خصائص المؤسسة الاقتصادية:

كما سبق ورأينا، أن هناك عدة تعاريف للمؤسسة الاقتصادية اختلفت بحسب الزمان والإيديولوجيات، وقد توصلنا إلى أن التعريف الجاري مفاده أن المؤسسة الاقتصادية المعنية بالدراسة هي كل منظمة تتفاعل فيها الموارد البشرية والمادية والمالية وتنشط في المجال الاقتصادي تهدف إلى تحقيق الاستمرارية والربح، ورغم اختلاف التعريف إلا أن المؤسسة

الاقتصادية تكاد تشترك في بعض الخصائص تميزها عن غيرها من المؤسسات هذه الخصائص حاولنا تلخيصها - حسب ما ورد عن عمر صخري- كالآتي<sup>1</sup>:

1- تتمتع المؤسسة الاقتصادية بشخصية قانونية مستقلة تترتب عليها مجموعة من الواجبات والمسؤوليات.

2- القدرة على أداء الوظيفة التي وجدت من أجلها.

3- القدرة على البقاء والتكيف مع الظروف المحيطة بها في حدود إمكانياتها.

4. أهداف المؤسسة الاقتصادية:

هناك عدة أهداف تسعى المؤسسات الاقتصادية إلى تحقيقها، وغلبا ما تكون هذه الأهداف متداخلة فيما بينها، ويمكن إجمالها فيما يأتي:<sup>2</sup>

1-الأهداف الاقتصادية: وأهم هذه الأهداف التي يمكن أن تحققها المؤسسة الاقتصادية

هي:

أ- تحقيق الربح: يعتبر الربح من الأهداف الأساسية التي تسعى إلى تحقيقها المؤسسة الاقتصادية، لأنه بفضلها تستطيع تمويل نشاطاتها من دفع للأجور لعمالها و تسديد التزاماتها اتجاه شركاتها، ويسمح لها بتحديد وسائل الإنتاج لديها، ويعتبر الربح أهم معيار على نجاح المؤسسة.

<sup>1</sup> عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 1993، ص25.

<sup>2</sup> ناصر دادي عدون، مرجع سبق ذكره، ص17-21.

ب- تحقيق متطلبات المجتمع: ويكون هذا من خلال السلع والخدمات التي تقدمها المؤسسة الاقتصادية إلى المجتمع الذي تنشط فيه.

ج- عقلنة الإنتاج: وذلك بالاستخدام الأمثل لعوامل الإنتاج، حتى تتفادى المؤسسة الوقوع في مشاكل اقتصادية، وبالتالي تسبب الخسارة لملاكها وللمجتمع ككل، وذلك من خلال حرمانه من السلع والخدمات ومناصب العمل التي كانت توفرها.

## 2- الأهداف الاجتماعية: ويمكن تلخيص أهم هذه الأهداف فيما يأتي:

أ- توفير مناصب الشغل في المناطق التي تنشط فيها هذه المؤسسات الاقتصادية، مع ضمان مستوى مقبول من الأجور للعمال الذين تشغلهم.

ب- تحسين مستوى معيشة العمال، وذلك من خلال الزيادة المستمرة في الأجور تماشياً مع زيادة تطور المؤسسة ونجاحها، وكذا مع الزيادة في الاحتياجات المعيشية لهؤلاء العمال.

ج- إحداث أنماط استهلاكية جديدة في المجتمع، وذلك من خلال المنتجات الجديدة التي تقترحها المؤسسة على زبائنها والتي لم يتعودوا على استهلاكها من قبل.

د- العمل على ضمان تماسك العاملين وتآلفهم، وذلك من خلال الحوار والتشاور بين كل الأطراف داخل المؤسسة واحترام نظامها.

هـ- توفير التأمين لسلامة العمال وصحتهم، كالتأمين الصحي والتأمين من الحوادث والتقاعد، كما توفر المرافق الضرورية لراحة العمال كالسكنات الوظيفية، المخيمات الصيفية

وغيرها.

### 3- الأهداف التكنولوجية: وتعتبر من الأهداف الضرورية التي تسعى إليها المؤسسة

لتحقيقها، لأنها تضمن لها التطور والنمو والبقاء، وأهم هذه الأهداف:

أ- البحث والتطوير في أساليب وطرق الإنتاج، وهذا من خلال إنشاء مصلحة ومخابر خاصة بهذا الجانب، الشيء الذي يسمح للمؤسسة بتحسين إنتاجها والرفع من قدراتها التنافسية مقارنة بالمؤسسات الأخرى.

ب- المساهمة في الخطة العامة للبلاد في مجال البحث العلمي والتطوير التكنولوجي وذلك من خلال التنسيق والتعاون في مختلف مؤسسات ومراكز البحث العلمي والجامعي في مشاريع بحث مشتركة تعود بالفائدة على المؤسسة والمجتمع ككل.

### 4- الأهداف الثقافية والرياضية: ويمكن إيجازها فيما يأتي:

أ- توفير الوسائل الترفيهية والتثقيفية التي تسمح لعمال المؤسسة وأولادهم بالترفيه والتثقيف من مسرح ومكتبات ورحلات، وذلك لما لهذا الجانب من تأثير إيجابي وفعال على المستوى الفكري للعامل.

ب- تدريب العمال المبتدئين ورسكلة القدامى، وهذا ما يؤثر على مردودية المؤسسة بالإيجاب خاصة وعلى الدخل الوطني عامة.

ج- تخصيص أوقات للرياضة التي تعتبر من بين العناصر الجد مفيدة في الاستعداد للعمل والتحفيز عليه، ودفع الإنتاج والإنتاجية.

## خلاصة الفصل:

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل يتضح لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر من أهم ما أنتجته التطورات التكنولوجية الحديثة، وذلك بما أحدثته من نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث شهدت هذه الأخيرة استخداما واسعا منذ ظهورها، ونجحت فكسبت المزيد من المستخدمين من خلال تنوع الخدمات التي تتيحها وقد أصبحت تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة، كما لا نغفل عن الجانب السلبي الذي يقدمه كالإدمان عليها وضياع الوقت والإساءة للآخرين ونشر الأكاذيب ... فهي سلاح ذو حدين.

كما وصلنا إلى أن الصورة الذهنية كما يراها الجمهور لها أهمية في تحقيق أهداف المؤسسة الاقتصادية، والتي يأتي في مقدمتها إرضاء لجمهور الذي تقدم له منتجاتها وخدماتها لتحافظ عليه من جهة، ولتكسب جمهورا أوسع من جهة أخرى، وأيضا لنتمكن من الصمود في وجه المنافسة، لذلك ينبغي على المؤسسة معرفة الانطباع أو الصورة التي يحصلها عنها هذا الجمهور، ومن ثمة تعمل على تحسينها من خلال تغيير ما يحتاج وتعديل وتحسين صورة المؤسسة، وترقيتها وبهذا ترسم معالم إيجابية عن المؤسسة.

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي

**تمهيد:**

بعد استعراضنا للإطار النظري سنتناول من خلال هذا، الجانب التطبيقي لهذا الموضوع، حيث تمت بالمؤسسة المينائية بسكيكدة لتكون محلا للدراسة الميدانية.

## أولاً: تقديم المؤسسة المينائية لسكيدة

## 1. لمحة تاريخية لميناء سكيدة:

يعود بناء ميناء سكيدة إلى العصور القديمة ما بين القرن السابع والثامن قبل الميلاد أسس القرطاجيون إمبراطوريتهم التي تمتد إلى غاية الحدود النوميديّة بشمال إفريقيا، حيث أن خليج النوميديين ساعد على تأسيس تجارة السلع، وتحطيم قرطاجة في 147 ق. م أسس الرومان مدينة روسيكادا المعروفة حالياً بسكيدة فترة الإستعمار الفرنسي (1830-1962) كان ميناء سكيدة حتى نهاية 1839م عبارة عن مرفأ صغير، بني من أعمدة من الحديد الصلب حيث لا تستطيع السفن القيام بعملية التفريغ مباشرة على أرضيتها بل تفرغ حمولتها على رمال شاطئ خليج سطورة المتواجد على بعد 3 كلم بالمرفأ ثم تحمل هذه السلع على عربات مسطحة والتي توصلها إلى سكيدة المدينة، وبعد تحول مدينة فيليب فيل Philippeville لبلدية سنة 1948 ومع التطور الجديد طرحت إشكالية التحول المحلي وكذا إمكانية بناء ميناء يلبي جميع متطلبات الحركة التجارية وهذا المشروع الإبتدائي كان يتضمن في دراسة التقنية ما يلي:

- خليج كبير يوصل الميناء من الشرق إلى الشمال خليج ثاني لغلق الميناء من الغرب مع ترك ممر للدخول.

- أرصفة تحتوي على سطح مملوء ذات مساحة تقدر بـ 15 هكتار تتمركز في جنوب المدينة وكان المشروع النهائي المصادق عليه إبان الإستعمار الفرنسي سنة 1860م وقد شمل هذا المشروع:

✓ بناء الحاجز الكبير من الناحية الشرقية وإنشاء أرضية الميناء قرب الأمامية من الناحية الغربية.

✓ بناء الحاجز الكبير والذي يمتد على طول 1400 م.

✓ بناء حاجز أفقي لتكوين حوض مائي لإنشاء ميناء مؤقت.

✓ بناء حاجز القصر الأخضر chateau vert وبصفة نهائية المساحة الأمامية للميناء، وقد إنطلقت الأشغال بهذا المشروع سنة 1861 م ومن سنة 1891 م إلى سنة 1959 إقتصرت العمليات على ما يلي:

- تمديد طول الحاجز الكبير بـ 225 م وذلك من 1891 م إلى 1897 م.

- بناء مساحات غير مغطاة وأرصفة جديدة من 1930 م إلى 1957 م.

## 2. التعريف بالمؤسسة المينائية لسكيدة:

باعتبار الموانئ بوابات مفتوحة على البحر فهي تلعب دور جد هام في التبادل التجاري وعليه قمنا بإجراء تربصنا الميداني في المؤسسة المينائية لسكيدة والتي نلخصها فيما يلي: بمقتضى المرسوم رقم 1284 الصادر بتاريخ 08/14 تم تأسيس المؤسسة المينائية لسكيدة والتي تحولت فيما بعد إلى شركة مساهمة ذات رأسمال قدره 800000000 دج

موزع على صنديق المساهمة كما يلي: الخدمات 40%، الصناعات المختلفة بنسبة 30%، الإعلام والمواصلات بنسبة 30%، وبتاريخ 11 أوت 2004 أصبح تسيير الموانئ الصيد مستقل تابع لمؤسسة تسيير الموانئ ملاجئ الصيد البحري لسكيكدة ومنه أصبحت المؤسسة المينائية تضم الميناء المزدوج وهو من أقدم الموانئ فهو الميناء التاريخي للمدينة ويتضمن كل النشاطات التجارية لمختلف السلع إلى جانب المحروقات، ميناء الهيدروكربون من أهم نشاطاته تصدير المحروقات.

### 3. أهداف وطبيعة نشاط المؤسسة ومكانتها الاقتصادية

#### 1.3 أهدافها

- تسعى المؤسسة المينائية جاهدة لتحقيق عدة أهداف أهمها:
- الرفع من تنمية الإقتصاد الوطني والسعي إلى تحقيق أرباح.
  - إحتلال مكانة هامة في ميدان النشاط الميداني خاصة في ظل إقتصاد السوق.
  - تقديم الخدمات في أحسن الظروف وبأحسن التكاليف.
  - المساهمة في الإستثمارات الوطنية.
  - تطوير حصة السوق بتحسين نوعية الخدمة وإقامة علاقات شراكة وتعاون مع أكبر المؤسسات المينائية في العالم.
  - تنويع الخدمات وتحسين النوعية.
  - تحسين صورة المؤسسة لدى الزبائن.

- العمل على تحديث الإمكانيات وتطوير الوسائل.

### 2.3 نشاطها:

**ميدان النشاط:** في إطار المخطط الوطني للتنمية الاقتصادية للإستيراد والتصدير تقوم المؤسسة المينائية لسكيدة بالتعاون مع هيآت الجمارك والشرطة بتوزيع البضائع والمواد إلى كل الجهات الشرقية وبإعتبارها مؤسسة خدماتية بدرجة الأولى يمكن حصر خدماتها فيما يلي: حفظ الأمن الداخلي والوقاية وذلك في إطار حماية الحدود الجغرافية للوطن إستقبال البواخر المحملة بالبضائع والسلع كمواد الصوجا، الخشب وغيرها على مستوى الميناء القديم والذي يتموقع وسط المدينة. إستقبال حاملات المحروقات المحروقات داخل الميناء الجديد. إستغلال الوسائل والتجهيزات المينائية ووضعها في خدمة العملاء والمستخدمين والقيام بعملية الشحن والتفريغ.

### 3.3 وظائف المؤسسة المينائية لسكيدة

بعكس المؤسسة الإنتاجية نجد أن المؤسسة المينائية مؤسسة خدماتية، يتمثل نشاطها الأساسي في تقديم الخدمات وبالتالي ليس لها مخازن لإستغلالها في تخزين البضائع لإعادة بيعها على حالها، ولكن لديها مخازن تستخدمها لتخزين الموارد واللوازم والمعدات التي تستعملها لذاتها أو تستغل لفائدة الزبائن الذين يضعون سلعهم كأمانة لدى المؤسسة وربما أن غاية الميناء هي عبور البضائع في أحسن الظروف الأمنية التجارية والإقتصادية فإن

تحقيق هذه الغاية يتطلب وضع نموذج تنظيمي وتسيير ناجح وكذا ضمان خدمات عامة

عبر الوظائف الرئيسية الثلاث التالية:

- وظيفة الصيانة والتطوير.

- وظيفة الإستغلال بمختلف أنواعها.

- وظيفة الشرطة المينائية.

وبإضافة إلى هذه الوظائف، هناك وظيفتان هامتان هما:

(أ) وظيفة التسيير.

(ب) وظيفة الرقابة والمحافظة على الأملاك.

وأهم الأنشطة التي تمارسها المؤسسة:

- شحن وتفريغ البضائع

- القيام بعملية السحب البحري، الإرشاد البحري والتموين

- تسيير وإستغلال الأملاك العمومية

- تنفيذ أعمال الصيانة وتسيير المنشآت المينائية.

- القيام بوظائف الشرطة المينائية والأمن.

### 4.3 المكانة التي تحتلها في القطاع الإقتصادي:

تعتبر المؤسسة المينائية لسكيدة الركيزة الأمتل والأساسية للنشاط الإقتصادي في الجهة

الشرقية للبلاد وذلك لمساهمتها الفعالة في إمداد هذا القطاع بما يحتاج وتصدير ما ينتج

فهي تحتل المرتبة الثانية بالنسبة لإستيراد السلع والمرتبة الثالثة في تصدير المحروقات مما يؤهلها لإمتلاك مكانة جيدة في الحياة الإقتصادية.

- الإمكانيات والقدرات لدى المؤسسة:

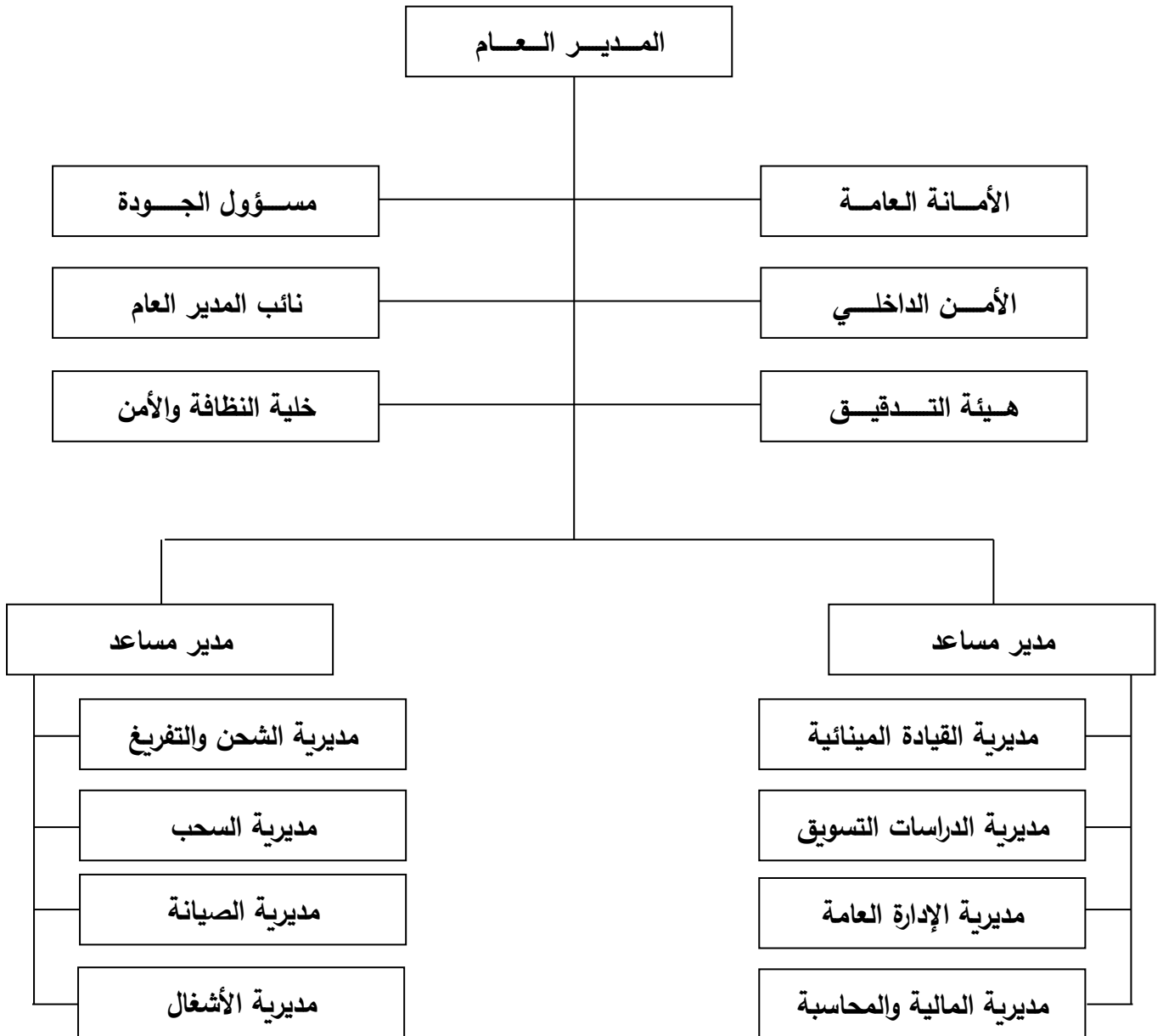
تعتبر قدرات المؤسسة معتبرة وإمكانياتها ووسائلها متطورة وهذا سعيًا منها لتقديم الأفضل لعملائها من بين هذه الإمكانيات.

❖ إمكانيات المؤسسة في عملية التصدير والإستيراد:

القدرات الخدماتية للمؤسسة. تقوم المؤسسة سنويا بتقديم ما يعادل متوسطها بالنسبة للنسبة للخدمات بالبضائع تقدر بـ 1770000 طن/سنة بالنسبة للخدمات الخاصة بالمواد الطاقوية تقدر بـ 25000000 طن/سنة قدرات المؤسسة التخزينية وهي قدرة المؤسسة على التخزين حيث تمتلك المساحات الغير مغطاة والمقدرة بـ 21070 متر مربع.

ثانياً: الهيكل التنظيمي للمؤسسة المينائية لسكيدة

الشكل رقم (01): الهيكل التنظيمي للمؤسسة المينائية لسكيدة



- تحليل الهيكل التنظيمي للمؤسسة المينائية لسكيدة

يبين الهيكل التنظيمي للمؤسسة كيفية توزيع المهام والمسؤوليات داخل المؤسسة بصفة عامة

فالمؤسسة المينائية منظمة ومهيكلتة في مديرية عامة و 08 مديريات مركزية وهي:

- مديرية القيادة المينائية.

- مديرية الإستغلال، الشحن، والتفريغ.

- مديرية السحب.

- مديرية الأثغال.

- مديرية الصيانة.

- مديرية المالية والمحاسبة.

- مديرية الإدارة العامة.

- مديرية الدراسات التسويقية والإتصال.

1-مديرية العامة: تقوم هذه المديرية بتسيير وتوجيه، تنسيق ومراقبة جميع نشاطات

المؤسسة المينائية لسكيدة من خلال المديريات التي تسييرها وتتكون من:

أ)- الرئيس المدير العام.

ب)- مدير عام مساعد: مكلف بالتنسيق والإشراف ومراقبة نشاطات القيادة المينائية الإدارة

العامة، المالية والمحاسبة والدراسات، التسويق والإتصال.

(ج) - مدير عام مساعد: مكلف بالتنسيق والإشراف والمراقبة نشاطات الإستغلال، الشحن والتفريغ، الصيانة، الأشغال والسحب.

(د) - مسؤول الجودة: مرتبط بالإدارة العامة ولديه السلطة والمسؤولية للتأكد من الحفاظ والعمل على تطبيق نظام إدارة الجودة.

(هـ) - نائب المدير العام: وينوب عن المدير العام وحالة غيابه وله صلاحيات الرئيس المدير العام إذ ينوبه قانونيا مثل: صلاحية التوقيع.

(و) - الأمانة العامة ومكتب التنظيم: وهي المسؤولة عن البريد الوارد والصادر وتقوم بتنظيم المواعيد.

(ز) - الأمن الداخلي للمؤسسة: المسؤولون عن الأمن الداخلي للمؤسسة يسهرون على توفير الأمن داخل مصالح الخدمات المينائية وللعمل على توفير الأمن داخل ميدان العمل.

(ح) - هيئة الترفيه الداخلي: وتسهر هذه الهيئة على الرقابة والتدقيق في نظام إدارة الجودة.

(ط) - خلية النظافة والأمن: وتهتم بالنظافة والأمن داخل المؤسسة إذ تسهر على أمن العمال والعملاء ونظافة ميدان العمل وتعمل بالتنسيق مع مديرية الأمن الداخلي للمؤسسة.

2- مديرية قيادة الميناء: تضمن مجموع النشاطات والعمليات البحرية "القيادة والإرساء"

حيث تمارس في حدود مجالها العمومي للميناء الأرضي والبحري عدة مهام أهمها:

حماية المسطحات المائية والمساحات الأرضية والتجهيزات، ضمان امن وسلامة

الأشخاص والممتلكات تتكفل بالقيادة سحب البواخر، ترتيبات وكل ما يتعلق بها

وتتكون هذه المديرية مما يلي: دائرة الأمن والحماية، دائرة مساعدة المراكب، هيئة القيادة البحرية.

3-مديرية السحب: تعتبر مديرية حديثة النشأة يتمثل دورها في مساعدة السفن وإرسائها أثناء الدخول والخروج والسهر على ضمان عمليات تخليص السفن في حالات الخطر بإستعمال وسائل مواجهة الصعاب داخل الحوض وهي تتكون من 3 مصالح هي: مصلحة التجهيز والإستغلال. - مصلحة التموين والبرمجة. - مصلحة الصيانة البحرية.

4-المديرية الصيانة: تهتم هذه المديرية بصيانة التجهيزات والمعدات وتتكون من: مصلحة تسيير المخزون (فرع المخزون الرئيسي) مصلحة المشتريات الخارجية. مصلحة المشتريات الداخلية (فرع الشراء). مصلحة التخطيط والمتابعة (فرع التسيير التقني). مصلحة صيانة العتاد (فرع صيانة الرافعات، فرع الصيانة). مصلحة صيانة العتاد (فرع الميكانيك العتاد المتحرك، فرع الصيانة، فرع السيارات الخفيفة).

5-مديرية الأشغال: تهتم بإنجاز وتحقيق ومتابعة أشغال الهياكل القاعدية والعلوية المينائية مثل: البرج الخاص بقيادة الميناء وهي تتكون من:

- مصلحة الحفاظ على الأملاك.

- مصلحة الأشغال الجديدة.

- مصلحة الهياكل البحرية.

- مديرية المالية والمحاسبية، تختص هذه المديرية بالتسيير المالي والمحاسبي للمؤسسة وذلك لتقوية قرارات التسيير وإجراء الدراسات التي من شأنها تحقيق هذه الأهداف وتتكون من دائرة المالية: وتهتم بالعمليات المالية التالية:
- المساهمة في إنجاز المالية.
- مصلحة الميزانية والإستثمار وهي مكلفة بـ: تحضير الميزانية ومتابعة عمليات الإستثمار.
- دائرة المحاسبة تضم: المحاسبة المالية التحليلية وتغطية النفقات.
- مديرية الأشغال الشحن والتفريغ: تقوم بتنظيم ومراقبة عمليات الشحن والتفريغ وكذلك تخزين البضائع وتسليمها للزبائن.
- القيام بعملية رفع البضائع: تضع تحت تصرف البواخر والزبائن كل الوسائل والآلات للشحن والتفريغ.
- التسيير التجاري للمنشآت الخاصة بالأملاك العمومية للميناء ومتابعة حركتها.
- جمع المعلومات الإحصائية.
- إنجاز الفواتير لمختلف المصالح وتتكون من:
  - ✓ دائرة الشحن والتفريغ.
  - ✓ مصلحة الرفع.
  - ✓ مصلحة عملية البواخر.

✓ مصلحة التخزين والفوترة "فرع البواخر" والرفع، فرع الإيداع، فرع المخازن، مصلحة

الحاويات.

ثانياً: تفرغ وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

- الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة:

جدول رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	8	26.67%
أنثى	22	73.33%
المجموع	30	100%

المصدر: (من إعداد الباحثان)

حسب النتائج الموضحة في الجدول أعلاه يتبين لنا الجنس الأكثر حضوراً هم الإناث وقدروا بـ 22 بنسبة 73.33%، في حين بلغ عدد الذكور 8 بنسبة 26.67%.

جدول رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن

الفئة	التكرار	النسبة
من 26-35 سنة	11	36.67%
من 36-45 سنة	15	50%
أكبر من 45 سنة	4	13.33%
المجموع	30	100%

المصدر: (من إعداد الباحثان)

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب السن حيث تظهر الفئة من 36-45 سنة بأكبر نسبة والتي بلغت 50% من إجمالي أفراد العينة، في حين تأتي الفئة من 26-35 سنة كثاني فئة بلغ عدد أفرادها 11 بنسبة 36.67%، أما أصغر فئة فكانت أكبر من 45 سنة بـ 4 أفراد بنسبة 13.33%، وعليه فإن أغلب أفراد العينة هم من الشباب.

جدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

الفئة	التكرار	النسبة
موظف عمومي	10	33.33%
إطار في المؤسسة	5	16.67%
عون تحكم	15	50%
المجموع	30	100%

المصدر: (من إعداد الباحثان)

يظهر الجدول أعلاه أنّ 15 فرداً من أفراد العينة يشتغلون بمنصب عون تحكم وهم بنسبة 50%، في حين يتوزع 10 أفراد بنسبة 33.33% بمنصب موظف عمومي، أما 5 أفراد بنسبة 16.67% هم إطارات في المؤسسة.

جدول رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

الفئة	التكرار	النسبة
متوسط	03	10%
ثانوي	7	23.33%
جامعي	20	66.67%
المجموع	30	100%

المصدر: (من إعداد الباحثان)

يبين الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي حيث يتوزع جُلّ أفراد العينة على المستوى الجامعي وعددهم 20 بنسبة 66.67%، أما 7 أفراد فهم بمستوى ثانوي ونسبتهم 23.33%، في حين يمثل 3 أفراد بنسبة 10% مستوى متوسط.

جدول رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب أقدمية العمل

الفئة	التكرار	النسبة
أقل من 05 سنوات	04	%13.33
من 05-10 سنوات	11	%36.67
أكبر من 10 سنوات	15	%50
المجموع	30	%100

المصدر: (من إعداد الباحثان)

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب أقدمية العمل حيث يتوزع 15 فردا بنسبة 50% في الفئة أكبر من 10 سنوات، في حين يتوزع 11 فردا بنسبة 36.67% في الفئة من 5-10 سنوات، أمّا الفئة أقل من 05 سنوات فقدر عدد أفرادها بـ 04 أفراد بنسبة 13.33%.

- عرض نتائج المحور الأول:

جدول رقم (06): يمثل استجابات أفراد العينة حول خصائص الصفحة المينائية على

الفيسبوك

معارض		محايد		موافق		
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	النسبة	التكرار	الفقرة
6.67	02	36.67	11	56.66	17	1
00	00	30	09	70	21	2
33.34	10	23.33	07	43.33	13	3
00	00	33.33	10	66.67	20	4
00	00	10	03	90	27	5
00	00	00	00	100	30	6
66.67	20	10	03	23.33	07	7

( المصدر: من إعداد الباحثان )

يوضح الجدول أعلاه النسب والتكرارات لإستجابات أفراد العينة حول خصائص الصفحة

المينائية على الفيسبوك وسنوضحها كآآتي:

- العبارة رقم 6 بأعلى نسبة مئوية حيث بلغت 100% بإجمالي مؤيد حيث اتفق جميع

أفراد العينة على أنّ موقع الصفحة يتيح الإطلاع على الأخبار والمعلومات التي

تخص المؤسسة.

- العبارة رقم 5 بثاني أعلى نسبة مئوية حيث قدرت بـ 90% بإجمالي مؤيد أين اتفق

27 فردا على أنّ الموقع الرسمي للمؤسسة يتيح سهولة التصفح عليه.

- العبارة رقم 2 بلغت نسبة الموافقة بـ 70% أي أنّ 21 فردا من أصل 30 يتفقون على

أنّ صفحة المؤسسة المينائية تساعد في رسم صورة ذهنية جيدة عليها وعلى برامجها.

- العبارة رقم 4 بلغت إجمالي الموافقة 66,67% بـ 20 فردا من أصل 30 أقرؤا أنّ فهم المعلومات بصورة جيد.
  - العبارة رقم 7 بلغت نسبة المعارضة بـ 66,67% حيث اتفق 20 فردا من أصل 30 أنّ صفحة المؤسسة الرسمية لا تسمح بخلق جو من التفاعل بين الموظفين وجمهورها الخارجي والداخلي.
  - العبارة رقم 1 نسبة الموافقة فيها قدرت بـ 56.66% أين صرح 17 فردا على أنّ صفحة المؤسسة على الفيسبوك تتميز في نقل ونشر الأخبار والمعلومات.
  - العبارة رقم 3 بلغت نسبة الموافقة فيها 43.33% حيث صرح 13 فردا أنّ الصفحة الرسمية للمؤسسة المينائية تتميز بالتنوع.
- عرض نتائج المحور الثاني:

جدول رقم (07): يوضح مدة استخدام الموقع الرسمي للمؤسسة المينائية

النسبة	التكرار	المدة
6.67%	2	أقل من سنة
13.33%	4	من 1-3 سنوات
80%	24	أكثر من 3 سنوات

( المصدر: من إعداد الباحثان )

جدول رقم (08): يوضح متى يقوم الموظفون بالإطلاع على الموقع الرسمي للمؤسسة

النسبة	التكرار	
76.67%	23	دائما
23.33%	7	أحيانا
00	00	نادرا

( المصدر: من إعداد الباحثان )

جدول رقم (09): يوضح متى يستخدم الموظفون الموقع الرسمي للمؤسسة

النسبة	التكرار	
36.67%	11	داخل المؤسسة
13.33%	4	خارج المؤسسة
50%	15	خلال وقت فراغك

( المصدر: من إعداد الباحثان )

جدول رقم (10): يوضح الفترة التي تطلع فيها على الموقع الرسمي للمؤسسة المينائية

النسبة	التكرار	
6.67%	02	صباحا
23.33%	07	مساء
43.33%	13	ليلا
26.67%	08	حسب الظروف

( المصدر: من إعداد الباحثان )

جدول رقم (11): يوضح الوسيلة التي يستخدمها الموظفون للإطلاع على الصفحة الرسمية

لميناء سكيكة

النسبة	التكرار	
53.33%	16	هاتف محمول
6.67%	02	اللوحة الإلكترونية
40%	12	كمبيوتر محمول

(المصدر: من إعداد الباحثان)

جدول رقم (12): يوضح الدوافع الإطلاع على الصفحة الرسمية لموقع المؤسسة المينائية

سكيكة

النسبة	التكرار	
16.67%	05	الإطلاع على أخبار المؤسسة
6.67%	02	اشباع الفضول
33.33%	10	تحميل الملفات اللازمة
10%	03	التحقق من المعلومات

(المصدر: من إعداد الباحثان)

عرض نتائج المحور الثالث:

جدول رقم (13): يوضح فيما إذا ساهمت صفحة الفيسبوك في تحسين صورة المؤسسة

النسبة	التكرار	
46.67%	14	كثيرا
53.33%	16	إلى حد ما
00	00	لم تتحسن

( المصدر: من إعداد الباحثان )

جدول رقم (14): يوضح مساهمة صفحة الفيسبوك للمؤسسة

النسبة	التكرار	
33.33%	10	في اقبال الزبائن على خدمات المؤسسة
50%	15	زيادة تغطية وسائل الإعلام لفعاليات المؤسسة
16.67%	05	تعاطف الرأي العام مع المؤسسة

( المصدر: من إعداد الباحثان )

جدول رقم (15): يوضح إذا ساهمت صفحة الفيسبوك في تحسين الأداء الوظيفي للعاملين

في المؤسسة

النسبة	التكرار	
56.67%	17	بشكل كبير
36.67%	11	بشكل متوسط
6.66%	02	بشكل محدود

( المصدر: من إعداد الباحثان )

جدول رقم (16): يوضح إذا حسنت صفحة الفيسبوك في تحسين التواصل مع جمهورها الداخلي والخارجي

النسبة	التكرار	
80%	24	بشكل كبير
10%	03	بشكل متوسط
10%	03	بشكل محدود

( المصدر: من إعداد الباحثان )

### ثالثاً: التوصيات والإقتراحات

في ضوء النتائج التي توصلنا إليها نورد جملة من التوصيات وهي كالتالي:

- ضرورة الإهتمام الجاد بموضوع مواقع التواصل الإجتماعي داخل المؤسسات الاقتصادية
- لتحقيق النجاح وكسب الزبائن يجب أن تعمل "المؤسسة المينائية" على الحفاظ على زبائنها ومعجبيها في الصفحة، والعمل على إرضائهم.
- ضرورة الإهتمام بموضوع الصورة الذهنية للمؤسسات الاقتصادية.
- زيادة الدراسات في مجال المواقع الإجتماعية، ودورها في المجتمع والتعرف على إيجابياتها.
- التأكيد على أهمية مواقع التواصل الإجتماعي داخل الأنساق الإدارية.
- وضع استراتيجيات للقضاء على العوائق التي تحول دون تشكيل صورة ذهنية حسنة عن المؤسسات الاقتصادية.
- وضع استراتيجيات للتعامل مع مختلف العوائق التي تحد من فعالية مواقع التواصل الإجتماعي.

- الإهتمام بدور وخصائص شبكات التواصل الإجتماعي داخل المؤسسات الاقتصادية واستثمارها.
- زيادة الوعي لدى زبائن المؤسسات الاقتصادية، أثناء المشاركة في مواقع التواصل الإجتماعي.
- الإلتزام أكثر بالموضوعية والشفافية في التعامل مع زبائن المؤسسات الاقتصادية لتسهيل خدماتها.

وفي الأخير نقترح توسيع الدراسة إلى مجالات أخرى أوسع من مجالات هذه الدراسة وذلك من خلال:

- توسيع الدراسة لتشمل أكثر من مؤسسة إقتصادية.
- استمرار الدراسة في موضوع الصورة الذهنية وربطها بمتغيرات أخرى.

الخاتمة

## خاتمة

إن التطور التكنولوجي في كل المجالات ساهم في اشتداد المنافسة والاستعمال المكثف لتنوع أساليب الاتصال في السنوات الأخيرة، جعلت المؤسسات تعتمد على وسائل في تحقيق أهدافها وتحسين صورتها، فالصورة هي مجموعة التمثيلات والأفكار والآراء التي تبقى في ذهن العامل والتي تدفعه لتكوين فكرة معينة عنها وبما أن الصورة أصبحت عنصرا مهما في ثقافة المؤسسات اليوم، فلقد حاولنا في دراستنا أن نتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، بحيث يعتبر موقع مواقع التواصل الاجتماعي عنصرا مهم للتعريف بالمؤسسة المينائية بنفسها وخدماتها وكسب الزبون فتبين من خلال النتائج أن المؤسسة المينائية بسكيدة تحاول بقدر الإمكان المحافظة على مكانتها وتأييدها مع التطورات الحاصلة في مجال تقديم خدمات المعلومات، مما حتم على المؤسسة ان تبحث لنفسها عن موقع وإعطاء أفضل صورة لمستعملها، لهذا وجب عليها أن تطور من إمكانياتها ودعم نشاطاتها لجذب أكبر عدد من المستعملين، أن هذا الأخير يعتبر أساس بقائها واستمرارها وتبقى دراستنا هذه دراسة متواضعة في بحر واسع من المعارف والمعلومات الموجودة في وقتنا الحالي، فدراستنا آفاق واسعة وكبيرة على عدة مجالات أخرى.

## قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية:

أولاً: الكتب العامة:

- احمد زكي بدوي، صديقة يوسف محمود، المعجم العربي، الميسر، دار الكتاب اللبناني، دار الكتاب المصري.
- احمد بن مرسل: منهاج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2007.
- إبراهيم عبد المجيد مروان، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للطباعة والنشر، عمان، 2000.
- بشير العلاق، وظائف العلاقات العامة في إدارة الأزمات، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- جبران مسعود، الرائد معجم الفبائي في اللغة والإعلام، دار النشر للملايين، ط3، 2005.
- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط 1 الأردن، 2013.24.
- مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب (تويتر نموذجاً)، ط1، دار المحتسب للنشر والتوزيع، الرياض، 1438 هـ.
- قاموس المنجد في اللغة، ط2، دار المشرق، بيروت، 1957م، ص 440.
- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر لنشر والتوزيع، 2004م، القاهرة.
- ناصر دادي عدون، إقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، الطبعة الثانية، 1998.
- ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه اجراءاته، جامعة البلقان التطبيقية، الأردن.

## قائمة المصادر والمراجع

- مركز المحتسب لاستشار: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجاً، دار المحتسب للنشر والتوزيع، ط1: م ع س، 1438 هـ، ص 15.
- مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي، منصات للحرب الأمريكية الناعمة دار جمعية المعارف الإسلامية الثقافية للنشر والتوزيع 1: بيروت لبنان: 2016م.
- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، الأردن 2013.
- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2001.
- علاء الدين محمد عقيلي الملجي، المدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جيسوز للنشر والتوزيع دار التعليم الجامعي، القاهرة 2015.
- مشري مرسي، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، نظرة في الوظائف مجلة المستقبل العربي لبنان العدد 395 يناير، 2012.
- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني [www.darasafa.net](http://www.darasafa.net)
- ظفري وداد، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في توازن الربيع العربي الفايسبوك، نموذج المؤتمر الدولي للاتصال الرقمي في زمن المكاشفة 26-28 تشرين الأول الأردن، جامعة البرموك 2017.
- الربيعي بريف حسين، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية للنخب الإعلامية الفايسبوك نموذجاً المؤتمر الدولي للاتصال الرقمي في زمن المكاشفة 26-28 تشرين الأول، الأردن، جامعة البرموك 2017.
- هارتيكي جون: الصناعات الإبداعية ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي، عالم المصرية اللبنانية القاهرة مصر 2007
- ترم سمير، وسائل الإعلام الحديثة وسيلة تفاهم عقبة أمام جدار جاد، مكتبة النور، الرياض، 2008.

## قائمة المصادر والمراجع

- مشري مرسي: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف مجلة المستقبل العربي ولبنان العدد 395 يناير 2012.
- صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد دراسة في مداخلة النظرية وخصائصه العامة البوابة العربية للعلوم الإعلام والاتصال 2011.
- علي شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي ط، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن عمان.
- العياض، نصر الدين، الرهانات الاسبتمولوجية والفلسفية للمنهج الكيف نحو أفق جديد لبحوث الإعلام والاتصال في المنظمة العربية أبحاث المؤتمر الدولي لعلوم الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة العالم جديد جامعة البحرين من 7-9 ابريل، 2009.
- العبد عاطف، أطفالنا والقنوات الفضائية الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام القاهرة النصر، 2009.
- حافظ عبده، تواصل الشباب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي المؤتمر العلمي وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير قسم الصحافة والإعلام جامعة البترا عمان 2011.
- الراوي بشرى، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير مدخل نظري مؤتمر فيلا دليا الدولي السابع عشر ثقافة التعبير جامعة فيلا دليا عمان الأردن، 2019.
- الكحكي عزة مصطفى، استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض عوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد جامعة البحرين من 7-9 أبريل 2009.
- مشري مرسي، شبكات التواصل الاجتماعي القيمة نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي لبنان العدد 395 يناير 2012.
- نجدات علي عقله، استخدام المتزوجات العاملات في الجامعة الأردنية للفيسبوك والإشاعات المتحققة منه، دراسة مسحية على عينة من جامعة البرموك، الأردن 2012.
- غريب حسين نحو، الاستخدام الأمن لمواقع التواصل الاجتماعي، كلية الحاسبات والمعلومات جامعة عين شمس، 2018.

## قائمة المصادر والمراجع

- ناصر يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال دار حامد للنشر والتوزيع عمان الأردن ط1، 2015.
- راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي مجلة التربية العدد 15 جامعة عمان الأهلية عمان، 2003.
- سليمان صالح: مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال، ط 02، دار المسيرة، 2001.
- زاهي رضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية العدد 01، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.
- عبد الرحمان: مناهج البحث العلمي، القاهرة دار النهضة العربية 1963.
- الدسوق أحمد: الصورة الذهنية لراجل الشرطة لدى الرأي العام المصري، وزارة الداخلية، أكاديمية مبارك للأمن.
- عبد العزيز كمال، سارة صورة الصحفي، مكتبة مبعويا، جامعة القادر.
- القرا عبد الله مصطفى عبد الله: دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة بغزة 2008.
- علي عجوة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، كلية الإعلام جامعة القاهرة: ط 01، 1983.
- عبد البارئ درة نبيل خليف المجاني: العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين، ط 01 دار وائل للنشر، الأردن 2010.
- ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، ط1، 1988.
- إسماعيل عرباجي، اقتصاد المؤسسة، بدون دار نشر، ط2، بدون سنة نشر.
- عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسيير المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998.
- عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 1993.
- عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، ط 1، 1999، ص 13.

## قائمة المصادر والمراجع

- عدنان كركور، التخطيط العملي، جامعة حلب، 1974، ص 65.
- عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 1993.

### ثانياً: المذكرات

- إبراهيم بختي، دور الانترنت وتطبيقاته في المؤسسة، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2002.
- حوري زينب، تقييم الأداء في منشأة صناعية، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد العلوم الاقتصادية، مارس، 1989.
- مريم إيمان نورهان، استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، باتنة، 2012.
- الرعود عبد الله، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي تونس ومصر من جهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط الأردن 2012، ص 80.
- حنان شعشوع الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك، مذكرة نيل شهادة الماجستير، جامعة ملك عبد العزيز السعودية.

قائمة الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة 20 أوت 1955-سكيكدة

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال تنظيمي

إستمارة بعنوان:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صورة المؤسسة  
الاقتصادية

إشراف الأستاذ :

إعداد الطلبة :

- بابوري عبد الكريم

- بوشليحة موسى

- بودينار رقية

ملاحظة :

إن البيانات المصرح بها في هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

نرجوا وضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة

السنة الجامعية: 2024/2023

## البيانات الشخصية

الجنس:

ذكر  أنثى

السن:

من 35-26  من 45-36  أكبر من 45 سنة

الوظيفة:

موظف عمومي  إطار في المؤسسة  عون تحكم

المستوى التعليمي:

مستوى متوسط  مستوى ثانوي  مستوى جامعي

أقدمية العمل:

أقل من 05 سنوات  من 10-05 سنوات  أكبر من 10 سنوات

## المحور الثاني: خصائص الصفحة المينائية على الفايسبوك

1- تتميز صفحة المؤسسة على الفايسبوك في نقل و نشر الأخبار و المعلومات

مؤيد  محايد  معارض

2- تساعد صفحة المؤسسة المينائية في رسم صورة ذهنية جيدة عليها و على برامجها

مؤيد  محايد  معارض

3- تنوع المضامين التي تتناولها الصفحة الرسمية للمؤسسة

مؤيد  محايد  معارض

4- فهم المعلومات بشكل صورة جيدة للمؤسسة

مؤيد  محايد  معارض

5- سهولة التصفح على موقعهم الرسمي للمؤسسة

مؤيد  محايد  معارض

6- يتيح الموقع الاطلاع على الاخبار و المعلومات التي تخص المؤسسة

مؤيد  محايد  معارض

7- تسمح صفحة المؤسسة الرسمية في خلق جو من التفاعل بين الموظفين و جمهورها الخارجي و الداخلي

مؤيد  محايد  معارض

## المحور الثالث: الاطلاعات والاشباعات للموقع الرسمي للمؤسسة المينائية

1- منذ متى وأنت تستخدم الموقع الرسمي للمؤسسة المينائية

- أقل من سنة  من 1-3 سنوات  أكثر من 3 سنوات

2- متى تقوم بالاطلاع على الموقع الرسمي للمؤسسة

- دائما  أحيانا  نادرا

3- متى تستخدم الموقع الرسمي لمؤسسة ميناء سكيكدة ؟

- داخل المؤسسة  خارج المؤسسة  خلال وقت فراغك

4- ما هي الفترة التي تطلع فيها على الموقع الرسمي للمؤسسة المينائية ؟

- صباحا  مساء  ليلا  حسب الظروف

5- ماهي الوسيلة التي تستخدمها للاطلاع على الصفحة الرسمية لميناء سكيكدة ؟

- هاتف محمول  اللوحة الالكترونية  كمبيوتر محمول

6- ما دوافع اطلعك على الصفحة الرسمية لموقع المؤسسة المينائية سكيكدة

- الاطلاع على اخبار المؤسسة  
 اشباع الفضول  
 تحميل الملفات اللازمة  
 التحقق من المعلومات

أخرى أنكرها: .....

المحور الرابع: مدى مساهمة صفحة المؤسسة المينائية على الفايسبوك في تحسين صورتها

1- حسب رأيك هل ساهمت صفحة الفايسبوك في تحسين صورة المؤسسة

كثيرا  الى حد ما  لم تحسن

2- هل ساهمة صفحة الفايسبوك لمؤسسة

في اقبال الزبائن على خدمات المؤسسة

زيادة تغطية وسائل الاعلام لفعاليات المؤسسة

تعاطف الراي العام مع المؤسسة

أخرى انكرها: .....

3- هل ساهمت صفحة الفايسبوك في مؤسسة على تحسين الأداء الوظيفي للعاملين بالمؤسسة؟

بشكل كبير  بشكل متوسط  بشكل محدود

4- هل حسنت صفحة الفايسبوك الخاصة بمؤسستكم في تحسين التواصل مع جمهورها الداخلي والخارجي

بشكل كبير  متوسط  محدود