



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون تيارت
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة
مذكرة ليل شهادة الماستر
الموسومة بـ:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فضاءات العمل
" دراسة ميدانية على عمال اتصالات الجزائر تيارت "

تحت إشراف
* بن عودة موسى

من إعداد الطالبين:
* فرفار خالدية
* بن علة خالد

اللجنة المناقشة

الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
رئيسا	أستاذ محاضر	الشيخ علي
مشرفا مقرر	أستاذ محاضر قسم ب	بن عودة موسى
عضوا مناقشا	أستاذ محاضر قسم ب	مداح خالدية

السنة الجامعية: 2019-2020

الشكر وتقدير

نحمد الله سبحانه وتعالى على جوده ومنه وفضله وإحسانه وبتوفيقه لنا
بإنجاز هذا العمل المتواضع . ونتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى
الأستاذ والدكتور الفاضل

" بن عودة موسى " على كل ما قدمه لنا من مساعدات ونصائح وتوجيهات
في المجال المهني والعلي في إنجاز هذه المذكرة . فشكرا وأدام الله عليك
عافيتك .

كما نتقدم إلى كل أساتذة كلية العلوم الإنسانية عامة وإلى أساتذة تخصص
إعلام و اتصال خاصة دكتور/ة " سلماني - جناد - جلولي - مداح
.... " بجزيل الشكر

و إلى كل أسرة جامعة " ابن خلدون تيارت " .

إهداء

إلى من أفنى حياته في سبيل بدأ حيثنا حتى نغدو رجالا ..والذي العزيز
إلى رمز العطاء ونبع الحنان والقلب الكبير..أمي الغالية
إلى سندي في الحياة أخوتي " رابح،كريمة،صارة،خديجة،دنيا "
إلى أطفال العائلة " أنس،ليث،معاذ
إلى أصدقائي " خالد،إلياس،جمال، عمار..."
إلى أبناء خالي " محمد،أحمد،رابح "
إلى ابن عمي : " موسى

خالد

إهداء

إلى من قال ل " آمن بنفسك .. وستكونين أنت الفائزة .. توقع الأفضل
ولن تخسري .. إلى أختي دليلة .

إلى سر وجودي ومنبع الحنان وأرق وأحن وأجمل قلب في الدنيا إلى
أمي الحبيبة

إلى من مدني بالقوة والدين أبي الغالي حفظه الله

إلى عضدي اللذين يشدان دائما من أزري " كمال، حميد،

إلى زهراتي الأربع اللواتي لم يتاوين في بذل أي جهد من أجل

مساعدتي في مواصلة درب الدراسة... شقيقاتي " جميلة - دليلة -

صليحة .

إلى كتاكيت العائلة " نورهان، ياسين، أمير، يانيس، هديل، إسحاق "

إلى من علمني الكثير وأخذت منه الحكمة .. إلى قرة عيني " تمار

نصر الدين " أسأل الله أن يحفظه من عالي سماءه.

من أعماق قلبي شكرا

خالدية

ملخص الدراسة

هدفت دراستنا التي جاءت تحت العنوان التالي: " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فضاءات العمل " الفايسبوك نموذجا وذالتي اتخذنا من عمال المؤسسة الخدمائية " اتصالات الجزائر بولاية %تيارت " عينة للدراسة خلالها نتوصل إلى مدى استخدام الموظف لموقع الفايسبوك وماهية الاشباعات التي يحققها من وراء هذا الاستخدام، بإضافة إلى معرفة التأثيرات الايجابية والسلبية لهذا الموقع على (الموظف).

وضمن أجل تحقيق هذا الهدف اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي، وحتى تكون هذه الدراسة ممنهجة أكثر استخدمنا الاستبيان كأداة للبحث؛ وقد قسمنا استمارتنا إلى أربعة محاور:

المحور الأول: البيانات الشخصية .

المحور الثاني: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام الفايسبوك .

المحور الرابع: التأثيرات الإيجابية والسلبية لموقع الفايسبوك .

وبسبب انتشار جائحة كورونا " كوفيد 19" لم نستطيع في هذه الدراسة أن نقوم بزيارات ميدانية في المؤسسة المذكورة أعلاه بسبب الغلق المؤقت للمؤسسة ووقف النقل والحجر المنزلي وبالتالي لم نتطرق إلى الجانب التطبيقي واكتفينا بالجانب المنهجي والنظري فقط .

Abstract:

Our study, which came under the following title : the use of social networking sites in work spaces facebook as a model which was taken from the workers of the service institution télécom

Alegria for the state of tiaret , a sample for the study . in order to know the positive and negative effects of this site on the worker . we also relied in this study on the descriptive approach . in order for this study to be more systematic . we used the questionnaire as a research tool , and we divided our questionnaire into five chapter :

The first chapter : personal data .

The second chapter : the use of social networking sites / the third chapter : the benefits achieved from the use of facebook

The fourth chapter the positive effects of facebook the fifth chapter : the negative effects of facebook due to the spread of the corona pandemic " covid 19 we were not able in this study to conduct field visits in the abovementioned institution due to the temporary closure of the institution , the suspension and home quarantine , so we were fulfilled with the methodological and theoretical side only.

مقدمة

مقدمة

يعتبر الاتصال عملية تلقائية يومية بدأ ظهوره منذ بدأ الخليقة، فلا يمكن تصور مجمع بشري دون اتصال، ذلك لأننا نعيش طوال اليوم وعلى مدار الساعة في حالة اتصال مع نواتينا ومع الآخرين بهدف تفاعل بكفاءة مع بيئة من حولنا وصولاً إلى تحقيق أهدافنا. ولقد شهد هذا الأخير وبالنظر إلى أهميته البالغة تطوراً كبيراً لم يتوقف إلى حد الساعة ويرجع ذلك إلى التقدم العلمي والتكنولوجي في كافة المجالات وعلى وجه الخصوص في مجال الاتصال والمعلومات؛

ولعل أبرز التطورات كانت في البنية الاجتماعية ونمط الحياة ومن مخلفات هذا التقدم اختراع الطباعة وبروز وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية ثم الراديو والتلفزيون، وجاء ميلاد الأقمار الصناعية والألياف الضوئية.

ليأتي القرن الحادي والعشرين وتطفو العولمة والتطور التكنولوجي وتظهر في بدايته الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت) واتسعت استعمالاتها والخدمات التي تقدمها هذه الشبكة العالمية حتى أصبحت جزءاً لا يتجزأ وضرورة من ضروريات حياة الأفراد والمؤسسات، وبفضل هذا الانفجار الهائل انبثقت تقنيات سهلت تبادل الأفكار والمعلومات من خلال التواصل بين المجتمعات ليست بواقعية بل افتراضية والتي اعتمدت بشكل رئيسي على وجود الشبكة العنكبوتية التي تتصل بالحاسوب أو الأجهزة اللوحة والهاتف الذكي... وهي تمكن المستخدم من الوصول بسرعة مع اختصار الوقت والجهد والمال إلى التواصل مع الآخرين، ومن أبرز هذه التقنيات نذكر " مواقع التواصل الاجتماعي " التي باتت من أهم مظاهر القرن، فمن منا لا يمتلك حساباً على أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي تميزت بأنها ليست بحكر على الطبقات المخملية والراقية بل تجاوزت الحدود والطبقات الاجتماعية لتغزو كل العالم ويكتسح استعمالها كل شرائح المجتمع من كبار وصغار أمي أو ذا مستوى تعليم جيد، بطالاً كان أو عاملاً وهذا الأخير كان محورياً أساسياً في دراستنا من خلال معرفة كيفية استعماله لهذه المواقع التواصل الاجتماعي داخل حيز وفضاء عمله .

و في إطار هذه الأبعاد تبلورت المشكلة الدراسة وهي كيفية توظيف الموظف لمواقع التواصل الاجتماعي في فضاء عمله والتي جاءت في الإطار المنهجي للدراسة، بدءاً من تحديد الإشكالية وطرح تساؤلات ووضع فرضيات، وعرض أسباب ودوافع وأهمية اختيار

الموضوع، مروراً بتحديد المفاهيم والمصطلحات. ووضع المنهج المناسب للدراسة واختيار الأداة للدراسة ورسم الحدود الزمنية والمكانية والبشرية للدراسة وصولاً إلى تطبيق واختيار النظرية التي تتوافق مع موضوع دراستنا مروراً بالدراسات السابقة التي كانت عوناً لنا . وهذا فقط من أجل وضع أسس علمية ممنهجة للدراسة. ليأتي بعدها الإطار النظري للدراسة ويحتوي على ثلاثة فصول .

فتناولنا في الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي واحتوى هذا الفصل على ثلاث مباحث، وكل مبحث تناول ثلاثة مطالب. فالمطلب الأول جاء فيه نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، والمطلب الثاني مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي. أما المطلب الثالث احتوى على خصائص مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء في المبحث الثاني ثلاث مطالب، المطلب الأول أنواع مواقع التواصل الاجتماعي، والمطلب الثاني : نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي نو المطلب الثالث : استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي ؛ أما المبحث الثالث : هو تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي،المطلب الأول الآثار الايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي،والمطلب الأخير الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي .

أما الفصل الثاني فكان معنون بموقع الفيسبوك، واحتوى على ثلاثة مباحث وكل مبحث به ثلاث مطالب،المطلب الأول : نشأة الفيسبوك،المطلب الثاني ماهية الفيسبوك،المطلب الثالث :مستخدمي أرقام ومناطق انتشار الفيسبوك ؛ أما المبحث الثالث كان مطلبه الأول: تطبيقات مواقع الفيسبوك،والمطلب الثاني: مميزات الفيسبوك، والمطلب الثالث: خصائص الفيسبوك؛ والمبحث الثالث: كان مطلبه الأول كيفية إنشاء صفحة على الفيسبوك، المطلب الثاني الآثار السلبية للفيسبوك،المطلب الثالث :الآثار الايجابية لموقع الفيسبوك.

أما الفصل الثالث فكان: حول المؤسسة الخدمائية وتتناول أيضاً ثلاث مباحث، المبحث الأول مفاهيم عامة: المطلب الأول : المؤسسة ،أما المطلب الثاني تناولنا فيه الخدمة، والمطلب الثالث كان حول المؤسسة الخدمائية .

وجاء في المبحث الثاني قسم أيضاً إلى ثلاثة مطالب المطلب الأول حول مراحل تطور المؤسسة والخدمائية، والمطلب الثاني تصنيفات المؤسسة الخدمائية،والمطلب الثالث احتو على وظائف المؤسسة الخدمائية .

أما المبحث الثالث والأخير فتسم ب ثلاث مطالب،المطلب الأول التنظيم الهيكلي للمؤسسة الخدمائية، والمطلب الثاني الصعوبات التي تواجه المؤسسة الخدمائية، ومطلب الثالث والأخير كان حول الآفاق المؤسسة الخدمائية . هذا كان بالنسبة للجانب النظري للدراسة أما الجانب التطبيقي فكان عبارة عن ميدانية لمؤسسة الخدمائية " اتصالات الجزائر بتيارت " والذي لم يسعفنا الحظ بالقيام به بسبب جائحة كورونا.

الجانب المنهجي

1-الإشكالية:

لقد شهدت السنوات القليلة الماضية قفزات عديدة ومتسارعة ومتتالية في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ،حيث كانت الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت) أحد هذه الرهانات الثقافية لكونها نافذة مفتوحة على العالم وذلك بإلغائها لكل الحدود الزمنية والمكانية. وتعتبر هذه الأخيرة موسوعة علمية غنية بفضل التدفق الهائل للمعلومات. ومع ظهور تقنية الويب للانترنت الذي أتاح إمكانية جديدة لمستخدميها في مجال التواصل والتفاعل بين الناس في مختلف المجالات والمتاحة لكل الفئات والثقافات، ولقد أصبح في الآونة الأخير مستخدموا الانترنت في تزايد وبوتيرة سريعة

ومع تطور الجيل الأول وهذا الأخير ساهم وبشكل كبير في بروز محركات البحث وهي عبارة عن برامج مصممة لعثور على السندات المخزنة في الشبكة العنكبوتية، إضافة إلى هذا ظهرت مواقع إلكترونية اختلفت أنواعها وأشكالها من شبكات محادثة ومدونات شخصية ... والى ذلك.

والتي خلقت نوعا من التواصل بين الملايين من المستخدمين باتساع رقعهم الجغرافية وفي منتصف التسعينيات من القرن الماضي برز الجيل الثاني للانترنت الذي أتاح إمكانية جديدة في الاتصال عبر الشبكة من خلال مواقع جديدة سميت بمواقع التواصل الاجتماعي وكانت فكرت إنشائها قائمة على تحقيق الاتصال والتواصل بين الأفراد حيث أصبحت هذه الأخيرة ظاهرة عالمية واسعة الانتشار لتثير ضجة كبيرة، هنا ظهر نوع جديد من الجماعات والمجتمعات الإنسانية والتي اصطلح عليها بالمجتمع الافتراضي. ومن بين هذه المواقع: الانستقرام، والواتساب والفايسبوك وهذا الأخير ولكثافة استعماله وشيوعه على كل فئات المجتمع. ويعد هذا الموقع انعكاسا حقيقيا لفكرت العولمة ووان العالم ماهر إلا قرية صغيرة؛ حيث أكتسح هذا الموقع كل فآت المجتمع وذلك راجع إلى تعدد استخداماته،وأصبح الاعتماد عليه يتزايد أكثر فأكثر خاصة أنه يحقق رغبات وحاجيات النفسية والاجتماعية وثقافية وغيرها ...

وبما أن فضاء العمل هو الحيز والمحيط الذي يعمل فيه الموظف داخل المؤسسة، وباعتباره عاملا أساسيا في تحقيق أهدافه وطموحاته،خاصة إن كانت واضحة المعالم والحدود

فالعامل أو الموظف هو كغيره من شرائح المجتمع المختلفة يسعى إلى تلبية رغبات وحاجيات متنوعة من خلال استخدامه لموقع الفايسبوك ونحن في دراستنا نسعى إلى معرفة كيفية استخدام الفايسبوك من قبل الموظف والعامل في المؤسسة الخدمائية " اتصالات الجزائر تيارت"

ولجعل هذه الدراسة علمية أكثر وذات فائدة دعمنا بدراسة وصفية في قطاع الخدمات وبالتحديد قطاع الاتصالات، وهي مؤسسة " اتصالات الجزائر ونسعى من خلالها إلى التقرب من موظفي هذه المؤسسة ومعرفة مدى استعمالهم و بمواقع التواصل الاجتماعي داخل حيز العمل ومدى تأثير وتأثر العمال والمؤسسة بهذه المواقع .

وعليه تأتي هذه الدراسة لنحاول من خلالها إبراز مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فضاءات العمل الفايسبوك نموذجاً .

وبلورة هذه المشكلة في السؤال الرئيسي التالي:"

كيف أصبح التوظيف اللاعقلاني لمواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " يؤثر على أوقات عمل الموظف وعلى الأداء المهني؟

الأسئلة الفرعية للدراسة :

ولإحاطة بالخطوط العريضة للسؤال الرئيسي نطرح مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي تشكل محاور الأساسية لدراستنا :

1- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " في الاتصال داخل فضاء العمل ؟

2- كيف يوظف العامل هذه الوسيلة " الفايسبوك " داخل عمله ؟

3- ما هي الحاجات والدوافع التي تكمن وراء استخدام الموظفين " للفايسبوك " في فضاء العمل؟

2- الفرضيات :

1- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " في الاتصال داخل فضاء العمل من خلال تغيير واستحداث أسلوب العمل .

2- يوظف العامل هذه الوسيلة " الفايسبوك " في بيئة عمله من أجل التفاعل والاتصال .

3- الحاجات والدوافع التي تكمن من وراء استخدام الموظفين " للفايسبوك " هي حاجيات ترفيهيه لا علاقة لها بالعمل .

3-أهداف الدراسة :

1-محاولة إثراء البحوث العلمية في هذا الميدان خصوصا لحدثة الموضوع .

2- معرفة مدى تفهم العينة لموضوع البحث .

3- التدريب والتعود على القيام ببحوث ميدانية،والتحكم في تطبيق الإجراءات المنهجية وتقنيات البحث في العلوم الإنسانية .

4- معرفة مدى استخدام الموظف واستحدثه لهذه الوسيلة "الفايسبوك" في فضاء العمل

5- التعرف على أهم الخدمات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي .

4-أهمية الدراسة:

1- تبيان دور مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمؤسسة الخدماتية

2- اثر انتقال المؤسسة الخدماتية من التسويق التقليدي إلى التسويق الالكتروني

3- إثراء المكتبة بمرجع جديد قد يكون في متناول باحثين آخرين في المستقبل لانجاز دراسات آخر مكملة.

5-أسباب اختيار الموضوع :

- الأسباب الذاتية :

- الرغبة الذاتية في دراسة الموضوع.

- الميل الشخصي نحو الموضوع المدروس.

- والوعي بأهمية هذا الموضوع .

- الرغبة في معرفة عادات وأنماط استخدام العامل للفايسبوك

- الأسباب الموضوعية:

1- تفسير أسباب ودوافع إقبال العامل على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ..

2- الوقوف على أثر استخدام الفاييسبوك من قبل عمال وموظفين في المؤسسات

الخدماتية

3- معرفة خصائص الفاييسبوك ومميزات التي أغرت العامل لاستخدامه

4- معرفة فرص التي يخلقها الفاييسبوك للعامل حتى يطور العمل ووظيفته

- 5- التعرف على التحديات التي تواجه العامل اثر استخدام الفايسبوك
6- التعرف على آراء المبحوثين حول مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها في أوقات العمل

- 7- معرفة الجوانب الايجابية والسلبية لاشتراك المؤسسة الخدمائية في هذا المجال
8- معرفة الجوانب الايجابية والسلبية لاشتراك في هذا الموقع .

6- مصطلحات الدراسة:

- مفهوم الاستخدام:

- لغة: استخدم (استخدم الرجل غيره) استخدمه استخداما فهو مستخدم والأخر مستخدم، طلب منه أن يخدمه، استخدم الإنسان الآلة أو السيارة .. الخ استعمالها في خدمة نفسه. والأمر من الاستخدام¹.

- الاستخدام اصطلاحا: في أبسط معانيه هو الطريقة الخاصة بالفرد أو الجماعة استخدام الممارسة

- وهو ما يستخدمه الفرد، وغالبا ما يوظف مصطلح استخدم أو استعمال في أحيان أخرى، وهذا لتجسيد العلاقة بين الإنسان المستخدم والتقنية².

- هو عبارة عن ممارسة اجتماعية . التي تصبح عادية في إطار ثقافة معينة . من خلال الممارسة وإعادة الممارسة في النشاط نفسه إلى جانب عامل الأقدمية المتعلقة بالفعل الممارس إذ يكون التعامل مع الأشياء الرمزية أو الطبيعية مرتبطا بتحقيق أهداف محددة وتتعلق هذه الممارسة بالطابع الخاص الذي يضيفه الفرد أو الجماعة على الوسائل³.

• - إن التطور التكنولوجي بصفة عامة وتكنولوجيا الاتصال بصفة خاصة غلب مصطلح الاستخدام أو الاستعمال في أحيان أخرى، وهذا لتجسيد العلاقة بين الإنسان والمستخدم والآلة والتقنية، وما يطبع هذه العلاقة من التفاعل والمشاركة ؛ وما قد يؤدي في

¹ أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرزازي، معجم مقاييس اللغة، ت. عبد السلام محمد هارون، دار الفكر، 1997.

² فريدة بن زايد، واقع استخدام تكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص علاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية،

³ آمال فاطمة الزهراء، استخدام الهاتف النقال لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع والاتصال، الجزائر، 2010، ص 56.

المستقبل من اندماج بين الآلات والمستخدم، ويعرف الاستخدام أنه ما يستعمله الفرد فعليا من المعلومات وهذا الاستخدام إما أن يرضي المستخدم أو لا يرضي¹.

-**الاستخدام إجرائيا:** نقصد بالاستخدام في دراستنا هو هو ممارسة الفعل على تكنولوجيا أي مدى استعمال فئة العمال والموظفين لموقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" وكيف ينعكس هذا الاستخدام على العامل والوظيفة .

الموقع لغة: هو اسم مكان من وقع، ومواقع القتال وموقع عند فلان أي منزلة جمعه مواقع².

التواصل لغة: وصل ونقل وصل يصل ويصلا ووصل الشيء أي بلغه وهنا نجد التواصل في المعنى الغوي هو الاقتران³.

-**اصطلاحا:** هو تبادل الأدلة بين الذات المرسله والذات المستقبلية حيث تنطلق الرسالة من ذات إلى أخرى ويتطلب نجاح هذه العملية اشتراك عناصر الاتصال⁴.

3- **الاجتماعي لغة:** هو مصدر اجتماع بمعنى النقاء فردين أو أكثر في مكان وزمان معينين واجتماعي له فطرة تميل إلى معاشره الناس في المجتمع⁵.

4- **التواصل الاجتماعي :** هو المناخ الاتصالي أو البيئة الاتصالية التي تتم فيها هذه العملية هو نقل الأفكار والتجارب ،وتبادل الخبرات و المعارف بين الأفراد والجامعات بتفاعل ايجابي وبواسطة رسائل تتم بين المرسل والمتلقي وهو جوهر العلاقات الإنسانية⁶.

¹ معجم المعاني الجامع، معجم عربي عربي ،

² المرجع السابق، أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرزازي، معجم مقاييس اللغة .

³ أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرزازي، أبو الحسن المتوفي، ت زهير عبد المحسن سلطان، معجم الألفاظ الاقتصادية، مؤسسة الرسالة بيروت، ص

⁴ الموقع الإلكتروني <https://www.Almaany.Com/ar/dict/ar-ar> ، 2020-02-23.

⁵ بن عمر بالقاسم أمين، دور الوسائط الاتصالية الجديدة في تشكيل الفضاءات العمومية الهامشية النسائية داخل الحيز الافتراضي، مذكرة الدكتوراه، تخصص علوم الإعلام والاتصال، 2018، مستغانم، ص 47.

⁶ أ. د. حلمي خضر ساري، التواصل الاجتماعي الأبعاد والميادين والمهارات، دار الكنوز للمعرفة، عمان، . ط 1، 2014، ص 30.

5- مواقع التواصل الاجتماعي :

يعرفها فايز الشهيري "هي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك إنشاء موقع خاص به،ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات¹

و يعرفها أزهر راضي: هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك بإنشاء موقع خاص به وربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين².
- وهي مواقع الكترونية التي تتوفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لي مستخدميها وتتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين حيث توفر معلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام³.

-إجرائيا: هي تقنية تسهل تبادل الأفكار والمعلومات من خلال التواصل بين المجتمعات الافتراضية التي يكونها العامل أو الموظف داخل مؤسسته وضمن ساعات عمله.
- تعريف العمل:

-التعريف اللغوي: العين والميم واللام أصل واحد صحيح وهو عام في كل فعل يفعل.
العامل هو الذي يتولى أمور⁴.

الفعل والقصد نقول يعمل عملا: صنع ومهن

و فيما يقول " هيغل " العمل أساس حرية الإنسان في الكون،لأن العمل هو الوسيلة الأساسية لخلق الثروة في المجتمع . فالعمل هو الذي يعطي المكانة والأهمية للإنسان . وأنه من خلال العمل تحقيق ذاته ورضاه، كما أن الحافز على تحقيق الرفاهية والجوانب

¹ هواري حمزة،مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي (دراسة المجتمعات الافتراضية على الفايسبوك)،مذكرة ماجستير،غي في علوم الإعلام والاتصال،تخصص سنما وتلفزيون ووسائل الاتصال الجديدة.201،ص 29 .

² لطرش نجوى،استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير على القيم الأسرية لدى الشباب الجامعي (الفايسبوك نموذجا)،مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية،العدد 3-2017،4 .

³ بوعزة سهوييلة فلة،تأثير الشبكات الاجتماعية على الممارسات اللغوية للشباب الجامعي الجزائري الفايسبوك نموذجا،مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال،الجزائر 3، 2013، ص 88.

⁴ باسم عبد الكريم الحوروي،معجم الألفاظ الاقتصادية في لسان العرب،ص151.

الاجتماعية من علاقة الزملاء وغيرها، فهو جزء جوهري في حياة الإنسان مادام يعطيه المكانة ويربطه بالمجتمع باعتبار العمل نشاط اجتماعي¹ .

• تعريف الفضاء :

-التعريف اللغوي :ورد في معجم عربي تعريف لغوي .

- " فضاء (اسم à)

- الجمع أفضة .

- الفضاء ما اتسع من الأرض² .

العمل:

-لغة :نقول عمل أو شغل، أو وظيفة .عمل يعمل عملا .

- اصطلاحا :هو الجهد بشري في شيء ما،وفي مدة زمنية محددة،ويحتسب الجهد

البشري المبذول في كل عملية إنتاجية طبقا لمقاييس مختارة ملائمة لأسلوب الإنتاج وكثيرا ما يحتسب بوحدة الحساب الزمن³ .

7- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى :

دراسة عربية: وجاء عنوانها " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي

السياسي : دراسة ميدانية لحالة الحراك في العراق على عينة من الطلبة الجامعات كل من الموصل والانبار وتكريت للفترة من 1-3-2013 إلى غاية -6-2013.و قدمت هذه

الرسالة استكمالا متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام تقدم بها الطالب" رأفت مهند عبد الرزاق "قسم الصحافة والإعلام كلية الآداب والعلوم جامعة البترا الأردنية⁴ .

¹ المرجع السابق .باسم عبد الكريم الحوروي،معجم الألفاظ الاقتصادية في لسان العرب،ص195.

² شكيب بن بديره،مدخل نقدي مختصر لمفاهيم الاقتصاد السياسي (توسعت المرصاد)،ص 2 .

³ المرجع السابق ،محمد بن مكرم بن علي،أبو الفضل،جمال الدين ابن منظور الأنصاري الرويفعي، ص 259.

⁴ رافة محمد رزق ،" دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي : دراسة ميدانية لحالة الحراك في العراق على عينة من الطلبة الجامعات كل من الموصل والانبار وتكريت للفترة من 1-3-2013 إلى غاية -6-2013.و قدمت هذه الرسالة استكمالا متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام تقدم بها الطالب".

ركزت مشكلة الدراسة على أنه هناك هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي متمثلة في الفايسبوك تويتر، على تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقية في كل من الموصل والاتبان في طرح القضايا المعاصرة .

ولقد هدفوا من خلال الدراسة إلى :

- معرفة مدى مشاركة الإعلام الجديد ممثلا بمواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك . تويتر .." في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين .
- معرفة درجة التأثير الطلبة بمواقع التواصل الاجتماعي .
- البحث على الآثار المترتبة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية وتأثيرها على الرأي العام .

- وحتى يلم بالموضوع كافة طرح مجموعة من التساؤلات :

- 1- السؤال الأول : ما طبيعة استخدام الطلبة الجامعيين " الأنبار . وتكرت " لمواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيرها في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات والفكر السياسي لديهم ؟.
- 2- السؤال الثاني : كيف يقيم طلبة الجامعات مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك، تويتر " من بين وسائل لإعلام الأخرى ؟.

3- السؤال الثالث : هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك تويتر في طرح القضايا المعاصرة .

ولقد وضع مجموعة من الفرضيات :

- الفرضية الأولى : تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية وفي التأثير على سلوكيات والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي .
- الفرضية الثانية : لا تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية .

- الفرضية الثالثة : توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في أثر مواقع التواصل الاجتماعي إلى الاتجاهات السياسية للشباب باختلاف المتغيرات (النوع. مكان السكن . المرحلة الدراسية . الكلية الفئة العرقية) .

- **الفرضية الرابعة** : تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في الفايسبوك، تويتر في طرح القضايا المعاصرة تهم الشباب الجامعي ولا تأثر في السلوكيات السياسية والفكر السياسي وتعكسه على الشارع السياسي.

- **الفرضية الخامسة**: لا تسهم مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك وتويتر في طرح القضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي ولا تؤثر في السلوكيات السياسية .

وكخافية نظرة لهذه الدراسة فاعتمد على نظرية الاستخدامات والاشباعات **ومن أهم النتائج التي توصل إليها :**

مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر المواقع التواصل الاجتماعي على الاتجاهات السياسية للشباب .

- أثبتت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أن أغلب أفراد العينة مقتنعون أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت محرزا أساسيا في التغيير .

- **جوانب الاستفادة :**

لقد استفدنا من الدراسة في الجانب المنهجي وذلك من خلال استخدام نفس المنهج " المنهج الوصفي" وكذلك استفدنا منها في الجانب النظري، من خلال تعريف المصطلحات وكذلك اشتمال الدراسة على أحد متغيرات دراستنا الأساسية¹ .

- **الدراسة الثانية** : قام بها " الدكتور أحمد يونس محمد حمودة " بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة الشباب الفلسطيني في قضايا المجتمع " دراسة ميدانية لنيل درجة الماجستير من قسم البحث والدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية لجامعة الدول العربية ،من ديسمبر من عام 2013. حيث استخدم الباحث اللغة العربية في دراسته .

¹د: أحمد يونس محمد حمودة " بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة الشباب الفلسطيني في قضايا المجتمع " دراسة ميدانية لنيل درجة الماجستير من قسم البحث والدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية لجامعة الدول العربية ،من ديسمبر من عام 2013.

وجاءت إشكالية الدراسة في سؤال الرئيسي وهو " ما هو دور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية ". ونظرا لطبيعة هذه الدراسة من حيث نوعية متغيراتها ومصادر معلوماتها ف"إنها تعد من الدراسات

الوصفية حيث اهتمت بدراسة واقع شبكات التواصل الاجتماعي وتناولت قضايا المجتمع الفلسطيني وتأثيرها على تنمية تفعيل مشاركة الشباب الفلسطيني . أما بالنسبة إلى المنهج المستخدم في الدراسة فهو المنهج المسح الاجتماعي وفي إطار هذه الدراسة تم الاستعانة بعينة من جمهور الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس.

وتمثل مجتمع الدراسة في جميع الشباب الفلسطيني من المرحلة العمرية (18) سنة إلى أقل من (35) سنة من الذكور والإناث ولقد بلغ قوام العينة المختارة من قبل الباحث حوالي 410 مبحوث من مجتمع دراسة يزيد عن عشرة آلاف فرد . وبالنسبة للأدوات جمع البيانات التي استخدمها الباحث في دراسته فقد استعان ب صحيفة استقصاء وهي أحد أدوات جمع البيانات والهدف الأساسي منها الحصول على معلومات علمية مقننة.

وقام الباحث بتقسيم الاستمارة عبر موقع الصحيفة الالكتروني /PLXSHZ : HTPm GOO للوصل إلى عينة الدراسة خارج قطاع غزة ،

وقام الباحث بتقسيم الاستمارة إلى مجموعة من المحور تم تجديدها في الإطار النظري والمنهجي للدراسة بما يشمله من مشكلة بحثه وتساؤلات وو فروض الدراسة على النحو التالي :

-**المحور الأول:** يتضمن أسئلة خاصة بمدى التفاعل مع القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

- **المحور الثاني:** يتضمن أسئلة خاصة بمدى التفاعل مع القضايا المجتمعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

- **المحور الثالث:** يتضمن أسئلة خاصة بالدور الذي تقوم بيه شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل تنمية المشاركة نحو القضايا المجتمعية.

- المحور الرابع : يتضمن أسئلة خاصة بالخصائص الديموغرافية للمبحوثين.
- وتمحورت النتائج التي توصل إليها الباحث فيما يلي:
- الشباب الفلسطيني يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي وهو دليل على أهمية هذه الأخيرة وكثرة من يستخدمونها.
- يلاحظ أن المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مكثف ومتزايد مما يؤكد على لأهميتها.
- أغلب المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ سنتين إلى أربعة سنوات .
- يستخدم المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تحقيق أهدافها المرجوة والتي تتمثل في إنشاء علاقات وصدقات.
- وبما أن المجتمع المبحوث هو مجتمع عربي يتحدث اللغة العربية بشكل خاص .
- ولقد تبين من خلال الدراسة أن الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استعمالا حيث يحتل المرتبة الأولى .
- وتبين أيضا أن تفاعل المبحوثين مع الموضوعات يكون من خلال المشاركات والإعجاب بها .
- وهدفت هذه الدراسة إلى مجموعة من النقاط وهي :
- بيان دور التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة الشباب الفلسطيني تجاه قضاياهم المجتمعية .
- تحديد الخدمات التي يتداولها الشباب الفلسطيني عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
- تحديد الخدمات التي يقبل عليها الشباب الفلسطيني من شبكات التواصل الاجتماعي
- تحديد مدى الاستفادة التي يحققها الشباب الفلسطيني من شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في قضايا المجتمع .
- ولقد استقدنا من هذه الدراسة ما يلي :
- كيفية تقسيم استمارتنا .
- استعمال المنهج المناسب .

الدراسة الثالثة :

كتاب: هي دراسة عربية قام بها "جمال سند السويدي"، وعنونت بـ "وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، الطبعة الرابعة الإمارات من سنة 2014¹، تناولت هذه الدراسة تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من أجل الوقوف على أهميتها في الوقت الراهن. وحدود تأثيرها على الرأي العام ومدى تشكيلها للقناعات والاتجاهات لدى مختلف الشرائح العمرية للمستخدمين، وقد تمحورت الإشكالية على: تستهدف هذه الدراسة التعرف إلى التأثيرات المستقبلية لوسائل التواصل الاجتماعي وحاولوا فهم حدود هذه التأثيرات المتوقعة في مجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والإعلامية. واعتمد في هذه الدراسة على الدراسات الوصفية، واستخدم المنهج المسحي بشقيه المنهج الوصفي التحليلي ولقد قسم على النحو التالي:

- شرح مصطلحات
- الدراسات السابقة
- مفاهيم ودور مواقع التواصل الاجتماعي .
- المؤشرات الإحصائية لأهم مواقع التواصل الاجتماعي .
- سمات العصر الحالي .
- تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي .
- أفاق العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد .
- ومن النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة :
- وسائل التواصل الاجتماعي تساعد على كسب الدعم الشعبي .
- تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل بين الجماهير والهيئات.
- التواصل بين الأفراد والمؤسسة .
- تساهم في مكافحة الشائعات .
- جوانب الاستفادة:

¹ جمال سند السويدي وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، الطبعة الرابعة الإمارات من سنة 2014.

عالجت دراستنا استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك نموذجاً) وهذا ما تطرقت إليه هذه الدراسة، كما استفدنا من هذه الدراسة في اختيار المنهج وأدوات الدراسة المناسبة التي تتناسب مع موضوعنا . كما كانت مرجع مهم اعتمدنا عليه في دراستنا .

-الدراسات المحلية:

1-: دراسة محلية واعتمدت على اللغة العربية وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير للباحثة مريم نريمان نومار وعنوانت: "استخدام شبكات التواصل الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية". (دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر) لقسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة¹.

وقد جاءت اشكاليتهم على النحو الآتي: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟ قامت من خلالها بدراسة اثر استخدام مواقع وشبكات لاجتماعية على المستخدمين الجزائريين من خلال طرح تساؤلات فرعية التالية:

- ماهية العادات والأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" لدي الجزائريين ؟

- ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك ؟

- كيف يؤثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

- ولقد اندرجت مريم نريمان نومار تحت التساؤلات الفرعية فرضيات وهي كالتالي :

1- تختلف طرق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " لدي الجزائريين من

مستخدم لأخر تبعا لمتغير الجنس والسن .

2- يلجئ مستخدمي الفايسبوك في الجزائر إليه بسبب فراغ اجتماعي وعاطفي .

3- استخدام " الفايسبوك " يؤدي الى انسحاب الملحوظ للفرد في النشاطات الاجتماعية

ويقلل من الاتصال المستخدم الشخصي بعائلته وأصدقائه .

¹مريم نريمان نومار وعنوانت: "استخدام شبكات التواصل الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية " . (دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر .) ،تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة،جامعة الحاج لخضر باتنة.

وباعتبارها باحثة وجب عليها الاعتماد والالتزام بتطبيق قواعد منظمة حتى تتوصل إلى النتيجة المرغوبة والمسطر لها. وتدرج دراستها ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد على الشرح والتفصيل الأحداث والمواقف. واعتمدت على المنهج المسح الوصفي.

- أما فينا يخص أدوات جمع البيانات والتي اعتمدت عليها مريم نريمان في دراستها فاعتمدت على الملاحظة والاستبيان كأداة رئيسية . ولقد قسمت الاستمارة على ثلاثة محاور أساسية وهي كالآتي:

- **المحور الأول:** عادات وأنماط استخدام الفايسبوك لدى الجزائريين، ويضم 12 سؤال.

- **المحور الثاني:** الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك، ويضم 11 سؤالاً

- **المحور الثالث:** الفايسبوك والعلاقات الاجتماعية ويضم 16 سؤال .

- ونظراً لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث . اقتصرت عينتها على مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر دون غيرهم، وهي عينة قصديه .
- وتوصلت مريم نريمان في نهاية دراستها إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها في النقاط التالي

1- بالنسبة لعادات وأنماط استخدام الفايسبوك: تبين أن اغلب أفراد العينة يستخدمونه منذ سنة إلى ثلاثة سنوات بمعدل ثلاثة ساعات ومن مرتين إلى ثلاثة مرات في اليوم .

2- اغلب أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك في المنزل 87% منهم لاستخدام الفردي للموقع في حين يستخدمه 6% مع الأصدقاء.

3- يفضل 25% من المبحوثين خدمت التعليقات في الفايسبوك تليها مشاركة الصور ثم مشاركة الروابط تليها الدردشة.

4- كشفت الدراسة إن أفراد العينة لهم اقل من 150 صديق على الفايسبوك .

5- يشارك 72% من أفراد العينة المجموعات الثقافية وتليها 25% في المجموعات الترفيهية و12% في المجموعات المعلومات والمعارف.

6- كما توصلت الدراسة إلى أن 66% يستعملون كنيتهم الحقيقية، في حين 33% يستعملون كنية مستعارة.

7- لا يوافق اغلب أفراد العينة على طلبات الصداقة من أشخاص غرباء

إما بالنسبة للبعد المتعلق بتأثير استخدامات الفايسبوك على التفاعل الاجتماعي لأفراد العينة مع عائلاتهم ومعارفهم فلقد توصلت إلى أن 33% أن تفاعلهم مع أسرهم اقل، في حين 27% يوافق

-إما نتائج البعد المتعلق ب استخدام الفايسبوك والحفاظ على العلاقات الاجتماعية فقد توصلت إلى أن اغلب المبحوثين يوافقون على أن الفايسبوك ساعدهم في توسيع علاقاتهم الاجتماعية في حين يرى آخرون أن الفايسبوك حافظ على العلاقات القديمة. ولقد تمثلت استفادتنا من هذه الدراسة أولاً في الجانب المنهجي حيث أن دارستنا اندرجت ضمن البحوث الوصفية وهي استخدمت نفس المنهج: المنهج الوصفي

-إضافة إلى هذا قد اعتمدنا على نفس النظرية " نظرية لاستخدامات والاشباع " ولقد ساعدنا في كيفية إسقاط النظرية على موضوع دراستنا.

- كم اعتمدنا نفس نوع العينة: "العينة القصيدة"

- وأخيراً لقد ساهمت هذه الدراسة وبشكل كبير في الجانب النظري وذلك من خلال اشتراكنا في الجزء الأول من عنوان وهو مواقع التواصل الاجتماعي، من ناحية استخدام الفايسبوك ونشأته.

جوانب الاستفادة : لقد استفدنا من هذه الدراسة في بناء ووضع الاستبيان .

8- أدوات جمع البيانات:

- بعد تصميم العينة وتحديد أطرها ووحداتها وكذا تحديد المنطقة التي تنتقى منها واختيار الطريقة المنهجية التي من خلالها تجمع البيانات الميدانية بدأنا بتصميم " مقابلة " وتعتبر من أهم الوسائل البحثية لمع المعلومات والبيانات من الميدان الاجتماعي وهي مواجهة الباحث للمبحوث بقصد جمع البيانات المتعلقة بموضوع البحث. وهي احدي أدوات البحث العلمي، وهي اتصال شخصي لفظي فعال يقوم على الثقة تجرى بين الباحث وبين

أحد أفراد عينة البحث بهدف الحصول على معلومات تسهم في تحديد جوانب مشكلة البحث بصورة دقيقة وعميقة وواضحة وإيجاد الحلول المناسبة لها¹.

8- نظريات الدراسة:

نظرية الاستخدامات والاشباعات:

- **تمهيد:** يرتبط هذا النوع من النظريات بالجمهور المستخدم للمواد الإعلامية، والمتلقي للرسائل الإعلامية، ويقوم هذا النوع من النظريات على أساس أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام بسبب دوافع نفسية واجتماعية. والاعتقاد بأن وسائل الاتصال قادرة على تحديد الفكر ودفع الأفراد للتصرف وفقاً لأسلوب معيناً يسعى لتحقيقه .

- وتختلف مسميات التي تطلق على النظرية الاستخدامات والاشباعات، فهناك من يطلق عليها "النموذج" والبعض الآخر يرتقي بها إلى مرتبة النظرية. وهناك من يطلق عليها "مدخل". في حين يفضل البعض وهم الأقلية باسم نظرية المنفعة. وإن البحث حول استعمال وسائل الاتصال تحت عنوان الاستعمالات والرضا. أو الاستخدامات والاشباعات جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أراود التعرف على ماذا يفعل جمهور وسائل الإعلام؟ ولقد ارتبطت البدايات الأولى هذه النظرية بالدراسات الإمبريقية لتأثير وسائل. فاهتمام بالبحث عن الإشباع الذي توفره وسائل الإعلام لجمهورها إلى بداية البحث التجريبي في ميدان الإعلام والاتصال، ومثل هذه الدراسات ظهرت في الأربعينات في أعمال "لزار سفيلد وستانون" وفي الخمسينيات في أعما "ريليز وفريد سون وجاك كوبي". وفي الستينات في أعمال "شرام ولايل وباركر". وهذا ما سنوضحه في نشأة النظرية لاحقاً².

إن نظرية الاستخدامات والاشباعات تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك العواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام. إلى بداية منظور جديد للعلاقات بين الجماهير ووسائل الإعلام وكان ذلك تحولاً من الرؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي

¹ أحمد عارف عساف، محمود الوادي، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإدارية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 101.

² وائل عبد الرحمان التل، عيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار الجامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 40.

غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام، كذلك النظريات المبكرة مثل : نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة، وتتصرف بناء على نسق واحد، أما وقد اتضح الدور القوي للمتغيرات في معرفة والإدراك والثقافات الفرعية فلم يعد ممكنا فهم الجماهير بهذه الطريقة¹.

1- التعريف بنظرية الاستخدام الجمهور لوسائل الإعلام :

ويشير "ويرنر" و "تانكرد": إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها الاستخدام وسائل الإعلام قد بدأ منذ وقت مبكر في الثلاثينات حيث أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور على قراءة الكتب، مسلسلات، الراديو، والصحف اليومية ... وذلك للتعرف على استخدام الناس لوسائل الإعلام ونتائج المترتبة على ذلك. وخلال الحرب العالمية الثانية أصبح هناك كم هائل من المعلومات حول استخدامات وسائل الإعلام والإشباع التي تحققها، ويذهب " ادلستين " وزملائه إلى أن تأسيس نظرية الاستخدامات و²الإشباع جاء كرد فعل لمفهوم " قوة وسائل الإعلام الطاغية " وتضفي هذه النظرية صفة ايجابية وكما سبقت الإشارة على جمهور وسائل الإعلام.³

-رغم الشعبية الهائلة لهذه النظرية في دراسة لاتصال الجماهيري، إلا أن تطور هذه النظرية كان بطيئا لسيطرة الاتجاهات وبحوث التأثير قبل وبعد الحرب العالمية الثانية على اتصال الجماهيري كما أن المراحل الأولى من تطور النظرية كان يفتقر إلى فرضيات، ويمكن بلورة مراحل تطور بحوث الاستخدامات والإشباع كما يلي :

2- نشأة وتطور نظرية لاستخدامات والإشاعات: لقد مرت بثالث مراحل متميزة في

تطورها ويمكن تقسيمها زمنيا إلى :

¹ مرجع سابق، منال هلال المزاهرة . ص 188

² منال الهلال المزاهرة ،نظريات الاتصال ،دار الميسرة للنشر والتوزيع ،عمان ،ط1 ،ص 169.

³أحمد عارف عساف ،محمود الوادي،منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإدارية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط 2، عمان، 2015، ص 103.

1- مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية): واهتمت بتقديم الوصف للتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق باختيارها لأشكال مختلفة من محتوى وسائل الاتصال، ولقد امتدت هذه المرحلة خلال عقدي الأربعينات والخمسينات القرن الماضي .

2- مرحلة المراهقة: (المرحلة التطبيقية): وهي المرحلة ذات التوجه الميداني، حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية والتي تؤدي إلى نمط مختلف من الاستخدامات وسائل الإعلام، وكان من أهم نتائجها أن الجمهور يستخدم الوسيلة لإشباع حاجيات معينة لديه وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقد الستينات من القرن الماضي¹.

3- مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية) : وكان التركيز فيها على الإشاعات المحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال،ومن ثم إعداد قوائم الاستخدامات والإشاعات،وامتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينات من القرن الماضي وحتى الآن .

3- فروض النظرية:

- لقد وضع "كانتز" وزملائه خمسة فروض رئيسة تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال² والإشاعات التي يسعون والى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام وهي:

1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل لاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم

2- يعبر استخدام وسائل لاتصال عن الحاجيات التي يدركها الأعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.

3- إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجياتهم، وان وسائل الإعلام تنافس مع مصدر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجيات

4- أن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد الدوافع وتعرضهم حاجياتهم التي يسعون لتلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة للإشباع هذه الحاجات .

5- يمكن الاستدلال على معايير الثقافة السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها فقط³ ..

¹ أحمد عاطف عدلي العبد،نهى عاطف العبد،نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي،2011،ص 297

² المرجع السابق ،منال الهلال المزاهرة ،نظريات الاتصال ،ص 169.

³المرجع السابق، أحمد عاطف عدلي العبد،نهى عاطف العبد،نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، ص 198.

- عناصر مدخل الاستخدامات الإشباعية:

- 1- الجمهور النشط : يحدد مفهوم نشاط الجمهور في عدة أبعاد من أهمها :
- الانتقائية : ويتمثل في اختيار الوسيلة اتصال معينة واختيار التعرض للمضمون معين
مها، ويمتد مفهوم انتقائية ليشمل مرحلتين الإدراك والتذكر .
- النفعية : فجمهور وسائل الاتصال يختار المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة .
- العمدية : يعتمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة معينة لإشباع حاجيات مت، ومصدرها هو
خصائص فردية واجتماعية وثقافية لجمهور الوسيلة¹ .
- الاستغراق : ويحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، فان استغراق الجمهور مع
المضامين الإعلامية وخاصة التلفزيون يعتمد على مدي توحيد الجمهور مع الشخصيات
التلفزيونية

- مناعة التأثير : هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور² .

- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعية :

يحقق هذه النظرية ثلاثة أهداف رئيسية وهي :

- 1- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال . وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط
الذي يستطيع اختيار استخدام الوسيلة التي تشبع حاجياته .
2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التع
3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال الجماهيري شهد³ .

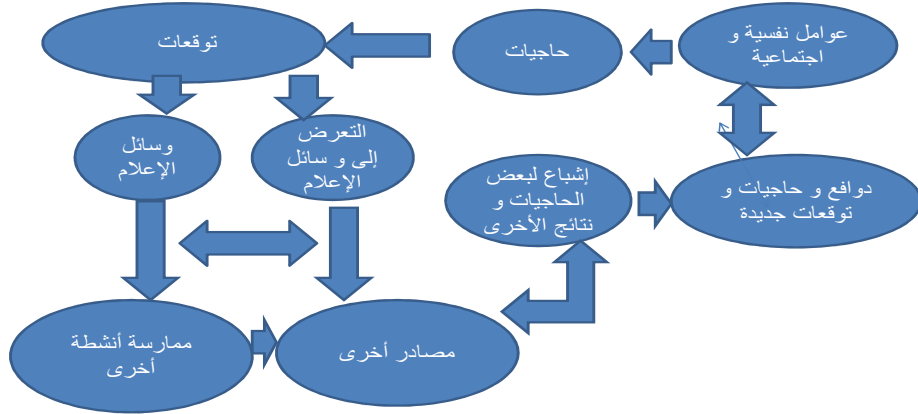
¹د. وائل عبد الرحمان، أ. عيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار حامد للنشر والتوزيع

،الأردن عمان، 2007، ص 136

²عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحث، دوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون

الجزائر، 2016، ص 140

³إحسان محمد حسن، مناهج البحث العلمي، دار وائل للنشر، ط1، عمان الأردن، 2009، ص 455.



-نقد نظرية الاستخدامات والاشباعات :

تطورت الأبحاث الخاصة بالاستخدامات والاشباعات خلال السبعينيات وما بعدها، وبعد أن قدمت النظرية إستراتيجية جديدة للدراسة وتفسير استخدامات الجمهور واشباعاته زاد إدراك الباحثين بعد ذلك بأهمية الاستخدام النشط للجمهور المتلقين باعتباره عامل وسيط في إحداث الأثر ؛ سواء كان كبيرا أو محدودا ،وعلى الرغم من تطور الأساليب البحثية الاستقصائية المنهجية والموضوعية في هذا المجال ،إلا أن صورا من النقد وجهة إلى هذه النظرية لتغير هذا المضمون .

1-ترتكز النظرية على اختيار الفرد،بغض النظر تأثير الموقف الاجتماعي المحيط .

2- لا يتضح في النظرية ما إذا كانت الحاجيات متغيرا مستقلا أم تابعا أم وسيطا،فهل الحاجيات هي التي تدفع الأفراد إلى الاستخدام الوسائل ؟ . ويؤدي ذلك لظهور حاجيات تدفع الفرد إلى استخدام هذه الوسائل .

و ترتكز النظرية على أسس وظيفية،تهتم بما تحققه وسائل الإعلام من وظائف ،وذلك من منظور فردي في استخدام الرسائل،في حين الرسائل الإعلامية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالا وظيفيا لبعض الأخر،ولذلك فإن كل الانتقادات الخاصة بالوظيفية على النظرية .

و لقد تطورت استخدامات والاشباعات في العقدين الأخيرين نتيجة الانتقادات التي تعرضت لها مما أدى إلى ظهور بعض الاتجاهات الجديدة في محاولة لعلاج هذه السلبيات وهذه الاتجاهات هي :

- اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدامات وأنواع الاشباعات وطبيعة المضمون وطبيعة الوسيلة المستخدمة، فتعرض لوسيلة معينة ومضمون معين سيؤدي إلى اشباعات معينة ترتبط بدورها بدوافع الفرد عند التعرض للوسائل الإعلامية ومضامينها .

- اتجاه يهتم بتأثير العوامل والأصول الاجتماعية ونفسية عند التعرض للأفراد للوسائل مثل المتغيرات الشخصية والسياق الذي يتم فيه التعرض والنشاط الاجتماعي والتفاعل الشخصي وهذا الاتجاه ليس بالجديد، حيث يبحث " ماكبوي MACBOY " . وزملائه عما إذا كان قبول الطفل في العائلة أو المدرسة ينتج عن أنماط مختلفة من التعرض للوسائل وجديد في هذا الاتجاه أنه يدرس تأثير الظروف النفسية والاجتماعية مجتمعة وليس بشكل منفرد كما في الدراسات التي أجريت سابقاً، إن هذه الظروف النفسية والاجتماعية تتفاعل مع بعضها البعض لتشكل في نهاية السلوك الانتقائي للأفراد .

- اتجاه يهتم ب فحص العلاقات المتداخلة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات وسائل الإعلام واتجاهاتها، ويمثل هذا الاتجاه في بحوث " روبين " . " عامّة 1983 ودراسة مورلي عام 1986 ، ودراسة "سوانسن " عام 1986، وتشير نتائج تلك البحوث والدراسات إلى أن دوافع وسائل الإعلام " ليست منعزلة أو مستقلة، وإنما يمكن أن ينتج عن أنماط الاستخدام تلك الوسائل، كذلك أشارت النتائج تلك البحوث على وجود علاقة قوية بين دوافع الاستخدام وأنماط الإشباع، ولذلك كما يقول " روزنغرين " وزملائه عام 1985 أن بحوث الاستخدامات والاشباعات بدأت تدخل مرحلة جديدة تتحدد بوجود نظرية عامة قابلة للبناء والاختيار .

❖ 9- تطبيق نظرية الاستخدامات والإشاعات:

اعتمدنا في دراستنا على نظرية الاستخدامات والاشباعات ، حيث أن هذه النظرية تفترض أن الأفراد يحتاجون إلى إشباع احتياجاتهم من وسائل الإعلام ؛ ومن خلال استخدام العامل أو الموظف لمواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " يقوم هذا الأخير باستقاء المعلومات وكذلك سد وملء الفراغ الذي يشهده داخل فضاء عملة ؛

و بسبب حب المعرفة والاطلاع الدائم من قبل ذلك العامل أصبح يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ويتعرض بكثرة إليها . ويستخدمها للكف من القلق والتوتر ب قضاء وقت أمامها للتسلية والترفيه عن النفس . وأحيان أخرى يشبع حاجيت من نوع آخر وهي اكتساب المعلومات والتي يرتبها وفق لحاجياته .

10- المنهج المستخدم

تحتاج أي دراسة إلى منهج علمي حتى يتوصل الباحث من خلالها إلى نتائج معينة، والمنهج هو السبيل أو الطريق المؤدية إلى الكشف عن الحقيقة بواسطة مجموعة من القواعد العامة يهدف للوصول إلى نتيجة معينة.¹

وتتدرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، وهذا ما فرضته عاينا طبيعة موضوعنا : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فضاء العمل ويساعدنا هذا المنهج في وصف

وتحليل هذه الدراسة وسنعمد عليه في الإطار النظري والتطبيقي على حد سواء خاصة

- ويلجأ الباحث لاستخدام هذا المنهج حين يكون على علم بأبعاد أو جوانب الظاهرة إلي يريد دراستها نظرا لتوفر المعرفة بها من خلال البحوث الاستطلاعية وسبق وأجريت² .

- ويرتبط المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية والاجتماعية، ودراسة أي من الظواهر المختلفة . حيث يقوم الباحث بجمع معلومات دقيقة عن الظاهرة . ويتم وصفها وصفا تفسرها وصفا دقيقا بدلا من الحقائق المتوفرة ويعبر عنها تعبيراً كفيماً أو كميّاً³ .

11- مجتمع الدراسة وعينة البحث :

- خصائص مجتمع البحث :

يتميز مجتمع البحث في المؤسسات الخدمائية على مستوى ولاية تيارت

عينة الدراسة :

- تعد إجراءات تحديد عينة البحث من مراحل البحث العلمي المهمة . و أهم خطوات البحث في الميداني والتطبيقي بحيث يبدأ الباحث في التفكير في تحديد عينة البحث وطريقة

¹ المرجع السابق ،عبد الكريم بو حفص ،أسس ومناهج البحث في علم النفس ،دوان المطبوعات الجامعية ،2011،ص

² المرجع السابق ،د. وائل عبد الرحمان ،أ.عيسى محمد قحل ،البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية عمان ،2007،ص 136

³ نفس المرجع،عبد الكريم بو حفص ،أسس ومناهج البحث في علم النفس،ص 241

اختيارها منذ تحديد مشكلة البحث وأسئلته وأهدافه، فإذا أراد الباحث دراسة شيوع الظاهرة ما أو مشكلة ما في مجتمع معين، فإن عليه اختيار جزء من هذا المجتمع يعكس خصائصه وتظهر جلية فيه بصورة مطابقة إلى حد كبير لما هو عليه الحال في المجتمع، وهذا ما نسميه عينة البحث

- إن أهم الأسباب التي تدفع الباحث لاختيار العينة ممثلة لمجتمع بدلا من الدراسة المجتمع الأصلي للبحث كله إن دراسته تتطلب من الباحث وقتا طويلا، وجهدا مضنيا، وتكاليف مادية كبيرة . ثم لا حاجة لدراسة المجتمع كله إذا كانت العينة تمثل خصائصه وتحقق أغراض البحث¹.

- **تعريف العينة** : هي مجموعة من الوحدات المستخرجة من المجتمع الإحصائي بحيث تكون ممثلة بصدق لهذا المجتمع، وبعبارة أخرى العينة مجموعة من الوحدات التي يجب أن تتصف بنفس مواصفات مجتمع الدراسة.²

- **العينة العمدية أو المقصودة** : وهي العينة التي يذهب إليها الباحث ويقصدها بالتحديد، أي انه يقصد أشخاصا بعينهم، فينتقي الباحث الأفراد الذين سيكونون هم أفراد العينة الخاصة بالدراسة، ويبيني حكمه على مدى مطابقة هؤلاء الأفراد لأغراض بحثه المحددة.³

- تمثلت عينة الدراسة في المؤسسة الخدمانية اتصالات الجزائر بتيارت.

7--مجالات الدراسة :

تتعامل الدراسة في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية مع بيئة في حالة تغير مستمر، مما يستدعي تحديد إطار الدراسة بمختلف مجالاته، حيث علينا تحديد متى أجريت الدراسة وأين أجريت .

¹ المرجع نفسه، عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحث، ص 137.

² المرجع السابق، عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد، 137.

³ المرجع السابق، د. وائل عبد الرحمان، أ. عيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 138.

- المجال المكاني :

تنتشر مؤسسة الوطنية اتصالات الجزائر ومنذ انطلاقها، في أكبر المناطق العمرانية في البلاد، إذ اختارت سياسة الانتشار السريع لشبكتها من أجل توفير خدماتها في أسرع وقت لزبائنها. إضافة إلى أن مقرها الاجتماعي الموزع على موقعين " باب الواد - وأولاد فايت بالقرب من العاصمة "، ويوجد فروع ومكاتب جهوية لوطنية اتصالات الجزائر في كامل أقطار الجزائر "48 ولاية

ويتمثل في مدينة تيارت في المديرية العملية لاتصالات الجزائر الموجودة بمقر الولاية وتم اختيار هذه المؤسسة :

- لأنها قريبة

- محاولة لربح الوقت والتكلفة

- المجال الزمني للدراسة :

لقد تم تجزئة دراستنا إلى قسمين :

- الأول خصص للإنجاز الإطار النظري وقد امتد من تاريخ اختيارنا للموضوع {20 جانفي 2020 إلى نهاية شهر ماي } .

وهي بدورها قسمت إلى قسمين :

- المجال البشري :

من خلال ما تم تقديمه حول المجال المكاني والزمني لمؤسسة الوطنية اتصالات الجزائر، إضافة إلى الاستطلاعات التي قمنا بها من وذلك بتحديد مجتمع البحث المتمثل في موظفي هذه المؤسسة، والذين بلغ عددهم حوالي (()) موظف، موزعين على الفئات المهنية الثلاث وهي : " الإطارات cadres, " عمال التحكم maitrise " و " عمال التنفيذ exécution "

خلاصة :

إن هذا التقديم المنهجي عملنا من خلاله على ضبط الإطار التصوري الذي سنعمل من خلاله على التحقق من صحة تساؤلاتنا، وحوالانا الالتزام قدر الإمكان بما قد أمدنا إياه مؤطرنا من خلال وضع إشكالية وعرضها بدقة وتوضيح الجوانب المراد معالجتها نظريا من خلال الفصول النظرية والتطبيقية .

إن هذا التقييم المنهجي يعمل على ضبط الإطار التصوري الذي سنعمل من خلاله على التحقق من ماهية الفرضيات.

الفصل الأول:

مواقع التواصل الاجتماعي

1: نشأة وتعريف وخصائص التواصل الاجتماعي

1-1: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي .

2-1: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي .

3-1: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي .

2: أنواع ونماذج مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع استخدامها .

1-2: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي .

2-2: نماذج عن أهم مواقع التواصل الاجتماعي .

3-2: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

3: استخدامات وتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي .

1-3: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي .

2-3: التأثيرات الايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي .

3-3: التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي .

تمهيد

انتشرت وبشكل مثير للانتباه في السنوات الأخيرة مواقع جديدة على شبكة الانترنت جذبت الملايين من المستخدمين إليها، اشترك جميعها في خصائص معينة لتطغى بذلك على كبريات مواقع الانترنت وتسحب منها البساط . ؛ وتصنف تلك المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني (0.2) وتسمى الشبكات الاجتماعية " social networks " أو مواقع التواصل الاجتماعي. تقوم هذه المواقع على المستخدمين بالدرجة الأولى . وإتاحة التواصل بينهم سواء كانوا أصدقاء تعريفهم على أرض الواقع أو كانوا أصدقاء عرفتهم في العالم الافتراضي. ومن الواضح أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أحدثت تغير كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات . وقد انقسمت مواقع التواصل الاجتماعي حسب أغراض مختلفة، فهناك مواقع لتجمع الأصدقاء وأخرى للعمل ... وسوف نتطرق من خلال هذا الفصل إلى كل ما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال تقسيم هذا الفصل إلى مجموعة من المباحث . كل مبحث يتناول جانب معين من مواقع التواصل

1- مفهوم ونشأة وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي

1-1-1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي :

*المرحلة الأولى:

تشير إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى 1.0 (الويب) (web) التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير من المستخدمين تتكون أساسا من صفحات الويب ثابتة .حيث بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور أواخر التسعينيات وكان ابر ما ارتكزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة بالأصدقاء (1) ؛ وتعتبر هذه المرحلة أنها البداية لمواقع التواصل الاجتماعي ،ومن أبرز المواقع التي تكونت ونشأت في هذه المرحلة هي موقع (كلاس ميتس calassmates) وظهرت في عام " 1995 " وموقع (سيكس وجرس sixdegrées : com.) وظهر هذا عام " 1997 " وسمح

¹شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية .، إعداد مركز الحرب الناعمة للدراسات،بيروت ،لبنان " 2016، ط1، ص 25.

للمشاركين فيه بعمل قوائم من الأصدقاء ولم تكن مرئية للآخرين ولكن أغلقت هذه الخدمة بهذا الموقع عام " 2000 "

- وهذه المرحلة ظهرت مع الجيل الأول للويب ومع بروز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع - سيكس دقريز - الذي منح للإفراد المتفاعلين في إطار فرصة لمحات عن حياتهم و

إدراج أصدقائهم ولقد أخفق هذا الموقع عام 2000 . ومن المواقع التأسيسية الاجتماعية موقع " كلاس مايت " الذي ظهر في منتصف التسعينات، وكان وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة . كما شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى مثل " لايف جور نال " وموقع " كايوورد" الذي انشأ في كوريا عام 1999¹ .

* المرحلة الثانية :

وتشير إلى مجموعة من التطبيقات على (الويب،مدونات،مواقع المشاركة،الوسائط المتعددة وغيرها..) اهتمت بتطور المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون،ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت،وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات لاجتماعية- وتشهد المرحلة الثانية من تطور مواقع التواصل الاجتماعي إقبالا متزايدا من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية على مستوى العالم² . ويشير الويب 2.0 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب والمذكورة سابقا . وإمام هاتين المرحلتين بدا واضحا الاختلاف الآراء حول أول شبكة اجتماعية عبر الانترنت " عام 1997 والذي سمح للمستخدمين بوضع معلوماتهم الشخصية " ووضع قائمة لأصدقائهم بدا منذ عام 1998 لسماح للمستخدمين بتصفح قائمة الأصدقاء،ولقد أتاح موقع للأشخاص الانتساب إلى المدارس أو الثانويان أو الكليات التي ينتمون إليها وتصفح الشبكات الخاصة بالإفراد الذين ينتمون إليها وتصفح الشبكات الخاصة بالأفراد الذين ينتمون إليها غير أن المستخدمين لم يكن بإمكانهم خلق صفحات خاصة وتحديد قائمة للأصدقاء إلا بعد سنوات متأخرة ولهذا يعتبر موقع أول موقع جمع بين كل هذه الملامح

¹ رمزي جاب الله،القيم المتضمنة في صفحات الفايسبوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري . أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، 2015. ص 125 .

² المرجع نفسه،شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية .، إعداد مركز الحرب الناعمة للدراسات، ص 30

والخصائص ولقد روج هذا الموقع لنفسه كأداة تساعد الناس في التواصل وإرسال الرسائل للآخرين، لكن في الوقت الذي استطاعت هذه الخدمة أن تجذب ملايين من المستخدمين إلا أنها فشلت في أن تبقى دائمة حيث تم إيقاف الخدمة عام 2000، ويرى مؤسسو هذا الموقع أنه كان في الصدارة آنذاك مع بداية ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت في العالم¹. ومن 1997 إلى سنة 2001 بدأت هذه الأدوات الاجتماعية تتزايد بأشكال متعددة وتركيبات متنوعة فيما يتعلق بالصفحات الشخصية مع التوضيح العلني لقائمة الأصدقاء "فظهر" وتسمح للمستخدمين بخلق صفحات شخصية ومهنية تحدد هوية الأصدقاء دون البحث عن الموافقة من خلال الاتصالات، ومن خلال "استطلاع الأشخاص تعيين البعض كأصدقاء لأجل متابعة مجالاتهم وتسير المحيط الخاص، وبعد ذلك ظهر العالم الافتراضي الكوري" عام 1999 وجسد ملامح مواقع الشبكات الاجتماعية عام 2001 حيث تضمن قائمة الأصدقاء وخدمت التدوين المذكرات وغيرها.. أما المواجهة الثانية كانت مع إطلاق "عام 2001 لأجل مساعدة الأشخاص في زيادة فاعلية الشبكات التجارية وتوالت في الظهور حتى ظهر "الفايسبوك، توتير².. وغيرها من المواقع .

❖ 1-1-2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

يعتبر مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي من أهم المفاهيم المرتبطة بالانترنت والمجتمع الافتراضي التي ضاع صيتها في السنوات الأخيرة وهذا ما نلاحظه من خدمتها، غير أن الحقيقة التي تستوقفنا أمام هذه الظاهرة هو التطور السريع لهذه المواقع على نحو لم تستطع هذه الدراسات العلمية أن تواكبه وهذا نلمسه من خلال الاختلاف الواضح في وضع المحددات المفاهيمية الأساسية للموضوع مواقع تواصل الاجتماعي .

¹المرجع نفسه، رمزي جاب الله، القيم المتضمنة في صفحات الفايسبوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري، ص 127

²المرجع السابق، بوعزة سوهيلة فله، تأثير الشبكات الاجتماعية على الممارسات اللغوية للشباب الجامعي الجزائري، ص 98.

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي: "emploi-uitisation- usage-souscription"

"

exploitation –application-candidate

ويعتبر مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي من المصطلحات الحديثة التي لقيت اهتمامات كبير من طرف الباحثين والمختصين في العديد من المجالات ولهذا تعددت تعريفات من باحث إلى آخر . ومن بين التعارف ايلي:

- هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية "الويب" تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي،يجمعهم الاهتمام والانتماء لبد أو فئة معينة،في نظام عالمي لنقل المعلومات ..آي أنها شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء حيث مكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم¹

-هي عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على أحد مواقع التواصل الاجتماعي : فايسبوك،تويتر...ضمن نطاق شبكة الإنترنت العالمية،وينتج له قاعدة بيانات شخصية ومنصة انطلاق ووجود إلكتروني وشخصية افتراضية،لنشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور والأفلام والفيديو .. ومن ثم الانتقال إلى مرحلة التشارك مع الأصدقاء .²

- وجاء في تعريف إبراهيم بعزير: " مواقع التواصل الاجتماعي،وتسمى أيضا الشبكات الاجتماعية،ومواقع التشبيك الاجتماعي . وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد مل التواصل وأقامت علاقات والتعارف وبناء تجمعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة،ويمكن للمستعمل عبرها أن ينشأ صفحة خاصة،ويكتب مقالات ونصوص وينشر فيديو..³

¹تواتاوي صليحة،استخدام الأنباء لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على العلاقات الأسرية . رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس الأسري،2015. ص 67 .

² صونيه شتوان،يوسف بومدين،اثر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات المستهلك اتجاه الأزياء العالمية،جزائر ،ص 31.

³ حسن قطيع طامح المطيري ،الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الكويتي،رسالة ماجستير،كلية الإعلام للشرق الأوسط،2013 . ص 24.

- ويرى سليم حاتم العلاوة: " أن مواقع التواصل الاجتماعي هي إحدى وسائل والاتصال الجديدة من خلال شبكة الانترنت، التي تسمح للمشارك أو المستخدم من التواصل مع الآخرين . وتقديم الخدمات في العديد من المجالات ¹

- وحسب وجهة نظر الشهيري بأنه " منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال النظام الاجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول تجمعهم مع الأصدقاء.

- ويعرفها " بالاس " على أنها برامج تستخدم لبناء مجتمعات على شبكات الإنترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعض البعض لعديد من الأسباب المتنوعة "، وبالمثل يعرفها " بريس ومالوني كريشمار "مواقع الشبكات الاجتماعية على أنها مكان يلتقي في الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرامج.

- ويشير هذا المصطلح إلى إحدى الاحتياجات الغريزية التي لاغني للناس عنها في بناء حياتهم، فطبيعة الحيات، البشرية تقتضي تواصل الناس مع بعضهم البعض، اضمن هي عبارة عن أنظمة مرتبطة بنوع من أو أكثر من أنواع الترابط التي تشمل القيم الرؤى، والأفكار المشتركة، والاتصال الاجتماعي، والقرابة ²، والصراع والتبادلات المالية والتجارية، والعضوية المشتركة في المنظمات، والمجموعات المشاركة في حدث معين، وجوانب أخرى عديدة في علاقات الإنسان .

- هي من أهم وسائل التواصل الحديثة التي أحدثتها الثورة في مجال الاتصالات بين الأفراد . وقد امتدت استخدامها ليشمل مختلف مناحي الحياة : الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، والسياسية . وتصنف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها تطبيقات الويب 2.0 بالرغم من أنها أنشأت قبل الويب 2.0 ويعد الجيل الثاني من الويب هو الذي نقل المستخدم من مجرد متلقي غير متفاعل إلى مستخدم فعال ومشارك في الخدمات والتطبيقات . ومن

¹ إعداد مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب (توتير نموذجاً)، دار المحتسب للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية الرياض . 1438 . ط 1، ص 23.

² المرجع السابق، آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لأبناء محافظة طولكرم من وجهة نظر ربات البيوت، ص 56.

التركيز على المحتويات مسبقة الإعداد إلى وسائط تفاعلية يتم إنتاجها عبر المستخدم ويشارك فيها الآخرين .

* مواقع التواصل الاجتماعي وهي عبارة عن منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص بيه،ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها،وتسمح للمستخدمين في أي وقت يشاءون ومن أي مكان من العالم في التفاعل فيما بينهم وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها بهدف توطيد العلاقات الاجتماعية¹.

❖ -1-1-3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :

- الشبكات الاجتماعية هي مواقع الالكترونية التي تتمتع بالخصائص بها منها:

1- المشاركة :

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حين إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور .

2- الانفتاح :

مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة،أو الإنشاء ،أو التعديل على الصفحات،حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات،بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى².

3- المحادثة :

تتميز من خلال إتاحتها للمحادثة في الاتجاهين ،أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومات المعروضة .

4- المجتمع :

تسمح بتشكيل مجتمعات افتراضية تتواصل بشكل فعال،ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حواصلا ومصالح و اهتمامات مشتركة مثل

¹ المرجع السابق،بوعزة سوهيلة فلة، تأثير الشبكات الاجتماعية على الممارسات اللغوية للشباب الجامعي الجزائري،ص 99.

² أ عيسى بن سليمان الفيبي،برامج التواصل الاجتماعي . **** 1432.ص 61.

5- الترابط :

التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية، أو للتعليم... ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحتوي مجتمعا الكترونيا متقاربا.

6- وسيلة بحث عن المعلومات : interpersonal search media:

وهي من أهم خصائص الانترنت والإعلام الجديد، حيث أن الانترنت والإعلام الجديد، حيث أن الانترنت بمختلف مواقعها تعتبر مخزن كبير للمعلومات ومصدرا للمعرفة لم يسبق له مثيل في التاريخ البشري من حيث ضخامة حجمه من ناحية وسهولة وسرعة الوصول إليه، من ناحية أخرى، وتقوم هذه العملية على وجود محركات البحث Sirach engines تساعد على العثور على المعلومات المطلوبة في جميع مواقع الانترنت أو أجزاء منها مثل مواقع الاجتماعية .

6- وسيلة مشاركة جماعية : collective participa tory medium

هذه الخاصية كانت موجودة في الانترنت منذ البداية تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها من بعض وذلك عبر الصفحات والروابط التي توفرها تلك المواقع¹ .

7- الهوية الرقمية أو المواطنة الرقمية :

من أجل التسجيل في مواقع التواصل الاجتماعي يشترط على العضو اسم ورقم سري وهو ما بمثابة بطاقة تعريف للعضو، كما يتعين على المترشح للعضوية الموافقة على بنود عقد يحدد بموجبه حقوقه وواجباته الرقمية وبمجرد استكمال يحصل العضو على الهوية الرقمية باسم المستخدم والرقم السري وحيز خاص به يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بكل حرية، كما يمكن أن يتعرض إلى عقوبات مثل : " حذف حسابه الالكتروني أو تجميده " نتيجة الممارسة غير أخلاقية التي يمكن للفرد الالكتروني أن يقوم بها²، وبالتالي مواقع

¹ عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي، استعمال مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافضة الشمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات ، رسالة ماجستير، قسم التربية والدراسات الإنسانية، عمان . 2015 . ص 53.

² شينا كايسر، أريك اسبلوند، نيل بورون وسائل التواصل الاجتماعي دليل علمي للمهيات المعنية بالإدارة الانتخابية . ت حسان شمس ، المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات، ص 20.

التواصل الاجتماعي مثل دول العالم الافتراضية يتمتع فيها الأفراد بالحرية والحماية من قبل المشرفين على هذه المواقع شريطة الامتثال إلى القوانين التي وافق عليها الفرد خلال عملية تسجيله التي تمكنه من اكتساب هوية رقمية .

8- الوضوح الهوياتي :

وهي شيء تلقائي يحدث بين الطرفين لأن الغاية هي التعرف إلى الآخر وتعريفه بالأنا، وهذا ما يجعل عملية التواصل خالية من الحيل والأكاذيب وخاضعة للصرحة التامة كما أن عملية التسجيل عبر الموقع تتطلب نوعاً من الشفافية في تدوين اسم المستخدم والبريد الإلكتروني إضافة إلى العنوان البريدي ورقم الهاتف . وهي معلومات شخصية عن الفرد المستخدم يمكن له أن يشارك بها لأصدقائه في حل تولدت الثقة بينهم¹.

9- الحضور الدائم الغير مادي :

يمكن للعضو الاتصال بعضو آخر من خلال ترك رسالة نصية أو صورة أو معلومات أو أفلام أو موسيقى ...

- كل الأعضاء يعملون على تطوير إلى الحاجة إلى المعلومات التفاعلية والمشاركة.

- الشمولية والمدي.

- سهولة الاستخدام .

- المرونة وتعدد الاستعمالات .

- الحضور المادي والغير مادي .

- اقتصادية في الوقت والجهد والمال .

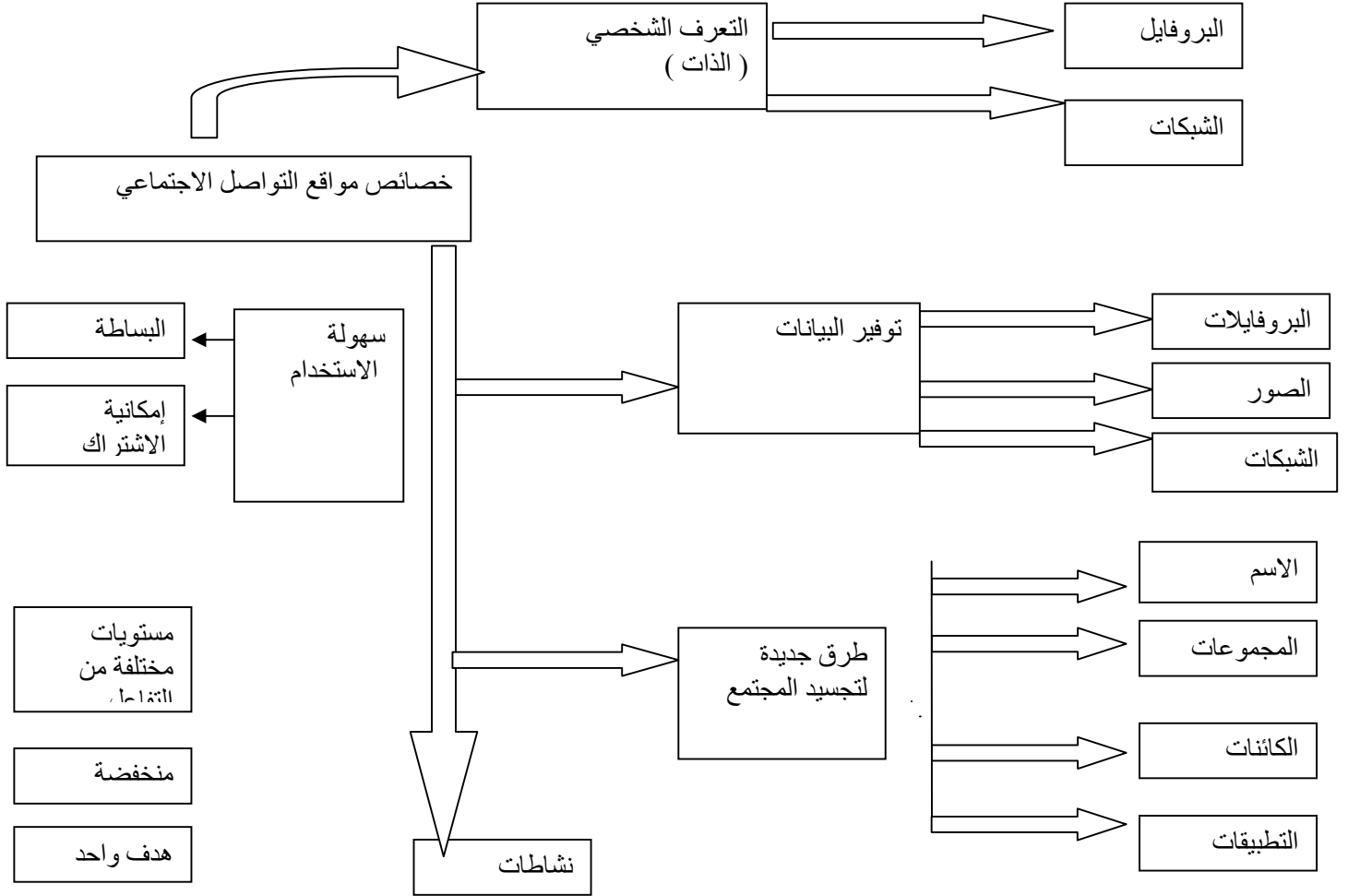
- عالم افتراضي للتواصل ودعم التجمعات² .

¹ المرجع السابق، عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي، استعمال مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الحلقة الثانية

من التعليم الأساسي في محافضة الشمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات . ص 54.

² عبد الله ممدوح مبارك الرعد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، 2012 رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ص 38.

شكل رقم 1 : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي



جدول (1) يوضح مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر انتشارا في العالم.¹

الترتيب	مواقع التواصل الاجتماعي	المستخدمون ابالمليون
01	الفايسبوك	750
02	توتير	250
03	لينكين	110
04	ماي سبيس	70.5
05	جوجل	65
06	ديفاينت ارت	25.5
07	لايفجورنال	20.5
08	تاكد	19.5
09	أوركيت	17.5
10	كافيه موم	12.5
11	نينيك	12
12	ميت آب	7.5
13	ماي لايف	5.4
14	ماي يربوك	3
15	بادور	2.5

¹المرجع السابق، عبد الله ممدوح مبارك الرعد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، ص 41.

2- أنواع ونماذج ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

❖ 1-2-1- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي :

يمكن أن تقسم مواقع التواصل الاجتماعي على أسس مختلفة قد تقسم حسب التقنية التي تبنى عليها، أو على حسب جنسية الأشخاص وبصفة عام يمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي إلى :



➤ مواقع شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين :

هذه المواقع الاجتماعية تقتصر على مجموعة من الأصدقاء والمعارف التي تعمل على التواصل الاجتماعي فيما بينها بجميع الأشكال، حيث يتم إتاحة الملفات الصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية .

وقد نجد مواقع مغلقة على فئة معينة .

➤ مواقع اجتماعية خاصة ب فئات معينة :

نشأت هذه المواقع الاجتماعية لتجمع بعض المهتمين بالطب والهندسة والمكتبات والكتب مثل librarything .

➤ شبكات اجتماعية مهنية :

ظهرت وانتشرت في الآونة الأخيرة لواجهة البطالة واحتياج دول العالم لتنشيط العمل واستخدام هذه التقنية المتطورة لخلق بيئة عمل وبيئة تدريبه مفيدة وحرفية، مع استقبال العمل التوظيفي من جانب الشركات¹، وتقديم خدمات على مستوى المهن المختلفة ومن أشهر هذه الشبكات الاجتماعية linkedin .

❖ وهناك من يقسم مواقع التواصل الاجتماعي حسب الشكل، ويمكن حصر الأشكال الأساسية فيما يلي :

1- مواقع تواصل الاجتماعي الكبيرة : مثل : face book / space وتسمح للأشخاص بناء صفحة على الانترنت خاصة به ومن ثم التواصل مع الأصدقاء لتشارك المحتويات والتعليقات .

2- موسوعات: klswi موقع يسمح للأشخاص بإضافة محتوى أو تحرير معلومات عليها .

و أفضلها الويكيبيديا الموسوعة الإلكترونية الحرة التي تحتوي على أكثر من 2 مليون مقال.

3- البوداكاست : أو المدونات الصوتية،ملفات الصوت الفيديو،المتاحة من خلال الاشتراك عن طريق appeleitunes .

4- المنتديات: forums ظهرت قبل مصطلح الإعلام الاجتماعي وهي عنصر قوي وفعال في مجتمعات الانترنت²، وهي عبارة عن مساحات للحوار الإلكتروني غالبا ما تدور حول موضوع اهتمام محدد .

¹د: عبد الله حسن مسلم، الإدارة المعرفية وتكنولوجيا المعلومات، دار المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ط1، ص 209 .

²عبد الكريم على الدبسي وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة الجامعات الأردنية، الأردن، ع 40، 2013،

❖ و هناك تصنيف آخر لمواقع التواصل الاجتماعي :

➤التصنيف الأول :

1-نوع أساسي :

و هذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثلا للمراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية مثال : " سببوسوهاي فابف " ...

2- مرتبط بالعمل:

و هذا النوع من مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع أهمية وهو يربط الأصدقاء بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات ويتضمن ملفات شخصية للمستخدمين وسيرهم الذاتية وما قاموا به من عمل .. مثل : " موقع برايتكايت " التصنيف الثاني :

1-النوع الأول :

يختص بالاتصالات وتبادل المعلومات ومثل على ذلك : " مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي، أشهرها "الفايسبوك " " ، " : موقع الفعاليات évents¹ "

2- النوع الثاني :

من مواقع التواصل الاجتماعي للتعارف والتعاون ويوجد الكثير من الناس يستخدمونه مثل " wiki " ..

3- النوع الثالث:

وسائط متعددة مثل موقع التصوير والفرن " PHOTOSHARING " وغيرها ..

4- النوع الرابع :

هي مواقع الاستعراض REVIEWSA OPINIONS " استعراض السلع وغيرها ...

5- النوع الخامس :

هي مواقع ترفيهيه : " VERTUAL WORDLS " طرح مصطلح الحقيقة الافتراضية " REALITY VIRTUAL " عام 1989² وهناك مصطلحات أخرى تشير إلى

¹ مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعي وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية (الفاييسبوك نموذجاً) مذكرة ماجستير، تخصص إعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، بائنة، 2012، ص 39

² وسام طایل البشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها (الفاييسبوك نموذجاً) رسالة ماجستير، تخصص الصحافة والإعلام كلية الآداب والعلوم ، جامعة البترة 2013، الأردن ص 67.

هذا المفهوم منها : " ARTICIAL REALITY الحقيقة الاصطناعية "، البيئة الافتراضية
... "VERTUAL ENVRONMENTS

❖ 1-2-2- نماذج عن مواقع التواصل الاجتماعي

منذ الظهور الأول لمواقع التواصل الاجتماعي تنوعت بين مواقع شخصية وعامة تطمح إلى تحقيق أهداف معينة ؛ ومع هذا التطور لمواقع التواصل الاجتماعي أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى الجماهيرية ،حيث تصدر القائمة عدد من المواقع وأهما " الفايسبوك - تويتر - جوجل- الواتس أب -... وغيرها من المواقع " وسنتناول هنا وبالتفصيل لهذه المواقع المختلفة :

1- الوي كي :

- * - تعريفه: كلمة ويكي وتعني السرعة،واستخدمت هذه الكلمة لهذا النوع من المواقع للدلالة على السرعة

السهولة في تعديل محتويات الموقع .فهو من المواقع التي تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات

وتعديل الموجود منها حيث تلعب دور القاعدة البيانات مشتركة جماعية،تضم ملايين المقابلات

- مميزات الوي كي :

- ما يميز موقع الوي كي بشكل عام هو سهولة إنشاء مواضيع جديدة أو تحديث مواضيع قديمة وتعديلها،دون الحاجة إلى وجود رقابة توافق على إنشاء الصفحات أو تعديلها عادة. وبعض مواقع الوي كي لا تتطلب حتى التسجيل الدخول في المواقع لإنشاء أو التعديل مواضيع فيها.

- تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية كما تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم.¹

¹المرجع نفسه، مريم نريمان ،استخدام مواقع الشبكات الاجتماعي وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية،ص 40

2- المدونات :

-تعريفها : ظهرت المدونات في عام 1997 على يد " جون برقار " الى أن انتشارها على نطاق واسع لم يبدأ الى بعد عام 1999 . وهو موقع شخصي على شبكة الانترنت، يدون فيه آراءه ومواقفه حول مسائل متنوعة، وتكون هذه المدونات مؤرخة، ومرتببة زمنيا وتصاعديا، وهذه المدونات منظمة تنظيما ذاتيا، تساعد الأفراد على التفاعل من خلال المشاركة، والتعلم عبر تبادل الأفكار والمعلومات، فضلا عن حل المشكلات الاجتماعية والسياسية¹ .

ومن مميزات المدونات :

- ومن مميزات المدونات :

- 1- سهولة الإنشاء : فلا تحتاج إلى معرفة كبيرة، أو خبرة بلغة البرمجة، فهناك الكثير من القوالب الجاهزة المساعدة فغي إنشاء والتصميم .
- 2- سهولة التدوين والنشر : والخروج من الأنظمة التعقيدية
- 3- كسر حاجز الوقت والمكان : فيمكن للمدون التدوين في أي وقت شاء من الليل أو النهار ومن أي مكان .
- 4- حفظ حقوق النشر والطباعة . للأفكار والكتابات والتدوينات والإخراج .
- 5- إمكانية التفاعل مع الجمهور . وهو ما يسمى بالتغذية الرجعية، فيمكن للجمهور الرد والمشاركة على الموضوع .
- 6- أرشفة الآلية للكتابات زمنيا وتصاعديا .
- 7- مساحة حرة للتطوير البرمجي واختيار الشكل العام للمدونة.

*موقع فليكر :

- هو موقع من المواقع الاجتماعية خاص بتبادل الصور ومقاطع الفيديو على الانترنت ويستعمل هذا الموقع بشكل كبير في تبادل الصور الشخصية بين الأصدقاء . تم تطوير الموقع في 2004 بواسطة شركة " لودي كروب" بعد أن قامت الشركة بتأسيس لعبة جماعية عملاقة على الانترنت . وفي مارس 2005 قامت شركت " ياهو" بشراء شركة : لودي

¹المرجع نفسه، وسام طایل البشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها، ص 69.

كروب" ليسمح هذا الموقع لمستخدميه بتنظيم صورهم كمجموعات شخصية أو مجموعات عامة تشترك في صفحات معينة، وحسب إحصائيات عام 2010 يضم هذا الموقع م يقارب الخمسة مليارات صورة، ويحظ بأكثر من 3000 صورة يتم رفعها في الدقيقة مما يجعله المخزن الأول للصور¹ .

* موقع تويتر :

- هو موقع تواصل الاجتماعي لا يقل أهمية على الفايسبوك ويعتبر المنافس الأكبر له ،و كان ميلاد هذا الموقع عام 2006 عمدنا أقدمت شركة "أوفايوس " الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامت الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، واستخدمت اسما خاص بيها يدعى : "تويتر"² .

أسمه من مصطلح " تويت " الذي يعني التغريد واتخذ من العصفور رمزا له، ويسمح للمغردين إرسال رسائل قصيرة لا تتعدى (140) حرف للرسالة الواحدة ...

ويوفر " تويتر " لمستخدميه إمكانيات عديدة منها :

- معرفة ما يقوم به الأصدقاء دائما وفي أي وقت .
- كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية .
- بالإضافة إلى يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جدا والسريعة .
- كما يتيح للمستخدمين متابعة كل الأحداث العالم الهامة فور وقوعها³ .

-**اليوتيوب You tube**: هو موقع الاليكتروني يدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح وبالتدريج في التحميل . وهو موقع يعرض الفيديوهات في شتى المجالات، بسمح لمستخدمه من مشاهدة حية للفيديوهات التي يعرضها بشكل

¹ الشيخ ميثم الفريجي، مواقع التواصل الاجتماعي (نظرة فقهية، أخلاقية، تربوية)، دار الحجة البيضاء، بيروت لبنان، 2014، ط 1، ص 91.

² خالد منصر، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة بابتة 2018 . ص 133

³ بوضياف سهوية، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر (دراسة في التمثلات و استخدامات والشباب لشبكة الفايسبوك) أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص علاقات عامة، بابتة 2018، ص 88.

مباشر، ودون الحاجة إلى تحميل الفيديو أو إنشاء حساب للمشاهدة، كما يسمح لمشاهده فرصة التعبير عن آرائهم، عن طريق إعجابهم أو عدمه .

- تأسس سنة 2005 بواسطة ثلاثة موظفين سابقين " باي بال " وهم " تشاد هيرلي " و " ستيف تشين "، في مدينة كاليفورنيا، ويستعمل الموقع تقنية " الأدوبي فلاش " لعرض المقاطع المتحركة¹.

لينكدان :

- هو موقع يختص بالأعمال وتسهيل وتسهيل التواصل بين من يعملون في مجالات مختلفة عبر هذا الموقع، فهو للاتصال المحترف بين من يعملون في قطاعات مختلفة أو ضمن القطاع نفسه أو ضمن المؤسسة أو الشركة نفسها

- ولقد تم إنشاء هذا الموقع من قبل " ريد هوفمان " وتم إطلاق هذا الموقع من قبل شركته سنة 2003 وقد اشترك فيه في علمه الأول ما يقارب 4500 شخص وتطور ليصبح أكبر مواقع التوظيف على شبكة الانترنت .

- مميزات هذا الموقع :

- خلق هوية محترفة

- توفير قائمة للتوظيف

- التسويق (1)

- انستجرام INSTAGRAM :

هو عبارة عن تطبيق يسمح للمستخدمين بأخذ الصور وإجراء التعديلات عليها حسب الرغبة والمشاركة بها وتبادلها مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي . وبدأ هذا الموقع في عام 2010 بشكل خاص لأجهزة أبل المتعددة . بهدف تقديم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الأجهزة مع قائمة الأصدقاء الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة وحين لقي رواجاً بدأت مؤسسة " كيفين سيستروم " تطوير نسخة أخرى منه للعمل على الأجهزة التي تدار بالأنستجرام نظام التشغيل " أندرويد " حتى أصبح

¹ المرجع السابق . خالد منصر، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، ص 135.

أكثر من مليون مشترك قام بتحميل هذا التطبيق خلال 12 ساعة من طرحه . وبلغ عدد المستخدمين في نهاية عام 2012 مائة مليون مشترك ¹ .

- مميزات تطبيق انستجرام :

- التعامل مع أنواع الكاميرات المختلفة سواء أمامية أو خلفية .

- مجانية بنسبة 100 ب 100 .

- يوفر مزايا إبداء الإعجاب بها من قبل الآخرين وفي خاصية الإعجاب يبلغ عدد الضغوطات 8500 ضغطة في الثانية .

- يسمح بكتابة أي تعليق بشكل مباشر على صورة دون الحاجة للذهاب إلى الموقع التواصل ² .

- جوجل + Google+ :

- يعتبر موقع "جوجل بليس " منافسا قويا في مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة بحيث يحتل مكانة رفيعة بين مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى مثل " الفايسبوك وتويتر " ولكن في الحقيقة الأمر مختلف عنهما .

- أطلقت شركة "جوجل " موقع " جوجل بليس " رسميا في " يونيو 2011 " ومنذ بداية انطلاقه تخطى عدد مستخدميه "25 مليون مستخدم " خلال الشهر الأول ³ .

- الواتس آب WHATSAPP :

هو تطبيق ترسل فوري،محتكر ومتعدد المنصات للهواتف الذكية ويمكن بإضافته إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين إرسال الصور،الرسائل الصوتية والوسائط .

تأسس الواتس آب في عام " 2009 " من قبل الأمريكي " بريان أكتون والأوكراني جان كوم " المدير التنفيذي،وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو،ويقع مقرها " في سنتا

¹ رشا أديب محمد عوض، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لأبناء محافظة طولكرم من وجهة نظر ربات البيوت . مشروع لاستكمال درجة البكالوريوس،كلية التنمية الاجتماعية والأسرية جامعة القدس المفتوحة،2014،ص 65.

² رضوان قطبي،شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجامعية والجمهور،مجلة الجامعة العربية الأمريكية،الرباط المغرب ا. العدد 1،3، 2017،

³ المرجع السابق . نييل بورون،أريك أسيلوند .. وسائل التواصل الاجتماعي . ص 63

كلارا كاليفورنيا " كما وفي نيسان 2012 أصبح عدد مستخدميه مليار وفي " 13 من يونيو 2013 " أعلن أن الواتس آب قد وصلت سجلاتهم اليومية إلى "27 مليار رسالة" ¹.
ولقد قامت شركة الفايستوك بشراء الواتس آب في " 19 فبراير 2014 " بمبلغ 19 مليار دولار أمريكي، والواتس آب متاح لكل نظام الأندرويد، ويتزامن من جهات الاتصال في الهاتف لذلك لا يحتاج المستخدم إلى إضافة أسماء في سجل منفصل .

3-دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي :

-توجد عدت دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشأ حسابا واحد على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي،ومن أهم الدوافع التي تدفع الأفراد لاستخدام هذه المواقع ما يلي :

1- الفراغ :

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي ينتجه موقع الفايستوك مثلا لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة الأصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفايستوك خاصة ومواقع التواصل الاجتماعي عامة أحد وسائل ملئ الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم .

2- الفضول :

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجربتها واستعمالها سواء في حياته العملية أو العلمية أو الشخصية،فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذ ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر ².

¹المرجع السابق . بوضياف سهوية،الشابكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر (دراسة في التمثلات واستخدامات والشباب لشبكة الفايستوك، ص 90.

² عبد المجيد ميلاد،المعلومات والشبكات الاتصالية الحديثة، (اندماج التكنولوجيا) ،دار المعرفة . مصر . 2015. ص 98.

3- التعرف وتكوين صدقات :

سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين صدقات حيث تجمع هذه المواقع بين الصدقات الواقعية والافتراضية فهي توفر فرصة للربط علاقات بين الأفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو لبين أفراد الجنس الواحد¹.

4- استخدامات وتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي :

❖ 1-3-1- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي :

- الاتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء :

تسمح لك مواقع التواصل الاجتماعي أن تتواصل مع أفراد عائلتك وأصدقائك دون الاكتراث لشيء .

- الممارسات السياسية :

حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل فضاء الذي يقوم فيها المستخدمين بالمشاركة السياسية عن طريق ابتداء الآراء .. ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا وفي مختلف المواقع .

- تكوين العديد من الصدقات :

يسعى المستخدم من خلال فتح حساب له عبر أحد مواقع التواصل الاجتماعي إلى تكوين علاقات وصدقات من كل الجنسيات .²

- التسلية وممارسة الهوايات :

فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه من خلال مختلف مواقع الألعاب والتسلية . من خلال التطبيقات المختلفة التي تحتوي عليها .

¹ محمد أمين غيوب، تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت (شبكات التواصل الاجتماعي نموذجا) دراسة تحليلية وصفية على عينة من مستخدمي الفايسبوك،مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال الجزائر، 2012. ص 58

² ابراهيم اسماعيل،الإعلام المعاصر (وسائله مهارته تأثيراته أخلاقياته) قطر،2014، ط1،ص 82.

- التسوق والإعلان :

حيث أصبحت مختلف المؤسسات الاقتصادية تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وترويج لمتوجاتها، وتجلب النظر لها من خلال الإشهار والتسويق الإلكتروني .

- الخدمات الطبية :

حيث تتيح مختلف الصفحات المتعلقة بالإرشادية والنصائح الطبية، الطب عن بعد، الطب البديل¹... الخ

-6- التجارة الإلكترونية :

حيث تقوم الشركات كثيرة بعرض متوجاتها على مواقع التواصل الاجتماعي ، كما أن الأفراد دورهم في ترويج لبعض السلع أيضا

-7- التعبير عن الذات :

فمعظم مواقع التواصل الاجتماعي تعكس رؤية صاحبها وتعبّر عن شخصيته واهتماماته وأفكاره وطموحاته²

5- الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي:

-بلا أي شك أن تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي،أضافت بعدا إيجابيا جديدا على حيات الملاين من البشر، بل قد يعزي البعض لها فضل تغير الحياة البشرية للأفضل،ومن إحداثها لتغيرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حيات المجتمعات بأكملها،ومن أهم الآثار الايجابية الاجتماعية لها هي :

1- نافذة مظة على العالم :

حيث تضم الملاين من المستخدمين ومن مختلف الجنسيات .

2- فرصة لتغير الذات :

عند التسجيل بأحد مواقع التواصل الاجتماعي هنا المستخدم يمتلك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع ويكون ذلك فور تعبئة البيانات الشخصية على حسابه .

¹ الكر محمد،شبكات التواصل الاجتماعي إشكالية التباعد الأسري،مذكرة ماجستير، **** الجافة ص 77.

² هوارى حمرة ،مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي .مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ..2014. الجزائر. ص 72.

3- أكثر انفتاحا على الآخرين :

إن التواصل مع الغير مختلف عنك في اللغة والدين والثقافة والعادات والتقاليد فإنك قد اكتسبت صديق ذا هوية مختلفة عنك¹.

4- منبر للرأي والرأي الآخر :

من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية .

5- التقليل من صراع الحضارات :

قد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، ولكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوية الثقافية والحضارية²، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع .

6- تزيد من تقارب العائلية الواحدة :

فاليوم ومع تطور التكنولوجيا التواصل فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي واختصار الوقت والجهد والمال .

7- نافذة حرية مطلقة على العالم :

والعربية بشكل وثقافات خاص، ومواقع الاجتماعية هي نافذة حرة لهم للإطلاع على الأفكار وثقافات العالم بأسره، فقد وفرت هذه المواقع مخرجا للملايين من أبناء الطبقات الوسطى والفقيرة لكي يتواصلوا مع أمثالهم حول العالم ومجانا دون الحاجة إلى السفر³، كما وفرت متنفسا للملايين من النساء وشبان العالم الثالث وخاصة في دولنا للهروب من الواقع المحيط والقمع الاجتماعي وقيود العادات والتقاليد .

¹ نبيح أمينة، اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي (دراسة ميدانية لمستخدمي الفايبروك)،،مذكرة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، 2013 الجزائر. ص 63.

² ريان مبارك، استخدام المؤسسات الجزائرية لشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات العامة مذكرة دكتوراه، تخصص اتصال وعلاقات عامة 2017، قسنطينة 3 . ص 66.

³ لطرش نجوى، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الأسرية لدى الشباب الجامعي . مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية . عدد 4 . ديسمبر 2017.

8- فرصة لتعزيز الذات:

فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، خاصة في مجتمعاتنا العربية حيث الشاب والشابة يقعون في ظل الأهل ويتبعونهم في تصرفاتهم وعاداتهم وتقاليدهم، فإن عند تسجيل في أحد مواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية ؛ يصبح لك كيان مستقل وعلى صعيد عالمي، ويبدأ الشاب أو الفتاة بلا شعور بذاته الافتراضية تكبر وتتطور مع تفاعلهم مع الغير وتواصلهم مع مختلف الحاضرات والثقافات الأخرى، فتتوسع أفاقهم ومداركهم أكثر مما لو بقوا رهائن محصورة في محيط العائلة والعشيرة،

9- أكثر انفتاحا على الآخر :

إن التواصل مع الغير سواء أن كان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة أو ثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول . ومع انخراطك ضمن ثقافة الانفتاح على الغير والتي تتمتع بها معظم مواقع التواصل الاجتماعي فإنك ستتعرف على أشخاص جدد . خاصة كون مواقع التواصل الاجتماعي هذه توفر خاصية إضافة الأصدقاء وإرسال الرسائل الودية للدعوة إلى تلك المجموعة أو ذلك الموقع وبمجرد إرسال دعوة صداقة وقبول تلك الدعوة من الشخص الآخر¹ . فإنك اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الأميال وفي قارة أخرى .

10- منبر للرأي والرأي الآخر

مكنت مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمين من التعبير عن آرائهم وخبراتهم وتجاربهم في الحياة دون خوف وقيود ؛ وإن من أهم مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكر الخاص. وبالتالى حرية التعبير عن رأيك وفكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير .

¹ د: وداد سميثسي، البيئة الإلكترونية e-environment، المجموعة العربية للتدريب والنشر . القاهرة مصر . 2017 . ص 102.

11- التقليل من صراع الحاضرات :

فقد تزعزع مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، ولكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوية الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع، وكذلك تبيان وتوضيح الهموم العربية للغرب بدون زيف الإعلام ونفاق السياسة، وكذلك إيصال مخاوف الغرب النابعة من جهله بالثقافة العربية الإسلامية مما يفضي بالنهاية إلى تقارب فكري على صعيد الأشخاص فالجماعات والدول

12- تزيد من تقارب العائلة الواحدة :

أصبح العالم قرية صغيرة خالية من الحدود الجغرافية التي وضعتها الدول وأصبح المستخدم ومع تطور تكنولوجيا التواصل أن يتكلم صوتا وصورة مع عائلته و متابعة الأخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة أنها أرخص من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال ن لذلك فقد أصبحت العديد من العائلات العربية تطمئن على أحوال أبنائها وأقاربها عبر التواصل من خلال الفايسبوك أو بالتحدث عبر سكايب وغيره¹..

13- تقديم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة :

في أغلب وفي حياة كل واحد منا زملاء دراسة أو عمل أو الحي القديم أنتقطعت أخبارهم بسبب بعد المسافة أو غير ذلك ولمواقع التواصل الاجتماعي الفضل الأكبر في إعادة لم شمل الكثير ؛حيث ومن خلال هذه المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل الذين اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة ومن ثم إرسال طلب مصادقة أو غرسال رسالة مرئية أو صوتية لإعادة تلك الروابط،فقد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبنائها إما بسبب التبنى أو الاختطاف أو الهجرة القصرية فيتم العثور على الأبناء ،ولم شمل العائلة بسبب العثور عليهم.

14- توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لدعم وبناء ثقافة إيجابية لدى كافة العاملين .

15- ترشيد التكاليف المالية عن طريق تقليل أوجه الصرف في إنجاز ومتابعة العمليات

الإدارية المختلفة .مما يؤدي إلى تعزيز الكفاءة الاقتصادية .

¹د:علي السيد إسماعيل،مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المرفوضة .دار التعليم الجامعي . الإسكندرية مصر، 2020. 40.

16- إلغاء عامل المكان لإمكانية إرسال الأوامر والتعليمات والإشراف على الأداء .
وإقامة مؤتمرات وندوات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.¹

6- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

إن لمواقع التواصل الاجتماعي سلبيات كثيرة استطلعت أن تغطي نوعا ما على الإيجابيات ولو بفارق طفيف،ومن بين تلك الآثار السلبية ما يلي :

1- تقليصي العلاقات الاجتماعية الواقعية ونمو العلاقات الافتراضية :

من الظاهر على مواقع التواصل الاجتماعي هو أنها تسعى إلى توطيد العلاقات وإحياء علاقات قديمة ولكن وبسبب سوء استخدامها من قبل المستخدم لها انقطعت التواصل بين الأفراد والعائلات (سلة الرحم) وظهرت العلاقات والمجتمع الافتراضي ؛ على الرغم من أن الأفراد يستخدمون هذه المواقع لإحياء العلاقات القديمة وتعزيز العلاقات الحالية،إلا أننا نجد كثيرا من الأبحاث تشير إلى نسبة كبيرة من الأفراد يستخدمونها كبديل والتواصل المباشر،أي طغيان العلاقات الافتراضية على العلاقات الواقعية .

2- خرق خصوصية الأفراد : هناك الكثير من الأفراد ينشرون خصوصياتهم استنادا إلى الثقة التي يتم بناؤها من خلال العلاقات القوية التي تنشأ بين الأصدقاء المندمجين في هذه المواقع² ،وفي هذه الوسائل تشكل ملامح خرق الخصوصية من خلال استخدام معلومات المشتركين الشخصية .

3- التشهير والإساءة إلى الآخرين :

من أخطر سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي التشهير والإساءة وهي من أبرز المخاطر الاجتماعية ومظاهر السلبية التي ترافق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ،وذلك عن طريق القيام بنشر الصور والفيديو كما يفعل بعض الأشخاص من خلال قيامهم بنشر صور وفيديوهات لهم ولزملائه تتعارض مع السياسة العامة لمجتمعاتهم،ففي ظل إمكانية إنشاء حسابات وهمية على مواقع التواصل الاجتماعي وأيضا غياب المسؤولية القانونية،فقد

¹ أحمد علي الدروبي. مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات العامة، ص 78 .

² أ. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)،دار المعرفة،الإسكندرية مصر . 2015 . ص

لجأ البعض إلى الإساءة إلى الآخرين وأو تقليد شخصيات دون علمهم ،ولقد أدت هذه الابتزاز والتهديد ¹ .

بنشر الصور على تلك المواقع وقد أدت تلك التهديدات في كثير من الأحيان إلى الانتحار .

4 - الانحراف :

أدى سوء استعمال مواقع التواصل الاجتماعي إلى الانحراف الخلفي يعتبر الانحراف من المخاطر المؤكدة لمواقع التواصل الاجتماعي، كما جاء في التقرير الصادر عن الأكاديمية الأمريكية لطب الأطفال فإن استخدام هذه المواقع من قبل الشباب وخاصة المراهقين منهم يؤدي إلى تبادل الصور والأفلام الإباحية في ظل عدم وجود الرقابة، وتعرضهم إلى التهديد أو التهم الجنائية بسبب تداول تلك المواد، كما أكدت التقارير على وظهور ما يسمى بالاكنتاب لدى الشباب، نتيجة قضاء وقت طويل؟ لأمام هذه المواقع ² .

-اصطناع الشخصيات :

لقد انتشر في الآونة الأخيرة مصطلح تقمص شخصيات عامة ومعروفة (ممثلين رياضيون ..) والتحدث ونشر أشياء قد تكون في أغلب الأحيان مخلة بالحياء مما يتسبب في تفكك العلاقات ونشر الضغينة والبغضاء؛ إن احتكاك الفرد بعالم الإنترنت خاصة مواقع التواصل الاجتماعي ومحاولتا ظهار المستخدم أنه حاضر بصورة دائمة في الإنترنت، مما يؤدي إلى اختلاف الشخصيات الافتراضية غير شخصيته، وذلك من أجل التلاعب والدخول في قصص حب مع الجنس الآخر

¹ د. ياس خضر البياتي، الإعلام الجديد (الدول الافتراضية الجديدة) دار المعرفة، مصر، 2014، ط 1، ص 143.

² د. ربحي مصطفى عليان، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع .العربية للتدريب والنشر . القاهرة مصر، 2017 . ط 1، ص 196.

6- تراجع عن زيارة الأقارب فاستخدام هذه الوسائل أصبح بديلا للتفاعل الاجتماعي مع الأقارب والرفاق

لقد انقطعت وبشكل ملفت للانتباه الزيارات (الأقارب والأصدقاء) ووصول رسالة عبر حسابك بأحد مواقع التواصل الاجتماعي تهينك أو تعزيبك أو تتمني لك عيد سعيدا بدلا من زيارتك في المنزل .

وبسبب قضاء هذا الفرد ساعات طويلة أمام مواقع التواصل الاجتماعي تغيرت منظومة القيم الاجتماعية مثلا تبادل الأفراد عبارات التهاني وأو التعازي عبر صفحات الفيسبوك¹ .

7- تغير العادات والتقاليد :

أصبح التقليد الأعمى للمستخدم لمستخدمين آخرين من غير دين وبد، يساهم وبشكل كبير في انحلال العادات والتقاليد المجتمع الذي يعيش فيه ؛متا ناسين بأن العادات والتقاليد تشكل هوية المجتمع والجسر الرابط بين الأجيال المختلفة في أي مجتمع مما يضمن استمراره، فنجد أن ما يتعلمه الأبناء من القيم والعادات وأخلاق وغيرها بواسطة التنشئة الاجتماعية مما يؤدي بدوره إلى انتشار قيم دخلية على مجتمعنا وأسرتنا تؤدي إلى تفككه و انحلال قيمه الأساسية .

8- الفراغ العاطفي :

إن استعمال مواقع التواصل الاجتماعي وبكثرة يعد تعبيراً عن فراغ نفسي واجتماعي

9- غياب روح الألفة والمحبة والحوار بين الأقارب² .

10 -انهيار العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة والمجتمع .

11- العيش بين الواقع والخيال من خلال عدم التميز بين العلاقات الاجتماعية عبر

المحادثة بواسطة مواقع التواصل الاجتماعية وبين العالم الواقعي وواجباته³ .

¹د. عواج سامية، الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي الابعاد والمخاطر، جامعة سطيف 2،

² عبد الكريم علي الدببسي .، زهير ياسين الطاهات . دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلاب الجامعات الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الأردن، مجلد 40، العدد 2013، 1.

³ المرجع السابق . حسن قطيم طماح .، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي تويتر نموذجاً، ص 61.

12-مشكلات أخلاقية من خلال التعرض للألفاظ البذيئة والدخول في مواقع الدردشة المنحلة أخلاقيا .

13- التلوث الثقافي وانهيار النظام الاجتماعي مما يؤدي إلى تفسخ اجتماعي .

14- التطرف الفكري : وهما تمنح مواقع التواصل الاجتماعي فرصة ذهبية للفكر المتطرف لبث سمومه، ونشر الأفكار الهدامة والقناعات المظلمة تتنافى مع الأخلاق والقيم،
15- الإباحة والدعاية .

16- نشر الإشاعات¹ .

الجدول رقم (2) يمثل سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي ونسبة تكرارها

المرتبة	السلبيات	التكرار	النسبة
1	هدر الوقت والجهد	117	40%
2	تشويه وتحريف الحقائق	112	38%
3	ترويج الشائعات	88	30%
4	انتهاك الخصوصية الفردية	70	24%
5	قذف الأفراد والتشهير بهم	67	23%
6	الإغراق في الفتن وإضاعة الإبداع	57	19%
7	الترويج لما يتنافوا مع الدين	56	19%
8	افساد الثقافة والذوق العام	49	16.8%
9	الاستهانة للقيم والعادات والتقاليد	48	16.5%
10	اهانة مشاعر بعض الناس	47	16.2%
11	التحريض على الكراهية والعنف	44	15%
12	التشجيع على الجريمة	42	14%
13	أثارت الفتن بهدف زعزعة الوحدة الوطنية	33	11%
14	غير ذلك	8	2%

¹ المرجع السابق، حنان بن شعشوع الشهيري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية في العلاقات الاجتماعية . ص 55.

-خلاصة الفصل :

نظرا لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي الكبيرة لدى مستخدميها، انتقلت من مجرد وسيلة اتصال إلى أداة تستخدم في شتى المجالات مختلفة، وهذا ما دفع بهم إلى الاندماج بشكل كبير معها وبفض خصائصها وتطبيقاتها المختلفة والمتنوعة استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تكسح العالم وتجعله قرية صغيرة، وأغلت كل الحدود الزمنية والمكانية .

الفصل الثاني:

موقع الفايبيوك

تمهيد

إن التطورات الحديثة التي عرفها الإنسان انعكست إيجابيا حتى على عملية الاتصال، حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الحديثة التي أصبح يعتمد عليها الإنسان في عملية التواصل وذلك من خلال ظهور "العالم الأزرق" أو ما يعرف بـ "الفايبوك" وهذا من أجل تبادل المعارف والمعلومات ومختلف الأنشطة التي يقوم بها الإنسان بطريقة سهلة، حيث وجد الإنسان فيها راحة حيث بإمكان هذا الموقع أن يؤمن لأفراد المجتمع الإنساني التواصل فيما بينهم وهذا بالرغم من بعد المسافات فيما بينهم ورغم اختلاف أجناسهم وألوانهم،، ولقد بينت الدراسات أن هناك ما يقرب " 200 " موقع من مواقع التواصل الاجتماعي . وسنركز في هذا المبحث على " موقع الفاييس بوك كنموذج ":

1- تاريخ ومفهوم موقع الفاييبوك ومناطق انتشاره:

❖ 1-1 - تاريخ موقع الفاييبوك :

تم إنشاء هذا الموقع في سنة 2004 ؛ ويملك هذا الموقع ما يزيد عن 1.7 مليار مستخدم . وهو ما يعني وأن شخصا من بين كل 6 أشخاص على الأرض لديه حساب في موقع الفاييبوك، وفي إحصائيات من عام 2010 فإنه تم تسجيل أكثر من 700 بليون مستخدم وفي إحصائيات 2011 يناير digital buzzblog جاء فيها ما يلي :

1- يبلغ متوسط الأصدقاء لكل مستخدم 130 صديق .

2- 48 وقد توصلت بعض الإحصائيات إلى أن مستخدمي موقع facebook هم الذين تتراوح أعمارهم ما بين " 17 سنة -34 سنة " وأغلبيتهم يقومون بالاطلاع عليه في كل صباح و بعد استيقاظهم من النوم .

3- كما أشرت إحصائيات أخرى إلى أن نسبة المستخدمين الذين تزيد سنهم عن 35 سنة هي فئة تمثل نسبة %30 من المستخدمين¹ .

4- أكثر من 200 مليون شخص يدخلون إلى الموقع بواسطة هواتفهم النقالة أو عبر الحاسب المحمول .

5- في كل 20 دقيقة على الفاييبوك تتم مشاركة مليون رابط (من صور وفيديوهات وأغاني ..)، ويتم وصول طلبات صداقة قبول الصداقة من 2 مليون شخص . كما يتم إرسال حوالي 3 ملايين رسالة يوميا . أرقام وإحصائيات حول الفاييبوك وفقا للربع الثالث من العام 2013:

من خلال الإحصائيات التي تم نشرها من موقع الفاييبوك في الربع الثالث من عام 2013 فإنه تم تسجيل المعلومات التالية :

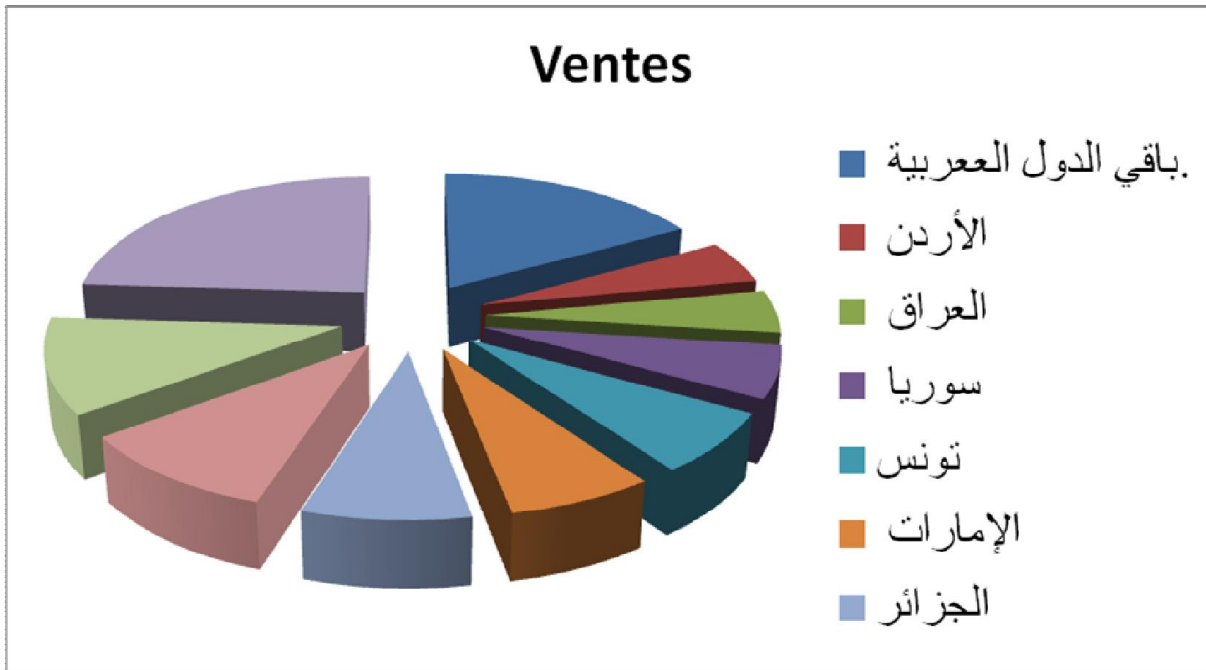
1- يبلغ عدد المستخدمين لموقع facebook عبر الجوال إلى 469 مليون يوميا .

2- كما أشارت الإحصائيات إل أنه يبلغ إجمال البيانات المخزنة لدى الفاييبوك حوالي 300 بيتا بايت (1000 تيرا بايت) .

3- يبلغ عدد الروابط التي يتم مشاركتها حوالي 4.75 مليار بينما الإعجاب يزيد عن 6.75 مليار .

4- يبلغ عدد الصور التي يتم رفعها من الفايسبوك إلى 250 مليار بمتوسط 150 صديق لكل مستخدم .

5- يبلغ عدد الرسائل التي يتم إرسالها إلى 10 مليار رسالة¹ وقد تزداد الحصيلة اليومية بازدياد الأشخاص والمستخدمين لهذا الموقع وعدد ساعات الاستخدام .
وفي الشكل اللاحق سنوضح انتشار الفايسبوك في الدول العربية



" نسب مستخدمي الفايسبوك في المنطقة العربية عام 2013"²

وكنا نلاحظ في الشكل تشير القراءة الأولى أن الدولة العربية مصر هي الأكثر استعمالاً للفايسبوك وذلك بنسبة تفوق أو تساوي 12 مليون مستخدم، لتاليها بالمرتبة

¹المرجع السابق . محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين، ص 464.

²المرجع السابق، مريم نزيهان نومان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية (الفايسبوك نموذجاً) . ص 57.

الثانية المملكة العربية السعودية بحوالي 5.9 مليون مستخدم وهي بذلك تفوق ويفارق كبير مصر رغم كثافتها السكانية المحدودة نسبيا 92020 مليون نسمة . ويرجع ذلك لأسباب مختلفة ومتنوعة نذكر منها انفتاحها واطلاعها على التكنولوجيا وعلى الفاييبوك راجع إلى تبعيتها السياسية والاقتصادية الكبيرة لأمريكا، ووفقا لهذه الإحصائيات فإن المغرب تحتل المرتبة الثالثة ب 5 مليون مستخدم رغم أن عدد سكانها يقدر بحوالي 30 مليون نسمة.¹

والجزائر كغيرها من الدول العربية كانت سباقة لتبني أحد التقنيات و التطورات التكنولوجية ولقد أعلنت هذه الأخيرة تبنيها للجيل الثالث " g3 " و تقنية الجيل الرابع للهاتف النقال " g4 " وهذا ما جعلها تحتل المرتبة الرابعة ثم الدول الأخرى

❖ 2-1-2- مفهوم الفاييبوك:

• تعريف الشبكة الاجتماعية الفاييبوك "face book (النشأة): الفاييبوك وكما تطرقنا سابقا أنه أحد مواقع التواصل الاجتماعي الذي ضاع صيته في السنوات الأخيرة وحتى نلم بكل جوانب الفاييبوك من نشأته وخصائصه وجب علينا أولا الوصول إلى تعريف لهذا الموقع .

• لقد جاء في تعريف لدكتورة " شعيب " أن الفاييبوك : هو مدونة عملاقة يشارك فيها الجميع كالمهرجان الملون المضيء للحياة الفكرية والأدبية ... وهو أحد منصات التواصل الاجتماعي والذي يصطلح عليه بالفضاء الأزرق"²، ومن أهم المواقع و أكثرها استعمالا و استخداما على مستوى العالم ،بلاضافة إلى أنه سريع التطور وهذا ما جعله لا يمثل منتدى اجتماعي فقط بل أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء

• و يمكن تعريفه أيضا على أنه " أداة للتواصل الاجتماعي وهو يدعم البيئة التحتية للأنشطة اليومية .يعتبر الفاييبوك أحد أهم المجتمعات الافتراضية أو التخيلية التي نشأت

¹المرجع السابق، رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، ص 51.

²أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية . دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير، من قسم البحوث والدراسات الإعلامية ، . ديسمبر 2013، القاهرة. ص 63

على الانترنت والذي يجمع الملاين من المشتركين من مختلف بلدان العالم والفايبيوك يعد عالم تخيلي بحق فهو يحتوي على الدردشة إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفر أن يعبر عن نفسه يشتى الطرق .

• الفايبيوك شبكة للتواصل الاجتماعي ينتمي إلى موقع الويب 2.0 ويمن الاشتراك- ويحتل الفايبيوك حاليا من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (جوجل ومايكروسوفت) وبلغ عدد المشتركين فيه 800 مليون شخص وأصبح مؤسس الفايبيوك أصغر مليار دار في العالم¹

• به مجانا . تديره شركة الفايبيوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهات العمل أو المدرسة... وذلك من اجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، ويمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى القائمة أصدقائهم وإرسال رسائل إليهم . - وتعود تسميت الموقع بالفايبيوك أو (كتاب الوجه) في الأسس إلي الدليل

وهو أحد المجتمعات التخيلية وذلك فضل احتواه على الدردشة وغيرها . وهو الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديية في الولايات المتحدة لأعضاء هيأت التدريس والطلبة الجدد كوسيلة للتعرف، والذي يتضمن تعريفا لأعضاء الحرم الجامعي حيث يعرف هذا الدليل في الولايات المتحدة أيضا هذا الاسم وشعار هذه الشبكة هو "الفايبيوك" شبكة اجتماعية مجانية وسيبقى كذلك، وهذا ما يعني أن الطابع التجاري في هذه الشبكة يأتي بعد الطابع الاجتماعي الإنساني، فأول ما فكر فيه مؤسس الشبكة كيف يجعل كل متواصل ومتصل مع الآخرين بجميع الطرق أينما كان، وبعدها فرض الطابع التجاري نفسه كمول للأرباح هذه المؤسسة عن طريق الإشهار والشراء والبيع ومختلف التطبيقات المتصلة وذا مجموعة الأعمال التي تحصل داخل هذه الشبكة .

- قام الطالب " مارك زوكربورغ marmzuckerberg " و الذي اشتهر بولعه الكبير بالانترنت وكان هدفه أن يصمم موقع يجمعه وأصدقائه وفعلا وبلاشتراك مع مجموعه من

¹ بدر الدين بالعباس ،شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين (الفايبيوك نموذجا)،مذكرة لنيل درجة الماجستير علم الاجتماع والتربية، 2014، بسكرة. ص 62.

زملائه في جامعة "هارفارد" الأمريكية . حيث قامت المجموعة المكونة من " داستين " "موسكو فيتيز" و "كريس هيوز"، وهم متخصصون في البرمجيات ودراسة علوم الحساب بتبادل خبراتهم وأسسوا الفايسبوك من شهر¹ " فيفري عام 2004، ليفتح مجال العضوية به أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة "آيفلي ليج"، وفي الثامن والعشرين من أكتوبر عام ألفين وثلاثة : 28-10-2003- وضعت أول صورتين على الفايسبوك لشخصين وقاموا ب دعوة كل المستخدمين بأن يختاروا الأجل من بينهم .

لينتشر بعدها في كندا والولايات المتحدة الأمريكية وفي 26 سبتمبر من عام 2006 أصبح الموقع متاح لجميع الأشخاص البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر شريطة أن يكون لديهم عنوان بريد إلكتروني gmail² .

• أما عالميا فتعد المواقع الاجتماعية عامة أربعة من بين الخمس المواقع الأولى الأكثر زيادة ، بحيث يتصدرها موقع الفايسبوك، وحسب الموقع العالمي المختص في الإحصاءات " ألكسا " هو الشبكة الاجتماعية وموقع للتواصل الاجتماعي، وهذه الإحصائيات من بين أهم الأسباب اختيار هذا المجتمع الافتراضي الفايسبوك كنموذج للمجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت، عربيا وحسب آخر الإحصائيات فإن هناك أكثر من 24 مليون عربي على الفايسبوك، 64 بالمائة منهم ذكور و 36 بالمائة إناث³

2- من هم مستخدمي الفايسبوك وماهي مناطق أنشاره؟

❖ من هم مستخدمي الفايسبوك :

- يقود هذا السؤال المهتمين أولا لمعرفة ماهية هذه الشبكة " الفايسبوك " قبل البحث عن مرتديها، وهل هي مفيدة أم مضرّة ؟ صديقة أم عدوة ؟ ضرورة لنا أم مجرد وسيلة نقتل فيها الوقت ونتسلى بها ؟ لقد اقتحم الفايسبوك حياتنا وبدون أي مقدمات أصبح شيء أسلسي

¹ المرجع السابق ، بدر الدين بالعباس، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعي ص 64.
² د: محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، القاهرة، 2015، ط 1، ص 462.

³ رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي . قدمت الرسالة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام . قسم صحافة وإعلام، كلية الآداب والعلوم . جامعة البترا الأردنية ، 2013، الأردن، ص 49.

في النظام اليومي لعدد كبير منا، عرف ناس ببعض، وأرجع الصداقات القديمة وزملاء الدراسة تخيلنا أن لن نراهم أبدا ؛

- ويندرج الزوار ضمن النماذج التالية :

-النموذج الأول: المتخفي : إن الكثير من الذين يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك ، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم ؛ وهؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة والإطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين وربما يخاف هذا النمط من المستخدمين من أن يفوتهم شيء ما أو يعوضون طفولتهم من جديد

- النموذج الثاني : رفيق المدرسة " (لم نلتقي منذ وقت طويل) : وفي هذا النموذج يتلقى المرئ رسائل من أشخاص غالبا ما يكون زملاء من أيام الدراسة وقد فقدت آثارهم منذ وقت طويل¹

- النموذج الثالث : الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة" : هم أصدقاء غير مرحين، وهم يتجسسون على صفحات الفايبيوك وقد يثرون بعض المشاكل غير مريحة لصاحب الصفحة، كون أنهم يحاولن التأثير في علاقاتهم الجديدة وخلق المشاكل في العلاقات مع الأصدقاء الجدد

- النموذج الرابع : " الأبوين" : لاشك أن الكثير من الآباء و الأمهات لا يعرفون عن الفايبيوك ما يكفي ، إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة ، لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم في الكثير من الأحيان في التطفل على اهتمامات الأبناء والبنات والدخول في الصفحات وطلب صداقة أبنائهم الذين يقومون بتشكيل مجاميع من الأصدقاء تحد من تدخلات الآباء في شؤونهم ومن هذه المجموعات التي يشكلونها الأبناء (دعون نقصي الآباء من الفايبيوك) .

- النموذج الخامس: " المدير " : يتسم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه " تجسسي - نرجسي " فالمدير يفتح صفحة شخصية له على الفايبيوك ويدعوا العاملين

¹ عمر عطلاني، نقلا عن " محمد منصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين، أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة في الحصول على المعلومة الرياضية - الفايبيوك كنموذج. مذكرة مكملة ماجستير ،الرياضية . 2016 ، و، ص 55.

عنده بالتسجيل في الفايبيوك والدخول على الصفحة الخاصة وهنا يحقق نرجسيته باعتبار أنه يتحكم فيهم حتى في العالم الافتراضي هذا من ناحية ومن ناحية أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقبهم

- النموذج السادس : " القريب " : فلا داعي لمكالمة الأقرباء لمعرفة أخبارهم بل على العكس يمكن أن نقرأ أخبارهم على الفايبيوك - النموذج السابع : " الأصدقاء الحقيقيون " : بصرف النظر أن أضيفوا إلى قائمة الأصدقاء في العالم الافتراضي.¹

❖ مناطق انتشار الفايبيوك:

هما يمكن القول بأن الفايبيوك لم يترك مساحة أو إقليم جغرافي إلا واستطاع أن يفرض فيه وجوده من خلال الانتشار بين المستخدمين، لكن وبسبب خصوصية بعض المناطق تستعمل نوعا من المواقع أكثر من الأخرى، ونرى ذلك في المناطق العربية عموما توجد مؤشرات إحصائية دالة على أن الجزائر كواحدة من الدول المغرب العربي فإنها تستعمل الفايبيوك أكثر من غيرها وذلك حسب إحصائيات نشرت على صفحة "book dz" وبلغ عدد مستخدمي الفايبيوك في الجزائر ما يزيد عن 5000.000 مستخدم وشهدت تزايدا كبيرا فقد كان عددهم في سنة 2010 حوالي 200.594،² وحسب تقرير إدارة الفايبيوك فإن هذا العدد بدأ بالتضاعف منذ 2011 بحوالي 25.000 مستخدم كل شهر . وحسب إدارة الفايبيوك فإن عدد الصافحات في الفايبيوك في الجزائر قد بلغ 165.255 صفحة، وهي تحتل المركز الثالث عربيا خلف مصر والمغرب . وهذا مقسم على الفئتين البنات والأولاد فقد بلغ عدد المستخدمين الإناث في الجزائر 3.102.000 مستخدم بينما الذكور 1.895.000 مستخدم، ويندرج سن المستخدمين الجزائريين ما بين " 13 - 45 سنة 90% منهم يستخدمون الفايبيوك باللغة الفرنسية و 10% باللغة العربية .³

¹ المرجع السابق .جمال سند السويدي، وسائل التواصل ودورها في التحولات المستقبلية : من القبلية إلى الفايبيوك ص 50.

² المرجع نفسه . مريم نريمان نومار، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية (الفايبيوك نموذجا) . ص 59.

³ المرجع السابق . د: محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين، ص 464.

3- تطبيقات مميزات واستخدامات الفايبيوك :

❖ 2-2-1- تطبيقات الفايبيوك :

والفايبيوك كغيره من مواقع التواصل الاجتماعي لديه مجموعة من التطبيقات تم إنشاؤها وتطوير بعض الآخر من قبل شركات كبرى معروفة وهناك تطبيقات تم إنشاؤها من قبل مستخدمين عاديين، لذلك فعند استخدام هذه التطبيقات يتم تتبعه المستخدم فور فتح الموقع بأن تنفيذ هذا التطبيق يتطلب الدخول إلى البيانات الشخصية، بحيث لا يمكن إجراء التطبيق من دون هذه الخطوة وهي أمر جد ضروري¹، فكل مشترك لديه ملف يتضمن : صورته ومعلوماته الشخصية ولديه صفحة يكتب فيها ما يشاء وقت ما يشاء، إضافة إلى ألبومات صورة وقائمة أصدقاء قد تضيفهم أنت أو هم من يصفونك إليهم ومن بين التطبيقات المستعملة والأكثر استعمالاً وانتشاراً :

✓ المجموعات groups:

وهذا التطبيق يستطيع من خلاله كل مشترك في الموقع بأن ينشئ مجموعة وذلك ب إطلاق اسم لها وكتابة على الفكرة ويتم ذلك عبر اهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لجملة فكر اجتماعي كان أو ديني . مثل المجموعات الرياضية مثل نادي محبي فريق usm، أو الترفيهية مثل غير الضحك والهبال الصفحة الرئيسية home:

فقط ب بوضع والضغط على كلمة انضمام ويتم ضمك إلى المجموعة وتكمن هذه الصفحة من إظهار كل جديد سواء تعليقات أو صور وروابط أصدقاء المستخدم خاصة الذين أضافتهم أو تم إضافتهم من قبل المستخدم إليه وقد تظهر لك أصدقاء أصدقائك من خلال الإشعارات إما بتعبيقتك أو تعليق أحد أصدقائك أو متابعين لهذه المجموعة .

✓ الألعاب games:

وهي مجموعة من الألعاب jeux يضم الفايبيوك العديد من الألعاب² المختلفة مثل : jumpy jumpy- basketball- football... بحيث يمكن للمستخدم أن يشارك فيها ويقوم بها ويجتاز مراحلها واحدة تلو الأخرى، بل والأكثر من ذلك بإمكان

¹المرجع السابق ،خالد غسان، ثورة الشبكات الاجتماعية .. ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، ص 65.

²المرجع السابق، بدر الدين بالعباس، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطالب الجامعي، ص 71.

المستخدم أن يدعوا عددا من أصدقائه لممارسة لعبة من الألعاب (جماعية) أو يشكل فريقين من أصدقائه ويلعبون كما هو حال المزرعة السعيدة .

✓ المناسبات evant:

بإمكان المستخدم في الفايبيوك القيام بدعوة جماعية لأصدقاء ولأعضاء مجموعة معينة لأي حيث مهم عنده أو من أجل عمل جماعي أو موعد اجتماع واقعي بحيث يجب أن توضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعويين له، وقد تكون الدعوة عامة لكل مستخدمي الفايبيوك .

✓ آلية التشبيك :

في العديد من الأحيان يقترح الفايبيوك أصدقاء ويطلب إضافة أصدقاء قد تعرفهم وهذا ما يثير استغراب للمستخدم، أي يمكن يظهر على صفحتك على الفايبيوك مجموعة من بروفائلات أشخاص يظهر لك في بدأ الأمر أنك لا تعرفهم ولكن هم إما أصدقاء أصدقائك أو أصدقاء أصدقائهم ؛ والسبب في ذلك أن الموقع يقوم بالامتلاك عناوين قائمة معارفك في البريد الإلكتروني ويقوم بعمل اقتراح لك إن كانوا على أعضاء في الفايبيوك أو اقتراح لدعوتهم للانضمام إلى الموقع وتعتبر هذه الخطوة بمثابة خرق واضح من الشركات البريد الإلكتروني بدون مشورة صاحب البريد، مثال على ذلك :
قد يظهر هكذا الأصدقاء المقترحين¹ .

شكل يوضح الأصدقاء المقترحين :

4- مميزات وخصائص الفايبيوك:

رغم أن مواقع التواصل الاجتماعي عديدة ومختلفة ومع ذلك فقد تميز " الفايبيوك " على غيره من المواقع بمجموعة من المميزات ومن بينها:

✓ العالمية:

اكتسح الفايبيوك كل بقاع العالم واستطاع بحركتيه إلغاء العديد من الحواجز الجغرافية المكانية، حيث يمكن للأفراد في الشرق التواصل مع الأفراد في الغرب، ببساطة وسهولة، وبتنا نسمع بمصطلحات كالسيولة وغيرها وهو حينما وفر مجموعة إضافية من التطبيقات سمع

¹ المرجع السابق ،خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ص 54.

بالتواصل المقروء والمسموع والمرئي و أصبح العالم قرية صغيرة بفضلته ويمكن للمستخدم أن يتكلم صوتا وصورة مع من يريد مهما كانت المسفة بعيدة بينهم مثل وجود صادقين على الفايسبوك أحدهما من الجزائر والأخر من ألمانيا .

✓ التفاعلية :

إن الفرد في الفايسبوك: يرسل يكتب،يستقبل،ويقرأ،ويتفاعل مع الأحداث والتعليقات،فهو في عملية أخذ ورد مستمرة،ويعتبر الفايسبوك من التقنيات التي غيرت مجرى الاتصالات،فبعدها كانت الاتصالات خطوة مباشرة،مرسل ومتلقي .¹ مثال ذلك وضع تعليق commentaire على منشور ما أو التفاعل معه عن طريق الإعجاب j'aime .

مثال ذلك في :

التفاعلية تعطي الفرد فرصة وبشكل أكبر على أن يشارك ويسهم بشخصه في الموضوع تحليليا،نقدا أو تعليقا .

✓ التنوع وسهولة الاستخدام :

أتاحت التحديثات العديدة التي قام موقع " الفايسبوك " الفرصة أمام المشتركين في الكثير من الفرص أمام المشتركين فيه الكثير من الفرص والأنشطة و" الفايسبوك " أحد البرامج الافتراضية السهلة التي تستخدم الحروف ببساطة،اللغة والصور التي تسير للمستخدم التفاعل . وهذا هو الفرق الأساسي الذي فهمه الفريق الإداري المسير " الفايسبوك " البساطة والسهولة وهي رأس المال الحقيقي في مواجهة المدى التقني الكبير،فكل لحظة على هذا العالم إلا ويتم فيها خلق فكرة إبداعية جديدة و² ؛ المنافسة على أوجها ولم تعد المعايير القائمة على ذلك الزخم الكبير المتعلق بالحجم أو الألوان أو غيرها ،بل أصبحت الوظائف الجديدة الذكية السهلة والمتنوعة هي المعيار ببساطة وهي لغة التكنولوجيا .

¹مرزاقة بلباله،نقلا عن أمال عساسي،أثنوغرافيا مستخدمي الفايسبوك في المجتمع الجزائري ،العربي للنشر والتوزيع ،القاهرة،مصر ، 2011، ص 20، 21.

²مريم نريمان نومار، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعي،69.

✓ التوفير والاقتصادية :

إن مجال الاشتراك والتسجيل أتاح للفرد البسيط إمكانية امتلاك فضاء على " الفايبيوك " وبات يشعر بانتمائه ولم يعد ذلك حكر على أصحاب أموال فأبي فرد يرغب بفتح صفحة على الفايبيوك فله ذلك، بغض النظر على مستواه التعليمي أو الثقافي يكفي فقط أنه مطلع على كيفية استعمال الفايبيوك ؛ غير أن الفايبيوك وكونه مؤسسة استثمارية تخصصت في المجال الرقمي، فإنه يحصل سنويا على عشرات المليار من الأرباح الناتجة عن تداول الأفراد لأنشطتهم وصورهم وتفاعلاتهم اليومية¹.

فالحرص على بقاء الفايبيوك كما هو مجاني هو في الأساس الحرص على زيادة

المؤشرات الأرباح

- خصائص الفايبيوك

يتمتع الفايبيوك بخصائص متنوعة زادة من حجم المستخدمين له نذكر منها :

1- **الملف الشخصي profil**: فعندما تشترك في الموقع عليك أن عليك أن تنشأ ملفا شخصيا يحتوي على معلومات شخصية : صوركن الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للمشركات التي تريد أن تعلن لك سلعا بالتحديد

2- **إضافة صديق** : بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو يبحث عن أي فرد موجود على الشبكة الفايبيوك بواسطة البريد الإلكتروني . يستطيع المستخدم أن يبحث عن الشخص الذي يريد في [recherchersurfacebook](https://www.facebook.com/recherchersurfacebook) وتكتب اسم المستخدم الذي تريده وإن ظهر لك يكفي الضغط على [ajouter](#).

3- **إنشاء مجموعة** : تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت م اجتماعية أم رياضية .. الخ²، وتستطيع جمع الاشتراك بهذه المجموعة حصيريا للعائلة والأصدقاء، أو العامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها

¹م. فاضل طلب، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد 12، 2014-2017،

²المرجع السابق، نبياح أمانة اتجاهات مستعملي الاتصال الرقمي. ص 83.

- 4- **لوحة الحائط** : وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم .
- 6- **الصور** : وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها . وذلك بعد أن يكون في جهاز المستخدم ما يسمى ب galerie الذي به كم من الصور التي يمكن للمستخدم من استخدامها ومشاركتها مع أصدقائه أو في صفحته الشخصية .
- 7- **الحالة** : التي تتيح للمستخدمين بإمكانية إبلاغ أصدقائهم بإمكانهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي¹ ؛ ونجها ب اسم localisation هنا يستطيع المستخدم أن يضغط على localisation ويتحدد اتوماتيكيا موقع المستخدم
- 8- **التغذية الإخبارية**: هنا يستطيع المستخدم أن يعرف التغيرات وأحدث الأخبار التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتميز بعض البيانات، مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم
- 9- **الهدايا** : مميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على ملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية. أي بوسع المستخدم أن يرسل هديه إلى صديقه كدليل على المحبة أو الترحيب
- 10- **السوق** : وهي المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر الإعلانات مبنوبة مجانية² .
- وضع مجموعة من المبيعات المختلفة مثل الملابس أو الهواتف أو حتى السيارات وغير ذلك هنا يمكن للمستخدم أن يقتني أو يطلع على السلع الموجودة .
- 11- **إنشاء صفحة خاصة على الموقع** : تستطيع إنشاء صفحة خاصة لموضوع معين . ويتيح لك الترويج لفكرة أو منتج مثل صفة لتعليم اللغة الإنجليزية أ الطهي ..

¹ خالد منصور، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام والتكنولوجيا الاتصال الحديثة . قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة باتنة 1. 2017-2018، باتنة الجزائر . ص 96.

² المرجع السابق، مريم نريمان نومان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعي، 69 .

12- الإشعارات: تستخدم الإشعارات أو ما سمي ب notifications للحفاظ على البقاء المستخدم على اتصال بالآخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقا أي هنا تظهر كل تفاعلاتك وتفاعل أصدقائك على كل ما هو جديد وسنبين ذلك.

➤ استخدامات الفايبيوك :

- إن الفايبيوك وعلى اعتباره واحد من مواقع التواصل الاجتماعي، فهو يوفر خدمات اتصالية تفاعلية بالدرجة الأولى تتيح للمستخدمين تبادل الآراء والأفكار والتعليق .. وإضافة إلى ذلك فإن هذا الفضاء يوفر جانبا آخر من الخدمات نذكر منها

1- الاستخدامات التعليمية: أي من خلال استغلال موقع الفايبيوك ب كل صفحاته وكذا المجموعات الموجودة به في التعلم والتعليم، إن الدور الذي يقدمه الفايبيوك في مجال نقل المعارف وتنمية التعليم الرقمي بالغ الأهمية ؛ حيث يعمل على الحفاظ على القيم الاجتماعية في إتاحة الفرصة ليساهم الجميع في نقل خبراتهم وتطوير مدركاتهم عن طريق مشاركتهم في تحليل ونقد المنظومة التربوية، والمناهج، والأدوات التعليمية¹، كما انه بات مع تنامي المذهل لمستخدميه بين الناس أصبح هناك صفحات خاصة بالمواد التعليمية أو المقررات الدراسية ويمكن للمستخدم إنشاء صفحة أو مجموعة تعليمية مثل مجموعة " تخصص علام واتصال تيارت، يتم في هذه المجموعة نشر كل ما يتعلق ب مجال وتخصص الطالب من مذكرات وكتب ومحاضرات وغير ذلك تمكن المستخدمين من التعلم والأخذ منها.

- ويعتبر هذا في حد ذاته من الإضافات التي قدمها الفايبيوك في مجال المعرفة الإنسانية، فهو لم يكتفي بصياغة صورة للتواصل فقط بل أضاف برامج لنقل الخبرات التعليمية والفكرية وسمح للمختصين التربويين بتبادل ما يرون أنه يخدم مجالات تخصصهم والفايبيوك في الحقيقة يمتلك العديد مكن التطبيقات التي تشابه إلى حد كبير تلك التي يوفرها البريد الإلكتروني أو غيره من البرامج المتواجدة على الشبكة العنكبوتية . وهو يتميز عنها بأنه يوفر للباحث عناء استخدام أكثر من موقع للاستفادة من التطبيقات المختلفة، إضافة إلى التشكيلات المعرفية أو حتى الهندسية صفحة التي توحى فكرة معينة ..

2- الاستخدامات الإدارية:

¹ المرجع السابق، د: محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين، 466.

اتجهت الكثير من الدوائر الحكومية، ومؤسسات العمومية والخاصة إلى الفايبيوك قصد الوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجمهور بهدف قياس توجهاتهم ووتطوير خدماتهم ؛ وقد تطور الأمر تدريجيا إلى حد الوصول إلى اعتباره مؤشرا على مدى التزام المسيرين ورغبتهم في تطوير مؤسساتهم . وتتميز هذه الخدمة بقلّة التكاليف والتغذية الرجعية المباشرة والوصل المباشر إلى الجمهور

- ونرى أن التجاذبات التي شهدتها العالم العربي في السنوات الأخيرة أوحّت للجميع بالضرورة تسخير الفايبيوك وتطويعه خدمة لمصالحهم على الأقل في الحفاظ على والتقرب من المجتمع ؛ ويبدو أن الفايبيوك استطاع أن يفرض لغة الأمر الواقع على الجميع وما عاد في وسع المؤسسات الرسمية والدوائر الحكومية المتعددة أن تتجاهل المساحة الهامة التي يشغلها في الواقع اليومي للمجتمع ..

3- الاستخدامات الإخبارية: أصبح الفايبيوك واحدا من مصادر الأخبار لكثير من المهتمين وذلك من خلال وجود نشر كل مستخدم للأخبار أو حتى تشكيل صفحة ونشر الأخبار باختلاف نوعها سواء سياسية أو اقتصادية أو رياضية ..مثل صفحة البلاد على الفايبيوك، وهذه الأخبار غالبا ما تكون سريعة جدا ودون تأثير تتميز من أنها من مصادر الخبر كما هو دون تحليل، وهذا يبعد قليلا التخوف من الخلفية المذهلة أو العقديّة أو السياسة التي قد يحرر بها الصحفيون مقالاتهم أو تعليقاتهم ،ويوفر غيرها من الاستخدامات الإخبارية الإعلامية في مجال الألعاب والترفيه والسياحة والرياضة أو جوانب أخرى المتعلقة بالإستخدامات الدينية أو الإيديولوجية للإشهار والتسويق وغيرها ..²¹

-استنادا إلى هذا إلى هذا المجال يبدو إن الفايبيوك وغيره من شبكات التواصل الاجتماعي أخذت منحى آخر جد مهم ومؤثر وقد تجلى ذلك وبشكل واضح في أحد الانتفاضات التي شهدتها الدول العربية وبالخصوص تونس ومصر .. بعد أن حصرت السلطات القائمة في البلاد على تضيق الخناق على وسائل الإعلام وحجبت الانترنت محاولة فرض سيطرتها على الحراك الشعبي، غير أن تدخل الفايبيوك والتوتير وغيرهم حال دون ذلك وتمكنت العديد من القنوات الإعلامية العالمية نقل الصور والوقائع التي عمل

¹ المرجع السابق، بدر الدين بالعباس، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، ص 121.

² المرجع السابق، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الألعاب الإلكترونية على الطلاب، 28.

الشباب عليها بكل تفاصيلها من خلال الفضاء التي وفرته شبكات التواصل، وهذا يعتبر مؤشرا قويا على ما تملكه الشبكات من تأثير ونفوذ عالميا .

6- متطلبات صفحة على الفايسبوك وتأثيرات الفايسبوك

❖ 2-3-1-متطلبات صفحة على الفايسبوك:

أي ما يجب على المستخدم أن يفعله حتى يستطيع أن يفتح حسابا على الفايسبوك

يجب على كل من أراد استخدام موقع الفايسبوك أن يوفر المتطلبات التالية :

1-مهارة استعمال الحاسوب :

أي يجب أن يكتسب مهارة استعمال الانترنت بحيث يستطيع أن يفهم كل ما تحويه الانترنت ؛ في مجال العمل أو الدراسة وهي مهارات أصبح امتلاكها سهلا في ظل الثورة التكنولوجية والانفجار المعرفي وهو ما عم كافة المجتمعات وأصبح امتلاك هذه المهارات من ضروريات الحيات وامتلاك الحاسوب من ضروريات العمل أو الدراسة .

2- الاشتراك في الانترنت :

و هي خدمة أصبحت متناولة ومنتشرة سواء عن طريق الاشتراك السنوي أو البطاقات¹ وتشارك في هذه الخدمة جميع المؤسسات العامة والخاصة ..

3- الاشتراك في خدمة البريد الالكتروني :

والذي أصبح منتشرا وضروريا لكافة المراسلات وعمليات التواصل .

4- تعبئة الطلب الشخصي :

و الذي يتطلب معلومات تشمل الاسم الحقيقي والبريد الالكتروني وكلمة السر الذي يجب على المستخدم الحفاظ عليها ليضمن عدم دخول الآخرين إلى حسابه الخاص² .

الواقع اليومي والملاحظة المستمرة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي خاصة " الفايسبوك " يدون أن يمنع ذلك من وجود عدة ايجابيات يمكن إدراجها فيما يلي :

¹ الم رجع السابق، أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية في القضايا المجتمعية المشاركة الشباب الفلسطيني، 67 ص

² المرجع السابق، سيما هاني جبر، ص 48

❖ 2-3-2- التآثيرات السلبية :

هناك الكثير من الآثار السلبية التي يخلفها الفايسبوك ومنها :

✓ -إضاعة الوقت : رغم أن الفايسبوك يستطيع أن يملأ وقت المستخدم إلى أنه في الوقت نفسه يتسبب في إضاعة الوقت ويهدر الفايسبوك الكثير من الوقت لمستخدميه في كثير من الأحيان دون فائدة،حيث أنه بمجرد أن يدخل المستخدم للموقع يبدأ بالتنقل من صفحة إلى أخرى إضافة إلى الدردشة وقراءة الرسائل لا يدرك حجم الساعات التي أضاعها .¹

✓ الإدمان وإضاعة المهارات : يشكل جهاز الإعلام الآلي أثناء تصفح موقع الفايسبوك بمرور الزمن إدمانا لصاحبه وهو ما يؤدي إلى عزلة عن المجتمع الحقيقي ويعيش أو يتعايش مع المجتمع الافتراضي ،وبذلك فهو ينتقل من الحقيقة إلى ليعيش في خيال ووهم وهو ما ينعكس سلبا خاصة وأن ذلك يؤدي إلى إضعاف وفق مهارات التواصل المباشر مع المجتمع .

✓ انتحال الشخصيات: من سلبيات التي أصبحت منتشرة كثيرا في الوقت الراهن هي انتحال المستخدم لموقع الفايسبوك لشخصيات غير شخصيته،أي أن العديد من مستخدمي الفايسبوك لا يكشف عن حقيقته بل ينتحل أو يتخذ من المشاهير عنوان لنفسه لذلك تعتبر عملية انتحال الشخصيات خاصة المشاهير منهم سوء كانوا لاعبين أو فنانيين أو أبطال ... تضرب أطناها بقوة في الشبكة العنكبوتية . مثل انتحال شخصية ممثل معروف والإساءة إلى الآخرين عن طريق الكلام البذيء باسمه وهذا يتسبب في تفكك العلاقات وانتشار الكره.

✓ الخصوصية : يستطيع المستخدم من أن ينشر على صفحته على الفايسبوك ما يشاء مع وضع الخصوصية أي تقيد الجمهور الذي يستطيع المشاهدة ما ينشر،أي يحتوي ملف المستخدم للفايسبوك على جميع المعلومات الشخصية في كثير من الأحيان عند العديد منهم إضافة إلى ما يبديه هؤلاء من هموم ومشاكل تخطر ببالهم إلى أنها قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير ،فهناك من الشباب

¹ المرجع السابق . خالد غسان يوسف مقدادي،ثورة الشبكات الاجتماعية . 143.

من وجد في هذا الموقع مكانا إما للتسلية أو العبث، بل انعدام الرقابة جعل البعض يسيء استخدام ولا يهتم بالعواقب .

✓ **أثره على القيم الدينية :** يتواجد على الفاييبوك صفحات عدة تعمل جاهدة على ترسيخ القيم الاجتماعية والثقافية والدينية في عقول الأفراد . وبالعكس هناك من يهدف إلى غرس الرذيلة والفاحشة، وتهديم قيم الفرد والمجتمع ،بالإضافة إلى عدم وجود موانع أو حدود للممنوعات الثقافية كالمجموعات الإباحية والقمار والتحريض ..

✓ أحد أسباب تدهور العلاقات الأسرية والاجتماعية حيث أفسد الإحساس الاجتماعي بين أفراد المجتمع فقد قرب ما هو بعيد وأبعد ما هو قريب .

❖ 2-3-3- الأثر الإيجابية لموقع الفاييبوك :

✓ **التنفيس العاطفي:** حيث يطلق الأفراد العنان لإنفعالاتهم ،ويعبرون بحرية عن مشاكلهم ومشاعرهم، ويبحون بكل ما كانوا يخفونه ويتسترون عليه . أي أنه يمكن للمستخدم من أن يعبر عن كل ما يجول في خاطره من مشاكل وغيرها بكل حرية شريطة أن لا يمس الأخلاق العامة .

✓ **اكتشاف الذات:** بفضل موقع الفاييبوك كتشف العالم مواهب متعددة ومختلفة،بمعنى البحث عن كيفية رد فعل الآخرين خاصة عند الإناث،وكيف يظهرون في عيون الناس وهنا يستطيع المستخدم أن يقوم بيمينا يشاء بدون خوف من أن يتعرف عليه أحد وذلك من خلال استعمال اسم مستعار وتجنب ذكر الاسم الحقيقي¹، وهذا بفضل السرية التي يتميز بها استعمال الانترنت مما يدفع المستعملين إلى الكشف عن بعض مظاهر ذاتهم . لأن عواقب هذا الكشف منعدمة ومحدودة .

✓ **التعويض الاجتماعي:** هنا يستطيع المستخدم أن يتجاوز عدد كبير من مشكلاته من خلال التفاعل مع الآخرين، أي تجاوز الخجل والنقائص الشخصية على العموم . وبصفة خاصة عند الإناث ،وذلك من خلال المشكلة بإيجاد حل مناسب مثل المشاركة في منشورات عبر التعليق وإبداء الآراء التي قد تقضي على مشكلة الخجل مثلا.

¹ المرجع السابق،بوضياف سوهيلة ،الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الري العام في الجزائر،ص99

- ✓ **الإحساس بالسعادة** : يستطيع المستخدم أن يقضي على شعوره باليأس والملل والإكتئاب فور الانضمام لهذا الموقع وتبديد شعور الحزن بالسعادة¹، إن عدد الأصدقاء في الفايبيوك مرتبط بالإحساس بالراحة النفسية والسعادة خاصة، فائدة غير مباشرة على الصحة النفسية من خلال زيادة الدعم الاجتماعي، والحد من الإحساس بإجهاد والتوتر .
- ✓ **التشارك الاجتماعي** : يمكن للمستخدمين من أن يتبادلوا خبرات الآخرين وهذا من مميزات هذا الموقع أنه لا يرى في التشارك الاجتماعي ووظيفة أساسية للتواصل والمساندة الاجتماعية وتعزيز قدرات الفرد على مواجهة المشكلات من خلال تبادل التجارب والنصح من الآخرين² .

¹ المرجع السابق جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبلية إلى الفايبيوك، ص53.

² المرجع السابق، بوضياف سوهيلة، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر، ص99.

خلاصة :

إن ظاهرة الشبكات الاجتماعية غزت العالم بأسره وقد نالت اهتماما كبيرا وتدفقا هائلا من قبل المجتمعات من حيث انتمائهم اللام تناهي، ونظرا لما تمثل هذه الشبكات من مجمع افتراضي جديد تلاشت فيه الحدود وزالت فيه القيود، واستطاع بفضل حركتيه أن يلغي العديد من الحواجز التي قد تواجه المجتمعات الواقعية، كما مكنت الأفراد من سهولة التواصل بينهم فضلا عن الطرق المكتوبة واعتماد الصورة والصوت .

الفصل الثالث

المؤسسة الخدمائية

تمهيد

إن التطورات التي عرفتتها الساحة الاقتصادية والاجتماعية والثورات العلمية خاصة في القرن العشرين غيرت كثيرا من المفاهيم العلمية والاقتصادية للمؤسسة حيث أصبحت تتحكم وتأثر في إنتاجها واستعمالها من خلال علاقاتها بمراكز البحث وذلك بتطبيق الأبحاث وتحويلها إلى منتجات وطرق إنتاج

ضمن التغيرات السريعة والمتلاحقة التي يشهدها العالم تضاعف نشاط المؤسسات من حيث أدائها المالي حيث

يستفيد الزبون من خدماتها من مختلف الأشكال والأنواع فهي تباع له الخدمة مباشرة مما يجعلها مضطر لتوسيع مجال علاقاتها لتنظم أكبر عدد ممكن منهم، إن هذا التوسيع يسمح لها بالإطلاع السريع على الرغبات من أجل تحسين نوعية الخدمة المقدمة ؛

و تماشيا مع هذه الظروف والمتغيرات توسعت أنشطت المؤسسات الخدمية، الأمر الذي أدى بها إلى الحرص على تقديم أداء مالي جيد وتعتبر هذه الأخيرة من أكثر المفاهيم الإدارية وشمولا إذ ينطوي على العديد من المواضيع الجوهرية المتعلقة بنجاح أو فشل أي مؤسسة، كما من مقومات الأساسية للمؤسسة، وخاصة لما يتعلق الأمر بقطاع المنشآت الخدمية .

1- مفاهيم عامة حول المؤسسة الخدمائية

❖ 3-1-1- مفهوم المؤسسة :

تشتمل المؤسسة على عدت مفاهيم ،وكلمنها يركز على جانب،كالهيكل التنظيمي، طبيعة نشاطها وأهدافها، والاختيار بين تلك المفاهيم المختلفة يتوقف على الغرض من استعمالها والأهمية التي تعطى إلى كل جانب .

ومن بين تعارف المؤسسة "لابستين" " إنها :

" مجموعة مستقرة من الرجال ووظيفتهم تقديم للجماعات منتجات أو خدمات عن طريق استعمال وسائل تقنية ومالية .¹

¹ سعيد أوكيل،وظائف ونشاطات المؤسسة صناعية،دوان المطبوعات الجزائرية،بط،1992،ص 8.

أما نظرية " تايلور " فهي تقوم على مبدأ " أن المؤسسة مكان للإنتاج يجب أن يركز على تحاليل علمية يكون من خلالها العنصر البشري مقسم إلى ثلاثة فئات، فئة تصنع خطة الإنتاج ،فئة المنفذين، وفئة المراقبين، وباعتبار المؤسسة كنظام، وبغض النظر إليها كوحدة متكاملة، قائمة على أساس العلاقات والتبادلات بين مختلف مكوناتها وأجزئها، وأما اعتبارها كمنظومة فهذا يعني انتقالها من النطاق الاقتصادي إلى غيره من المجالات :

" كالإدارة. الصحة، الخدمات ... ¹ "

هي جملة من الأنشطة والمهام المنسقة والمدروسة والهادفة .
تعتمد على قوانين ولوائح تتسم بالعقلانية والرشد، وذات طابع رسمي .
وجوب اعتمادها على أهم عناصرها وهما تماثلان في الموارد البشرية والعنصر الهيكلي .

هي مصدر اتخاذ القرارات المتعلقة بمواردها الإستراتيجية² .

2-أنواع المؤسسات :

تأخذ المؤسسات أشكال مختلفة ومتعددة . فقد تأخذ شكل وحدة حرفية تقليدية أو متجر خاص أو شركة إنتاجية أو شركة متعددة
الجنسيات. وتتخذ عملية التصنيف العديد من المعايير كأن نفرق بين المؤسسات الإنتاجية والمؤسسات الخدمائية أو كقطاعات
اقتصادية بالإضافة إلى الجانب القانوني أو حسب الحجم أو الجنسية³ .

التصنيف الأول حسب المعايير الاقتصادية:

تصنف المؤسسات في شكل قطاعات وعددها ثلاثة: وهي القطاع الأولي، والقطاع الثانوي، وأخيرا قطاع الخدمات و هذه

¹ حاج أحمد كريمة،العلاقات العامة داخل المؤسسة (دراسة حول مؤسسة الصناعية النسيجية (denitex) مذكرة ماجستير في علوم إعلام والاتصال وهران ،2013 . ص 12.

² ساهل سيد أحمد ،آفاق تطبيق التسويق في المؤسسة المصرفية الجزائرية (بنك الفلاحة والتنمية الريفية (padr) مذكرة دكتوراه في العلوم الاقتصادية . 2004 . ص 101.

³ فؤاد بوجناحة،تقييم واقع الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الخدمية (دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر)،مذكرة ماجستير في علم التسويق تخصص تسويق،ورقلة . 2009 . ص 25.

القطاعات يمكن تقسيمها إلى مجموعات فرعية حسب الاحتياجات، والأغراض من ذلك، وتقسّم عموماً إلى مجموعات محددة

بدقة حسب المنتجات (السلع - الخدمات) معدة من طرف المؤسسة .

وتصنف المؤسسات إلى قطاعات مؤسساتية وتنظم حسب نشاطها إلى ثلاثة حالات :

في شكل قطاعات : وهي مجموعة مؤسسات التي تمارس نفس النشاط الرئيسي .

2- في شكل فروع :

تصنيف محاسبي لكل وحدات الإنتاج التي تنتج نفس المنتج ¹ .

3- في شكل شعب :

تشتمل على جميع النشاطات من الأعلى (المواد الأولية)، إلى الأسفل (التسويق)

والتي تشارك في خلق المبيعات لبعض أنواع المنتجات .

3- تصنيف المؤسسات حسب المعايير القانونية :

و تصنف حسب الشكل التالي :

1- مؤسسة الأفراد :

2- الشخصية القانونية للمؤسسة تتطابق مع شخصية رجل الأعمال .

شركات الأشخاص

3- : وتلك المؤسسات التي تعود ملكيتها إلى مجموعة من الأفراد .

شركات رؤوس الأموال:

4- و تتمثل في الشركات المساهمة ² .

الشركات ذات المسؤوليات المحدودة :

5- و تتمثل فيما يلي :

¹ فعيد إبراهيم، دور الترويج في إنجاح السياسات التسويقية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (دراسة حالة مؤسسة روائح الورد - الوادي). رسالة ماجستير تخصص تسير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، قسنطينة. 12-01-2009 - ص 23.

² فاسي قاطمة الزهراء، إستراتيجية صورة مؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك (دراسة حالة مؤسسة هنكل الجزائر) مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، الجزائر 2006، ص 12 ،

هذا الشكل القانوني يسمح لرجال الأعمال بإنشاء شركة ذات مسؤولية محدودة، بموجبها تقوم بوظائف مختلفة في نفس الوقت، كسلطة الإدارية، والجمعية العامة .

4- التصنيف حسب ملكية الرأس المال :

ترتبط الطبيعة القانونية بشكل ملكيتها، على اعتبار أن شكل الملكية هو المحدد لنمط القوانين والأنظمة التي تحكم إجراءات وقواعد سيرها وتصنف المؤسسات حسب هذا المعيار إلى نوعين هما :

1- المؤسسة الخاصة : وهي تلك المؤسسات التي تعود ملكية الأموال فيها للفرد، أو إلى مجموعة من الأشخاص والشركات ذات المسؤولية المحدودة، والشركات المساهمة .

2- المؤسسات العامة والمختلطة :

وهي مؤسسات ذات طبيعة قانونية مختلفة وتتمثل فيما يلي :

3- المؤسسات العامة :

وهي التي تعود ملكيتها إلى الدولة " كالشركات الوطنية والمحلية " .

4- المؤسسات المختلطة :

وهي التي تشترك الدولة أو هيئاتها من الأفراد في ملكية الأموال وفي سلطة القرار¹. إضافة إلى ما تقدم من ذكره من أنواع المؤسسات والجمعيات تنشط في المجتمع، ولكن هدفها لا يتمثل في تحقيق الربح، فهي قد تأسست من أجل تقديم المساعدة لبعض فئات المجتمع وفي بع القطاعات وهي تتمثل في المؤسسات التعاونية (coopératives)، والشركات التبادلية (mutuelles)، إضافة إلى مؤسسات الإدماج (les entreprises d'insertion)² .

3- أشكال المؤسسات :

تنقسم المؤسسات إلى أشكال مختلفة :

*الشكل القانوني.

¹ نفس المرجع السابق، قعيد إبراهيم، دور الترويج في إنجاح السياسات التسويقية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ص 25.

² نعيمة بوسوسة، الاتصال الداخلي وثقافة المؤسسة (دراسة حالة مؤسسة الجزائرية) مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر 2005، ص 111.

* لطبيعة الملكية .

أشكال المؤسسات تبعا للشكل القانوني :

و تنقسم بدورها إلى :

مؤسسات فردية : هي مؤسسات يمتلكها شخص واحد أو عائلة،

من مزاياها:

- سهولة التنظيم .

- صاحب المؤسسة هو الذي يقوم لوحده بإدارة المؤسسة وتنظيمها وتسييرها، وهذا

يسهل عليه العمل واتخاذ القرار¹ .

أما عيوبها :

صعوبة الحصول على القروض في المؤسسات المالية .

قصر وجهة النظر وضعف الخبرة لدى المالك .

مسؤولية صاحب المؤسسة غير محدودة، فهو مسئول عن كافة ديوان المؤسسة .

الشريكات : عي عبارة عن مؤسسات تعود ملكيتها إلى شخصين أو أكثر، حيث يلتزم

كل منهما بتقديم حصة من المال أو العمل لاقتسام ما قد ينشأ عن هذه المؤسسة من أرباح أو

خسارة، ووتنقسم الشريكات إلى قسمين :

شركة أشخاص : كشريكات التضامن .

شريكات الأموال : كشريكات التوصية بالأسهم والشريكات المساهمة .

❖ المؤسسات العمومية :

هي المؤسسات التي تعود ملكيتها إلى الدولة، فلا يحق للمسؤولين عنها التصرف فيها

كيف ما يشاءون ولا يحق لهم بيعها وإغلاقها إلا إذا وافقت الدولة على ذلك، والأشخاص

الذين ينبون عن الحكومة في التيسير .

¹ نفس المرجع السابق، قعيد إبراهيم، دور الترويج في إنجاح السياسات التسويقية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، 26.

المؤسسات الخاصة:

وهي التي تعود ملكيتها إلى الفرد أو مجموعة من الأفراد (شركات، أشخاص، أموال..)

المؤسسات المختلطة :

و هي المؤسسة التي تعود ملكيتها بصفة مشتركة بين القطاع العام والخاص ¹.

5-أهداف المؤسسة :

يمكن أن نلخص أهداف المؤسسة مهما كانت طبيعتها أو حجمها وطبيعة نشاطها فإنها تنشأ لغرض تحقيق غاية معينة أو هدف رئيسي يتم تحقيقه عبر مجموعة من الأهداف الفرعية : وتتمثل أهداف المؤسسة فيما يلي :

أهداف اجتماعية: تتمثل فيمت يلي :

-ضمان مستوى مقبول من الأجور :

يعتبر العامل في المؤسسة من المستفيدين الأوائل من نشاطها،حيث يتقاضون أجر مقابل عملهم . ويعتبر العامل عنصر حيوي والحي داخل المؤسسة والذي يجب إدراكه.

-تحسين مستوى معيشة العمال :

حيث أن التطور السريع الذي تشهده المجتمعات في الميدان التكنولوجي،يجعل العمال الأكثر حاجة إلى تلبية رغبات تزايد باستمرار بظهور منتجات جديدة،يجعل العامل أكثر حاجة إلى تلبية رغبات تزايد باستمرار .

-إقامة أنماط استهلاكية معينة :

من خلال تقم منتوجات جديدة بواسطة التأثير في الأذواق عن طريق الإشهار والدعاية.

-الدعوة إلى التنظيم وتماسك العمل :

تتوفر داخل المؤسسة علاقات مهنية واجتماعية بين الأشخاص قد تختلف مستوياتهم العلمية .

¹ نفس المرجع السابق،نعيمية بوسوسة،الاتصال الداخلي وثقافة المؤسسة،ص 114.

الأهداف الاقتصادية :**تحقيق الربح :**

إن استمرار المؤسسة في الوجود لا يمكن أن يتم إلى إذا أن تحقق مستوى أدنى من الربح يضمن لها الصمود أمام المؤسسات الأخرى، لهذا يعتبر الربح بهذا المعنى من بين المعايير الأساسية لصحة المؤسسة .

تحقيق متطلبات المجتمع: إن تحقيق المؤسسة لنتائجها يمر عبر التصريف أو بيع إنتاجها المادي أو المعنوي وذلك عن طريق تغطية طلبات المجتمع بها .

عقلانية الإنتاج :

يمكن القول أن المؤسسة في بداية وجودها كان لتنظيم عملية الإنتاج كظاهرة إنسانية بالمجتمع الصناعي ،وليتم ذلك بالاستعمال الرشيد لعوامل الإنتاج ورفع إنتاجيتها بواسطة التخطيط الجيد¹ .

أهداف تكنولوجية :**البحث والتنمية :**

مع التطور الهائل للوسائل التكنولوجية، أصبحت جل المؤسسات تهتم بدراسة وتنمية دراستها وبحوثها حول سوق المؤسسات تهتم بتنمية دراستها وبحوثها حول سوق المؤسسات المنافسة .

البناء والتطوير في طرق وآليات العمل : وهي لضمان الجودة في العمل، والأداء الحسن بأقل وقت وجهد ممكنين² .

ضمنت الراحة في العمل :

يجب توفير الراحة للعاملين، وتقليل متاعبهم .

6- وظائف المؤسسة :

-الوظيفة المالية: ترتبط الوظيفة المالية في المؤسسة بشكل كبير بالعمليات المالية، والتي تشكل الحيات المالية للمؤسسة، باعتبار أن كل نشاط اقتصادي يعتمد على

¹ قادري محمد، الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية بين النظري والتطبيقي، رسالة ماجستير تخصص إدارة الأعمال، في علوم التسيير والعلوم التجارية تلمسان، 2010، ص 92.

² المرجع السابق، نفس، ص 28.

الموارد المالية . وتتمثل أهمية الوظيفة المالية في هذا الإطار في التفاوض وإعداد برامج للتمويل المؤسسة والإشراف على تنفيذها، حيث تكمن المهمة الرئيسية لهذه الوظيفة في إدارة وتسيير الخزينة .

-الوظيفة الإدارية : و يقصد بالوظيفة الإدارية هيكله المؤسسة وتقسيم الأدوار والمسؤوليات والتنسيق بين مختلف الأجزاء وأقسام المؤسسة ، وكذلك تحديد القنوات التنظيمية من أجل بلوغ الأهداف المسطرة .

-الوظيفة التموينية : من خلال تزويد المؤسسة باحتياجاتها الضرورية اللازمة للإنتاج، وتعرف هذه الوظيفة على أنها نشاط اقتصادي يهدف للحصول إلى المتوجات سواء كانت سلع والخدمات .

-الوظيفة الإنتاجية : تتمثل هذه الوظيفة في تحول السلع والخدمات إلى منتوجات موجهة إلى أعوان اقتصادية أخرى، وكذلك تتمثل هذه الوظيفة في الإشباع الكامل لحاجيات ورغبات المستهلكين والحصول على رضاهم، فلا توجد مؤسسة تستطيع البقاء في السوق لمدة طويلة دون إشباع حاجيات المستهلكين ¹ .

سمات المؤسسة :

مؤسسة التكوين الاجتماعي:

تضم بين جوانبها مجموعة من الأفراد، ويتفاعلون فيما بينهم بشكل دائم بما يساعد على تحقيق الأهداف المسطرة للمؤسسة، وهذه التفاعلات البشرية داخل المؤسسة تساعد على تحقيق الأهداف، ذلك لأن المؤسسات توجد أصلاً للاهتمام والعناية بالمجتمع من خلال سد جزء الأعظم من الاحتياجات الاجتماعية والإنسانية والفردية حيث أن المؤسسات تنشأ أصلاً من أجل :

-إشباع الحاجيات الفردية للأفراد .

- إشباع الحاجيات الاجتماعية (الأمان، القبول الاجتماعي) .²

¹ حورية بولعوبات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، شهادة ماجستير في الاتصال وعلاقات عامة، قسنطينة، 2008، ص 69.

² السيد زين الدين خرشي، دور الاتصال الداخلي في تحقيق الأهداف التغير التنظيمي في المؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية، رسالة ماجستير في ديموغرافيا، سطيف، 2010، ص 106.

المؤسسة تكوين إنساني :

المؤسسة أصلا عبارة عن تجمع للأفراد وهذا التجمع مرتبط بالعوامل والعلاقات الإنسانية، والمؤسسة على وفق ذلك تؤثر بشكل فعال في سلوكيات العاملين والمتعاملين مع المؤسسة .

المؤسسة تكوين إنساني كونها تحتوي على أطر إنسانية أساسية ووثيقة الصلة بخدمتها للأفراد، حيث أنها تضمن لهم العمل وتسد حاجياتهم للعلاقات الإنسانية والاجتماعية، حيث نجد أن المؤسسة مكونة من مجموعة من الأفراد يمثلون العوامل الإنسانية في المؤسسة من خلال تموين العلاقات الإنسانية في المؤسسة .

المؤسسة كيان مقصود :

تعتبر المؤسسة تنظيم موجه كونه يقام لتحقيق أهداف مقصودة، أي أن المؤسسة تقام بشكل مقصود لتحقيق الأهداف حددها الأفراد المؤسسون¹، وتستمر بشكل دائم باعتماد أهداف مقصودة ومحددة وتنتهي المؤسسة أصلا بانتهاء الأهداف المحددة لها .

المؤسسة كيان ضروري :

المؤسسة تنظيم ضروري كونه يتولى عملية الإنتاج، لأن المؤسسة هي الميدان والكيان الذي يعمل فيه الأفراد لإغراض إنتاج سلع والخدمات للإشباع الحاجيات وعليه فإن المؤسسات ضرورية لأنها وجدت لإشباع حاجيات ليتمكن إشباعها بدون إشباع مؤسسات هي وحدها القادرة على الإنتاج القادر على الإنتاج والتوزيع للحجم الهائل من السلع والخدمات المطلوبة للمنتجات والأفراد .

المؤسسة كيان تطوري :

لا يمكن تطور المجتمع الحديث بدون هذه الشبكة الضخمة والمتنوعة من المؤسسات التي توفر السلع والخدمات للمجتمع وللأفراد، ذلك لأن المؤسسات هي الأساس في استخدام وتوزيع الموارد والمصادر الإنتاجية في المجتمع²، وهي المسؤولة عن تطوير

¹ قاسم نايف علوان المحيوي، إدارة الجودة في الخدمات، ط4، دار الشروق والتوزيع، عمان. 6006، ص52.

² حميد طائي، بشير العلق، تسويق الخدمات (مدخل الإستراتيجية) دار اليزاوي العلمية للنشر والتوزيع، عمان 2009، ص36.

هذا الإنتاج كونها تلعب دورا أساسيا في عمليات الابتكار والاختراع والتطوير بشكل أكثر فعالية من الأفراد، ولذلك فالمؤسسات تلعب دورا أساسيا في إثراء وتقديم الحضارات .

3-2- مفهوم الخدمة :

لقد تعددت وتباينت التعريفات التي أوردها الكتاب والمهتمين بموضوع الخدمات، ومن الصعب أن نستقر على موضوع واحد شامل وملم بكل جوانب الخدمة، وسيظهر ذلك جليا من خلال مجموعة من التعارف التي سنوردها في هذا الصدد :

- عرفته الجمعية الأمريكية للخدمات على أنها: "النشاط أو المنافع التي تعرض للبيع، أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة." ¹

- أما عبد العزيز أبو نبعه فعرفها: "تعتبر نشاطات معرفة لكن غير محسوسة وتمثل الهدف الرئيسي للتعامل ما عرضه تحقيق رضا الزبائن".

- الخدمة هي نشاط أو سلسلة من النشاطات ذات طبيعة غير ملموسة، و تقدم لإشباع حاجة أو حاجيات معينة ومتنوعة لدى طالبيها².

و على ضوء ما سبق يمكن تصور ثلاثة مستويات من الخدمة :

1- **الخدمة العادية** : وهي تلك التي تحقق عندما يتساوى إدراك الزبون للأداء الزبون للأداء مع توقعاته المسبقة عنها⁴

2- **الخدمة السيئة** : وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتدنى الأداء على مستوى التوقعات بالنسبة لها .

3- **الخدمة المتميزة** : وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يفوق أو يتجاوز الأداء الفعلي للخدمة توقعات الزبائن بالنسبة لها³ . ومنه فإن الخدمة هي نتيجة مقارنة الزبائن

بين توقعات الخدمة وإدراكهم لمستوى أدائها حيث تنحصر في :

* الأداء الصحيح للعمل في المرة الأولى .

¹ فريد كورتل، تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن، 2009 . ص 96 .

² عبد العزيز بونعمة، تسويق الخدمات المتخصصة (منهج تطبيقي) مؤسسة وراقة للنشر والتوزيع، عمان الأردن . 2005 . ص 25 .

³ د .دمينغ وروبيرت هاغستروم ،إدارة الجودة الشاملة أسس ومبادئ وتطبيقات، هند رشدي، الكنوز للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، 2016، ص 20.

*الخلو من العيوب والأخطاء.

* القدرة على الوفاء باحتياجات الزبائن .

* توافق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعاتهم.

* تعظيم القيمة المسلمة لهم ¹ .

2-1-2-3 تصنيف الخدمات :

1- السلع المادية الخالصة :

هنا السلعة المقدمة تكون ملموسة بينما استعمالها يكون لتلبية خدمة ومثال على ذلك

قطعة الصابون الموجهة للنظافة والملح للطبخ .. الخ

2- السلع الملموسة مع خدمة مصاحبة :

و يتمثل العرض هنا في وجود سلعة ملموسة مصاحبة بأحد أو مجموعة من الخدمات

والتي تسمح بإثارة الطلب على الاستعمال أو الاستهلاك " كالسيارات،الهاتف .."

3- الخدمة الخالصة : وهذا على عكس كل ما تقدم . يتمثل العرض في مجمله

بمثابة خدمة خالصة،وأحسن مثال على ذلك الخدمة الخالصة بالاستشارات القانونية أو

المالية ² .

4- من حيث الاعتمادية: حيث تتنوع الخدمات على أساس اعتمادها وتتمثل الخدمات

حسب الاعتماد على :

أ- الاعتماد على الإنسان :

ب- الاعتماد على المعدات ³ .

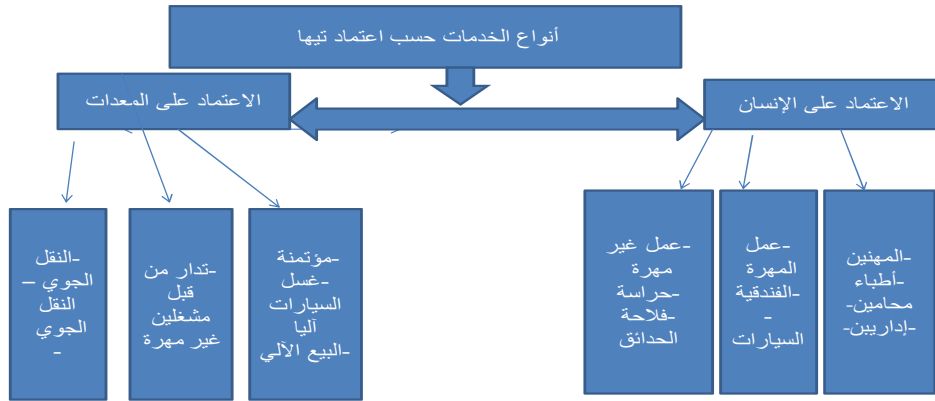
- وسنوضح ذلك في المخطط التالي :

الشكل يوضح أنواع الخدمات حسب اعتماد عليها ¹ .

¹ بن زادري مريم ،واقع الانترنت في المؤسسة الجزائرية المدرية الجهوية بقسنطينة لمؤسسة " نجمة " نموذجاً،مذكرة ماجستير في علم الاجتماع . 2010،ص 86.

²أغيندي هدى،اتجاهات العملاء نحوز جودة الخدمة (دراسة ميدانية بالمؤسسة المنائية e-p- s سكيكدة،شهادة ماجستير في تنمية العلاقات العامة للمؤسسة،عناية،2009،ص 122.

³ المرجع السابق،بن زادري مريم ،واقع الانترنت في المؤسسة الجزائرية المدرية الجهوية بقسنطينة لمؤسسة " نجمة " نموذجاً،ص 87.



3-1-3- المؤسسة الخدمية :

1- هي ذلك القطاع الذي لا تنتمي منشطاته لا للقطاع الصناعي لا القطاع و كنتيجة لذلك كل الأنشطة التي لا يمكن ضمها وحصرها ضمن هذين القطاعين تعتبر بمثابة أنشطة خاصة بقطاع الخدمات²

2- " هيكل منظم لقدرات خاصة لتقديم خدمات مختلفة الأشكال والأنواع،

فالشركات والمؤسسات العالمية في مجال الخدمات تقدم فعليا هيئات الأنواع مختلفة من الخدمات إلى المستهلكين سواء أفرادا أو مؤسسات، فهي تستخدم أشخاص محترفين وتقوم بتأجير مهاراتهم لإيصال الخدمة إلى الزبون، فهناك مؤسسات تؤدي خدماتها على سلع يملكها الزبون وأخر تؤديها مباشرة مثل التأمينات، المستشفيات³. الخ

3- " كل المؤسسات التي يتحدد غرضها الأساسي في تقديم خدمة للعميل ومن أمثلة

على المؤسسة الخدمية : الفنادق

¹ المرجع السابق، بن زادري مريم، واقع الانترنت في المؤسسة الجزائرية المدرية الجهوية بقسنطينة لمؤسسة " نجمة " نموذجا، 65.

² أ . عزوز وافية، الجودة في المؤسسة الخدمائية (مقارنة نظرية) جامعة البلدة 2012 . ص 25.

³ ليديه عاشور، واقع وأهمية قوة البيع في المؤسسة الخدمائية (دراسة حالة مؤسسة جايزي مذكرة ماجستير في علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية، قسم علوم التجارية، جامعة منتوري قسنطينة . 2014. ص 32.

4ويمكن تعريفها أنها وحدة اقتصادية تضم عدد من الأشخاص، وتستخدم مختلف عناصر الإنتاج لتحويلها إلى مخرجات عن طريق القيام بأنشطة وذلك بهدف إشباع الحاجيات ورغبات المستهلكين من السلع والخدمات¹. ويتضح مما سبق أن المؤسسة الخدمية هي عبارة عن نظام يتكون من مجموعة من الأفراد والوسائل المنظمة والمتفاعلة، فيما بينها لإنتاج قيمة غير مادية لإشباع حاجات ورغبات العميل.

7- مراحل تطور المؤسسة الخدمائية وأسباب نموها.

3-2-1 مراحل تطور المؤسسة الخدمية :

- تمر المؤسسة الخدمية بمجموعة من المراحل خلال دورة حياتها، بدأ من مرحلة التأسيس، ثم الانتهاء عند مرحلة الانحدار ومحاولة تجديد النشاط ؛ وسنتطرق إلى التفاصيل لأهم مميزات وخصائص كل مرحلة فيما يلي :

1- المرحلة الأولى :

المؤسسة الأصل :

تعرف هذه المرحلة بمرحلة البناء أو التأسيس، وتتعلق بإيجاد وتحديد حاجيات ورغبات جديدة لتلبيةها من خلال التسويق بين مجموعة من الوسائط سواء كانت مادية أو معنوية لتقديم خدمة جديدة أو خدمة موجودة مسبقا ولكن بتركيبة وخصائص مختلفة ؛ وفي هذه المرحلة يجب على المؤسسة الخدمية الالتزام بالخطوات التالية :

* إقامة وتوطيد مفهوم الخدمة

* تحديد مستوى عرض الخدمة المطلوب أو اللازم

* تحديد الفئات المستهدفة

* تحديد نظام الإنتاج ووضعه قيد التطبيق داخل المؤسسة².

¹ د . يوسف عبد الله حمد، أثر تطبيق الجودة الشاملة على الأداء التسويقي في المؤسسة الخدمائية (دراسة حالة شركة الاتصالات المحددة)، مجلة الدراسات العليا، النيلين، العدد 4 . 2017 .

² بهلول شهيرة، إستراتيجية الاتصال ودورها في الأداء التنافسي للمؤسسة (دراسة حالة لمؤسسة اتصالات الجزائر موبليس) مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جزائر، 2012 . ص 73 .

(2) - المرحلة الثانية:

التطور الجغرافي والتنظيم العقلاني للفروع : هدف المؤسسة الخدمية في هذه المرحلة اختبار التشكيلة أو الصياغة التنظيمية التي تسمح لها بإعادة إنتاج الخدمة الأصلية في المؤسسة بطريقة تضمن النمو . ويجب في هذه المرحلة الالتزام بالنقاط التالية :

*** تحديد المعايير الإنتاجية المتاحة**

* تحديد الاحتياجات المادية للمؤسسة واختيار مصادر التمويل

* تحديد نوع الموارد البشرية المطلوبة في كل وحدة من وحدات المؤسسة¹ .

(3) - المرحلة الثالثة :النمو :

في هذه المرحلة قد يكون النمو سريعا جدا مما لا يساعد المؤسسة الخدمية على توسيع حجم نشاطها والانتقال من السوق المحلي صغير إلى تغطية كل التراب الوطني، وتتمثل العناصر الأساسية لهذه المرحلة :

* اختيار شكل التمويل لتغطية نفقات وتكاليف التوسع والنمو

* اختيار طريقة النمو والتوسع المناسبة

* بناء شبكة عمل فعالة (من خلال تأطير الوحدات الجديدة ...)

* إنشاء الوظائف الأساسية للمؤسسة

(4) - المرحلة الرابعة :

النضج: في هذه المرحلة يتسم نشاط المؤسسة الخدمية بالاستقرار حيث يتوقف نمو رقم أعمالها ويصعب على المؤسسة الحصول على عملاء جدد، ولهذه المرحلة مجموعة من الشروط منها :

* تطوير السياسة التسويقية والاتصالية للحفاظ على عملائها

* القدرة على التجديد والتنويع في خدماتها وتنوعها

* الاهتمام بالإدارة وتسيير الإطار الدائمة للمؤسسة

¹ فؤاد بوجناحة، تقييم واقع الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الخدمية (دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر)، مذكرة ماجستير في علم التسيير تخصص تسويق، ورقلة . 2009 . ص 25.

5- المرحلة الخامسة: الانحدار أو الرجوع :

بعد مرور المؤسسة بالمراحل الأربعة السابقة ؛ يمكن أن نقادي هذه المرحلة إذا التزمت هذه المؤسسة بالتعليمات الواردة في المراحل الأربعة السابقة . ويمكن إعادة تجديد نشاط المؤسسة من خلال شكلين هما :

* أعادت إدخال تعديلات جديدة على الخدمة

* تطوير خدمات الجديدة من خلال:

- إنشاء سلسلة من الخدمات المتكاملة موجهة لنفس العملاء

- اقتراح خدمات جديدة لفئات معينة من العملاء ¹ .

3-2-2- أسباب نمو المؤسسة الخدمائية :

نما سوق الخدمات وبشكل كبير بعد الحرب العالمية الثانية، حيث تحولت الكثير من اقتصاديات الدول إلى المتطورة من اقتصاد التصنيع إلى الاقتصاد الخدمي . ويرجع هذا النمو القوي لقطاع الخدمات إلى عدت أسباب منها :

1- يتسم عالم الصناعة بالتعقيد على مستوى الإنتاج وعلى مستوى التبادل، وهذا التعقيد تسبب في تنامي قطاع الخدمات .

2- ازدياد الأعمال المتوسطة للأفراد وهذا ما أدى إلى زيادة الخدمات الموجهة إلى هؤلاء كالخدمات الطبية، مراكز الرعاية الصحية ...

3- ارتفاع دخل الأفراد هذا ما جعل المستهلك يدفع أكثر لخدمات كان يقوم بها من قبل ².

4- ازدياد أوقات الفراغ وضبط العمل على الأفراد هذا ما أدى إلى زيادة الإنفاق على خدمات الترفيه .

5- تخفيض الإجراءات المتعلقة ببعض المهن (الإشهار - الترويج - ..)

6- خصخصة المنظمات الحكومية (كالخدمات الاتصالات ..) .

¹ أحمد عيشاوي، إدارة الجودة الشاملة لدى مؤسسات tom في المؤسسة الخدمائية، مجلة الباحث، العدد 2006، 04.

² نوال بوكريطة، أثر الاتصال في رفع الأداء التسويقي للمؤسسة الخدمية (دراسة حالة وكالة السفر والسياحة)، رسالة ماجستير في علوم التسيير، الجزائر 2014، ص 33.

- 7- الإعلام والإبداع التكنولوجي الهائل (التوزيع الإلكتروني للاتصالات ..) .
 8- التوجه نحو العولمة والأسواق الدولية واتساع ونمو شبكة وسلسلة الخدمات ¹ .
 8- وظائف المؤسسة الخدمائية :

توجد عدت وظائف تخضع لها المؤسسة الخدمائية نذكرها :

أ-توفير المعلومات : لا عجب أن المؤسسات الخدمائية تسعى نحمل العمل باتجاه توفير أكبر قدر ممكن من المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات التي تقدمها للمستهلكين على اختلاف أنواعهم،ولكي يحصل المستفيد على قيمة حقيقية أو فائدة مرجوة من الخدمة المقدمة فإنه يحتاج إلى معلومات عن هذه الخدمة،فالمستفيد من الخدمة يريد معرفة تلك الخدمات التي تلبي احتياجاتهم ورغباتهم بالشكل الأمثل . من الوسائل المتعددة

ب- تقديم الاستشارة :

تتطلب الاستشارة الفعالة أن يكون مقدم الاستشارة ملما دقيقا بالوضع السائد للعميل ²،ويحبذ كثيرا أن تكون لدى المستشار

معلومات خلفية عن العميل قبل تقديم أو إقتراح أي حل أو أسلوب لمعالجة المشكلة .
 تقدم بعض الاستشارات بالمجان على أمل إبرام صفقة مع العميل،والهدف الأساسي للاستشارة هو دفع العميل إلى اتجاه ايجابي يحقق له منفعة ما كان بالإمكان تحقيقها لولا هذه الاستشارة .

ج- استلام الطلب :

في استقرار رأي المستفيد على اقتناء الخدمة،فإن الخطوة التالية هي استعداد مقدم الخدمة لإبرام الصفقة بمعنى استلام طلبيه المستفيد ومعالجتها بغية توفيرها في المكان والزمان المحددين .

¹ أ . بالبراهين جمال،دور العلاقات العامة التسويقية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية،(دراسة حالة شركة اتصالات الجزائر Algérie télécom) مذكرة ماجستير في علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،، شلف . ص 111.

² بن زادري مريم ،واقع الانترنت في المؤسسة الجزائرية المدرية الجهوية بقسنطينة لمؤسسة " نجمة " نموذجاً،مذكرة ماجستير في علم الاجتماع . 2010،ص 86.

د- الضيافة ورعاية العميل

: تتمثل الضيافة الورقية الأجل بين أوراق الخدمة سابقة الذكر، حيث تعكس سعادة اللقاء بالعملاء والزبائن الجدد والترحاب بالزبائن والعملاء القدامى فترسخ لهم صورة جيدة عن المؤسسة¹.

د- حماية ممتلكات المستفيدين :

عندما يقوم المستفيدين بزيارة موقع الخدمات فإنهم غالباً ما يطلبون المساعدة في الحفاظ على

ممتلكاتهم، وفي الواقع فإن الكثير من المستفيدين قد لا يأتون إلى الموقع الخدمة ما لم تتوفر لهم مؤسسة خدمائية المعينة بعض التسهيلات الخاصة خاصة بحماية ممتلكاتهم مثل : توفير مواقف مؤمنة لإيواء سياراتهم

هـ- معالجة الشكاوي والاقتراحات :

تتطلب هذه الخطوة توفر إجراءات محددة بشكل واضح ودقيق²، أن شكوى العملاء وكذلك اقتراحاتهم تتطلب استجابة سريعة حتى يشعر العميل باهتمام المؤسسة .

1-وظيفة الموارد البشرية :

تتعلق هذه الوظيفة بالأفراد العاملين في المؤسسة الخدمائية ،من حيث اختيارهم وتعيينهم عن طريق وضع المعايير السليمة لعملية الاختيار ،كما تتعلق بالخدمات التي تشبع حاجياتهم المادية والنفسية .

2- الوظيفة المالية :

هي مجموعة من المهام والعمليات التي تسعى في مجموعها إلى البحث عن الأموال في مصادرها الممكنة بالنسبة للمؤسسة الخدمائية ،حيث نظمت هذه الأجيحة إلى كل الأنشطة الهادفة إليها في تسير الأموال الخاصة بها وذلك من خلال برامجها ومخططاتها الاستثمارية

¹ بشير بودية، طارق قندوز، أصول ومضامين تسويق الخدمات، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 121 .
² قداش سمية، أثر التسير التوقعي للوظائف والكفاءات على الخدمة المقدمة، رسالة ماجستير في علوم الاقتصاد، جامعة ورقلة، 2011، ص 47 .

¹ ،وحاجياتها اليومية بطريقة عقلانية تسمح بتوفير السيولة من جهة والوصل إلى تحقيق الربح من جهة أخرى .

3- الوظيفة التجارية للمؤسسة :

تقوم هذه الوظيفة من خلال أفراد مسئولين يتم تعيينهم لضمان حركة الموارد والسلع أو مختلف حاجياتها كمدخلاتها ومخرجاتها من سلع وخدمات المقدمة إلى السوق .
و تشمل هذه الوظيفة على نشاطين أساسيين هما :

-التسويق :

يتعلق هذا النشاط ببيع وتوزيع السلع أو الخدمات التي أنتجتها المؤسسة، ويتمثل في خدمة مت بعد البيع .

- التموين :

يقصد به مجموعة من المهام والعمليات التي تقوم بها من أجل توفير مختلف عناصر المخزون المحصل عليه، من خارج المؤسسة أساسا بكميات وتكاليف مناسبة طبقا لبرامج وخطط المؤسسة ² .

ويندرج هذا النشاط عمليتين أساسيتين تخضع لهما المؤسسة:

-ال شراء :

و يقصد به التأمين وحصول المؤسسة الخدمائية على ما تحتاج إليه من الموارد والآلات اللازمة لعملياتها .

- التخزين :

يقصد به دخول المواد إلى المخزن للتأكد من مراقبة الدخول المادي مع ما هو مسجل في الفواتير التي تحفظ في المخزون، وترتب وتتابع بنظام والتنسيق مع كل من قسمي الشراء وإنتاج وحتى قسم المبيعات ³ .

¹ زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، بد ط، دار المنهاج للنشر والتوزيع، 2006، ص 15 .

² أحمد طرطار، تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسة، دوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999 . ص 16 .

³ فؤاد بوجناحة، تقييم واقع الاتصال في المؤسسة الاقتصادية الخدمائية، رسالة ماجستير في التسيير والاقتصاد، جامعة ورقلة 2008، ص 4 .

4- وظيفة البحث والتطوير :

تضمن هذه الوظيفة كل الأنشطة التي تساعد على الاستعانة من الدراسات والبحوث في الارتقاء بجودة ما مل تقدمه المؤسسة من خدمات .

و يتحدد نجاتها كالأتي :

-وجود وحدة تنظيمية قادرة على قدرة على إجراء البحوث الخاصة بالخدمات وتطويرها .

- توفير القدرة المالية لإجراء البحث .

- القدرة على استيعاب نتائج البحوث والاستفادة منها .

- مرونة العمليات والإجراءات والهيكل التنظيمي بما يسمح بالاستفادة من البحوث .

- وجود إدارة راغبة في تغييرها وتطويرها ¹ .

9- خصائص المؤسسة الخدمات:

انطلاقا من تعريف الخدمة نستنتج خصائص عديدة للخدمات،وقد اتفق معظم المؤلفين في مجال التسويق على وجود أربعة خصائص رئيسية للخدمات منها:

(1)- الخدمة غير ملموسة :

تعتبر القابلية للمس من أهم الخواص التي تفرق بين السلع المادية والخدمات،فمن السهل وصف طبيعة وأداء السلع المادية بالاستخدام معايير موضوعية (الصلابة،الحجم،..) لكن هذا متاح بدرجة محدودة في حالات الخدمات : المعلومات،الخدمات ..)

(2)- الخدمة الغير قابلة للانفصال والتجزئة:

عمليا وفي أغلب الأحيان لا يمكن الفصل بين الخدمة مقدميها ومستهلكيها أو مشتريها،إن الخدمات بعكس السلع المادية تسوق،تباع،ثم تنتج وتستهلك في نفس الوقت ولا ينتج عنها فضلات أو إرجاع إلى المصنع . يترتب على هذه الخاصية اتصال شخصي يعرف بالمواجهة الشخصية بين المنتفع بالخدمة ومقدمها.

¹ عمر صخري،اقتصاد المؤسسة،ط2،دوان المطبوعات الجزائرية،الجزائر،ص32.

(3) - الخدمة الغير متجانسة :

الجميع يرى أن ناجعة الخدمة تتغير من مؤسسة إلى أخرى ومن وكالة إلى أخرى خاصة الخدمات التي تعتمد على التدخل الكبير على العنصر البشري، فمعظم الخدمات التي ينتجها الأفراد يختلفون في السلوك والاحتياجات . وتلجا بعض المنشآت الخدمات إلى الاستثمار في أفراد مؤهلين وهذا للحصول على مستويات منسجمة للخدمات المقدمة مثل تقديم النقود آليا¹.

(4) - فناء الخدمة أو غير قابلة للتخزين :

تتصف الخدمة بالفناء السريع بمعنى لا يمكن تخزينها لاستخدامها في وقت آخر وهذا نتيجة لعدم انفصال عملية الإنتاج عن عملية الاستهلاك، فالمقاعد غير مشغولة في الطائرة بعد إقلاعها كلها أنشطة أعمال فقدت إلى الأبد ولا يمكن تخزينها إلى رحلات أخرى عكس السلع المادية كالسيارة إذا لم تبع اليوم قد تباع غدا².

10- أنواع المؤسسة الخدمائية:**أنواع المؤسسات الخدمائية:**

- عادة ما يتم تقسيم المؤسسة الخدمائية وفق معايير وأسس التالية :

أ- حسب نوع السوق (أو حسب الزبون) : وتنقسم المؤسسة الخدمائية حسب نوع

السوق إلى :

مؤسسات خدمات المنشآت : وهي المؤسسات التي تقدم خدمات لإشباع حاجيات

منشآت الأعمال .

كما عليه الحال في (الاستثمارات الإدارية ...) وهناك خدمات يتم تقديمها لكل

المستهلكين ومنشآت الأعمال

كن بأساليب وسياسات تسويقية مختلفة ومتباينة .

مؤسسات الخدمات الاستهلاكية: هي المؤسسات التي تسعى إلى تقديم خدمات

لإشباع حاجيات شخصية مثل (الخدمات الصحية والنفسية، خدمات النقل والمواصلات ...)

¹ نفس المرجع السابق، لدية عاشور، واقع وأهمية قوة البيع في المؤسسة الخدمائية، ص 35.

² نفس المرجع . أثر الاتصال في رفع الأداء التسويقي في المؤسسة الخدمائية، ص 35.

ب- حسب درجة كثافة قوة العمل : تنقسم إلى عدت أنواع :
 مؤسسات خدمية تعتمد على معدات مادية : وكأمثلة على ذلك : (مؤسسات خدمات الاتصال السلكية واللاسلكية، خدمات النقل العام، والبيع الآلي...).
 مؤسسات خدمية تعتمد على قوة عمل كثيفة : مثل (مؤسسات خدمات الحلاقة، والتجميل، إضافة إلى مؤسسات الخدمات تربية ورعاية الأطفال ...)¹.

ج- حسب درجة الاتصال بالمستفيد : وتنقسم إلى :
 مؤسسات خدمية ذات اتصال شخصي منخفض: مثل : (مؤسسات الصرف الآلي، وخدمات البريدية وغيرها ... وغيرها)
 مؤسسات خدمية ذات اتصال شخصي عالي : مثل (مؤسسات المحاماة، السكن، والتأمين .. وغيرها).
 مؤسسات خدمية ذات اتصال شخصي متوسط : مثلا (خدمات المطاعم، الوجبات السريعة، والمسرح ...)

د- حسب الخبرة المطلوبة في أداء الخدمات : وتنقسم إلى :
 مؤسسات خدمية غير مهنية : مثل (مؤسسات خدمات العمارات ..)
 مؤسسات خدمية مهنية : مثل (خدمات الأطباء، المحامين، الإداريين، والخبراء ذوي المهارات البدنية والذهنية ...)

هـ - حسب الهدف المقدم للخدمة :

و يرتبط هذا النوع من المؤسسات الخدمائية بأغراض مقدم الخدمة وتأخذ أحد الشكلين:
 مؤسسات خدمية قصدها الربح المادي : مثل (المؤسسات الخدمائية المالية والصحة)

مؤسسات خدمة غرضها ليس ربحي : مثل (مؤسسات خدمت التنظيم والقطاع العام...) .

- كما هناك مجموعة أخرى من التصنيفات، من بينها التصنيف الذي جاء به "أسان سون" وهو :

¹ ردينة عثمان يوسف تسويق الخدمات، دار المسير للنشر، ط1، عمان الأردن، 2010، ص 40.

مؤسسة الخدمة من حيث الاعتمادية : حيث أن المؤسسات الخدمائية تتنوع على أساس إعتامها على المعدات¹ (مؤسسات خدمت غسيل السيارات الآلي ...) أو اعتمادها على الأفراد . كما أن المعتمدة على الأفراد تتنوع حسب أهدئها من قبل العمال الماهرين أو غير الماهرين .
مؤسسات خدمية من حيث مشاركة الزبون : حيث تتطلب بعض المؤسسات الخدمية وجوب حضور المستفيد ومشاركته للحصول عليها،بينما لا تتطلب أخرى ذلك .
مؤسسات الخدمائية من حيث نوع الحاجة :سواء كانت الحاجة شخصية أو غير شخصية² .

11- عناصر المؤسسة الخدمية:

ومن أهم العناصر التي تساعد على نجاح المؤسسة الخدمية:

- إدارة المؤسسة:

ترتبط إدارة المؤسسة من الذي يملك حق إصدار القرارات لأن هؤلاء هم الذين في أداء العمل وتطوير المؤسسة وهم يضعون فلسفة المؤسسة التي تحقق الأهداف³ .

- السياسة العامة للمؤسسة :

تعتبر إدارة المؤسسة الخدمائية دليل عام والمرشد في الأداء الأعمال التي تقوم بها هذه المؤسسة ؛ مثل ترتيب وتوزيع السلطة الرسمية والتي تحدد من الذي له الحق والسلطة في أداء العمل،وكذلك دراسة الخطوط الاتصال وكيفية توزيعها في المؤسسة .

- النظم الإدارية والمالية :

والتي تحدد في ضوئها الأجور ،المكافئات وتظم الجزاءات والميزانية والتسجيل .

- حجم المؤسسة :

ترتبط المؤسسة الخدمية بحجمها وطبيعتها المقدمة ؛ بحيث كلما كبر حجم المؤسسة كلما كانت السياسة القائمة والعلاقات غير شخصية ؛ ومن هنا يزداد الطابع الرسمي لها .

¹ نفس المرجع السابق،فؤاد بوجناحة،تقييم واقع الاتصال في المؤسسة الاقتصادية الخدمائية،ص 8 .

² نفس المرجع السابق،ردينة عثمان يوسف،تسويق الخدمات،ص 40.

³ شهيرة كواشي،أسمهان ياحي،واقع الاتصال الداخلي في المؤسسة الخدمائية الجزائرية (مركز التسلية والترفيه العلمي بأم البواقي نموذجاً) رسالة ماجستير في علوم الإعلام الاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة،أم البواقي،2015،ص 78.

- دراسة نوع العمل وكيفية ممارسه داخل المؤسسة :

وذلك من خلال ملاحظة العاملين أثناء القيام بمهامهم في الخدمات التي يؤدنها للتعرف على سلوكهم ولتحقيق أهدافهم، مع معرفة الطرق التي لا تؤثر على أعضاء المؤسسة ونشاطاتها¹.

- العلاقة بين المشرفين والعمال :

تكمن هذه العلاقة في توفير جو ملائم بين المشرفين والعمال، كما يتحتم على ذلك وجود بعض الخصائص مثل حسن التصرف في المشاكل التي يواجهها العمال .

- هيكل المؤسسة: ونقصد به ذلك الإطار الذي ينظم الأنشطة والعمليات التي تؤدها المؤسسة الخدمائية لتحقيق أهدافها .

- الأفراد : هم الأفراد الذين يشكلون المؤسسة الخدمائية، ويقومون بأداء المهام لتحقيق الأهداف، وهذا العنصر من أهم العناصر².

3-3-3- هيكل صعوبات وآفاق المؤسسة الخدمائية :

❖ 3-3-1- هيكل المؤسسة الخدمائية .

*التنظيم الهيكلي للمؤسسات الخدمية :

- رغم أن المؤسسات كغيرها من المؤسسات التي تحتاج على وجود هياكل تنظيمية بالمعنى العلمي التقليدي، إلى أن لها أنماط أكثر شيوعا تتميز بها، ومن أكثر تلك الأنماط انتشارا نمطان أساسيان هما :

الفرع الأول : الهيكل التنظيمي المفطح :

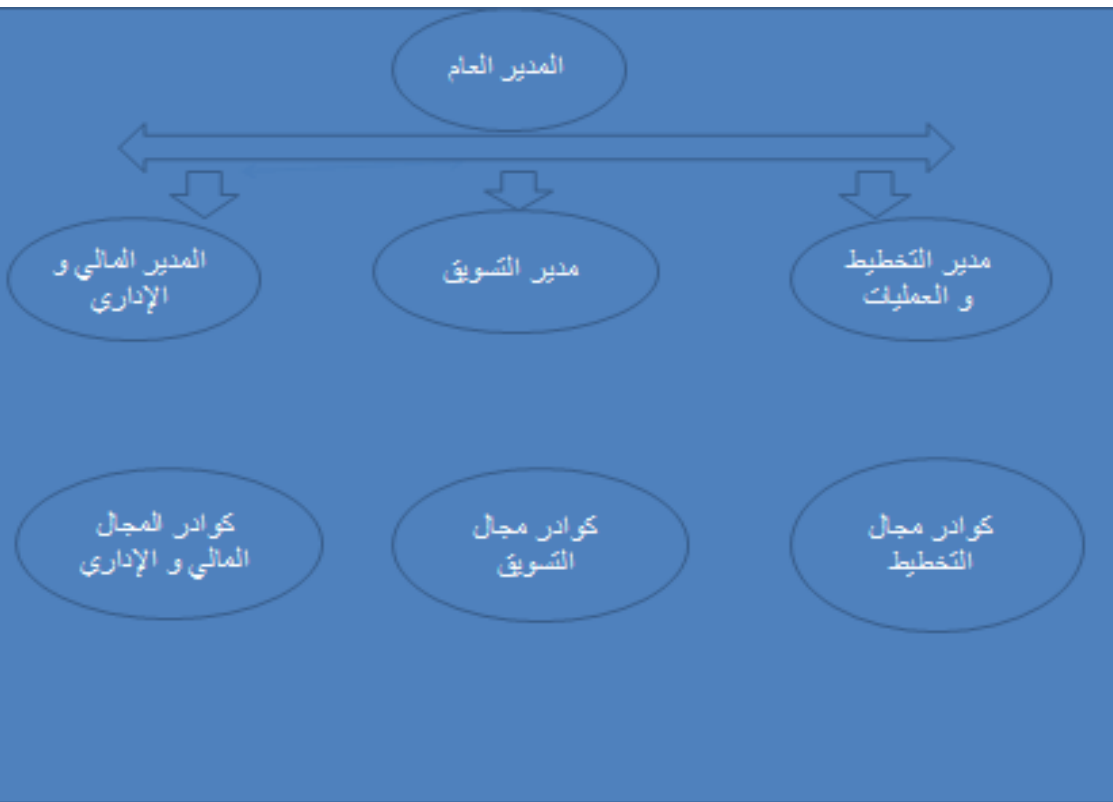
يعتبر هذا النمط الهيكلي أحد الأنماط الهيكل الهرمي، إلا أنه يتميز بأن عدد مستوياته التنظيمية محدودة للغاية ويكون في نطاق الإدارة الواسعة، ويناسب هذا الهيكل مجالات النشاط التي تكون فيها متخصصة متجانسة من حيث التأهل والخبرة، وتكون الأهمية النفسية للتخصصات على ذات المستوى، وتتوقف فعالية أداء المؤسسات التي تنتمي إلى

¹ سحنون ربحانة، واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية الجزائرية (دراسة ميدانية بالمدرسة العلمية والاتصالات الجزائر). رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص علاقات عامة قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية . جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي . 2014 . ص 51.

² نفس المرجع السابق، نوال بوكريطة، أثر الاتصال في رفع الأداء الوظيفي للمؤسسة الخدمائية، ص 35.

تلك الفئة على مدى قوة روح العمل الجماعي السائد فيها¹. ويتميز هذا النمط الهيكلي بقصر الخطوط السلطة والاتصالات الرئيسية، وسهولة الاتصالات الأفقية ومن ثم التدقيق السريع للبيانات والمعلومات بين أجزاء الهيكل التنظيمي بما يحقق السرعة في عملية اتخاذ القرارات، ولا شك أن هذا النمط المناسب للأنشطة الخدمية يكون أقل تكلفة من الأنماط التقليدية الأخرى،

الشكل رقم (1) النمط المفطح للهيكل التنظيمي للمؤسسة الخدمية².



¹ أحمد بن عشاوي، إدارة الجودة الشاملة للمؤسسة الخدمائية، www.kantakji.com/figh/htmi.

² مدحت محمد أبو نصر، إدارة الجودة الشاملة في مجال الخدمات، مجموعة النبيل العربية.

الفرع الثاني : الهيكل التنظيمي المصفوفي :

لا يعتبر هذا النمط أحد أنماط الهيكل الهرمي التقليدي متعدد المستويات ، كما أنه يتميز على الهيكل المفلطح الذي يكون عدد المستويات التنظيمية محدود للغاية، بأنه يتضمن هيكلًا إضافيًا يقوم على فكرة مجموعات المشروعات المؤقتة المحدودة الهدف الزمني، وعلى ذلك يكون لكل فرد في التنظيم دورين رئيسيين :

- دور دائم كأحد أفراد المتخصصين في مجال معين .

- دور مؤقت كأحد أفراد فريق عمل المشروع الذي يكلف بالانضمام إليه لحين الانتهاء من إنجازه .

ويتناسب هذا الهيكل مع مجالات النشاط التي تقوم بصفة رئيسية على نظام المشروعات التي تخطط وتنفذ حسب طلبات العملاء، وخلال برنامج زمني محدد له بداية ونهاية متفق عليها، ومن ثم يكون ضرورياً فرق عمل مشروعات (كل مشروع على حده) تجمع فيه التخصصات المختلفة، وتتوقف فعالية المؤسسات التي تنتمي إلى تلك الفئة على مدى توافر روح العمل الجماعي، وعلى قدرتها على إتمام المشروعات طبقاً لبرنامج زمنية، وفي إطار التكاليف المقدرة لها ¹.

و يشير استخدام هذا النمط في العديد من المؤسسات الخدمية، وبصفة خاصة المؤسسات الخدمات الاستثمارية والخدمات البحرية والتوكيلات التجارية، وشركات السياحة .. وغيرها من المؤسسات التي لا تقدم ناتجاً مادياً ملموساً لعملائها .

و خلاصة القول : أن المؤسسة الخدمية لها هيكل تنظيمي يتميز بنمطين، الأول هو الهيكل التنظيمي المفلطح ويعتبر أحد أنماط الهيكل الهرمي، أما النمط الثاني فهو الهيكل التنظيمي المصفوفي وهو لا يعتبر أحد أنماط الهيكل الهرمي كما أنه يتميز على النمط الأول بأنه يتضمن هيكل إضافي .

❖ **3-3-2- الصعوبات التي تواجه المؤسسة الخدمائية .**

تواجه المؤسسة عدة صعوبات تعرقل مهامها الخدمائية، لهذا وجب وجود عدت تحديات للتخلص من هذه العراقيل والمعوقات وتتمثل فيما يلي

¹ قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات، مفاهيم وعمليات وتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2006، ص 242.

نعرض جل المؤسسة الخدمائية أشكالاً متنوعة من الخدمات والمتوجات، بشكل هذا العرض أول مكونات المزيج التسويقي لهذه المؤسسات، وهو يعادل المنتج بالنسبة للمؤسسة الصناعية . ويواجه هذا العرض للخدمة في قطاع المؤسسة الخدمية العديد من الصعوبات . فمن جهة طبيعة الخدمائية لهذه القطاع تجعله يتعرض إلى العديد من العراقيل التي لا تشهدها المؤسسة المادية والملموسة ومن جهة أخرى الطبيعة العمومية . ومن هنا يمكن أن نقول أن مشاكل المؤسسة الخدمائية تنتج عن عدت أسباب :

1 - من الخدمات الغير قابلة للتخزين بسبب صفتها الغير مادية عدم الملموسة .
- استحالة القدرة على عالية التخزين الخدمة وبالتالي تعرضها للفساد في حالة عدم استخدامها أو بيعها خصوصا في حالة عدم استقرار الطلب . (1)

❖ 3-3-3- آفاق المؤسسة الخدمائية :

تخطيط الأداء أي تحديد الأهداف المطلوبة من أداء العمليات بذاتها وتصميم الطريقة الأفضل لتنفيذ متطلباتها البشرية والمادية والمعلومات التقنية .
تطور الأداء في المؤسسة الخدمائية : وذلك بالبحث عن تقنيات جديدة أو تصميمات مبتكرة وتنظيم علاقات بين الموظفين من خلال هندسة العمليات .
- ضرورة إدماج إمكانيات التطور التكنولوجي عن تخطيط الأداء في المؤسسة الخدمائية .

التفكير الغير التقليدي لحل المشاكل، تعد الإدارة المعاصرة أسباب التفكير الغير تقليدي up Sidé down thinking لحل ما يواجهها من مشكلات ويكون ذلك مكن خلال الاستثمار المعلومات للتعرف على جوانب أي مشكلة باستعمال أساليب التفكير غير تقليدية للوصول إلى حلول غير تقليده للمشكلات ¹.

لذا تهدف المؤسسة الخدمائية إلى تنمية أساليب التفكير لدي العاملين وشد قدراتهم على الاقتراح والإبداع والتطور لبناء القدرات التنافسية، وينطلق التفكير غير التقليدي (الابتكار) من نموذج فكري مرن ويسترشد بوضوح الرؤية والأهداف المحدودة، يعتمد على خبرة

¹ مهدي سامراني، إدارة الجودة الشاملة في قطاع الإنتاجي والخدمي، دار الحرير للنشر والتوزيع، ط2007، 1، ص 23

والمعرفة المتراكمة والغير تقليدي وذلك من تجريب الأفكار والأساليب مستهدفا تحقيق انجازات متميزة .

الاعتماد على تقنيات الاتصال والمعلومات : يعتبر إنتاج وتداول المعلومات الوسيلة الرئيسية لدعم المؤسسة الخدمائية في كافة مجالاتها، وأصبح تدفق المعلومات أساس بناء الهيكل التنظيمي والإداري، وتنسيق علاقات العمل في المؤسسة المعاصرة، كما تمثل المعلومات أحد أهم المداخلات أو الموارد للمؤسسة الحديثة، كما أنها عنصر أساسي في جمع المعلومات والأنشطة التي تقوم بها المؤسسة .

الاستجابة السريعة لرغبات الجمهور من المتعاملين ومختلف جماعات الاتصال المتعاملة مع المؤسسة وإدارتها .

تكوين الموارد البشرية والمادية والمعلوماتية وتوظيفها وصيانتها وتنميتها.

التخطيط لتحقيق التوازن والاهتمام المتبادل من المؤسسة الخدمائية ¹ .

تنمية العلاقات بين المؤسسة الخدمائية ومؤسسات البحث العلمي والتطور التقني وإقامته قدرات ذاتية في مجال التطور المستمر لتقنيات الإنتاج والمنتجات وتشجيع العامل على تقديم إبداعات فكرية في جميع المجالات .

توزيع المسؤوليات والصاحيات بالتناسب مع المستوى المعرفي لأفراد المؤسسة الخدمائية ² .

تنمية منهجية إدارية تتبنى النظرة الكلية والشاملة في تحليل المشكلات والبحث عن حلول والتي تراعي الأبعاد المتعددة في أي قضية وتقيم التوازن بين الاهتمامات أصحاب المصلحة في المؤسسة الخدمائية .

¹ بشير علاق، ثقافة الخدمة، دار اليزاوي العلمية للنشر، عمان الأردن، 2009، ص 156 .

² نفس المرجع السابق، بشير علاق، ثقافة الخدمة، ص 158.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تم التعرف على مفاهيم مختلفة ترتبط بالمؤسسة الخدمائية، وتم من خلال هذا الفصل التعرف على المؤسسة الخدمائية وبأنها هيكل تنظيمي قائم على مجموعة من الشروط، والجهود المادية والبشرية ساهمت في ممارسة المؤسسة لنشاطها وذلك من أجل أن تحقق أهدافها سواء كانت ربحية أو غير ربحية .

كما تعرفنا أيضا على مراحل تطورها وكذا أسباب التي أدت إلى تطورها، ووظائفها والصعوبات التي توجهها في ظل التطور الحاصل وكذا كيفية استغلالها لهذا التطور التكنولوجي محاولة بذلك وضع وتسطير أفاق جديدة .

خاتمة

خاتمة

أدى التطور التكنولوجي إلى ظهور وسائل اتصال جديدة أحدثت هذه الأخير تغيرات في حياة الفرد وباعتبار الفرد كائن فضولي استطاع التأقلم مع هذا التطور الحاصل والتطلع إلى ما هو رقمي أكثر أخذا بعين الاعتبار أن التكنولوجيا والتواصل عن بعد هو أسلوب حياة جديد يمكن أن يسير العالم مستقبلا وذلك بعد ظهور " 4g - " و تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وليدة هذا التطور فقربت المسافات رغم البعد الجغرافي، وقللت التكلفة ... ومن أهم هذه المواقع موقع الفايسبوك الذي انتشر استعماله وكثر عدد مستخدميه وأصبح موقع العصر. بسبب سهولة استعماله وتوفر مجموعة وكم هائل من الخصائص والمميزات التي ساهمت في جلب إقبال المستخدمين له ؛ ولم يعد حكرا على الطلاب أو الفئات المثقفة بل غزى كل شرائح المجتمع ووصل إلى الميدان والفضاء الوظيفي للعامل . وأصبح هذا الأخير يستخدمه إما لقضاء وقت فراغه للتسلية والترفية أو حتى يتقرب من عمال مؤسسته أو حتى استعماله ل القيام بعمل ما وفق الوظيفة المنسوبة إليه .

فهرس المحتويات

الإهداء

الشكر والتقدير.

ملخص الدراسة بالعربية

ملخص الدراسة

الفصل الأول: الفصل المنهجي

- 1-الإشكالية:..... - 5 -
- 2- الفرضيات : - 6 -
- 3-أهداف الدراسة : - 7 -
- 4-أهمية الدراسة: - 7 -
- 5-أسباب اختيار الموضوع : - 7 -
- 6- مصطلحات الدراسة:..... - 8 -
- 7- الدراسات السابقة: - 11 -
- 8- أدوات جمع البيانات: - 19 -
- 8-نظريات الدراسة: - 20 -

الفصل الثاني: الفاييبوك

- 1- مفهوم ونشأة وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي - 34 -
- 2- أنواع ونماذج ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - 44 -
- 3-دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي : - 52 -
- 4-استخدامات وتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي : - 53 -
- 5- الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي:..... - 54 -
- 6-سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي - 58 -
- 4-مميزات وخصائص الفاييبوك: - 71 -
- 5-خصائص الفاييبوك - 73 -
- 6- متطلبات صفحة على الفاييبوك وتأثيرات الفاييبوك - 77 -

الفصل الثالث: المؤسسة الخدمائية

- 1- مفاهيم عامة حول المؤسسة الخدمائية - 84 -
- 2- أنواع المؤسسات : - 85 -
- 3- أشكال المؤسسات : - 87 -
- 5- أهداف المؤسسة : - 89 -
- 6- وظائف المؤسسة : - 90 -
- 7- مراحل تطور المؤسسة الخدمائية وأسباب نموها - 96 -
- 8- وظائف المؤسسة الخدمائية : - 99 -
- 9- خصائص المؤسسة الخدمات: - 102 -
- 10- أنواع المؤسسة الخدمائية: - 103 -
- 11- عناصر المؤسسة الخدمية: - 105 -
- 112..... خاتمة عامة
- 114..... قائمة المصادر والمراجع.

الملاحق

قائمة المصادر والمراجع

❖ قائمة الكتب :

- 1-إعداد مركز المحاسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتماب،(تويتر نموذجا) دار المحاسب للنشر والتوزيع ،المملكة العربية السعودية الرياض،1438 .
- 2-أحمد طرطار،تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسة،دوان المطبوعات الجامعية،الجزائر 1999.
- 3-الشيخ هيثم الفريجي،مواقع التواصل الاجتماعي،(نظرة فقهية،أخلاقية،تربوية)،دار الحجة البيضاء،بيروت لبنان ،ط1، 2014 .
- 4- إبراهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر (وسائله مهارته وتأثيراته وأخلاقياته)، قطر 2014 .
- 5- بشير بودية ،طارق قندوز،أصول ومضامين تسويق الخدمات،دار الصفاء للنشر .التوزيع . ط1،2016 .
- 6- بشير علاق،ثقافة الخدمة،دار اليزاوي العلمية للنشر،عمان الأردن ظن 2009 .
- 7- د.دمينغ وورويبيرت هاغستروم ،إدارة الجودة الشاملة أسس ومبادئ وتطبيقات ،هند رشدي ،الكنوز للنشر والتوزيع،القاهرة مصر،2016 .
- 8- د.ودادسميشسي،البيئة الإلكترونية،E EMVERONNENT،
- 9- زكي خليل المساعد،تسويق الخدمات وتطبيقاته،دار المناهج للنشر والتوزيع،2006 .
- 10- حميد طائي،بشير العلاق،تسويق الخدمات، دار اليزاوي العلمية للنشر والتوزيع،عمان 2009 .
- 11- ياس خضر البياتي،، الإعلام الجديد (الدول الافتراضية الجديدة)،دار المعرفة،مصر،ط 1،2014 .
- 12- محي الدين اسماعيل الديهي،تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية،القاهر مصر،ط 1،2015 .
- 13-مرزاقه البابلية،نقلا عن أمل عساسي،أنتوغرافيا مستخدمى الفايسبوك في المجتمع الجزائري،العربية للنشر والتوزيع،القاهر مصر،2011.

13- سعيد أوكيل،وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية،دوان المطبوعات الجزائرية،1992.

14- عبد العزيز بونعمة،تسويق الخدمات المتخصصة،مؤسسة وراقة للنشر والتوزيع،عمان الأردن،2005.

15- عيسى بن السليمان الفيبي،برامج التواصل الاجتماعي،

16- عبد الله حسن مسلم،إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات،دار المعرفة للنشر والتوزيع،عمان،ط1،2015 .

17- عمر صخري،اقتصاد المؤسسة،دوان المطبوعات الجزائرية الجزائر،ط01،2011.

18- عبد المجيد ميلاد،المعلومات والشبكات الاتصالية الحديثة (اندماج التكنولوجيا)،دار المعرفة،مصر 2015 .

19- د. علي أحمد إسماعيل ،مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المفروضة والأخلاق المفروضة . دار التعليم الجامعي،الإسكندرية،مصر،2020.

20- علي خليل الشقرة،الإعلام الجديد (شبكات التواصل ال،اجتماعي)،دار المعرفة،الإسكندرية،مصر،2015 .

21- فؤاد كورثيل،تسويق الخدمات،دار الكنوز للمعرفة العلمية للنشر والتوزيع والطباعة،عمان الأردن،2009 .

22- قاسم نايف علوان المحياوي،إدارة الجودة في الخدمات،دار الشروق للنشر والتوزيع ،عمان،2006 .

23- د. رحي مصطفى عليان،وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها المجتمع ،العربية للتدريب والنشر،القاهرة مصر،2017.

24- شينا كايسر،أريك اسبلوند،نبيل بورون وسائل التواصل الاجتماعي دليل علمي للهيئات المعنية بالإدارة الانتخابية،ت حسان شمس،المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات،2014.

قائمة المذكرات :

25- أحمد بن عيشاوي،إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الخدماتية،

- 26 - أحمد يونس محمد حمودة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة الشباب الفلسطينية في القضايا المجتمعية، مذكرة ماجستير، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، كلية الدراسات والبحوث العربية، جامعة الدول العربية، ديسمبر 2013 .
- 27- أمينة نبیح، اتجاهات مستخدمي الاتصال الرقمي، (دراسة ميدانية لمستخدمي الفيسبوك، مذكرة دكتوراه، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية الإعلام والاتصال السمعي البصري، جامعة قسنطينة 3، 2017 .
- 28- إبراهيم قعيد، دور الترويج في إنجاح السياسات التسويقية في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، قسم علم الاقتصاد، جامعة الجزائر، 2009 .
- 29- هدى أغيندي، اتجاهات العلماء نحو جودة الخدمة، مذكرة ماجستير، علاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2009 .
- هواري حمرة، مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي، مذكرة ماجستير، تخصص سينما وتلفزيون ووسائل الاتصال الجديدة، جامعة الجزائر 3، 2014 .
- 30- بدر الدين بالعباس، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجزائريين (الفيسبوك نموذجاً)، مذكرة ماجستير، قسم علم الاجتماع كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خضر، بسكرة، 2014 .
- 31- جمال بالبراهيم، دور العلاقات العامة التسويقية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية (اتصالات الجزائر) ، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف ، 2010 .
- 32- دعاء عمر محمد، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة دراسة فقهية، مذكرة ماجستير، في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس فلسطين، 2015 .
- 33- وسام طایل بشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية واشباعاتها، (الفيسبوك نموذجاً)، تخصص صحافة وإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترة، الأردن، 2013 .
- 34- مهدي سمراني، إدارة الجودة الشاملة في القطاع الإنتاجي والخدماتي، دار الحرير للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1، 2007 .

- 35- محمد أمين غيوب، تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت (شبكات التواصل الاجتماعية نموذجاً) مذكرة ماجستير، تخصص مجتمع المعلومات، جامعة الجزائر 3، 2012.
- 36- محمد الكر، شبكات التواصل الاجتماعي إشكالية التباعد الأسري، مذكرة ماجستير، الجلفة، .
- 37- كريمة حاج أحمد، العلاقات العامة داخل المؤسسة (دراسة حول المؤسسة الصناعية النسجية، مذكرة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة سنييا وهران، 2013
- 38- زين الدين خرشي، دور الاتصال الداخلي في تحقيق الأهداف التغير التنظيمي في المؤسسة الاقتصادية العمومية، مذكرة ماجستير .، ديموغرافيا، قسنطينة، 2008 .
- 39- حورية بالعميدات، استخدام تكنولوجيا الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة ماجستير، اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية، جامعة قسنطينة، 2008 .
- 40- حسن قطيع طامح المطيري، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الكويتي (تويتر نموذجاً)، مذكرة ماجستير، كلية الإعلام للشرق الأوسط، 2013 .
- 41- لديه عاشور، واقع وأهمية وقوة البيع في المؤسسة الخدمائية، مذكرة ما (دراسة حالة موبليس)، مذكرة ماجستير، علوم التجارة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة المنتوري قسنطينة، 2014 .
- 42- محمد قداري، الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية بين النظري والتطبيقي،، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة الأعمال،، أببكر بلقايد، 2010.
- 43- مريم بن زايد واقع الانترنت في المؤسسة الجزائرية (نجمة)، مذكرة ماجستير، في علم الاجتماع تخصص تنمية وتسير الموارد البشرية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2010.
- 44- مريم نريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعي وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية (الفايسبوك نموذجاً)، مذكرة ماجستير، تخصص إعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر - باتنة - 2012 .

46- مريم بن زايد، واقع الانترنت في المؤسسة الجزائرية، المديرية الجهوية بقسنطينة، نجمة نموذجاً، مذكرة ماجستير، في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تنمية ووتسير الموارد البشرية، 2010.

14- نعيمة بوسوسة، الاتصال الداخلي وثقافة المؤسسة، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر 3، 2005.

47- مدحت محمد أبو نصر، إدارة الجودة الشاملة في مجال الخدمات، مجموعة النبيل العربية

48- سيد أحمد ساهل، آفاق تطبيق التسويق في المؤسسة المصرفية الجزائرية، (بدر نموذجاً)، مذكرة دكتوراه، قسم علم الاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية والتسير، 2014 .

49- سميرة قداش، أثر التسويق التوعوي للوظائف والكفاءات على الخدمة المقدمة، مذكرة ماجستير، في علوم الاقتصاد، جامعة ورقلة، 2011.

50- سهوية بوضياف، الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائري، مذكرة دكتوراه، تخصص الإعلام وتكنولوجيا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، باتنة، 2018 .

51- سيما هاني جبر، زينة ماجد البكر، استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة ماجستير، تخصص علاقات عامة، كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية، جامعة النجاح الوطنية، 2017.

52- سهوية فله بوعزة، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسات اللغوية للشباب الجامعي الجزائري، الفايبيوك نموذجاً، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر "3"،

53 - عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي، استعمال مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة الشمال الشرقي بسلطنة عمان، مذكرة ماجستير، قسم التربية والدراسات الإنسانية، كلية العلوم والآداب، جامعة نزوي، عمان، 2015 .

54- فؤاد بوجناحة، تقييم واقع الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الخدمائية (اتصالات الجزائر، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2009.

- 55- فاطمة الزهراء فاسي، إستراتيجية صورة مؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، جامعة الجزائر 3، 2006.
- 56- عمر عطلاني، نقلا عن محمد منصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور المتلقين، الفايبيوك نموذجا، قسم الإعلام والاتصال الرياضي، معهد العلوم والتقنيات والنشاطات البدنية، 2016، 7.
- 58- صليحة تواتي، استخدام الأنباء لمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على العلاقات الأسرية، مذكرة ماجستير قسم الأطفونيا، كلية العلوم الاجتماعية، 2016.
- 59- قاسم نايف المحياوي،، إدارة الجودة في الخدمات، مفاهيم وعمليات وتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2006.
- 60- رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة الماجستير، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا، الأردن، 2013.
- 62- ريحانة سحنون، واقع العلاقات العامة لفى المؤسسة الخدمانية الجزائرية، (اتصالات الجزائر)، مذكرة ماجستير، تخصص علاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية /، جامعة أم البواقي . 2014 .
- 63- رمزي جاب الله، القيم المتضمنة في صفحات الفايبيوك وأثرها على السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري، مذكرة دكتوراه، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2014.
- 64- رشا أديب محمد عوض، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لأبناء طولكروم من وجهة نظر ربات البيوت، درجة البكالوريوس، كلية التنمية الاجتماعية والأسرية، جامعة القدس المفتوحة، 2014، 7.
- 65- ريان مبارك، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الأسرية لدى الشباب الجزائري، مذكرة دكتوراه، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية الإعلام والاتصال السمعي البصري، جامعة قسنطينة 3، 2017.
- 67- شهيرة بهلول، إستراتيجية الاتصال ودورها في الأداء التنافسي، مذكرة ماجستير، تخصص اتصال إستراتيجي، كلية العلوم السياسية والإعلام أ الجزائر 3، 2012.

68- شهيرة كواشي،، أسمهان يحي، واقع الاتصال الداخلي في المؤسسة الجزائرية، مذكرة ماجستير، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015 .

69- خالد منصر، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، مذكرة دكتوراه، تخصص إعلام وتكنولوجيا الحديثة ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، باتنة، 2018 .

70- خالد منصر، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، مذكرة دكتوراه، علوم لإعلام والاتصال ،قسم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2018 .

❖ قائمة المجلات :

71- أحمد عيشاوي، إدارة الجودة الشاملة في مؤسسة tom المؤسسة الخدمائية، مجلة الباحث، العدد 04، 2006 .

72- يوسف عبد الله حميد، أثر تطبيق الجودة الشاملة على الأداء التسويقي في المؤسسة الخدمائية . مجلة الدراسات العليا، العدد 4، 2017

73- نجوى لطرش، استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم الأسرية لدى الشباب الجامعي / مجموعة الرسالة للدراسات الإعلامية، عدد 4، 2017.

74 - عبد الكريم علي الدبيسي، زهرة ياسين الطاهات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية ؟، الأردن العدد 40. 2013

75- عبد الكريم علي الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تشكل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ،مجلد 4، العدد 1، 2013.

76 - فاضل طلب، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، مجلة تيكريت للعلوم السياسية، العدد 14، 2014-2017.

❖ المؤتمرات :

77- فهد ابن عبد العزيز، ترويج الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مؤتمر ضوابط الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي ،الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، صفر 1438هـ .

القواميس :

- 78- ياسر عبد الكريم الحوراني، معجم الألفاظ الاقتصادية في لسان العرب ، .
- 79- محمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين منظور الأنصاري
الرويفعي،،توسعة المرصاد، ط1،بيروت 1414
- 80- محمد رواس قلعجي،حامد صادق قنبيبي ، ط 1،1988 .

قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون تيارت

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإنسانية

شعبة العلوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان :

في إطار التحضير لرسالة التخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

عنوان الدراسة :

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في فضاءات العمل (دراسة عينة من مستخدمي الفيسبوك لعمال المؤسسة الخدمائية اتصالات الجزائر بتيارت).

من إعداد الطلبة:

تحت إشراف الدكتور

-فرفار خالدية

- بن عودة موسى

-بن علة خالد

أخي / أختي المستجيب (ة) :

أرجو التكرم بالإجابة على أسئلة الاستمارة، وهي متمثلة في طريقة استخدامكم لمواقع التواصل الاجتماعي في حيز عملكم .و ذلك من خلال الشطب (X) على الإجابة المناسبة ،ونحيطكم علما أنه لا توجد إجابة صحيحة وأخرى خاطئة،مع الرجاء أن لا تترك أي عبارة دون إجابة،فإجابة الصحيحة تمثل رأيك وواقعك .

ملاحظة :

✓ غير مطلوب كتابة اسمك وذلك حفاظا على خصوصيتك الشخصية .

✓ المعلومات المستفادة من الاستمارة للبحث العلمي فقط .

❖ أرجو تعبئة البيانات الأولية التالية :

- 1-الجنس : ذكر أنثى
2- السن:من 25- 2930 -3345- 3940-44
3-المستوى التعليمي: ثانوي جامعي
4-الرتب المهنية: إطار عامل تحكم عامل تنفيذي
معهد
45 فما فوق
معهد
عامل تنفيذي

❖ المحور الأول :استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- 1-هل أنت مطلع على أحدث التطورات التكنولوجية : نعم لا
نوعا ما
2- هل تتوفر إمكانية تطبيق الانترنت في مؤسستكم : نعم لا
لا أعلم
3-هل أنت مطلع على مواقع التواصل الاجتماعي : نعم لا
نوعا ما
4- هل تمتلك حسابا على أحد مواقع الاجتماعي : نعم لا
5-أي من المواقع التالية أكثر استعمالا من قبلك : الفايسبوك
تويترانستغرام
أخرى أذكرها

❖ المحور الثاني : أنماط عادات استخدام موقع الفايسبوك :

6-منذ متى أنت تستخدم الفايسبوك :

- منذ سنة تقريبا

- منذ سنتين

- منذ أكثر من ثلاثة سنوات

7- ما هو الحجم الساعي الذي تقضيه في تصفح حسابك :

-ساعة

-من ساعة إلى ساعتين

-أكثر من ثلاث ساعات

8- أي فترة من الفترات التالية مفضلة بنسبة لك لتصفح حسابك على الفايسبوك :

-صباحا من:08 :00- 12:00 :

-الظهيرة من 13:00 - 16:00

- المساء من 17:00 - 21:00 :

-ليلا من 22:00 - 06:00 :

9-أي من الأماكن التالية تحب أن تتصفح حسابك منها:

- المنزل المقهى مقهى الانترنت المكتب
مكان آخر أذكره

10-أي من تطبيقات الفايسبوك أحب لك :

-مشاركة الصور

- مشاركة الفيديوهات

-الردشة

-التعليقات

- أخرى أذكرها

11- هل تضيف زملاء العمل إلى قائمة أصدقائك :

-نعم لا أحيانا

12- إذا كانت إجابتك بنعم فهل يرجع ذلك إلى :

-حب الإطلاع كسب معلومات للتعارف أكثر

شيء آخر أذكره

13- هل أنت عضو في مجموعة / الصفحة الرسمية لمؤسستكم :

- نعم لا

14 - إذا كانت إجابتك بنعم فهل :

- تشارك منشوراتها على حسابك

- نادرا ما أشارك

- لا أشريك

❖ المحور الثالث : الإشباعات المحققة من وراء استخدام الفايسبوك :

15- برأيك هل استخدام الفايسبوك يعتبر :

- مواكبة للتكنولوجيا :

-يساهم في تثقيفك

-يكسب معلومات

-هروب من الواقع

-للتسلية والترفيه

16- ماهي نوع الاشباعات المحققة من استخدام الفايسبوك :

-التنفيس والتعبير بكل حرية

-إشباع شعورك بالفضول

-الهروب من الواقع

-للتواصل فقط

- أخرى أذكرها

.....
.....
.....

17-أثناء أوقات العمل هل تشعر فراغ اثر غيابك عن الفايسبوك:

-نعم لا نادرا

18- أذات كانت إجابتك بنعم فهل تتصفح لبعض الوقت:

-نعم لا نادرا

19-إذا كنت تستخدم الفايسبوك فهل يكون ذلك من:

-من شبكة الانترنت الخاصة بالمؤسسة wifi

- من البيانات données mobiles

20- هل تستخدم في تصفحك للفايسبوك :

- الهاتف اللوح الالكتروني الحاسوب

21- كم تقيم نسبة لموقع الفاييسبوك:

25%- 50% 75% أكثر من 75%

❖ المحور الرابع : الآثار الإيجابية والسلبية لموقع الفاييسبوك :

22- هل تتخذ المؤسسة إجراءات وتدابير لتحفيز الموظفين على استخدام الفاييسبوك :

-نعم لا

وضح إجابتك

23- برأيك هل استخدامك الفاييسبوك في المؤسسة ساهم في :

-ساهم وبشكل كبير في أداء مهامي

-يساهم وبشكل متوسط في أداء مهامي

-يساهم بشكل بسيط في أداء عملي

24- بسبب انتشار فيروس كورونا هل عقتم اجتماع عبر الفاييسبوك :

-نعم أبدا لا أعلم

25- هل ساهم الفاييسبوك في إقامة علاقة جيدة مع زملائك في العمل :

-نعم لا نوعا ما

26- هل تدلى بإقتراحاتك حول المؤسسة مع زملائك المضافين لحسابك حول المؤسسة:

-نعم لا أحيانا

27- هل ساعدك الفاييسبوك في التعريف والتعرف بمؤسستك :

-نعم لا نوعا ما

28- هل تستفسر من زملائك عن العمل :

-نعم دائما لا أبدا نادرا

29- هل تنشر (إشهار) لصالح مؤسستك وعبر حسابك الخاص:

-نعم لا أحيانا

30- برأيك هل ينمي الفاييسبوك :

-ينمي التفكير الإبداعي للعامل

-يمكن العامل من التواصل مع زملائه

- يعظم دور العامل الإيجابي في المؤسسة

31- في رأيك هل يتسبب الفايسبوك في :

-في إهمال العمل من قبل الموظفين

-يساهم في نشر الإشاعات

- ضياع الوقت

32- هل أثر الفايسبوك على تواصلك بينك وبين زملائك :

نعم لا نادرا

33- هل أدى استعمالك للفايسبوك في وقت العمل إلى توتر العلاقة بينك وبين مرؤوسك أو

زملائك :

نعم لا نادرا