



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية : العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم : علوم الاعلام والاتصال



عنوان المذكرة:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الوظيفي

للعلاقات العامة في المؤسسة

دراسة ميدانية دائرية الخبانة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:

بيبي فيصل

إعداد الطالب:

بلواضح توفيق

أمام لجنة المناقشة:

الرقم	الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
1			رئيسا
2	بيبي فيصل	أستاذ محاضر	مشرفا ومقررا
3			ممتحنا

السنة الجامعية: 2021/2020



# شكر وتقدير

الحمد لله موصولاً أولاً الذي من علينا بنعمة الإسلام فله المحامد  
سبحانه والصلاة والسلام الأتمين الأكملين على خير البرية نبينا محمد  
صلى الله عليه وسلم

اتقدم بالشكر الجزيل الى الاستاذ المشرف. د. بيبي فيصل على قبوله  
تأطيري وصبره علينا فجزاه الله كل الخير.

أساتذتي في جامعة محمد بوضياف. كلية العلوم الانسانية والاجتماعية  
قسم علوم الاعلام والاتصال من طور ليسانس الى الماستر.

كل من اعاننا من قريب او بعيد ولو بكلمة طيبة في مسارنا الدراسي  
قال رسول الله صلى الله عليه وسلم من لم يشكر الناس لم يشكر الله  
ومن صنع لكم معروف فكافأوه.

# اهداء

الحمد لله رب العالمين حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه.

أهدي عملي المتواضع إلى:

منبع الحنان وفيض الرحمن وهبة الرحمن وأجمل شيء في الالكون الى من يعجز لساني بالإهداء  
وتعجز كلماتي عن وصفها اليك "أمي" الحنونة الغالية ادامك الله في حياتي اطال الله في عمرها

إلى الذي عطر حياتي وانار لي دربي ومعلمي "أبي" الغالي ناصر نصر الله به الدين حفظه الله  
وأطال في عمره.

إلى اخوتي وزوجاتهن رمزي ورقية. رزقي وبسمة.

إلى قرة العين شهرة وزوجها مهدي. سهام

إلى سندي في الحياة بوبكر وعبد الحق سدد الله خطاهم

إلى البراعم الصغار جهان آدم، رحاب، عبد الناصر، ألاء، يونس، جوري، جنة، إسراء

إلى خطيبي هند وفقها الله في دراستها

إلى كل الأصدقاء والزملاء الأعزاء

وكل من أعانني ولو بكلمة طيبة

# مقدمة

## مقدمة:

يعيش العالم اليوم تطورا رهيبا لم يسبق له مثيل في عدة مجالات اجتماعية واقتصادية وإدارية وخدمانية وغيرها، حيث نعيش فعلا مجتمع المعلومات الذي يعتمد على استثمار التكنولوجيات الحديثة في انتاجها واستخدامها وتقديم الخدمات في وقت وجيز ومناسب فهو يملك عناصر القوة والسيطرة

ومواقع التواصل الاجتماعي تعد نوعا جديدا من أنواع الاتصال الذي تبلور في بيئة الانترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، كالهواتف النقالة والحواسيب واللوحات الالكترونية، وعن طريق استخدام هذه الوسائط حيث يتم عبرها تبادل المعلومات والصور، والفيديوهات والاختبار، وقد تعددت مواقع التواصل الاجتماعي من بينها الفيسبوك واليوتيوب والتويتر.

ويلقى الفيسبوك في الآونة الأخيرة اهتماما كبيرا من مستخدمي الانترنت، وارتفع عدد مستخدميه بشكل سريع، وهو من أكبر وأشهر المواقع الإعلامية والاتصالية والمتخصصة في العلاقات الاجتماعية، وهو ليس حكرا على أحد فالتسجيل فيه مجاني وسهل الاستخدام حيث يستطيع أي أحد يجيد فتح استخدام الفيسبوك واستخدام الوسائط المتعددة كالهواتف النقالة والحواسيب.

فمواقع التواصل الاجتماعي لا تقتصر على بث وتداول المعلومات فقط وتكوين الصداقات في إطار المواقع ذات الاهتمام المشترك، بل تعددت مجالاتها لتشمل قضايا مختلفة وخاصة في المجال الخدماتي والإداري.

أكد الكثير ممن اهتموا بعلم الإدارة الذين تحدثوا في دراستهم على أهمية تحسين الأداء الوظيفي، حيث ان الوسائل واستراتيجيات تحسينها كثيرة ومتعددة وتختلف باختلاف ظروف وإمكانات المؤسسات.

هنا برز الدور الجديد الذي ينبغي ان تقوم به المؤسسة فلم يعد الدور التقليدي لها كافيا لتحسين الأداء الوظيفي للعلاقات العامة، لذا بات الاهتمام بدور مواقع التواصل الاجتماعي لضمان تكييف إيجابي للمؤسسة ويساهم في تقوية نقاط القوة لتذليل جوانب الضعف واستغلال الفرص من جهة، ويسهم في تحسين الأداء الوظيفي للموظف وتأهيله لأداء اعماله بكفاءة عالية من جهة أخرى.

كما تناولنا في الجانب النظري الذي قمنا بتقسيمه الى فصلين، حيث تطرقنا في الفصل الأول الى الإطار المفاهيمي للدراسة، حيث شرحنا فيه محتوى المبحث الأول ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بمطلبين مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وفي المطلب الثاني خصائص مواقع التواصل الاجتماعي، وثانيهما المبحث الثاني عرجنا فيه على أنواع مواقع التواصل الاجتماعي بمطلبين اهم مواقع التواصل الاجتماعي والثاني سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي.

اما الفصل الثاني فكان محتواه الأداء الوظيفي للعلاقات العامة وانتظمت مباحثه الى مبحثين اثنين أولهما ماهية الأداء الوظيفي وثانيهما ماهية العلاقات العامة، وتم شرح محتوى المبحثين في ثلاثة مطالب لكل مبحث. وفي الأخير الإطار التطبيقي، اندرج تحته تفرغ وتحليل البيانات كميًا وكيفيًا وعرض النتائج العامة للدراسة.

الإطار المنهجي

الإطار التمهيدي للدراسة:

أولاً: الإشكالية

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع

ثالثاً: أهمية وأهداف الدراسة

رابعاً: منهج الدراسة

خامساً: مجتمع الدراسة

سادساً: مفاهيم الدراسة

سابعاً: نظرية الدراسة

ثامناً: الدراسات السابقة

تاسعاً: صعوبات الدراسة

### أولاً: الإشكالية:

عرفت مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً واسعاً في استخداماتها ومواقعها المتنوعة إلى كل مستوى اجتماعي وفئة اجتماعية على اختلاف أجناسهم وأعرافهم، وما انتهت إليه أغلب الدراسات إثبات القدر الكبير من الوقت المستهلك من موظفي الدولة في ارتياد هذه المواقع (فيسبوك، تويتر...) والتفاعل معها.

تعد فئة الموظفين الإداريين بالدولة من أكثر الفئات زيارة لهذه المواقع وتفاعلاً عليها مما يقضي بلا شك التأثير بها يظهر ذلك انعكاساً على أداء المهام الموكلة إليهم وكيفية الاستفادة منها في الارتقاء بمستواهم الوظيفي والإداري بما يرجع بالنضج عليهم وعلى المجتمع بأسره.

والعلاقات العامة الموجودة في كل المؤسسات منها العامة والخاصة الخدمائية والإنتاجية والدائرة من بين المؤسسات الخدمائية التي تمثل فيها العلاقات العامة الجهاز الفعال الذي يساهم في تحسين الأداء الوظيفي لموظفي الدائرة أو جمهورها الداخلي من خلال الأنشطة المتنوعة بالتعاون مع الهيئات وأفراد المجتمع وذلك إيماناً منها بالتكامل في الأدوار.

وبناءً على ما سبق يظهر لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً هاماً في تحسين الأداء الوظيفي للعلاقات العامة ومع جمهورها الداخلي والخارجي وتحديد وضبط العلاقات على المستوى الخارجي وكذلك دور هذه الوظيفة في المؤسسة الخدمائية وتطويرها ونجاحها.

ومن هنا يمكن أن نطرح التساؤل التالي:

**ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسة؟**

ومن خلال التساؤل الرئيسي نطرح جملة من التساؤلات الفرعية

تساؤلات الدراسة تتمحور فيما يلي:

- 1- ما مدى استخدام موظفي دائرة الخبانة المواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي لموظفي دائرة الخبانة؟
- 3- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الوظيفي لموظفي دائرة الخبانة؟
- 4- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الوظيفي للعلاقات العامة؟

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع:

أ- الأسباب الذاتية:

- الميل الشخصي للموضوع
- اثناء المكتبة بمرجع علمي.

ب- الأسباب الموضوعية:

- تنامي إهتمام المؤسسات الإدارية الجزائرية بدور مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر...)، وتوعية هذا الدور كهدف لتحسين الأداء الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسة.
- التعرف على مفاهيم الدراسة الحالية في المؤسسات الإدارية باعتبارها قطاع هام للدولة.
- ابراز أهمية العلاقات العامة وتأثيرها على الأداء الوظيفي للموظفين.
- تحسيس المسؤولين بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي والدور الذي تلعبه في تحسين أدائهم الوظيفي.

ثالثا: أهمية وأهداف الدراسة:

أ- أهمية الدراسة:

- يستمد هذا الموضوع أهميته من كونه موضوع آني وله علاقة بالدراسة التطورات التكنولوجية الراهنة وهو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسة دائرة الخبانة.
- يمكن أن يساهم هذا البحث في زيادة الاهتمام العلمي.
- تنامي دور مواقع التواصل الاجتماعي في جل المجالات الحياتية، سواء في إقتصادية أو إجتماعية أو السياسية أو الثقافية وخاصة في المجال الإداري الذي أصبح يتعامل بكثرة بمواقع التواصل الاجتماعي مع جمهورها الداخلي والخارجي.

ب- أهداف الدراسة:

تبرز أهداف الدراسة من خلال ما يلي:

- توضيح ماهية كل من مواقع التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي والعلاقات العامة مع التعرض إلى مختلف العوامل المؤثرة فيهم.
- معرفة أهداف مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير المؤسسات الإدارية.
- معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين مستوى الأداء الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسة.

### رابعاً: منهج الدراسة:

للإجابة على الإشكالية المطروحة إلى طبيعة الموضوع إعتدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وهناك من يعرفه بأنه " محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة للوصول إلى فهم أفضل وأدق أو وضع السياسات والإجراءات المستقبلية الخاصة بها". (المحمودي محمد سرحان علي، 2019، صفحة 4)

وذلك يهدف تبيان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسة، حيث سيتم الحصول على البيانات اللازمة من خلال البحث في الجانب التطبيقي وذلك بتوزيع الاستبيان تم اعداده لهذا الغرض، ويمكن تعريفه (الاستبيان) " بأنه أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من المستبحثين". (طه عبد العاطي نجم، 2015، صفحة 335)

### خامساً: مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع البحث في هذه الدراسة هي العينة القصدية (التحكمية) وهي التي يتم اختيار وحداتها وفق وجهة نظر الباحث لاعتقاده من أنها تعطي نتائج مرضية. (اعبد المجيد عبد الحميد البلداوي، 2007، صفحة 72)

ويتكون مجتمع الدراسة هنا من موظفي دائرة الخبانة وقد طرحنا عليهم أسئلة حيث وزعت عليهم 20 استبانة وبعد توزيعها وتجميعها. استرجعنا منها 15 استبانة حيث ان الباقي التي لم تسترجع فكانت بسبب ضيق الوقت والخرجات الميدانية. ومن بين أنواع الاستبيان الذي استخدمته في طرح الأسئلة هو الاستبيان "المغلق" وهو الذي يتطلب أسئلته إجابة واحدة لكل سؤال مثلاً ب نعم أو لا أو موافق أو غير موافق. (طه عبد العاطي نجم، 2015، صفحة 336)

### سادساً: مفاهيم الدراسة:

**الدور لغة:** من الفعل دار يدور، أي تحرك اتجاهات متعددة في مكانه وكلمة الدور مستعارة من حياة المسرح وأول من استعملها بهذا المعنى "نتش" (NIHE) حيث الفرد يمثل مجموعة السلوك على خشبة المسرح وكأن التنظيم الاجتماعي مسرح حياة الجماعة وأفرادها يملكون تلك الأدوار المتعددة والمختلفة حسب اختلاف مراكزهم.

**اصطلاحاً:** يعرف الدور بأنه وظيفة الفرد أو الجماعة أو الدور الذي يلعبه الفرد في جماعته أو الموقف الاجتماعي.

يستخدم مصطلح الدور في علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي والانثروبولوجيا بمعاني مختلفة، وينطلق كمظهر للبناء الاجتماعي على وضع اجتماعي معين، يتميز بمجموعة من الصفات الشخصية والأنشطة التي تخضع لتقييم معياري إلى حد ما من قبل أولئك الذين يكونون في الموقف ومن قبل آخرين.

يعرفه "لينتون" ويقول: أن الدور هو المظهر الديناميكي للمكانة فالسير على هذه الحقوق والواجبات معناه القيام بالدور. (قلاي صبيحة، تونسسي سهيلة، 2015، 2014، صفحة 10، 11)

إجرائيا: هي الوظيفة أو المنصب الذي يحتله الفرد الذي يحقق واجباته وحقوقه الاجتماعية.

### مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا: هي حلقات اجتماعية كما في الحياة اليومية، إنما الفرق أنها عبر الانترنت وهي تضم مواقع خاصة وعمامة من كتابات وصور وأفلام ودردشات وتعارف.

هي مواقع مبنية على فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم عن طريق أفراد تعرفهم مثل (MYSPACE FACEBOOK). (ماهر عودة شمائل وآخرون، 2015، صفحة 200)

اجرائيا: يقصد في هذه الدراسة بمواقع التواصل الاجتماعي: على أنها مجموعة من المواقع كالفيسبوك والتويتر والانستجرام التي من خلالها يقوم الأفراد بإنشاء صفحة خاصة بهم إذ أصبحوا يتبادلون فيها عاداتهم وتقاليهم وخبراتهم الاجتماعية وتبادل الأفكار.

### الأداء الوظيفي:

لغة: يشير المعنى اللغوي للفعل أدى إلى معنى مشيا ليس بالسرير ولا بالبطيء وأدى الشيء قام به، وأدى الشهادة أدلى بها، وأدى إليه الشيء أوصله إليه، وهكذا يتضح بأن المعنى الدقيق في اللغة العربية لكلمة أداء هو قضاء الشيء أو القيام به.

اصطلاحا: هو تحقيق بعض الشروط أو الظروف التي تعكس نتيجة ما أو مجموعة نتائج معينة لسلوك شخص معين أو مجموعة أشخاص. (فايز عبدالرحمان الفروخ، 2010، صفحة 42).

إجرائيا: هو كل جهد يبذله الفرد أو العامل ما من أجل الحصول على نتائج معينة.

### العلاقات العامة:

لغة: من حيث البناء اللفظي لمصطلح العلاقات العامة نجد أنها مركبة من كلمتين الأولى العلاقات والثانية العامة" علاقات هي جمع علاقة وأصلها من الفعل (علق) بفتح العين وكسر اللام وفتح القاف (علوقا) أي تعلق ومنها قول بعضهم تربطهم بهم علاقة وهي من الصلة والنسب" علائق جمعها علاقات: وتعني الارتباط والصلة ويقال: ما بينهما علاقة أي شيئين يتعلق به أحدهما عن الآخر ويقال: " لي في هذا العلاقة" أي تعلق ....

"والعلاقات فن إقامة التفاهم بين شخصين أو مؤسسة والجمهور"

العامة: جمع عوام من عم وهي مؤنث العام وتعني عامة الناس أي اختلاف خاصته (هدى غرسي، 2016، 2015، صفحة 7)

اصطلاحا: هي فن الحصول على رضا الجمهور وثقته وتأييده والوصول إلى ذلك عن طريق الاتصال والتفسير الكافيين.

عرفتها موسوعة المعارف البريطانية: العلاقات العامة عبارة عن مظاهر النشاط المتصلة بتفسير وتحسين العلاقات القائمة بين منظمة ما أو فرد من الأفراد أو بين الجمهور. (محمد صدقي ، 2020، صفحة 25)

اجرائيا: هو فن أو نشاط اتصالي يقوم به رجل العلاقات العامة لإدارة المؤسسة عامة أو خاصة.

### سابعاً: نظرية الدراسة

#### مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية. والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام، الى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الاعلام. (حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، 1998، صفحة 239).

يطلق عليها البعض نموذج والبعض، والبعض الآخر مدخل، ويطلق عليها اخرون منظور.

ويشعر بعض النقاد ان أسلوب المنافع والاشباع اقل من ان يكون نظرية مستقلة بذاته، وما هو الا صياغة معادة محدود لجوانب معينة من نظريات التأثير الانتقائي... كما يرون أن البحث باستخدام منظور المنافع والاشباع لم

يولد حتى الآن سوى القليل من القوائم عن الأسباب التي يبرر بها الناس انتقائهم واهتمامهم بأنواع مختلفة من المضمون الإعلامي.

### أهداف النظرية:

✓ التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

✓ توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الاعلام والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

✓ التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري. (محمود حسن اسماعيل، 2003، صفحات 252، 255).

### ثامنا: الدراسات السابقة:

#### الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى: نومار مريم نزيهان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر باتنة. السنة: 2012.

إشكالية الدراسة: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟  
واندرج عن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - الفيس بوك - لدى الجزائريين؟

- ما هي دوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفيس بوك؟

- كيف يؤثر استخدام الفيس بوك على العلاقة الاجتماعية لدى الجزائريين؟

أهمية الدراسة: الكشف عن أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات القائمة بين الأفراد وذلك من خلال العلاقات الافتراضية التي تسعى إلى محاكاة الواقع وبالتالي التأثير بشكل كبير على طبيعة العلاقات السائدة بينهم.

#### نتائج الدراسة:

- يستخدم أغلب أفراد العينة موقع الفيس بوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف.

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مستخدم الذكور والاناث وتبين أن المبحوثين الأكبر يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع الفيس بوك.

**الدراسة الثانية:** قلائي صبيحة، تونسي سهيلة، العلاقات العامة في تحسين أداء الموظفين داخل المؤسسة الخدمائية، دراسة وصفية مسحية بمؤسسة اتصالات الجزائر بأم البواقي، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي. السنة: 2015/2014.

### إشكالية الدراسة

هل تلعب العلاقات العامة دورا في تحسيت الأداء الوظيفي في المؤسسة الخدمائية اتصالات الجزائر بأم البواقي؟  
وينبثق في هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مكانة العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية اتصالات الجزائر؟

- ما هي الوظائف التي تقوم بها المؤسسة الخدمائية اتصالات الجزائر في مجال العلاقات العامة لتحقيق أداء الموظفين؟

- ما هي الوسائل الاتصالية التي تستخدمها المؤسسة الخدمائية اتصالات الجزائر لتحسن الأداء الوظيفي لموظفيها؟

### أهداف الدراسة:

- معرفة طبيعة نشاط العلاقات العامة بالمؤسسة الخدمائية اتصالات الجزائر.

- معرفة مكانة جهاز العلاقات العامة في التنظيم الإداري لمؤسسة اتصالات الجزائر.

- الرغبة في ابراز أهمية وجود حلقة وصل بين المؤسسة الخدمائية وجمهورها الداخلي وأثرها على سيرورة المؤسسة.

- الرغبة في معرفة كيفية تحسين العلاقات العامة لأداء الموظفين داخل المؤسسة الخدمائية.

### نتائج الدراسة:

- أظهرت نتائج الدراسة الاهتمام بالعلاقات العامة مؤخرا وحديثا بناءً على تصريحات المكلفة بالعلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر.

- توصلت الدراسة إلى مكانة العلاقات العامة متواضعة جدا فوظيفة العلاقات العامة خارجية أكثر منها داخلية.

- عدم استخدام مفهوم العلاقات العامة لتقص الدورات التدريبية والتوضيحية في هذا المجال.

## الدراسات العربية

رأفت مهند دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة ماجستير في الاعلام  
السنة، 2013.

### اشكالية الدراسة

ما طبيعة استخدام طلبة جامعات الموصل والانبار وتكريت لمواقع التواصل الاجتماعي (Facebook،  
YouTube، Twitter )

وأثرها في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات والفكر السياسي لديهم؟

- كيف يقيم طلبة جامعات الموصل والانبار وتكريت مواقع التواصل الاجتماعي ( فيسبوك، تويتر، يوتيوب )  
من بين وسائل الاعلام الأخرى؟

- هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح قضايا معاصرة تمم الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل  
والانبار وتكريت؟

### أهداف الدراسة

1. معرفة مدى مشاركة الاعلام الجديد ممثلا بمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب) في تشكيل  
الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين في كل من جامعات الموصل والانبار وتكريت
2. معرفة مدى درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في طرح القضايا المعاصرة التي تمم المجتمع العراقي.
3. البحث بالآثار المترتبة على استخدام المدونات وشكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعة وتأثيرها  
على الراي العام للجماهير (والمقصود هنا التغذية الراجعة)
4. الخروج باء اقتراحات وتوصيات تسهم في تطوير دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية للطلبة  
العراقيين.

### اهم نتائج الدراسة

إن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والانبار وتكريت  
لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05%) في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على  
الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي باختلاف متغيرات النوع، مكان السكن، المرحلة الدراسية، الكلية، الفئة  
العمرية.

✓ أظهرت نتائج الدراسة لاستخدام ثلاثة مواقع التواصل الاجتماعي وهي الفاسبوك ويوتيوب بنسبة

(12.65%)، و تويتر بنسبة (11.65%) بنسبة (65.5%)

- ✓ - أظهرت النتائج بان ما نسبته (59.0%) من افراد العينة هم مقنعين بان الاحداث التي شهدتها الدول العربية كانت سببا للاشتراك بشبكات التواصل الاجتماعي فيما كانت نسبة (41.0%) لأفراد العينة التي لم تتأثر باشتراكها بمواقع التواصل الاجتماعي في الاحداث التي جرت في الدول العربية.
- ✓ أظهرت النتائج بان نسبة (60.0%) من الأفراد التي لم يتأثر افرادها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة لما يحدث بالعراق بينما كانت نسبة (10.5%) من افراد العينة الذين قل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة لما يحدث بالعراق.

### تاسعا: صعوبات الدراسة:

- ✓ - عدم الإجابة على الاستبيان لبعض الموظفين لأسباب لا نعلمها.
- ✓ صعوبة الحصول على المراجع وتجميعها وتنظيمها.
- ✓ تكلفة التحليل الاحصائي لأنني ليس لدي الخبرة في تحليل البيانات رغم كثرة المحاولات باستخدام البرامج الحديثة.

## الفصل الأول

### الإطار المفاهيمي للدراسة

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها.

1-1 مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

1-2 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

1- أهم مواقع التواصل الاجتماعي

2- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

## تمهيد:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر والانستجرام واليوتيوب أهمية كبيرة ونمو وسريعا في المجتمع ولكن يبقى الشيء المؤسف أنها بدون ضوابط تضبط حدو استعمالها(استخدامها) فقد تجاوزت جميع الثوابت الأخلاقية والدينية والتربوية والاجتماعية وكثر التساؤل عن مشروعيتها وكيفية التعامل مع إيجابيات وسلبيات هذه المواقع (الفيسبوك التويتر... الخ).

في هذا الفصل انقسم إلى مبحثين كل مبحث بمطلبين، المبحث الأول بعنوان ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وفيه مطلبين، المطلب الأول يتحدث عن مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي والمطلب الثاني عن خصائص مواقع التواصل الاجتماعي، والمبحث الثاني بعنوان أنواع مواقع التواصل الاجتماعي حيث في المطلب الأول تكلمنا على أهم مواقع التواصل الاجتماعي والمطلب الثاني كان على إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأته

1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي منذ ظهورها في القرن العشرين ومن بين هذه التعاريف نجد ما يلي:

هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. (زاهر راضي، 2003، صفحة 23)

إنها مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت، وإنها الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي. (السعيد مبروك إبراهيم، 2019، صفحة 63).

هي مواقع وخدمات إلكترونية توفر بسرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الأنترنت. (كاتب فراس، عقون دنيا، 2016/2015، صفحة 34).

عرفها زايد فيري على أنها تجمعات إجتماعية تظهر عبر شبكات الأنترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الالكتروني. (ليلي أحمد جزار، 2012، صفحة 37).

## 2. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات، مثل (كلاس ميتس class meets) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع (سكس دجريزس، SixDegrees.com) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وكانت تقوم فكرته أساساً على فكرة بسيطة يطلق عليها -الدرجات الست للانفصال-، أي الافتراض أي أن أي شخص في العالم لا تفصله عن الآخر أكثر من ست درجات (أو أشخاص)، ويمكن التوصل إلى أي شخص في الدنيا عن طريق هؤلاء الأشخاص الستة، فظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية لمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، إلا أن هذا النوع من المواقع الالكترونية لم يلق رواجاً في ذلك الوقت على الرغم من توفير تلك المواقع لخدمات متشابهة لما هو موجود في مواقع التواصل الاجتماعية الحالية، فهي لم تستطع أن تدر ربحاً مالياً وتم إغلاقها، وبعد ذلك وخلال الفترة من 1990-2001 ظهرت مجموعة من المواقع الاجتماعية الأخرى التي كان لها نصيب من سبقها في عدم تحقيق النجاح، فلاقت ذات المصير وتوقفت وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية العام 2002، حيث ظهر موقع (فرندير، FRIENDSTER) الذي حقق نجاحاً دفع جوجل إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (سكاي روك، SKYROOM) كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007 وقد استطاع موقع (سكاي روك) تحقيق انتشار واسع ليصل في يناير 2008، إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقاً لعدد المشتركين.

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع (ماي سبيس) الأمريكي الشهير الذي تفوق على (جوجل) في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر موقع (ماي سبيس) من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير (فيسبوك) والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع (ماي سبيس)، حتى قام (فيسبوك) في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي (فيسبوك) بشكل كبير، وعلى مستوى العالم ونجد بالتفوق على منافسه اللدود (ماي سبيس) عام 2008. (ليلي أحمد جرار، 2012، الصفحات

## المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

يوجد العديد من الخصائص التي تمتاز بها مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها وهي كالآتي

1. **الشمولية:** حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغى من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.
2. **التفاعلية:** فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغى السلبية المقيتة في الاعلام القديم التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.
3. **تعدد الاستعمالات:** مواقع التواصل سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا.
4. **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.
5. **اقتصادية في الجهد والوقت والمال:** في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل فالكل يستطيع امتلاك حيز للشبكة على مواقع التواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى. (عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، 2015، صفحة 8).
6. **الحضور الدائم غير المادي:** توفر هذه الشبكات إمكانية التواصل بين مستخدم وآخر دون الحاجة لأن يلتقيا في وقت متزامن وذلك من خلال ترك رسالة نصية أو صورة أو معلومة أو غيرها... من مجالات اهتمام الشخص الذي بمقدوره أن يرد عليه بنفس الطريقة، كما يمكن لهما أن يتواصلا مباشرة سواء من خلال الدردشة النصية أو الشفهية باستعمال الميكروفون. (مصعب حسام الدين لطفي قتلوني، 2012، صفحة 89).

## المبحث الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

### المطلب الأول: أهم مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن تحديد اهم مواقع التواصل الاجتماعي من خلال ما يلي:

#### 1. الفيسبوك: أنشئ هذا الموقع عام 2004 على يد " مارك زوكربغ" Mark Zuckerberg

الذي كان طالبا في جامعة هارفرد في حينه وسمي الفيس بوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى بـ " كتب الوجوه" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف اعادة الفرحة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج، حيث يتفوق الطلاب في شتى الأنحاء.

والفيس بوك من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعريف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه، ولذلك يشترط في هذا الموقع استعمال الأسماء المستعارة أو الألقاب.

ويستطيع كل عضو فيه أن يقف على آخر الأخبار أصدقاؤه عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل أو نبذ من الأخبار لإبلاغ أصدقاؤه بأخباره واجتماعاته وأي صور أو مقاطع فيديو أو قطع موسيقية يرغب في إطلاعهم عليها.

وقد حقق هذا الموقع نجاحا وانتشارا واسعا قلّ نظيره على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، حيث بلغ عدد معدل الاشتراكات الجديدة 150 ألف مشترك جديد يوميا. (علي خليل شقرة، 2014، صفحة 64،65)

#### 2. تويتر: اشتق اسم تويتر من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد) واتخذ من العصفور رمزا له وهو

خدمة تسمح للمغردين ارسال رسائل نصية قصيرة لا تتجاوز (140) حرفا وقد بدأ عام 2006. وعندما قامت شركة (obvious) على اجراء بحث لتطوير خدمة التدوين المصغرة ثم في نفس العام اتاحت الخدمة لعامة الناس وفي ابريل 2007 قامت الشركة بفضل هذه الخدمة عن الشركة الام واستخدمت لها اسما خاصا أطلقت عليه (تويتر)

ويقدر عدد المسجلين على تويتر ب 1.3 مليار ويبلغ عدد المستخدمين النشطين شهريا حوالي 336 مليون مستخدم. (عبدالطوب محمد عثمان، صفحة 27).

**3. اليوتيوب:** وفرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتطورها في مجال الانترنت وتقنية اليوتيوب التي اتخذت تنتشر بشكل واسع بين المستخدمين من كل الفئات نتيجة لما تحمله من خصائص اتصالية تمكن المستخدم من الاطلاع على مضامينها في أي وقت وخارج حدود الزمن المقيد به داخل شاشة التلفزيون والتعليق عليها وفق رؤيته الخاصة لهذا المضمون بعيدا عن رقابة حارس البوابة التي يمكن ان تحذف او تعدل من الرسالة الاتصالية في الرسائل التقليدية.

وانطلق مع اليوتيوب في 14 شباط عام 2005 على يد كل من (شاد هيرلي وستيف شين وجاويد كريم) الموظفون السابقون في مؤسسة (باي بال) وخلال صيف عام 2006 أصبح اليوتيوب واحدا من المواقع الأسرع تطورا وانتشارا على شبكة الانترنت اختارت مجلة تايم الامريكية اليوتيوب أفضل موقع عام 2006، ويشتمل المواقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، وقام جوجل عام 2006 بشراء الموقع مقبل 1.65 مليار دولار ويتيح لليوتيوب للقائم بالاتصال عددا من المزايا التي تتمثل في:

✓ التعرف إلى حد كبير على طبيعة أشخاص قاموا بنشر مواد فيديو بعينها، من خلال تتبع اسمه على اليوتيوب وتصفح ما سبق نشره على الانترنت وهذا أحيانا يعطي دلالات أو محاذير في التعامل مع الفيديو.

✓ تعطي المواد المرئية أحيانا تفاصيل تقيد الصحفي الميداني في بلورة الأفكار وجمع المعلومات. (سعد سلمان المشهداني فراس حمود العبيدي، 2020، صفحة 102)

**4. واتساب:** وهو تطبيق مراسلة فورية للهواتف الذكية أسسه "جان كوم" و "براين اکتون" في عام 2009 وتم شراؤه لاحقا بواسطة فيسبوك في عام 2014.

وكشفت شركة فيس بوك أن عدد مستخدمي التطبيق واتساب في بداية 2018 وصل إلى 1.5 مليار مستخدم. (عبدالطوب محمد عثمان، صفحة 28).

وشكل منافسه واتساب نموذجا جديدا للتواصل من خلال شبكة الانترنت وبقي كذلك حت ظهور منافسه الفاير في عام 2021 ففي حين كان معظم اعتماد الفئات الشابة وحتى المسنة على الرسائل القصيرة ونظرا لارتفاع

أسعارها وتقييد ارسال الوسائط المتعددة معها جاء واتسب ليحل هذه المشكلة ويوفر خدمة ارسال الرسائل النصية والوسائط المتعددة بالمجان. (سعد سلمان المشهداني فراس حمود العبيدي، 2020، صفحة 105)

**5. انستجرام:** هو أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي. وهو عبارة عن تطبيق يسمح للمستخدم بأخذ الصور واجراء التعديلات الرقمية والفلاتر عليها حسب الرغبة. ثم مشاركتها مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدا تطوير هذا التطبيق في عام 2010 بشكل خاص لأجهزة أبل. Ipad. iPhone بهدف تقديم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الأجهزة مع قائمة الأصدقاء الخاصة على مواقع التوال الاجتماعي المختلفة. وحتى لق هذا التطبيق راجا بدا بتطوير نسخة أخرى منه للعمل على الأجهزة. (رضا أمين، 2015، صفحة 121،122)

التي تدار باستخدام نظام التشغيل (اندرويد) اذ لاقى شعبية كبيرة حتى ان أكثر من مليون مشترك قام بتحميل هذا التطبيق على جهازه خلال 12 ساعة فقط من طرحه.

ويبلغ عدد المشتركين في موقع انستجرام والذين يتبادلون الصور من خلال حساباتهم على الأن أكثر من 30مليون مشترك خلال عامين فقط من بدء استخدام الموقع يحملون ويشاركون مئات الملايين من الصور على حساباتهم الشخصية.

**6. لينكدان:** هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، تأسس في ديسمبر 2002، وبدأ في 5 مايو 2003، ويستخدم الموقع أساسا كشبكة تواصل مهني، ويبلغ عدد مستخدميه المسجلين في الموقع أكثر من 175مليون من أكثر من 200 دولة وفق لإحصائيات 2012 والموقع متوفر على 19 لغة هي الإنجليزية والفرنسية والألمانية والاسبانية والبرتغالية والروسية والتركية واليابانية ولا يدعم العربية حتى الآن، ومقر الشركة في كاليفورنيا ب الولايات المتحدة الأمريكية.

في يونيو 2008 قامت شركة سيكوييا كابيتال، وفريلوك بارترز، وشركات استثمارية أخرى بشراء 5% من الشركة مقابل 53 مليون دولار، بعدها تم تقييم الشركة بحوالي مليار دولار. (رضا أمين، 2015، صفحة 122،123)

## المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

### 1. إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

لمواقع التواصل الاجتماعي إيجابيات يستفيد منها المستخدم ان أحسن استخدامها ومن بين هذه الإيجابيات وفق ما يلي:

#### 1.1. الاستخدامات التعليمية: تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير

التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم واولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر.

واستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم، ما يوفر جوا من مراعاة الفروق الفردية، كما أن التواصل يكسب الطالب الخجول فرصة التواصل مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وابدأ الرأي. (عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، 2015، صفحة 68)

#### 1.2. نافذة حرية مطلقة على العالم: لقد وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص، في

الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للإطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره، فقد وفرت هذه المواقع مخرجا للملايين من أبناء الطبقات الوسطى والفقيرة لكي يتواصلوا مع أمثالهم حول العالم ومجانا دون الحاجة للسفر، كما وفرت متنفسا للملايين من نساء وشباب العالم الثالث وخاصة في دولنا العربية للهروب من الواقع المحيط الاجتماعي وقيود العادات والتقاليد.

#### 1.3. فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، خاصة في

مجتمعاتنا العربية حيث الشباب والشابة يقبلون في ظل الأهل ويتبعونهم في تصرفاتهم وعاداتهم وثقافتهم، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى صعيد عالمي، ويبدأ الشاب أو الفتاة بالشعور بذاته الافتراضية تكبر وتتطور مع تفاعلهم مع الغير

وتواصلهم مع مختلف الحضارات والثقافات الأخرى، فتتوسع أفاقهم ومداركهم أكثر مما لو بقوا رهائن محصورة في محيط العائلة والعشيرة.

**1.4. أكثر انفتاحا على الآخر:** إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد واللون والمظهر والميول، ومع إنخراطك ضمن ثقافة الإنفتاح على الغير التي يتمتع بها معظم مواقع التواصل فإنك ستتعرف على أشخاص جدد، كون مواقع التواصل هذه توفر خاصية إضافة الأصدقاء وإرسال الرسائل الودية والدعوة إلى تلك المجموعة أو ذلك الموقع، حيث إنك بمجرد إرسال دعوة صداقة وقبول تلك الدعوة من الشخص الآخر، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى. (خالد غسان يوسف المقدادي، 2013، صفحة 68)

**1.5. إلغاء إمكانية التعقيم على الوقائع ومن ثم تحقيق المصادقية والشفافية وتفعيل مبدأ الحق في الإطلاع (أي حرية تداول المعلومات).**

**1.6. تحقق قدرا لا بأس به من الترفيه والتسلية.**

## 2. سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

لمواقع التواصل الاجتماعي سلبيات عديدة ومتعددة التي تضر مستخدميها ان أساء استخدامها وهي كالتالي:

**2.1 توجيه رسائل مغالطة:** لممارسة التلاعب على عواطف الشباب، واللعب على وتر الدين، كذلك المقاطع التي يتم نشرها لأفراد يعذبون آخرين بوحشية مع تعليق بكلمات تحاطب العواطف وتحرضها على اتخاذ مواقف عدوانية اتجاه افراد معينين. (أعمر يوسف، 2007، صفحة 800)

**2.2 بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة المفسدة:** وهذا البث مما يحدث خلاا أمنيا وفكريا، وخاصة أن أكثر رواد الشبكات الاجتماعية من الشباب مما يسهل إغرائهم وإغوائهم بدعوات لا تحمل من الإصلاح شيئا بل هي للهدم والتدمير، وقد يكون وراء ذلك منظمات وتجمعات، بل ودول لها أهداف تخريبية.

**2.3** **التشهير والفضيحة والابتزاز والتزوير:** وهي أخلاقية تظهر على الشبكة العنكبوتية بشكل عام لسهولة التدوين والتخفي على الشبكة، وهي أخلاقيات لا تحتاج إلا بالضرورة إلى تعرف تامة بالبرمجة والبرمجيات، ولا تستند في الغالب العام إلى مستند شرعي حقيقي، فلا يحتاج صاحبها للتعليل والاثبات، كل هذا تقابله أنظمة وقوانين لا تلك الرد الرادع لمثل هذه التصرفات.

وللابتزاز قد يكون أخلاقي بالصور أو مقاطع فيديو خاصة، أو أخذت كرها وغصبا وهي من أكثر صور الابتزاز على الشبكات الاجتماعية، وقد يكون مالي من قبل أشخاص أو من قبل عاملين في مؤسسة أو شركة خاصة عند ترك العمل أو الفصل،

فقد تكون معه معلومات فيساوم صاحب المؤسسة أو الشركة على تلك المعلومات، والتزوير من أكثر جرائم نظم المعلومات على الاطلاق، ويتم التزوير في الصور شتى منها على سبيل المثال: ادخال بيانات خاطئة أو تعديل البيانات الموجودة، ومن صورها على الشبكات الاجتماعية كتزوير البيانات الخاصة لشخص مثل الجنس أو العمر أو وضع صورة مخالفة للواقع.

**2.4** **انتهاك الحقوق العامة والخاصة:** الخصوصية أو الخصوصية الاعتبارية للمواقع من الحقوق المحفوظة والتي يعتبر لا إعتداء عليها جرما يستحق صاحبها العقاب والتجريم، وقد أدى انتشار الشبكة وخاصة الاجتماعية بما عمله من خصوصية إجتماعية للشخص والمواقع، إلى سهولة هتك ستار الحقوق والتلاعب بها إما بالتعطيل أو التغيير أو بالاستغلال السليبي لها ولمعلوماتها.

وانتهاك الخصوصية يتم ذلك من عدة طرق، منها انتحال الشخصية الخاصة أو الاعتبارية للمواقع والشركات، فكل شخصية فردية واعتبارية حقوقها المحفوظة، وخاصة للشخصيات المهمة والمميزة والشهرة والثقة الاعتبارية لكثير من الشخصيات والمواقع. (سلطان مسفر، 1432هـ/2011م،، صفحة 18،17)

**2.5** **إضاعة الوقت:** بمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى، ومن ملف لأخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد منفعة له أو لغيره، فهذه المواقع تهدر الكثير من وقت الشباب هذه الأيام دون فائدة تجني، فهناك 16% من طلاب الجامعة يقضي أكثر من ثلاث ساعات في تصفح الفيس بوك فقط لقضاء وقت الفراغ.

2.6 الإدمان وإضعاف مهارة التواصل: هي من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب والمراهقين، فإن قضاء الوقت الطويل أما شاشة الكمبيوتر وصدوره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع، والكثير من الشباب اليوم يعاني من صعوبة في تغيير طريقة حياته بعد اشتراكه في عالم الشبكات الاجتماعية فقد أدمن الكثير منهم عليها ولا يستطيعون الاستغناء عنه إن أرادوا ذلك. (جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، 2015، صفحة 67،64)

## الفصل الثاني: الأداء الوظيفي والعلاقات العامة

### المبحث الأول: ماهية الأداء الوظيفي

- 1- مفهوم الأداء الوظيفي
- 2- عناصر الأداء الوظيفي
- 3- محددات الأداء الوظيفي

### المبحث الثاني: ماهية العلاقات العامة

- 1- مفهوم العلاقات العامة
- 2- وظائف العلاقات العامة
- 3- أهمية وأهداف العلاقات العامة

### تمهيد:

لقد اهتم العديد من الباحثين بموضوع الأداء الوظيفي حيث أصبح هذا الأخير بمثابة الوسيلة التي تهتم بها الإدارات والمؤسسات (العامة، والخاصة) حيث أن اختيار الكفاءة في المؤسسات لها ميزة خاصة التي لها قوى تنافسية كبيرة بين المؤسسات الأخرى، وأن أداء المؤسسة يتجسد في التخطيط وتنفيذ استراتيجياتها لأنه يمكنها من تحقيق أهدافها بمواجهة القوى التنافسية.

والعلاقات العامة لها دور مهم في المؤسسة حيث أنها توضح لنا مدى كفاءة هذا الجهاز في تحسين سير المؤسسة لأنه لا يمكن الاستغناء عليها في الكثير من المؤسسات الخدمانية نظرا للاهتمام البالغ الذي يحتلها هذا الجهاز في هذا النوع من المؤسسات وفي هذا الفصل الثاني تم تقسيمه إلى مبحثين المبحث الأول تطرق إلى مفهوم الأداء الوظيفي وعناصر ومحدداته، والمبحث الثاني تطرقنا فيه إلى المفهوم والوظائف وأهمية العلاقات العامة.

### المبحث الأول: ماهية الأداء الوظيفي

#### المطلب الأول: مفهوم الأداء الوظيفي

لقد تعددت تعريف الأداء الوظيفي التي تناولته ومن بين هذه التعاريف وفق ما يلي:

يقصد بأداء الفرد للعمل هو القيام الأفراد بالأنشطة والمهام المختلفة التي يتكون منها عمله، ويحكم على هذا الأداء بواسطة معايير محددة تستخدم لقياس الأداء، وتكون نتيجة التقييم إيجابية إذا كانت نتائج العمل المؤدى متوافقة مع معايير الأداء المحددة، وتكون نتيجة التقييم سلبية إذا كانت مخرجات العمل المؤدى خارج حدود هذه المعايير، ومن المعايير التي يمكن أن يقاس أداء الفرد عليها كمية ونوعية الجهد المبذول، ونمط الأداء. (فايز عبد الرحمن الفروخ، 2010، صفحة 42).

يمكن تعريف الأداء على أنه انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة للموارد المالية والبشرية، واستغلالها بكفاءة وفعالية بصورة تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها. (نور سماح، 2019، 2018، صفحة 92)

تعريف معجم المصطلحات العلوم الإدارية الذي عرف الأداء بأنه القيام بأعباء الوظيفة والمسؤوليات وواجبات وفقا للمعدل المفروض أداءه من العامل الكفاء. (فايز عبدالرحمان الفروخ، 2010، صفحة 43)

أما توماس جيلبرت (THOMAS GILBERT) فيتكلم عن الأداء ويؤكد بأنه لا يجوز الخلط بين السلوك وبين الإنجاز والأداء، وذلك لأن السلوك هو ما يقوم به الأفراد من أنشطة في المنظمة التي يعملون بها، أما الإنجاز هو ما يبقى من أفراد أو نتائج بعد أن يتوقف الأفراد عن العمل، أي أن مخرج أو نتاج أو النتائج، أما الأداء فهو التفاعل بين السلوك والإنجاز، إنه مجموع السلوك والنتائج التي تحققت معا. (بوقطف محمود، 2014، 2013، صفحة 58، 59).

ظهر مصطلح الأداء في القرن التاسع عشر وتعود جذوره الأصلية إلى اللغة الفرنسية وكان يعرف بأنه "النتيجة المحصلة" من قبل حصان السباقات والنجاح (Performance) الذي يحصده في ذلك السباق وبعدها أصبح يستخدم مصطلح الأداء في دلالة على نتائج سباق العدو للرجال ليتطور على مدى القرن العشرين ليكون مؤشر رقمي لاستطاعة الألة القصوى للإنتاج. (موسى حمد محمد شويحان الديلمي، 2018، 2017، صفحة 33)

إن الأداء الوظيفي الفردي هو الذي يكمل فاعلية المنظمة والذي يؤثر في الأداء الإجمالي للإدارة التي ينتمي إليها ولذلك تعهد أي منظمة بوظائفها إلى الموظفين الأكفاء والقادرين على تحمل مسؤوليات وواجباتها الوظيفية الحالية والمستقبلية. (ندى عبد باقرة، 2012، صفحة 545)

### المطلب الثاني: عناصر الأداء الوظيفي

تكمن عناصر الأداء الوظيفي فيما يلي

1. **المعرفة بمتطلبات الوظيفة:** وتشمل المعارف العامة، والمهارات الفنية، والمهنية والحلقة العامة عن الوظيفة والمجالات المرتبطة بها.
2. **نوعية العمل:** وتتمثل في مدى ما يدركه الفرد عن عمله الذي يقوم به، وما يمتلكه من رغبة ومهارات وبراعة، وقدرة على التنظيم وتنفيذ العمل دون الوقوع في الأخطاء.
3. **كيفية العمل المنجز:** أي مقدار العمل الذي يستطيع الموظف إنجازه في الظروف العادية للعمل، ومقدار سرعة هذا الإنجاز.
4. **المتابعة:** ويشمل الجدية والتفاني في العمل وقدرة الموظف على تحمل مسؤولية العمل وإنجاز الأعمال في أوقاتها المحددة، ومدى حاجة هذا الموظف للإرشاد والتوجيه من قبل المشرفين. (نادر حامد عبد الرزاق أبو شرح، 2010، صفحة 20)

### المطلب الثالث: محددات الأداء الوظيفي

نتحدث في هذا المطلب على محددات الأداء الوظيفي حيث يتميز بعض الباحثين بين ثلاثة محددات للأداء الوظيفي وهي:

1. **الجهد:** حيث يشير الجهد المبذول إلى الطاقة الجسمية والعقلية التي يبذلها الفرد لأداء مهمته.
2. **القدرات:** هي الخصائص الشخصية المستخدمة لأداء الوظيفة، والتي لا تتغير أو تتقلب خلال فترة زمنية قصيرة.
3. **إدراك الدور أو الأهمية:** يشير إلى الاتجاه الذي يعتقد الفرد أنه من الضروري توجيه جهوده في العمل من خلاله، وتقوم الأنشطة والسلوك الذي يعتقد الفرد بأهميتها في أداء مهامه بتعريف إدراك الدور، ولتحقيق مستوى مرضي من الأداء لابد من وجود حد أدنى من الاتقان في كل مكون من مكونات الأداء، ويمكن صياغة محددات الأداء في المعادلة التالية:

محددات الأداء الوظيفي = الجهد × القدرات × إدراك الدور.

فالأداء الوظيفي ما هو إلا محطة تفاعل بين كل من جهد، القدرات وإدراك الدور أو المهمة فكل

عامل لا يؤثر على الأداء بصفة مستقلة بل بتفاعله مع العاملين الآخرين.

وفي نفس المنحنى يميز بعض الباحثين محددات الأداء الوظيفي فيما يلي:

1. **الدافعية:** إن الجهد المبذول من طرف الفرد لأداء العامل فبمقدار ما يكثف الفرد جهده بمقدار ما يعكس

هذا درجة دافعيته لأداء العمل.

2. **قدرات الفرد وخبراته السابقة:** التي تحدد درجة فعالية الجهد المبذول.

3. **إدراك الفرد لدوره الوظيفي:** يعني تصورات وانطباعاته عن السلوك أو الأنشطة التي يتكيف منها عمله

وعن الكيفية التي ينبغي أن يمارس بها دوره في المنظمة.

ويمكن صياغة ومحددات الأداء في المعادلة التالية:

محددات الأداء الوظيفي = الدافعية × القدرات × الادراك.

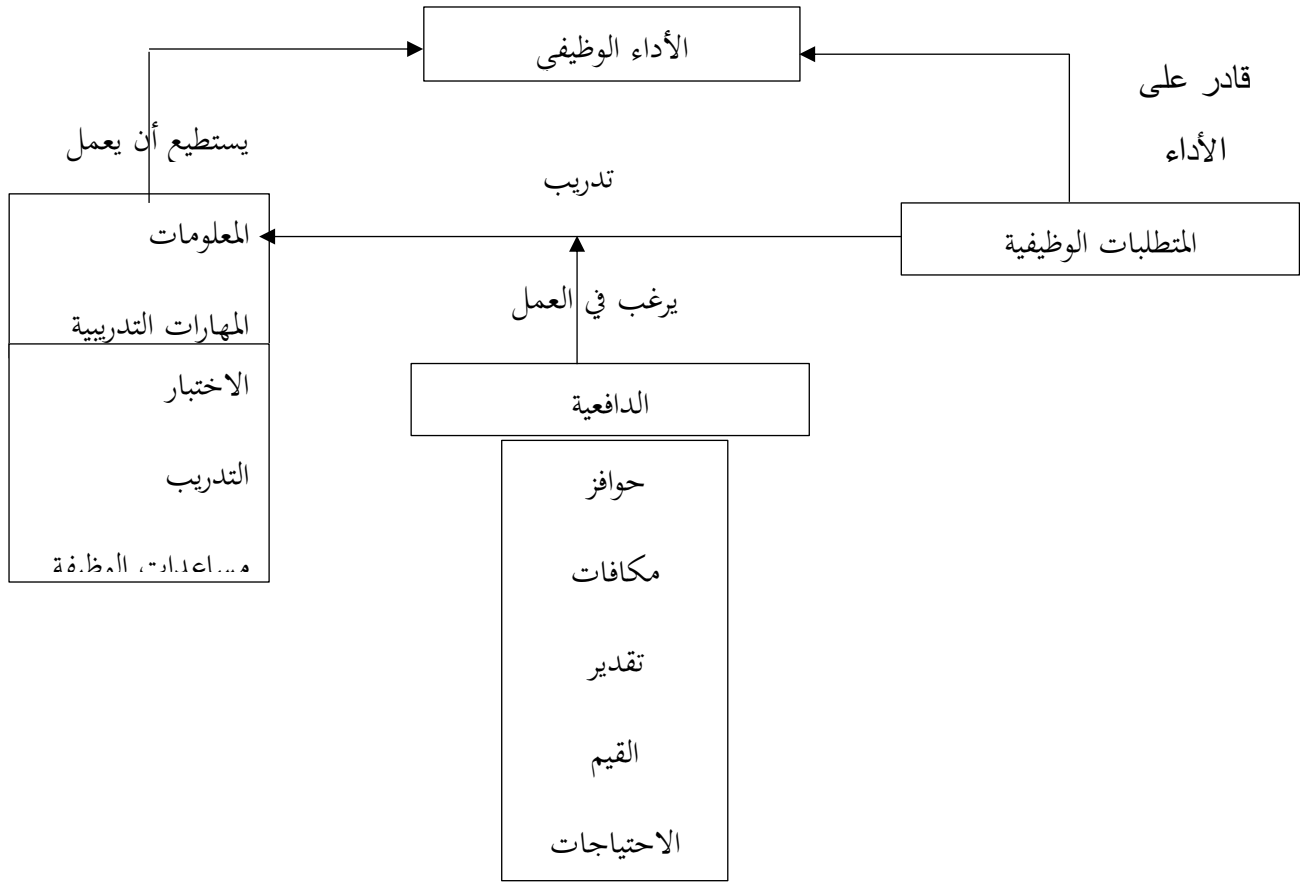
فالإدراك الوظيفي ما هو إلا محطة تفاعل بين كل من دافعية الفرد، قدرات الفرد وخبرته السابقة (التعليم،

التدريب، الخبرة...) وإدراك الفرد لدوره الوظيفي هذه العوامل الثلاثة تتفاعل فيما بينها لتحديد الأداء. (شامي

صليحة، 2010، صفحة 66)

الشكل التالي يوضح مختلف العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي:

الشكل(1-1): العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي



شامي صليحة، المرجع نفسه، ص 70.

### تحسين الأداء الوظيفي:

1. طرق تحسين الأداء الوظيفي: يوجد العديد من الوسائل والأساليب التي تساعد في تحسين الإنتاجية والأداء

الوظيفي للعاملين بالمنظمة، وهذه الوسائل تتضمن الهيكل التنظيمي، العنصر البشري، الآلات والمعدات، التكنولوجيا المستخدمة، ومن تلك الوسائل كالتالي:

- أ- تنمية القوى البشرية بالتدريب.
- ب- خلق الدوافع والحوافز لدى العاملين.
- ت- الإدارة بالأهداف.
- ث- المشاركة والعمل الجماعي.
- ج- تصميم العمل (الوظيفة).
- ح- إزالة العناصر الغير منتجة في العمل.

خ- استخدام أساليب عمل محسنة.

إن هذه الوسائل والأساليب ماهي إلا أمثلة لوسائل كثيرة يتطلب تحسين أداء أية منظمة توازن العناصر الأربعة التالية: الجودة، الإنتاجية، التكنولوجيا، التكلفة، يؤكد توازن هذه العناصر أن توقعات واحتياجات أصحاب المصلحة في المنظمة قد أخذت في الاعتبار ويطلق على هذا المنتج المتكامل إدارة التحسين الشاملة.

2. عناصر إدارة التحسين الشاملة: تتكون إدارة التحسين الشاملة من خمس عناصر أو طبقات أساسية هي:

أ- الطبقة الأولى (التوجيه): يمثل التوجيه الاستراتيجي التي تحدد اتجاهات التحسين المستقبلية، والتي تعمل على تركيز الطاقات وحشد الجهود لتحسين علاقات العمل الرئيسية في المنظمة.

ب- الطبقة الثانية (المفاهيم الأساسية): تتميز هذه الطبقة بأن أحجار بنائها تضع المنظمة أمام منهجيات التحسين الأساسية التي تتكامل من الأنشطة العادية لأداء الأعمال.

ت- الطبقة الثالثة (عمليات التسليم): مركز بناء هذه الطبقة تحفيز صناعة المنتج أو الخدمة التي تجعل المنظمة أكثر كفاءة وفعالية تزيد من قدرتها على التكيف، وفي الوقت ذاته تخفض الوقت الجهد والتكلفة.

ث- الطبقة الرابعة (التأثير التنظيمي): يختص هذا البناء بوضع المقاييس والهيكلة التنظيمي للمنظمة.

ج- الطبقة الخامسة (المكافآت والاعتراف بالفضل): ويختص هذا البناء بنظام المكافأة والاعتراف بالفضل الذي يتضمن المكافأة المالية وغير المالية يهدف دعم أهمية المهام الأخرى داخل البناء الهرمي. (شامي

صليحة، 2010، صفحة 74)

## المبحث الثاني: ماهية العلاقات العامة

### المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة

اختلفت وتنوعت تعريف العلاقات العامة باختلاف وجهات النظر للباحثين في العلاقات العامة حول عناصر الأساسية لمفهوم العلاقات العامة وذلك تبعاً لتخصصهم العلمي وذلك كما يلي:

عرفها الأستاذ الدكتور إبراهيم إمام:

العلاقات العامة هي فن الحصول على رضا الجمهور وثقته وتأييده والوصول إلى ذلك عن طريق الاتصال والتفسير.

وعرفها أحد رجال الأعمال:

بأنها توصيل الحقائق إلى الأصدقاء المرتقبين مع جمع الأدلة لكي يكونوا رأياً محدد عن قيمة شركتك وأهميتها بالنسبة لهم.

ولقد عرفت جمعية العلاقات العامة الأمريكية بأنها نشاط أي صناعة أو اتحاد أو هيئة أو مهنة أو حكومة أو أي منشأة أخرى لبناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعاملين أو الموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تدور سياستها حسب الظروف المحيطة بها وشرح هذه السياسة للمجتمع. (أحمد فرج أحمد ديب، نوفمبر 2015، صفحة 23، 25)

كانت العلاقات العامة تعرف حسب لويس مالورون بأنها مجموعة الوسائل التي تستعملها المؤسسات لخلق جو من الثقة بين عمالها وبينهما وبين الأوساط التي تتعامل معها، وفي الجمهور العريض وبصفة عامة كي تحافظ على نشاطها وتضمن تطورها ثم صارت العلاقات العامة تعين جملة العلاقات الاجتماعية المتنافسة الناشئة عن النشاط الاقتصادي في جو يسوده الإخلاص تحكمه الحقيقة. (جون شومالي ودينيس هويسمان، 2014، صفحة 13)

اعتبرها البعض «علماً يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية علة أسس من التعاون والمحبة والرعي»

التعريف المعتمد من الجمعية الدولية للعلاقات العامة:

اعتبرت هذه الجمعية العلاقات العامة «وظيفة إدارة دائمة ومنظمة» تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تعامل أو يمكن أن تتعامل معهم التفهم والتأكيد والمشاركة. (حسن الحلبي، 1980، صفحة 12،9)

### المطلب الثاني: وظائف العلاقات العامة

تتمثل وظيفة العلاقات العامة وفق ما يلي:

1. البحث: ويتمثل في الدراسات الخاصة بقياسات الرأي العام بين جماهير المنظمة الداخلية والخارجية.
2. التخطيط: ويتمثل في المساعدة في رسم السياسات المنظمة وذلك من خلال تحديد الأهداف وتصميم برامج الدعاية المناسبة والإعلام في الوقت المناسب وتوزيع الاختصاصات وتحديد الميزانيات.
3. التنسيق: ويقصد به الاتصال مع المسؤولين في الداخل والاتصال بالمنظمات والجماهير في الخارج بهدف تزويدهم بالمعلومات والأخبار والبيانات وخاصة ما تؤثر منها على سمعة المنظمة وشهرتها. (محمد الصيرفي، 2005، صفحة 16)

وهناك وظيفتين أساسيتين للعلاقات العامة هما البناء (الوقاية) والعلاج (التصحيح)، ولكل وظيفة منها مبررات نشأتها.

تظهر من خلال بناء الأنشطة التي من شأنها أن تسمو وترتقي بالمؤسسة، وكذا التنبؤ بالأحداث المستقبلية، والوقاية من الأضرار والمخاطر التي يتحمل أن تتعرض لها المؤسسة، وتمارس هذه الوظيفة من خلال جميع الأنشطة البنائية كذلك التي تهدف إلى بناء سمعة المؤسسة (علي برغوث، 2017، صفحة 23،24) مثل:

- الأنشطة البحثية.
- قياس اتجاهات الرأي العام.
- إعداد وتنظيم الأحداث الخاصة.
- أنشطة التدريب.

بالإضافة لتصميم البرامج البنائية بأنواعها الساعية إلى حماية المؤسسة من كافة المخاطر المتوقعة

وغير المتوقعة.

### تأثيرات الوظيفة العلاجية (التصحيحية):

تظهر عند الحاجة إلى تصحيح أوضاع خاطئة تعرض سير العمل المؤسسي وللحد من المخاطر التي تحدق بالمؤسسة. وتتمثل الأوضاع الخاطئة في المشكلات والصراعات والأزمات والخلافات والنزاعات، وهنا تظهر المهمة التي ظهرت العلاقات العامة من أجلها، أي إعادة الأوضاع في تحقيق الاستفادة القصوى من تلك الأوضاع في تحقيق الوظيفة البنائية.

وتمارس هذه الوظيفة من خلال جميع الأنشطة العلاجية (التصحيحية) كبرامج إدارة القضايا والمشكلات وإدارة الأزمات وإدارة الصراع وإدارة النزاع، بالإضافة للبرامج التي تنفذها في الأوقات غير العادية التي يتعرض المجتمع الذي تنشط فيه. (علي برغوث، 2017، صفحة 4)

### المطلب الثالث: أهمية وأهداف العلاقات العامة

#### 1. أهمية العلاقات العامة:

تبرز أهمية العلاقات العامة فيما يلي

- تغيير بناء سمعة جيدة: بصورة ذهنية طيبة عن المنظمة، بكونها حلقة وصل بين المنظمة والعملاء لذلك تقوم بالترويج للمنظمة بشكل غير مباشر.
- تغيير اتجاهات الأفراد إيجابيا نحو عمل المنظمة وأنشطتها، وهذا ما ينعكس على زيادة المبيعات المحتملة للشركة.
- جعل الأفراد أو الجمهور أكثر إدراكا لمنتجات الشركة والأنشطة التي تقوم بها وتعزيز مكانة علاقتها التجارية.
- رسم صورة إيجابية في المنظمة لدى المجتمع والأطراف الأخرى، وانسجاما مع فلسفة المنظمة ورسالتها. (السيد عبد الرحمن علي، 2021، صفحة 30، 31)

- أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية حيث تقوم بدور مهم في تحسين العلاقات بين الحكومة أو الوزارة والجمهور، ففي طريقهما ينمو الشعور بالمسؤولية لدى المواطنين، وبالتالي إلى جمهور إيجابي متعاون مع الحكومة، ولقد نمت العلاقات العامة وتطورت كمفهوم اداري ووظيفة حيوية في المنظمات الحكومية، في الدول النامية من خلال الثلاثين عاما الماضية. (فهيم محمد العدوي، 2011، صفحة 30، 31)

## 2. أهداف العلاقات العامة:

تكمن اهداف العلاقات العامة كما يلي

يمكننا من خلال تعريف العلاقات العامة أن نحدد أهم الأهداف التي تسعى العلاقات العامة إلى تحقيقها وذلك على النحو التالي:

- **الهدف الأساسي:** ويتمثل في توفير مناخ ملائم يساعد المنظمة على تكوين صورة ذهنية، وانطباعات إيجابية عنها لدى كافة الأطراف المرتبطة بها سواء من داخلها أو خارجها وبالتالي يتحقق لها البقاء والاستمرار والنمو. (محمد العزازي أحمد ادريس، 1425هـ، 2005م، صفحة 25)

- **تحقيق السمعة الطيبة للمنظمة وتدعيم صورتها الذهنية:** وتهدف أنشطة العلاقات إلى توطيد سمعة المنظمة باعتبار أن السمعة الطيبة هي إحدى الدعائم الأساسية التي يقوم عليها كيان المنظمة.

- **كسب تأييد الجمهور الداخلي:** كما سبق القول فإن العلاقات يجب أن تبدأ من داخل المنظمة، أي أن يكون هناك تفاهم متبادل بين جماهير المنظمة الداخلية، وأن تعمل العلاقات العامة على اشعار العاملين بأهميتهم داخل المنظمة، وهنا نجد أن دور العلاقات العامة يبرز في تنمية الشعور بالانتماء للمنظمة، والاستقرار الوظيفي وتقدير المنظمة لعمل الأفراد وتحقيق الذات لهم، وتستعين العلاقات العامة في ذلك بوسائل الاتصال الداخلي، والبرامج التعليمية الداخلية وتشجيع الأنشطة الثقافية والاجتماعية. (علي فرجاني، 2018، صفحة 28)

والرحلات الترفيهية والرياضية، والمساهمة في حل المشكلات الخاصة بالعاملين.

- **كسب ثقة الجمهور الخارجي:** ينطوي هدف العلاقات العامة على إقامة وتدعيم العلاقات الطيبة مع جماهير المنظمة المتصلة بها، ولذلك يعتبر كسب ثقة الجمهور الخارجي من أهم أهداف أنشطة العلاقات العامة المتصلة بها، ولذلك يعتبر كسب ثقة الجمهور الخارجي من أهم أهداف العلاقات العامة داخل أي منظمة، فعلى المنظمة أن تقوم بتحديد أهم الجماهير المتصلة بها وتسعى إلى تدعيم علاقتها معها والعمل على ارضائها. (علي فرجاني، 2018، صفحة 29)

## الإطار التطبيقي

- 1- التعريف بالهيئة المستقبلية
- 2- هياكل مقر الدائرة
- 3- تفريغ البيانات وتحليلها
- 4- النتائج العامة لدراسة
- 5- التوصيات والاقتراحات

## 1. التعريف بالهيئة المستقبلية:

دائرة الخبانة لولاية المسيلة تمت بموجب المرسوم رقم 306 /91 المؤرخ في 24 أوت 1991 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 66 /92 المؤرخ في 12 فيفري 1992 وهي تضم ثلاث بلديات (بلدية الخبانة . بلدية مسيف . بلدية الحوامد) تقع في جنوب ولاية المسيلة تبعد عن مقر الولاية بـ: 70 كلم وشرق مدينة بوسعادة على مسافة 33 كلم.

يحدّها شمالاً: بلدية الشلال

يحدّها جنوباً: بلدية بن سرور

يحدّها شرقاً: بلدية بريكة-ولاية باتنة

يحدّها غرباً: بلدية المعاريف

يبلغ عدد سكانها أكثر من 3000 ألف نسمة حسب آخر إحصاء عام للسكان يشتغل معظمهم في الفلاحة والرعي والتجارة والتوظيف العمومي وغيرها تتربع دائرة الخبانة على مساحة تقدر بـ 2478 كلم<sup>2</sup> تعتبر جل أراضي الدائرة صالحة للزراعة إن وجدت اليد العاملة والمساعدة المادية للاستصلاح، والقيام بتوعية في هذا المجال فأراضيها كلها سهلية إذ تعتبر الممون الأول للسوق المحلية للخضر والفواكه.

**الخصائص:** تتسم دائرة الخبانة بمناخ جاف حار صيفا وبارد شتاء.

**المميزات:** تتميز دائرة الخبانة بإرث طبيعي خلاب المتمثل في تنوع مظاهرها الطبيعية التالية:

- السبخة " شط الحضنة ": تقع شمال الدائرة وتبعد عنها بحوالي 05 كلم وتمتد شرقا إلى بلدية مسيف، وتم تصنيفها ضمن المناطق الرطبة.

- واحة الحمية: تبعد بـ 07 كلم عن مقر الدائرة شرقا وهي عبارة عن واحات من النخيل.

- السلسلة الجبلية: توجد هذه السلسلة جنوب مقر الدائرة وتمتد إلى جبال محارقة بمسيف.

- الرمال: تقع هذه الرمال جنوب الدائرة وتمتد إلى السلسلة الجبلية المذكورة سابقا.

- المغارة المكتشفة: تقع في منطقة تسمى ' العرق الأبيض ' وتبعد بحوالي 18 كلم عن مقر الدائرة.

الفلاحة والرعي: تتمتع دائرة الخبانة بعدة محيطات فلاحية هامة التي تمثل الجانب الفلاحي إذ تبلغ مساحتها أكثر من 17000 هكتار كأراضي مسقية وأكثر من 20000 هكتار كأراضي قابلة للفلاحة وأكثر من 2200 هكتار كأراضي سهبية رعوية أما المساحة المتبقية فهي تمثل الجبال والسبخة.

ويعمار أغلبية السكان أيضا زمرة الرعي المتمثل في تربية الأغنام والأبقار الحلوب، وهذا نتيجة استفادة الفلاحين ومربي المواشي والأبقار من التنمية في إطار الدعم الفلاحي الممنوح لهم مما طور في أسلوب هذا القطاع وتشتهر هذه الدائرة في إنتاج بعض الفواكه المتمثلة في إنتاج المشمش والتفاح... الخ والخضر المتمثلة في إنتاج الجزر الخس... الخ الحبوب المتمثلة خاصة في مادة القمح والشعير... الخ.

### 2. هياكل مقر الدائرة:

الهياكل الإدارية: يوجد بدائرة الخبانة الهياكل الإدارية التالية: مقر الدائرة، مقر البلدية، مقر المصالح التقنية للدائرة، 03 ملحقات إدارية، البريد، مكتبتين واحدة منها نصف حضرية، مفتشية التعليم الابتدائي.

الهياكل الصحية: يوجد بدائرة الخبانة الهياكل الصحية التالية: عيادة متعددة الخدمات ببئر هني، وخمسة قاعات علاج موزعة على مختلف مناطق الدائرة.

الهياكل التعليمية: يوجد على مستوى مقر الدائرة 09 مدارس ابتدائية، ومتوسطتين وثانوية، ويوجد مركز للتكوين المهني.

الهياكل الرياضية: يوجد بمقر الدائرة مركب جوارى متعدد الرياضيات والأنشطة، وملعب بلدي، وملعب جوارى بقرية الخبانة.

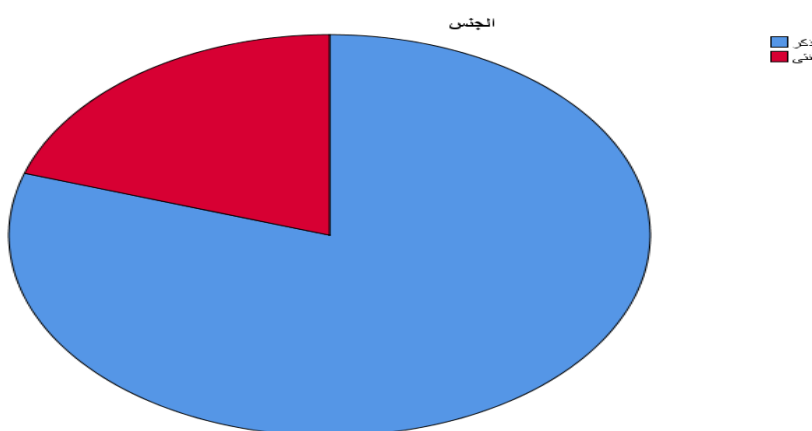
## 3. تفرغ البيانات وتحليلها:

## 1-البيانات الشخصية:

## الجدول رقم 1: النوع

البيان	ذكر	أنثى	المجموع
التكرار	12	3	15
النسبة	80	20	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (01): يبين نوع العينة

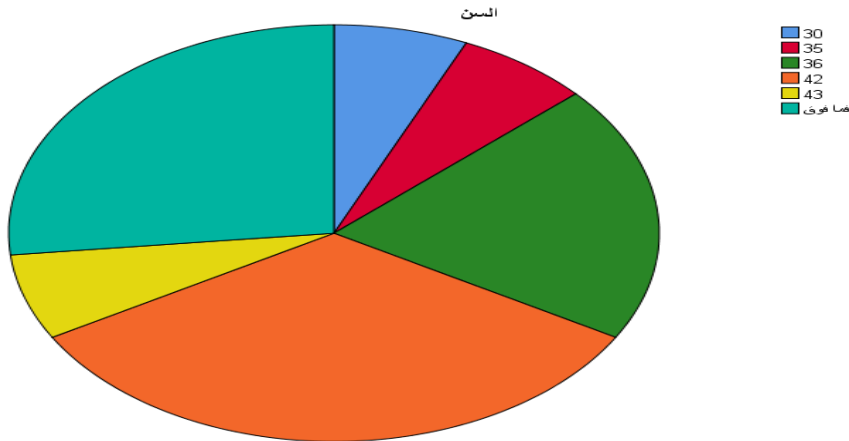
نلاحظ من خلال هذا الجدول أن معظم الباحثين ذكور وتقدر نسبتهم بـ 80% مقابل نسبة من الاناث تقدر بـ 20%.

نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم (01) أعلاه أن فئة الذكور هي أكبر فئة متغلبة على فئة الاناث، وهذا راجع الى طبيعة العمل في المؤسسة بصفة عامة. لأن فئة الذكور يمكنها التكيف مع مختلف المهام والتخصصات كالحراسة والصيانة وغيرها من الوظائف التي لا يمكن للإناث القيام بها.

## الجدول رقم 2: السن:

البيان	30	35	36	42	43	فما فوق	المجموع
التكرار	1	1	3	5	1	4	15
النسبة	6.7	6.7	20	33.3	6.7	26.7	100

## المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (02): بين السن

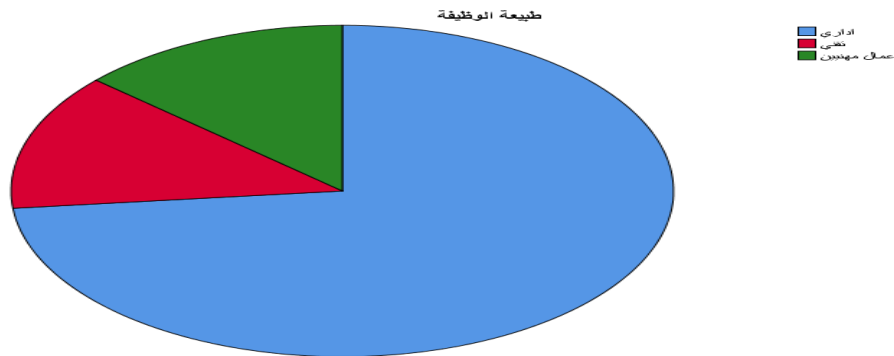
من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن 42 سنة تمثل نسبتهم 33.3%. أما الذين تتراوح أعمارهم بين 30 و35 و43 فكانت نسبتهم 6.7%. بينما 36 سنة تمثل نسبة 20%، أما الذين تتراوح أعمارهم بين 30 و35 و43 فكانت نسبتهم 6.7%.

نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم (02) أن فئة الشباب هي أكثر فئة وهي التي تميز بين الخبرة وبين الحيوية في الإدارة.

## الجدول رقم 3: طبيعة الوظيفة:

البيان	اداري	تقني	عمال مهنيين	المجموع
التكرار	11	2	2	15
النسبة	73.3	13.3	13.3	100

## المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (03): بين طبيعة الوظيفة

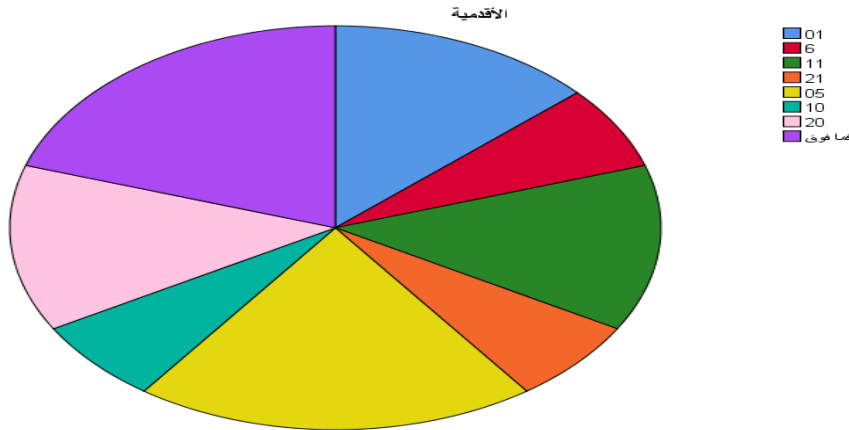
نلاحظ من خلال الجدول أن فئة الإداريين تمثل نسبة 73.3% بينما تقني والعمال المهنيين فكانت نسبتهم 13.3%.

ومنه نستنتج أن فئة الإداريين هي أكبر نسبة بينما فئة التقنيين والعمال المهنيين كانت أقل نسبة وهذا راجع لطبيعة الوظيفة لكونها مؤسسة ادارية.

الجدول رقم 4: الأقدمية:

البيان	1 سنة	6 سنوات	11 سنة	21 سنة	5 سنوات	10 سنوات	20 سنوات	فما فوق	المجموع
التكرار	2	1	2	1	3	1	2	3	15
النسبة	13.3	6.7	13.3	6.7	20	6.7	13.3	20	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (04): بين الأقدمية

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة الاقدمية من 1 سنة الى 11 سنة و 20 سنة كانت نسبتها 13.3%. اما من 6 سنوات ومن 10 سنوات إلى 20 سنة فكانت نسبتها 6.7%. بينما من 5 سنوات فما فوق 20 سنة فكانت نسبتها 20%.

نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم (04) أن 5 سنوات للأقدمية هي أكثر نسبة مقارنة بالسنوات الأخرى وذلك ان المؤسسة كانت في حاجة الى عمال ذوي خبرة وكفاءة علمية شابة.

المحور الأول: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لموظفي دائرة الخبانة.

الجدول رقم 5: هل لديك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي؟

البيان	نعم - فيسبوك	لا	المجموع
التكرار	15	0	15
النسبة	100	0	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (05): يوضح لنا نسبة الموظفين الذين لديهم حساب على مواقع التواصل الاجتماعي.

نلاحظ من خلال الجدول السابق ان 100% كانت إجابة المبحوثين بنعم واختيارهم الفيسبوك بينما لا فكانت

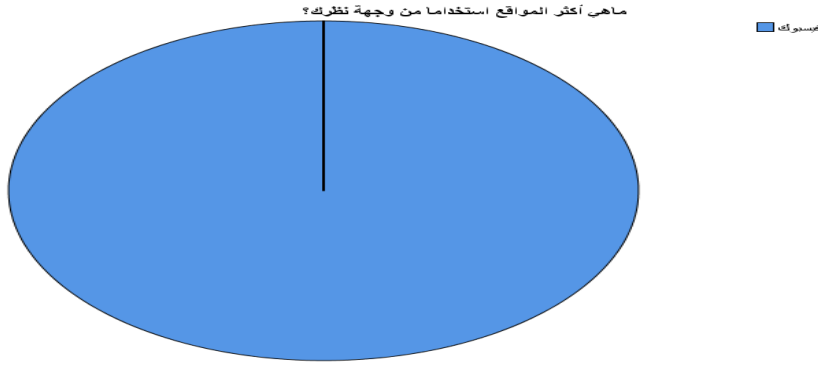
نسبتها 0% ويرجع ذلك لعدم استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

ومنه نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم(05) أن الفيسبوك هو أكثر حساب يستخدمه الموظفين.

الجدول رقم 6: ماهي أكثر المواقع استخداما من وجهة نظرك؟

البيان	فيسبوك	تويتر	إنستجرام	المجموع
التكرار	15	0	0	15
النسبة	100	0	0	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



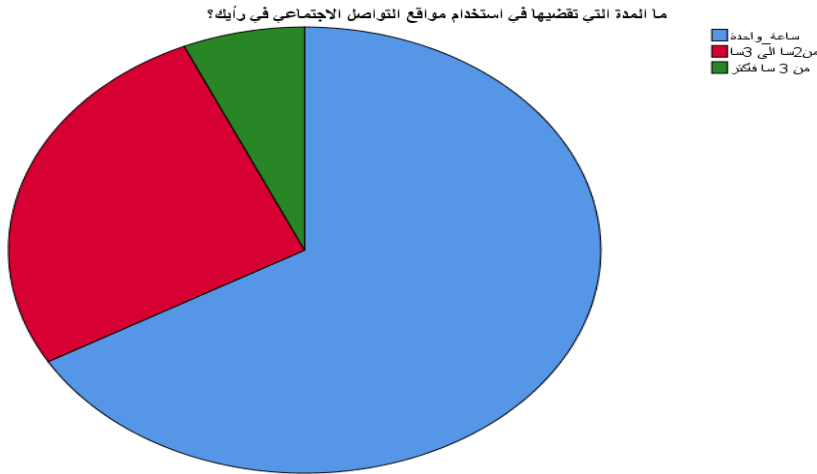
الشكل البياني رقم (06): يوضح لنا نسبة الموظفين الذين يمثلون أكثر المواقع الاجتماعية استخداما.

نلاحظ من خلال الجدول أن الفيسبوك هو أكثر استخداما بنسبة 100%. بينما التويتر والانستجرام ب نسبة 0%. ومنه نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم(06) أن الفيسبوك هو أكثر المواقع استخداما من وجهة نظر الموظفين.

الجدول رقم 7: ما المدة التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في رأيك؟

البيان	ساعة	من 2 سا الى 3 سا	من 3 سا فأكثر	المجموع
التكرار	10	4	1	15
النسبة	66.7	26.7	6.7	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (07): يوضح لنا المدة الذي قضاها الموظف في المواقع الاجتماعية.

نلاحظ من الجدول أعلاه ان المدة التي يقضيها المبحوث في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كانت أكبر نسبة هيا ساعة وكانت نسبتهم 66.7%. بينما من 2 سا الى 3 سا فكانت نسبتهم 26.7%. اما من 3 سا فما فوق فكانت 6.7%.

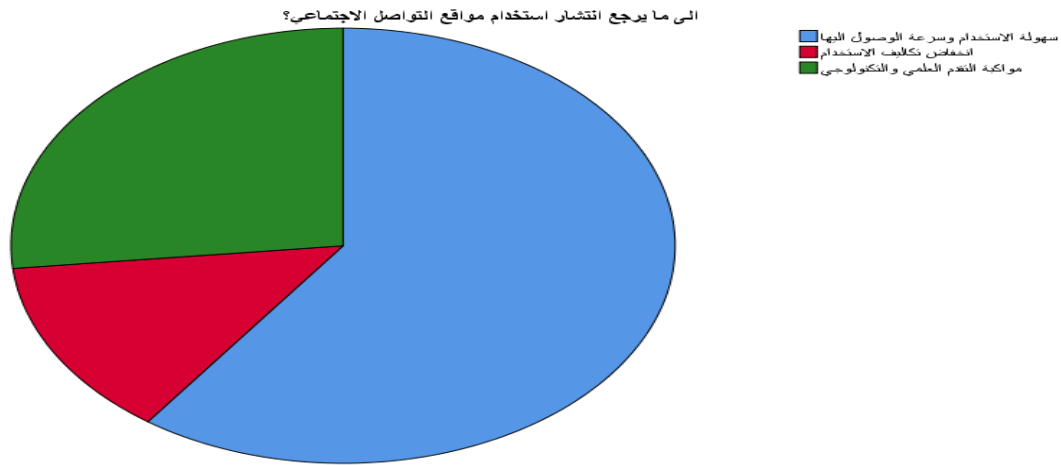
ومنه نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم(07) أن عدد الساعات التي يقضيها الموظف في استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي هي ساعة واحدة ويرجع ذلك لضيق الوقت.

الجدول رقم 8: الى ما يرجع انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

البيان	سهولة الاستخدام وسرعة الوصول اليها	انخفاض تكاليف الاستخدام	مواكبة التقدم العلمي والتكنولوجي	المجموع
التكرار	9	2	4	15
النسبة	60	13.3	26.7	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (08): يوضح لنا نسبة الموظفين في انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

نلاحظ من خلال الجدول ان المبحوثين يرجع انتشارهم لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. ان مواكبة التقدم

التكنولوجي هي أكبر نسبة بـ 26%. اما سهولة الاستخدام وسرعة الوصول اليها فكانت 13.3%.

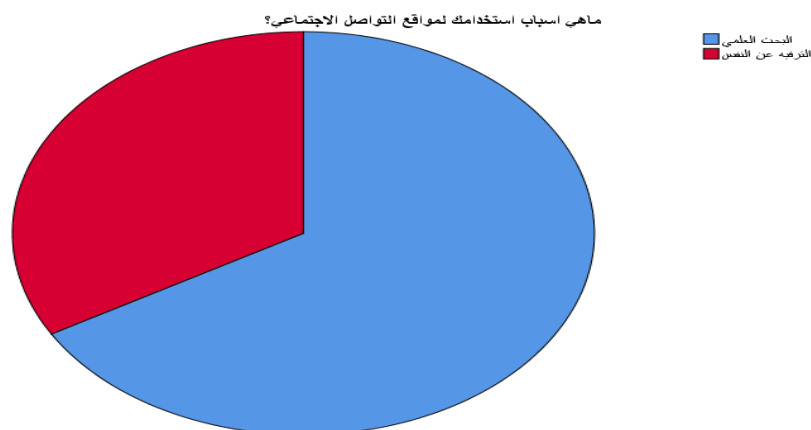
نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم (08) أن مواقع التواصل الاجتماعي يرجع انتشارها لمواكبة التقدم

التكنولوجي.

## الجدول رقم 9: ماهي اسباب استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

البيان	البحث عن المعلومات	الترفيه عن النفس	كسب أصدقاء افتراضيين	الاستفادة من التجارب وخبرات المستخدمين	المجموع
التكرار	10	5	0	0	15
النسبة	66.7	33.3	0	0	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (09): يوضح لنا سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

نلاحظ من الجدول أن نسبة المستجوبين كان سبب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي البحث عن المعلومات بنسبة 66.7% بينما الترفيه عن النفس كانت نسبتهم 33.3%.

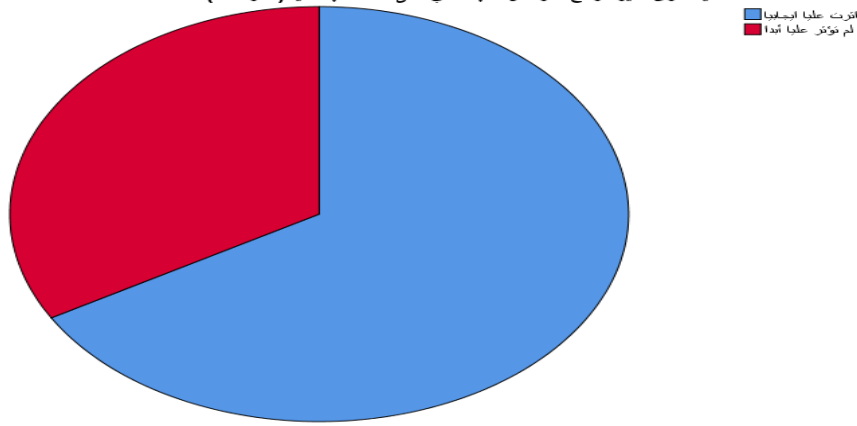
نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم (09) أن معظم المبحوثين كان استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في البحث عن المعلومات لتطوير معارفهم وزيادة رصيدهم العلمي وتطبيقه في الحياة اليومية.

الجدول رقم 10: كيف ترى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقتك بالمحيط (المؤسسة)؟

البيان	اثرت عليا سلبيا	اثرت عليا ايجابيا	لم تؤثر عليا أبدا	المجموع
التكرار	0	10	5	15
النسبة	0	66.7	33.3	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS

كيف ترى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقته بالمحيط (المؤسسة)؟



الشكل البياني رقم (10): يوضح لنا تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقته بالمحيط (المؤسسة).

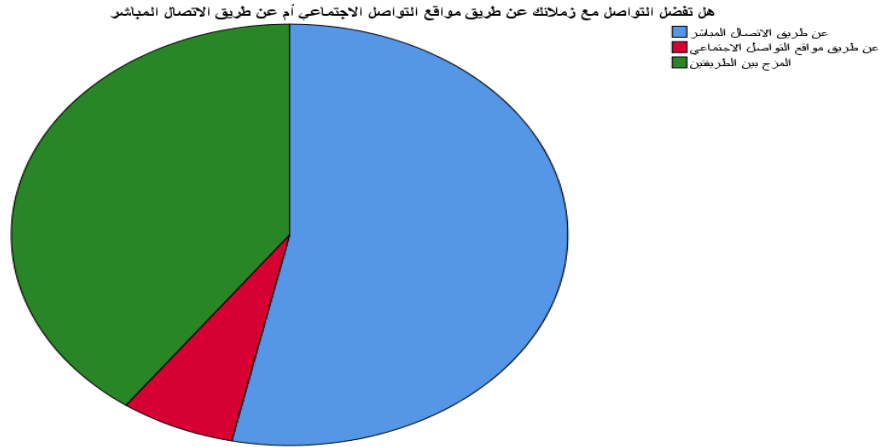
نلاحظ من الجدول ان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي كان تأثيرها على المبحوثين تأثيرا إيجابيا بنسبة 66.7%. بينما التأثير السلبي كانت نسبته 33.3%.

نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم (10) أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المستجوبين تأثيرا إيجابيا ويرجع ذلك لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي استخداما إيجابيا.

الجدول رقم 11: هل تفضل التواصل مع زملائك عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي أم عن طريق الاتصال المباشر؟

البيان	عن طريق الاتصال المباشر	عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي	المزج بين الطريقتين	المجموع
التكرار	8	1	6	15
النسبة	53.3	6.7	40	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



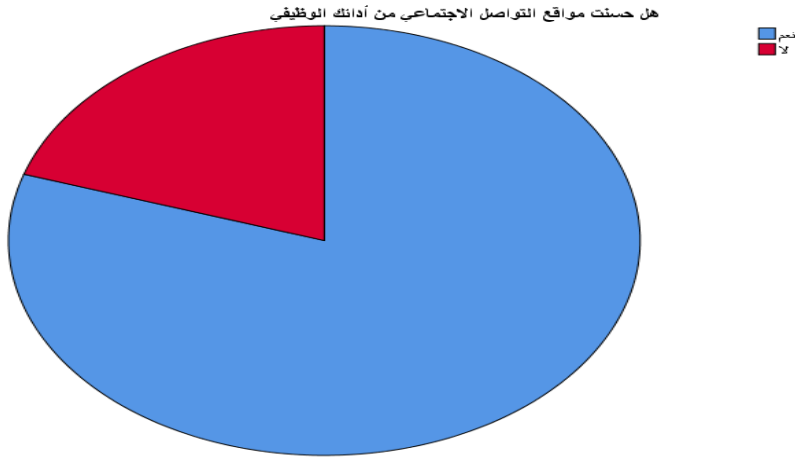
الشكل البياني رقم (11): يوضح لنا تواصل الموظفين مع زملائهم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي أو عن طريق الاتصال المباشر.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان نسبة 53.3% من الفئة المبحوثة اجابت بان عن طريق الاتصال المباشر هيا التي يفضلها لتواصل مع زملائهم، بينما المزج بين الطريقتين فكانت 40%. وفي المرتبة الأخيرة كانت الإجابة عن طريق التواصل الاجتماعي بنسبة 6.7%.  
ومنه نستنتج أن فئة المبحوثين يفضلون التواصل مع زملائهم عن طريق الاتصال المباشر وهذا من أجل فهم بعضهم البعض أكثر من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 12: هل حسنت مواقع التواصل الاجتماعي من أدائك الوظيفي؟

البيان	نعم	لا	المجموع
التكرار	12	03	15
النسبة	80	20	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (12): يوضح لنا نسبة تحسين مواقع التواصل الاجتماعي من أدائهم الوظيفي.

نلاحظ من خلال الجدول ان المرتبة الأولى عادت الى الاقتراح الأول بـ "نعم" بنسبة 80% وتكرر قدره 12 مرة اجابت. فيما عادت المرتبة الثانية الى الاقتراح الثاني "لا" بنسبة 20% وتكرر قدر 3 مرات. نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم(12) أن موظفي الدائرة قد حسنت مواقع التواصل الاجتماعي من أدائهم الوظيفي، وقد يرجع ذلك إلى نقص الجهد وتوفير الوقت.

الجدول رقم 13: كيف كان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى أدائك الوظيفي؟

البيان	ايجابي	سلبي	المجموع
التكرار	15	0	15
النسبة	100	0	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (13): يوضح لنا تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى أداء الموظفين.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان التأثير الإيجابي كان أكبر نسبة 100%. بينما كان التأثير السلبي 0%.

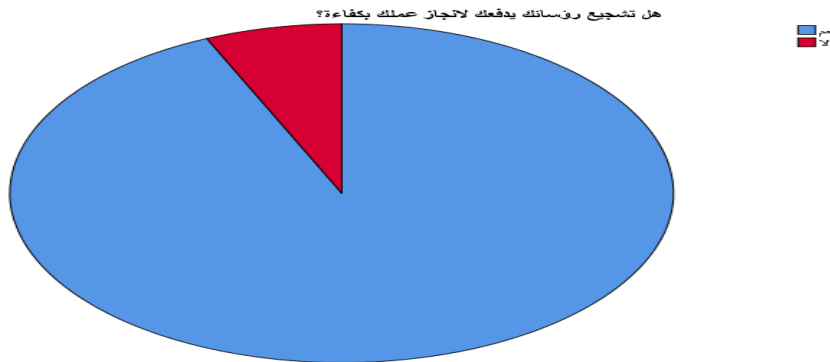
نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم (13) أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى أداء الموظفين كان تأثيرها عليهم تأثيراً إيجابياً.

المحور الثاني: علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالأداء الوظيفي.

الجدول رقم 14: هل تشجيع رؤسائك يدفعك لإنجاز عملك بكفاءة؟

البيان	نعم	لا	المجموع
التكرار	14	1	15
النسبة	93.3	6.7	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (14): يوضح لنا نسبة تشجيع رؤسائهم في دفع الإنجاز في عملهم بكفاءة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان نسبة 93.3% كانت اجابتهم بـ "نعم". بينما 6.7% كانت الإجابة بـ "لا" ومنه نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم (14) انه يرى موظفي دائرة الخبانة على ان تشجيع رؤسائهم يدفعهم لإنجاز العمل بكفاءة وذلك يعود الى خلق جو مناسب امام الموظف لتحسين أدائه.

الجدول رقم 15: هل يؤثر نظام الاتصالات السائد في المؤسسة على مستوى أدائك الوظيفي؟

البيان	نعم	لا	المجموع
التكرار	9	6	15
النسبة	60	40	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



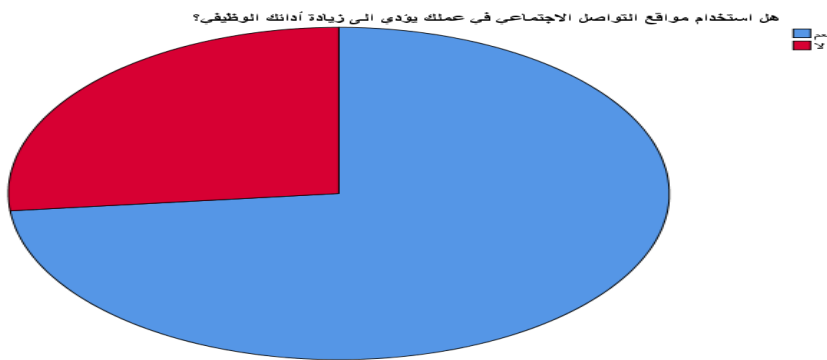
الشكل البياني رقم (15): يوضح لنا تأثير نظام الاتصالات السائد في المؤسسة على مستوى أدائهم الوظيفي.

نلاحظ من خلال الجدول السابق ان تأثير نظام الاتصالات السائد في المؤسسة على مستوى الأداء الوظيفي كانت الإجابة بـ "نعم" بنسبة 60%. بينما كانت الإجابة بـ "لا" بنسبة 40%. ومنه نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم (15) أن موظفي دائرة الخبانة قد أثر عليهم نظام الاتصالات السائد بالفعل مما يساعد الى زيادة مستوى أدائهم الوظيفي.

الجدول رقم 16: هل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملك يؤدي الى زيادة أدائك الوظيفي؟

البيان	نعم	لا	المجموع
التكرار	11	4	15
النسبة	73.3	26.7	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (16): يوضح لنا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة أدائهم الوظيفي.

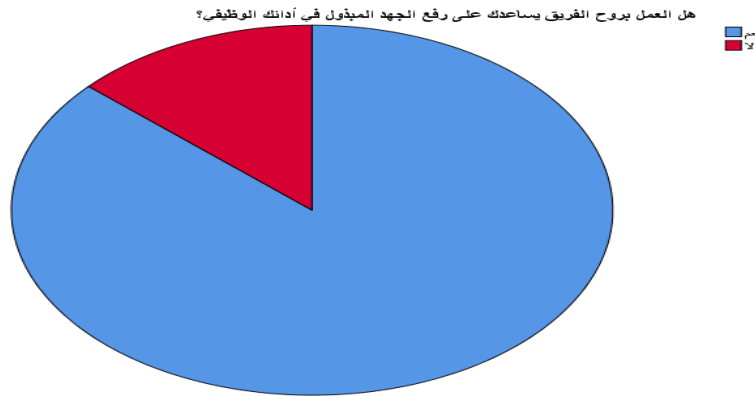
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان نسبة 73.3% كانت اجابتهم بـ "نعم" ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملهم يؤدي الى زيادة أدائهم الوظيفي. بينما 26.7% كانت اجابتهم بـ "لا". نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم (16) أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لموظفي دائرة الخبانة أدى

إلى زيادة أدائهم الوظيفي.

الجدول رقم 17: هل العمل بروح الفريق يساعدك على رفع الجهد المبذول في أدائك الوظيفي؟

البيان	نعم	لا	المجموع
التكرار	13	2	15
النسبة	86.7	13.3	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (17): يوضح لنا نسبة المستجوبين على ان العمل بروح الفريق يساعدهم على رفع الجهد في أدائهم الوظيفي.

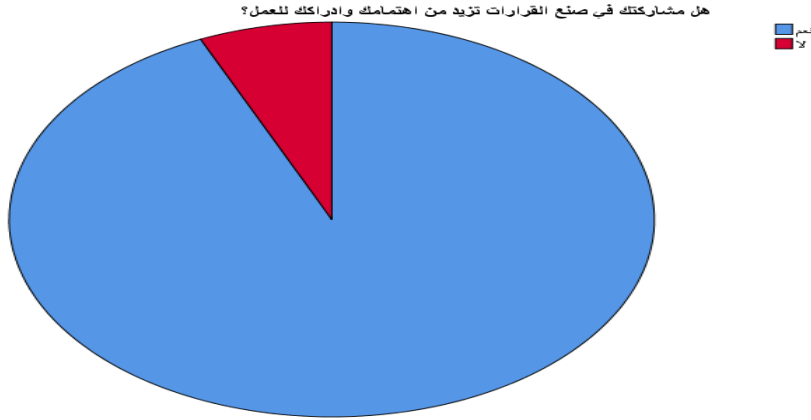
نلاحظ من خلال الجدول ان العمل بروح الفريق يساعد على رفع الجهد المبذول في أدائهم الوظيفي كانت الإجابة ب "نعم" بنسبة 86.7%. بينما كانت الإجابة ب "لا" بنسبة 13.3%.

نستنتج من خلال الجدول والشكل البياني رقم (17) على ان العمل بروح الفريق ساعدهم في رفع الجهد على أدائهم الوظيفي وقد يرجع ذلك الى الروح الجماعية في العمل.

الجدول رقم 18: هل مشاركتك في صنع القرارات تزيد من اهتمامك وادراكك للعمل؟

البيان	نعم	لا	المجموع
التكرار	14	1	15
النسبة	93.3	6.7	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (18): يوضح لنا مشاركة الموظفين في صنع القرار وزيادة اهتمامهم وإدراكهم للعمل.

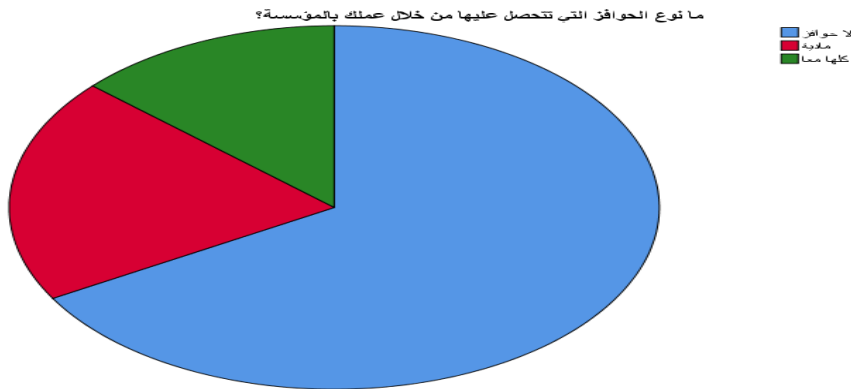
نلاحظ من خلال الدول أعلاه ان نسبة المستجوبين ب "نعم" كانت أكبر نسبة ب 93.3% وقدر ب 14 اجابة. اما الإجابة ب "لا" فكانت 6.1% وقدر ب 1 اجابة.

نستنتج من خلال الجدول والشكل البياني رقم (18) على ان مشاركة موظفي دائرة الخبانة في صنع القرارات زادت من اهتمامهم وإدراكهم للعمل. حيث ان تبني مبدأ اشراك الموظف في عملية صنع القرار تعد من الممارسات الإدارية الجديدة التي فرضها التطور الذي طرأ على الإدارة الحديثة اذ يساعد على زيادة الثقة بالنفس.

الجدول رقم 19: ما نوع الحوافز التي تتحصل عليها من خلال عملك بالمؤسسة؟

البيان	لا حوافز	مادية	كلها معا	المجموع
التكرار	10	3	2	15
النسبة	66.7	20	13.3	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (19): يوضح لنا نوع التحفيز التي يتحصل عليها الموظفين في المؤسسة.

نلاحظ من خلال الجدول كانت الإجابة على نوع الحوافز كانت الإجابة الأكثر هيا لا حوافز بنسبة 66.7% وقدر ب 10 إجابات. بينما المادية كانت 20% وقدر ب 3 إجابات. اما الإجابة على كلها معا فكانت 13.3% وقدر ب 2 إجابات.

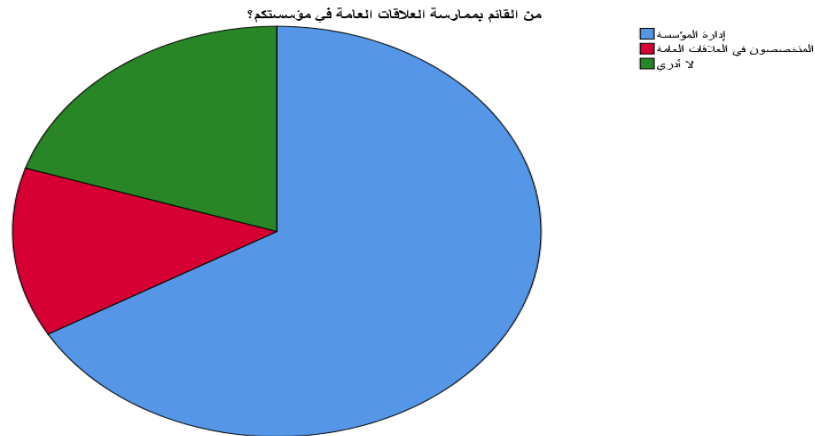
نستنتج من خلال الجدول والشكل البياني رقم (19) انه لا توجد حوافز يتحصل عليها الموظف في دائرة الخبانة وقد يرجع ذلك الى قلة ميزانية المؤسسة وهذا ما يؤثر فعلا في تحسين أداء الموظف.

### المحور الثالث: وظيفة العلاقات العامة.

الجدول رقم 20: من القائم بممارسة العلاقات العامة في مؤسستكم؟

البيان	إدارة المؤسسة	المتخصصون في العلاقات العامة	لا أدري	المجموع
التكرار	10	2	3	15
النسبة	66.7	13.3	20	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (20): يوضح لنا القائم بممارسة العلاقات العامة في المؤسسة.

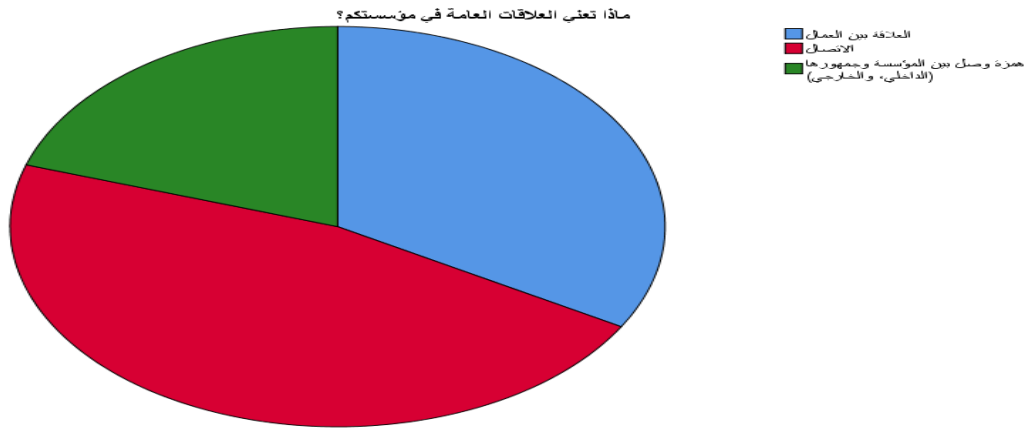
نلاحظ من خلال الجدول ان القائم بممارسة العلاقات العامة في المؤسسة. كانت الإجابة إدارة المؤسسة هيا أكبر نسبة ب 66.7% وقدر ب 10 إجابات. بينما لا أدري 20% وقدرت ب 3 إجابات. اما المتخصصون في العلاقات العامة كانت الإجابة 13.3% وقدر ب 2 إجابات.

ومنه نستنتج من خلال الجدول والشكل البياني رقم (20) ان إدارة المؤسسة هيا القائم بممارسة العلاقات العامة بالمؤسسة. ومنه نقول انه لا يوجد مكتب مختص في العلاقات العامة داخل المؤسسة وهذا حسب إجابة الموظفين.

الجدول رقم 21: ماذا تعني العلاقات العامة في مؤسستكم؟

البيان	العلاقة بين العمال	الاتصال	همزة وصل بين المؤسسة وجمهورها (الداخلي-والخارجي)	المجموع
التكرار	5	7	3	15
النسبة	33.3	46.7	20	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (21): يوضح لنا معنى العلاقات العامة في المؤسسة.

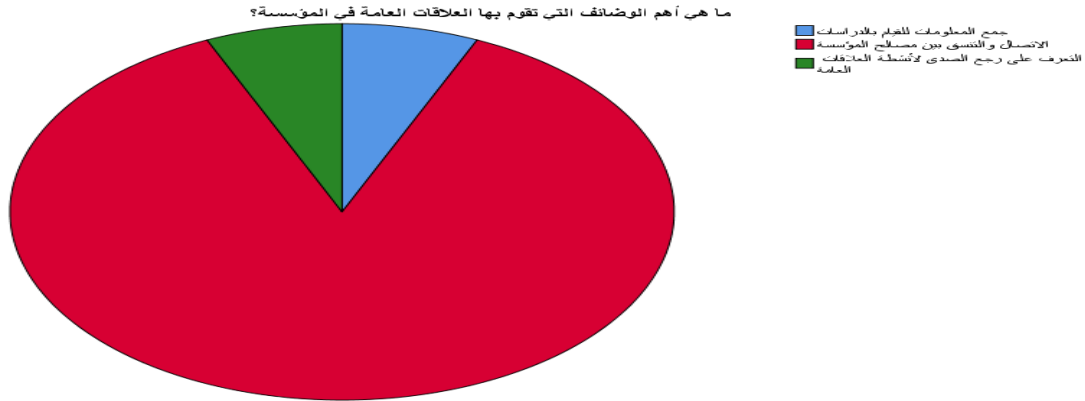
نلاحظ من خلال الجدول ان 33.3% من المستجوبين تعني لهم العلاقات العامة في المؤسسة هيا العلاقة بين العمال وقدر ب 5 اجابات. بينما الإجابة الثانية كانت الاتصال بنسبة 46.7% وقدر ب 7 إجابات. ونسبة 20% همزة وصل بين المؤسسة وجمهورها (الداخلي والخارجي) وقدر ب 3 إجابات.

نستنتج من خلال الجدول والشكل البياني رقم (21) ان اهم وظيفة من الوظائف التي تقوم بها المؤسسة هي وظيفة الاتصال سواء فيما بينهم او كهمزة وصل بين الجمهور الداخلي والخارجي.

الجدول رقم 22: ما هي أهم الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسة؟

البيان	جمع المعلومات للقيام بالدراسات	الاتصال والتنسيق بين مصالح المؤسسة	التعرف على رجع الصدى لأنشطة العلاقات العامة	المجموع
التكرار	1	13	1	15
النسبة	6.7	86.7	6.7	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



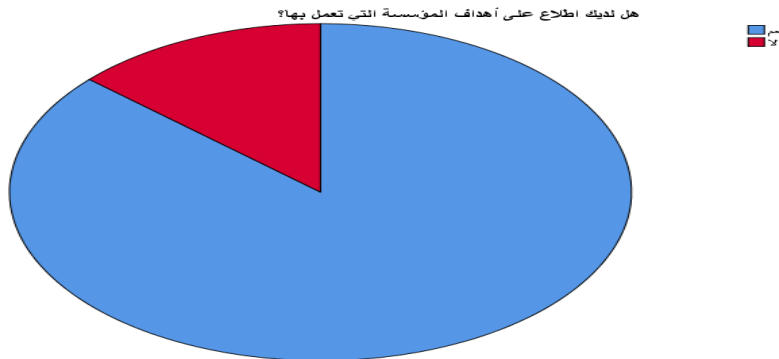
الشكل البياني رقم (22): يوضح لنا اهم وظيفة التي تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسة.

نلاحظ من خلال الجدول ان الاتصال والتنسيق بين مصالح المؤسسة تمثل 86.7%. بينما كانت نسبة 6.7% لكل من جمع المعلومات للقيام بالدراسات. والتعرف على رجع الصدى لأنشطة العلاقات العامة. نستنتج من خلال الجدول والشكل البياني رقم (22) ان موظفي دائرة الخبابة يرون على أن الوظيفة التي تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسة هي وظيفة الاتصال والتنسيق بين مصالح المؤسسة. ويرجع ذلك لتعامل المؤسسة مع هذه المصالح.

الجدول رقم 23: هل لديك اطلاع على أهداف المؤسسة التي تعمل بها؟

البيان	نعم	لا	المجموع
التكرار	13	2	15
النسبة	86.7	13.3	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (23): يبين لنا نسبة اطلاع الموظفين على اهداف المؤسسة.

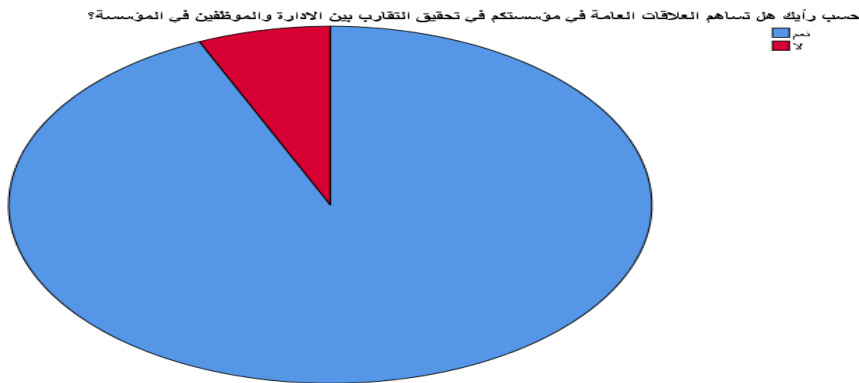
نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة الإجابة بـ "نعم" أكبر نسبة بـ 86.7%. بينما نسبة 13.3% بـ "لا".

نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم (23) ان اغلبية الموظفين لديهم اطلاع على اهداف المؤسسة. وهذا ما يفسر اطلاع الموظفين على اهداف المؤسسة. ويمكن اعتبار الاطلاع على هذه الأهداف مؤشر جد إيجابي في تحسين أدائهم الوظيفي.

الجدول رقم 24: حسب رأيك هل تساهم العلاقات العامة في مؤسستكم في تحقيق التقارب بين الادارة والموظفين في المؤسسة؟

البيان	نعم	لا	المجموع
التكرار	14	1	15
النسبة	93.3	6.7	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (24): يبين لنا نسبة مساهمة العلاقات العامة في المؤسسة في تحقيق التقارب بين الإدارة والموظفين في المؤسسة.

نلاحظ من خلال الجدول ان الإجابة بنعم هيا أكبر نسبة ب 93.3% ب "نعم". بينما كانت الإجابة ب "لا" بنسبة 6.7%.

نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم (24) ان اغلب الموظفين يرون ان العلاقات العامة ساهمت في المؤسسة بتحقيق التقارب بينها وبين الإدارة والموظفين داخل المؤسسة. وهذا من خلال الجهود التي تبذلها المؤسسة للوصول الى جمهورها الداخلي والمتابعة الدائمة لهم.

الجدول رقم 25: ما هي أشكال الاتصال الأكثر في مؤسساتكم؟

البيان	اتصال رسمي	غير رسمي	المجموع
التكرار	15	0	15
النسبة	100	0	100

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات SPSS



الشكل البياني رقم (25): يبين لنا شكل الاتصال الغالب في المؤسسة.

نلاحظ من خلال الجدول ان النسبة الكبيرة لأشكال الاتصال هي اتصال رسمي بـ نسبة 100% لأنها هي الأسلوب المعتمد بكثرة في الاتصال بالجماهير الداخلية خصوصا بين الرئيس والمرؤوسين. بينما اتصال غير رسمي كانت الإجابة 0%. ويرجع ذلك لعدم استعمالها بين الموظفين داخل المؤسسة. نستنتج من خلال الجدول والشكل رقم (25) ان شكل الاتصال الغالب في المؤسسة هو الاتصال الرسمي وذلك يرجع لطبيعة السياسة الكلاسيكية المنتهجة من قبل المؤسسة.

#### 4. النتائج العامة لدراسة:

- 1- بينت الدراسة بان موظفي دائرة الخبانة لديهم حساب على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- ان اغلبية موظفي دائرة الخبانة حددت فترة استخدامهم للفيسبوك ساعة واحدة
- 3- توصلت الدراسة الى ان مواقع التواصل الاجتماعي انها ساهمت في تحسين مستوى الأداء الوظيفي لموظفي دائرة الخبانة.
- 4- أظهرت نتائج الدراسة ان نظام الاتصالات السائد قد أثر على مستوى أدائهم الوظيفي.
- 5- تعتبر عملية التحفيز من القواعد الهامة التي يرغب الموظفون فيها باعتبارها توظف الحماس والدافعية لديهم.
- 6- أظهرت نتائج الدراسة ان توفر الاتصال بين الموظفين يسهل نقل المعلومات فيما بينهم.
- 7- أظهرت نتائج الدراسة على ان إدارة المؤسسة هي القائم الوحيد بممارسة العلاقات العامة في المؤسسة.
- 8- أظهرت نتائج الدراسة ان العمال مطلعين على اهداف المؤسسة وان مشاركتهم في صنع القرار يؤدي الى زيادة اهتمامهم وادراكهم للعمل.

## 5. التوصيات والاقتراحات

بعد ما تم عرضنا حول موضوع الدراسة يمكن ان نخرج ببعض التوصيات والاقتراحات التي من شأنها ان تفيد مستعملي هاته المواقع سواء في الدراسة البحثية او من العمال محل الدراسة على النحو التالي

### أولاً: التوصيات

- 1- ضرورة العمل على زيادة التوعية بإيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال عدة أساليب كالندوات والمحاضرات، ووسائل الاعلام بكافة اشكالها واستضافة الشخصيات العلمية.
- 2- توظيف شبكات التواصل الاجتماعي كمنصات تعليمية للتعلم والاستفادة من تطبيقاتها، وضرورة تبني المنصات التعليمية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.
- 3- تفعيل دور الجامعات والمراكز البحثية بإنشاء حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي لتسهيل استغلال مواقع التواصل الاجتماعي بين مستعمليها، والاستفادة منها في مجال البحث العلمي.

### ثانياً: الاقتراحات

- 1- تعزيز التعاون بين المؤسسة المعنية والغير لتبادل الأنظمة والتشريعات التي تحدد الاستخدام الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي بما يعود بالخير على الفرد والأمة.
- 2- تفعيل دور نواقع التواصل الاجتماعي من خلال جعل مواقع للدائرة يتمكن المواطن من خلاله الاطلاع على كل ما يخصه من حقوق وواجبات محققا بذلك الأهداف المرجوة.
- 3- تمكين عمال الدائرة محل الدراسة من تحسين أدائهم الوظيفي وذلك بالاستغلال الأمثل لهاته المواقع بما يرفع مستواهم الادائي والوظيفي في العلاقات العامة مع الغير.

# الخاتمة

الخاتمة:

من خلال دراستنا لجوانب هذا الموضوع المختلفة حاولنا فيها تحقيق الأهداف المسطرة في بداية البحث.

بدء من دور مواقع التواصل الاجتماعي الى كيفية تحسين الأداء الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسة، وبالتحديد مقر دائرة الخبانة ولتحقيق هذه الأهداف.

تبين لنا ان دور مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور مهم في تحسين الأداء الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسة، حيث يتضح جليا من خلال النتائج المتوصل اليها لمواقع التواصل الاجتماعي أنها قد اثرت إيجابيا على موظفي دائرة الخبانة، حيث ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي مساهمة فعالة في تنمية أداء المؤسسة الإدارية، وذلك من خلال الاهتمام بجمهورها الداخلي والخارجي وتشجيع الاتصال الإيجابي والتفاعل المستمر معهم والعمل على تلبية رغباتهم بحسن التعامل والاستقبال.

ومؤسسة دائرة الخبانة باعتبارها مؤسسة خدماتية تحاول جاهدة لاحتلال مكانة كبيرة لدى جمهورها الداخلي والخارجي، وذلك فهي تحرص دائما على خلق علاقات جيدة بين جمهورها الداخلي والخارجي، والمحافظة على تلك العلاقات عن طريق الاتصال الدائم مع موظفيها لضمان حسن سير العمل والتواصل المستمر مع المواطن وموظفيها للحفاظ على استقرارها واستمراريتها.

A decorative border with intricate floral and scrollwork patterns, featuring leaves, flowers, and butterflies, framing the central text.

## قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- أحمد فرج أحمد ديب، العلاقات العامة مفاهيم ومهام الإعلان غاية ووسيلة اعلام، نوفمبر، 2015.
- 2-أعمر يوسف، التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الأمن القومي للدول، الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، العدد7، 2007.
- 3-بوقطف محمود، التكوين أثناء الخدمة ودوره في تحسين أداء الموظفين بالمؤسسة الجامعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاجتماع، تنظيم وعمل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2013-2014.
- 4-جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
- 5-جون شومالي ودينيس هويسمان، العلاقات العامة، تونس، 20014.
- 6-حسن الحلبي، مبادئ في العلاقات العامة، منشورات عويدات، بيروت-باريس، 1980.
- 7-حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياتها المعاصرة، دار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1998.
- 8-خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013.
- 9-رضا أمين، الاعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط1، 2015.
- 10- زاهر راضي، استخدام كواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.
- 11- سعد سلمان المشهداني فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، دار الأمد للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، ط1، 2020.
- 12- سلطان مسفر، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، المملكة العربية السعودية، المدينة المنورة، 1432هـ/2011م.
- 13- السيد عبد الرحمن علي، العلاقات العامة قديما وحديثا محليا ودوليا، القاهرة، ط1، 2021.

- 14- السعيد مبروك إبراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز تفاعل الثقافات في العصر الرقمي، 2019.
- 15- شامي صليحة، المناخ التنظيمي وتأثيره على الأداء الوظيفي للعاملين، مذكرة مقدمة ضمن نيل متطلبات نيل درجة الماجستير، تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2010.
- 16- طه عبد العاطي نجم، مناهج البحث الإعلامي دار كلمة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2015.
- 17- عبد التواب محمد عثمان، أخلاقيات التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي في الكتاب والسنة، جامعة الأزهر، القاهرة.
- 18- عبد الحميد عبد المجيد البلداوي، أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 19- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 20- على برغوث، العلاقات العامة أسس نظرية ومفاهيم عصرية، الناشر معهد البحوث والدراسات العربية، مصر، ط1، 2017.
- 21- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 22- علي فرجاني، العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، 2018.
- 23- فايز عبد الرحمان الفروخ، التعلم التنظيمي وأثره في تحسين الأداء الوظيفي، دار جليس زمان للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، ط1، 2010.
- 24- فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 2011.
- 25- قلاتي صبيحة، تونسي سهيلة، دور العلاقات العامة في تحسن أداء الموظفين داخل المؤسسة الخدمائية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة

- الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015/2014.
- 26- كاتب فراس، عقون دنيا، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2016/2015.
- 27- ليلي أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، 2012.
- 28- ماهر عودة شمايلة وآخرون، الاعلام الرقمي الجديد، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015.
- 29- محمد الصيرفي، إدارة العلاقات العامة، دار النشر مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ط1، 2005.
- 30- محمد العزازي أحمد ادريس، العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الإدارة، 1425هـ، 2005م.
- 31- محمد صدقي، العلاقات العامة علم وفن وعمل، دار الكتب المصرية للنشر، مصر، 2020.
- 32- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظرية التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2003.
- 33- المحمودي محمد سرحان علي، مناهج البحث العلمي، ط3، الجمهورية اليمنية صنعاء، دار الكتب، 2019.
- 34- مصعب حسام الدين لطفي قتلوني، دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في عملية التغيير السياسي، قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2012.
- 35- موسى حمد محمد شيحان الديلمي، أثر استراتيجيات الموارد البشرية في الأداء الوظيفي، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة آل بيت، 2018-2017.

- 36- نادر حامد عبد الرزاق أبو شرح، تقييم أثر الحوافز على مستوى الأداء الوظيفي في شركة الاتصالات الفلسطينية من وجهة نظر العاملين، رسالة ماجستير، إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر بغزة، فلسطين، 2010.
- 37- ندى عبد باقرة، المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالأداء الوظيفي لدى أعضاء هيئة التدريس في كلية التربية الأساسية، (مجلة الكلية التربوية الأساسية، العدد الثالث والسبعون، 2012).
- 38- نور سماح، دور نظام المعلومات المحاسبي في تقييم الأداء العالمي للمؤسسة الاقتصادية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، محاسبة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيذر، بسكرة، 2018، 2019.
- 39- هدى غرسي، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، بأم البواقي، 2016/2015.

فهرس

المحتويات

الرقم	الموضوع
.....	شكر وتقدير
.....	الاهداء
أ	مقدمة
04	الإطار العام للدراسة
05	أولاً: إشكالية الدراسة
06	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع
06	ثالثاً: أهمية وأهداف الدراسة
07	رابعاً: منهج الدراسة
07	خامساً: مجتمع الدراسة
07	سادساً: مفاهيم الدراسة
09	سابعاً: نظرية الدراسة
10	ثامناً: دراسات سابقة
13	تاسعاً: صعوبات الدراسة
.....	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة
17	المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
17	المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها
19	المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
20	المبحث الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

20	.....	المطلب الأول: أهم مواقع التواصل الاجتماعي
		المطلب الثاني: إيجابيات
23	.....	وسلبات مواقع التواصل الاجتماعي
	.....	الفصل الثاني: الأداء الوظيفي للعلاقات العامة
29	.....	المبحث الأول: ماهية الأداء الوظيفي
29	.....	المطلب الأول: مفهوم الأداء الوظيفي
30	.....	المطلب الثاني: عناصر الأداء الوظيفي
30	.....	المطلب الثالث: محددات الأداء الوظيفي
34	.....	المبحث الثاني: ماهية العلاقات العامة
34	.....	المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة
35	.....	المطلب الثاني: وظائف العلاقات العامة
36	.....	المطلب الثالث: أهمية واهداف العلاقات العامة
	.....	الإطار التطبيقي
39	.....	تعريف المؤسسة

40	.....	هياكل المؤسسة
41	.....	تحليل البيانات وتفريغها
60	.....	النتائج العامة للدراسة
61	.....	التوصيات والاقتراحات
63	.....	الخاتمة
70	.....	فهرس المحتويات
73	.....	فهرس الجداول
75	.....	فهرس الاشكال
79	.....	الملاحق

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع	41
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	41
03	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة الوظيفة	42
04	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الأقدمية	43
05	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الحساب الذي لديه على مواقع التواصل الاجتماعي	44
06	يوضح أفراد العينة حسب أكثر المواقع استخداما	44
07	يوضح المدة التي قضاها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	45
08	يمثل توزيع أفراد العينة حسب انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	46
09	يمثل أسباب استخدامات الموظفين لمواقع التواصل الاجتماعي	47
10	يوضح تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقة الموظف بالمحيط	47
11	يوضح تفضيل تواصل مع الزملاء عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي أم عن طريق الاتصال المباشر	48
12	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تحسين مواقع التواصل الاجتماعي في الأداء الوظيفي	49
13	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى الأداء الوظيفي	50
14	يوضح علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالأداء الوظيفي	51
15	يوضح تأثير نظام الاتصالات السائد في المؤسسة على مستوى الأداء الوظيفي	51
16	يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	52
17	يوضح العمل بروح الفريق الذي ساعدهم على رفع الجهد المبذول في الأداء الوظيفي	53
18	يوضح أفراد العينة حسب المشاركة في صنع القرارات	53
19	يمثل نوع التحفيز التي تقوم بها المؤسسة لموظفيها	54
20	يمثل القائم بممارسة العلاقات العامة في المؤسسة	55
21	يوضح معنى العلاقات العامة في المؤسسة	56

56	يمثل الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسة	22
57	يمثل اطلاع الموظفين على أهداف المؤسسة	23
58	يمثل مساهمة العلاقات العامة في المؤسسة في تحقيق التقارب بين الإدارة والموظفين في المؤسسة	24
59	يمثل شكل الاتصال الغالب في المؤسسة	25

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
41	يبين متغير النوع	01
42	يبين متغير السن	02
42	يبين متغير طبيعة الوظيفة	03
43	يبين متغير الأقدمية	04
44	يبين لنا نسبة الموظفين الذين لديهم حساب على مواقع التواصل الاجتماعي	05
45	يبين لنا نسبة الموظفين الذين يمثلون أكثر المواقع الاجتماعية استخداما	06
45	يبين لنا المدة الذي قضاها الموظف في المواقع الاجتماعية	07
46	يبين لنا نسبة الموظفين في انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	08
47	يبين لنا سبب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	09
48	يبين لنا تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقته بالمحيط(المؤسسة).	10
49	يبين لنا تواصل الموظفين مع زملائهم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي أو عن طريق الاتصال المباشر	11
50	يبين لنا نسبة تحسين مواقع التواصل الاجتماعي من أدائهم الوظيفي	12
50	يبين لنا تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى أداء الموظفين.	13
51	يبين لنا نسبة تشجيع رؤسائهم في دفع الإنجاز في عملهم بكفاءة	14
52	يبين لنا تأثير نظام الاتصالات السائد في المؤسسة على مستوى أدائهم الوظيفي	15
52	يبين لنا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة أدائهم الوظيفي	16
53	يبين لنا نسبة المستجوبين على ان العمل بروح الفريق يساعدهم على رفع الجهد في أدائهم الوظيفي	17
54	يبين لنا مشاركة الموظفين في صنع القرار وزيادة اهتمامهم وادراكهم للعمل	18
54	يبين لنا نوع التحفيز التي يتحصل عليها الموظفين في المؤسسة	19
55	يبين لنا القائم بممارسة العلاقات العامة في المؤسسة	20
56	يبين لنا معنى العلاقات العامة في المؤسسة	21
57	يبين لنا اهم وظيفة التي تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسة	22
57	يبين لنا نسبة اطلاع الموظفين على اهداف المؤسسة	23

58	يبين لنا نسبة مساهمة العلاقات العامة في المؤسسة في تحقيق التقارب بين الإدارة والموظفين في المؤسسة	24
59	يبين لنا شكل الاتصال الغالب في المؤسسة	25

## ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسة، حيث تطرقنا في الجانب النظري مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها مع ذكر أهمها، وكذا إيجابيات وسلبيات هاته المواقع.

أما الفصل الثاني فقد تطرقنا لمفهوم الأداء الوظيفي ومحدداته وطرق تحسينه والعوامل المؤثرة فيه، مع ذكر العلاقات العامة واستجابتها لمستوى الأداء الوظيفي، وفي شقها التطبيقي تناولت الدراسة معرفة أداء الموظفين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين أدائهم داخل المؤسسة الادارية، واستخدمنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتبر المنهج الملائم لوصف الدراسة، حيث أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على أداء الموظفين في مقر دائرة الخبابة ووفرت عليهم الكثير من الوقت والجهد وعليه فمواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور هام وكبير في تحسين خدمات المؤسسة وأدائها العام.

الكلمات المفتاحية: الدور، مواقع التواصل الاجتماعي، الأداء الوظيفي، العلاقات العامة.

### ----- الملخص باللغة الإنجليزية -----

The study aimed to identify the role of social networking sites in improving the job performance of public relations in the institution, where we touched on the theoretical side the concept of social networking sites and their characteristics with a mention of the most important of them, as well as the pros and cons of these sites.

As for the second chapter, we discussed the concept of job performance, its determinants, ways to improve it, and the factors affecting it, with a mention of public relations and its response to the level of job performance. In its practical part, the study dealt with the knowledge of employees' performance about the role of social networking sites in improving their performance within the administrative institution, and we used in this study the descriptive approach. Analytical, which is the appropriate approach to describe the study, as social networking sites affected the performance of employees at the headquarters of the cabinet and saved them a lot of time and effort.

Accordingly, social networking sites have played an important and significant role in improving the institution's services and its general performance.

Key words : Role, Social networking, Improving the job performance, Public relations.

L'étude visait à identifier le rôle des sites de réseautage social dans l'amélioration de la performance au travail des relations publiques dans l'institution, où nous avons abordé sur le plan théorique le concept de sites de réseautage social et leurs caractéristiques avec une mention des plus importants d'entre eux, comme ainsi que les avantages et les inconvénients de ces sites.

Quant au deuxième chapitre, nous avons abordé le concept de performance au travail, ses déterminants, les moyens de l'améliorer et les facteurs qui l'affectent, avec une mention des relations publiques et de sa réponse au niveau de performance au travail. L'étude portait sur la connaissance de la performance des employés sur le rôle des sites de réseaux sociaux dans l'amélioration de leur performance au sein de l'institution administrative. Analytique, qui est l'approche appropriée pour décrire l'étude, car les sites de réseautage social ont affecté la performance des employés au siège de l'armoire et leur a fait gagner beaucoup de temps et d'efforts.

En conséquence, les sites de réseautage social ont joué un rôle important et significatif dans l'amélioration des services de l'institution et sa performance générale.

Mot clés: Rôle, Sites de réseautage social, l'amélioration de la performance, Relations publiques.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان

نرجو من سيادتكم التكرم بالإجابة على هذا الاستبيان في إطار إعداد مذكرة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة تحت عنوان "" دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسة"" وذلك بوضع علامة (x) التي تتفق مع رأيك كمساعدة منك في إنجاح هذه الدراسة

تحت إشراف الدكتور

بيبي فيصل

من إعداد الطالب :

بلواضح توفيق

السنة الجامعية 2021/2020











الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences  
Vice-Deanship of the College for Studies and  
Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء  
الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسات  
دور السنة الميدانية - ائحة الخبرة

إعداد الطلبة:

- 1- بلواضح توفيق رقم التسجيل: 1635100170
- 2- رقم التسجيل:

القسم: الإعلام والاتصال الشعبية، علوم إنسانية التخصص اتصال وعلاقات عامة  
إشراف: لبيبي فيصل الرقبة:

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2020-  
2021 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وامضاء المشرف(ة):



يوضره كاتيار عمالينا

Web site : <http://virtuelcampus.univ-msila.dz/facshs/> الموقع الإلكتروني:  
Face book : <https://www.facebook.com/FshsUinvMsila/> الفيسبوك:  
Tél / Fax : +213 35 35 3044 هاتف/ فاكس:



كلية العلوم  
الإنسانية والاجتماعية  
FACULTY OF HUMANITIES  
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and  
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
People's Democratic Republic of Algeria  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
University Mohamed Boudiaf of M'sila



جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة  
الرقم: 2021/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): بلو امح توفيق

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دانه): طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 200324650

الصادرة بتاريخ: 2016.04.24 عن دائرة: الخبازة

المسجل بكلية: علوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 4635/00170

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: دور مواقع التواصل الاجتماعي

في تحسين الأداء الوظيفي للعلاقات العامة

في المؤسسة، دراسة ميدانية دائرة الخبازة

اصح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2021/06/09

امضاء المعني(ة): بلو امح

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.