

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of Higher Education and Scientific Research  
جامعة العربي التبسي - تبسة  
Larbi Tebessi University - Tebessa  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
Faculty of Humanities and Social Sciences



قسم علم الاعلام والاتصال  
تخصص اتصال تنظيبي

## مذكرة ماستر تحت عنوان

دور الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي  
(فايسبوك) في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة  
دراسة ميدانية بجامعة العربي التبسي

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذ

• أكرم بوطورة

من إعداد الطلبة

- بريك روميصة
- غقاقلية ناديل

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
بلخيري رضوان	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
بوطورة أكرم	أستاذ محاضر - أ -	مشرفا ومقررا
ميهوب نور الدين	أستاذ محاضر - ب -	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية 2021 / 2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## شكر وتقدير:

الحمد لله دائماً وأبداً فهو الموفق والمستعان بعد شكر المولى عز وجل على فضله ونعمه التي من بها علينا نتقدم، بخالص الشكر والاحترام الى :

الأستاذ المشرف " **أكرم بوطورة** " على ما قدمه لنا من توجيه ونصح في إنجاز وإثراء هذه المذكرة ونوجه شكرنا إلى أعضاء لجنة المناقشة .

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر الخالص إلى كل الأساتذة الذين أشرفوا على تعليمنا من بداية مشوارنا الدراسي إلى غاية هذه المرحلة، كما نشكر عمال جامعة العربي التبسي - تبسة - الذين أفادونا بكل الوثائق والمعلومات حول موضوع المذكرة والشكر الجزيل لكل من ساهم في مساعدتنا وإعداد هذا الموضوع سواء من قريب أو بعيد

إلى كل هؤلاء تحية وتقدير واحترام

## إهداء

أهدي هذا العمل الى روح والدي الكريم و أرجو الله سبحانه وتعالى أن  
يرحمه ويجعله من اهل الجنة و إلى الوالدة فاضلة رعاها الله بفضله  
وكرمهم وجعلنا ذخرا لها و إلى إخوتي و أخواتي صغيرهم وكبيرهم إلى  
كل الأحباب والأصدقاء كما أهدي هذا العمل إلى جميع طلبة جامعة  
العربي التبسي

روميسة

## إهداء

إلى من بسمتها غابيتي وتحت أقدامها جنتي .....

أبي الغالية و أسكنك الفردوس الأعلى إلى من علمني أن الدنيا كفاف

وتعدي والحياة مبادئ و أخلاق

أبي الغالي حفظه الله امتزجت أمالي بآمالهم و أحلامهم رفقاء دربي وسندي

إلى كل من نسبهم قلبي ويتذكروهم قلبي.....

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي المتواضعة

ناديل



الصفحة	فهرس الموضوع
/	شكرا و عرفان
/	الإهداء
/	فهرس الموضوعات
/	فهرس الجداول
/	فهرس الملاحق
<b>الجانب النظري</b>	
أ-ب	مقدمة
	الفصل الأول: إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي.
04	تمهيد .
13-05	أولاً: إشكالية الدراسة:
06-05	1- صياغة الإشكالية وتساؤلاتها.
06	2- أسباب اختيار الموضوع.
07	3- أهمية الدراسة.
07	4- أهداف الدراسة
11-07	5- الدراسات السابقة.
13-12	6- ضبط المصطلحات.
16-13	ثانياً: الإطار المنهجي للدراسة

13	1- منهج الدراسة.
15-14	أدوات جمع البيانات.
15	2- مجالات الدراسة.
16-15	3- عينة الدراسة.
17	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة
31-19	أولاً: الاتصال.
19	تمهيد.
20	1- تعريف الاتصال.
25-21	2- خصائص وأنواع الاتصال.
27-25	3- عناصر الاتصال.
28-27	4- أهداف الاتصال.
29-28	5- وظائف الاتصال.
31-29	6- معوقات الاتصال.
43-31	ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي.
31	تمهيد.
32-31	1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.
35-32	2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

37-35	3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.
37	4- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
40-38	5- ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي.
43-41	6- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
53-44	ثالثا: موقع فاييبوك.
44	تمهيد
45-44	1- تعريف الفايببوك.
46-45	2- نشأة الفايببوك.
46	3- خصائص الفايببوك.
50-47	4- أسباب استخدام موقع فاييبوك.
52-51	5- ايجابيات موقع فاييبوك.
53-52	6- سلبيات مواقع فاييبوك.
58-54	رابع: الصورة الذهنية.
54	تمهيد.
55-54	1- تطور مفهوم الصورة الذهنية.
55	2- تعريف الصورة الذهنية.
56	3- أنواع الصورة الذهنية.
56	4- خصائص الصورة الذهنية.
57	5- مصادر الصورة الذهنية.

58	مكونات الصورة الذهنية
	الفصل الثالث: الإطار الميداني والتطبيقي للدراسة
62-60	أولاً: بطاقة فنية حول جامعة العربي التبسي.
60	1- نشأة جامعة العربي التبسي.
60	2- تعريف جامعة العربي التبسي.
61	3- الهيكل التنظيمي لجامعة العربي التبسي.
62-61	4- مهام ووظائف الجامعة.
101-62	ثانياً: تحليل البيانات الميدانية.
96-62	1- تفرغ البيانات الميدانية.
100-97	2- نتائج الدراسة.
101	3- التوصيات والاقتراحات.
103	خاتمة
-105	قائمة المصادر والمراجع.
109	
/	الملاحق
/	ملخص الدراسة

الصفحة	العنوان	الرقم
63	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	جدول رقم (1)
64	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	جدول رقم (2)
65	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى	جدول رقم (3)
66	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص	جدول رقم (4)
67	يوضح تستخدم الصفحة صوراً ذات علاقة بالمنشور	جدول رقم (5)
68	يوضح تستخدم الصفحة مقاطع فيديو التي تبث عبر الصفحة تقاوم محتوى كاف	جدول رقم (6)
69	يوضح دائماً ما تصلني أخبار الجامعة من مصادر أخرى قبل صفحة	جدول رقم (7)
70	يوضح محتوى الصفحة يفيدني في التعرف على مختلف الأخبار جامعة التي تؤثر على المؤسسة	جدول رقم (8)
71	يوضح حين أواجه مشكلة إدارية أترك رسالة في صفحة الجامعة	جدول رقم (9)
72	يوضح دائماً ما يرد مشرف الصفحة على تعليقاتنا وتساؤلات	جدول رقم (10)
73	يوضح الصفحة لا تفوت مناسبة وطنية او دينية الا ووضعت تهنئة خاصة بها	جدول رقم (11)
74	يوضح الصفحة تبقيني على اطلاع نشاطات الجامعة المختلفة	جدول رقم (12)
75	يوضح الصفحة تساهم في تقديم صورة ايجابية عن الجامعة	جدول رقم (13)

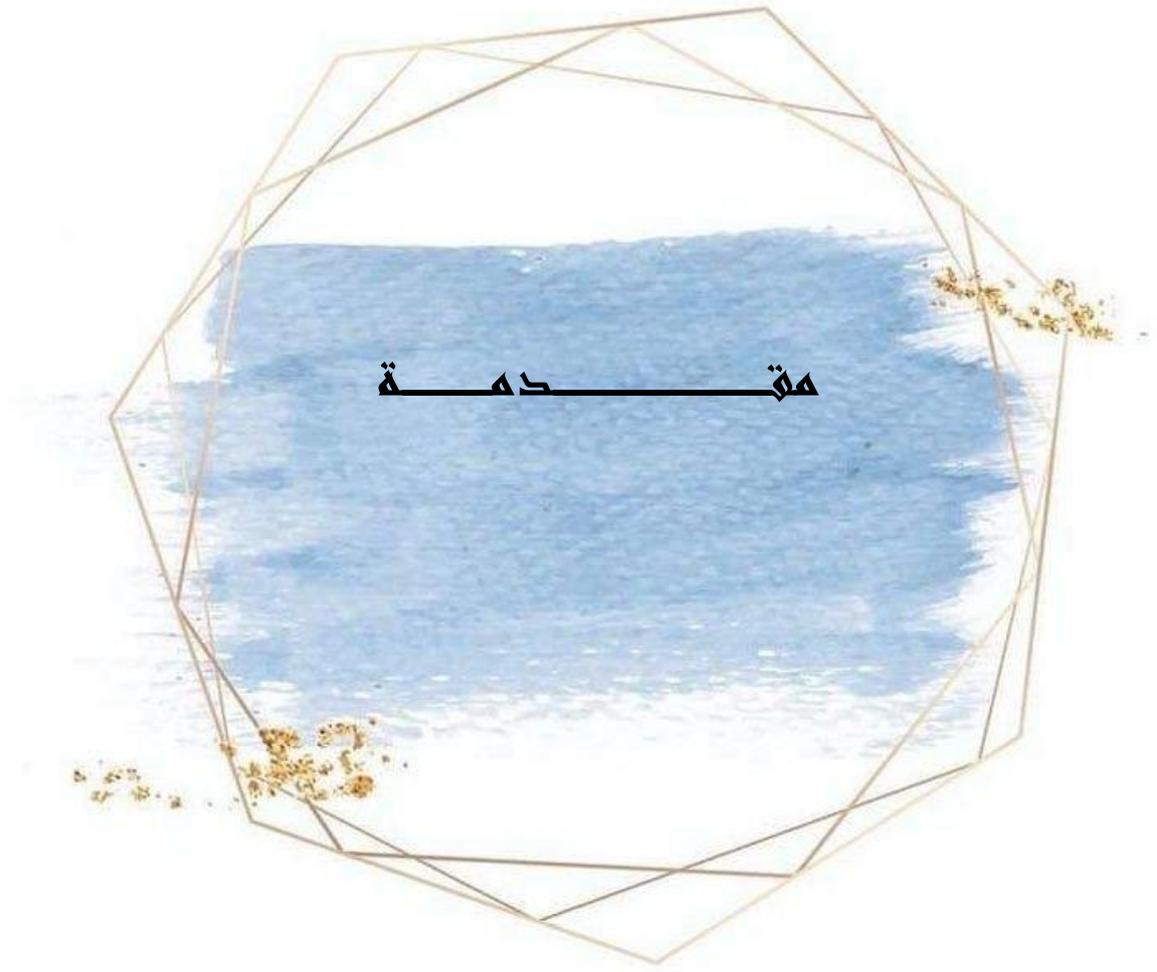
76	يوضح صفحة جامعة تبسة تعرض صورة ذهنية مطابقة للواقع الذي أعيشه كطالب في الجامعة	جدول رقم (14)
77	يوضح أعتقد ان طلبة الجامعات الاخرى سيرسمون صورة ايجابية عن الجامعة من خلال منشوراتهم	جدول رقم (15)
78	يوضح تشارك صفحة الجامعة النشاطات العملية التي تقوم بها الجامعة	جدول رقم (16)
79	يوضح تشارك صفحة الجامعة النشاطات الرياضية التي تقوم بها الجامعة	جدول رقم (17)
80	يوضح تشارك صفحة الجامعة النشاطات الثقافية التي تقوم بها الجامعة	جدول رقم (18)
81	يوضح دائما ما أرى الكلية التي انتمي اليها حاضرة في منشورات الصفحة	جدول رقم (19)
82	يوضح حين ارى منشور يهمني في صفحة الجامعة أسارع الى مشاركته في صفحتي	جدول رقم (20)
83	يوضح لا أتردد في ترك تعليق مناسب في الصفحة لموضوع يهمني	جدول رقم (21)
84	يوضح أتدخل للرد على التعليق ما إذا كان محتواه لمستفيدين بطريقة ما	جدول رقم (22)
85	يوضح سبق و أرسلت رابط منشور ما في صفحة الجامعة الى صديق بأمر يهمني	جدول رقم (23)
86	يوضح أشارك خاصة الصور الموجودة على صفحة الجامعة تبسة	جدول رقم (24)
87	يوضح أتعرف على اخبار الجامعة للحصول على معلومات عنها	جدول رقم (25)

بسهولة		
88	يوضح أغراض الدراسة والبحث وجداول الامتحانات	جدول رقم (26)
89	يوضح متابعة الارشادات الخاصة بمتطلبات الجامعة	جدول رقم (27)
90	يوضح الصفحة تهتم بمشاكل الطلاب واستطلاع ارائهم	جدول رقم (28)
91	يوضح تعرفت على اخر اخبار الجامعة وكل ما هو جديد	جدول رقم (29)
92	يوضح زادت معلوماتي على الجامعة / كليتها/ متطلباتها	جدول رقم ( 30)
93	يوضح حصلت على معلومات حول اهم الفعاليات وأنشطة خاصة بالجامعة	جدول رقم (31)
94	يوضح زادت معرفتي بالخدمات التي تقدمها الجامعة	جدول رقم (32)
95	يوضح استفدت مما تقدمه الصفحة في دراستي و بحثي	جدول رقم (33)
96	يوضح تمكنت من التفاعل والاندماج مع الزملاء عبر الصفحة	جدول رقم (34)
97	يوضح اكتسبت صداقات جديدة	جدول رقم (35)

الصفحة	العنوان	الرقم
62	يوضح هيكل تنظيمي للجامعة	شكل رقم (1)
63	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	شكل رقم (2)
64	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	شكل رقم (3)
65	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى	شكل رقم (4)
66	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص	شكل رقم (5)
67	يوضح تستخدم الصفحة صوراً ذات علاقة بالمنشور	شكل رقم (6)
68	يوضح تستخدم الصفحة مقاطع فيديو التي تبث عبر الصفحة تقاوم محتوى كاف	شكل رقم (7)
69	يوضح دائماً ما تصلني أخبار الجامعة من مصادر أخرى قبل صفحة	شكل رقم (8)
70	يوضح محتوى الصفحة يفيدني في التعرف على مختلف الأخبار جامعة التي تؤثر على المؤسسة	شكل رقم (9)
71	يوضح حين أواجه مشكلة إدارية أترك رسالة في صفحة الجامعة	شكل رقم (10)
72	يوضح دائماً ما يرد مشرف الصفحة على تعليقاتنا وتساؤلات	شكل رقم (11)
73	يوضح الصفحة لا تفوت مناسبة وطنية او دينية الا ووضعت تهنئة خاصة بها	شكل رقم (12)
74	يوضح الصفحة تبقيني على اطلاع نشاطات الجامعة المختلفة	شكل رقم (13)

75	يوضح الصفحة تساهم في تقديم صورة ايجابية عن الجامعة	شكل رقم (14)
76	يوضح صفحة جامعة تبسة تعرض صورة ذهنية مطابقة للواقع الذي أعيشه كطالب في الجامعة	شكل رقم (15)
77	يوضح أعتقد ان طلبة الجامعات الاخرى سيرسمون صورة ايجابية عن الجامعة من خلال منشوراتهم	شكل رقم (16)
78	يوضح تشارك صفحة الجامعة النشاطات العملية التي تقوم بها الجامعة	شكل رقم (17)
79	يوضح تشارك صفحة الجامعة النشاطات الرياضية التي تقوم بها الجامعة	شكل رقم (18)
80	يوضح تشارك صفحة الجامعة النشاطات الثقافية التي تقوم بها الجامعة	شكل رقم (19)
81	يوضح دائما ما أرى الكلية التي انتمي اليها حاضرة في منشورات الصفحة	شكل رقم (20)
82	يوضح حين ارى منشور يهمني في صفحة الجامعة أسارع الى مشاركته في صفحتي	شكل رقم (21)
83	يوضح لا أتردد في ترك تعليق مناسب في الصفحة لموضوع يهمني	شكل رقم (22)
84	يوضح أتدخل للرد على التعليق ما إذا كان محتواه لمستفيدين بطريقة ما	شكل رقم (23)
85	يوضح سبق و أرسلت رابط منشور ما في صفحة الجامعة الى صديق بأمر يهمني	شكل رقم (24)
86	يوضح أشارك خاصة الصور الموجودة على صفحة الجامعة تبسة	شكل رقم (25)

87	يوضح أتعرف على اخبار الجامعة للحصول على معلومات عنها بسهولة	شكل رقم (26)
88	يوضح أغراض الدراسة والبحث وجداول الامتحانات	شكل رقم (27)
89	يوضح متابعة الارشادات الخاصة بمتطلبات الجامعة	شكل رقم (28)
90	يوضح الصفحة تهتم بمشاكل الطلاب واستطلاع آرائهم	شكل رقم (29)
91	يوضح تعرفت على اخر اخبار الجامعة وكل ما هو جديد	شكل رقم (30)
2	يوضح زادت معلوماتي على الجامعة / كليتها/ متطلباتها	شكل رقم (31)
93	يوضح حصلت على معلومات حول اهم الفعاليات وأنشطة خاصة بالجامعة	شكل رقم (32)
94	يوضح زادت معرفتي بالخدمات التي تقدمها الجامعة	شكل رقم (33)
95	يوضح استفدت مما تقدمه الصفحة في دراستي و بحثي	شكل رقم (34)
96	يوضح تمكنت من التفاعل والاندماج مع الزملاء عبر الصفحة	شكل رقم (35)
97	يوضح اكتسبت صداقات جديدة	شكل رقم (36)



تعتبر المؤسسة مكان خاص به العديد من البرامج العملية والوظيفية لتحقيق أهداف معينة وهي عبارة عن مجموعة من الأنشطة المتفاعلة التي تهدف إلى تحقيق مجموعة من الغايات التنظيمية الاجتماعية ومن بين تلك الأنشطة الاتصال.

فالاطصال يلعب دورا بالغ الأهمية في أي منظمة أو مؤسسة أو منشأة نتيجة لما يقوم به من تنسيق للأعمال والنشاطات داخل المؤسسة وكذا نشر توزيع مختلف المعلومات والبيانات كونه عملية تفاعلية تساهم في تكوين صورة جيدة عن المؤسسة.

ومن خلال التطورات التكنولوجية الهائلة في وسائل الاتصال والمعلومات أصبح تبادل المعلومات والبيانات بين المجتمع أسهل، والتي كان أهمها ظهور الانترنت ومع منتصف تسعينات القرن العشرين بدأ يظهر على شبكة الانترنت مواقع جديدة سميت مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعتبر من أهم الوسائل التي ساعدت على تواصل وتقارب الناس والمجتمعات في كافة أنحاء العالم.

ومن بين هذه المواقع الفاييبوك الذي يحتل صدارة هاته المواقع خاصة في الدول العربية نظرا لنجاحه الكبير في دعم فكرة التواصل مع الأصدقاء والحفاظ على العلاقات الاجتماعية وهي الفكرة الأساسية التي انطلق منها من البداية ليعم استخدامه وينتشر في المؤسسات بهدف ترويج خدماتها وتحسين الخدمة لها وهو ما يسمح لها بتكوين سمعة جيدة أو ما يعرف بالصورة الذهنية.

تعتبر الصورة الذهنية كل ما يتكون لدى الفرد إما من خلال الخبرة المباشرة نتيجة لاحتكاكاته المباشرة بغيره من الأفراد والمؤسسات والأنظمة، أو من خلال الخبرة غير المباشرة من خلال ما تنقله وسائل الإعلام، فقد أصبحت هدفا أساسيا تسعى إليه جميع المؤسسات التي تنشئ البقاء والاستمرار وقد ازدادت أهميتها في الآونة الأخيرة حيث طرحت عدة تساؤلات للنقاش تتعلق بمدى الحاجة إلى مؤسسات قوية وقادرة على أداء ما يستند إليها من مهام في كل التطورات الجديدة التي عرفتها الساحة الدولية وبالتالي أصبح للاتصال والصورة الذهنية أهمية كبيرة وهي تزداد يوما بعد يوم لدى المؤسسات على اختلاف طبيعتها ونشاطاته في مختلف أنحاء العالم.

وإذا أخذنا المؤسسات الجزائرية على سبيل المثال نجدها قد بدأت تولي أهمية كبيرة ومرتازدة للاتصال وكذلك تهتم بصورتها وسمعتها ومن بين هذه المؤسسات نجد "الجامعة" وللإلمام بهذا الموضوع وبعض

جوانبه سنقوم بدراسة إحدى أهم المؤسسات حيث تم تركيزنا على "جامعة العربي التبسي" ولدراسة الموضوع قمنا بوضع الخطة التالية:

**في الفصل الأول:** تطرقنا إلى إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي الذي تضمن: صياغة الإشكالية وتساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، الأهمية، الأهداف، الدراسات السابقة، ضبط المصطلحات، منهج الدراسة، أدوات جمع البيانات، مجالات الدراسة، عينة الدراسة.

**أما الفصل الثاني:** فقد شمل الدراسة النظرية للموضوع من خلال أربعة مباحث:

**المبحث الأول:** تضمن ماهية الاتصال، **أما المبحث الثاني:** فتضمن مواقع التواصل الاجتماعي، **أما المبحث الثالث:** فتناولنا فيه موقع فايسبوك

**والمبحث الرابع:** الصورة الذهنية.

**أما الفصل الثالث:** فكان الإطار الميداني والتطبيقي للدراسة حيث شمل بطاقة فنية حول جامعة العربي التبسي والتي تضمنت: النشأة والتعريف بالجامعة، الهيكل التنظيمي، مهام ووظائف الجامعة، كما اشتمل على تحليل البيانات الميدانية، تفرغ البيانات، نتائج الدراسة مع بعض التوصيات والاقتراحات.

## الفصل الأول

### إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي

#### تمهيد

#### أولاً: إشكالية الدراسة

#### ثانياً : الإطار المنهجي للدراسة

#### ملخص

### تمهيد:

يتوقف أي بحث أو دراسة انطلاقاً من تحديد إشكالية وأهدافه، ولكي يستوفي البحث قيمته العلمية يتطلب منا التعرض لإجراءات المنهجية ولهذا سنحاول في هذا الفصل توضيح الأساليب العلمية التي اعتمدت عليها الدراسة في تحقيق أهدافها حيث يفرض هذا الفصل لإجراءات المنهجية وما تعلق بها من تحديد للمنهج المتبع وأدوات جمع البيانات ومجتمع البحث والعينة.

أولاً: إشكالية الدراسة.

### 1- صياغة الإشكالية وتساؤلاتها:

تعتبر المؤسسة نظام أساسي وهام حياتنا نظراً لدورها الفعال في تسهيل الحياة اليومية للأفراد والتي هي جملة من الوسائل تتشكل من مجموعة عناصر تكون مادية ومعنوية تستمر من طرف مجموعة من الأشخاص بغرض الوصول إلى هدف معين حيث تعددت أنواع المؤسسات من مؤسسة اقتصادية خدمتية، مالية، عمومية وخاصة ولكل مؤسسة هدف معين وكل مؤسسة لديها أهمية ومكانتها الخاصة داخل المجتمع.

ومن هذه المؤسسات المؤسسة الجامعية التي هي هيئة تعليمية تربوية تتكون من مجموعة من الفاعلين يجتمعون لتحقيق هدف واحد وهو إفراج نخبة من الطلبة ذوي كفاءات مختلف الميادين المتوفرة لها، وهي تغييرها من المؤسسات تسعا من خلال وظائفها إلى تحقيق أهداف معينة وتستعمل العديد من الأساليب والوسائل خاصة في التواصل مع جمهورها الداخلي والخارجي خاصة.

وتعددت هذه الوسائل من وسائل تقليدية إلى وسائل حديثة وكل من هذه الوسائل لها ميزتها الخاصة حيث ان الوسائل التقليدية تمثلت معظمها في المؤتمرات والندوات والتي تخلو من التفاعل عكس الوسائل الحديثة ومن أشهر الوسائل الحديثة التي تستعملها المؤسسة الجامعية مع جمهورها الخارجي والداخلي هي مواقع التواصل الاجتماعي التي هي مواقع وبرامج تعتمد على شبكة الانترنت لتسهيل التواصل بين المستخدمين وتبادل المعلومات فيما بينهم من خلال أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة الهواتف المحمولة ويمكن استخدام هذه المواقع لأهداف اجتماعية تجارية وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل استخداماً من قبل الإنسان في الوقت الحاضر، وتتميز هذه الشبكات بسهولة استخدامها وقدرة المستخدمين من الوصول إلى ما يريدون ومن خلال وقت قصير كما لها دور فعال في جميع المؤسسات ومن أشهر هذه المواقع فيسبوك الذي لا نجد مؤسسة جامعية إلا ولها صفحة رسمية في هذا الموقع الذي هو تواصل مجاني، ويعد الشبكة الأكثر انتشاراً وتوسعا بين مختلف الشبكات والمواقع الأخرى، وغالبا ما تستعمل الجامعة هذا الموقع في نشر كل ما هو جديد في الجامعة من مؤتمرات وأيام دراسية ومواعيد الامتحانات والعطل وغيرها، وتستعمل هذه المواقع أيضا في موضوع الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية والتي هي عبارة عن صورة وانطباعات ترسخ في أذهان الناس بحيث هذه الصورة تشكل واقع صادق لمن

يحملها في ذهنه ورأسه، وتزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية وأهميتها بالنسبة للمجتمعات وللمؤسسات نظرا للقيمة الفعالة التي تؤديها في تشكيل الآراء وتكوين الانطباعات الذاتية وخلق السلوك الايجابي للأفراد اتجاه المؤسسات وقد أصبح تكوين الصورة الذهنية الطيبة هدفا أساسيا تسعى إليه معظم المؤسسات على غرار المؤسسات الجامعية، حيث أن موقع فايسبوك والذي هو أكثر انتشارا يعتبر عامة مهما في تكوين وتحسين صورة المؤسسة الجامعية.

وهنا نطرح التساؤل الرئيسي ما هو الدور الذي يؤديه الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك في تحسين صورة الذهنية للجامعة لدى طلبة جامعة تبسة؟.

### التساؤلات:

ومن السؤال الرئيسي تندرج هذه الأسئلة الفرعية:

- ما هي دوافع استخدام موقع فايسبوك في تحسين الصورة الذهنية للجامعة تبسة؟
- ما هي أنماط وعادات استخدام موقع فايسبوك في تحسين الصورة الذهنية للجامعة تبسة؟
- ما هي الاشباعات المحققة في استخدام موقع فايسبوك في تحسين الصورة الذهنية للجامعة تبسة؟

### 2- أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب لاختيار موضوع وصياغة الإشكالية ومن بينها الأسباب الذاتية والأسباب الموضوعية.

#### 1- الأسباب الذاتية:

- الاهتمام الذاتي لمعرفة كيفية مساهمة الفايسبوك في تحسين صورة الجامعة.
- المساهمة في إثراء مكتبة الجامعة حول الموضوع.

#### 2- الأسباب الموضوعية:

- أهمية موقع فايسبوك في تسهيل عمل المؤسسات لمعرفة واقع الصورة الذهنية للجامعة.
- نقص الدراسات السابقة في دور موقع فايسبوك في تحسين المؤسسات الجامعية.
- أهمية موضوع الصورة الذهنية في وقتنا الحالي ومساهمتها في تحسين الصورة المؤسسة لجامعة.

#### 3- أهداف الدراسة:

- اكتشاف عن أنماط وعادات استخدام موقع فايسبوك في تحسين الصورة الجامعية.
- أطهار مدى مساهمة موقع فايسبوك في تحسين صورة الجامعة.

- الكشف عن دوافع استخدام موقع فايسبوك في تحسين صورة الجامعة.
- معرفة الاشباعات المحققة من استخدام موقع فايسبوك على تحسين صورة الجامعة.
- معرفة فائدة وتقييم دور فايسبوك في تحسين صورة الجامعة..

### 4- أهمية الدراسة:

- الاهتمام المتزايد بمواقع التواصل الاجتماعي والحاجة الملحة لها لما لها من اثر في نجاح المؤسسة في تعاملها مع جمهورها.
- أهمية التعرف على موقع فايسبوك في تسهيل عمل المؤسسات لمعرفة واقع الصورة الذهنية في الجامعة.
- التعرف على مدى تفاعل الاتصال عبر صفحة الفايسبوك للجامعة.
- أهمية التعرف على مدى مساهمة موضوع الصورة الذهنية في نجاح الجامعة.
- وتكمن أهمية هذه الدراسة في الدور الذي يلعبه الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للجامعة.

### 5- أهداف الدراسة:

- اكشف عن أنماط وعادات استخدام موقع فايسبوك في تحسين الصورة الجامعية.
- أطهار مدى مساهمة موقع فايسبوك في تحسين صورة الجامعة.
- الكشف عن دوافع استخدام موقع فايسبوك في تحسين صورة الجامعة.
- معرفة الاشباعات المحققة من استخدام موقع فايسبوك على تحسين صورة الجامعة.
- معرفة فائدة وتقييم دور فايسبوك في تحسين صورة الجامعة.

### 6- الدراسات السابقة:

إن الدراسات السابقة تكمن الباحث من التعرف على الإجراءات والأدوات التي يمكن أن يستفيد منها في دراسته وتجعله يتجنب الأخطاء التي وقع بها الآخرون وان يستفيد من تجاربهم أن معرفة الباحث بالبحوث السابقة تجعل عملية تفسير النتائج لديه أكثر سهولة ويسرا، وتناقش النتائج فيما إذا كانت تتفق أو تختلف مع نتائج الباحث<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>- منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار الميسرة للنشر والتوزيع و الطباعة ط1، 2007، ص85.

ولقد حاولنا قدر الإمكان في دراستنا الحصول على دراسات سابقة وقد أسفر جهدنا الحصول على 5 دراسات معروضة كالتالي:

### الدراسة الأولى:

للباحثة دربال سارة بعنوان "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التعلم الذاتي، دراسة ميدانية بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة العربي التبسي" أطروحة دكتوراه LMD مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم اجتماع التربية 2021 تبسة حيث تناولت هذه الدراسة في شقها النظري ماهية كل من مواقع التواصل الاجتماعي والتعلم الذاتي وكذا مدى استخدام مختلف مواقع التواصل الاجتماعي وتحقيق التعلم الذاتي أما فيما يخص الدراسة الميدانية فقد أجريت علة مستوى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة العربي التبسي تبسة وخاصة قسم علم الاجتماع والمقدر عدد العينة بـ 105 طالب والطالبة تم اختيارهم وفق العينة العشوائية البسيطة وتم توظيف استمارة الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مع اعتماد البرنامج الإحصائي SPSS وتحليل البيانات من خلال الأجوبة التي قدمها مجتمع الدراسة وقد تم اعتماد المنهج الوصفي في هذه الدراسة.

حيث توصلت الدراسة إلى النتائج التالية والتي جاءت كلها وفق الفرضيات التي بنيت عليها الدراسة والتي تؤكد الاتجاه الايجابي في تحقيق تعلمهم ذاتيا.

- يتجه الطلبة الجامعيين، ايجابيا نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التعلم الذاتي.
- يتجه الطلبة الجامعيين، ايجابيا نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في استشارة الدافعية للتعلم الذاتي.
- يتجه الطلبة الجامعيين، ايجابيا نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الفعالية الذاتية للتعلم الذاتي.

### الدراسة الثانية:

للباحثة صوالحية غنية بعنوان "اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الفايسبوك نموذجا دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة تبسة"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث "LMD" تخصص الإعلام والاتصال في التنظيمات 2020 تبسة.

تناولت هذه الدراسة طبيعة اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات مع التركيز على موقع فيسبوك كنموذج للمعلومات مع التركيز النظري وصياغة فروضها على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وهدفت إلى التعرف على عادات وأنماط استخدام أساتذة جامعة تبسة لموقع فيسبوك ومدى أهمية الموقع لديهم كمصدر للمعلومات وطبيعة المعلومات التي يستقونها من الموقع ورصد مدى مصداقية الموقع كمصدر للمعلومات وتسليط الضوء على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتمادهم على فيسبوك كمصدر للمعلومات.

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية واعتمدت على المنهج المسحي واستخدمت الاستبان كأداة لجمع البيانات، وتم تطبيق الدراسة في جامعة تبسة على عينة حصصية قوامها 170 أستاذ تم اختيارهم من الكليات الست للجامعة (العلوم الإنسانية والاجتماعية، العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الآداب واللغات، الحقوق والعلوم السياسية، العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة، العلوم والتكنولوجيا) وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أغلبية العينة يستخدمون موقع فيسبوك منذ أكثر من 6 سنوات لمدة ساعة إلى ساعتين يوميا، خلال فترة الليل كأكثر الفترات تفضيلا.
- أقر أغلبية العينة بنسبة 67,64% أنهم يعتمدون على فيسبوك في الحصول على المعلومات.
- تمثلت أهم أسباب اعتماد المبحوثين على موقع فيسبوك كمصدر للمعلومات في سهولة الحصول عن المعلومات والتفاعل مع ناشر المعلومة وعدم وجود رقابة على المعلومات.
- المعلومات السياسية جاءت في صدارة المعلومات التي يستقيها أفراد العينة بنسبة 72,94%.
- أغلبية المبحوثين بنسبة 47,65% يتقنون إلى حد ما في موقع فيسبوك كمصدر للمعلومات.

### الدراسة الثالثة:

للباحثة حنان مجاهد بعنوان "التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية لعينة من جمهور صفحات الفاعلين السياسيين الجزائريين" أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، 2019 تبسة.

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى تأثير التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية لدى متابعي صفحات الأحزاب السياسية الجزائرية وتأثير ذلك على مشاركتهم

السياسية وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من 520 مبحوثا حيث تم الاستعانة بأداة الاستبانة لجمع البيانات منهم، وتم تقسيم الاستمارة إلى السمات السوسيو ديمغرافية لأفراد العينة إضافة إلى أربعة محاور وهي المحور الأول أنماط تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، المحور الثاني خاص بمتابعة أفراد العينة لصفحات الأحزاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، المحور الثالث علاقة التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصورة الأحزاب السياسية لدى المبحوثين المحور الرابع تأثير التسويق السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نوريدها فيما يلي:

- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل صورة الأحزاب السياسية كان متوسطا من وجهة نظر أفراد العينة.
- لا فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0,5 في الصورة المشكلة في الأحزاب السياسية تبعا للمتغيرات السوسيو ديموغرافية للمبحوثين.
- غالبية المبحوثين غير منخرطين في أحزاب سياسية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الانتساب لعضوية الأحزاب السياسية تبعا للصورة المدركة عنها من خلال مواقع التواصل.

### الدراسة الرابعة:

للباحثة خيرة رحال بعنوان "المواقع الالكترونية ودورها في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية الجزائرية دراسة ميدانية لعينة من متصفح موقع وزارة التربية الوطنية بولاية تبسة" مذكرة لنيل شهادة ماستر دفعة 2016 تبسة. تهدف هذه الدراسة الى التعرف على أهمية المواقع الالكترونية كأداة لتكوين الصورة الذهنية للمؤسسات الحكومية وزارة التربية الوطنية نموذجا من خلال التساؤلات التي تتمحور حول:

- 1- ما أهمية الموقع الالكتروني لوزارة التربية الوطنية الجزائرية عند جمهورها الخارجي؟
- 2- ما مدى استخدام الجمهور الخارجي للموقع الالكتروني لوزارة التربية الوطنية الجزائرية للحصول على المعلومات التي يحتاجها؟
- 3- ما هي العراقيل التي تحول دون تكوين الموقع الالكتروني لوزارة التربية الوطنية صورة ذهنية حسنة لدى الجمهور الخارجي؟

4- ما هي مواصفات الموقع الإلكتروني الذي يساهم في تكوين صورة ذهنية حسنة لوزارة التربية الوطنية الجزائرية؟

ولقد اعتمدنا على منهج دراسة الحالة كذلك سجلنا استخدام أداتين من أدوات جمع البيانات " استمارة الاستبان الملاحظة، أما عينة الدراسة فقد كانت عينة قصدية شملت مؤسسة تربية من كل طور أي كل الأساتذة والمعلمين في المؤسسات التربوية المختارة وبلغ عددهم 92 مفردة  
أما عن المدخل النظري المستخدم في هذه الدراسة فكان النسق الاجتماعي.

وبعد جمع المعلومات وتحليلها توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نبرزها فيما يلي:

- أن الموقع له أهمية كبرى لدى الجمهور الخارجي كونهم من المتصفحين البارزين، ويعرف بأنه أداة مهمة وتسهل لهم عملية البحث فهو يختزل الوقت والجهد، فهو يهدف إلى التعريف بالوزارة وجذب المتصفحين لنشاطاتها فهم يطلعون على معلومات الموقع لمعرفة آخر الأخبار وشروط المسابقات وغيرها.
- الموقع يزود المتصفحين بالأخبار والمعلومات التي تخص التعليم بما أن العينة تتمثل في الأساتذة، الموقع أسرع في نقل المعلومات من وسائل الإعلام، وهذا ما يعني أن الجمهور الخارجي يفضل الاستعانة بالموقع الإلكتروني للحصول على المعلومات.

### الدراسة الخامسة:

للباحثين مسهل محمد، بن ساعد نور الدين بعنوان "دور موقع الفيسبوك في تحسين صورة الجامعة، دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة المسيلة" مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص: اتصال وعلاقات عامة 2021 المسيلة تهدف الدراسة إلى معرفة دور موقع فيسبوك في تحسين الصورة الذهنية للجامعة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المسحي، وطبقت على عينة من الطلبة قوامها 50 طالب وطالبة واعتمدت على أداة الاستمارة التي تكونت من أربعة محاور وبعد المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة توصلت الدراسة إلى أن:

موقع فيسبوك يلعب دورا كبيرا في تحسين الصورة الذهنية من خلال الخدمات التي تقدمها الجامعة عبره، وتلخصت الدراسة في أن من أهم أسباب تمثنت من خلال تواصل الجامعة مع الطلبة والأساتذة وان الاستراتيجيات التي تعتمد عليها الجامعة أنها تعتمد على موقع الفيسبوك كما بينت الدراسة أن الاشباعات

المحققة من دور الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية للجامعة تمثلت في انه حقق لهم موقع الفيسبوك تحسين الخدمات للطلبة والأساتذة والجامعة مما أعطى لها سمعة طيبة واحتلالها مكانة مرموقة وأنها تصدرت المراتب الأولى، في تطبيق الجامعات كما سهل عليهم عملية الاطلاع ونشر الدروس التي تحدث على موقع الفيسبوك وأنه هو أكثر المواقع التي تحدث فيه مثل هذه الأنشطة بشكل عالي جدا خاصة لدى الجامعة، وذلك راجع لاستخدام الواسع لفيسبوك مما جعل له تأثير على تحسين صورة المؤسسة الجامعية.

### 5- ضبط المصطلحات والمفاهيم:

1- الاتصال: عملية نقل وتبادل المعلومات والأوامر والتوجيهات مع الفهم وبوسائل معينة من عضو لآخر أو من عضو إلى جامعة أو بين جماعتين فأكثر ضمن بناء اجتماعي أو هيكل تنظيمي وذلك بهدف توحيد الفكر وتحقيق التفاهم والتفاعل الايجابي.<sup>1</sup>

2- الفيسبوك: يعتبر أحد مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت في الجزائر فهو موقع يتم الدخول إليه من خلال إنشاء حساب خاص بالمستخدم يسمح بتكوين صداقات والردشة السمعية البصرية والمكتوبة وكذا نشر وتحميل الصور والفيديوهات والمشاركة في الكثير من المواضيع وهو أيضا فضاء لتفعيل الكثير من الأعمال والنشاطات في مختلف المجالات والتي من بينها كل ما يخص الصورة الذهنية.<sup>2</sup>

3- مواقع التواصل الاجتماعي: تعرف بأنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في اي وقت يشاءون في اي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الانترنت من سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب واكتسب اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر وتعددت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية وبرزت شبكات التواصل الاجتماعي هي (الفييس بوك، تويتر، واليوتيوب) أهمها شبكة فايسبوك التي بلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (800) مليون شخص من كافة أنحاء العالم.

<sup>1</sup> الطاهر أجعيم: واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية جامعتنا منتوري وباجي مختار نموذجا رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الدولة في علم اجتماع التنمية، الجزء الأول 2006، قسنطينة ص 94.

<sup>2</sup> مسهل محمد بن ساعد نور الدين: دور موقع فيسبوك في تحسين صورة الجامعة دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة مسيلة مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2021، ص15.

4- الصورة الذهنية: نقصد بها الصورة العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المؤسسات المختلفة وقد تتكون على الأدلة والوثائق أو على الإشاعات والأقوال غير الموثوقة، ولكنها في نهاية الأمر تمثل واقعا صادقا من وجهة نظر من يحملونها في رؤوسهم.<sup>1</sup>

5- مفهوم الجامعة: هي تنظيم اجتماعي رسمي يتم بداخلها تفاعل اجتماعي بين عناصرها المختلفة من علاقات وقيم سائدة بين أطراف العملية التعليمية الجامعية، ومن ثم فهي المؤسسة الاجتماعية التي تؤثر وتتأثر بالمناخ الاجتماعي.<sup>2</sup> المحيط بها، خاصة وأنها من صنع المجتمع، وفي نفس الوقت هي أدواته في منع قيادته الفنية والمهنية، الاجتماعية والسياسية والفكرية، كما أنها تسعى إلى تحسين صورتها الذهنية من خلال اعتمادها على مواقع التواصل الاجتماعي، في نشر الأخبار والمعلومات عبر صفحاتها على موقع فايسبوك.

6- مفهوم المؤسسة: هي مجموعة من الأفراد المنظمين في شكل قانوني ضمن شروط واقعية معينة بغرض القيام بمهام محددة في مجموعتها إلى تحقيق غايات وأهداف، وتعتبر المؤسسة مجموعة من الأنشطة المتفاعلة التي تهدف إلى تحقيق مجموعة من الغايات التنظيمية الاجتماعية ومن بين تلك الأنشطة الاتصال.<sup>3</sup>

ثانيا: الإطار المنهجي:

1- منهج الدراسة:

يحتل المنهج أهمية بالغة في أي بحث لأنه يحدد للباحث المسار الذي يسلكه للوصول إلى نتائج عملية موضوعية حول موضوع الدراسة، لذلك يعرف المنهج curriculum الطريقة التي يتخذها الفرد أو المنهج course الذي يجريه ليسرع به إلى تحقيق هدف معين.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - عبدو غزالة: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمتية دراسة ميدانية على عينة من زبائن مؤسسة موبيليس تبسة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، تخصص اتصال تنظيمي، جامعة العربي التبسي تبسة 2020، ص 26-27.

<sup>2</sup> - صوالحية غنية، اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الفاييسبوك نموذجا أطروحة شهادة دكتوراه 2020، ص 94.

<sup>3</sup> - فاسي محمد هيثم، دور الاتصال الخارجي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر تبسة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، 2015، ص 01.

<sup>4</sup> - عامر مصباح منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية 2010 ص 86.

وبما أن موضوع دراستنا يدور حول الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للجامعة فقد اخترنا المنهج الوصفي والذي يعرف بأنه "طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وبصورها كما عن طريق جمع معلومات معينة على المشكلة وتحليلها وإخفاءها للدراسة الدقيقة ويعتمد المنهج الوصفي على دراسة الواقع أو الظاهرة الموجودة في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيراً كيفياً عن طريق وصف الظاهرة مع بيان خصائصها أو تعبيراً كمياً فيعطيهما وصفاً رقمياً مع بيان مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع غيرها من الظواهر الأخرى.<sup>1</sup>

### 2- أدوات جمع البيانات:

تعددت الأدوات التي تستخدم في عملية جمع البيانات والمعلومات وذلك لإجابة عن أسئلة البحث والتحقق من فرضياته، فقد يستخدم الباحث أداة لبحث، ويتوقف ذلك على طبيعة مشكلة البحث وأسئلتها وفرضياتها لهذا يصدر بالباحث أن يحدد بشكل مسبق نوعية الأداة ومكوناتها التي تتجاوب مع نوعية البيانات والمعلومات المطلوبة لمعالجة البحث واستناداً لموضوع دراستنا والممثل في دور الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الجامعية موقع فايسبوك نموذجاً استعنا بأداة جمع بيانات واحدة والمتمثلة في استمارة استبيان كأداة رئيسية للدراسة.<sup>2</sup>

### استمارة استبيان:

فالاستمارة هي تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كما يهدف إيجاد علاقات والقيام بمقارنات رقمية وتعرف أيضاً أنها نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف ويتم تنفيذ الاستمارة أما عن طريق المقابلة الشخصية أو ان ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد وتستخدم بجمع البيانات التي يتعذر جمعها من طريق أدوات جميع البيانات الأخرى.<sup>3</sup>

وقد تضمنت استمارة البحث 5 محاور.

<sup>1</sup> - حسام محمد مازن، أصول مناهج البحث في الدراسة وعلم النفس القاهرة دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012، ص 260.  
<sup>2</sup> - عدنان حسين الجدي، يعقوب عبد الله أبو حبو: الأسس المنهجية والاستخدامات الإحصائية في بحوث العلوم التربوية والإنسانية إثناء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 111.  
<sup>3</sup> - رشيد زروائي، تدريبات على منهجية البحث العلمي، المطبوعات الجامعية، دار الهدى 2008، ص 182.

- المحور الأول: يتضمن البيانات الشخصية وعدد أسئلة 4.
- المحور الثاني: يتضمن الصورة الذهنية للجامعة من الصفحة وعدد أسئلة 11.
- المحور الثالث: المشاركة للصفحة وفي الصفحة عدد أسئلته 9.
- المحور الرابع: دوافع استخدام الطلبة للصفحة الجامعة على فايسبوك أسئلته 4.
- المحور الخامس: الإشباع التي حققها الطلبة من استخدام صفحة الجامعة على فايسبوك أسئلته 7.

### الملاحظة:

وهي من أهم جمع البيانات وقد عرفت أنها توجيه الحواس بمشاهدة وترقية سلوك معين وظاهرة معينة أو ظاهرة معينة وتسجيل جوانب ذلك السلوك وخصائصه أي أن الجوانب مسؤولة عن الملاحظة وهناك تعريف آخر توجيه الحواس والانتباه إلى ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر رغبة في الكشف عن صيغاتها أو خصائصها بهدف الوصول إلى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة أو الظواهر معناه أن الحواس تلاحظ ظاهرة معينة وتقوم بتفسير خصائصها بهدف المعرفة والتعريف أكثر على الظواهر.

وهناك من يعرفها أنها المشاهدة الحسية المقصودة والمنظمة والدقيقة للبحوث والأمور والأشياء والظواهر والوقائع رغبة اكتشاف أسبابها وقوانينها والمعنى من هذا التعريف أن الملاحظة مشاهدة مقصودة بهدف اكتشاف الأسباب والوقائع.<sup>1</sup>

### 3- مجالات الدراسة:

- **المجال المكاني:** أجريت الدراسة الميدانية في جامعة العربي التبسي تبسة.
- **المجال البشري:** أخذنا بعين الاعتبار في موضوع دراستنا هذه العينة من طلبة جامعة العربي تبسي حيث طبقنا العينة العشوائية المكونة من 60 طالب.
- **المجال الزمني:** كانت الدراسة خلال سنة 2021/2022 حيث دامت فترة الجانب المنهجي بداية شهر ديسمبر إلى شهر ماي ثم تحليل بيانات الدراسة لتصل إلى النتائج النهائية.

<sup>1</sup>- فايز جمعية النجار وآخرون، أساليب البحث العلمي ط2، الحامد للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص 76.

### 4- عينة الدراسة:

إن عملية اختيار العينة تعد عملية جوهرية وأساسية في البحث العلمي فهي تحدد تؤثر على جميع خطوات البحث فإذا استحال تعميم النتائج المتوصل إليها خارج نطاقها ولو بشكل بسيط فإن هذا البحث لا يمكن أن يضيف للمعرفة شيء جديد أو حتى سمته عملا علمي فالباحث غالبا ما تصادفه صعوبات وعراقيل متعلقة باختبار العينة ومدى تمثيلها لمجتمع الدراسة، مثل كبر حجم المجتمع أو عدم تجانس... الخ.

ويمكن تعريف العينة **sample** بأنها: نموذجا يشمل أو جزء من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة وهذا النموذج أو الجزء يعني الباحث عن دراسته كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة تلك الوحدات.<sup>1</sup>

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة عرضية التي تتمثل فإنها هي طريقة لأخذ العينات بشكل عشوائي من المجتمع، ويكون لكل عنصر من عناصر المجتمع نفس احتمالية الظهور فتكون هذه الطريقة بمثابة تمثيل المجتمع بأكمله مبتعدا عن التحيز، وتعتبر العينة العشوائية أكثر طرق جمع البيانات شيوعا لأنها بسيطة وتتوصل الاستنتاجات غير متحيزة.<sup>2</sup> وتمثلت أفراد العينة في 50 طالب وطالبة.

<sup>1</sup> - عامر قند يلجي، ايمان السامرائي: البحث العلمي الكمي والنوعي (عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع 2009، ص255.

<sup>2</sup> - عبد الرزاق أمين أبو شعر، العينات وتطبيق تهدف البحوث الاجتماعية، الإدارة العامة للبحوث الكلية العربية السورية، 1997، ص5.

### خلاصة الفصل:

يمكن اعتبار هذا الفصل الذي تناولنا فيه منهجية البحث من بين أهم الفصول التي تضمنها دراستنا هذه لأنه يحتوي على أهم العناصر الأساسية التي قادتنا إلى احتواء أهم المتغيرات والعوامل التي كان بالإمكان أن تعيق السير الحسن لهذه الدراسة.

إن هذا الفصل يعتبر بمثابة الدليل أو المرشد الذي يساعدنا على تخطي كل الصعوبات وبالتالي الوصول إلى تحقيق أهداف البحث بسهولة.

الفصل الثاني:  
الإطار النظري للدراسة

أولاً: الاتصال

ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي

ثالثاً: موقع الفايسبوك

رابعاً: الصورة الذهنية

أولاً: الاتصال.

تمهيد:

يعتبر الاتصال من ابرز العوامل التي أنشأت علاقات اجتماعية بين الأفراد وان الحاجة إليه جعلته يمر بعدة مراحل نحو التطور المستمر مكنت هؤلاء الأفراد من تنظيم وتنسيق الأعمال والنشاطات فيما بينهم من خلال تبادل معلومات وأفكار والتي تكون أولاً وأخيراً مضمون الاتصال وفي هذا الإطار ومن اجل التأثير على عادات وسلوك مختلف الشرائح المستهدفة تلجأ المؤسسة إلى اعتماد هذا التفاعل وتبادل المعلومات والأفكار مع هؤلاء باستعمال وسائل محددة لغرض تحقيق أهدافها المسطرة وفقاً لطبيعة كل شريحة ومن خلال هذا سنتعرف أكثر على الاتصال وذلك بالتطرق إلى تعريفه، خصائصه وأنواعه، عناصره، أهدافه، وظائفه، معوقاته.

### 1- تعريف الاتصال:

تنشق كلمة اتصال communication من الأصل اللاتيني فكلمة communication تعني مشترك، وفي المعنى الانجليزي تعني كلمة com-mon شائعا ومألوفا.

ونستطيع من خلال المفردات السابقة أن نلم بمعنى كلمة اتصال على أساس أنها عملية نقل وتبادل المعلومات وجعل معانيها معروفة بين الناس لتحقيق عرض أو أثر ما.<sup>1</sup>

ونتناول فيما يلي مجموعة من التعاريف التي وضعها العديد من المتخصصين الأجانب تساعد في تقديم صورة مبسطة لمعنى الاتصال:

1- **تعريف جورج ليندبرج:** ويعرف جورج ليندبرج عام 1939 الاتصال بأنه التفاعل بواسطة الرموز

والإشارات التي تعمل كمنبه أو تثير سلوكا معين عند المتلقي.

2- **تعريف كارل هوفلانز:** ويعرف كارل هوفلانز عام 1948 الاتصال بأنه عملية يقوم بمقتضاها

المرسل بإرسال رسالة لتعديل سلوك المستقبل أو تغييره.

3- **تعريف شانون وويفر:** ويرى شانون وويفر عام 1949 أن الاتصال يمثل كافة الأساليب والطرق

التي يؤثر بموجبها عقل في عقل آخر لاستعمال رموز.<sup>2</sup>

4- **تشار لزموريس:** أي ظرف بتوافر فيه مشاركة عدد من الأفراد في أمر معين.

5- **مارنت أندرسون (1959):** الاتصال هو العملية التي نفهم من خلالها الآخرين ويفهموننا.

6- **إبراهيم إمام (1969):** الاتصال بأنه حامل العملية الاجتماعية والوسيلة التي يستخدمها الإنسان

لتنظيم واستقرار وتغيير حياته الاجتماعية، ونقل أشكالها ومعناها إلى جيل عن طريق التعبير

والتسجيل والتعليم.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>- د. مروان عبد الحكيم حبيب وآخرون، مقدمة وسائل الاتصال دار زهران، 1422 هـ 2001م، ص 19-20.

<sup>2</sup>- د. نضال فلاح الضالعين وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، عمان، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع 2016، ص 10-11.

<sup>3</sup>- د. أحمد العبد أبو سعيد وآخر، مهارات الاتصال وفن التعامل مع الآخرين، اليازوري 2014، ص 21-22.

### 2- خصائص وأنواع الاتصال:

#### 1/ خصائص الاتصال:

من تعريفات الاتصال السابقة نستنتج بداية أن للاتصال خصائص ترافقه مهما اختلفت أنواعه وهذه الخصائص هي:

- **مجموعة علوم متداخلة:** أن علم الاتصال قد تمت دراسته في مجالات عديدة وبطرق مختلفة فالى جانب اهتمام المتخصصين في هذا المجال قام بدراسة عملية الاتصال علماء النفس والاجتماع وخبراء العلوم السياسية واللغوية وعلماء الحيوان وعلماء علم أصول الإنسان والفلاسفة فكلهم يعدون أن هذا المجال مجال الاتصال مهم جدا للموضوعات التي يدرسونها.<sup>1</sup>
- **طبيعي وهادف:** عندما نفكر في الاتصال باعتباره نشاطها أكثر منه مجالا للدراسة تظهر أمامنا معان أخرى كثيرة فمن جهة على سبيل المثال يمكن النظر للاتصال باعتباره عملية التحدث والإنصات التي تشكل نشاطها طبيعيا في حياتنا اليومية كما يمكننا أن ننظر لهذه العملية من جهة أخرى باعتبارها نشاط مقصودا لذاته هادفا وواعيا يسهم في الناس عندما يلقون خطابا أو يكتبون تقريرا.
- **الانتشار والشيوخ:** وهو انتشار وشيوخ الاهتمام البالغ بعلم الاتصال في السنوات الأخيرة ففي خلال العشرين سنة الماضية زاد عدد الكتب الخاصة بالاتصال وكذلك المجالات والوسائل والمدرسون والدارسون والأقسام التي تهتم بدراسة الاتصال والمقررات المتعلقة بهذا العلم بشكل سريع ومتزايد فاق أي مرحلة أخرى في تاريخ هذا العلم ومع هذا الاهتمام المتزايد اتسع مجال هذا العلم مما أدى إلى تغيرات كثيرة جعلته أكثر انتظاما وضبطا مما كان عليه قبل ذلك.
- **الهاوي والمحترف:** إن أحد استخدامات كلمة الاتصال يشير إلى أنشطة كثيرة منها الكلام والقراءة والكتابة التي يقوم بها الناس، دون تدريب معين أو مهارة خاصة وتشير هذه الكلمة نفسها إلى الأنشطة التي يزاولها المحترفون في التسويق والدعاية والإرشاد والعلاقات العامة والإدارة والصحافة.<sup>2</sup>
- **الاتصال عملية ديناميكية:** تتضمن عملية الاتصال تفاعل بين المرسل والمستقبل الأول يؤثر والآخر يتأثر ولا تتوقف عملية الاتصال عن هذا الحد بل قد يتبادل طرفان الأدوار بينهما وبذلك فإن

<sup>1</sup>- د. منال طلعت، مدخل إلى علم الاتصال، جامعة الإسكندرية 2001-2002، ص13.

<sup>2</sup>- د. منال طلعت، المرجع نفسه، ص ص14-15.

عملية الاتصال متغيرة من حيث الزمان والمكان أي أن عملية الاتصال عملية ديناميكية وليست استاتيكية ومثال ذلك ما يحدث في الفصل الدراسي بين المعلم وتلاميذه.

- **الاتصال عملية منظمة:** تتصف عملية الاتصال بأنها منظمة فهي باعتبارها عملية تعليم تعتبر بالضرورة عملية مقصودة يتم تخطيطها وتصميمها وتنفيذها وإدارتها بصورة منظمة لإحداث التعلم، ومن جانب آخر يقوم كل عنصر من عناصر عملية الاتصال بأدوار محددة فالمرسل مثلا يقوم بعملية ترميز الرسالة، والمستقبل عليه بفك رموز الرسالة أي ترجمتها وتفسيرها.

- **الاتصال عملية دائرية:** عملية الاتصال ليست عملية خطية تسير في اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل وتتوقف عند ذلك الحد ولكنها عملية دائرية تبدأ بالمرسل لنقل الرسالة إلى المستقبل حيث يكون له رد فعل عن طريق التغذية الراجعة فيستقبل المرسل الرسالة ليبدأ نشاطا جديدا لتحقيق هدف آخر أو يعدل في رسالة الأولى إذا لم يتحقق الهدف منها وهكذا تستمر عملية الاتصال.<sup>1</sup>

- **الاتصال عملية مستمرة:** الاتصال حقيقة من حقائق الكون المستمرة إلى الأبد فليس لها بداية أو نهاية فنحن في اتصال دائم مع أنفسنا ومجتمعنا والكون كمحيط بنا إلى أن يرث الله الأرض ومن عليها فالالاتصال مستمر معا استمرت الحياة الدنيا والحياة الآخرة.

- **الاتصال عملية لا تعاد:** تتغير الرسالة الاتصالية بتغير الأزمان والأوقات والجمهور والمستقبل وكذلك معناها فالرسائل الأمس الاتصالية ليس كرسائل اليوم أو الغد، فمن غير المحتمل أن ينتج رسائل متشابهة وفي الشكل والمعنى عبر الأزمان المختلفة لأن الكلمات في تغيير وكذلك المعاني، لا بل الحياة كلها.

- **لا يمكن إلغاء الاتصال:** ليس من السهل إلغاء التأثير الذي حصل من الرسالة الاتصالية وان كان مقصودا كزلة لسان أو الخطأ في تخير الزمان أو المكان أو الموقف الاجتماعي، ففي هذه الحال نقول: "سبق السيف العدل وقد تتأسف للمستقبل أو تعتذر بإرسال رسالة أخرى ولكن من الصعب أن تسحب كلامك أو الرسالة الاتصالية إذا ماتم توزيعها."<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- د. خضرة عمر المفلح، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، عمان، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع 2015، ص24.

<sup>2</sup>- أحمد العبد أبو السعيد وآخر، مهارات الاتصال وفن التعامل مع الآخرين، البازوري، 2014، ص54-55.

- الإتصال عملية معقدة: الإتصال عملية تفاعل اجتماعي تحدث في أوقات وأماكن ومستويات مختلفة فهي عملية معقدة لما تحويته من أشكال وعناصر وأنواع وشروط، ويجب إختيارها بدقة عند الإتصال والا سيفشل الإتصال فهناك العشرات من الأمور يجب أخذها بالحسبان قبل القيام بالإتصال.

### 2/ أنواع الإتصال:

#### 1- من حيث المستويات: ينقسم الإتصال من حيث مستويات الى:

- الإتصال الذاتي: هو العملية الاتصالية التي تتفاعل وتأخذ مكانتها داخل المرء نفسه فهي عملية شخصية بحتة يتم فيها مخاطبة الإنسان لذاته ولو تمعنا النظر في أنفسنا سندرك كم من المرات نستخدم الإتصال الذاتي حينها نقوم بحاسبة يوم قضيناه في العمل أو بحاسبة أنفسنا نتيجة حديث مع شخص أو في التفكير في أمر ستتخذ فيه قرار.

- الإتصال بين الأشخاص: هو الإتصال المباشر بين شخصين أو أكثر ويعرف باتصال المواجهة أو الإتصال الشخصي لأنه يتم وجها لوجه حيث يتفاعل الأفراد مع بعضهم البعض عن طريق تبادل الأخبار والمعلومات ووجهات النظر بينهم في إطار احترام قيم ومعايير الجماعة.

- الإتصال الوسطي: يسمى هذا النوع بالإتصال الوسطي لأنه يقع وسط نوعين من الإتصال إذ يقع بين اتصال المواجهة والإتصال الجماهيري وهذا النوع يشمل بعض خصائص النوعين السابقين ويشتمل الإتصال الوسطي على الإتصال السلبي من نقطة لأخرى مثل الهاتف والتلكس، الراديو والانترنت.<sup>1</sup>

- الإتصال الجماهيري: هو عملية الإتصال التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية يتميز هذا الإتصال بقدرته على توصيل الرسائل، إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات والأفراد غير معروفين للقائم بالإتصال، تصلهم الرسالة في اللحظة نفسها وبسرعة مذهلة، مع المقدرة على خلق رأي عام، وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير الموجودة أصلا والمقدرة على نقل المعارف والمعلومات والترفيه.

<sup>1</sup> - د. رضوان بلخيري وسارة جابري، استراتيجيات الإتصال والعلاقات العامة، دار الكتاب الجامعي ط1، 2020، ص31-32.

- **الاتصال الجمعي:** هو الذي يتم بين أفراد وآخرين، أو مجموعة أفراد قد لا يعرفون بعضهم أو تجمع بينهم خصائص وسمات مشتركة، يلتقون مباشرة مع القائم بالاتصال ويمكن أن نجد هذا النوع في الندوات والمحاضرات مثلاً.<sup>1</sup>

### 2/ الاتصال من حيث رسميته: ويقسم الاتصال من حيث درجة رسميته إلى:

- **الاتصال الرسمي:** هو الاتصال الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة بالطرق الرسمية المتفق عليها في نظمها وتقاليدها ويعتمد على الخطابات أو المذكرات أو التقارير حيث يوجد في كل منظمة ما يعرف بشبكة الاتصالات الرسمية بأنواعها المختلفة والتي يتم تحديدها عند وضع الهيكل التنظيمي لتوضيح كيفية الربط بين الوحدات الإدارية المختلفة التي يتضمنها الهيكل وهكذا يتم الاتصال غالباً في إطار التنظيم.<sup>2</sup>

- **الاتصال غير الرسمي:** هو الاتصال الذي يتم التفاعل فيه بطريقة غير رسمية بين العاملين بتبادل المعلومات والأفكار أو جهات النظر في الموضوعات التي تهمهم وتتصل بعملهم أو تبادل المعلومات من خارج منافذ الاتصال الرسمية والاتصال غير الرسمي لا يخضع لقواعد وإجراءات وقوانين إدارية مثبتة ومكتوبة ورسمية ومتفق عليها كما هو الحال في الاتصال الرسمي، إنما يتم غالباً عبر قنوات خارجية بعيداً عن القنوات الرسمية كما يتم بين مستويات إدارية مختلفة متخطياً خطوط السلطة الرسمية ولا يتم الاتصال غير الرسمي، داخل التنظيم فقط بل يتعداه إلى خارج التنظيم من خلال الاتصالات الشخصية واللقاءات والرحلات الاجتماعية غير الرسمية.<sup>3</sup>

### 3/ من حيث اللغة المستخدمة: وتنقسم إلى نوعان:

- **اتصال لفظي:** يكون عن طريق تبادل المعلومات شفهيًا.

- **اتصال غير لفظي:** يحدث من خلال تبادل الآراء والأفكار والمعلومات دون استخدام لغة الألفاظ.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>- رضوان بلخيري، جابري سارة، المرجع نفسه.

<sup>2</sup>- د. رحيمة الطيب عيساني مدخل إلى الإعلام والاتصال، عمان الأردن 2008، ص31-34.

<sup>3</sup>- د. رحيمة الطيب عيساني نفس المرجع.

<sup>4</sup>- المهدي الذهبي أحمد السباعي وآخر، الاتصال الرقمي في مؤسسات التعليم العالي، مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في علم الإعلام والاتصال جامعة احمد دارية أدارا، 2018/2019، ص25.

### 4/ الاتصال وفق اتجاهاته:

يمكن تصنيف الاتصالات وفق اتجاهاته على النحو التالي:

- **الاتصالات الصاعدة:** يرى جيفي أن الاتصالات الصاعدة تنطوي على نقل الرسائل والمعاني بأشكالها وأنواعها المختلفة من قاعدة الهرم أو السلم الإداري إلى القمة ضمن الهيكل التنظيمي المفتوح والمرن، الذي يتيح المستويات الإدارية الأدنى حرية الاتصال والتواصل مع المستويات الإدارية العليا ضمن الهرم التنظيمي وتصنف الاتصالات الصاعدة ضمن الاتصال الرأسي التي يشمل أيضا الاتصالات النازلة والتي سنتناولها لاحقا،

- **الاتصالات النازلة:** وتصنف هذه الاتصالات ضمن إطار الاتصالات الرأسية وتعد الأكثر شيوعا حيث تتساب المعاني والرسائل (مثل الأوامر والتعليمات والتوجيهات...الخ) من المستويات الإدارية العليا إلى المستويات الإدارية الدنيا وهذا النوع يحمل في طياته استراتيجيات جديدة لتنفيذ الأعمال ومبادرات الإدارة للتطوير وتوضيح الأهداف وغيرها.

- **الاتصالات الأفقية:** ينطوي هذا النوع من الاتصالات على حالات التفاعل وتبادل المعاني والمعلومات والآراء ووجهات النظر بين العاملين في الإدارة أو الأقسام التي تقع على نفس المستوى الإداري في الهيكل التنظيمي وغالبا ما نشجع الإدارة هذا النوع من الاتصالات الأفقية لقناعتها بأنها يسهم بشكل كبير في تنسيق الأعمال وحل المشكلات وتعزيز الفهم المشترك للمهام والواجبات المطلوب تنفيذها والحد من مشكلة الصراعات وغيرها من مشاكل العمل وإفرازاته.<sup>1</sup>

### 3/ عناصر الاتصال:

إن الأركان الرئيسية التي تكونت منها العملية الاتصالية تكمن في الآتي:

**أولا: المصدر أو المرسل:** ويقصد به مانع الرسالة وقد يكون هذا المصدر فردا أو مجموعة من الأفراد وقد يكزن مؤسسة أو شركة وكثيرا ما يستخدم المصدر بمعنى القائم بالاتصال غير أنه ما يجدر التنويه إليه هنا أن المصدر ليس بالضرورة هو القائم بالاتصال فمندوب التلفزيون قد يحصل على خبر معين من موقع الأحداث ثم يتولى المحرر صياغة وتحريره ويقوم قارئ النشرة إلى الجمهور، هذا وقد أشارت بعض

<sup>1</sup> - حميد الطائي وآخر، أساسيات الاتصال نماذج ومهارات اليازوري ص 56-60.

الدراسات إلى أن كل من المحرر والمندوب وقارئ النشرة الإخبارية هو بمثابة قائم بالاتصال وإن اختلف الدور، بينما يذهب باحثون إلى أن القائم بالاتصال هو قارئ النشرة المذيع فقط.

**ثانيا: الرسالة:** وهي المعنى أو الفكرة أو المحتوى الذي ينقله المصدر إلى المستقبل، وتتضمن المعاني والأفكار والآراء التي تتعلق بموضوعات معينة يتم التعبير عنها رمزيا سواء باللغة المنطوقة أو غير ذلك وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقوم بها.

إن الرسالة الاتصالية بين المرسل والمستقبل يمكن أن تتأثر بتصور المستقبل لرسالته وهذا ما يطلق عليه في الاتصال السياسي الدولي بالتصور.<sup>1</sup>

**ثالثا: الوسيلة:** اعتبر بعض العلماء وعلى رأسهم مارشال مالكلوهان بأن الوسيلة تلعب دورا هاما في عملية الاتصال بل هي من أهم عناصره حيث وصفها قائلا: "الوسيلة هي الرسالة أي أن استعمال وسيلة معينة في عملية التواصل قد تحدث تغييرا جذريا في الأشخاص يفوق بكثير من التفكير الذي يحدثه المضمون الاتصالي، حيث أن الوسيلة تؤثر في سلوك المستقبل والجمهور أكثر من تفاصيل المادة الاتصالية "الرسالة" فالوسيلة ليست شيئا محايدا أو سلبيا أنها تفعل شيئا يترك أثر متفاوتا لدى الناس فهي التي تمسكهم وترجمهم.

**رابعا: المستقبل أو المتلقي:** وهو الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية ويتفاعل معها ويتأثر بها وهو الهدف المقصود في عملية الاتصال، إن المستقبل بكونه إنسان لا يعيش في فراغ نرى أن هناك عوامل ذاتية ونفسية واجتماعية وسياسية تؤثر في استلامه للمضمون الاتصالي والإعلامي<sup>2</sup>

**خامسا: التغذية الراجعة:** وهذه العملية تأخذ مسميات عديدة كالمردود أو الرجوع و الصدى أو التغذية المرتدة وعلى أية حال فإنه يقصد بها الرسالة في الاتجاه المعاكس لاتجاه الاتصال يرد بها المستقبل على

<sup>1</sup> - بسام عبد الرحمن المشابقة، نظريات الاتصال دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن عمان، طبعة مزيدة ومنقحة 2015م ص 131-133.

<sup>2</sup> - نفس المرجع ص 134-135.

رسالة المرسل وتعد في حد ذاتها رسالة جديدة ويتميز رجع الصدى بأنه فوري في الاتصال الشخصي واجل في الاتصال الجماهيري.<sup>1</sup>

### 4/ أهداف الاتصال:

إن عملية الاتصال تسعى لتحقيق هدف عام وهو التأثير في المستقبل حتى يتحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل وقد ينصب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها وتغييرها أو على اتجاهاته أو على مهاراته لذلك يمكن تصنيف أهداف الاتصال إلى:

**1- هدف توجيهي:** ويمكن أن يحقق ذلك حينما يتجه الاتصال إلى إكساب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة أو تثبيت اتجاهات قديمة مرغوب فيها وتعد وضع من خلال الدراسات العديدة التي أجريت أن الاتصال الشخصي اقدر على تحقيق هذا الهدف من الاتصال الجماهيري.

**2- هدف تثقيفي:** ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تبصير وتوعية المستقبلين بأمور تهمهم بقصد مساعدتهم وزيارة معارفهم واتساع أفقهم لما يدور حولهم من أحداث.

**3- هدف ترفيهي أو ترويجي:** ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو إدخال البهجة والسرور والاستماع إلى نفس المستقبل.

**4- هدف تعليمي:** حينما يتجه الاتصال نحو إكساب المستقبل خبرات جديدة أو مهارات أو مفاهيم جديدة.<sup>2</sup>

**5- هدف إداري:** ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال إلى تنمية وتطوير العمل في الجهاز الإداري للدولة والقطاع الخاص ويتم عن طريق توزيع المسؤوليات ودعم وتعزيز التفاعل بين العاملين بالمؤسسات الاجتماعية المختلفة من أجل تحقيق أهدافها بكفاءة وفاعلية أكثر.

**6- هدف مهني:** تسعى عملية الاتصال إلى تحقيق التطوير والتقدم المنشود في كل المجالات والميادين بالمجتمع وذلك بالاعتماد على عناصر الاتصال المختلفة واختيار الوسائل التي تتناسب مع طبيعة الموقف الاتصالي.

<sup>1</sup> - عماد فاروق محمد صالح، الاتصال الإنساني في الخدمة الاجتماعية دار الكتاب الجامعي العين دولة الإمارات العربية المتحدة 2010، ص36.

<sup>2</sup> - د. محمد سيد فهمي، فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2006، ص33.

7- **هدف اجتماعي:** ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال إلى تحقيق الترابط والتفاعل بين الأفراد بالمجتمع حيث تقوي الصلات الاجتماعية ويزداد التعاون والمشاركة و ذلك كما في المناسبات والحفلات والأعياد.

8- **هدف تكنولوجي:** ويتحقق هذا الهدف حينما يسعى الاتصال إلى تحقيق التعبير في المجتمع بمواكبة التغيرات الناتجة عن التكنولوجيا والعولمة الثقافية مثل استخدام وسائل الانترنت والكمبيوتر والفاكس والتلفزيون المحمول وغيرها من الوسائل التي ساهمت في التواصل مع المجتمعات.<sup>1</sup>

### 5/ وظائف الاتصال:

للاتصال عدة وظائف منها:

#### 1- وظيفة تثقيفية: educationalfunction

يهدف الاتصال إلى تزويد الناس بالمعلومات النافعة لهم في جميع نواحي حياتهم المختلفة من صحية واجتماعية وسياسية وتزويد الناس بأخبار البيئة والمجتمع الذي يعيشون فيه فالهدف الرئيسي هو تزويد الناس بالثقافة الجماهيرية التي تساعد على تضامن المجتمع شتى أنواع مؤسساته.

#### 2- وظيفة تعليمية: infovmtionfunction

الاتصال عملية تفاعل اجتماعي بين الأستاذ والطالب فيها أخذ وعطاء وفعل ورد فعل وتعليم وتعلم وتهدف إلى تغير السلوك فالتعليم يعني التغيير المستمر في سلوك الفرد وذلك بتزويد الطالب بالخبرات والمواقف والأفكار والقيم الاجتماعية التي تساعد على التكيف مع مجتمعه ويسهم الاتصال في نقل المعارف والعلوم والتراث من جيل إلى جيل مما يساعد على تواصل الخبرات في المجتمع.

#### 3- وظيفة اجتماعية: siciologicalfunction

الاتصال عملية تفاعل اجتماعي social interaction تقوم بنقل معلومات وتهدف إلى تغيير السلوك الإنساني، فالاتصال أداة فعالة في تكوين العلاقات الإنسانية عن طريق تسهيل تبادل المعلومات بين

<sup>1</sup> - د. نجلاء محمد صالح، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية الأسس النظرية والعلمية دار الثقافة للنشر والتوزيع 2012/1433م، ص46.

الناس، والاتصال كذلك عامل مهم في توحيد<sup>1</sup> الأفكار والاتجاهات والعمل على تغيير السلوك الإنسان فالتنمية الاجتماعية مثلا تعتمد على الاتصال في العمل على تغيير الاتجاهات والعادات وخلق الرغبة للتغيير في نفوس الناس.<sup>2</sup>

#### 4- وظيفة سياسية politicalfunction

يسهم الاتصال في التثقيف السياسي ويسهل كذاك الاتصال بين الحاكم والمحكوم ويوطد العلاقة بين القائد وشعبه كما انه يساهم في تشكيل الرأي العام والرد على الدعاية المغرضة كذلك يسهم الاتصال في التفاهم والسلم العالمي عن طريق الدبلوماسية الواعية والذكية.

#### 5- وظيفة فكرية (دينية) ideologicalfunctionreligiousfunction

للاتصال دور كبير وفعال في نشر الدعوات والتعاليم الدينية فالاتصال مثلا يسهم في نشر الدين الإسلامي في شتى بقاع الأرض لكونه رسالة عالمية فاقت كل الحضارات السابقة لكونها مبنية على الإيمان والعلم.

فمن هنا نرى أن دراسة الاتصال هي دراسة العلاقات الإنسانية القائمة في المجتمع فالاتصال يسهم في نماء وزيادة التفاعل الإنساني مما يساعد الإنسان على العيش في جماعة وأمة وعالم متفاهم متماسك.<sup>3</sup>

#### 6/ معوقات الاتصال:

هناك الكثير من العوامل التي تحول دون اتمام عملية الاتصالات بفاعلية كبيرة، وترجع هذه العوامل إلى ثلاثة أنواع من المعوقات هي:

1- المعوقات الفردية: ترجع هذه المعوقات إلى الحقيقة الثابتة وهي أن الأفراد مختلفون وتتعدد مثل هذه الاختلافات على طريقة فهم اللغة المستخدمة بينهم بل وعلى طريقة استخدام اللغة ذاتها والرغبات

<sup>1</sup>- د. أحمد العيد أبو السعيد وآخر، مرجع سبق ذكره ص 51.

<sup>2</sup>- أحمد العيد أبو السعيد وآخر، مرجع سبق ذكره ص 52.

<sup>3</sup>- إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي عمان دار مجد لاوي للنشر والتوزيع الإصدار الرابع 2010-2011 ص 49.

والميول الفردية والقدرة على الفهم، وعامل الخوف الذي يعتري بعض الأفراد في إرسال المعلومات الواجب إرسالها.

2- **المعوقات المرتبطة ببيئة العمل:** والتي يمكن إجمالها في العديد من الأشياء التي منها تحول رجل الإدارة العليا إلى المعوق الأكبر في نظر أفراد التنظيم في عدم رغبة هذا الفرد في الاتصال بالعاملين في منظمته أو عدم وجود سياسة واضحة للاتصال فضلا عن عدم فاعلية القيادة الإدارية التي تخلف عدم الجدية وانعدام الثقة، وبالتالي فإن أي شيء يقال لا بد أن يساء فهمه.

3- **المعوقات الميكانيكية:** تعكس هذه المعوقات عدم وجود قنوات اتصال فعالة ويمكن إجمال هذه المعوقات بما يلي:

أ- **الهيكل التنظيمي:** وهو تعبير عن مجموعة العلاقات بين جميع مكوناته وعليه فإن أي تجاهل للمبادئ السليمة للتنظيم أو الخروج عليها لا شك سيؤدي إلى الإقلال من فاعلية عملية الاتصال وبالتالي فإن الخروج على تلك الآلية من شأنه<sup>1</sup> إحداث الكثير من التضارب وسوء الفهم بين أفراد التنظيم الواحد نتيجة لعدم وضوح الاختصاصات والسلطة والمسؤولية.

ب- **المسؤولية الوظيفية:** السبب في عدم فاعلية نظام الاتصالات في نظر بعضهم قد لا يرجع إلى عدم رغبة كل فرد في المنظمة في إجراء الاتصالات اللازمة وإنما يرجع إلى عدم وجود وظيفة خاصة بالاتصالات يشرف عليها شخص مسؤول.

ت- **التباعد الجسماني بين الأفراد:** تملى طبيعة العمل وخاصة في المنظمات الكبيرة الحجم أن يتباعد الأفراد عن بعضهم تباعد جسمانيا وفي هذه الحالة قد تقل فاعلية عملية الاتصالات نظر لعدم تأكد المرسل من قيام المتلقي باستلام الرسالة المرسله له وفهمها فهما صحيحا وقياس ردود فعله تجاهها لذلك فانه كلما زاد التباعد بين الأفراد زاد الاعتماد على الوسائل الكتابية في إرسال المعلومات على الرغم من مشاكل اللغة واستخداماتها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- د. محمد صاحب سلطان، مبادئ الاتصال الأسس والمفاهيم دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة 2014م ص 61.

<sup>2</sup>- نفس المرجع، ص 62.

4- الإفراط في الاتصال: كثيرا من الأفراد في المنظمة وخاصة بعض المديرين يتعرضون لتدفق معلومات لهم أكثر من طاقتهم الاستيعابية أو أكثر من مقدرتهم لتصنيف هذه المعلومات أو الاستفادة المنسقة منها والإفراط في الاتصال يؤدي إلى إعاقة الاتصال الفعال.<sup>1</sup>

ثانيا: مواقع التواصل الاجتماعي:

**تمهيد:**

أثبتت كثير من الدراسات والبحوث العلمية الإنسان كائن اجتماعي وهو بطبعته وفطرته لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع أفراد من بني جنسه، فطبعته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساسا دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي وهذا ما وفرته شبكات التواصل الاجتماعي في العالم الافتراضي حيث أتاحت المجال واسعا أمام الإنسان للتعبير عن نفسه، ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، وتسعى عموم الشبكات الاجتماعية إلى خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة في موقع واحد، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم وألوانهم وتتفق لغتهم التقنية، يهدفون إلى التعارف أو التعاون أو التشاور والاستطلاع والاكتشاف أو لمجرد الترفيه وتكوين العلاقات جديدة، والشخص المنتمي إلى هذا المجتمع عضو فاعل أي أنه يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك ويسمع ويتحدث.

**1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:**

يعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: بأنها "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها" وهذا الترابط نتج عنه نوع من الإعلام يختلف عن الإعلام

<sup>1</sup> - د. هادي نهر وآخر، إدارة الاتصال والتواصل النظريات العمليات الوسائط الكفايات عالم الكتب الحديث الأردن، 2009، ص244.

التقليدي القديم، وهو ما يعرف بالإعلام الاجتماعي، أو الإعلام الجديد أو البديل، وهو يطلق عادة على كل ما يمكن استخدامه وتبادلته من معلومات من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية.<sup>1</sup>

عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حساباً على أحد مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك تويتر...، ضمن نطاق شبكة الانترنت العالمية web، وتتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية ومنصة انطلاق ووجود الكتروني وشخصية افتراضية profile النشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور والأفلام الفيديو، ومن ثم الانطلاق لمرحلة التشبيك والتشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الأصدقاء وتكوين المجموعات أو الانتساب إلى شبكات السابقة من المشتركين والمستخدمين وتبدأ بخلايا الأصدقاء وطلاب الجامعات أو المدارس أو بناء الحي أو زملاء المهنة أو أفراد الأسرة والعائلة الواحدة، وتبادل التعليقات والآراء والمواد الإعلامية معهم، وتتم عمليات التواصل الإلكتروني بين المرسل والمتلقي بصورة فورية لحظة بلحظة، وساعة يشاء المشترك ضمن الشبكة.<sup>2</sup>

هي المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت.<sup>3</sup>

### 2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزواج بين الثقافات ويسمى هذا النوع من التواصل بين الناس شبكات التواصل الاجتماعي، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً في التعريف بهذه الشبكات وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه

<sup>1</sup> - مركز المحتسب لاستشار: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجاً. دار المحتسب للنشر والتوزيع ط1: م ع س: 1438هـ ص15.

<sup>2</sup> - مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي، منصات للحرب الأمريكية الناعمة دار جمعية المعارف الإسلامية الثقافية للنشر والتوزيع ط1: بيروت لبنان: 2016م ص 25-26.

<sup>3</sup> - د. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، الأردن 2013م، ص24.

الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات وقد مرت شبكات مواقع التواصل الاجتماعي في نشأتها وتطورها لمرحلتين:

- المرحلة الأولى: هي مرحلة الجيل الأول من الويب (web1,0).
- المرحلة الثانية: هي مرحلة الجيل الثاني من الويب (web2,0).

ولكن ازدادت شبكات التواصل الاجتماعي عددا وشهرة في المرحلة الثانية مرحلة ويب (2,0).

**المرحلة الأولى:** وهي مرحلة الجيل الأول من الويب (web1.0) وكانت الشبكات التي ظهرت في هذا الجيل ذات صفحات ثابتة ونتج مجال صغير وضيق للتفاعل بين الأفراد وتعتبر هذه المرحلة بأنها البداية لشبكات التواصل الاجتماعي ومن ابرز الشبكات التي تكونت نشأت في هذه المرحلة في موقع<sup>1</sup> cbsnates وظهر عام 1995 موقع sixdegree.com وظهرت عام 1997 وسمح للمشاركين فيه بعمل قوائم أصدقاء ولم تكن مرئية للآخرين وجذب الملايين من المستخدمين، لكن أغلقت الخدمة لهذه الشبكة عام 2000.

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

**المرحلة الثانية:** يشير الويب 2,0 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب مدونات، مواقع المشاركة الوسائط المتعدد وغيرها...) اهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمات بشبكة الانترنت وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية ويمكن ان نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقه موقع ماي سبيس MY space وهو الموقع الأمريكي المشكور ثم موقع الفيس بوك وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع وتزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.

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

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

ولكن في الوقت الذي استطاعت هذه الخدمة أن تجذب الملايين من المستخدمين إلا أنها فشلت في أن تبقى دائمة حيث تم إيقاف الخدمة عام 2000، وفي عام 2002، انطلق موقع التواصل الاجتماعي friendster وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعرف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع في فرنسا موقع skyrock.com كمنصة للتدوين ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب.<sup>2</sup>

وفي بداية 2003 ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير myspace الأمريكي وهو موقع خصص لتبادل الصور وإضافة الأصدقاء وتقديم تفاصيل الملفات الشخصية وعرض الشرائح ومشعلات الصوت والصورة.

كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل مثل linckdin الذي انطلق السمي 5 ماي 2003 حيث وصل عدد مستخدميه إلى 250 مشترك نهاية شهر ديسمبر 2012.

في عام 2004 حديث نقلة كبيرة في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق الموقع الشهير فيس بوك في 4 نوفمبر 2004 على يد "مارك رول بيرج" الذي بدأ في انتشار المتوازي مع سبيس حتى قام فيس بوك في 2007 بإتاحته على جميع الأفراد خارج الولايات المتحدة الأمريكية.

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

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

<sup>2</sup> - علاء الدين محمد عقيلي الملجي، المدخل إلى الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات) جيسوز للنشر والتوزيع، دار التعليم الجامعي، القاهرة 2015، ص155.

ثم ظهر موقع تويتر في 2006 كمشروع تطوير بحيث أجرته شركة أمريكية في فرانسيسكو، وبدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة في 2007 والذي يقوم تدوين مصغر الذي يسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم بـ140 حرف للرسالة واحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر<sup>1</sup>

### 3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

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

لذا نجد أن لهذه المواقع خصائص محددة منها:

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

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

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

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

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

**سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف بساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل أفكاره والتفاعل مع الآخرين.

**اقتصادية في الجهد والوقت والمال:** في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل فالكامل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكراً على أصحاب الأموال وأو حكراً على جماعة دون أخرى.<sup>2</sup>

للعمل والتعبير عن قدراته واديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الاحتفال والنصب.

**الفصول:** تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالماً افتراضياً مليئاً بالأقمار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجربتها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

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

**التسويق أو البحث عن وظائف:**<sup>3</sup> إن هذه المواقع لم تعد لتعارف فحسب بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال كونها منخفضة التكاليف أو تضمن سهولة الاتصال بما داخل و خارج مقر العمل بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها.

<sup>1</sup> - ظفري و داد، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في توازن الربيع العربي الفايبروك نموذج المؤتمر الدولي للاتصال الرقمي في زمن المكافحة 26-28 تشرين الأول الأردن، جامعة البرموك 2017، ص 67.

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

<sup>3</sup> - هارتيكي جون: الصناعات الإبداعية ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي، عالم المصرية اللبنانية القاهرة مصر 2007، ص 13.

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل (الخبرات والكفاءات كما هو حال شبكة لينكدان.<sup>1</sup>

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

- **المشاكل الأسرية:** تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية ولكم في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطرابات الاجتماعية التي تجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلاً في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة والتفكك الأسري.

- **الفراغ:** يعد الفراغ الذي ينتج عن سود إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت، ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات المتناهية الذي نتجه الشبكة كالفيسبوك مثلاً تتيح لمستخدميها مشاركة مجموعة من الأصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل للملئ الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة وتضيع الوقت عند البعض منهم.<sup>2</sup>

- **البطالة:** تعتبر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية أن البطالة من أهم المشاكل الاجتماعية التي تعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى أن كانت هذه الحلول افتراضية فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصاً ناقصاً على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لو يوفر له فرصة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - ترم سمير وسائل الإعلام الحديثة وسيلة تفاهم عقبة أمام جدار جاد مكتبة النور، الرياض، 2008، ص50.

<sup>2</sup> - مشري مرسى: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف مجلة المستقبل العربي ولبنان العدد 395 يناير 2012 ص157.

<sup>3</sup> - صادق عباس مصطفى الإعلام الجديد، دراسة في مداخلة النظرية وخصائصه العامة البوابة العربية للعلوم الإعلام والاتصال 2011، ص24.

### 5- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

#### الاستخدامات الاتصالية الشخصية:

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

#### الاستخدامات التعليمية:

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

واستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم، مما يوفر جداً من مراعاة الفروق الفردية كما التواصل بكسب الطالب الخجول فرصة التواصل مهارات أخرى كالتواصل والمناقشة وأيداً الرأي.<sup>2</sup>

#### الاستخدامات الإخبارية:

أتاحت الشبكات الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصدرها الرئيسي وبصياغة المرسل نفسه بعيداً عن الرقابة ما يجعلها أحياناً ضعيفة المصداقية لما قد يضاف إليها من مبالغيات مقصودة أو غير مقصودة لتهديد الخبر أو تدويله أو تسببه بغرض التأثير على الرأي العام.

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

<sup>2</sup> الرعود عبد الله دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي تونس ومصر من جهة نظر الصحفيين الأردنيين رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط الأردن 2012، ص 80.

### الاستخدامات الدعوية:

أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين وانشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية وانتقال إيجاب للتواصل الاجتماعي في ضل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل و توفير الجهد والتكاليف.<sup>1</sup>

### تفعيل عمليات تنظيم الحملات الإعلامية والتعبئة الاحتجاجية:

المطلبية: عوضت وسائل التواصل الاجتماعي عن سيطرة الحكومات على أجهزة الإعلام التقليدية التلفاز الإذاعة الفضائيات، ومن أمثلة ذلك: حملات دعم الانتفاضة الفلسطينية والمقاومات في غزة وحملات دعم المقاومة في لبنان وكذا تنظيم الاحتجاجات المطلبية للمعيشة والسياسة في العالم.

ازدياد فرص الإبداع والابتكار والتطور التقني والفني والعلمي: تساعد وسائل التواصل على بناء ورش افتراضية تؤدي إلى<sup>2</sup> بناء أرضية معرفية لتراكم الخبرات والمعارف وتزيد من فرص الابداع والابتكار وتبادل المعلومات التقنية.

### سرعة إيصال المعلومات وتحول كل فرد إلى إعلامي:

يبين دراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر الطرق التي تنقل عبرها الإخبار في الوقت الحالي، فأكثر من 50% من الناس يعتمدون على المواقع الاجتماعية في معرفة الأخبار الجديدة بالإضافة إلى أن 65% من الصحفيين والمحررين يعتمدون على "فيس بوك" "وتويتر" للحصول على الأخبار كما تعتبر الشبكات الاجتماعية مصدر الأخبار لنجد 27,8% من الأمريكيين في حين أن نسبة الذين يعتمدون على الصحف اليومية في تناقل الأخبار هي 28,8%.

<sup>1</sup> - العياض، نصر الدين، الرهانات الاسيتمولوجية والفلسفية للمنهج الكيف نحو أفاق جديد لبحوث الإعلام والاتصال في المنظمة العربية أبحاث المؤتمر الدولي لعلوم الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة العالم جديد جامعة البحرين من 7-9 ابريل 2009م ص 18-29.

<sup>2</sup> - العبد عاطف أطفالنا والقنوات الفضائية الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام القاهرة النصر، 2009، ص60.

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

نساعد وسائل التواصل على إيجاد منصة لعرض السير الذاتية والإعلان عن الهوية والكفاءة فقد بينت دراسة أن ما نسبته 89% من الشركات تبحث عن موظفين جدد عبر موقع "لينكدان" 26% ; linkedin من الباحثين يحصلون على وظائف من خلال "فيسبوك" بينما 15% يستعطون الحصول على وظائف من خلال "تويتر" وقد أثبتت النتائج أن نسبة الباحثين عن العمل من خلال "فيسبوك" تقدر بما نسبته 52% و 38% من خلال موقع "لينكدان" و 34% فقط على من خلال موقع "تويتر".<sup>2</sup>

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

أظهرت دراسة "جمعية علم النفس التنظيمي والصناعي" الأمريكية أن السماح للموظفين بعدة استراحات قصيرة من التواصل الاجتماعي خلال ساعات العمل يزيد إنتاجية العمل فقد أصدرت جمعية علم النفس الصناعي الأمريكية دراسة حول اثر استخدام الموظفين خلال ساعات العمل واستخدام القائمون على هذه الدراسة عينة من اثنين وسبعين موظفا سمح لهم باستخدام هواتفهم الذكية أثناء العمل، وذلك تزويدها برامج يقيس المدة الزمنية التي يقضونها في استخدامه حيث تم تصنيف استخدام الهاتف إلى ثلاث فئات، تسلية تواصل اجتماعي، استخدام شخصي ومعلومات، أظهرت نتائج الدراسة أن قضاء الاستراحات في التواصل الاجتماعي ترك اثر أكثر ايجابية مما تركته فئتا "آلية" والاستخدام الشخصي حيث ظهر الأثر الايجابي من خلال تحسن مزاج الموظف وزيادة قدرته الإنتاجية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - حافظ عبده تواصل الشباب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي المؤتمر العلمي وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير قسم الصحافة والإعلام جامعة البترا عمان 2011، ص30.

<sup>2</sup> - الراوي بشرى، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير مدخل نظري مؤتمر فيلا دليا الدولي السابع عشر ثقافة التعبير جامعة فيلا دليا عمان الأردن، 2019، ص80-12.

<sup>3</sup> - الكحكي عزة مصطفى استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض عوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد جامعة البحرين من 7-9 أبريل 2009، ص 269.

### 6- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

#### إضعاف الذاكرة اللغوية العربية:

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

وكما نلاحظ فإن مستخدمي مواقع التواصل لا يتكلمون باللغة العربية لعدم وجود حوار شفهي وإذ كتبوا النصوص يعتمدوا لغة عربية غير صحيحة وفيها عبارات أجنبية فضلا عن انتشار كتابة المفردات العربية بأحرف أجنبية.<sup>1</sup>

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

يؤدي الإدمان إلى إرهاق العين الباصرة كما قد يؤدي إلى تلف جزئي للخلايا الدماغية يرتبط الإدمان على الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بتغيرات في الدماغ مشابهة لتلك التي تحدث عند الأشخاص المدمنين على الخمر والكوكايين والحشيش، فقد قام علماء صيبون فحص أدمغة سبعة عشر مراهق شخصت حالاتهم على أنهم مصابون ب"الاضطراب إدمان الانترنت" حيث قارنوا النتائج بفحوص لستة عشر من زملائهم فأظهرت النتائج تلف ألياف المادة البيضاء في الدماغ التي تربط المناطق المعينة بالمعالجة العاطفية والانتباه واتخاذ القرارات والسيطرة الإدراكية وقد لوحظت تغيرات مماثلة في المادة البيضاء في أشكال أخرى من الإدمان على مواد مثل الخمر والكوكايين لذلك فإن النتائج تشير إلى أن سلامة للمادة البيضاء قد تخدم كعلاج جديد محتمل في اضطرابات إدمان الانترنت.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - مشري مرسي، شبكات التواصل الاجتماعي القيمة نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي لبنان العدد 395 يناير 2012، ص157.

<sup>2</sup> - نجدات علي عقله، استخدام المتزوجات العاملات في الجامعة الأردنية للفيس بوك والإشاعات المتحققة منه، دراسة مسحية على عينة من جامعة البرموك، الأردن 2012، ص10.

### إضعاف التركيز الذهني ومحو الذاكرة:

حيث ان التركيز الذهني في قراءة نص الكتروني موجود على صفحة موقع الكتروني اجتماعي لا تتعدى ب 25 بالقياس إلى القراءة الورقية التقليدية من الكتب وذلك بسبب خاصية التشعب النصي على صفحة فيس بوك مثلا، التي تتضمن عشرات الفقرات والأوامر والروابط المتشعبة كما تترك عمليات التصفح والتواصل الالكتروني الاجتماعي اثر في محو الذاكرة واستبدالها بذاكرة جديدة بفعل التراكم حيث يتوقع مع مرور الزمن، أن يتشكل ذاكرة جديدة تخزن الصور والنصوص والأشياء والمفردات اللغوية الجديدة تشوش على الذاكرة القديمة المخزنة ويمكن للمرء ان يجري تحقيق علميا على بعض المستخدمين لشبكات التواصل وان يكتشف عمليات المحو والاستبدال الحاصلة وهي المسالة التي يبحثها الخبراء في إطار دراسة "تقنيات القراءة الرقمية وأثارها في الدماغ والذاكرة"<sup>1</sup>

### إضعاف المهارات التحليلية:

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

### انتقال الأفكار والمعلومات السلبية بطريقة عدوى المشاعر والأفكار:

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

<sup>1</sup> - غريب حسين نحو الاستخدام الآمن لمواقع التواصل الاجتماعي كلية الحاسبات والمعلومات جامعة عين شمس، 2018، ص10.

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

### دفع المستخدم نحو التصير في الواجبات:

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

### دفع المستخدم نحو ارتكاب الجرائم عن بعد:

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

### بناء علاقات افتراضية تؤسس لقيادات وكادرات افتراضية:

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

<sup>1</sup> - راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي مجلة التربية العدد 15 جامعة عمان الأهلية عمان 2003، ص60.

<sup>2</sup> - حنان شعشوع الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك مذكرة نيل شهادة الماجستير جامعة ملك عبد العزيز السعدية، ص31.

ثالثاً: موقع فايسبوك.

تمهيد:

يواجه العالم اليوم العديد من التطورات المختلفة التي لها الأثر الكبير على المجتمع بصورة عامة وعلى الشباب بشكل خاص ومن أهم هذه التطورات في عالم الانترنت المواقع الاجتماعية التي تطورت بشكل كبير.

فالفايسبوك كموقع حاز في الآونة الأخيرة على اهتمام كبير من مستخدمي الانترنت وارتفاع عدد مستخدميه بشكل متسارع بالإضافة إلى قرب تجاوز معدل دخوله إلى محرك البحث العملاق جوجل الذي يسيطر على اعلي رقم للدخول والاستخدام كل ذلك أدى إلى اهتمام الإعلام بالفايسبوك وأصبح نوعاً ما مقياس للرأي العام حول القضايا العامة عبر تطبيقاته المختلفة فأصبح من الضرورة بمكان أن نجد بحوث ودراسات حول ظاهرة الفيسبوك كموقع وأثره على المجتمع.

ومن هنا سنتعرف أكثر على فايسبوك وذلك بالتطرق إلى تعريفه، نشأته، خصائصه، أسباب استخدامه سلبياته، ايجابياته.

### 1- تعريف الفاييسبوك:

فيسبوك (بالانجليزية face book) موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها.

فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من اجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.

مصطلح الفاييسبوك كما معروف في أوروبا وهو يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة او مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص

خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية<sup>1</sup>

### 2- نشأة الفاييبوك:

عندما جلس مارك جوكر بيرج (23 عاما) أمام شاشة الكمبيوتر في حجرته بمساكن الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية العريضة وبدأ يصمم موقعا جديدا على شبكة الانترنت كان لديه هدف واضح وهو تصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وأرائهم.

لم يفكر جوكر بيرج الذي كان مشهورا بين الطلبة بولعه الشديد بالانترنت بشكل تقليدي، مثلا لم يسع إلى إنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات اوالى نشر أخبار الجامعة أو ببساطة فكر في تسهيل عملية التواصل بين الطلبة الجامعة على أساس أن مثل هذا التواصل إذا تم بنجاح سيكون له شعبية جازفة.

وأطلق جوكر بيرج موقعه فاييبوك في عام 2004، وحقق نجاحا سريعا في وقت قصير فسرعان ما لقي الموقع راجا بين طلبة جامعة هارفارد واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية<sup>2</sup>

أول عرض تلقاه جوكر بيرج كان في يونيو 2004 من شركة baypal التي عرضت عليه استثمار 500 ألف دولار في الموقع.

وفي شهر سبتمبر 2006 تم عقد مباحثات جادة بين القائمين على إدارة "الفاييبوك" و"ياهو" بشأن شراء الموقع مقابل مليار دولار ثم دخلت مايكروسوفت إلى الخط واشترت أسهما في الموقع كما ان جوجل أبدى اهتمامه بعقد صفقة مع الفاييبوك.

من جانبه كان زيكر بيرج يؤكد دائما انه لا ينوي بيع الموقع خصوصا مع ما يدر عليه من أرباح سنوية من الإعلانات كما أن القيمة السوقية للموقع ترتفع كل يوم وتقرر حاليا ب 5 مليارات دولار.

<sup>1</sup>- وائل مبارك خضر فضل الله، اثر الفاييبوك على المجتمع مدونة شمس النهضة حقوق الطبع والنشر محفوظة 2010 ص13.

<sup>2</sup>- عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية دار وائل للنشر والتوزيع ط1، 2011، ص184-185.

ما يثير الاستغراب حقا في مسيرة الفيسبوك أن هناك شبكات اجتماعية ضخمة كانت موجودة قبله بسنوات كشبكة ماي سبيس والهاي فايف وغيرها إلا أن الفيسبوك تمكن من تخطيها خلال فترة قصيرة من حيث الشعبية وعدد المستخدمين والأرباح والضجة الإعلامية وليس ذلك فحسب بل تحول الفيسبوك إلى نمط سلوكي لمستخدمي الانترنت فطالما أنك تدخل إلى الشبكة العالية فالمفروض بدهيا أنك عضو في فيسبوك.<sup>1</sup>

### 3- خصائص الفاييسبوك:

يتضمن "الفيسبوك" كشبكة اجتماعية بعدد من السمات التي تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضهم البعض وأهمها:

- **خاصية wall:** أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.
- **خاصية pokes:** أو نكرة "غمزة" تتيح إرسال نكرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يحظر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- **خاصية photos:** أو الصور التي يمكن للمستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع.
- **خاصية status:** أو الحالة تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
- **خاصية notes:** أو التعليقات وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات هذا بالإضافة إلى خدمات الرسائل والدرشة.<sup>2</sup>
- **الملف الشخصي profile:** فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية صورك الأمور المفضلة لك وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعاها بالتحديد.

<sup>1</sup> محمد صاحب سلطان وسائل الإعلام والاتصال، عمان دار المسيرة للنشر والتوزيع 2012م، 1433هـ، ص361.

<sup>2</sup> د. حسين شفيق مواقع التواصل الاجتماعي أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع 2014-ص 95-96.

- إضافة صديق **addfriend**: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق ا وان يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة يريده الالكتروني.
  - إنشاء مجموعة **groups**: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية...الخ، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.
  - الهدايا **gifts**: ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية تتكلف الهدايا 100 دولار لكل هدية.<sup>1</sup>
  - التغذية الإخبارية **newsfeed**: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث غي الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.
  - السوق **market place**: وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.
  - إنشاء صفحة خاصة على موقع **facebook**: ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو خبرتك أو جريدتك ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع **facebookadds** والتي تدفع مقابل على مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل على صفحتك في الفيسبوك.
- 4- أسباب استخدام موقع فايسبوك:

من أهم أسباب ودوافع استخدام فيس بوك ما يأتي:

1/ الاسترخاء والتسلية: وفي فيس بوك الفكاهة والأخبار والطرائف والكتابات الأدبية والصور والمشاهد المصورة الطريقة والتعليقات المضحكة وفيه فرصة لمتابعة ما يفعل الآخرون وللكلام معهم والكتابة لهم، وغي فايسبوك متسع لمنع (غير بريئة) لمن طلبها وعرف أسرار الحصول عليها.

<sup>1</sup>- د. خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية الاقتصادية والدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع 2013م، ص35-36.

**2/ تبادل المعلومات والأفكار والآراء:** أصبح فيس بوك نافذة مهمة لتبادل الأخبار والإحالة إلى المواقع الإخبارية كذلك يتبادل رواد فيس بوك المعلومات المفيدة عن الضرائب والهواتف والجمعيات والمشروعات والجامعات والدورات التدريبية والوظائف الشاغرة ويتبادلون المعلومات والقصص الدينية والأحاديث النبوية والأقوال المأثورة والأذكار والأدعية وغير ذلك وقد سلف أن ما يتناوله الناس على المواقع الاجتماعية من معلومات وأخبار قد يعوزه التمهيص والتحقيق كما أصبح فيس بوك وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي بعد اندلاع الثورات العربية منبرا للخطابة وساحة للجدل والنقاش وتبادل الآراء والاتهامات.<sup>1</sup>

**3/ الهروب من الواقع:** في فيس بوك قلوب جريحة وعاطلون عن العمل، ومصابون بالاكتئاب ومنبوذون من جماعاتهم الواقعية يبحثون عن ملاذ من مشكلاتهم وضغوطات حياتهم، وفيه من يطلب من أصدقائه أو أصدقائها الدعاء أو النصح.<sup>2</sup>

ومن يتبتل لله طمعا في مدده وعونه ومن يبكي على إطلاله ويندب انكساراته وخذلان الآخرين أو خداعهم من نافذة القول أن من يرتادون فيس بوك ليسوا جميعا هاربين من الواقع، غير أن هذا المجتمع الافتراضي المزدهم بسكانه أصبح وجهة مميزة لمن ضاق عليهم عالمهم الواقعي.

**4/ مجارة الموضة:** يظل كثير من الناس على نفورهم من تلك (التقليعات) الجديدة مثل البلاك بيري والايفون والايباد وتويتر وسكايب وماي سبيس وفيس بوك، فمنهم من يبقي وفيما على تعوده ومنهم من يقرر تجريب هذه التقليعات لعله يجد فيها ما يبرر ما يحيط بها من ضجيج وتهافت ومن الذين يجربون فيس بوك من يجد فيه وفي غيره نفعا فيقيم فيه، ومنهم من يندم على ما أنفق فيه من وقت بلا طائل ويعود إلى سابق عهده من القطعية معه ومع غيره من المجتمعات الافتراضية.

**5/ الصحبة وتكوين صداقات جديدة:** قديما قرر أرسطو أن الإنسان كائن اجتماعي ومن بعده قرر ابن خلدون في المقدمة أن اجتماع الناس ضرورة لا مهرب منها تفرضها الحاجة الإنسانية الفطرية إلى المأكل والمشرب والحاجة إلى الأمن هذان هما شرطا تحقق المجتمع عند ابن خلدون<sup>3</sup> وقد أوجز القرآن الكريم

<sup>1</sup>علي حجازي ابراهيم : التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد ،دار المعزز للنشر والتوزيع، 2017، ص 75- 76  
<sup>2</sup>- د. سعيد سلمان المشهداني، الصحافة العربية والدولية (المفهوم الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات) دار الكتاب الجامعي 2014م، ص210.  
<sup>3</sup>- نفس المرجع ص 210-211.

ذلك في بلاغة معجزة في سورة قريش الآيتين الثالثة والرابعة: ﴿فليعبدوا رب هذا البيت 3 الذي أطعمهم من جوع وأمنهم من خوف﴾ 4 قريش 3-4.

6/ عدم وجود فرص للعمل: يلجأ الكثير من الشباب إلى مواقع التواصل الاجتماعي كنتيجة للبطالة وعدم توافر فرص عمل يفرغ فيها الشباب طاقته وقدرته على العطاء والانجاز فيتجه إلى مواقع التواصل الاجتماعي للهروب من الواقع المرير.

7/ شغل وقت الفراغ: يقوم البعض بملء وقت الفراغ عن طريق التهاور مع بعض الأصدقاء وتكوين صداقات جديدة في محاولة منهم للقضاء على الشعور بالملل والرغبة في التجديد وخلق جو اجتماعي وراء شاشات الكمبيوتر حيث هناك من الناس من يلجأ إلى فيس بوك وغيره من المجتمعات الافتراضية لأنه لا يجد شيئاً غير ذلك يقتل له وقت فراغه، إذا فرغ المرء من الانشغالات العلمية والأنشطة الترفيهية والرياضية والمجاملات الاجتماعية احتاج بالإضافة إلى إشباع الحاجات البيولوجية الأساسية إلى وقت الفراغ هذا الأخير الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل به هذا الوقت ومن خلال عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجها شبكة فيس بوك لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل فيس بوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة احد الرسائل ملء الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم<sup>1</sup>

8/ التعليم والتطوير المهني: في فيس بوك فرص سائحة للتطوير الذات سلوكيا ومعرفيا ومهنيا وخاصة في المجالات العلمية وفيه ما لا حصر له من كتب ومقالات في الإعلام والتنمية البشرية والإدارة وغيرها من حقول المعرفة وكذا معلومات عن إعلاميين وصحفيين وأسماء مؤسسات كبيرة وصغيرة ومعلومات عن الدورات التدريبية والشواغر الوظيفية والبرمجيات ومصادر تعليم وتعلم اللغات الأجنبية وغيرها مما يعود على مستخدميه بالنفع والفائدة كما ان كثير من المؤسسات التعليمية يزداد إقبالها على إنشاء صفحاتها على الموقع وما يتصل بذلك من نشرها المعلومات والمصادر والوسائط والمواد التعليمية وكثير من الأساتذة

<sup>1</sup> - صوالحية غنية اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الفايس بوك نموذجا دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة تبسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث "LMD" تخصص الإعلام والاتصال في التنظيمات 2020/2019، ص186.

كما يفعل الإعلاميون يقبلون اليوم عليه ويصنعون مقالاتهم ومحاضراتهم ووضع الروابط التي تحيل إلى بحوث ودراسات علمية مهمة.

**9/ التلخص: من العزلة والوحدة:** من خلال التواصل مع الآخرين والتفاعل معهم بصفة دائمة فهناك من يبحث عن يقاسمه نفس الاهتمامات والهوايات لكي يتخلص من الوحدة والانفصال عن المجتمع.

**10/ التفاعل الاجتماعي:** أي التعامل مع الغير وهذا ضروري في حياة أي إنسان حيث يمكن من خلال فيس بوك، مثلا إعادة الاتصال بالأصدقاء القدامى والعمل على بناء علاقات جديدة معهم تعقب مساهمات الأصدقاء وما يطرحونه من مواقف وما ينوون طرحه مشاركة الأصدقاء بمعلومة وملاحظة ما عبر نشر معطيات وروابط دعوة الأصدقاء إلى حفلات واجتماعات ومناسبات عدة.<sup>1</sup>

وهناك من أورد أسباب أخرى لاستخدام فايسبوك في النقاط التالية:

- يساعد على التواصل الاجتماعي من خلال قضاء الوقت مع الآخرين.
- يساعد على اكتشاف الأشخاص والأفكار والمواقف والقدرات الشخصية.
- سرعة تبادل المعلومات والأخبار.
- يمكنك من استخدام التطبيقات والاستقصاءات والمشاركة مع الآخرين.
- يمكن استخدامه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني.
- حلول الأعمال والدعاية لفرد أو جهة أو منظمة أو شركة والخدمات المرتبطة بها.
- الحصول على تغذية راجعة وراء الناس في الخدمات أو المنتجات أو الأفكار المعروضة.
- جلب الزوار والمعجبين لموقع الشخص أو الجهة بربطه مع صفحة الفيسبوك.
- الحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين.
- الاهتمام بالأحداث ذات الإتمام المشترك والترويج لمناسبات مهمة ومؤثرة.
- تبادل التهاني والتوصيات والمذكرات المشتركة بين الأشخاص.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- نفس المرجع، ص 186-187.

<sup>2</sup>- د. حسين شفيق، الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية التسريبات التجسس الإلكتروني الإرهاب دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2015، ص 247-248.

### 5- ايجابيات موقع فايسبوك:

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم ومن هذه الخدمات:

1/ التواصل مع مجتمعات افتراضية: متخصصة في مواضيع شتى تعيد العضو في التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.

2/ متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات: كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية حيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على الفيس بوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم وأفكارهم وخواطهم ووجهات نظرهم حول مختلف الأحداث والقضايا.

3/ إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو: ومقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء حيث يمكن للفيس بوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة.

4/ إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين فيه: من خلال إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم فالخيار والحرية متاحة لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا أو إيجابا على الطلب الذي يتلقاه.<sup>1</sup>

5/ خدمة الشركات وأصحاب الأعمال: في الإعلان عن الوظائف اختيار الموظفين كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على فيسبوك بعين الاعتبار عند البدء في اختيار الموظفين من بين المتقدمين وكذلك يمكن للفيسبوك إسداء خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات فالموقع يتمتع بمميزات جعلت منه وسيلة إعلامية مهمة وفعالة فهناك أكثر من مليار شخص يسجلون إعجابهم ويعلقون بمعدل يصل 3,2 مليار مرة باليوم، حيث يوفر بيانات دقيقة للمعلن عن الجمهور وإمكانية تحديد الجمهور الذي يربح المعلن استهدافه، كما يوفر للمعلن قياس أداء الإعلان فهناك ما يعرف ب "مدير الإعلانات" يمنح المعلن معلومات تحول مدى تفاعل الجمهور إزاء الإعلان فضلا عن معرفة آراء الجمهور فعندما يتعرض المستخدم للإعلان يسجل فيسبوك كل تفاعل يصدر من المستخدم إزاء الاعلام.

<sup>1</sup> علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، عمان 2014م ص

6/ يتيح الفيسبوك فرصة ألبومات الصور: يعد تطبيق تحميل الصور من أشهر تطبيقات الفيسبوك، حيث يمكن المستخدمين من تحميل كم هائل من الصور بشكل أكبر وأسهل مما تتيحه المواقع الأخرى، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفيسبوك حيث كان في الماضي عدد الصور التي يمكن للمستخدمين تحميلها على الموقع يقتصد على 60 صورة للألبوم الواحد.<sup>1</sup>

### 6- سلبيات موقع فيسبوك

هناك سلبيات ومحاذير ظهرت أثارها على السطح بعد انتشار استخدام موقع الفيس بوك يمكن إيجازها فيما يلي:

1/ إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية: وقد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفيس بوك والتواصل عبر مجتمع أو مجتمعات افتراضية وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية، حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأسر بالطلاق أو الخيانات أو الانعزال.

2/ انتهاك خصوصية المشتركين: حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركين من خلال نبذهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية مجرد نشرها حتى لو اتخذها المشترك كل الإجراءات اللازمة للأمان فمن الممكن أن تصل هذه إلى دائرة أوسع كثيرا من الدائرة المقصودة أصلا بطرق عدة ويصبح سحبها بعد ذلك مستحيلا.

3/ استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية: يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفيس بوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك.<sup>2</sup>

### 04/ الإدمان والعزلة الاجتماعية:

فلا شك أن صفحة الفايس بوك من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي فهي مغرية وتجذب الشباب بشكل خطير جدا وينتهي بها الأمر إلى الإدمان الذي يؤدي إلى العزلة من المجتمع مما يؤدي إلى هدر في الطاقات ويبدو الوقت بلا قيمة ولا معنى وخصوصا لدى الشباب الذي ترك يواجه الفراغ والبطالة والعجز

<sup>1</sup>- صوالحية غنية، مرجع سبق ذكره، ص 190-191.

<sup>2</sup>- علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، ص 69-72.

والإحباط وفقدان الأمل في مستقبله فيبحث عن تسلية وقته في حجرات الدردشة التي تتحول مع الوقت إلى إدمان أشبه بإدمان المخدرات لا يمكن الخلاص منه فيظل منهم مرتبطين أمام هذه الشبكة بالساعات المتواصلة التي تزيد أحيانا عشر ساعات في اليوم الواحد.

### 05- السرقة العلمية:

يقوم بعض الأشخاص بسرقة أفكار الغير التي قام بنشرها على صفحة الفيس بوك يدخل بعض التعديلات عليها وينسبها لشخصه.

### 06- الإخلال بالنظام العام:

يمكن استخدام صفحة الفيس بوك في زعزعة الاستقرار والأمن عن طريق ترويح وإفراغ الأفراد وإشاعة الفوضى وتعويض حالة الأمن والاستقرار أو منع السلطات العامة من ممارسة صلاحياتها أو تعطيل تطبيق الدستور والقوانين وتقويض النظام العام.

### 07- فضاء مفتوح للإساءة للآخرين:

في عالم الفيس بوك، ليس ثمة معلومة محققة سوى ما يكون من مصادره الأهلية، وكل ما ينشر على صفحات المشتركين يبقى في دائرة الشك إلى أن يثبت عكسه و هذا من المخاطر التي جعلت شبكات التواصل ساحة مفتوحة للمفرضين لنشر الأكاذيب والإشاعات<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>- مسهل محمد وآخر، دور الفيس بوك في تحسين الجامعة دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال-جامعة المسيلة -مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة، 2020-2021. ص 29-30.

### رابعاً الصورة الذهنية:

#### تمهيد:

تكتسب الصورة الذهنية أهمية كبيرة في جميع المجالات وهي تقوم بدورها ومحوري في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل سلوك الأفراد وتؤثر في تصرفاتهم تجاه الجامعات والمؤسسات فهي تعكس الواقع وتحمل المعلومات عنه إلى العقل الأساسي الذي لا يواجه الواقع المباشرة وإنما يواجه بشكل غير مباشر يعتمد على الوصف لذلك أدركت المؤسسات أهمية دراسة صورها السائدة في أذهان الجماهير واتخاذ السياسات أو رسم الخطط الكفيلة لتكوين هذه الصورة على النحو الذي تتمناه وهذه المؤسسات من خلال الطيب الذي يتفق مع احتياجات الجماهير.

#### 01-تطور مفهوم الصورة الذهنية:

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

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

<sup>1</sup> - سليمان صالح: مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال، ط2، دار المسيرة، 2001، ص

الذهنية<sup>1</sup> يرجع استخدام كلمة IMAGE إلى الصورة، الانطباع أو الفكرة الذهنية فقد تكون الصورة ملتصقة بإحدى آلات التصوير أو مرسومة، قد تكون في الذهن كالفكرة كونها عن ذلك الشخص وصورته التي رسمها له في ذهنه.

### تعريف الصورة الذهنية:

ظهر مصطلح الصورة الذهنية إلى الوجود 1915 م على يد العالم " جراهم دلاس" والذي أشار في كتابه الطبيعة البشرية والسياسية إلا أن الباحثين في حاجة إلى تكوين شيء مبسط ودائم ومنظم ومع تقدم علوم الإعلام والاتصال دخل مصطلح الصورة الذهنية في مختلف مجالات البحوث المتصلة بالرأي العام، ثم تعاظم الاهتمام بها مع التقدم الكبير في مجالات الاتصالات والمعلومات، الذي حول العالم إلى قرية صغيرة<sup>2</sup>.

تعني ببساطة الصورة العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المؤسسات المختلفة وقد تتكون على الأدلة والوثائق، أو على الإشاعات والأقوال غير الموثوقة ولكنها في النهاية تمثل واقعاً صادقاً من جهة نظر من يحملونها في رؤوسهم<sup>3</sup>.

ويقول حسين محمد أن الصورة الذهنية صورة رمزية تتجمع فيها احتياجات الجماهير ومطالبها واهتماماتها وتطلعاتها والرغبة القادرة على وفاء الجماهير بكل هذا وأكثر منه، وهذه الصورة لا يمكن أن تتشكل بين يوم وليلة، إذ أن مادتها تترسب في العقول قطرة قطرة، كما أنها ليست ترجمة الأفعال وسلوك أي مؤسسة وأقوال لفعل مسؤولين عنها بقدر ما هي ترجمة ترجمة لردود الفعل التي تحدثها الأفعال وتلك الأقوال<sup>4</sup>.

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

<sup>1</sup> - زاهي رضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية العدد 01، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص 118

<sup>2</sup> - عبد الرحمان: مناهج البحث العلمي،/ القاهرة دار النهضة العربية، 1963، ص ص 168.

<sup>3</sup> - الدسوق أحمد : الصورة الذهنية لراجل الشرطة لدى الرأي العام المصري، وزارة الداخلية، أكاديمية مبارك للأمن.

<sup>4</sup> - عبد العزيز كمال، سارة: صورة الصحفي ، مكتبة مبعوياً، جامعة القادر .

### 02- أنواع الصورة الذهنية:

- الصورة المرآة: وهي الصورة التي ترى المنظمة نفسها من خلالها.
- الصورة الحالية: وهي التي يرى بها الآخرين المنظمة.
- الصورة المرغوبة: وهي التي تود المنظمة أن تكون لها لنفسها في أذهان الجماهير.
- الصورة المثلى: وهي من أمثل صورة يمكن أن تحقق
- الصورة المتعددة: وتحدث عندما يتعرض الأفراد الممثلين مختلفين للمنشأة يعطي كل منهم انطبعا مختلفا عنها ومن الطبيعي ألا يستمر هذا التعدد طويلا وإنما أن يتحول إلى صورة إيجابية وإلى صورة سلبية أو أن تجمع بين الجانبين صورة موحدة تظلها العناصر الايجابية والسلبية تبعا لشدة تأثير كل منهما على هؤلاء الأفراد<sup>1</sup>.

### 04- خصائص وسمات الصورة الذهنية:

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

<sup>1</sup> - عبد العزيز كمال، مرجع نفسه

- **التنبؤ بالمستقبل:** تساهم الصورة الذهنية في التنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور اتجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة، فالصورة الذهنية المتطبعة لدى الأفراد باعتبارها انطباعات واتجاهات لدى الأفراد حول الموضوعات والقضايا والأشخاص يمكن أن تتنبؤ بالسلوكيات التي قد تصدر عن الجماهير مستقبلاً<sup>1</sup>.

- **تخطي حدود الزمان والمكان:** تتميز الصورة بخاصية تخطي الحدود الزمان والمكان بشكل كبير فالإنسان لا يتقيد بالحدود بل يتخطاها بتكون صوراً ذهنية عن بلده كما أن الإنسان يكون دائماً على اتصال بكل ما حدث في الماضي و من ثم يدخل هذا الماضي نطاق الصورة الذهنية بالإضافة إلى ذلك فإن الإنسان يستطيع أن يكون صوراً عن المستقبل وبالتالي يمكن القول أن الصورة لها جذور في الماضي وامتداد في المستقبل<sup>2</sup>.

### 05- مصادر الصورة الذهنية:

يرى تركستان إلى الصورة الذهنية تتكون من مصدرين:

01- **الخبرة المباشرة:** إن احتكاك الفرد اليومي بغيره من الأفراد والمؤسسات والأنظمة والقوانين بعد مصدراً مباشراً ومؤثراً لتكوين الانطباعات الذاتية عن شخص أو منظمة أو فكرة أو دولة هذه الخبرة المباشرة أقوى فتأثيرها على عقلية الفرد وعواطفه وإذ أحسن توظيفها وهذه مهمة أجهزة العلاقات العامة في تعاملها المباشر حيث يقوم رجال العلاقات العامة ومقدمو الخدمات بالمنظمات الرسمية وغير رسمية بدورهم في تكوين هذه الانطباعات التي تشكل الصورة لدى الآخرين.

02- **الخبرة غير المباشرة:** إما أن يتعرض له الفرد من وسائل شخصية يسمعها من الأصدقاء أو غير وسائل الإعلام عن مؤسسات وأحداث وأشخاص ودول لم يسمح منهم مباشرة وتعود خبرة منقولة وفي هذا النوع من الخبرة تلعب وسائل الإعلام المسموعة دوراً والمرئية كذلك في تكوين الانطباعات التي يشكل النتائج النهائي لها الصورة الذهنية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>- القرا عبد الله مصطفى عبد الله : دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة بغزة، 208، ص 17.

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

<sup>3</sup>- د. علي عوجة : العلاقات العامة والصورة الذهنية، كلية الإعلام جامعة القاهرة: ط01، 1983، ص24.

### 06- مكونات الصورة الذهنية:

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

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

**البعد أو الجداني:** ويقصد بالوجداني الميل بالإيجاب أو السلب اتجاه موضوع أو قضية أو شخص ما ... في ايطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد وبتشكيل الجانب الوجدان مع الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي كونها الأفراد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تتمثل اتجاهات الأفراد نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة.

**البعد السلوكي:** يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه في مختلف شؤون الحياة حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ لسلوك الأفراد التي تعكس اتجاهاتهم في الحياة<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - عبد البارئ درة: نبيل خليف المجاني: العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين ، ط1 داروائل للنشر، الأردن 2010، ص384.

## الفصل الثالث:

الإطار الميداني والتطبيقي للدراسة

أولا : بطاقة فنية حول جامعة الشيخ العربي

التبسي

ثانيا : تحليل البيانات الميدانية

أولاً: بطاقة فنية حول جامعة العربي التبسي:

### 1- نشأة جامعة العربي التبسي:

تأسست جامعة العربي التبسي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 08-09 الصادر في 04 جانفي 2009 وقد جاء الإعلان عن ترقية المؤسسة إلى مصف جامعة، تتويجا للمجهودات الجبارة التي بذلتها الأسرة الجامعية بكل أطيافها على مدار سنوات متواصلة، كانت بدايتها سنة 1985 سنة تأسيس المعاهد الوطنية للتعليم العالي في تخصصات علوم الأرض، الهندسة المدنية والمناجم، وفي حفل الافتتاح الرسمي للسنة الجامعية 2009/2008 من جامعة تلمسان أعلن رئي الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة عن ترقية المركز الجامعي تبسة إلى مصاف جامعة وهذا تاريخ يعتبر نقطة تحول هامة من أجل تحقيق الأهداف المسطرة حيث عرفت جامعة تبسة اليوم تغيرات كبرى على مستوى الهيكل التنظيمي والعلمي بما يسمح لها بإبراز كفاءاتها العلمية وإمكانياتها المادية التي تتيح لها الفرصة لمنافسة الجامعات الكبرى ورفع مستوى التكوين التأطير في مختلف التخصصات والفروع الموجودة.

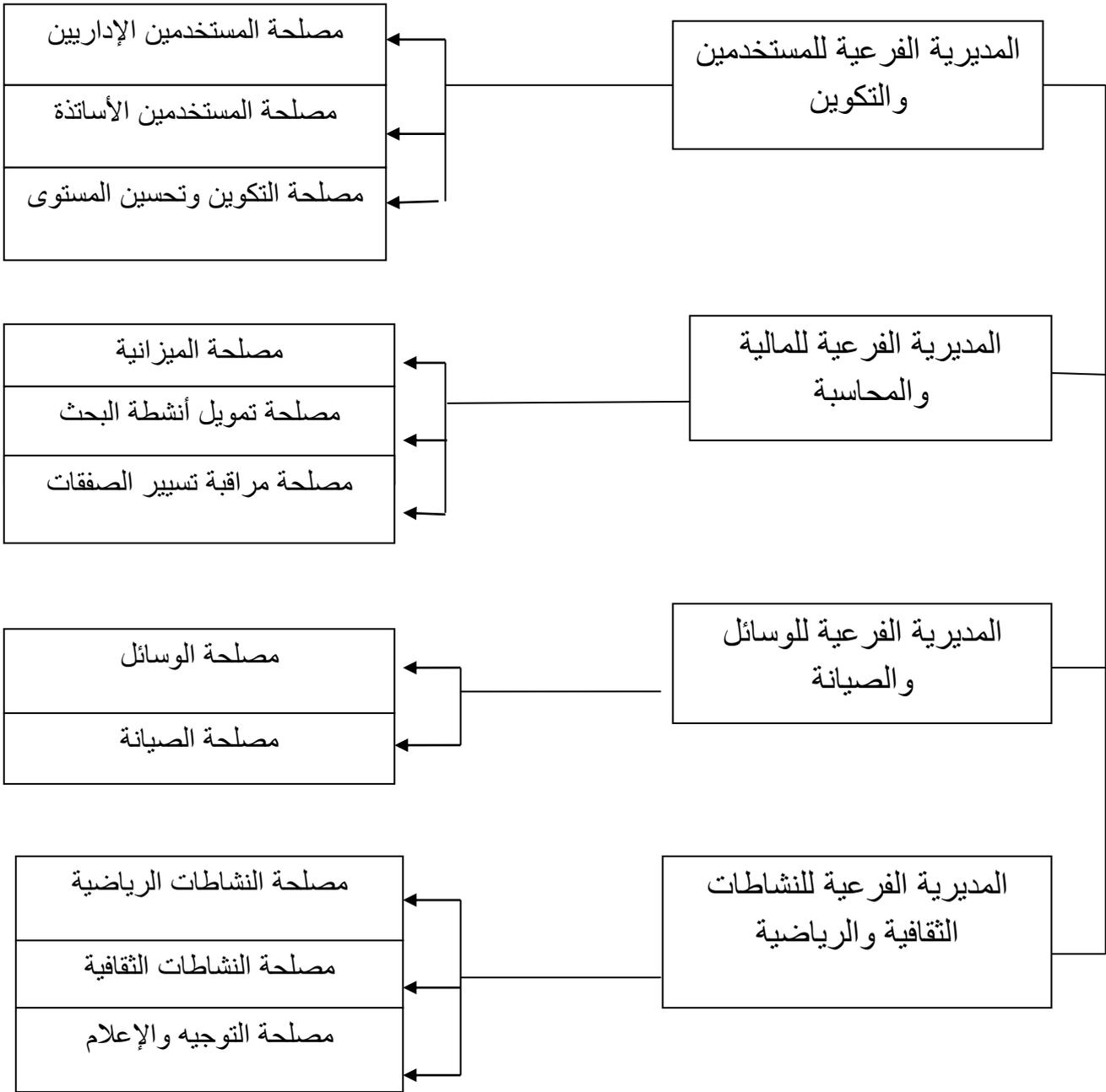
### 2- تعريف جامعة العربي التبسي:

هي جامعة بولاية تبسة الجزائرية تحمل اسم العلامة الكبير وابن مدينة تبسة الشيخ العربي التبسي أمين عام جمعية العلماء المسلمين الجزائريين وأحد أعمدة الإصلاح في الجزائر، المجاهد البارز الذي خطفته يد التعصب والغدر الفرنسية عام 1957م ويذكر في تاريخ الجزائري انه "الشهيد الذي لا قبر له".

حيث عرفت جامعة تبسة اليوم تغيرات كبرى على مستوى الهيكل التنظيمي والعلمي بما يسمح لها بإبراز كفاءاتها العلمية وإمكانياتها المادية التي تتيح لها الفرصة لمنافسة الجامعات الكبرى ورفع مستوى التكوين، و التأطير في مختلف التخصصات والفروع الموجودة التي تتمثل في:

- كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة.
- كلية العلوم والتكنولوجيا.
- كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.
- كلية الآداب واللغات.
- كلية الحقوق والعلوم السياسية.
- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

3- الهيكل التنظيمي لجامعة العربي التبسي:



4- مهام وظائف الجامعة:

1- توفر الجامعة للطلاب الملتحقين بها تعليماً ثابتاً ومستمرًا لسنوات عديدة، هدفه تزويدهم بالخبرات والمهارات العلمية النظرية والتطبيقية التي تؤهلهم لتولي مسؤوليات العمل في القطاعات المختلفة للمجتمع وهذا التعليم يتولى القيام به أساتذة ذو تأهيل علمي عالٍ ويحملون أعلى الشهادات العلمية ويمارسون مهام البحث.

2- تهيئ الجامعة للطالب أن يتدرب على البحث والتنفيذ وجمع المعلومات وتحريرها أثناء المرحلة الجامعية.

3- التكفل بالطلبة في جميع الأطوار وضمان تخرجهم والحصول على شهادة.

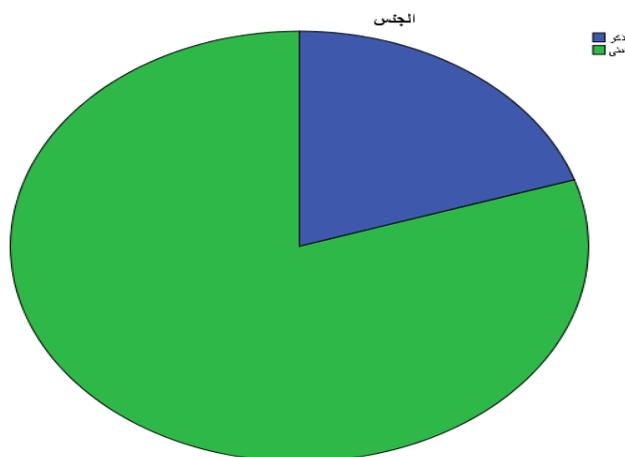
4- ضمان التكوين و التأطير في مختلف الأطوار والرتب العلمية.

ثانيا: تحليل البيانات الميدانية

الجدول رقم 01 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	10	20%
أنثى	40	80%
المجموع	50	100%

الشكل رقم 01 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس

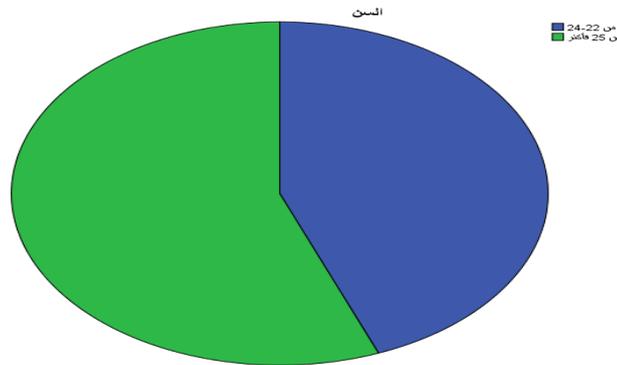


من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد مجتمع الدراسة والبالغ حجمهم الإجمالي 50 فرداً، نلاحظ أن 40% يمثلون حجم الإناث بنسبة بلغت 80% أما حجم الذكور فقد بلغ 10 مفردات بنسبة قدرت 20% وهذا ما يتبين أن اغلب أفراد العينة من جنس الإناث.

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

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
من 22 - 24	22	44%
من 25 فأكثر	28	56%
المجموع	50	100%

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



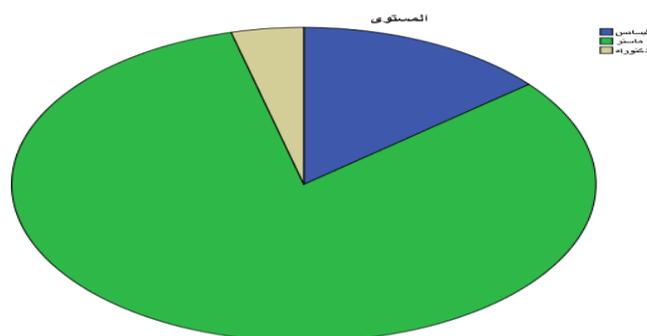
من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد مجتمع الدراسة والبالغ حجمهم الإجمالي 50 فرداً، نلاحظ أن 28 فرداً يمثلون حجم الذين بلغت أعمارهم من 25 فأكثر سنة بنسبة بلغت 56% أما حجم الذين بلغت أعمارهم من 24-22 سنة فقد كان عددهم 22 بنسبة بلغت 44% .

مما يعني أن أغلب أفراد العينة من السن اقل من 35 سنة.

## 3- جدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
ليسانس	7	14,0%
ماستر	41	82,0%
دكتوراه	2	4,0%
المجموع	50	100%

## 3- الشكل رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى

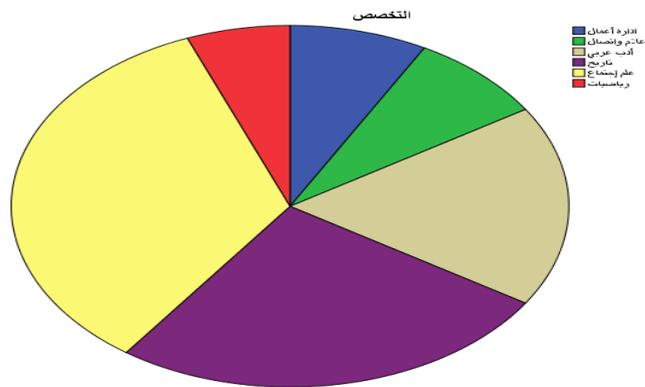


من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم الاجمالي 50 فردا، نلاحظ أن أعلى نسبة كانت لمستوى ماستر حيث بلغ عددهم 41 فردا، في حين نجد نسبة 82 % من مستوى السنة الثالثة فقد بلغ عددهم 7 أفراد وبنسبة قدرت 14% أما مستوى الدكتوراه فبلغ عددهم 2 مفردات وبنسبة بلغت 4 % و هذا ما يدل أن اغلب أفراد العينة من ذوي المستوى أولى ماستر

جدول رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
ادارة أعمال	4	8,0
اعلام واتصال	4	8,0
أدب عربي	9	18,0
تاريخ	13	26,0
علم إجتماع	17	34,0
رياضيات	3	6,0
المجموع	50	100

الشكل رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص

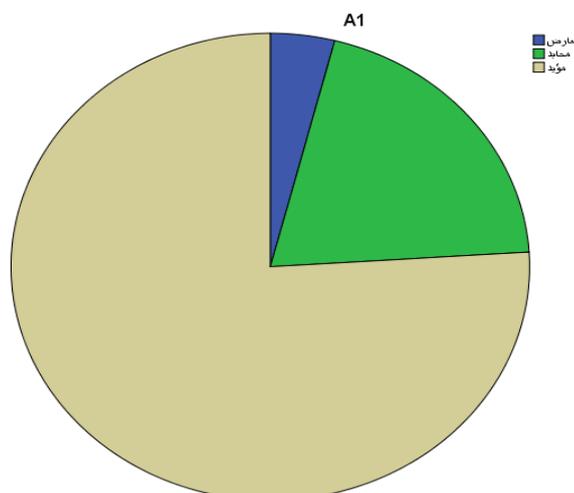


من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم الاجمالي 50 فردا، نلاحظ أن تخصص علم الاجتماع وبلغ عددهم 17 فردا، و بنسبة قدرت بـ 34% أما تخصص تاريخ فقد بلغ عددهم 13 فرد وبنسبة قدرت بـ 26% أما تخصص أدب عربي فبلغ عددهم 9 مفردات و نسبتها 18% ، تخصص اعلام واتصال ، وهذا ما يدل على أن أغلب أفراد العينة اعتمدوا تخصص علم الاجتماع.

الجدول رقم 05 : تستخدم الصفحة صوراً ذات علاقة بالمنشور:

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	2	4,0%
محايد	10	20,0%
مؤيد	38	76,0%
المجموع	50	100,0%

الشكل رقم 05 : تستخدم الصفحة صوراً ذات علاقة بالمنشور:



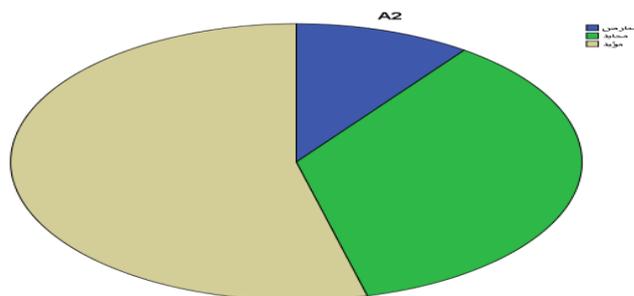
تبين من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يصرحون بنسبة 76 مؤيدين تستخدم الجامعة الصفحة صوراً ذات علاقة بالمنشور في حين نجد نسبة 20 كانت إجاباتهم محايدين على أن الجامعة لا تستخدم الصفحة صوراً ذات علاقة بالمنشور وكأقل نسبة معارضين بنسبة 4 وعدد هم 2 مفردات .

وهذا يدل على أن صفحة الجامعة لديه أي قدرة على بث منشورات صور كما أنها تجلب انتباه الطلاب كما أن ما يدفع الطلبة إلى عدم الاهتمام بتصفح صفحة الجامعة هو أنها لا تنشر دائماً كل ما هو جديد.

الجدول رقم 06: مقاطع الفيديو التي تبث عبر الصفحة تقاوم محتوى كاف

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	5	10,0
محايد	18	36,0
مؤيد	27	54,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 06: مقاطع الفيديو التي تبث عبر الصفحة تقاوم محتوى كاف

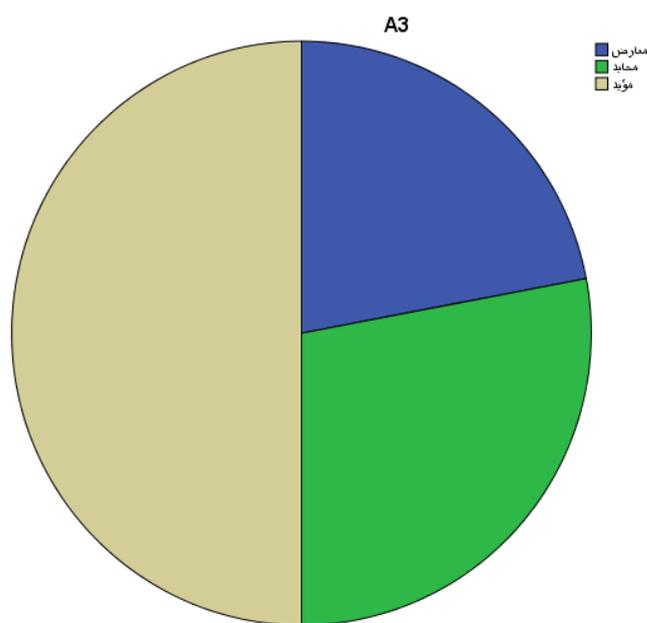


تبين من خلال القراءة العددية للجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يصرحون بنسبة 54 كانت إجاباتهم بمؤيدين على أن مقاطع الفيديو التي تبث عبر الصفحة تقاوم محتوى كاف في حين نجد نسبة 36 محايدين على أن الصفحة لا تقاوم محتوى كاف وكأقل نسبة 10 وهذا يدل على ان الجامعة تركزا كثيرا على الفيديوهات لتوضيح رسالتها و أنها أكبر ميزة في الفايسبوك تجلب اهتمام الطلبة والاساتذة مع ربطها بعبارات واضحة لها علاقة بالصور التي تبثها المؤسسة تتميز باستخدامها عبارات واضحة لتواصل مع الطلبة وكذلك نستنتج ان الطلبة ترى في بعض الاحيان ان الفيديو فيه صعوبة في فتحه وضياعه للوقت

الجدول رقم 07: دائما ما تصلني أخبار الجامعة من مصادر أخرى قبل صفحة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	11	22,0
محايد	14	28,0
مؤيد	25	50,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 07: دائما ما تصلني أخبار الجامعة من مصادر أخرى قبل صفحة

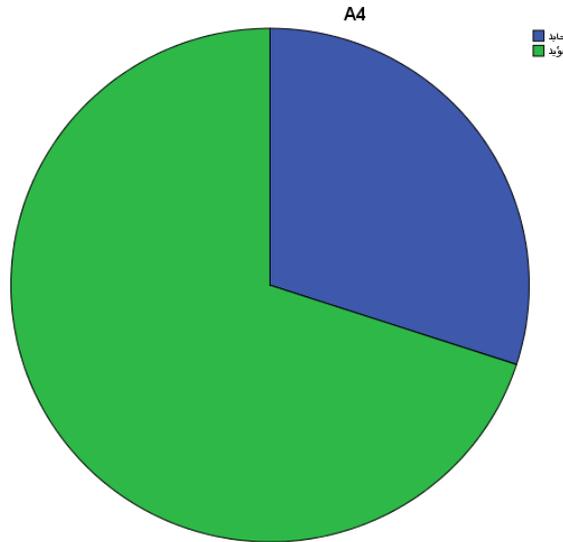


تبين من خلال المعطيات في الجدول أعلاه والشكل أعلاه أن أغلبية المبحوثين كانت إجاباتهم بمؤيدين بنسبة 50 على أن دائما ما تصلهم أخبار الجامعة من مصادر أخرى قبل صفحة في حين نجد نسبة 28 يقرون على أن دائما ما تصلني أخبار الجامعة من مصادر أخرى قبل صفحة وكأقل نسبة كانت إجاباتهم بمعارضين بنسبة 22 وعدددهم 11 مفردة وهذا يدل على ان الجامعة تعمل على نشر الاخبار من مصادر متنوعة ذلك لسهولة الاطلاع الطلبة على الصفحة ومعرفة أخبار الجامعة بسهولة

الجدول رقم 08 : يوضح محتوى الصفحة يفيدني في التعرف على مختلف الاخبار التي تؤثر على دراستي

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	0	0
محايد	22,0	30,0
مؤيد	28,0	70,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 08 : يوضح محتوى الصفحة يفيدني في التعرف على مختلف الاخبار التي تؤثر على دراستي



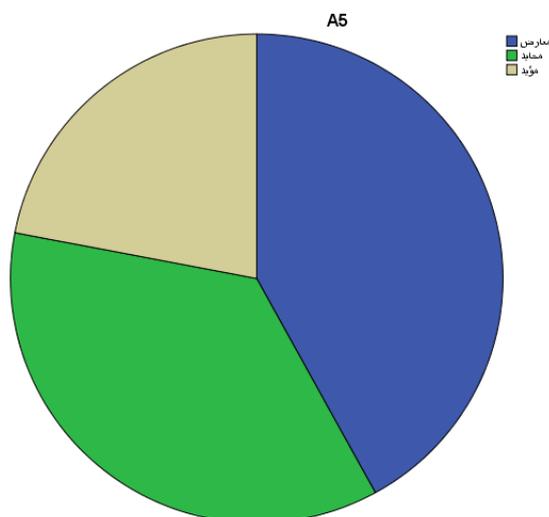
تبين من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة يرون أن نسبة 70 من أفراد العينة يرون أن محتوى الصفحة يفيدني في التعرف على مختلف الاخبار التي تؤثر على دراستي بينما تليها نسبة 30 محايدين على أن محتوى الصفحة يفيدني في التعرف على مختلف الاخبار التي تؤثر على دراستي .

وهذا يدل على أن إجابات المبحوثين يرى بأن الجامعة تساعد الطلبة على معرفة مختلف الاخبار التي تؤثر على دراستي من خلال صفحتها عبر موقع الفيسبوك

الجدول رقم 09 : جدول يوضح حين أواجه مشكلة إدارية أترك رسالة في صفحة الجامعة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	22,0	30,0
محايد	28,0	70,0
مؤيد	0	0
المجموع	50	100

الشكل رقم 09 : جدول يوضح حين أواجه مشكلة إدارية أترك رسالة في صفحة الجامعة

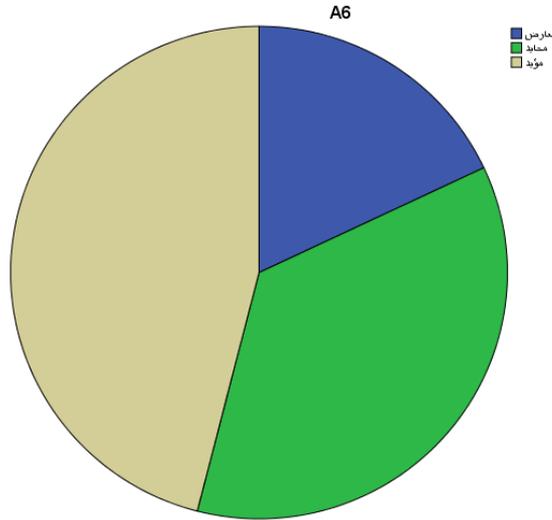


نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة يصرحون بنسبة 100 كانت إجاباتهم بمحايد على أن حين أواجه مشكلة إدارية أترك رسالة في صفحة الجامعة بينما تليها نسبة 70 يصرحون بمحايد حين أواجه مشكلة إدارية أترك رسالة في صفحة الجامعة وكأقل نسبة 30 بمعارضين على أن حين أواجه مشكلة إدارية أترك رسالة في صفحة الجامعة. وهذا يدل على أن الجامعة لا تتطلع على رسائل الطلبة التي تصل إلى صفحتهم وهذا راجع ربما إلى الوقت الذي يضعه في الرد عن مشاكل الطلبة

الجدول رقم 10 : يوضح دائما ما يرد مشرفوا الصفحة على تعليماتنا وتساؤلات

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	9	18,0
مؤيد	18	36,0
محايد	23	46,0
المجموع	50	100,0

الجدول الشكل 10 : يوضح دائما ما يرد مشرفوا الصفحة على تعليماتنا وتساؤلات



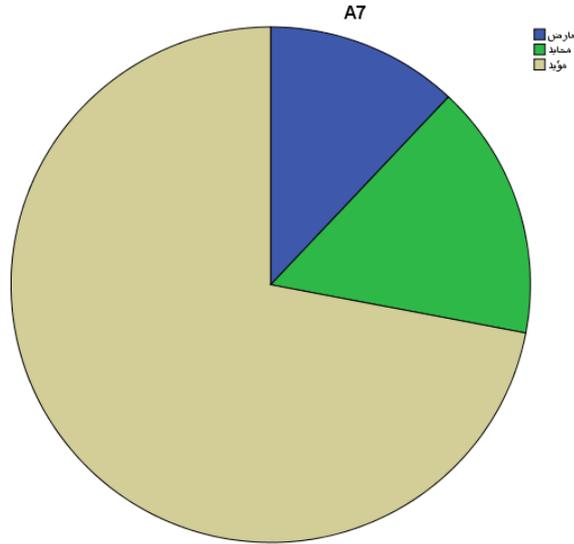
من خلال القراءة العددية للجدول تبين أن أغلبية المبحوثين كانت إجاباتهم بنسبة 46 محايدين على دائما ما يرد مشرفوا الصفحة على تعليماتنا وتساؤلاتنا بينما تليها نسبة 36 مؤيدين على أن دائما ما يرد مشرفوا الصفحة على تعليماتنا وتساؤلاتنا وكأقل نسبة 18 وعدد 9 مفردا.

وهذا يدل على أن مشرف الصفحة ليس لديه الوقت الكافي في الرد على تعليمات وتساؤلات الطلبة لكثرة انشغالاته .

الجدول رقم 11: يوضح الصفحة لا تفوت مناسبة وطنية أو دينية إلا وضعت تهنئة خاصة بها

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	6	12,0
محايد	8	16,0
مؤيد	36	72,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 11: يوضح الصفحة لا تفوت مناسبة وطنية أو دينية إلا وضعت تهنئة خاصة بها

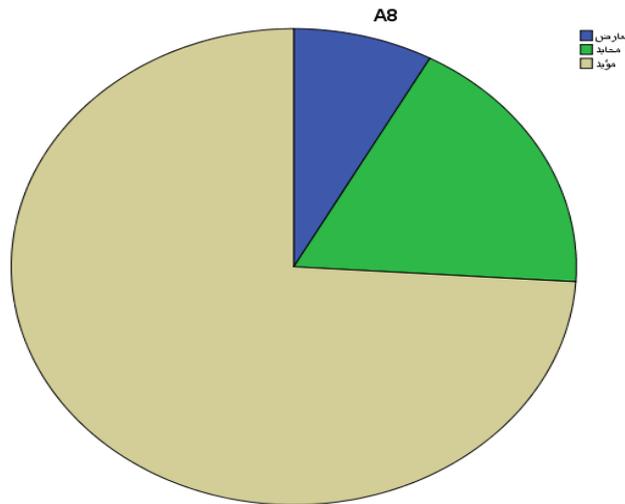


تبين من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين يصرحون بنسبة 72 يرون بأن الصفحة لا تفوت مناسبة وطنية أو دينية إلا وضعت تهنئة خاصة بها في حين نجد نسبة 16 من الإجابات كانت بمحايد الصفحة لا تفوت مناسبة وطنية أو دينية إلا وضعت تهنئة خاصة بها وكأقل نسبة 12 معارضين وعددهم 6 مفردات وهذا يدل على اهتمام الجامعة بالطلبة

الجدول رقم 12 : يوضح الصفحة تبقيني على اطلاع نشاطات الجامعة المختلفة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	4	8,0
محايد	9	18,0
مؤيد	37	74,0
المجموع	50	100

الشكل رقم 12 : يوضح الصفحة تبقيني على اطلاع نشاطات الجامعة المختلفة

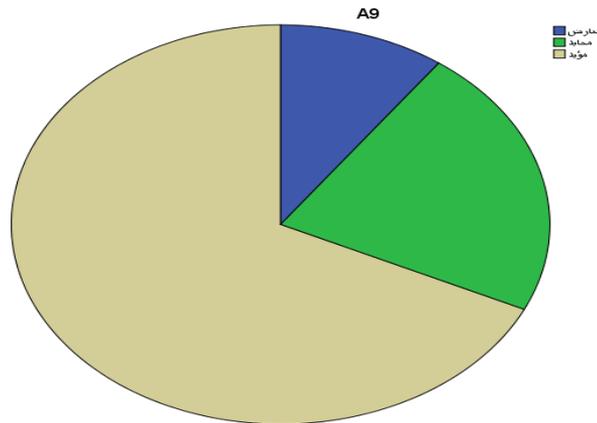


تبين من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يرون أن الصفحة تبقيني على اطلاع بنشاطات الجامعة المختلفة بنسبة 74 كانت إجاباتهم بمؤيدين بينما تليها نسبة 18 محايدين وكأقل نسبة 8 معارضين ومنه نستنتج أن الصفحة الجامعة دائما تعمل على تجديد النشاطات الخاصة بالجامعة عبر وسائل الاعلام.

الجدول رقم 13 : يوضح الصفحة تساهم في تقديم صورة ايجابية عن الجامعة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	5	10,0
محايد	11	22,0
مؤيد	34	68,0
المجموع	50	100

الشكل رقم 13 : يوضح الصفحة تساهم في تقديم صورة ايجابية عن الجامعة



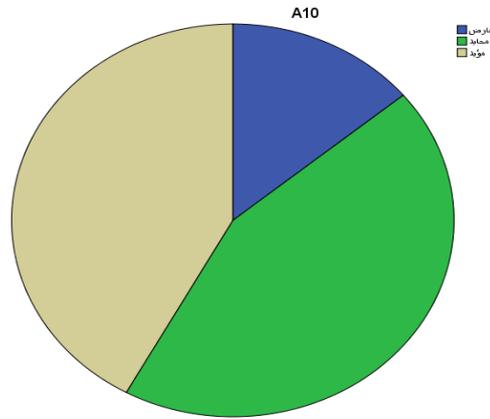
نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين يصرحون بنسبة 68 على أن الصفحة تساهم في تقديم صورة ايجابية عن الجامعة بينما تليها نسبة 22 مؤيدين على أن الصفحة تساهم في تقديم صورة ايجابية عن الجامعة وكأقل نسبة 10 معارضين .

وهذا يدل على أن وسيلة فعالة في إعداد ونشر برامج الصورة الايجابية للجامعة.

الجدول رقم 14 : يوضح صفحة جامعة تبسة تعرض صورة ذهنية مطابقة للمواقع الذي أعيشه كطالب في الجامعة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	7	14,0
محايد	22	44,0
مؤيد	21	42,0
المجموع	50	100

الشكل رقم 14 : يوضح صفحة جامعة تبسة تعرض صورة ذهنية مطابقة للمواقع الذي أعيشه كطالب في الجامعة



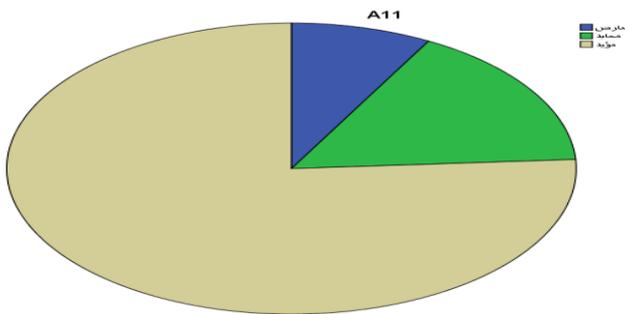
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية الاجابات المبحوثين كانت بنسبة 44 محايدين بينما نجد نسبة 42 مؤيدين وكأقل نسبة 14 معارضين.

وهذا يدل على أن لموقع الفيسبوك الجامعة مستقبل جيد في تحسين الصورة الذهنية .

الجدول رقم 15: يوضح اعتقد أن طلبة الجامعات الاخرى سيرسمون صورة ايجابية عن الجامعة من خلال منشوراتها

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	4	8,0
محايد	8	16,0
مؤيد	38	76,0
المجموع	50	100

الشكل رقم 15: يوضح اعتقد أن طلبة الجامعات الاخرى سيرسمون صورة ايجابية عن الجامعة من خلال منشوراتها



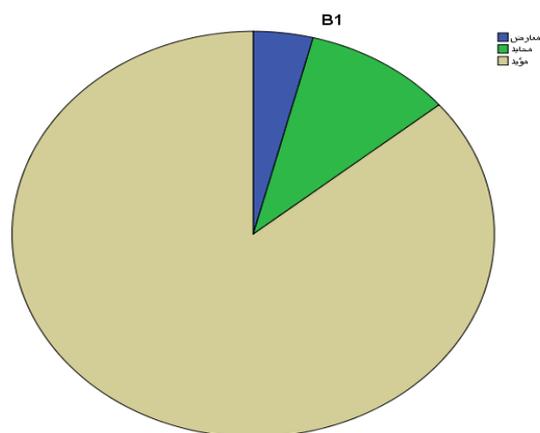
تبين من خلال معطيات الجدول أن أغلبية الاجابات كانوا يصرحون بالبديل مؤيد بينما تلتها نسبة 16 محايدين وكأقل نسبة 8 وعدددهم 4 مفردات اعتقد أن طلبة الجامعات الاخرى سيرسمون صورة ايجابية عن الجامعة من خلال منشوراتها واستطاع موقع الفيس بوك يخلق سلوك ايجابي لدى الطلبة ويتفاعلون معها .

## المحور الثاني: المشاركة للصفحة و في الصفحة

الجدول رقم 16 : يوضح تشارك صفحة الجامعة النشاطات العلمية التي تقوم بها الجامعة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	2	4,0
محايد	5	10,0
مؤيد	43	86,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 16 : يوضح تشارك صفحة الجامعة النشاطات العلمية التي تقوم بها الجامعة

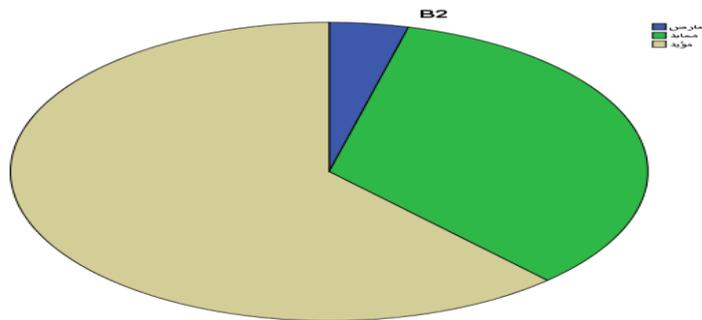


تبين من خلال معطيات الجدول أن أغلبية الاجابات كانوا يصرحون بالبديل بمؤيد بنسبة 86 مؤيدين على ان الجامعة تشارك في الصفحة النشاطات العلمية التي تقوم بها الجامعة بينما تليها نسبة 10 محايدين يرون بأن الجامعة لا تقدم النشاطات العلمية و كأقل نسبة 4 وعدد 2 مفردات وهذا يدل على ان الجامعة تعلم على تقديم نشاطات علمية لاستفادة الطلبة منها خاصة في شهادة الماستر والدكتوراه.

الجدول رقم 17: يوضح تشارك صفحة الجامعة النشاطات الرياضية التي تقوم بها الجامعة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	2	4,0
محايد	17	34,0
مؤيد	31	62,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 17: يوضح تشارك صفحة الجامعة النشاطات الرياضية التي تقوم بها الجامعة

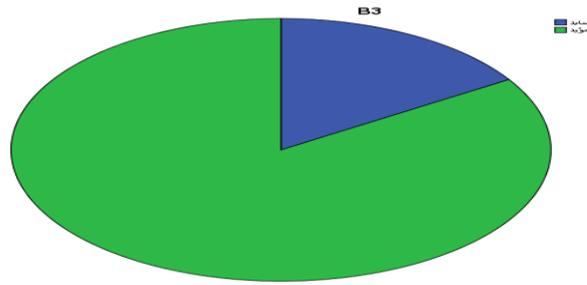


نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية الاجابات المبحوثين كانت بنسبة 62 مؤيدين تشارك صفحة الجامعة النشاطات الرياضية التي تقوم بها الجامعة بينما نجد نسبة 34 محايدين لا تشارك صفحة الجامعة النشاطات الرياضية التي تقوم بها الجامعة وكأقل نسبة 4 معارضين .

الجدول رقم 18: يوضح تشارك صفحة الجامعة النشطات الثقافية التي تقوم بها الجامعة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	0	0
محايد	8	16
مؤيد	42	84
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 18: يوضح تشارك صفحة الجامعة النشطات الثقافية التي تقوم بها الجامعة

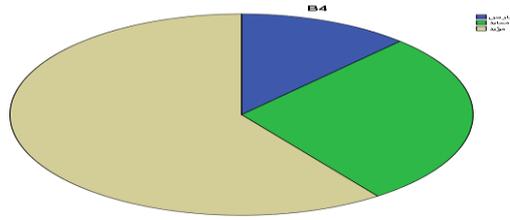


تبين من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين كانت إجاباتهم بمؤيدين بنسبة 84 تشارك صفحة الجامعة النشطات الثقافية التي تقوم بها الجامعة بينما تليها نسبة 16 محايدين بتكرار 8 مفردات لا تشارك صفحة الجامعة النشطات الثقافية التي تقوم بها الجامعة وهذا يدل على ان صفحة الجامعة تنشر جميع الأنشطة الثقافية على صفحتها واطلاع الطلبة عليها .

الجدول رقم 19: يوضح دائما ما أرى الكلية التي أنتمي إليها حاضرة في منشورات الصفحة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	6	12,0
محايد	14	28,0
مؤيد	30	60,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 19: يوضح دائما ما أرى الكلية التي أنتمي إليها حاضرة في منشورات الصفحة

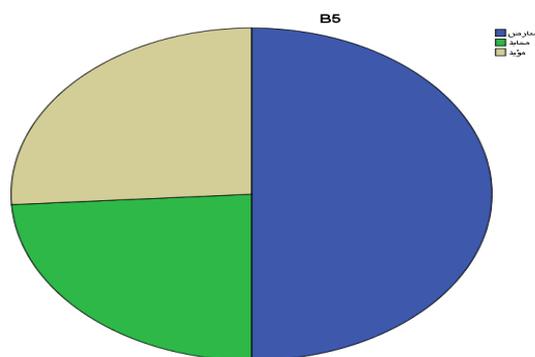


تبين من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين كانت إجاباتهم بمؤيدين بنسبة 60 دائما ما أرى الكلية التي أنتمي إليها حاضرة في منشورات الصفحة بينما تليها نسبة 28 محايدين بتكرار 14 مفردة ان الكلية التي أنتمي إليها ليست حاضرة في منشورات الصفحة وهذا يدل على أن الجامعة تعمل تجديد المعلومات ونشر كل ما هو جديد.

الجدول رقم 20: يوضح حين أرى منشورا يهمني في صفحة الجامعة أتسارع الى مشاركته في صفحتي

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	25	50,0
محايد	12	24,0
مؤيد	13	26,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 20: يوضح حين أرى منشورا يهمني في صفحة الجامعة أتسارع الى مشاركته في صفحتي

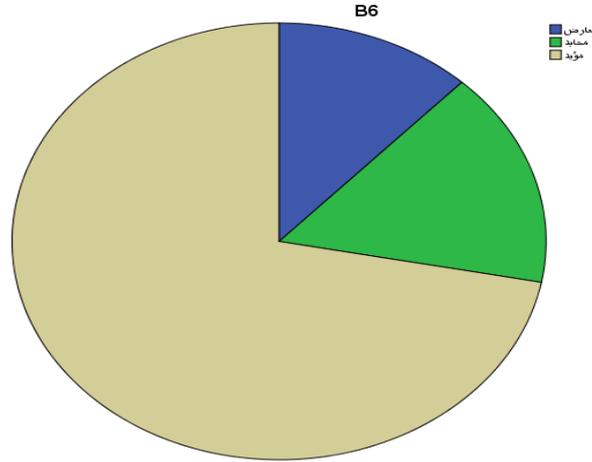


تبين من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين كانت إجاباتهم بمعارضين بنسبة 50 حين أرى منشورا يهمني في صفحة الجامعة أتسارع الى مشاركته في صفحتي بينما تليها نسبة 26 مؤيدين بتكرار 12 مفردة حين أرى منشورا يهمني في صفحة الجامعة أتسارع الى مشاركته في صفحتي وكأقل نسبة 24 محايدون وهذا يدل على ان جميع الطلبة يشاركون في صفحة الجامعة واعطاء رأيهم بكل ما يحتاجونه ويتفاعلون معه .

الجدول رقم 21: يوضح لا أتردد في ترك تعليق مناسب في الصفحة لموضوع يهمني

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	6	12,0
محايد	8	16,0
مؤيد	36	72,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 21: يوضح لا أتردد في ترك تعليق مناسب في الصفحة لموضوع يهمني

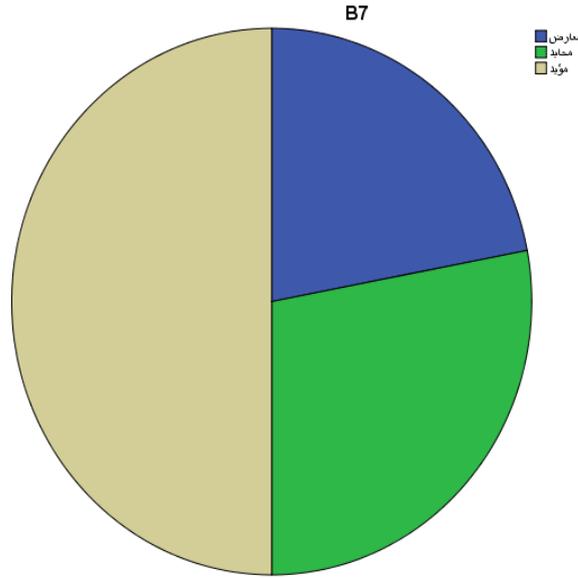


نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية الاجابات المبحوثين كانت بنسبة 72 مؤيدين لا أتردد في ترك تعليق مناسب في الصفحة لموضوع يهمني بينما نجد نسبة 16 محايدين لا أتردد في ترك تعليق مناسب في الصفحة لموضوع يهمني وكأقل نسبة 12 معارضين وهذا يدل على أن لا أتردد في ترك تعليق مناسب في الصفحة لموضوع يهمني

الجدول رقم 22 : يوضح أمدخل للرد على تعليق ما إذا كان محتواه لمستفيين بطريقة ما

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	11	22,0
محايد	14	28,0
مؤيد	25	50,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 22 : يوضح أمدخل للرد على تعليق ما إذا كان محتواه لمستفيين بطريقة ما

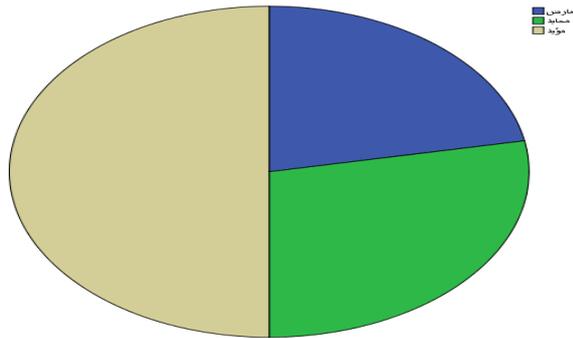


تبين من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين كانت إجاباتهم بمؤيدين بنسبة 50 مؤيدين سبق و أرسلت رابط منشور ما في صفحة الجامعة الى صديق بأمر يهمه بينما تليها نسبة 28 محايدين بتكرار 14 مفردة سبق و أرسلت رابط منشور ما في صفحة الجامعة الى صديق بأمر يهمه وكأقل نسبة 22 وبتكرار 11 مفردة.

جدول رقم (23) سبق وأرسلت رابط منشور ما في صفحة الجامعة الى صديق بأمر يهمه

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	11	22,0
محايد	14	28,0
مؤيد	25	50,0
المجموع	50	100,0

شكل رقم (23) سبق وأرسلت رابط منشور ما في صفحة الجامعة الى صديق بأمر يهم

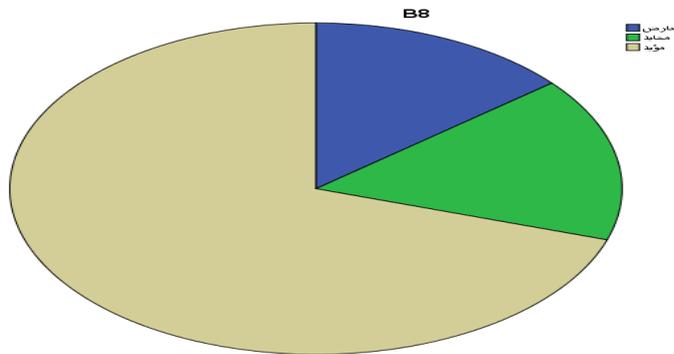


نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يصرحون بنسبة 50 مؤيدين على أن صفحة الجامعة ومنه نستنتج أن صفحة الجامعة تسهل العلاقات بين الأصدقاء من أجل تبادل المعارف .

الجدول رقم 24: يوضح أشارك خاصة الصور الموجودة على صفحة جامعة تبسة.

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	21	42,0
محايد	6	12,0
مؤيد	23	46,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 24: يوضح أشارك خاصة الصور الموجودة على صفحة جامعة تبسة.



تبين من خلال معطيات الجدول أن أغلبية الاجابات كانوا يصرحون بالبدليل مؤيد بنسبة 46 مؤيدين على ان أشارك خاصة الصور الموجودة على صفحة جامعة تبسة. بينما تليها نسبة 42 معارضين يرون بأن أشارك خاصة الصور الموجودة على صفحة جامعة تبسة. و كأقل نسبة 12 وعدددهم 6 مفردات.

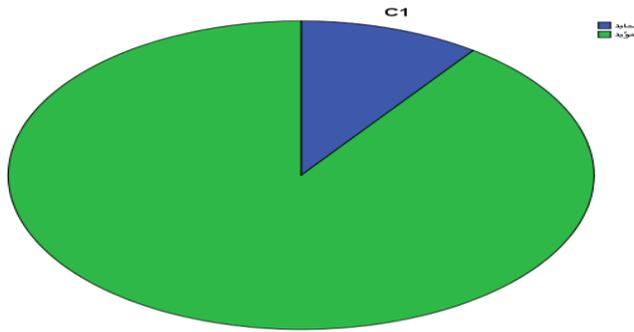
وهذا يدل على ان الطلبة يشاركون الصور على صفحة الجامعة .

المحور الثالث : دوافع استخدام الطلبة لصفحة الجامعة على الفيسبوك

الجدول رقم 25: يوضح التعرف على أخبار الجامعة والحصول على معلومات عنها

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	0	0
محايد	5	10,0
مؤيد	45	90,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 25: يوضح التعرف على أخبار الجامعة والحصول على معلومات عنها

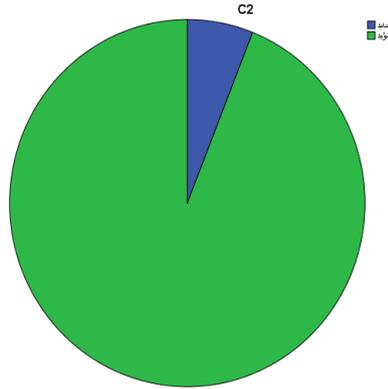


تبين من خلال معطيات الجدول أن أغلبية الاجابات كانوا يصرحون بالبدليل مؤيد بنسبة 90 مؤيدين على ان التعرف على أخبار الجامعة والحصول على معلومات عنها بينما تليها نسبة 10 محايدين يرون بأن التعرف على أخبار الجامعة والحصول على معلومات عنها وهذا يدل على ان الجامعة تعمل على توفير المعلومات اللازمة التي يحتاجها الطلبة .

الجدول رقم 26: يوضح أغراض الدراسة والبحث وجداول الامتحانات

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	0	0
محايد	3	6,0
مؤيد	47	94,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 26: يوضح أغراض الدراسة والبحث وجداول الامتحانات

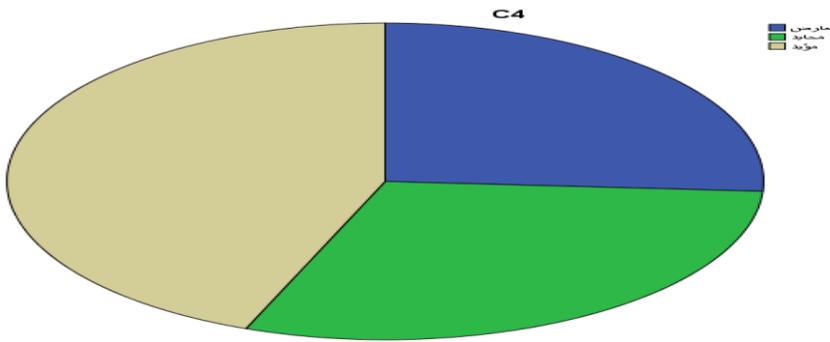


تبين من خلال معطيات الجدول أن أغلبية الاجابات كانوا يصرحون بالبديل مؤيد بنسبة 94 مؤيدين على ان أغراض الدراسة والبحث وجداول الامتحانات بينما تليها نسبة 6 محايدين يرون بأن أغراض الدراسة والبحث وجداول الامتحانات وهذا يدل على ان الطلبة استفادوا من صفحة الجامعة وتقديم جداول الامتحانات لمساعدة الطلبة على الاطلاع على كشف النقاط دون الذهاب إلى الجامعة وهذا يخفف عبء الطالب وتوفير الجهد .

الجدول رقم 27: يوضح متابعة الارشادات الخاصة بمتطلبات الجامعة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	0	0
محايد	8	16,0
مؤيد	42	84,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 27: يوضح متابعة الارشادات الخاصة بمتطلبات الجامعة

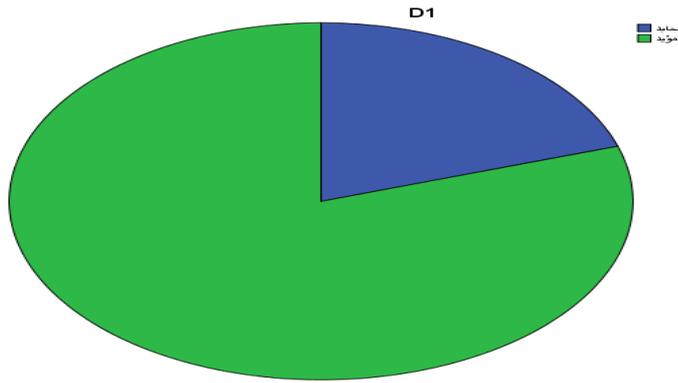


تبين من خلال معطيات الجدول أن أغلبية الاجابات كانوا يصرحون بالبديل مؤيد بنسبة 84 مؤيدين على ان أغراض متابعة الارشادات الخاصة بمتطلبات الجامعة بينما تليها نسبة 16 محايدين وبتكرار 8 مفردات يرون بأن متابعة الارشادات الخاصة بمتطلبات الجامعة وهذا يدل على ان الجامعة تعمل على متابعة التوجيهات والارشادات للطلبة .

الجدول رقم 28: يوضح الصفحة تهتم بمشاكل الطلاب واستطلاع آرائهم

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	13	26,0
محايد	15	30,0
مؤيد	22	44,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 28: يوضح الصفحة تهتم بمشاكل الطلاب واستطلاع آرائهم



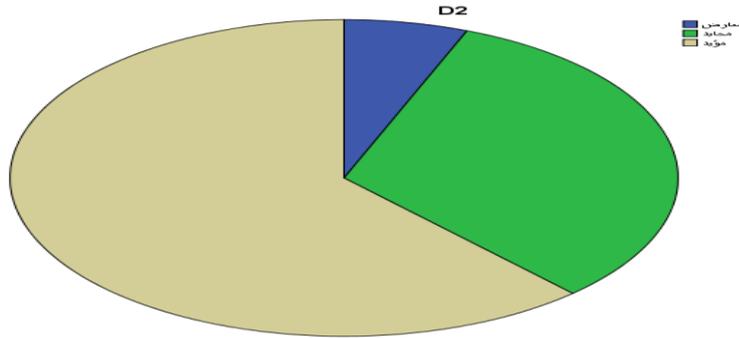
تبين من خلال معطيات الجدول أن أغلبية الاجابات كانوا يصرحون بالبديل مؤيد بنسبة 44 مؤيدين على ان الصفحة تهتم بمشاكل الطلاب واستطلاع آرائهم بينما تليها نسبة 36 معارضين وبتكرار 12 مفردة يرون بأن متابعة الارشادات الخاصة بمتطلبات الجامعة وكأقل نسبة 30 محايدين وهذا يدل على ان صفحة الجامعة تتابع كل ما يخص الطالب من صعوبات تواجهه في مجاله الدراسي .

المحور الرابع: الاشباع التي حققتها الطلبة من استخدام صفحة الجامعة على الفايسبوك

الجدول رقم 29: يوضح تعرفت على آخر اخبار الجامعة وكل ما هو جديد

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	0	0
محايد	10	20,0
مؤيد	40	80,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 29: يوضح تعرفت على آخر اخبار الجامعة وكل ما هو جديد

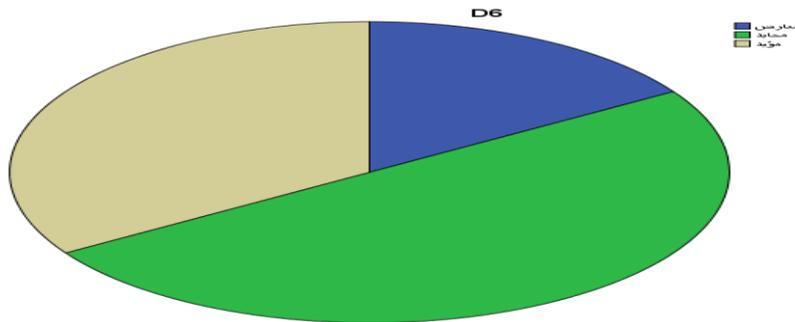


تبين من خلال معطيات الجدول أن أغلبية الاجابات كانوا يصرحون بالبديل مؤيد بنسبة 80 مؤيدين على تعرفت على آخر اخبار الجامعة وكل ما هو جديد تبسة. بينما تليها نسبة 20 محايدين وبتكرار 12 مفردات يرون بأن تعرفت على آخر اخبار الجامعة وكل ما هو جديد و كأقل نسبة 12 وعددهم 6 مفردات وهذا يدل على ان الطلبة يتطلعون على صفحة الجامعة لمعرفة كل ما هو جديد .

الجدول رقم 30: يوضح زادت معلوماتي من الجامعة /كلياتها /متطلباتها

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	3	6,0
محايد	16	32,0
مؤيد	31	62,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 30: يوضح زادت معلوماتي من الجامعة /كلياتها /متطلباتها

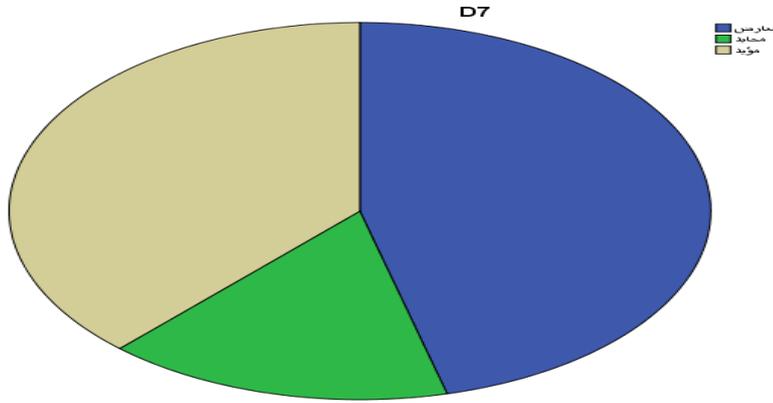


اتضح من خلال الجدول أن أغلبية الاجابات كانت بمؤيدين بنسبة 62 وبتكرار 31 مفرد على أنها زادت معلوماتي من الجامعة /كلياتها /متطلباتها بينما نجد بنسبة 32 كانت إجاباتهم بمحايدين بتكرار 16 مفردة لم تزودني معلوماتي من الجامعة /كلياتها /متطلباتها وكأقل نسبة 6 معارضين بتكرار 3 مفردات .

الجدول رقم 31: يوضح حصلت على معلومات حول أهم الفعاليات والانشطة الخاصة بالجامعة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	3	6,0
محايد	8	16,0
مؤيد	39	78,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 31: يوضح حصلت على معلومات حول أهم الفعاليات والانشطة الخاصة بالجامعة



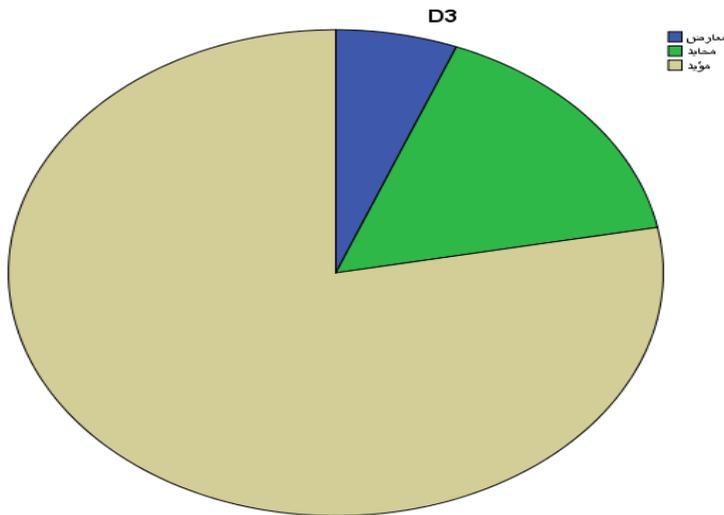
اكتشف من خلال الجدول أن أغلبية الاجابات كانت بمؤيدين بنسبة 78 وبتكرار 39 مفردة على أني حصلت على معلومات حول أهم الفعاليات والانشطة الخاصة بالجامعةبينما نجد نسبة 16 كانت إجاباتهم بمحايدين بتكرار 8 مفردات حصلت على معلومات حول أهم الفعاليات والانشطة الخاصة بالجامعة وكأقل نسبة 6 معارضين بتكرار 3 مفردات .

وهذا يدل على أن الجامعة تقدم نشاطات مختلفة ثقافية فكرية دينية .

الجدول رقم 32: يوضح زادت معرفتي بالخدمات التي تقدمها الجامعة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	0	0
محايد	11	22,0
مؤيد	39	78,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 32: يوضح زادت معرفتي بالخدمات التي تقدمها الجامعة

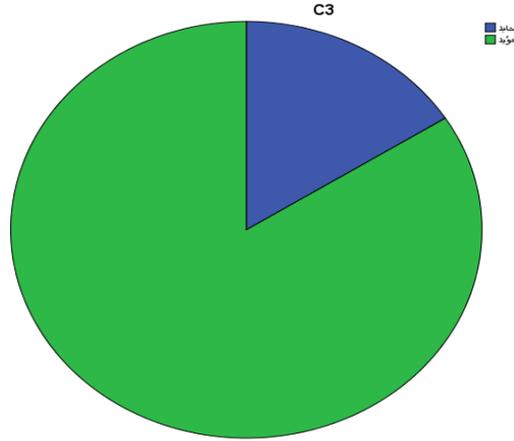


نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية الاجابات كانت بمؤيدين بنسبة 78 وبتكرار 39 مفردة على زادت معرفتي بالخدمات التي تقدمها الجامعة بينما نجد نسبة 22 كانت إجاباتهم بمحايدين بتكرار 11 مفردة زادت معرفتي بالخدمات التي تقدمها وهذا يدل على أن صفحتها تحتوي على جميع الأخبار والمعلومات التي يحتاجها الطلبة .

الجدول رقم 33: يوضح استفتدت مما تقدمه الصفحة في دراستي وبحثي

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	5	10,0
محايد	16	32,0
مؤيد	29	58,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 33: يوضح استفتدت مما تقدمه الصفحة في دراستي وبحثي

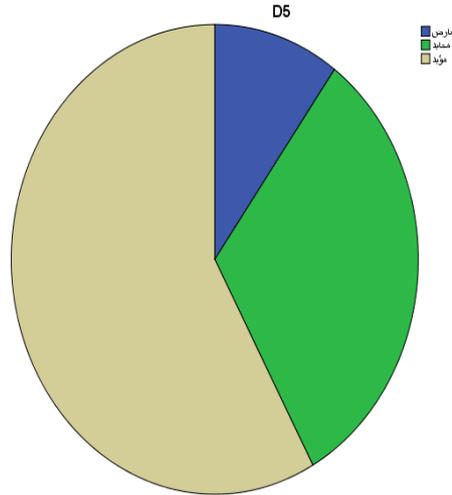


نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية الاجابات كانت بمؤيدين بنسبة 58 وبتكرار 29 مفردة على استفتدت مما تقدمه الصفحة في دراستي وبحثي بينما نجد نسبة 32 كانت إجاباتهم بمحايدين بتكرار 16 مفردة استفتدت مما تقدمه الصفحة في دراستي وبحثي وكأقل نسبة 10 بتكرار 5 مفردات وهذا يدل على أن على أن الصفحة تعمل على تقديم بحوث وملتقيات وبرامج تربوية لاستفادة الطلبة منها .

الجدول رقم 34: يوضح تمكنت من التفاعل والاندماج مع الزملاء عبر الصفحة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	8	16,0
محايد	25	50,0
مؤيد	17	34,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 34: يوضح تمكنت من التفاعل والاندماج مع الزملاء عبر الصفحة

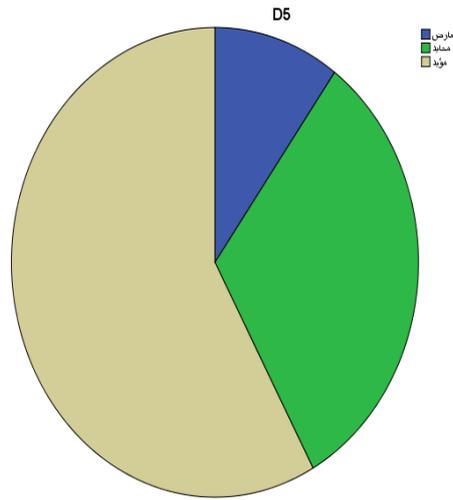


نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية الاجابات كانت بمحايد بنسبة 50 وبتكرار 25 مفردة على تمكنت من التفاعل والاندماج مع الزملاء عبر الصفحة بينما نجد نسبة 34 كانت إجاباتهم بمؤيدين بتكرار 17 مفردة لم نتمكن من التفاعل والاندماج مع الزملاء عبر الصفحة وكأقل نسبة 16 بتكرار 8 مفردات .

الجدول رقم 35: يوضح أكتسبت صداقات جديدة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة المئوية
معارض	23	46,0
محايد	8	16,0
مؤيد	19	38,0
المجموع	50	100,0

الشكل رقم 35: يوضح أكتسبت صداقات جديدة



نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية الاجابات كانت بمحايد بنسبة 46 وبتكرار 23 مفردة لم يكتسبوا صداقات جديدة بينما نجد نسبة 38 كانت إجاباتهم بمؤيدين بتكرار إكتسبوا صداقات جديدة وكأقل نسبة 16 بتكرار 8 مفردات وهذا يدل على أن ساهم موقع الفيس بوك في تكوين علاقة الجامعة بالطلبة.

من خلال دراستنا للموضوع الدراسة المتعلقة بدور الفيس بوك في تحسين الصورة الذهنية لجامعة

الشيخ العربي التبسي ، وبعد جمع البيانات وتحليلها توصلنا الى النتائج التالية:

#### نتائج المحور الاول : الصورة الذهنية للجامعة من الصفحة

- اغلب إجابات أفراد العينة يقرون يستخدمون الصفحة صوراً ذات علاقة بالمنشور.
- اغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأنهم مهتمون بموقع الفيس بوك.
- اغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأنهم يتابعون موقع فيس بوك الجامعة .
- أن أغلب إجابات أفراد العينة يقرون بأن مقاطع الفيديو التي تبث عبر الصفحة تقاوم محتوى كاف.

#### نتائج المحور الثاني: مشاركة للصفحة وللصفحة

- إن أفراد العينة مؤيدين ان الجامعة تراعي لرغبات الطلبة.
- مما يعني إن أفراد العينة مؤيدين على الجامعة تحتوي على جميع معدلات القبول للتخصصات المختلفة.
- إن أفراد العينة مؤيدين على أن الجامعة تتوفر على الأمن والأمان داخلها.
- إن أفراد العينة مؤيدين على توفر الراحة لطلبتها.
- إن أفراد العينة مؤيدين على جودة خدماتها للطلبة.
- مما يعني إن أفراد العينة مؤيدين على اشعر بالطمأنينة عند الدراسة فيها.
- مما يعني إن أفراد العينة مؤيدين على صفحتها تحتوي على جميع الأخبار.
- مما يعني إن أفراد العينة مؤيدين على الاستقبال الحسن داخل الجامعة.
- إن أفراد العينة مؤيدين على صفحتها تحتوي على جميع الأخبار.
- إن أفراد العينة مؤيدين على سهولة الوصول إلى موقعها.

### نتائج المحور الثالث: دوافع وأسباب استخدام الطلبة لصفحة الجامعة في على الفيسبوك

- إن أفراد العينة مؤيدين على طبيعة الانضمام إلى صفحة فيس بوك الجامعة سهلة.
- إن أفراد العينة مؤيدين على الفيس بوك وسيلة فعالة في إعداد ونشر برامج الصورة الذهنية.
- إن أفراد العينة مؤيدين على جعلني أتفاعل مع منشورات صفحة الفيس بوك للجامعة.
- إن أفراد العينة مؤيدين على خلق موقع الفيس بوك جو من التفاعل بين الطالب والجامعة .
- إن أفراد العينة يعتبر الفيس بوك أكثر شهرة من بين المواقع الأخرى.
- إن أفراد تنوع المضامين التي تتناولها صفحة الفيس بوك للجامعة .
- إن أفراد العينة مؤيدين على سرعة موقع الفيس بوك الجامعة في نقل ونشر المعلومات.
- إن أفراد العينة مؤيدين على ساعد الفيس بوك في رسم صورة ذهنية عن الجامعة وبرامجها إن أفراد -
- أن أفراد العينة مؤيدين على سهولة التصفح على موقع الفيس بوك للجامعة.
- إن أفراد العينة مؤيدين على الفيس بوك وسيلة فعالة للوصول إلى جمهور اكبر و واسع.
- إن أفراد العينة مؤيدين على طبيعة المعلومات التي تقوم بنشرها أكاديمية

### نتائج المحور الثالث: الاشباعات التي حققها الطلبة لاستخدام صفحة الجامعة على الفيسبوك

- إن أفراد العينة مؤيدين على ان ساهمت صفحة فيس بوك الجامعة في كسب ثقة الطلبة.
- إن أفراد العينة مؤيدين على أن حرص موقع الفيس بوك على استخدام الطرق العلمية في تنفيذ برامج وأنشطة الصورة الذهنية للجامعة.

- إن أفراد العينة مؤيدين على أن ساهم موقع الفيس بوك في تحسين نشاطات الجامعة عبر وسائل الإعلام

- أن ساهم موقع الفيس بوك في توفير المعلومات والأخبار والأحداث عن الجامعة.
- إن أفراد العينة مؤيدين على ساهم موقع الفيس بوك في تحسين مصداقية الجامعة.

- إن أفراد العينة مؤيدين على أن لموقع الفيسبوك الجامعة مستقبل جيد في تحسين الصورة الذهنية للجامعة.

- إن أفراد العينة مؤيدين على أن استطاع موقع الفيس بوك يخلق سلوك ايجابي لدى الطلبة.

- مما يعني إن أفراد العينة مؤيدين على لعب موقع الفيس بوك دورا في تحسين سمعة الجامعة.

- - إن أفراد العينة مؤيدين أنه ساهم موقع الفيس بوك في علاقات الجامعة بالطلبة.

### النتائج العامة :

قد خلصت الدراسة إلى أن الطلبة الجامعيين يعتمدون اعتمادا كبيرا على صفحة الجامعة في الحصول علنا لأخبار .

-أكدت نتائج الدراسة زيادة إقبال الطلبة على استخدام صفحة الجامعة وهو ما يزيد من أهمية استجابة الجامعة من خلال مواكبتها لهذه التكنولوجيا.

- وكشفت الدراسة أيضا أن سهولة ومجانية الحصول على الخبر من صفحة الجامعة لحظة وقوعه أضحى دافعا قويا لتفضيل الطلبة الجامعيين الاستقاء والاستفادة من مضامينه وتشاركه مع الآخرين والتفاعل معه مع الحرية الكبيرة في مناقشة الخبر في ظل الرقابة عبر هذا الموقع وفي الأخير يمكننا القول أن التطور الكبير في تكنولوجيات الاعلام والاتصال وما صاحبه من ثورات متتالية مكن من تغيير المشهد الاعلامي الحديث خاصة فيما يتعلق في نقل الاخبار لدى الطلبة .

- أظهرت نتائج الدراسة اقبال كبير على استخدام الصفحة وعلاقتها بالمناشير بنسبة عالية فهي تسعى الى تحقيق أهداف وتحسين صورة الجامعة .

- بينت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يقرون بأن دائما ما تصلهم أخبار الجامعة من مصادر أخرى بنسبة قدرت بـ 50 %.

أظهرت النتائج أن الطلبة عثروا على معلومات قيمة ومسلية على صفحة المجموعة وشعروا باتصال أكثر بالطلبة الآخرين وبالجامعة بسبب الصفحة.

أكدت النتائج على التعرف على مضامين هذها لصفحة وكيفية استخدام الجامعة لها، وكذلك معرفة دوافع الطلبة من التعرض لها والأغراض المختلفة لاستخدامها.

- نستخلص من النتائج أن الفيسبوك يساعد في نشر وتبادل المعلومات، التعلم الذاتي، العمل بروح الفريق الواحد، التواصل بين الطلبة والأساتذة ، الحصول على رد الفعل من الصفحة و التي تدعم الطلبة الوصول إلى مصادر المعلومات .
- أظهرت نتائج الدراسة الميدانية ان الجامعة تعمل على تقديم و متابعة الإرشادات ومتطلبات خاصة بالطلبة مثل إرشادات خاصة بالطلبة الجدد المقبولين بالجامعة، المتطلبات الخاصة بالتخرج والحصول على الشهادة، نشر روابط للمكتبة أو كليات ومستشفيات الجامعة، كذلك مواعيد التسجيل للبرامج المختلفة، مواعيد اختبارات القدرات.
- بينت نتائج الدراسة أن الجامعة تقدم أنشطة وخدمات مختلفة مثل مبادرات لتأهيل الشباب ، ملتقى التدريب ، ندوات، مؤتمرات، محاضرات، ورش عمل، نشر جداول الامتحانات والدراسة بالكلية.
- نستخلص من خلال الدراسة أهم الفعاليات والانشطة الخاصة بالجامعة و ما تقدمه من ترفيه للطلبة مثل مسابقات تنظمها الجامعة أو تشارك فيها، مثل مسابقة الموسم النبوي، حفلات للطلبة .
- بينت نتائج الدراسة تنوع أدوات عرض المحتوى على صفحة الجامعة محل الدراسة ما بين استخدام الصور - مقاطع الفيديو - الروابط المصاحبة للمضمون المنشور - في هذا السياق يُمكن القول بأن صفحة الجامعة قد تفوقت من حيث استخدام شكل جديد لم تقدمه الصفحات الأخرى وذلك من أجل تحسين صورتها.
- أكدت نتائج الدراسة ان موقع الفيس بوك استطاع ان يخلق سلوك ايجابي لدى الطلبة كما ساهم في اكتساب علاقات جديدة بين الطلبة.
- أظهرت نتائج الدراسة ان موقع الفيسبوك حقق للجامعة مستقبل جيد في تحسين الصورة الذهنية لها.

التوصيات :

- على الجامعة أن تتوع الوسائل التي تستخدمها في التعريف بها وبخدماتها المعلوماتية ومصدرها، وذلك وفق عناصر متعددة.
- تحسين الخدمات مع تطوير القسم الخاص بجهاز المكلف بالعلاقات العامة لخدماتها والتعامل الجيد مع مستعمليها.
- يجب على الجامعة أن تتبنى سياسة اتصالية متطورة ومتنوعة تستند إلى إستراتيجية مدروسة ومحددة الخطوات، تأخذ بعين الاعتبار طبيعة خدماتها وجمهورها المستهدف.

خاتمة

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

الكتب :

- 01/ د. هادي نهر وآخر، إدارة الاتصال والتواصل النظريات العمليات الوسائط الكنايات عالم الكتب الحديث الأردن، 2009.
- 02/ د. حسين شفيق، الإعلام الجديد والجرائم الالكترونية التسريبات التجسس الالكتروني الإرهاب دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2015، ص 247-248.
- 03/ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، عمان 2014م .
- 04/ مركز المحتسب لاستشار: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب تويتر نموذجاً. دار المحتسب للنشر والتوزيع ط1: م ع س: 1438هـ .
- 05/ مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي، منصات للعرب الأمريكية الناعمة دار جمعية المعارف الإسلامية الثقافية للنشر والتوزيع ط1: بيروت لبنان: 2016م .
- 06/ صادق عباس مصطفى الإعلام الجديد، دراسة في مداخل النظرية وخصائصه العامة البوابة العربية للعلوم الإعلام والاتصال .
- 07/ علي شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي ط، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن عمان.
- 08/ ترم سمير وسائل الإعلام الحديثة وسيلة تفاهم عقبة أمام جدار جاد مكتبة النور، الرياض، 2008،
- 09/ د. محمد صاحب سلطان، مبادئ الاتصال الأسس والمفاهيم دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة 2010م .
- 10/ محمد صاحب سلطان وسائل الإعلام والاتصال، عمان دار المسيرة للنشر والتوزيع 2012م، 1433هـ.
- 11/ د. حسين شفيق مواقع التواصل الاجتماعي أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع 2014.
- 12/ د. خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية الاقتصادية والدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع 2013م.
- 13/ د. سعيد سلمان المشهداني، الصحافة العربية والدولية (المفهوم الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات) دار الكتاب الجامعي 2014م.
- 14/ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان 2001.

- 15/ علاء الدين محمد عقيلي الملجي، المدخل إلى الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جيسوز للنشر والتوزيع، دار التعليم الجامعي، القاهرة 2015.
- 16/ سليمان صالح: مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال، ط02، دار المسيرة، 2001.
- 17/ ظافري وداد، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في توازن الربيع العربي الفايسبوك نموذج المؤتمر الدولي للاتصال الرقمي في زمن المكاشفة 26-28 تشرين الأول الأردن، جامعة البرموك 2017.
- 18/ منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع و الطباعة ط1، 2007.
- 19/ عامر مصباح منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية 2010.
- 20/ حسام محمد مازن، أصول مناهج البحث في الدراسة وعلم النفس القاهرة دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012.
- 21/ وائل مبارك خضر فضل الله. اثر الفيسبوك على المجتمع مدونة شمس النهضة حقوق الطبع والنشر محفوظة 2010 ص13.
- 22/ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية دار وائل للنشر والتوزيع ط1، 2011.
- 23/ عدنان حسين الجدي، يعقوب عبد الله أبو حبو: الأسس المنهجية والاستخدامات الإحصائية في بحوث العلوم التربوية والإنسانية إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 24/ رشيد زروائي، تدريبات على منهجية البحث العلمي، المطبوعات الجامعية، دار الهدى 2008.
- 25/ فايز جمعية النجار وآخرون، أساليب البحث العلمي ط2، الحامد للنشر والتوزيع، مصر، 2009.
- 26/ عامر قند يلجي، ايمان السامرائي: البحث العلمي الكمي والنوعي (عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع 2009).
- 27 / عبد الرزاق أمين أبو شعر، العينات وتطبيق تهدف البحوث الاجتماعية، الإدارة العامة للبحوث الكلية العربية السورية، 1997.
- 28/ د. مروان عبد الحكيم حبيب وآخرون، مقدمة وسائل الاتصال دار وهران، 1422هـ 2001م.
- 29/ د. نضال فلاح الملايين وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، عمان، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع 2016.
- 30/ د. أحمد العبد أبو سعيد وآخر، مهارات الاتصال وقت التعامل مع الآخرين، اليازوري 2014.
- 31/ د. منال طلعت، مدخل إلى علم الاتصال، جامعة الإسكندرية 2001-2002.
- 32/ د. خضرة عمر المفلح، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، عمان، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع 2015.
- 33/ أحمد العبد أبو السعيد وآخر، مهارات الاتصال وفن التعامل مع الآخرين، البازوري، 2014.

- 34/ د. رحيمة الطيب عيساني مدخل إلى الإعلام والاتصال، عمان الأردن 2008.
- 35/ بسام عبد الرحمن المشابقة، نظريات الاتصال دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن عمان، طبعة مزيدة ومنقحة 2015م
- 36/ عماد فاروق محمد صالح، الاتصال الإنساني في الخدمة الاجتماعية دار الكتاب الجامعي العين دولة الإمارات العربية المتحدة 2010
- 37/ د. محمد سيد فهمي، فن الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2006،
- 38/ د. نجلاء محمد صالح، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية الأسس النظرية والعلمية دار الثقافة للنشر والتوزيع 2012/1433م.
- 39/ إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي عمان دار مجد لاوي للنشر والتوزيع الإصدار الرابع 2010-2011
- 40/ عبد الرحمان: مناهج البحث العلمي، القاهرة دار النهضة العربية، 1963.
- 41/ الدسوق أحمد : الصورة الذهنية لرجال الشرطة لدى الرأي العام المصري، وزارة الداخلية، أكاديمية مبارك للأمن.
- 42/ عبد العزيز كمال، سارة: صورة الصحفي ، مكتبة مبعويا، جماعة القادر.
- 43/ عبد الله مصطفى عبد الله : دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية فبناء العلاقة بغزة.
- 44/ د. علي عجوة : العلاقات العامة والصورة الذهنية، كلية الإعلام جامعة القاهرة: ط01، 1983.
- 45/ عبد البارئ درة: نبيل خليف المجاني: العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين ، ط01 داروائل للنشر، الأردن 2010.
- 46/ العياص، نصر الدين، إلى هانات الاستيمولوجية والفلسفية للمنهج كيف نحو أفاق جديد لبحوث الإعلام والاتصال في المنظمة العربية أبحاث المؤتمر الدولي لعلوم الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة العالم جديد جامعة البحرين ، 97 ابريل 2009م .
- 47/ العبد عاطف أطفالنا والقنوات الفضائية الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام القاهرة النصر، 2009.
- 48/ حافظ عبده تواصل الشباب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي المؤتمر العلمي وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير قسم الصحافة والإعلام جامعة البترا ، عمان 2011.
- 49/ الراوي بشرى، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير مدخل نظري مؤتمر فيلا دليا الدولي السابع عشر ثقافة التعبير جامعة فيلا دليا عمان الأردن، 2019.
- 50/ ناصر يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال دار حامد للنشر والتوزيع عمان الأردن ط1، 2015.
- د. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، الأردن 2013 .

هارتكي جون: الصناعات الإبداعية ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي، عالم المصرية اللبنانية القاهرة مصر 2007.  
المذكرات :

01/ مسهل محمد وآخر، دور الفيس بوك في تحسين الجامعة دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال-جامعة المسيلة -مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة، 2020-2021.

02/ صوالحية غنية اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الفايسبوك نموذجا دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة تبسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث "LMD" تخصص الإعلام والاتصال في التنظيمات 2019/2020، ص186.

03/ الطاهر أجعيم: واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية جامعا منتوري وباجي مختار نموذجا رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الدولة في علم اجتماع التنمية، الجزء الأول 2006، قسنطينة  
04/ رضوان بلخيري وسارة جابري، استراتيجيات الاتصال والعلاقات العامة، دار الكتاب الجامعي ط1، 2020

05/ صوالحية غنية، اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الفايسبوك نموذجا أطروحة شهادة دكتوراه 2020،

06/ فاسي محمد هيثم، دور الاتصال الخارجي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر تبسة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، 2015

07/ المهدي الذهبي أحمد السباعي وآخر، الاتصال الرقمي في مؤسسات التعليم العالي، مذكرة مكملة لنيل درجة الماستر في علم الإعلام والاتصال جامعة احمد دارية أدارا، 2018/2019

08/ مسهل محمد بن ساعد نور الدين: دور موقع فيسبوك في تحسين صورة الجامعة دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة مسيلة مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2021

09/ حنان شعشوع الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك مذكرة نيل شهادة الماجستير جامعة ملك عبد العزيز السعودية.

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

- 11/عبدو غزالة: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمائية دراسة ميدانية على عينة من زبائن مؤسسة موبيليس تبسة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، تخصص اتصال تنظيمي، جامعة العربي التبسي تبسة 2020
- 12/مريم إيمان نورهان، استخدام موقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال بائنة 2012
- 13/نجدات علي عقله، استخدام المتزوجات العاملات في الجامعة الأردنية للفيسبوك والإشاعات المتحققة منه، دراسة مسحية على عينة من جامعة البرموك، الأردن 2012، ص10.
- 14/ الرعود عبد الله دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي تونس ومصر من جهة نظر الصحفيين الأردنيين رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط الأردن 2012.

### المجلات والمؤتمرات:

- 01/ مشري مرسي، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف مجلة المستقبل العربي لبنان العدد 395 يناير 2012
- 02/مشري مرسي: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف مجلة المستقبل العربي ولبنان العدد 395 يناير 2012
- 03/مشري مرسي، شبكات التواصل الاجتماعي القيمة نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي لبنان العدد 395 يناير 2012.
- 04/غريب حسين نحو الاستخدام الآمن لمواقع التواصل الاجتماعي كلية الحاسبات والمعلومات جامعة عين شمس، 2018
- 05/راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي مجلة التربية المعدادة 15 جامعة عمان الأهلية عمان 2003
- 06/زاهي رضي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي،مجلة التربية العدد ط01، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003
- 07/الكحكي عزة مصطفى استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض عوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد جامعة البحرين من 7-9 أبريل 2009.

### مواقع :

- 01/ د. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني  
www.darasafa.net

الملاحق

ملحق رقم (01): تمثل الاستمارة

جامعة الشيخ العربي التبسي

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم : العلوم الإنسانية

استمارة استبيان

في إطار التحضير لمذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر ، تخصص اتصال تنظيمي، يسعدنا أن تضع بين أيديكم هذا الاستبيان بعنوان ، دور الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) في تحسين الصورة الذهنية للجامعة جامعة الشيخ العربي التبسي - تبسة - نرجو مساهمتكم عنه طريق الإجابة على الأسئلة المرفقة مع العلم أن كافة البيانات ستحاط بالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط .

في الأخير تقبلوا منا خالص الشكر على تعاونكم

سيدي / سيدي تحية طيبة ، وبعد:

تحت إشراف الدكتور :

د.بوطورة أكرم

إعداد الطالبتين:

- بريك روميصة

- غفاقلية ناديل

السنة الجامعية: 2021- 2022

## القسم الأول: البيانات الشخصية

العرض من هذا القسم هو الحصول على بعض المعلومات الشخصية والوظيفة لعرض تحليل النتائج فيما بعد، لذا نرجو منكم بالتكرم الإجابة على التساؤلات التالية وكذلك بوضع إشارة (\*) في المرجع المناسب لاختياراتكم.

1- الجنس:  ذكر  أنثى

2- العمر:

من 17-22

من 22-24

25 فأكثر

2- التخصص.....

## المحور الأول: الصورة الذهنية للجامعة من الصفحة

الرقم	العبرة	مؤيد	محايد	معارض
01	تستخدم الصفحة صوراً ذات علاقة بالمنشور			
02	مقاطع الفيديو التي تبث عبر الصفحة تقاوم محتوى كاف			
03	دائماً ما تصلني أخبار الجامعة من مصادر أخرى قبل الصفحة			
04	محتوى الصفحة يفيدني في التعرف على مختلف الأخبار التي تؤثر على دراستي			
05	حين أواجه مشكلة إدارية أترك رسالة في صفحة الجامعة			
06	دائماً ما يرد مشرفوا الصفحة على تعليقاتنا وتساؤلاتنا			
07	الصفحة تبقيني على إطلاع بنشاطات الجامعة المختلفة			
08	الصفحة تساهم في تقديم صورة ايجابية عن الجامعة			

			صفحة جامعة تبسة تعرض صورة ذهنية مطابقة للموقع الذي أعيشه كطالب في الجامعة	09
			أعتقد أن طلبة الجامعات الأخرى سيرسمون صورة ايجابية عن الجامعة من خلال منشوراتها	10

### المحور الثاني: المشاركة للصفحة وفي الصفحة

الرقم	العبرة	مؤيد	محايد	معارض
01	تشارك صفحة الجامعة النشاطات العلمية التي تقوم بها الجامعة			
02	تشارك صفحة الجامعة النشاطات الرياضية التي تقوم بها الجامعة			
03	تشارك صفحة الجامعة النشاطات الثقافية التي تقوم بها الجامعة			
04	دائما ما أرى الكلية التي أنتمي إليها حاضرة في منشورات الصفحة			
05	حين أرى منشورا يهمني في صفحة الجامعة أسارع إلى مشاركته في صفحتي			
06	لا أتردد في ترك تعليق مناسب في الصفحة لموضوع يهمني			
07	أندخل للرد على تعليق ما إذا كان محتواه لمستفيزين بطريقة ما			
08	سبق و أرسلت رابط منشور ما في صفحة الجامعة الى صديق بأمر يهمه			
09	أشارك خاصة الصور الموجودة على صفحة جامعة			

المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة لصفحة الجامعة على فيسبوك

الرقم	العبرة	مؤيد	محايد	معارض
01	التعرف على أخبار الجامعة والحصول على معلومات عنها			
02	أغراض الدراسة والبحث وجداول الامتحانات			
03	متابعة الارشادات الخاصة بمتطلبات الجامعة			
04	الصفحة تهتم بمشاكل الطلاب واستطلاع ارائهم			

المحور الرابع: الاشباعات التي حققها الطلبة من استخدام صفحة الجامعة على الفايسبوك

الرقم	العبرة	مؤيد	محايد	معارض
01	تعرفت على آخر أخبار الجامعة وكل ما هو جديد			
02	زادت معلوماتي من الجامعة / كلياتها / متطلباتها			
03	حصلت على معلومات حول أهم الفعاليات والانشطة الخاصة بالجامعة			
04	زادت معرفتي بالخدمات التي تقدمها الجامعة			
05	استفدت مما تقدمه الصفحة في دراستي وبحثي			
06	تمكنت من التفاعل والاندماج مع الزملاء عبر الصفحة			
07	اكتسبت صداقات جديدة			

ملحق رقم (02): يمثل طلب الموافقة على إجراء البحث الميداني

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
\*جامعة العربي التبسي تبسة\*



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الاعلام والاتصال  
الرقم : ل.ع.ا.ا / 2021

من السيد // رئيس قسم علوم الاعلام والاتصال

إلى السيد // الأمين العام لجامعة العربي التبسي - تبسة

الموضوع // طلب الموافقة على إجراء بحث ميداني

بعد التحية والاحترام؛

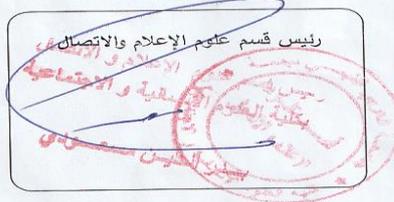
بغرض إجراء بحث ميداني متعلق بمذكرة التخرج لطلبة الماستر تخصص اتصال تنظيمي:  
نرجو من سيادتكم الموافقة على إجراء بحث ميداني للطلبة الآتية أسماؤهم

بريك رميسة

عقائلية نديل

ضمن مؤسستكم.

نشكر لكم تعاونكم وتقبلوا منا فائق التقدير والاحترام





Université Larbi Tebessi – Tebessa  
Faculte des sciences Humaines et Sociales

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
République Algérienne Démocratique et Populaire  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministère de l'Enseignement Supérieure et de la Recherche Scientifique



جامعة العربي التبسي تبسة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

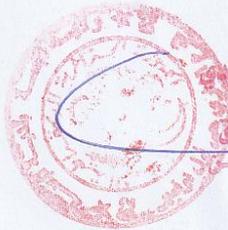
## تعهد

أنا الموقع أسفله الطالب: بديل عقاب الله  
والمعد لمذكرة التخرج الموسومة: التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي (Facebook) في تخصص الصحافة  
النهائية للمؤسسة جامعة العربي التبسي تبسة  
المكاملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص: التخصص  
وبعد اطلاعي على القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016 والمتضمن القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها، لا سيما المواد 03-19-07-35  
أتعهد بتحمل المسؤولية العلمية والقانونية حول هذا العمل وأشهد بخلوه من كل انتحال لأعمال الغير أو اقتباس غير منسوب لصاحبه، وترجمة دون ذكر المصدر ووضع أشكال بيانية أو خرائط أو صور دون الإشارة للمصدر.

تبسة في: .....

قرأت وأتعهد بما ورد أعلاه  
التوقيع والبصمة

التصديق  
بالتاريخ: 2022  
بالتاريخ: 26



نحن رئيس المجلس الشعبي البلدي  
وإستفسر من عنده  
إمضاء السيد مستلم  
مندوب الفرع البلدي 600



ملحق رقم (04): يمثل لقطة شاشة لصفحة فاييسبوك لجامعة الشيخ العربي التبسي

**Gérer la Page**

**Larbi Tebessi University - Tebessa**  
جامعة العربي التبسي - تبسة

**Meta Business Suite**

- Boîte de réception  
1 nouveau message et 21 nouveaux commentaires
- Agenda
- Fil d'actualité
- Applications professionnelles

**Accueil**

- Outils Messenger
- Des podcasts
- Ressources et outils
- Creator Studio
- Notifications  
29 nouvelles
- Statistiques
- Outils de publication
- Espace Pubs
- Qualité de la Page
- Modifier les informations
- Paramètres

**Larbi Tebessi University - Tebessa**  
جامعة العربي التبسي - تبسة  
@LarbiTebessiUniversity · 4,1 224 avis  
Enseignement supérieur

Modifier Nous contacter

Accueil Plus Promouvoir

Recevez à tous vos outils professionnels au même endroit  
Créez et programmez des publications, gérez votre Messagerie, consultez les statistiques et plus encore dans la Meta Business Suite. [Ouvrir](#)

**Créer une publicité** Voir tout  
Comment voulez-vous développer votre entreprise ?

- Créer une publicité**  
Créez une publicité avec du texte, des photos ou des vidéos pour promouvoir votre entreprise
- Booster une publication**

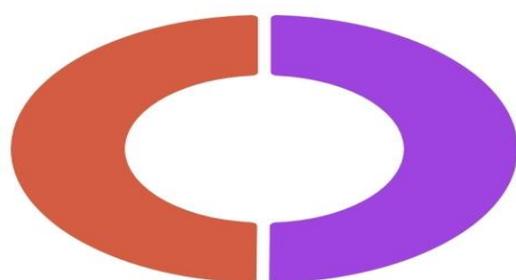
**Publicités automatisées**  
Diffusez des publicités personnalisées qui s'ajustent avec le temps pour vous aider à obtenir de meilleurs résultats.

## ← Audience actuelle

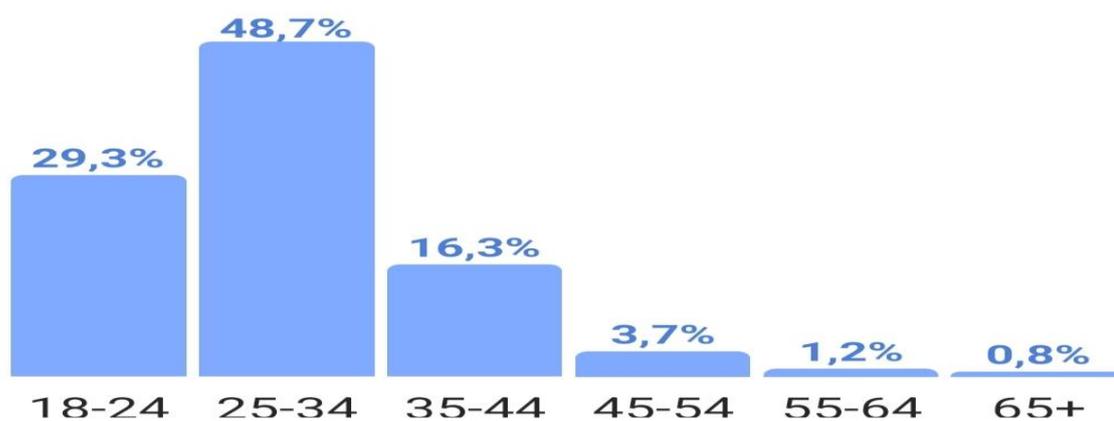
Mentions J'aime de la Page Facebook

**78,62K**

### Âge et genre



● Hommes 50 %  
● Femmes 49 %



### Principales villes



## < Statistiques



📅 29 avril - 26 mai 2022

Tendances

**Contenu**

Audience

### Meilleurs résultats



**f** Publication Facebook  
Couverture  
57,05K



**f**  
M  
1

### Trier par Contenu récent ▾

i



أختتمت نهار أمس الأربعاء 25 ماي  
فعاليات الدور الأول من #الدورة الريا...

**f** Publication • 26 mai 2022

Couverture	Réactions	Comment...	Partages
17,54K	190	36	3



#تعزية

...

**f** Publication • 25 mai 2022

Couverture	Réactions	Comment...	Partages
13,27K	165	134	3



#الاعلان عن إستشارة لصيانة وتصليح  
المباني الادارية والبيداغوجية بجامعة...

**f** Publication • 24 mai 2022

Couverture	Réactions	Comment...	Partages
-	-	-	-



## Gérer la Page



Larbi Tebessi University - Tebessa  
جامعة العربي التبسي - تبسة



### Meta Business Suite

- Boîte de réception**  
1 nouveau message et 21 nouveaux commentaires
- Agenda**
- Fil d'actualité**
- Applications professionnelles**



### Accueil



### Outils Messenger



### Des podcasts



### Ressources et outils



### Creator Studio



### Notifications

29 nouvelles



### Statistiques



### Outils de publication



### Espace Pubs



### Qualité de la Page



### Modifier les informations



### Paramètres

Promouvoir

Modifier Nous contacter

Promouvoir

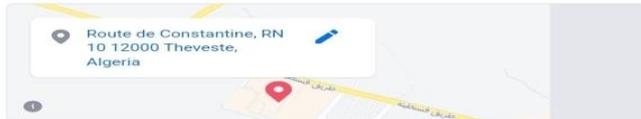
## Insights

Voir tout

28 derniers jours : 29 avr - 26 mai

Personnes touchées	199,429 ▲ 58 %
Interactions avec les publications	65,981 ▲ 79 %
Mentions J'aime la Page	1,995 ▲ 82 %
Clics sur des produits identifiés	0

## A propos



Faites la promotion de votre entreprise à l'échelle locale pour diriger les gens directement vers Route de Constantine, RN 10 12000 Theveste, Algeria.

- L'Université Larbi Tebessi - Tebessa est une université publique Algérienne.
- Le premier noyau fondateur de l'enseignement supérieur à Tebessa revient à l'année 1985, où un institut national d'enseignement supérieur des mines fut créé par le décret exécutif n° 85-189 du 16 juillet 1985. Il a été, trois années plus tard, accompagné par l'ouverture de deux instituts d'enseignement supérieur dont l'un est celui des sciences de la terre, issu du décret exécutif n° 88-181 du 27 septembre 1988, et l'autre de génie civil par décret exécutif n° 88-184 du 27 septembre 1988. Ces trois composantes ont formé l'Institut National d'Enseignement Supérieur (INES Tebessa) et ont participé, par la suite, à donner naissance au centre universitaire « cheikh Larbi Tebessi » de Tebessa dans le cadre de l'opération de restructuration, régie par le décret exécutif n° 92-297 du 27 septembre 1992. Le nouveau schéma de restructuration initié en 2006 par le Ministère de l'enseignement supérieur algérien en application du décret exécutif n° 06-272 du 16 août 2006 en faveur de la promotion des centres universitaires, a permis au centre de Tebessa de connaître une nouvelle réorganisation des services administratifs et une distribution des instituts et départements. Cette réorganisation va l'a préparée au bout de trois années à recevoir la nomenclature officielle d'université à partir de 2009, dans le cadre du décret exécutif n° 09-08 du 04 janvier 2009. **Voir moins**

- 78 616 personnes aiment ça
- 81 519 personnes sont abonnées
- 83 535 personnes ont visité ce lieu
- <http://www.univ-tebessa.dz/>

Promouvoir le site web

- 037 58 46 29
- Réponse moyenne : dans la journée  
Envoyer un message
- contact@univ-tebessa.dz
- Modifier le Wi-Fi
- Fermé  
08:00 - 17:00

LUN	MAR	MER	JEU	VEN	SAM	DIM
6AM	9AM	12PM	3PM	6PM	9PM	12AM
						3AM

- Enseignement supérieur
- @LarbiTebessi
- Larbi Tebessi University - Tebessa
- ularbitebessi

Modifier les informations





## Gérer la Page



Larbi Tebessi University -  
Tebessa جامعة العربي التبسي - تبسة



### Meta Business Suite

- Boîte de réception  
1 nouveau message et 21 nouveaux commentaires
- Agenda
- Fil d'actualité
- Applications professionnelles



### Accueil

- Outils Messenger
- Des podcasts
- Ressources et outils
- Creator Studio
- Notifications  
29 nouvelles
- Statistiques
- Outils de publication
- Espace Pubs
- Qualité de la Page
- Modifier les informations
- Paramètres

Modifier Nous contacter

Promouvoir

ajoutant le plugin de discussion à votre site...

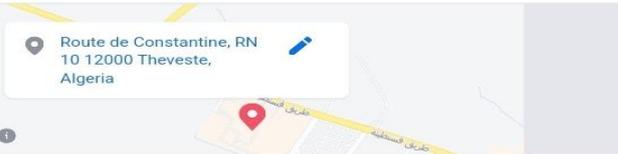
### Insights

Voir tout

28 derniers jours : 29 avr - 26 mai

Personnes touchées	199,429 ▲ 58 %
Interactions avec les publications	65,981 ▲ 79 %
Mentions J'aime la Page	1,995 ▲ 82 %
Clics sur des produits identifiés	0

### A propos



Faites la promotion de votre entreprise à l'échelle locale pour diriger les gens directement vers Route de Constantine, RN 10 12000 Theveste, Algeria.

L'Université Larbi Tébéssi - Tébéssa est une université publique Algérienne.

Le premier noyau fondateur de l'enseignement supérieur à Tébéssa revient à l'année 1985, où un institut national d'enseignement supérieur des mines fut... **Voir plus**

78 616 personnes aiment ça

81 519 personnes sont abonnées

83 535 personnes ont visité ce lieu

<http://www.univ-tebessa.dz/>

Promouvoir le site web

037 58 46 29

Réponse moyenne : dans la journée  
[Envoyer un message](#)

[contact@univ-tebessa.dz](mailto:contact@univ-tebessa.dz)

**Modifier le Wi-Fi**

**Fermé**  
08:00 - 17:00

LUN	MAR	MER	JEU	VEN	SAM	DIM	
6AM	9AM	12PM	3PM	6PM	9PM	12AM	3AM

Enseignement supérieur

@LarbiTebessi

Larbi Tebessi University - Tebessa

ularbitebessi

Modifier les informations

## ملخص :

تهدف الدراسة الى معرفة دور الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي ( فيسبوك ) في تحسين الصورة الذهنية للجامعة واستخدامها في الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وطبقته على عينة من الطلبة قوامها 50 طالب وطالبة وتم توظيف استمارة الاستبانة واداة رئيسية لجمع البيانات التي تكونت 4 محاور مع الاعتماد البرنامج الاحصائي SPSS وتحليل البيانات من خلال الاجوبة التي قدمها مجتمع الدراسة . حيث توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

ان الطلبة الجامعيين يعتمدون اعتمادا كبيرا على صفحة الجامعة وهو ما يزيد من اهمية استجابة الجامعة من خلال مواكبتها لهذه التكنولوجيا.

ان سهولة ومجالات الحصول على الخبر من صفحة الجامعة لحظة وقوعه أضى دافعا قويا لتفضيل الطلبة الجامعيين الاستقاء والاستفادة من مضامينه وتشاركه مع الآخرين والتفاعل معه .

ان موقع الفيسبوك استطاع ان يخلق سلوكا ايجابيا لدى الطلبة كما ساهم في اكتساب علاقات جديدة بين الطلبة .

ان موقع فيسبوك حقق للجامعة مستقبل جيد في تحسين صورة ذهنية لها .

الكلمات المفتاحية: اتصال – مواقع التواصل الاجتماعي- فيسبوك – صورة ذهنية – مؤسسة

## Summary:

The study aims to learn about the role of social media communication (Facebook) in improving the university's mental image. The study used the analytical descriptive curriculum and applied to a sample of students of 50 students. The questionnaire form and a key tool for collecting data formed 4 axes with the adoption of the statistical program spss and analyzing data through the answers provided by the study community. The study found the following findings:

Undergraduate students rely heavily on the university page, which increases the importance of the university's response by keeping up with this technology.

The ease and areas of obtaining news from the university page at the moment of its occurrence has become a powerful motivation to prefer undergraduate students to come up and take advantage of its contents and share it with others and interact with them.

Facebook has created positive behaviour among students and has contributed to new relationships between students.

Facebook has made the university a good future in improving its mental image.

**Keywords:** Contact – Social Media – Facebook – Degrading Image – Foundation