جامعة يحيى فارس بالمدية
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال

فعالية العلاقات العامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في مؤسسات التعليم العالي

"دراسة وصفية تحليلية للصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بجامعة المدية"

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالبتين:
- محداد نور الهدى
- حوت سلمى

تحت اشراف:
د.معياش ايدير

السنة الجامعية 2020/2019



﴿ رَبِّ أوزعنيَ أَنَ اَشْكُرَ نِعْمَتَكَ التِّي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنَ اَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهْ وِأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِـكَ فِـي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴾

سورة النمل: الآية 1

كلـــمة شكـــــر:

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة ووفقنا لهذا ولم نكن لنصل إليه لولا فضل الله علينا.

أتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز هذا العمل، نتقدم بالشكر الجزيل والخالص للأستاذ معياش ايدير لقبوله الإشراف على هذه المذكرة...

كما لا ننسى التقدم بالشكر الخالص خاصة للأستاذ بناولة محمد على مواقفه ونصائحه التي لم يبخل بها يوما منذ بداية المشوار الجامعي.....

اهداء

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار... إلى من علمني العطاء بدون انتظار... إلى من أحمل اسمه بكل افتخار... أبي الغالي حفظه الله ورعاه.

الى صاحبة الفضل بعد الله تعالى...الى اعز وأغلى انسانة في الوجود الى ذات الرضا الوافي والحب الصافي الى التي منحتني الحنان والطمأنينة... وساندتني طيلة مشواري الدراسي وسعت الى النجاح أكثر مني... الى امي الحنون اطال الله عمرها.

اهدي ثمرة جهدي خاصة الى من أرى التفاؤل في عينيه والسعادة في ضحكته الى اخي "سيد علي" في نهاية مشواري اريد ان اشكرك على مواقفك النبيلة وتطلعاتك لنجاحي بنظرات الامل.

الى سندي في الحياة اخوتي عبد الرحمان. محمد. يعقوب. وليد. عبدو. موسى. مومن.

إلى شمعة مقتديه تنير ظلمة حياتي.... إلى من بوجودهم اكتسب قوة لا حدود لها.... إلى فوزية. مليكة. فتيحة. نوال خديجة. روميسة. مروة. اشراق.

الى براعم العائلة سلسبيل. إسحاق. ميساء . رياض. بلال. محمد. اسيل. أسامة. محمد. سيرين. تقي الدين. مصطفى. مرام. ميرال. رتاج.

الى رفيقتي طيلة هاذ العمل وطيلة المشوار الجامعي حوت سلمى.

الى من بادلني نفس الحب والشعور.....

هدى

اهداء

اهدي عملي المتواضع الى من حصد الاشواك عن دربي ليمهد لي طريق العمل

الى القلب الكبير "ابي الغالي" حفظك الله ورعالك.

الى شمعة حياتي الى القلب الناصع بالبياض" امي الغالية" اطال الله عمرك.

الى القلوب الطاهرة والنفوس البريئة اخوتي: محمد وعلي

الى رياحين حياتي اخواتي: سميحة. نجاة اسماء

الى براعم العائلة: عبد المهيمن .عبد الرحيم. عبد المتين. ريهام . رجاء . انصاف.

ابرار. تاج الدين

الى رفيقتي في هذا العمل هدى محداد

الى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء الى ينابيع الصدق الصافي الى من معهم سعدت الى من عرفت كيف اجدهم وعلموني ان لا اضيعهم رفيقات دربي: سمية وهدى.

الى من حملتهم ذاكرتي ولم تحمله مذكرتي.

سلمى

خطة البحث.

مقدمة.

الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

1: الاشكالية.

2: أهمية الدراسة

3: اهداف الدراسة

4: أسباب اختيار الموضوع

5: منهج الدراسة و ادواته

6: تحديد مفاهيم الدراسة

7: مجتمع البحث وعينته

8:أدوات جمع البيانات

9: الدراسات السابقة

الإطار النظري للدراسة:

تمهيد:

الفصل الأول: مدخل عام للعلاقات العامة

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة

المطلب الأول: مفهوم للعلاقات العامة.

المطلب الثاني: نشأة العلاقات العامة.

المبحث الثاني: اساسيات العلاقات العامة.

المطلب الأول: مبادئ العلاقات العامة.

المطلب الثاني: وظائف العلاقات العامة.

المبحث الثالث: أنواع العلاقات العامة.

المطلب الأول: أنواع العلاقات العامة.

المطلب الثاني: خصائص العلاقات العامة

المبحث الرابع: اهمية العلاقات العامة

المطلب الأول: أهمية العلاقات العامة.

المطلب الثاني: اهداف العلاقات العامة

خلاصة الفصل.

الفصل الثاني: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الاول: مفاهيم عامة حول شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الاول: نبذة تاريخية عن شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني: نماذج من مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثالث: اثار شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

خلاصة الفصل

الفصل الثالث: فعالية العلاقات العامة من خلال الفايسبوك في صفحة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمدية:

***تمهيد**

*بطاقة فنية عن جامعة يحي فارس وعن الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

*تحليل البيانات

*نتائج الدراسة.

*خاتمة.

*المراجع

*الملاحق

مقدمة

مقدمة:

إن العلاقات العامة وظيفة أساسية من وظائف الإدارة، فهي بذلك تعد أحد مجالاتها التي من خلالها يكون التواصل مستمر بين الإدارة العليا للمؤسسة وجماهيرها المختلفة. فالعلاقات العامة تعتبر الشريان الرابط بين أي مؤسسة وجماهيرها الداخلية والخارجية وهي الجهة التي تتولى خلق الصورة الجيدة والانطباع الصادق عنها وعن أهدافها وأنشطتها، وادراكا منها لأهمية العلاقات العامة وحساسية دورها في المؤسسات المختلفة، وحاجتها لها فهي تسعى الى تقديم كل ما هو أفضل على كافة المستويات. وذلك لان العلاقات العامة تشمل مجموعة كبيرة من المهارات والاستراتيجيات بشكل يكفل تقوية اية مؤسسة وتحسين سمعتها ‘فضلا على تعزيز علاقاتها مع جمهورها الداخلي والخارجي.

و نظرا لاهمية الاتصال و التواصل في حياة الافراد و المؤسسات، فان وسائل الاعلام و الاتصال بصفة عامة و مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة تلعب دورا مهما وبارزا على كافة الأصعدة، فهذه الاخيرة، فضلا على نقلها للأحداث والتعليقات والآراء ووجهات النظر بكل ما يحدث في البيئة المحيطة، تعد هذه المواقع ايضا ذات أهمية خاصة للعلاقات العامة في المؤسسات بمختلف انواعها، اذ تستخدمها كوسيلة مهمة وفاعلة في الترويج لخدماتها وإدارة سمعتها وتحسين صورتها الذهنية للجمهور، خاصة بعدما أصبح الاطلاع والتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها.

يعد موضوع صورة المؤسسة وإدارة سمعتها من بين الأهداف الرئيسية للعلاقات العامة وذلك باستعمال الشبكات الاجتماعية في بناء سمعة ذات مصداقية على مدى السنوات. ولا يمكن لهذه الأخيرة ان تتحقق الا إذا استمرت الجهود وركزت أولا وأخيرا على جودة البرامج والخدمات التي تلبي حاجة الجمهور وتحقق مصالحه وتحترم اراءه وتطلعاته.

ان الجهود المتضافرة للعلاقات العامة يجب ان توظف لتعزيز سمعة المؤسسة وذلك لان السمعة الطيبة تعتبر من بين اساسيات واولويات ودعائم كيان المؤسسة، اذ تعتبر مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي من بين هذه المؤسسات التي هي بحاجة الى تطوير وظيفة العلاقات العامة فهي أداة علمية وعملية تستخدمها لزيادة فعاليتها وبناء صورة جيدة عند جماهيرها خاصة الطلبة منهم، ولا يتحقق هذا الهدف الا بالعمل الجاد والدؤوب للحفاظ على سمعة المؤسسة وتقديم افضل واجود الخدمات التي يطلبها الجمهور مستغلة الدور الفعال لهذه الشبكات لتحقيق هدفها الرئيسي والمنشود.

لقد تناولنا في موضوع بحثنا فعالية العلاقات العامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي وسعينا الى ابراز الدور الذي تلعبه الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية في تحسين العلاقات العامة فقمنا بتقسيم البحث الى ثلاثة اقسام موزعة كالآتي:

القسم الأول خصصناه للإطار المنهجي وتم فيه ابراز إشكالية الدراسة وتساؤلاتها واهمية واهداف دراسة وأسباب اختيار الموضوع، كذلك المنهج المتبع في الدراسة والأدوات المستعملة وعينة الدراسة كما تطرقنا الى تحديد مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة.

اما القسم الثاني فخصصناه للجانب النظري والذي قسمناه الى فصلين تناولنا في الفصل الأول: ماهية العلاقات العامة والفصل الثاني مواقع التواصل الاجتماعي وقد قمنا بتقسيم كل فصل الى مباحث ومطالب لدراسة كافة جوانب الموضوع.

اما القسم الثالث فخصصناه للدراسة النظرية التي كانت عبارة عن دراسة كيفية للبينات المتعلقة بالصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والخروج بنتائج الدراسة.

الإطار المنهجي.

- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- منهج الدراسة:
- أدوات جمع البيانات
- تحديد مفاهيم الدراسة
- مجتمع البحث وعينته
- الدراسات السابقة

1-اشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تعتبر المؤسسات التعليمية من بين اهم مؤسسات انتاج العلم والمعرفة فاذا كان العلم قلب الإنسانية فان الجامعة نبضه. والجامعات الجزائرية أحد اهم ركائز الرقي بالمحيط العلمي والاجتماعي، اذ شهدت الجامعة تطورات عديدة ساهمت في دفع التعليم العالي والبحث العلمي الى الامام سواء كان ذلك من جانب الهياكل القاعدية واعداد الطلبة او هيئة التدريس.

سايرت الجامعة الجزائرية التطورات والتكنولوجيات الجديدة خاصة فيما يخص شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت لا يمكن الاستغناء عنها ، ذلك بفضل المزايا العظيمة التي تتيحها وتوفرها هذه المواقع من اتصالات مع جميع المشتركين من الأصدقاء وزملاء العمل والدراسة كذلك تناقل الأخبار فيما بينهم بسرعة، فالفايسبوك مثلا يعتبر من اهم المواقع الاجتماعية نظرا للخصائص التي تميزه عن غيره من المواقع الأخرى، هذا ما جعل مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي تعتمد عليه وذلك بإنشاء صفحات رسمية عبر الفايسبوك واهتمت بجودة تصميمها ونوعية خدماتها .

تعد جامعة يحي فارس بالمدية من بين الجامعات التي سارعت الى الاعتماد على الوسائل الحديثة في الاتصال و لعلها من بين المؤسسات التعليمية السباقة لإنشاء صفحة رسمية عبر موقع الفايسبوك لتكون بمثابة همزة وصل بينها وبين الطلبة والأساتذة كذلك الإداريين الذين تربطهم علاقة بالجامعة، اذ تعمل هذه الصفحات على تسهيل المعاملات و تقديم الخدمات وبناء العلاقات العامة من خلال تبادل المعلومات بين الإدارة والطلبة والأساتذة، كل هذا من اجل توطيد العلاقة بين جمهورها الداخلي و الخارجي و تكوين صورة ذهنية جيدة حول المؤسسة و تسهيل عملية سير المعلومة خدمة للمصلحة العامة .و على هذا الأساس نطرح الاشكال الاتي:

ما هو الدور الذي تلعبه الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لجامعة المدية عبر الفايسبوك في تفعيل العلاقات العامة بينها وبين جمهورها؟

وقد تمخّضت عن هذه الإشكالية تساؤلات فرعية:

1-ماهي الدوافع التي تجعل الطالب يتصفح الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية عبر الفايسبوك؟

2-مامدى تفاعل الطلبة مع منشورات الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية عبر الفايسبوك؟

3-كيف يقيم الطلبة منشورات الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية عبر الفايسبوك؟

2- أهمية الدراسة:

تكتسب العلاقات العامة أهمية بالغة من خلال الدور الفعال والهام داخل المؤسسات باعتبارها وظيفة حديثة. حيوية ومستمرة، ومن خلال ربطها بوسائل تكنولوجية حديثة واكبت التطور الحاصل مما ساعدها في الحصول على العديد من المزايا والوظائف، وباعتبار مؤسسات التعليم العالي منارة العلوم يعد جمهورها واعيا ومثقفا، جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على مدى استخدام الطلبة للصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية "فايسبوك" في تبادل التواصل بين الإدارة والطلبة.

3- أهداف الدراسة:

-معرفة مكانة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي وبالأخص جامعة يحي فارس بالمدية

-معرفة مدى قدرة الصفحة الرسمية للجامعة في ضبط وتسهيل عملية التواصل بين الطلبة والإدارة

-دوافع تصفح الطلبة للصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة المدية على موقع الفايسبوك.

4- أسباب اختيار الموضوع:

هناك مجموعة من الأسباب وراء اختيار هذا الموضوع وقد تم تقسيمها الى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

*** الأسباب الذاتية:**

-الاهتمام الشخصي بالموضوع.

-الاهتمام الكبير للطلبة بالمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي.

-نقص الدراسات الخاصة بالعلاقات العامة داخل الجامعة الجزائرية.

-المساهمة في اثراء المكتبة ومدخل لدراسات لاحقة.

*** الأسباب الموضوعية:**

-تعتبر الصفحة الرسمية للمؤسسة صورتها الأولى وواجهتها الخارجية على الانترنت امام جمهورها، وبالتالي وجب الاهتمام بها ودراسة مختلف الجوانب التي تساعد على نجاحها في العملية الاتصالية مع جمهورها.

-باعتبار فئة الطلبة في المجتمع الأكثر تعلما ووعيا بالإضافة الى كبر حجمها وباعتبارها أيضا الفئة الأكثر استعمالا للتكنولوجيات الحديثة بصفة عامة والشبكات الاجتماعية بصفة خاصة.

5- منهج الدراسة:

بحكم طبيعة دراستنا دراسة نظرية فان المنهج الذي نرجو من خلاله التوصل الى نتائج مرجوة هو المنهج المسحي إذ نقوم من خلاله بمسح كل البيانات الموجودة في الصفحة و تبويبها و تحليلها للإجابة على التساؤلات المطروحة في إشكالية الدراسة

ويعتبر المنهج المسحي أكثر المناهج استعمالا في البحوث الكشفية والوصفية والتحليلية ويعرف المنهج بانه " الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عماليته حتى يصل الى نتيجة معلومة"[1]

عرفه موريس أنجرس بأنه" مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من اجل الوصول الى نتائج معينة "[2]

ويعرف كذلك موريس أنجرس المنهج المسحي بانه " تحليل ودراسة أي موقف او مشكلة اجتماعية بمفهومها، وذلك باتباع طريقة علمية منظمة لتحقيق أغراض معينة·

6- أدوات جمع وتحليل البيانات:

قد يستخدم الباحث أكثر من طريقة او أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة وللإجابة عن اسئلتها او لفحص فرضياتها. ويجب على الباحث ان يقرر مسبقا الطريقة المناسبة لبحثه ودراسته وان يكون ملما بالأدوات والأساليب المختلفة لجمع البيانات لأغراض البحث العلمي[3]

كما تتحدد أدوات البحث حسب المنهج المتبع ولأننا اعتمدنا على دراسة نظرية للموضوع واعتمدنا فيها على المنهج المسحي، فمن اهم الأدوات المناسبة وأداة التحليل الوثائقي.

وعلى هذا الأساس فقد حاولنا اسقاط هذه الأداة كوسيلة لتحليل بعض المنشورات على الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية باعتبار المنشورات وثائق قابلة للتحليل.

---

[1] رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي، أساسياته النظرية وممارساته العلمية، دار الفكر المعاصر، ط1، دمشق ،2002 ص129.

[2] موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الانسانية "تدريبات علمية" دار القصبة لل نشر2004، ص98

[3] ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان ،2000، ص89

7- تحديد مفاهيم الدراسة:

1-العلاقات العامة:

***لغة:** مفهوم مركب من كلمتين العلاقات والعامة

-**العلاقات** رابطة بالكسر كعلاقة القوس والسوط ونحوهما ،وتستعمل في المحسوسات وبالفتح كعلاقة الخصومة والمحبة ونحوهما وتستعمل في المعاني [1]

وحسب ما جاء في المنجد الابجدي، العلاقات هي مصدر جمعه علائق وتعني حصيلة الصلات والروابط والاتصالات التي تتم بين هيئة ما والجماهير التي تتعامل معها ويقابلها في اللغة الإنجليزية relation

-**اما العامة** فحسب ما جاء في المنجد هي مؤنث مذكره عوام والعامة هي ما خالف الخاصة[2]

***اصطلاحا:** لقد وضعت عدة تعاريف للعلاقات العامة ،وهي تختلف حسب نوع وتخصص مواضيعها وحسب الهدف الاستعمالي. ومن هذه التعاريف المتعددة نقدم بعض التعريفات:

-يعرفها ايفلي: IVYLEE

يرى بان مهمة العلاقات العامة تتصل بالإعلام ونشر المعلومات الصحيحة عن المؤسسة للجمهور وذلك لكسب وده وتستخدم في ذلك نشر الاخبار والصور وإذاعة البيانات والتعليقات وعرض الأفلام وتنسيق المعارض والندوات وكذلك تستخدم أساليب الدعاية عندما تقوم بالتأثير الانفعالي على الجماهير، كما تلجا الى الإعلان بوسائله

[1] محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية،دار الفجر للنشر والتوزيع ،ط1 ،2003،ص168.

[2] المنجد الابجدي ،دار المشرق والمؤسسة الوطنية للكتاب الجزائري ،ط،8 بيروت ،2006،ص60.

المختلفة كما قد تنطوي أنشطة العلاقات العامة على بعض النواحي التعليمية والتثقيفية للمؤسسة الداخلية او الخارجية [1]

-**يعرفها أيضا ادوارد بيرنز:** هي محاولة كسب تأييد الراي العام بالنسبة لنشاط او قضية او حركة، وذلك عن طريق الاعلام، الاقناع والتكيف.[2]

- التعريف الاجرائي للعلاقات العامة:

العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مستمرة، تسعى لنشاط العمليات الاتصالية، الإنسانية والعملية بين أعضاء المؤسسة الجامعية من خلال الفهم المتبادل بينهم وبين بعضهم او بينهم وبين المجتمع الخارجي، مما يزيد التعاون المشترك، الذي يعمل على إيجاد الثقة المتبادلة لمعرفة سياسات وانجازات الجامعة بشفافية تامة معتمدة في ذلك على وسائل وشبكات التواصل المختلفة، وهي بذلك تعتبر العصب الحيوي والنشاط الاتصالي الذي من خلاله تحقق الجامعة أهدافها.

2/مواقع التواصل الاجتماعي:

.لغة: موقع :مكان الوقوع يقال وقع الشيء موقعه. والجمع مواقع

التواصل: تواصل ،يتواصل ،تواصلا فهو متواصل تواصلا[3]

الاجتماعي: اجتماع (اسم) مصدر اجتمع –يجتمع – اجتماع. ضد انفراد اجتماع. اجتماع تعني تقارب اجسامها من بعضها.[4]

-**اصطلاحا:** يعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي انها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء اخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها[5]

---

[1] غريب عبد السميع غريب ،الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة ،الإسكندرية ،1996،ص49

[2] محمد عبد الله عبد الرحيم ،العلاقات العامة ،الكتاب الجامعي ،ط8،القاهرة ، ،1998،ص15

[3] معجم عربي عربي http.almany/dic/ar/ar/ تاريخ الولوج اليه 2020/01/10على الساعة 11.15

[4] سلطان سفير مبارك الصاعدي ،الشبكات الاجتماعية خطا ام قرصنة،المدينة المنورة،،1432 ،ص8

[5] زاهر راضي،استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ط15 ،جامعة عمان،ص23

- **التعريف الاجرائي:** نقصد بشبكات التواصل الاجتماعي تلك المواقع التي تتيح لمستخدميها
التواصل مع بعضهم البعض والتفاعل أيضا مع صفحات ومواقع المؤسسات ومتابعة كل ما يتعلق بأنشطتهم.

3-الفايس بوك :يعتبر من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنيت أسسه طالب في جامعة هارفارد عام2004 ، وقد بلغ عدد مستخدميه في عام2013 ، 1.28 مليار مستخدم حسب إحصائية موقع الفايس بوك، تقدر قيمته السوقية ب 915 مليون دولار[1].
-**التعريف الاجرائي:** هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يهدف عبره الأشخاص العادين والاعتبارين (كالشركات) ان يبرزوا انفسهم او يعززوا مكانتهم عبر أدوات موقع للتواصل مع اشخاص اخرين ضمن نطاق ذلك الموقع او عبر التواصل مع مواقع أخرى أي انشاء تواصل مع الاخرين.
قمنا بالتطرق لمصطلح الفايسبوك كونه يعتبر موقعا رائجا في أوساط الطلبة ومتداول بصفة كبيرة ومنتشر على أوسع نطاق أيضا.

8-مجتمع البحث وعينته:

يقصد بمجتمع البحث مجموع محدد ومحدود من المفردات، بمعنى جميع المفردات التي يقوم الباحث بدراستها،ويقصد بمفردات البحث الجزء الأساسي المكون للمجتمع البحثي أي الأجزاء المكونة لمجتمع البحث، ويعد الاعتماد على الحصر الشامل أي الدراسة الكلية لمفردات المجتمع المبحوث امرا صعبا حيث يؤدي بالباحث الى مواجهة صعوبات وعراقيل كثيرة تمنعه من الوصول الى نتائج دقيقة وصحيحة وهذا خصوصا إذا كانت مفردات مجتمع البحث حجمها كبير جدا وشاسع[2]

[1] -عبد الله عامر، الفايسبوك وعلم التكنولوجيا، مجلة العلوم التكنولوجية، جامعة البتراء، عمان 2007 ، ص23
[2] احمد بن مرسلي،مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2،الجزائر،2005،ص288

وعلى هذا الأساس في دراستنا مجتمع بحثنا هم الطلبة الذين يزاولون دراستهم بجامعة يحي فارس بالمدية وهم يمثلون المفردات المكونة لمجتمع البحث الكلي والذين لهم علاقة بالصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ويتراوح عددهم 18760

ويعد اختيار العينة جزءا مهما في منهجية البحث العلمي بصفة عامة، وهي عبارة عن أسلوب لجمع البيانات عندما يكون البحث غير قادر على اجراء دراسته على جميع مفردات مجتمع البحث، حيث يلجا عندها الى اختيار عينة تجرى عليها الدراسة.

وقد اختلفت تعريفات الباحثين للعينة، حيث تعتبر مجموعة من الافراد مختارة من مجتمع البحث على أسس علمية واضحة، وتأخذ اشكالا مختلفة بناء على نوعية وظروف البحث وقد استخدمت لتسهيل عملية البحث العلمي[1]

وفي دراستنا استعنا بالعينة العشوائية البسيطة – وعلى هذا السياق تعرف العينة العشوائية البسيطة على انها حصر ومعرفة كل العناصر التي يتكون منها مجتمع الدراسة الأصلي

للدراسة نفس فرصة الظهور وتكون فرصة الظهور لكل عنصر معروفة ومحددة[2]

9- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلبة الجامعين [3]

تهدف هذه الدراسة بدرجة كبيرة في التعرف على الاثار المترتبة على استخدام الطلبة الجامعين لمواقع التواصل لاجتماعي وعلى الأساليب التي تساعد على استخدام موقع

[1] عامر مصباح، منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2008، ص 11.

[2] عامر مصباح، مرجع سابق، ص214.

[3] مصطفى ربوح، مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة المدية، 2017/2016.

الفايسبوك، والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر موقع الفبسبوك وعلاقته بمتغيرات العمر، المستوى الدراسي.

ومنه كان التساؤل الرئيسي كالتالي:

كيف يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلبة الجامعيين؟

واندرجت عنها مجموعة من الأسئلة الفرعية نذكر منها:

1-ماهي دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لجامعة يحيي فارس؟

2-هل يستخدم الطالب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي للاستفادة في مواضيع البرامج المقررة في الدراسة؟

3-هل يستخدم الطالب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في إطار مجموعة الطلبة؟

4-هل يوظف الطالب الجامعي الفايسبوك لتطوير معلوماته العلمية؟

5-هل ساهمت مشاركة الطالب الجامعي في الفايسبوك بتطوير قدراته العلمية؟

6-هل تساهم مضامين الفايسبوك في رفع مستوى الطالب الجامعي؟

وعليه استخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي، والذي يستهدف تسجيل وتفسير الظاهرة بوضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية كما اعتمد في هذه الدراسات على استمارة الاستبيان للحصول على المعلومات والبيانات، باعتبارها المناسبة لهذه الدراسة الوصفية.

خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج تمثلت فيما يلي:

-يستخدم الطالب الجامعي الفايسبوك لتطوير معلوماته العلمية.

-يستخدم الطالب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي للاستفادة في مواضيع البرامج المقررة في الدراسة.

-يوظف الطالب الجامعي الفايسبوك لتطوير معلوماته العلمية في مجال تخصصه حسب المستوى الدراسي

-يصرح من يوظف الفايسبوك في المجال العلمي بانه ينمي الفكر الإبداعي لدى الطالب الجامعي.

-يمكن اعتبار الفايسبوك منصة علمية تتيح للطالب الجامعي الاستفادة في مجال تخصصه.

-يستخدم الطالب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي في إطار مجموعة الطلبة من اجل التناقش والاطلاع على اخبار الجامعة، مما يبقيه على اتصال دائم بالجامعة والمجال العلمي.

-تساهم مضامين الفايسبوك في رفع مستوى الطالب الجامعي.

-يركز الفايسبوك على التوعية العملية بمختلف مجالاتها لدى الطلبة الجامعيين

-يهدف استخدام الفايسبوك الى تواصل بين مجموعات الطلبة الجامعيين من الجامعين من اجل تحقيق ما يريدون الوصول اليه.

- مواقع التواصل الاجتماعي لها من التأثير ما يجعلها قوة معلوماتية حاملة لمضامين مختلفة من رسائل ثقافية، هدفها توجيه الآراء والاتجاهات والسلوك.

-الرسائل الاتصالية التي تحملها مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة في استخدام الفايسبوك تكون بمثابة الرصاص السحري الذي يصل الى عقول المستقبلين.

-يعد الفايسبوك من انجح الوسائل التي يمكن من خلالها الوصول الى اكبر قدر ممكن من شرائح المجتمع.

-يعد المنزل المكان المفضل لتصفح الفايسبوك لدى الطلبة الجامعيين خاصة بعد الدوام.

-يعتبر التثقف والحصول على المعلومات ومناقشة البحوث ومراجعة الامتحانات دافعا قويا لاستخدام الفايسبوك لدى الطلبة الجامعيين.

-تتحقق درجة التفاعلية أثناء متابعة صفحات الطلبة عند متابعة المجموعات المخصصة لهم في الجامعة والاطلاع على المقالات والمنشورات التي ينشرها الأعضاء.

-اكتساب الطالب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك للاستفادة من مواضيع البرامج المقررة في الدراسة في الدراسة وهو من أبرز الاشاعات التي تلبيها الصفحات للتي تلبيها الصفحات لمتابعيها يليها متابعة اخبار الجامعة والحصول على المعلومات.

-تعد المواضيع العلمية المواضيع الأكثر رواجا في صفحات الطلبة.

-الأسلوب الذي تتبعه الصفحات المخصصة للطلبة في معالجة الأمور العلمية والاهتمام الذي توليه لها، هو الذي يحدد اهتمامات متابعيها من خلالها.

الدراسة الثانية: جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت"دراسة في استخدامات واشباعات طلبة جامعة منتوري قسنطينة[1]

حيث حاول الباحث في الغوص في استخدامات واشباعات الطلبة الجزائريين من خلال الانترنت وتمحورت تساؤلات الدراسة حول متغيرين اثنين هما "الاستخدامات الاشباعات"

-1ماهي عادات استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للأنترنت؟

-2ماهي أنماط استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للانترنت؟

-3ماهي الاشباعات المحققة لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الانترنت؟

-4هل الاشباعات المحققة لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الانترنت تغنيهم عن استخدام وسائل الاعلام الأخرى؟

استخدم منهج الوصفي التحليلي للحصول على ادق المعلومات النظرية والميدانية وقد تمثل مجتمع البحث في الطلبة الجامعيين.

اما العينة كانت طلبة جامعة منتوري -قسنطينة-وتم استخدام أداة استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.

وتتمثل اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة فيما يلي:

[1] باديس لونيس " جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت"دراسة في استخدامات واشباعات طلبة جامعة منتوري-قسنطينة- ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال سنة 2007\2008.

-يستخدم جمهور الطلبة الجزائريين الانترنت عموما بشكل معقول دون افراط او تفريط.

-يستخدم اغلبية جمهور الطلبة الجزائريين الأنترنت بشكل غير منتظم.

-تتمثل أكثر الأيام التي يستخدم فيها الطلبة الانترنت في يومي: الخميس والجمعة.

-تتم اغلبية استخدامات الطلبة للأنترنت في الفترة المسائية ' ثم الفترة الليلية.

-يستخدم جمهور الطلبة الجزائريين الانترنت بصفة فردية 'ثم مع الأصدقاء والزملاء.

-غالبية استخدام الطلبة للإنترنت تتم في مقاهي الانترنت 'ثم في الجامعة.

-أكثر خدمات الانترنت تفصيلا من قبل الطلبة هي: خدمة الويب'ثم خدمة البريد الالكتروني.

-أكثر أنواع المواقع الالكترونية تفضيلا من قبل الطلبة هي:

أولا: من حيث المضمون: المواقع التي تتوافق مع مضمونهم الدراسي.

ثانيا: من حيث المجال الجغرافي: المواقع الدولية بالدرجة الأولى.

ثالثا: من حيث اللغة : المواقع التي تستخدم اللغة العربية .

رابعا: من حيث تبعيتها لوسائل الاعلام الأخرى : مواقع الصحف على الانترنت .

-يميل الطلبة لتصفح مواد الإنترنت بشكل متعمق اكثر.

-يقوم اغلبية الطلبة بالاستفادة أكثر من المواد التي تتوافق مع حاجاتهم في الانترنت عن طريق تحميلها.

-تتمثل اكثر الاشباعات التي تتحقق لجمهور الطلبة في: الاشباعات المعرفية 'ثم الإعلامية'ثم الدينية.

-الاشباعات التي تتحقق لجمهور الطلبة الجزائريين من خلال استخدام الانترنت لا تغنيهم عن استخدام وسائل الاعلام الأخرى.

-اما اغلبية الطلبة يثقون في الانترنت حسب مصداقية المواقع الالكترونية.

-اما عن افاق استخدام جمهور الطلبة الجزائريين للإنترنت فان اغلبيتهم ينوون الزيادة والرفع في حجم استخدامهم لها.

***التعقيب على الدراسات السابقة:**

ما من شك ان في الدراسات السابقة اسهامات علمية ونتائج مهمة وجب الوقوف عندها لغرض إعطاء البحث بعده النظري وكذلك الانطلاق من التركمات المعرفية التي تساعدنا على بناء استنتاجات مبدئية للدراسة.

-فقد اهتمت الدراسة الأولى باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلبة الجامعين واشير فيها الى الأساليب التي تساعد على استخدام الفاسبوك، اما الدراسة الثانية فقد تناولت استخدامات واشباعات الطلبة الجزائريين من خلال الانترنت.

-وتعتبر هذه الدراسات ذات أهمية بالغة ساعدتنا في الإطار المنهجي والنظري، وذلك لأنها من البحوث الوصفية، كذلك وجدنا فيها تقارب من دراستنا في شقها المتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي، وبعد النظر الى نتائج الدراسة لكل بحث فهو مختلف عن بعضهما.

ونرى أيضا ان كل من الدراسة الأولى والثانية كانت واضحة الأهداف مما سهل الوصول للنتائج باستخدام المنهج الوصفي وساعدتنا في دراستنا لكن ليس من الجانب الذي تم التطرق اليه في تلك الدراسة وانما من جان فعالية العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي واعطت بعدا اخر لشبكات التواصل الاجتماعي.

الفصل الأول: مدخل عام للعلاقات العامة

تمهيد

المبحث الأول: ماهية للعلاقات العامة.

المبحث الثاني: اساسيات العلاقات العامة.

المبحث الثالث: انواع العلاقات العامة.

المبحث الرابع: أهمية العلاقات العامة

خلاصة الفصل

تمهيد:

لقد ظهر الاهتمام المتزايد من قبل المؤسسات بصفة عامة، ومن طرف مؤسسات التعليم العالي بصفة خاصة بالعلاقات العامة كفن في المعاملات واحد الأساليب الاتصالية، لما تقوم به من دور فعال في معرفة ودراسة اتجاهات واراء جماهيرها وتقوية العلاقات وجعلها قائمة على الثقة والتايد من الطرفين، وقد أثر قطاع العلاقات العامة على المؤسسات التي تستخدم أساليب الاتصال الحديث، حيث أتاح لها أوسع المجالات وأفضل الظروف لممارسة أنشطتها وتطويرها، وبهذا أصبح للعلاقات العامة دور رئيسي وفعال في بناء وتكوين صورة ذهنية عن المؤسسة.

المبحث الاول: ماهية العلاقات العامة.

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة.

يضم مصطلح العلاقات العامة مفهومين وهما:

***العلاقات:** وتعني التواصل الناجم عن تفاعل فردين او أكثر اذ ان العلاقة بين افراد المجتمع تتحقق بعد حدوث سلسلة من ردود الأفعال الناجمة عنهم، وهذا ما يسمى بالتفاعل وقد يكون هذا التفاعل إيجابيا فتكون النتيجة علاقات اجتماعية قائمة على التعاون والارتباط بين الافراد وقد يكون سلبيا مما يؤدي الى حدوث علاقات متوترة يعبر عنها بالصراع ويؤدي هذا الى التفكك والاختلاف بين الافراد

***العامة:** وتعني الجمهور والناس، وتشمل العلاقات هنا كل عمليات التفاعل مع الجمهور في المجتمع[1]

تعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة: هي وظيفة إدارية ذات طابع خاص ومستمر تهدف من خلالها المؤسسة العامة والخاصة الى كسب تفاهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم، وذلك عن طريق تقسيم الراي العام المتعلق بها من اجل ربط سياساتها، واجراءاتها قدر الإمكان لتحقيق التعاون المستمر، ومقابلة المصالح العامة بدرجة انها عن طريق المعلومات المخططة وكثرتها [2]

عرفتها جمعية العلاقات العامة الفرنسية: العلاقات العامة طريقة السلوك وأسلوب الاعلام والاتصال يهدف إقامة علاقات مفعمة بالثقة والمحافظة عليها، وتقوم هذه العلاقات على المعرفة والفهم المتبادل بين المؤسسة ذات الشخصية الاعتبارية التي

[1] محمد حربي حسن، العلاقات العامة، المفاهيم والتطبيقات، دار الحكمة للطباعة والنشر، العراق ،1991، ص21

[2] زياد رمضان، العلاقات العامة في منشئات القطاع الخاص، مفاهيم وواقع، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان ،1998، ص24

تمارس وظائف وانشطة بين الجماهير الداخلية والخارجية التي تتأثر بتلك الأنشطة والخدمات[1]

ويعرفها محمد محمود الجوهري: فن معاملة الجمهور، وكسب تأييده ورضاه، اوهي الفن الذي يرسم الطريق للحصول على رضا الجماهير وتحقيق المصلحة العامة [2]

وعرفها أيضا احمد كمال احمد: عملية مستمرة تستخدم أدوات الاعلام ووسائل الاتصال الاجتماعي بصفة مباشرة او غير مباشرة، والاتفاق والتكيف بين المؤسسات وجماهيرها المختلفة وبذلك تحقق الفائدة للجميع [3]

عرفها معهد العلاقات البريطاني: هي الجهود الإدارية المرسومة والمستمرة لإقامة علاقات طيبة والتي تهدف تحقيق تفاهم متبادل بين المؤسسة وجماهيرها[4]

لقد تناولنا العديد من التعريفات والمفاهيم لمصطلح العلاقات العامة والتي اختلفت في صياغتها الا انها لم تختلف في مضمونها حيث اتفقت بان العلاقات العامة وظيفة إدارية مستمرة ونشاط يسعى الى تحقيق اهداف المؤسسة، كما أكدوا على انها فن معاملة الجمهور وكسب تأييده مع المحافظة على اهداف المؤسسة.

المطلب الثاني: نشأة العلاقات العامة:

لقد مر مصطلح العلاقات العامة بعدة مراحل أهمها:

1:في الإسلام: لقد طورت الحضارة الإسلامية مفهوم العلاقات العامة والأساليب ' والوسائل التي تستخدم فيها بل انها قدمت الأساس الذي يمكن ان تستند عليه العلاقات العامة ' واعتنى الإسلام بكرامة الانسان وافكاره 'ورغباته ' وبذلك فان الدعوة الإسلامية اعتمدت على البرهان والحجة والدلائل ولم تعتمد على الفروض او الضغط ،كما كان

[1] احمد محمد المصري، العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، جامعة الازهر، القاهرة ،1983، ص23

[2] محمد محمود الجوهري، الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة، مكتبة الانجلو المصرية، ط1 ،1971، ص25

[3] احمد كمال احمد العلاقات العامة، مكتبة القاهرة الحديثة ،1972، ص27.

[4] بسام عبد الرحمان الجرايدة ، إدارة العلاقات العامة ،دار أسامة للنشر والتوزيع ،عمان ،2013 ، ص35

الرسول عليه الصلاة والسلام .قدوة في استخدام أساليب الاتصال بنوعيه الشخصي وغير الشخصي ‘حيث يوفد الرسل ويبعث بالكتب الر الملوك والأمراء ‘ويدعوهم بالموعظة الحسنة للدخول في الدين الإسلامي ‘ومن ذلك يتضح ان الاقناع ووضوح الهدف ودراسة المجتمع واتجاهات الافراد والتي تعد من احدث عمليات العلاقات العامة التي توصل اليها الخبراء مؤخرا استخدمت منذ اربع عشرة قرنا.[1]

كما استطاعت الحضارة الإسلامية تطوير العلاقات العامة أيضا بفضل الشعراء والكتاب والخطباء، إذا كانوا يبحثون عن الجهاد في سبيل الله ويقوم الخطباء في المساجد بدور خطير في العلاقات العامة قديما وحديثا، اذ عادة ما يصحب الارشاد الديني توجيه اجتماعي وسياسي، وقد كان الفاطميون والشيعة من اشد الناس اتفاقا لفنون الدعوة لمذهبهم، وابتدع الفاطميون إقامة المولد والحفلات للدعوة لحكمهم، ثم بدأت تظهر العلاقات العامة الدينية، وكان الازهر خير مكان ظهرت فيع العلاقات العامة والاتصالات الطيبة مع الناس والدعوة للشيعة وللخليفة، وقد حوله الخليفة العزيز الفاطمي من مسجد تقوم في الشعائر الدينية الى جامعة للشيعة تدرس فسها العلوم ويروج فيها للمذهب الفاطمي .[2]

2-العلاقات العامة في العصور الوسطى :وفي العصور الوسطى نجد ان العلاقات العامة كانت تلعب دورا أساسيا وخاصة في شؤون الدعوة الدينية ، فعندما ظهر المذهب البروتستانتي وجدت الكنيسة الكاثوليكية نفسها في مأزق حرج وراحت تنشد الخلاص من المذهب الجديد الذي اعتبرته خروجا على الكنيسة وعل المسيحية ، واهتم الكرادلة تحت رعاية البابا بمسائل النشر والاعلام وإعادة القة الى الكنيسة البروتستانتية على يد "مارتن لوثر" الذي افلح في اقناع العديد من الجماهير بمظاهر الظلم الذي كانت تمارسه الكنيسة

[1] سمير حسن منصور، مناهج العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ص35

[2] احمد محمد مصطفى، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية ،1999، ص11-12

الكاثوليكية، وقد اعتمد في دعوته على مجموعة دعاة لديهم القدرة على اقناع الناس بدعوته الجديدة .[1]

3-العلاقات العامة في العصور الحديثة: مصطلح العلاقات العامة بمعناه الحديث، استخدم لأول مرة في السنوات الأخيرة من القرن 19، وقد كان "دومان ايتون" من مدرسة بيل للقانون من الأوائل من استخدموا هذا المصطلح، وذلك في خطاب القاه عام 1882 بعنوان "العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية، ثم ظهر هذا المصطلح سنة 1906 وكذلك سنة 1916 في الأحاديث التي القاها مدير شركة السكة الحديدية في "بالتيمور"، و "اومايو" حول السكك الحديدية ومشكلات العلاقات العامة التي تتصل بها.[2]

ولم تظهر العلاقات العامة بشكل أكثر وضوحا حتى الثورة الامريكية، حيث كان الوطنيون الامريكان واعين بالدور الهام الذي يمكن ان يلعبه الرأي العام في الحرب مع الانجليز، مع بناء خطوط نشاطاتهم، وعلى سبيل المثال فانهم خططوا الاحداث بناءا على حفلة شاي في بوسطن لجلب انتباه الجمهور واستخدموا مجموعة من الرموز كشجرة الحرية التي يمكن ملاحظتها بسهولة تساعدهم في تصوير قضيتهم بشكل إيجابي.

ففي العصر الحديث بدأت اول خطوات العلاقات العامة نحو التقنين العلمي، في محاولة البحث عن أول من استخدم مصطلح العلاقات العامة، حيث نجد الكثير من الجدل المثار حوله، اذ هناك من يرى أن **توماس جي فيرسن Thomas Jefferson** ثالث رئيس للولايا المتحدة الامريكية هو من الأوائل من استخدموا هذه العبارة.[3]

ونجد أيضا الباحث ادوارد بيرنيز **Edward bernays** هو من ابرز الشخصيات الذي كان له دور كبير في بلورة أفكار العلاقات العامة كمادة في جامعة نيويورك، واهتم في

---

[1] محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة ،2007، ص17.

[2] غريب عبد السميع غريب، مرجع سابق ص 37.

[3] جمال مجاهد، العلاقات العامة ، المعرفة الجامعية، ‘دون ط ‘الإسكندرية ،2005 ،ص13

مؤلفاته بمصالح الجماهير وضرورة تزويدها بالمعلومات الصادقة والصحيحة كما ركز على المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة.

وأصدر ادوارد بيرنيز كتاب سنة 1923 بعنوان بلورة الرأي العام، كما يعود اليه الفضل في انشاء حلقة من المتخصصين في مجال العلاقات العامة

(Public relations quarter Ly)، والتي تعتبر مرجعا أساسيا للعلاقات العامة المعاصرة وبعد ان نضجت ممارسة العلاقات العمة في أمريكا، بدأت بالانتقال الى أوروبا الانجلوسكسونية أولا ثم بعد ذلك الدول الفرانكفونية، أهمها فرنسا. وأصبحت جامعة "بوسطن" في أمريكا تمنح درجات الماجيستر والدكتوراه في العلاقات العامة والاتصال، ويوجد هناك المئات من المعاهد الأخرى والتي تمنح دراسات عليا فيها.[1]

4-العلاقات العامة في الوطن العربي: عرفت العلاقات العامة في الوطن العربي في مصر منذ الخمسينات وكان إبراهيم امام هو الرائد في هذا المجال حيث أصدر كتاب بعنوان "العلاقات العامة والمجتمع "عام 1955 وقام بتدريس العلاقات العامة لطلبة الصحافة بجامعة القاهرة في الفصل الدراسي الثاني 1957 -1958، وكان كتابه مقدمة دخول علم العلاقات العامة الى الوطن العربي [2]

ومن خلال ما تطرقنا اليه فان العلاقات العامة هي ليست مفهومها حديثا بل عرفتها كل الشعوب والحضارات الإنسانية، تطورت وازدهرت بتقدم العلم وتطوره، وأصبحت في يومنا هذا علما قائم بذاته يدرس في المعاهد والجامعات. ومما لا شك فيه ان الجامعة الجزائرية اعتمدت عليه في العصر الاني، وهي تقدم خدمات نفعية للمؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي.

[1] محفوظ احمد جودة، العلاقات العامة ‘المفاهيم والممارسات، دار زاهر للنشر والتوزيع، ط1،، عمان ،2008، ص 24

[2] صالح خليل أبو أصبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق، عمان ‘1998، ص92

المبحث الثاني: اساسيات العلاقات العامة

المطلب الأول: مبادئ العلاقات العامة.

-هناك عدة مبادئ يستند اليها المشتغلون في العلاقات العامة وتتلخص هذه المبادئ فيمايلي:

1-نشاط العلاقات العامة ينطلق من داخل المؤسسة ذاتها:

بمعنى ان جميع العاملين بالمؤسسة لا يمكن ان يساهموا في تحسين علاقاتهم بالجمهور الخارجي، دون تحقيق تلك العلاقة الجيدة فيم بينهم والعمل على تماسك الجمهور الداخلي وتدعيم روح الجماعة والتعاون داخل المؤسسة، وبالتالي بعث الثقة في الوسط الخارجي للمؤسسة فصورة المؤسسة انعكاس لجمهورها الداخلي[1]

2-كسب ثقة الجمهور:

ان النجاح أي مؤسسة مرهون بمدى رضا الجماهير عنها ولذلك يجب على عمال المؤسسة والمكلفين بالعلاقات العامة بصفة خاصة القيام بكل واجباتهم وتحسين أدائهم لخلق جو من الثقة و احترام الجمهور الواسع، و على هذا يجب ان يدرب اخصائي العلاقات العامة على القيام بواجبهم لكسب الثقة على الوجه الاكمل بحسن ادانهم لعملهم و احترامهم لجماهيرهم[2]

[1] هناء حافظ بدوي، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، الأسس النظرية والمجالات التطبيقية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001، ص33-34

[2] محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع ،ط1، القاهرة،2007، ص47

3-الصدق والأمانة والأسلوب العلمي:

لكي تبلغ المؤسسة أهدافها يجب اتباع البحث العلمي من تحليل دقيق للمعلومات وكذا الاستقصاء الميداني [1]مع الالتزام بإجراء بحوث وقياس اتجاهات الراي العام، متبعة في ذلك طرق عملية وتجنب التحيز[2] فالعلاقات العامة لا تعتمد في برامجها على الارتجال والعشوائية بل تعتمد على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية، والمنهج العلمي الذي يبدا بتحديد المشكلة، وجمع البيانات التي تفيد في حلها وبالتالي الوصول الى الحلول المقترحة، والامكانيات الموارد المطلوبة لتحقيقها[3]

كما انه من الضروري ان تتسم المؤسسة بالصدق والأمانة والتقيد بالعدالة، كذلك يجب ان تتسم برامج العلاقات العامة بالصدق والبعد عن وسائل الغش والخداع.

4-عدم إخفاء الحقائق:

وذلك بتقديم المعلومات الصادقة الامينة[4] إذا ان الأساس السليم في العلاقات العامة هو نشر الحقائق التي تهم الجماهير[5] حيث لا يمكن للعلاقات العامة ان تمارس عملها في ظل مستوى او اداء سيء، والا اصبحت الجهود المبذولة في ممارسة أنشطة العلاقات العامة عديمة الجدوى، فلا يجب ان تتعارض اهداف المؤسسة مع اهداف المجتمع.[6]

---

[1] احمد كمال احمد، مرجع سابق ص52

[2] محفوظ احمد جودة، مرجع سابق، ص26

[3] سمير حسن منصور، مناهج العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ص59

[4] محمد منير حجاب، سحر وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص46

[5] هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص41

[6] احمد محمد المصري، الإدارة الحديثة (الاتصالات –المعلومات –القرارات) مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004، ص42

5-تعاون المؤسسة مع المؤسسات الأخرى

يعتبر التعاون أحد أسس النجاح في أي عمل لذلك يجب على المؤسسة ان لا تهمل المؤسسات الأخرى وانا تخلق نشاطا تعاونيا معها خاصة في برنامج العلاقات العامة[1].

6_احترام راي الفرد:

يجب ان ترتكز فلسفة العلاقات العامة على مبدا الايمان بقيمة الفرد لاحترام حقوقه الأساسية، وان تراعي واجباته ومسؤولياته [2]

7_مساهمة المؤسسة في رفاهية المجتمع:

يجب ان تعمل إدارة المؤسسة على ان تكون مؤسستها عضوا نافعا في المجتمع تعمل على تقدم المجتمع ورفاهيته فالمشروع الناجح في النهاية هو الذي يعتمد تأييد الجماهير له، داخل المؤسسة وخارجها [3]

8_ ديناميكية العلاقات العامة:

فالعلاقات العامة يجب ان تقوم على أساس الاخذ والعطاء وعلى التلقي والاستجابة المباشرة والإيجابية لهذه الردود بشكل يحقق مصلحة كل الطرفين [4]

9_ العلاقات العامة وظيفة إدارية مستمرة ومخططة:

تحتاج الى ممارسة العملية الإدارية كالتخطيط، البحث العلمي، التنظيم، التنسيق، والتقييم شانها شان وظائف المؤسسة الأخرى [1]

---

[1] سمير حسن منصور، مرجع سابق ص 53

[2] منال طلعت محمود، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ،المكتب الجامعي الحديث ،الإسكندرية ،2002 ،ص30

[3] محمد عبد الفتاح محمد العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية،2006، ص45

[4] محمد جودة ناصر الدعاية والاعلان والعلاقات العامة، دار مجدلان للنشر والتوزيع، عمان،2008، ص227

العلاقات العامة هي علم قديم ظهر مع ظهور الانسان على سطح الأرض و تطور بفعل نمو علاقاته مع غيره و اتصاله مع المحيط الخارجي ، و في الوقت الاني أصبحت عنصر مهم في كل المؤسسات الاقتصادية و الصناعية و كذا الخدماتية و التي من بينها مؤسسة التعليم العالي التي أصبحت تعتمد على العلاقات العامة كوسيط بينها و بين جمهورها الداخلي و الخارجي ، فأخذت الجامعة تعمل بمبادئ العلاقات العامة التي رأت انها الأنجع لتطور علاقاتها مع جمهورها فان نجاح الجامعة يبدا من داخلها حيث انها اذا تفوق الطاقم الإداري من كل عناصر الجامعة بدءا من العميد الى حراس الامن بالتقاني في عملهم و الإخلاص له و تعاونهم مع بعض و تسهيل عملية الاتصال بينهم و بين الطلبة و الأساتذة و الإداريين فان هذا الانسجام الداخلي يعكس صورة خارجية جيدة للجامعة و يكسب جمهورها الثقة فيها ، فمثلا اذا كانت الاخبار التي تقدمها الجامعة ذات مصداقية و كذلك حتى الأساتذة اذا كانوا ذو كفاءات عالية و هذا ما يكسب ثقة الجمهور من جامعات أخرى للالتحاق بهذه الجامعة و يرفع من مستوى الجامعة الجزائرية بصفة عامة .

كما لا يخفى علينا ان الجامعة تلتزم بصفة عدم إخفاء المعلومات والحقائق سواء العلمية او البيداغوجية فمثلا إذا كانت تعاني من نقص ما عليها ان تعرف به وتسعى للقضاء عليه، او تتعاون مع مؤسسات اخرى التي يمكنها ان تساعدها حتى ان اختلف نشاطها، كأن تتعاون مع مؤسسة النقل لنقل الطلبة والأساتذة لولاية أخرى لحضور ندوات والمؤتمرات العلمية. ومن جهة أخرى يجب ان تمنح الجامعة لجمهورها حرية الراي والتعبير فيما يعيق نشاطهم الدراسي بالنسبة للطلبة والمهني بالنسبة للإداريين والأساتذة

[1] عبد الناصر احمد جردات، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، اليازوزي العلمية للنشر والتوزيع، عمان ،2009، ص25

فالجامعة عليها التحلي بصفة الحوار والاستماع لمشاكلها والاستجابة لها بمعالجتها من اجل تحقيق مصلحتها ومصلحة جمهورها وتحقيق الرفاهية في المجتمع لأنه لا شك في ان الجامعة هي مؤسسة علمية مهمة تخرج كفاءات عليا تحقق رفاهية وخدمة للمجتمع.

المطلب الثاني: وظائف العلاقات العامة:

-من المعروف ان العلاقات العامة في أي منظمة تهدف الى إنجاح دورها ومساعدتها في تحقيق أهدافها سواء كان ذلك من اجل إيجاد الفهم والتعاون من جانب الجمهور، من اجل ريادة اقباله على المنتجات سلعا كانت او خدمات فالعلاقات العامة تقوم بمجموعة من الوظائف الأساسية ويمكن تحديد أهمها فيما يلي:

1 – البحث: ويقصد به تلك الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الراي العام بين جماهير المنظمة سواء في الداخل او الخارج وتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية ووسائلها المختلفة بقياسات إحصائية دقيقة، وتتضمن وظيفة اجراء البحوث والدراسات جمع البيانات والمعلومات عن المنظمة وجمهورها[1].

2 – التخطيط: تعتبر عملية التخطيط من اهم العمليات التي تقوم بها المؤسسات ومختلف الهيئات الإدارية الحديثة، حيث تقوم برسم السياسات والاستراتيجيات قصيرة وطويلة المدى إضافة الى رسم البرامج الإعلامية التي تهدف الى تعريف وترويج وتسويق للمنتوجات التي تنتجها[2].

3 – التنسيق: هو العمل على الاتصال بالمسؤولين في الداخل وكذلك الاتصال بالمنظمات والافراد في الخارج، فيتصل الخبراء بالمديرين ورؤساء الأقسام وكبار الموظفين ويقدمون إليهم الاخبار والمعلومات والتوصيات المتعلقة بالعلاقات العامة والتي تؤثر على

[1] محمد فريد الصحن، العلاقات العامة بين المبادئ والتطبيق ،الدار الجامعية،مصر،2002-2003،ص13

[2] نفس المرجع، ص19

المنظمة ومن جهة أخرى، يقوم الخبراء بالاتصال بقادة الراي في الخارج كالمعلمين ورؤساء النقابات ورجال الاعمال وغيرهم.

4 – الإدارة: وهي تعني تقديم الخدمات لسائر الإدارات والاقسام ومساعدتها على أداء وظائفها المتصلة بالجماهير، فهي تساعد إدارة المستخدمين مثلا في اختبار الموظفين وتساهم في تدريبهم، النظر في وسائل تشجيعهم وترقيتهم[1].

5 – الإنتاج: تقوم العلاقات العامة بالمساهمة في عمليات الإنتاج بصورة مباشرة، وغير مباشرة إضافة الى الوظائف السابقة، فهي تعمل على زيادة الإنتاج وتسويقه ومعرفة البيانات اللازمة من مصادر الإنتاج، كما تقوم العلاقات العامة كقسم متخصص بتنظيم الحملات الإعلامية والاتصال بوسائل الاتصال المختلفة والمساهمة في اعداد النشرات المتعلقة بعمليات الإنتاج واهداف المؤسسة وتنظيم الزيارات والابواب المفتوحة والندوات والمؤتمرات [2]

تلعب العلاقات العامة وظيف هامة في مؤسسة الجامعة فهي تقوم بعدة مهام أساسية لتسهيل عملية البحث العلمي وتطوره وذلك بالقيام بعدة نشاطات وتنظيم ندوات وورشات عمل ومحاضرات واستقبال الوفود الطلابية التي تزور الجامعة، وغيرها من الأنشطة التي ترفع من المستوى والبحث العلمي للجامعة.

ومن المؤكد ان الجامعة تعتمد على تخطيط مسبق قبل البدا في أنشطتها، حيث تقوم بإعلام الطلبة خاصة الجدد منهم بكل ما يتعلق في أنشطتها بنظم ولوائح الجامعة، ونظام الدراسة وغيره من الأمور ذات الأهمية، وتنظيم حفلات التخرج وربط الطلبة المتخرجين

[1] محمد عبد الفتاح، مرجع سابق ص57.

[2] عبد الله محمد عبد الرحمان، سوسيولوجيا الاتصال والاعلام، دار المعارف الجامعية، مصر 2002، ص303

بالجامعة وربط الجامعة بالمجتمع المحلي، وذلك بالتنسيق مع عدة منظمات طلابية وجمعيات من المجتمع المدني وكذلك اجراء اتصالات مع المؤسسات والهيئات التعليمية في الداخل والخارج.

وتعتبر الإدارة التي تقوم بتقديم خدمات وامتيازات لجمهورها الداخلي والخارجي هي إدارة قوية بذاتها، فتنتج كفاءات عليا وتحقق نجاح عظيم في عملية الاتصال بين كل موظفيها اداريين وأساتذة ومن جهة أخرى طلبة لان هذه التسهيلات تعطي اريحية للتقاني في العمل.

المبحث الثالث: أنواع العلاقات العامة وخصائصها:

المطلب الثاني: أنواع العلاقات العامة:

-لقد تعددت معايير تقسيم العلاقات العامة حسب طبيعة الاتصال ونوع النشاط او وفق مجالات التطبيق او حسب نوع الجمهور وفي هذا الصدد سنتطرق الى أنواعها بصفة عامة:

1-العلاقات العامة التجارية: وتتمثل في العلاقات بين المنتج وكل من المورد والمستهلك وكذلك العلاقة بين الأقسام التجارية المختلفة.

2-العلاقات العامة الصناعية: العلاقة ين المؤسسة وعمالها ومحاولة تحسين هذ العلاقة لضمان استقرار العمل وضمان حق الطرفين.

3-العلاقات العامة السياسية: يبرز دورها في المؤتمرات الدولية ومحاولة التقرب والتفاهم بين الشعوب المختلفة بإقامة علاقة الصداقة والمودة[1].

4-العلاقات العامة الخارجية: يراقب المشروع بواسطة العلاقات العامة الخارجية ويأثر في الجمهور ويعمل على كسب عاطفته وحسن نيته على العلاقات العامة بالدرجة الأولى.[2]

5-العلاقات العامة البسيطة: هي التي يكون الاتصال فيها سهلا دون الحاجة لوسيط وذلك لان الجماهير التي تتصل بيها صغيرة ومحدودة وفي هذه العلاقات البسيطة نجد ان تبادل المعارف بين طرفين امر سهل وميسور بسبب سهولة الاتصال الشخصي بين الافراد.

---

[1] جمال مجاهد، العلاقات العامة، رؤية او نظرية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ،2005، ص71

[2] محمد مصطفى كمال، العلاقات العامة بين تكنولوجيا الاتصال والأزمات، إدارة عولمة اتخاذ القرارات، دار المذهل اللبناني، بيروت، 2012، ص34

6-العلاقات العامة المركبة: وهي العلاقات التي يتعذر فيها اتصال الطرفين اتصالا مباشر او يستلزم الامر وسائل الاتصال الجماهرية وهي المهمة التي اصبح يقوم بها اليوم خبراء ومتخصصون في العلاقات العامة[1]

المطلب الثاني: خصائص العلاقات العامة

للعلاقات العامة كغيرها من النشاطات لها العديد من الخصائص تتمثل فيما يلي:

*العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية بل تشكل عنصرا أساسيا في أنشطة المنظمات، فهي ضرورة تفرضها طبيعة المجتمع الحديث.

*ان العلاقات العامة وظيفة إدارية، فهي نشاط تمارسه كل إدارة وتستخدمه وجوبا في كل ما تقوله وتفعله.

*ان العلاقات العامة عملية اتصال دائم ومستمر بين طرفين اساسين هم المؤسسات والجماهير التي تتعامل معها سواء الداخلية للمؤسسة ام الخارجية وكلاهما مؤثر ومتأثر في نفس الوقت، ومن ثم فان العلاقات العامة تتسم بالديناميكية والحيوية والاستمرارية وقوة الفاعلية بين الطرفين[2].

*يجب على العلاقات العامة ان تضع من السياسات ما يعكس خدمة الصالح العام.

*القصدية: فالعلاقات العامة نشاط مخطط مرسوم لإحداث تأثير مرغوب في وقت محدد وأسلوب معين ومختار.

*العلاقات العامة هي همزة وصل بين فلسفة المشروع والجمهور، هذا الاتصال ضروري لجعل الجمهور يتفهم أنشطة المنظمة.

---

[1] العمراوي زكية، العلاقات العامة الصناعية، علم اجتماع التنمية ،قسم علوم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة،2003، ص73

[2] احمد محمد مصطفى، مرجع سابق،ص33

*تستهدف العلاقات العامة تحقيق الرضا العام، وكسب موافقة الجماهير، أي انها تدبر بمهارة الأسلوب التأثيري الصاعد والهابط من اجل احداث التكيف والتعاون والتوافق.

*ترتكز العلاقات العامة على حقيقة علمية هي ان الانسان اجتماعي بطبيعته ولا يمكن ان يعيش في عزلة عن المجتمع، والامر سواء بالنسبة للمؤسسات، فهي بدورها لا تستطيع ان تعيش في عزلة عن المجتمع.

*ترتكز العلاقات العامة على التخطيط الدائم وعلى الملاحظة العلمية وطرق البحث العلمي التي تساعد على التماس احتياجات الجماهير ودراسة آرائها واتجاهاتها وتحسس مشكلاتها.... ونقل هذه الدراسات بأمانة وصدق الى المستويات العليا.

*العلاقات العامة عملية تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية لأنها تتعامل مع كائنات إنسانية حية ذات طبائع مختلفة وتكوينات نفسية متغيرة.

*العلاقات العامة ليست نوعا من السحر يشفي العلل ويداوي العيوب، وليست وظيفة للدفاع عن أخطاء المؤسسة.... وانما السمعة الحسنة لا يمكن بناؤها الا مع الزمن وعن طريق الأداء الجيد والطيب أولا والاعلام الجيد عنه بعد ذلك.

*العلاقات العامة هي همزة وصل بين فلسفة المشروع والجمهور، هذا الاتصال ضروري لجعل الجمهور يتفهم أنشطة المنظمة[1].

*تستهدف العلاقات العامة تحقيق الرضا، وكسب موافقة الجماهير، أي انها تدير بمهارة الأسلوب التأثيري الصاعد والهابط من اجل احداث التوافق والتكيف والتعاون.

[1] احمد محمد مصطفى،مرجع سابق،ص35

*ترتكز العلاقات العامة على حقيقة علمية هي ان الانسان اجتماعي بطبيعته ولا يمكن ان يعيش في عزلة عن المجتمع والامر سواء بالنسبة للمؤسسات هي بدورها لا تستطيع ان تعيش في عزلة عن المجتمع.

*ترتكز العلاقات العامة على العامة على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية وطرق البحث العلمي التي تساعد على التماس احتياجات الجماهير ودراسة آرائها واتجاهاتها وتحسس مشكلاتها ...، ونقل هذه الدراسات بأمانة وصدق الى المستويات العليا.

*العلاقات العامة عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية لأنها تتعامل مع كائنات إنسانية حية ذات طبائع مختلفة وتكوينات نفسية متغيرة.

*تتصف العلاقات العامة بالشمولية فنشاطها لا يقتصر على ميدان دون اخر بل يمتد ليشمل كافة الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية ...الخ، وكافة المؤسسات بأشكالها وأنواعها، كما تخدم أصحاب الحرف والمهن المختلفة.

*العلاقات العامة جوهرها الاتصال بالمفهوم العلمي، فهي تستخدم وسائل الاتصال المختلفة لكي تنشر المعلومات والأفكار وتشرحها وتفسرها للجماهير.

* ترتكز العلاقات العامة على مبادئ أخلاقية لتدعيم وبناء الثقة بين المؤسسة وجماهيرها

* العلاقات العامة نشاط علمي قائم على التخطيط وهذا يعني انها ليست نشاطا عشوائيا وليست نشاطا وقتيا يبدا حين تقع المؤسسة في ازمة وينتهي بانتهاء الازمة وذلك لان أنشطتها طويلة المدى ونتائجها بعيدة الأثر[1].

[1] احمد محمد مصطفى، مرجع سابق ، ص54

المبحث الرابع: أهمية العلاقات العامة

المطلب الأول: أهمية العلاقات العامة

من المؤكد انه لم يتم دراسة العلاقات العامة عبثا بل نظرا تلعبه من أهمية سواء داخل المؤسسة او خارجها وفيما يلي سنتعرف على بعض العناصر التي تظهر أهمية العلاقات العامة:

* تستطيع الإدارة بواسطة العلاقات العامة ان تحدد المسؤولية لأوجه النشاط على التعاون بين الجمهور الذي له علاقة مباشرة بالمؤسسة

*مساعدة الإدارة العليا بتقديم تقارير مستمرة عن المتغيرات التي تحدث في اتجاهات الجماهير، ذلك لاتخاذ قرارات لمواجهة هذا التغيير، وانتاج وسائل الاتصال كالنشرات والخطب ودراسة تقويم الراي العام[1]

*تعد العلاقات العامة الوسيلة الفعالة لاطلاع الجماهير على اهداف المؤسسة، وانشطتها، وشرح سياستها، وكسب تأييد الراي العام عن طريق امداده بالبيانات والحقائق المطلوبة [2]

*تقوم بمهمة التنسيق بين إدارات المؤسسة المختلفة وبين جماهيرها[3]

* التوفيق في النفقات لان أجور العاملين في العلاقات العامة بالمؤسسة اقل من المكاتب الاستشارية[4]

ربما تتعدد النقاط والأفكار في أهمية العلاقات العامة الا انه الأهمية البالغة تكمن في انها تقوم بتسيير المؤسسة بشكل جيد بين جماهيرها الداخلية والخارجية وإعطاء صورة جيدة للمؤسسة مع تحقيق أهدافها.

---

[1] عبد الناصر احمد جردات، مرجع سابق،ص46

[2] هناء حافظ بدوي،مرجع سابق،ص48

[3] عبدالرزاف الديلمي، العلاقات العامة رؤية معاصرة، دار وائل والطباعة والنشر، ط1،عمان ،الأردن،ص34

[4] منال هلال المزاهرة، إدارة العلاقات العامة وتنظيماتها، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،ط1، الأردن،2015،ص34

المطلب الثاني: اهداف العلاقات العامة:

مما لاشك فيه ان أجهزة العلاقات العامة تستطيع ان تجد لنفسها جملة من الأهداف تساعد فيها المجتمع على مواجهة التحديات، و من المعروف ان العلاقات العامة تسعى لإقامة علاقات طيبة مع جمهورها الداخلي و الخارجي، و فيما يلي سنتعرف على بعض الأهداف الأساسية للعلاقات العامة:

* تسعى العلاقات العامة الى تحقيق التفاهم والتوافق بين المؤسسة وجماهيرها وبين عناصر المجتمع والتنسيق بين مصالحها[1]

*معرفة اراء الجمهور واحتياجات العاملين في المؤسسة من الناحيتين الثقافية والترويجية، او استحقاق المكافئات والعمل على مساعدتهم في حل مشاكلهم وتشجيعهم على المساهمة في النشاطات الفكرية والاجتماعية[2]

*يعتبر كسب ثقة الجمهور الخارجي من اهم اهداف وأنشطة العلاقات العامة فعلى أي مؤسسة ان تقوم بتحديد اهم الجماهير المتصلة بها، ثم تسعى بعد ذلك الى تدعيم علاقاتها والعمل على ارضائهم بما يحقق الفائدة لجميع الأطراف[3]

* اعلام الجمهور بنشاط المؤسسة وأهدافها الأساسية لكسب تعاونه[4]

*المساهمة في نجاح المؤسسة، في كل ما من شانه ان يسهم في بناء سمعة طيبة لها[5]

* التعرف على متطلبات جماهير المنظمة ورفعها الى الإدارة العليا ومحاولة ربط الإدارة بالعاملين بعلاقات وطيدة، وخلق روح التفاهم وتدعيم العلاقات الأساسية بين مجموع العاملين بالمنظمة[1]

---

[1] محمد جاسم فلحي الموسري، بحث بعنوان العلاقات العامة في المكتبات ومراكز المعلومات، المجلة الأكاديمية العربية المفتوحة،2001،ص83

[2] تامر البكري، اتصالات التسويق والتوزيع، دار الحامد للنشر، ط1، مصر،2006، ص40

[3] احمد محمد المصري، مرجع سابق، ص22

[4] علي الباز، العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والراي العام، مكتبة الاشعاع، الإسكندرية، 2002، ص27

[5] سلوى عثمان الصديقي، ابعاد العملية الاتصالية، رؤية نظرية وعملية واقعية، المكتب الجامعي الحديث،1999، ص261

*كسب ثقة الجمهور الداخلي، فالعلاقات العامة تبدأ من الداخل ويبرز دورها في تنمية الشعور بالانتماء للمؤسسة والاستقرار الوظيفي والمسؤولية الاجتماعية لدى المواطنين، ومساعدتهم على تحمل المسؤولية وفي رسم السياسة العامة للمنظمة وحل مشاكلها[2]

*العمل على استمرار الاتصالات بين المؤسسة وجمهورها، مع التصدي لأي محاولة لهدم هذه العلاقة، فهي تدوير للجماهير قبل محاولة التأثير فيهم[3]

ان المشتغلين بمجال العلاقات العامة يلتمسون أهميتها في الجامعة ككيان اداري، او كممارسة علمية لكن الاختلاف على مكانتها، يتمثل في صلتها بالإدارة العليا، ووضوح مركزها فهي تعتبر وسيلة لعلاج المشكلات الإنسانية بين افراد الجامعة، وتعمل كذلك على جمع المعلومات وتحليلها ووضعها في خدمة أصحاب القرار في المؤسسة.

كما تعمل العلاقات العامة داخل الجامعة على ابراز اهداف المؤسسة الحقيقية، واكتساب ثقة ومحبة الجمهور وتركز على دور الإدارة فعي العنصر الأساسي لأنها تنظم عمل الموظفين داخل الجامعة.

ومما لا شك فيه ان العلاقات العامة تهدف الى رفع مستوى الخدمة داخل المؤسسة وكذا خلق صلات طيبة و تكوين سمعة حسنة و هي تتميز بانها اتصال ذو اتجاهين، لغرض احداث التجارب الفعال من خلال الاهتمام برغبات و امال ووجهة نظر الجماهير، و نقلها لإدارة المؤسسة من جهة، و من جهة أخرى نقل اهداف و خطط و نشاط المؤسسة الى جمهورها سواء كان الداخلي أساتذة، طلبة، موظفين او الخارجي و الذي يتعامل مع الجامعة

كما تسعى الاشراف على الندوات والمؤتمرات ورفع الروح المعنوية للعاملين وتلبية مطالبهم واحتياجاتهم.

---

[1] بدر عبد الله، المؤتمر الأول للعلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الرسمية، جامعة الكويت، ط1 ،1995، ص55

[2] مجمد فريد الصحن، مرجع سابق، ص42

[3] احمد محمد المصري، مرجع سابق، ص74

خلاصة الفصل:

ومن هذا المنطلق اتضح لنا ان المؤسسات لا تستطيع بمعزل عن الجمهور وعن المجتمع المحيط بها، فكلاهما يحتاج للأخر كعنصر أساسي، فلابد من وجود علاقات بينها بحيث تحدد وظيفة كل طرف منهما، وبدون هذه الصلات الجيدة بين المؤسسات وجمهورها المتصل بها سواء الداخلي ام الخارجي لا يمكن لهذه المؤسسات ان تضمن لنفسها الاستقرار وخاصة اذا كبر حجمها في قطاع ما هنا تعمل جاهدة على تحسين صورتها ونشاطاتها وبرامجها وبذلك كسب ثقة جمهورها.

الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد:

1: المبحث الأول :مفاهيم حول مواقع التواصل الاجتماعي.

2: المبحث الثاني :نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

3: المبحث الثالث :اثار شبكات التواصل الاجتماعي.

خلاصة الفصل.

الفصل الثاني :شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد:

لقد أصبحت شبكة الانترنت الان واحدة من بين اهم المصادر الغنية بالمعلومات التي يرجع اليها الكثيرون في شتى المجالات و التخصصات واصبح من السهل بل من المؤكد ان نستطيع إيجاد ما نريده من معلومات او بيانات او صور وفي ظل الثورة التكنولوجية الحاصلة والتهاطل المعلوماتي وبعدما اقتصرت العديد من المؤسسات وعلى راسها مؤسسات التعليم العالي على اختلاف أنشطتها على موقع الانترنت لضمان التواجد الالكتروني وبعد ما كانت المعلومة مسيرة من طرف واحد في كتف وسائل التواصل الاجتماعي التقليدية المعرفة ''التلفزيون' 'الصحافة'' الى حد ما تحررت بشكل ملحوظ جدا في احقاب ظهور مواقع التواصل الاجتماعي او ما يسمى بالإعلام الجديد، حيث ان الاستخدام المتطور للتكنولوجيات الحديثة أدى الى تطور في العملية التعليمية، حيث تمكن المتعلمين من الوصول إلى معلومات وخبرات وتجارب تعليمية يصعب الوصول إليها بطرائق أخرى، وباستخدام هذه التكنولوجيا تزداد فرص التعليم والتعلم، وتمتد إلى أبعد من نطاق الجامعات؛ وبالتالي فإن توظيف هذه التكنولوجيا عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في زيادة التواصل بين الأفراد، وتبادل المعلومات فيما بينهم.

وسنتناول في هذا الفصل أربع مباحث، كل مبحث مقسم الى مطالب وسنتطرق باختصار الى مفاهيم عامة حول مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها، بالإضافة الى إيجابيات وسلبيات هذه الأخيرة، وفي الاخير الخروج بأمثلة توضيحية لهذه التأثيرات الإيجابية والسلبية

المبحث الأول: مفاهيم حول شبكات التواصل الاجتماعي

سنتطرق في هذا المبحث الى مطلبين نحاول من خلالهما التطرق لمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشاتها.

المطلب الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

هناك عدة تعاريف لمصطلح شبكات التواصل الاجتماعي ومن بين هاته التعاريف:

-**الموسوعة البريطانية تعرفها**" : بأنها مواقع مجتمعية تشاركية يتشارك فيها أعضائها في الحياة الاجتماعية والتواصل الاجتماعي لإقامة روابط اجتماعية وثيقة، حيث يتم التفاعل بينهم عبر قنوات اتصال مختلفة تتمثل في الرسائل الفورية، مشاركة المعلومات وبعض وسائل الاتصالية لأخرى ليعبر كل فرد ما بداخله بحرية دون قيود مفروضة عليه.

وعرفها الاتحاد الأمريكي للتسويق " بانها تلك الشبكات الاجتماعية المتاحة على الويب والتي

تمهد الطريق للأفراد والجماعات في إنشاء حساب شخصي لهم ومشاركته بن الأعضاء الآخرين، بحيث يقع على عاتق الشبكة إتاحة سبل مختلفة للمستخدمين مكنهم من التواصل عبر الرسائل الفورية، غرف الدردشة، البريد الإلكتروني، المدونات، مشاركة الملفات، وملفات الفيديو جماعات النقاش ... إلخ[1]"

تعرفها هبة محمد خليفة" بأن مواقع الشبكات الاجتماعية الموجودة بالفعل عل الانترنت تهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم البعض ويمكن أن تشمل هذه المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة تبادل الملفات مجموعات النقاش البريد الالكتروني المدونات[2] ."

---

[1] محمد طارق هارون الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية ،دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة ط1 ،مصر، ،2017،ص46

[2] خليفة، هبة محمد، مواقع **الشبكات الاجتماعية**، ماهي؟، منتديات اليسر،

http//www.alyasseer.net

كما يعرفها محمد عواد بانها'' تركيبة اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من افراد او جماعات او مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد باسم العقدة node بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين او الانتماء لشركة ما او حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم وقد تصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي او المعتقدات او الطبقة التي ينتمي اليها الشخص[1]

كما يعرف بريس preece ومالوني كيشمار krichmar maloney "مواقع التواصل الاجتماعي على انها: '' مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عددا من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج'' [2]

–وعليه ومن جملة التعاريف السابقة فإننا نستخلص ان شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن مواقع عبر الانترنت تتيح فرصة التواصل والتفاعل للأفراد فيما بينهم وخلق علاقات كل حسب طبيعتها في مختلف المؤسسات فمثلا تستعملها الجامعة من خلال انشاء صفحة على مواقع من المواقع مثلا "فايسبوك" لبناء علاقات طيبة تمثل صورتها لجمهورها سواء الداخلي او الخارجي

المطلب الثاني: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.

تتمتع الشبكات الاجتماعية بعدة خصائص تميزها عن باقي التطبيقات والمواقع المتوفرة على الشبكة العنكبوتية ومن بين اهم تلك الخصائص نذكر ما يلي:

بتاريخ 2020/06/20 على الساعة إليه الولوج تم ، NB/showThread. PHP =17775. 19.41

[1] سلطان خلف المطيري ‘شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الامن المجتمعي ‘رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل درجة الماجيستر ‘منشورة ‘كلية العلوم الاستراتيجية ‘جامعة نايف العربية للعلوم الاستراتيجية ‘الرياض.2015‘ص9

[2] مريم نريمان نومار‘استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية. (دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر) مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في علوم الاعلام والاتصال. تخصص اعلام واتصال الحديثة. الجزائر.2012.2011ص44

***التفاعلية Interactivité:** حيث تسعى الشبكات الاجتماعية الى تحقيق التفاعلية وتجسيدها في أوساط مستخدميها لضمان الاستمرارية بينهم، حيث تشجع مساهمتهم وردود افعالهم بحيث انها تمس الخط الفاصل بينهم كجمهور وبين وسائل الاعلام ويطلق على تلك الممارسات بالتبادلية او التفاعلية.

***تكوين مجتمع افتراضي:** تسمح هذه المواقع انشاء علاقات وصداقات افتراضية حيث يتبادلون فيها اهتماماتهم ولديهم نقاشات حول مواضيع مشتركة أيضا، وتسمح للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقعها الخاصة للتواصل بسرعة وفعالية ثم تتسع دائرة الاهتمامات ومشاركتها على الصعيد العالمي كالهوايات مثل التصوير الفوتوغرافي، او قضية سياسية او متابعة تداعيات وبرنامج تلفزيوني ما او من اجل التعلم او قضايا سياسية وبالفعل يصبح العالم كقرية صغيرة[1].

***قلة التكلفة:** ان التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فعلى الصفحة الرئيسية للفايسبوك مكتوب مجاني ويبقى مجاني[2].

***اللاتزامنية:** اتاحت شبكات التواصل الاجتماعي فرصة استقبال الرسائل في وقت مناسب للفرد دون شرط استخدام النظام في الوقت نفسه فعلى سبيل المثال يمكن ارسال رسالة عبر البريد الالكتروني دون الحاجة لوجود مستقبل الرسالة

***الكونية او العالمية:** تمتلك شبكات التواصل الاجتماعي بيئة اتصالية عالمية غير مقيدة بأي حواجز او حدود فهي الغت الحدود الجغرافية والقيود على تدفق المعلومات، حيث

[1] خالد يوسف غسان المقدادي ‘ثورة الشبكات الاجتماعية ‘ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها على الوطن العربي والعالم ‘دار النفائس للنشر والتوزيع ‘ط1‘الأردن‘2011‘ص27

[2] حسين محمود هتيمي،العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ،دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1 ،الأردن. عمان‘2001،،ص86

أصبح بإمكان الفرد بمجرد الاشتراك في هاته الشبكات ليتلقى دروس ويرسل المعلومات التي يريدها في أي مكان [1]

***السهولة:** وهي من اهم الأمور التي ساهمت في انتشار مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها فيمكن لأي شخص ذو مستوى عادي او بسيط ان ينشأ ويسجل بأحد المواقع والشبكات خاصة وأنها مجانية.

***الارتباط:** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بترابطها مع بعضها البعض فهي اذن شبكة مترابطة عبر الروابط والوصلات والتي توفرها تلك الشبكات والتي تسمح بالولوج ضمن شبكات ومواقع أخرى للتواصل الاجتماعي وكمثال، خبر ما في مدونة ما يعجبك فترسله الي صديق من معارفك على الفاسبوك مثلا وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات وتداولها[2]

ومن خلال ما سبق اذا اردنا ربط احد او كل العناصر بمؤسسات التعليم العالي فنجد جلها موجود ' فالجامعة أصبحت تستخدم هذه المواقع لأغراض عديدة أهمها إدارة سمعتها وزيادة مصداقيتها و تكوين و تحسين صورتها وفي هذا السياق نجد ان الجامعة خصصت هذا الموقع لسهولة استخدامه كذلك كونه شبكة عالمية ومجانية يمكن لأي شخص الولوج اليها واستعمالها وأيضا من خلال هذا الموقع يمكن لجميع الأساتذة والطلبة والطاقم الإداري التواجد في نفس المنصة وطرح نفس الانشغالات 'وأصبحت هذه الصفحة توفر العديد من الميزات كتوفير الجهد والوقت للطلبة والأساتذة في الكثير من الأحيان فهي توصل كل المعلومات والاعلانات الرسمية ي في كل الأحوال والظروف من طرف القائمين عليها لتفيد من له علاقة بذلك.

[1] سميرة شيخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، جامعة دمشق ا لمجلد السادس والعشرون، العدد الأول والثاني، سوريا، 2010، ص446.

[2] مريم نريمان نومار، نفس المرجع ص54.

المبحث الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

شهد العالم قفزة نوعية في مجال الاتصالات والانترنيت بشكل عام وفي مجال مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها وخصائصها بشكل خاص، حيث أصبح المجتمع رقميا بامتياز فلا تكاد تجد شخصا لا يملك حسابا في موقع تواصل اجتماعيٍّ معين، فصلا عن تلك المواقع التي راجت وانتشرت بشكل ملفت جدا، وقد تعددت وتنوعت هذه المواقع التي يتواصل من خلالها الناس، وفيما يلي سنورد في هذا المبحث مطلبين الاول سنتحدث فيه بإيجاز عن بدايات ظهور هذه المواقع الخاصة بالتواصل الاجتماعي، ثم سنعرّج على بعضٍ من الشائع من أنواعها أيضا في ظل عددها الكبير بين الشهير وغير المتداول بشكل واسع كذلك.

المطلب الأول: نبذة تاريخية عن مواقع التواصل الاجتماعي.

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع Degrees Six.comعام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص .وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل بين الأصدقاء، وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما يوجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدرجها لمالكيها وتم إغلاقها .وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999و2001، وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 مع بداية العام ظهرت Friendsterالتي حققت نجاحا دفع جوجل إلى شرائها سنة 2003، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا Skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة2007 شبكة وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع .ومع بداية

عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع "ماي سبيس "الأمريكي الشهير، ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم. ومعه منافسه الشهير "فيس بوك" والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع "ماي سبيس" حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير. ويعتقد ان عددهم حاليا يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم [1]

بعد ظهور العديد من شبكات التواصل الاجتماعي وعلى غراراها الفايسبوك استفادت العديد من الجامعات من صفحة رسمية لها عبر موقع الفايسبوك ‘فمثلا في جامعة يحي فارس بالمدية انشات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية كغيرها من الكليات الاخرى صفحة خاصة بها في 27 جانفي 2017. كان هذا بعيدا نوعا ما عن تاريخ ظهور الفايسبوك لكن لم يمنعها من تمثيل الكلية وتقديم صورة حسنة عنها ونقل الاحداث والتعليقات والآراء المختلفة فهي تقدم كل ما له علاقة بها وبجمهورها على صفحة الفايسبوك.

المطلب الثاني: نماذج من الشبكات الاجتماعية :

هناك الالاف من مواقع التواصل الاجتماعي التي تعمل على الصعيد العالمي، حيث تتعدد هذه الشبكات فهناك ما يجمع اصدقاء الدراسة واخرى أصدقاء العمل بالإضافة الى شبكات التدوينات المصغرة، ومَن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي ما يلي:

***ماي سبيس** :My space–تأسس العام 2003 م، مؤسسه توماس أندرسون، وهو تطبيق يقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في التطبيق، ويمكن المستخدمين من نشر الصور، وكتابة المدونات، ونشر الموسيقى ومقاطع الفيديو وكذا إرسال الرسائل.

[1] ماهر عودة السمايلة، محمود عزت اللحام ‘مصطفى موسى كافي ،الاعلام الرقمي الجديد،دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1 ،عمان ‘2015‘ص200–201

* **الفايسبوك :Facebook**–ويعتبر من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، تأسس عام 2004م من قبل مارك زوكربيرغ، وايدواردو سافرين، وكريس هيور وأندرو ماكولوم، وداستن موسكوفيتز، ومقره الرسمي في الولايات المتحدة الأمريكية بولاية كاليفورنيا، ويتفرّع من موقع الفيسبوك مواقع وتطبيقات كموقع انستغرام وتطبيق ماسنجر بأكثر من سبعين لغة.

***فليكر Flickr:** تأسس عام 2004م، ومالكه هو"ياهو"، ويتواجد بعدة لغات، وهي: الإنجليزية، الكورية، الصينية، الإيطالية، الفرنسية، البرتغالية والإسبانية، وهو موقع لمشاركة الفيديو والصور، ويقوم على حفظها وتنظيمها، ويعد موقعا من مواقع المشهورة التي تشارك الصور الشخصية ومواقع هواة التصوير على الأنترنيت.

***الواتس اب:** هو تطبيق مجاني يقوم باستخدام الانترنت، للتمكن من التواصل مع الاخرين، من خلال ارسال واستقبال المكالمات، والصور، ومقاطع الفيديو، وحتى الرسائل الصوتيّة بكلّ بساطة، وسهولة، وسرية، وموثوقية، وتم تصميم هذا التطبيق عام 2009م من قبل براين أكتون وجان كوم، وبمساعدة مبرمج روسي من موقع (RentACoder.com)، وقد وصل مستخدمي هذا التطبيق في عام 2017م حوالي 1.2 مليار مستخدم نشط بشكلٍ شهريّ، حيث يرسلون يومياً نحو 50 مليار رسالة، وأكثر من 3.3 مليار صورة، و80 مليون صورة متحركة، الأمر الذي يجعله التطبيق الأكثر شيوعاً للوسائط المتعددة، ويراعى تحديث التطبيق بين الحين والآخر؛ فقد تتوقف بعض الميزات عن العمل في أي وقت.

***الفايبر :Viber**–تأسس العام 2010 م، ونظام تشغيله متعدد المنصات، ويقوم بتوفير المراسلة الفورية واجراء المكالمات، وارسال رسائل سواء كانت مكتوبة، أو فيديو، أو صور، أو صوت بشكل مجاني[1].

[1] سميحة ناصر خليف ،مقال بعنوان: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي ،على موقع www.mawdo3.com تاريخ تحديث المقال 11ماي 2020على الساعة 1.32 ،تاريخ الولوج اليه 2020/06/20 على الساعة 23.05

***اليوتيوبYouTube** :تم إنشاء موقع اليوتيوب في شهر فيفري سنة 2008 بواسطة ثلاثة موظفين وهم ستيف تشن، تشاد هيرلي وجاويد كريم ويعملون في شركة pay pol المتخصصة في التجارة الالكترونية، وتم تصنيف الموقع كأحد مواقع التواصل الاجتماعي لأهميته التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات بشكل كبير واستقبال التعليقات عليها، ويعتبر موقع اليوتيوب أهم مكان في شبكة الانترنت لمشاركة الفيديو مجانا، واستطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يحمل عليه يوميا العديد من الأفلام من حول العالم لنقل حدث غريب أو مضحك أو هام، ويحظى الموقع بدرجة اهتمام ومتابعة شديدة من قبل الشباب[1]

***الويكيWik** : هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها، حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية، أشهر هذه المواقع، موقع Wikipediaوهو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم. كلمة الويكي Wikiبلغة شعب جزر هاواي الأصليين تعني: بسرعة، أما بلغة التكنولوجيا فهي تعني نوع بسيط من قواعد البيانات التي تعمل في شبكة الأنترنت. وفي لعام 1885 م قام كل من وارد كننغهام وبوليوف بإنشاء أول موقع ويكي وهو"WikiWikiWeb " والذي شكل مجتمعا متعاونا مفتوحا للجميع، حيث يمكن لأي شخص أن يشارك في تطوير وزيادة محتويات الموقع، منذ ذلك الوقت وحتى اليوم ظهرت برامج ويكي كثيرة واعتمدت الكثير من المواقع لعلى هذه البرامج والهدف هو تبسيط لعملية المشاركة والتعاون في تطوير المحتويات إلى أقصى حد ممكن.

***موقع تويترTwitter** :ظهر هذا الموقع في عام 2008 وتم أخذ تسميته من مصطلح تويت والذي يعني التغريد واتخذ من شكل العصفور رمزا له هو عبارة عن خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 100 حرف للرسالة الواحدة ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات من خلال ظهورها

[1] مريم نريمان نومار ،مرجع سابق ،ص64

على صفحاتهم الشخصية او في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الالكتروني ،كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة RSS عبر الرسائل النصية SMS كما يوفر خدمات عديدة كإرسال الأخبار الهامة جدا والسريعة والمحيطة به كالاستغاثة والإبلاغ عن حادث مهم جدا، ومعرفة كل نشاطات أصدقائهم، ويقدم موقع تويتر تعريفا مختصرا له "خدمة تساعد الأصدقاء وافراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة

الاتصال بعضا ببعض، عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو :ماذا تفعل الآن؟"[1]

بعد عرضنا لأكثر من موقع على شبكات التواصل الاجتماعي. سنسلط الضوء على مؤسسات التعليم العالي التي تعتمد اليوم معظمها على صفحة على الفايسبوك وهذا يعود غالبا لما ذكرناه سابقا من خصائص تتيح للمتابع فرصة التواصل فنجد مثلا في جامعة يحي فارس بالمدية أربع كليات كل كلية تملك صفحة رسمية خاصة بها تتواصل بها مع طلبتها واساتذتها وكل من له علاقة بها ويريد معرفة او تتبع غموض فيها. فهذه الصفحات تهدف الى خدمة الطلبة والباحثين على حد سواء وذلك لتحسين العلاقات وتطويرها وتخطي العديد من العقبات التي تعرقل الاتصال بين الجامعة وجمهورها.

[1] نسرين حسونة ،الاعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف ،شبكة الالوكة ، WWW.alukan.net/culture/0/67973،تاريخ الولوج اليه 2020/06/22 على الساعة 14.00

المبحث الثالث: اثار شبكات التواصل الاجتماعي:

لمواقع التواصل الاجتماعي اثار إيجابية واخرى سلبية فاستعمال أي تكنولوجيا اليوم له سلبيات وايجابيات وفيما يلي نوجز العديد منها:

المطلب الأول: الاثار الإيجابية:

تتمثل الاستخدامات الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي فيما يلي:

***الاستخدامات التعليمية:**

إن الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الإلكتروني وتعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب للتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي.

***الاستخدامات الحكومية:**

اتجهت كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، ومسايرة للتقنية الحديثة، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول. ويمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد وتأكيدها، ونشر التعليمات والإجراءات، والتواصل مع المسؤول مباشرة، وإبداء الملاحظات والمقترحات

***الاستخدامات الإخبارية والدعوية:**

أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالباً، ولاستخدامات

سياسية أو دعائية هذا بالإضافة إلى كونها فتحت الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين من مسلمين وغير مسلمين باختلاف لغاتهم وأجناسهم وبلدهم

المطلب الثاني: الاثار السلبية:

للشبكات الاجتماعية سلبيات عديدة نذكر منها

***بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة المفسدة:**

وهذا البث يحدث خللا امنيا وفكريا، وخاصة ان أكثر رواد الشبكات الاجتماعية من الشباب، مما يسهل إغراءهم، وإغواءهم، بدعوات لا تحمل من الإصلاح شيئًا، بل هي للهدم، والتدمير، وقد يكون وراء ذلك منّظمات وتجّمعات، بل ودول لها أهداف تخريبية

***عرض المواد الإباحية والخدشة للحياء:**

إن مسألة الإباحية الخلقية، والدعارة، من المخاطر العظيمة على المجتمعات القديمة والمعاصرة ويؤكد ذلك قول الرسول الله –صلى الله عليه وسلم–: "ما تركت بعدي فتنة هي أخطر على الرجال من النساء". لقد ذكرت وزارة العدل الأمريكية في دراسة لها أن تجارة الدعارة، والإباحية الخلقية، تجارة رائجة جدا، يبلغ رأس مالها ثمانية مليار دولار، ولها أواصر وثيقة تربطها بالجريمة المنظمة. وتجارة الدعارة تشمل وسائل عديدة: كالكتب، والمجلات، وأشرطة الفيديو، والقنوات الفضائية الإباحية، والإنترنت. وتفيد الإحصائيات الاستخبارية الأمريكيةFBI ان تجارة الدعارة هي ثالث أكبر مصدر دخل للجريمة المنّظمة بعد المخدرات والقمار.

***التشهير والفضيحة والمضايقة، التحايل، والابتزاز، والتزوير.**

وهي أخلاقية تظهر على الشبكة العنكبوتية بشكل عام، لسهولة التدوين، والتخفي، على الشبكة، وهي أخلاقيات لا تحتاج بالضرورة إلى معرفة تامة بالبرمجة، والبرمجيات، ولا تستند في الغالب العام إلى مستند شرعي حقيقي، فلا يحتاج صاحبها للتدليل أو التعليل أو الإثبات، كل هذا تقابله أنظمة، وقوانين، لا تملك الرد الرادع لمثل هذه التصرفات.

والابتزاز قد يكون أخلاقيا بصور، أو مقاطع فيديو خاصة، وهي من أكثر صور الابتزاز على الشبكات الاجتماعية، وقد يكون مالياً من قبل أشخاص، أو من قبل عاملين في مؤسسة، أو شركة خاصة، عند ترك العمل، أو الفصل، فقد تكون بحوزته معلومات، فيساوم صاحب المؤسسة، أو الشركة على تلك المعلومات.

والتزوير من أكثر جرائم نظم المعلومات انتشاًرا على الإطلاق، ويتم التزوير في صور شتى، منها على سبيل المثال إدخال بيانات خاطئة، أو تعديل بيانات الموجودة، وتزوير البيانات الخاّصة للشخص مثل الجنس، أو العمر، أو وضع صورة مخالفة للواقع .

***انتهاك الحقوق الخاصة والعامة.**

الخصوصية الشخصية الخاصة، أو الخصوصية الاعتبارية للمواقع، من الحقوق المحفوظة، والتي يعتبر الاعتداء عليها جرًما يستحق صاحبها العقاب والتجريم، وقد أدى انتشار الشبكة وبخاصة الاجتماعية، بما تحمله من خصوصية اجتماعية، للشخص والمواقع، إلى سهولة هتك ستار الحقوق والتلاعب بها، إّما بالتعطيل، أو التغيير، أو بالاستغلال السلبّي لها ولمعلوماتها. وانتهاك الخصوصية،[1]

***انتحال الشخصيات:** تبقى مجهولة المصدر الحقيقي خلف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا إلى مستخدميها في الابتزاز وانتحال الشخصية ونشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة، أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف[2]

– ولكل شيء إذا ما تم نقصان فالبرغم من ان الشبكات الاجتماعية وعلى راسها الفايسبوك اتاحت الكثير من الفرص وفتحت الكثير من المجالات للاهتمام بانشغالات

[1] سلطان مسفر بن مبارك الصاعدي، **مواقع التواصل الاجتماعي خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة لتعليمية،** المملكة العربية السعودية، المدينة المنورة،2011ص25

[2] محمد عجم، الانترنيت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب، عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11704، 10 ديسمبر 2010. ص12.

الطلبة وفتحت الجامعة أوسع الأبواب للتعامل مع جماهيرها وتحسين العلاقات معهم، الا ان بعضهم يضن ان كلمة فايسبوك تعني فضاء انتحال الشخصيات والتلاعب بالناس والتدخل في خصوصياتهم وتضيع الوقت وغيرها الكثير.

خلاصة الفصل:

إن التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال وخاصة مواقع الشبكات الاجتماعية غيرت أنماطا عَديدة في حياة الافراد فكل موقع أو شبكة اجتماعية تحاول اغراء وجذب مستخدميها من خلال الخدمات التي تقدمها لهم ومحاولة تطوير وتحسين شَبكاتها بشكل مستمر ومتواصل هذا ما أدى إلى انغماس الأفراد في استخدام هذه اَلشبكات وعدم القدرة على التخلي عنها إذ أصبحت ضرورة لا يمكن الاستغناء عليها فَي الكثير من المؤسسات وعلى راسها الجامعة وذلك للخدمات الفريدة والمتواصلة التي اتاحت ووفرت لهم العديد من الجهد والوقت .

الفصل الثالث:

فعالية العلاقات العامة من خلال الفايسبوك في صفحة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمدية

الفصل الثالث: فعالية العلاقات العامة من خلال الفايسبوك في صفحة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمدية:

تمهيد:

تحاول جامعة يحي فارس بالمدية مثلها مثل باقي جامعات الوطن الى ان تكون منارة للعلم والثقافة وتكوين إطارات يكون لهم الفضل في بناء المجتمع وازدهاره، وكذا تقديم كفاءات عالية في شتى التخصصات، ومواكبة التطور التكنولوجي خاصة في مجال الرقمنة فقد سعت الحاجة الى ان تكون هناك صفحة رسمية لمختلف الكليات بجامعة يحي فارس على الشبكة العنكبوتية تكون بمثابة واجهتها وصورتها على هذه الشبكة ، كما تساعدها على التواصل مع مختلف جماهيرها سواء داخل الجامعة او خارجها ، ويعتبر الطلبة من اهم هذه الجماهير.

ولقد تطرقنا في هذه الدراسة النظرية الى تقديم بطاقة فنية عن جامعة المدية والصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية على الفايسبوك، ثم عرض البيانات وتحليلها كذلك التعليقات على الصفحة وذلك من خلال الإجابة عن تساؤلات الدراسة واستخلاص نتائج الدراسة.

- بطاقة فنية عن جامعة المدية والصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية عبر الفاسبوك:

لم تكن جامعة يحي فارس بالمدية في بداياتها جامعة كما هي اليوم، وانما كانت عبارة عن معهد وطني ذات تخصص واحد حيث كان اسمه المعهد الوطني لعلوم المهندس و كان عدد الطلبة الوافدين اليه في العالم اليه لا يتجاوز 200 طالب و عدد الأساتذة الدائمين فيه لا يتعدى العشرة، و نظرا للظروف الصعبة التي املتها الزيادة المرتفعة في عدد الناجحين في شهادة البكالوريا مقارنة بنقص الهياكل و الإمكانيات لاستقبال الكم المتزايد من الطلبة في المقاعد البيداغوجية وكذا مشكل الإقامة بالنسبة للطلبة البعيدين عن مقر سكناهم ،إضافة الى تزايد نسبة المتحصلين على شهادات الدراسات العليا، كل هذا دفع بالمسؤولين الى ضرورة احتواء هذه المشاكل و ذلك بتوفير عدد من المقاعد البيداغوجية للقضاء على الاكتظاظ الذي تعاني منه الجامعات و كذا توفير مناصب شغل جديدة لذوي الشهادات العليا للاستفادة من مستواهم و خبرتهم.

وكان انطلاق التعليم العالي بالمدية خلال الموسم الدراسي 1989/1988 وهذا من خلال تحويل المعهد الوطني لعلوم المهندس الي المعهد الوطني للتعليم العالي والالكتروني تقني بمقتضى المرسوم رقم 89/48 المؤرخ في 11 افريل 1989م لأجل تكوين اولي في:

-جذع مشترك تكنولوجيا

-تكوين في المدى القصير في الالكتروتقني.

وهكذا تعددت الشعب والتخصصات وازداد عدد الطلبة في المعهد الوطني للتعليم العالي الى مركز جامعي في شهرجويلية2000 بمقتضى المرسوم رقم 198-2000 المؤرخ في 25 جويلية 2000، وازداد تطورا حيث عرف المركز فتح أربعة معاهد

-معهد العلوم والتكنولوجيا.

-معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

-معهد العلوم القانونية والإدارية.

-معهد الآداب واللغات.

وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-11 المؤرخ في 7محرم 1430الموافق ل4 جانفي 2009 المتضمن انشاء جامعة المدية، حدد عدد الكليات التي تتكون منها جامعة المدية و اختصاصاتها كما يلي:

-كلية العلوم والتكنولوجيا

-كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية

كلية الحقوق

وبموجب المرسوم التنفيذي رقم13 -403 المؤرخ في 27 محرم 1435 الموافق ل1 ديسمبر 2013 المعدل والمتمم للمرسوم رقم 90-11 المؤرخ في 7 محرم 1430 الموافق ل 4 جانفي 2009، تم تحديد عدد الكليات المكونة للجامعة واختصاصاتها كما يلي:

-كلية الآداب واللغات.

-كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

-كلية العلوم والتكنولوجيا

-كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

-كلية الحقوق والعلوم السياسية

-كلية العلوم

وقد تضاعف عدد الطلبة بعدما كان في بدايات المعهد 200 طالب ليصل حوالي 24143 طالب وطالبة في الموسم الجامعية 2019/2018 موزعين على كليات الجامعية كما يلي:

-كلية التكنولوجيا 4059 طالبا.

-كلية العلوم 4241طالبا.

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 4266 طالبا.

-كلية الآداب واللغات 4359 طالبا.

-كلية الإنسانية والاجتماعية 4666 طالبا.

-كلية الحقوق والعلوم السياسية 2552 طالبا.[1]

ورغبة في تقريب الإدارة من الطلبة ومختلف الفاعلين معها ومحاولة تسهيل التواصل فيما بينهم جاءت فكرة انشاء صفحة فايسبوك خاصة بالجامعة ككل وبكلياتها بمختلف التخصصات فلقد تم انشاء الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية في 27 جانفي 2017 حيث أصبحت رسمية غي العام نفسه، ويبلغ عدد مشتركي الصفحة 18760

وهناك مسؤول وفريق يشفرون على الصفحة ويشاركون الطلبة والجمهور الداخلي والخارجي لتقديم انشغالاتهم وابداء رأيهم.

[1] موقع جامعة المدية HTTP//WWW.UNV-MEDEA.DZ بتاريخ 2020/09/13 على الساعة23:18

المبحث الأول: معرفة الدوافع التي تجعل الطالب يتصفح الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة المدية:

لمعرفة الدوافع التي تجعل الطالب يتصفح الصفحة الرسمية قمنا بمتابعة المنشورات المعروضة على الصفحة خلال مدة طويلة من المتابعة واخذنا عينة من هذه المنشورات لمعرفة الدوافع الحقيقية التي تجعلهم يتتبعون هذه المنشورات.

الجدول يوضع الدوافع التي تجعل الطالب يتتبع الصفحة الرسمية:

المتغير	التكرار	النسبة
إدارية	58	%58.67
بيداغوجية	53	-%35.33
أسباب أخرى	9	%6
المجموع	150	%100

من خلال العلمية التي قمنا بها لاحظنا ان هناك مجموعة من الاهتمامات تجعل الطالب يتتبع الصفحة الرسمية من اجل اشالة الغموض حول الانشغالات التي تدور في ذهنه حيث تبين لنا ان اغلب الدوافع هي إدارية ذلك لان الطالب تصادفه مشكلات طفيفة كعدم ادراج نقطة الاعمال الموجهة او المحاضرة او بخصوص رزنامة الامتحانات والدورات الاستدراكية. فتجد الطالب ينظر الى قرار او اعلان تصدره هيئة الإدارة على الصفحة الرسمية للكلية، فمثلا في امتحانات السداسي الأول كان هنالك اشكال وهو عدم توفير حافلات نقل الطلبة مما أدى الى تأجيل امتحانات وهذا ما تم إعلانه فورا على

الصفحة مما سهل على الطلبة عدم الالتحاق بالجامعة خاصة طلبة خارج الولاية. هذا سهل خلق الصورة جيدة للجامعة التي تعمل جاهدا على راحتهم وتقديم الخدمة الجيدة لطلبتها، هذه التصرفات السديدة لهيئة الإدارة تكون علاقة طيبة بينها وبين الجمهور الداخلي وحتى الخارجي.

-كما لا ننسى الدوافع البيداغوجية هي الأخرى تعتبر عاملا هاما يجعل الطالب يتتبع الصفحة الرسمية ففي الكثير من الأحيان يوجد خلل في عدم توفير القاعة او المدرج او حتى أستاذ المقياس، وفي حالة حل المشكل يتم عرض المنشور على الصفحة فيشاهده الطلبة ويتشاركونه في المجموعات الخاصة بتخصصهم، هذا الدور الإيجابي الذي تلعبه الإدارة في اعلام الطلبة بكل جديد يحمس الطالب على العمل والعطاء ويوفر له الراحة عوض التنقل يوميا في انتظار حل المشكل.

-كما انه توجد أسباب أخرى تجعل الطالب يتتبع الصفحة الرسمية وهي معرفة المستجدات او المؤتمرات العلمية او التكريميات او حتى التعزيزات لأنه يوجد بعض الطلبة حتى بعد تخرجهم من الجامعة يبقون على متابعة لهذه الصفحة.

-من المؤكد ان صفحة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وفرت عدة خدمات للطالب والإدارة والاستاذ وعملت كهمزة وصل بينهم ففي عوض ان يبحث الاستاد عن الطلبة من اجل اعلامهم بشيء يعرضه على الصفحة وفي عوض ان يتنقل الطالب الى إدارة القسم او مصلحة التوجيه والتقييم يزال الغموض في المنشورات. بفضل الصفحة الرسمية تكونت ثقة بين الإدارة والطالب حيث ان الإدارة ارتتاج من الأسئلة المتكررة والاكتظاظ وسهلت عليهم بعرض كل جديد على الصفحة الامر الذي اعطى راحة في أوساط الطلبة والأساتذة.

وذلك لان العملية قد أصبحت سهلة جدا مقارنة بما سبق ففي الوقت الحاضر أصبحت انشغالات الطلبة وجمهور الجامعة فكل ما يبحثون عنه وما يريدون معرفته يوجد في الصفحة بشكل أنى وسريع هذا ما ادى الى تفعيل العلاقات وتحسينها بين الجامعة وجمهورها فمثلا في الفترة الأخيرة قامت الجامعة بالوقوف واشباع رغبة الطالب في الإجابة عن الكثير من الأسئلة غالبيتها تدور حول مناقشات رسائل الماستر والدكتوراه وكذلك موعد استئناف الدروس بالنسبة لجميع المستويات ففي احد المنشورات التي لقت الكثير من التعليقات والإعجابات وذلك لان مسؤولي الصفحة كانوا عند رغبة الطالب في نشر كل ما يدور في اذهانهم وما يرغبون في معرفته وذلك يوم 10سيبتمبر 2020 في منشور نشره احد المشرفين على الصفحة كان مفاده انه كان هناك اجتماع تنسيقي للطاقم الإداري مع أساتذة العلوم الإنسانية والاجتماعية وذلك من اجل عدة نقاط ،من بينها توضيح النقاط التي جاء بها القرار 633 وتدعيم عملية الاتصال والتواصل بين جميع الفئات (الإدارة، فريق ميدان التكوين، الأساتذة، الطلبة..) ، خاصة التأكيد على ضرورة التواصل مع الطلبة حول جميع الاليات المتبعة في ضل ظروف كوفيد 19 من متابعة عملية الاشراف –طريقة المناقشة وعملية التقييم والياتها–والتأكيد على ضرورة تحصيل التقرير المستمر.

حيث حاز هذا التعليق على 246 اعجاب وتعليقات كانت تدور حول الاستفسار عن هذه الآيات وكيفية التسيار معها.

–من جهة أخرى ومن خلال متابعتنا لعدة صفحات رسمية لجامعات أخرى تبينت انها تحمل فقط اسم جامعة واغلب منشوراتها لا علاقة لها بالجامعة وهيئة الإدارة فهي من طرف افراد عاديين ليسوا اداريين تابعين للجامعة على عكس جامعة يحي فارس هذا ما يعتبر فخرا بكل امانة علمية دون أي ازدراء وتمييع.

المبحث الثاني: تفاعل الطلبة مع منشورات الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية:

-كنا قد تعرفنا سابقا عن الأسباب والدوافع التي تجعل الطالب يتصفح الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والان سنتعرف على مدى تفاعل الطلبة مع هذه المنشورات.

-يتمثل الدور الأساسي للصفحة في عرض منشورات من اجل اعلام الطلبة بكل ما يخصهم وإزالة الغموض عن بعض المسائل المتعلقة بدراستهم والتي قد تثير ازعاجهم وقلقهم.

حيث تسجل الصفحة 17703 عدد تسجيل الاعجاب الرقم الذي يعتبر كبيرا مقارنة مع عدد التسجيل بالا عجابات الذي يصل كأقصى تقدير الى 600 اعجاب في المنشور، الامر الذي يعود تفسيره غالبا الى وجود حسابات لا علاقة لها بمجتمع الجامعة الاكاديمي، حيث يمكن ان يسجل أي فرد اعجابه بالصفحة دون التفاعل او متابعة المنشورات ويكتفي فقط بضغط جرس الاعجاب الذي تكون في الواقع لا تمثله أي صلة بالكلية والجامعة .

-كما قد يرجع السبب الى ان هنا هنالك اشخاص تخرجوا من الجامعة فلم تعد تهمهم المنشورات لذلك لا يتفاعلون معها، وربما نرجح أسباب أخرى وهي بعض الطلبة يتابعون فقط الصفحة من اجل معرفة شيء يخصهم فيتفاعلون معه ويتجاهلون بقية المنشورات.

-الا اننا لا ننكر الدور الفعال التي تقوم به الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية فهي تعتبر حلقة وصل بين الإدارة وجمهور الطلبة والأساتذة، ظهر هذا جليا من خلال ما نلاحظه من تعليقات وتفاعلات بالإعجاب ومشاركات في المجموعات

الخاصة لكل تخصص، حيث لاحظنا ان المسؤول عن الصفحة يعمل جاهدا من اجل الإجابة على كافة التساؤلات والانشغالات التي يطرحها الطلبة، اما بالرد على الانشغال في تعليق فهو فمثلا بعد اعلان الجامعة لتأجيل امتحانات الدورة الاستدراكية يوم 2020/03/15

بسبب فيروس كوفيد 19 انصبت معظم التساؤلات حول مصير ملف التخرج الذي لم يدفعه عدد كبير من طلبة الماستر وليسر انس الامر الذي أجاب عنه مسؤول الصفحة انه سيتم إعلانه في اجل غير مسمى هذا المنشور الذي تفاعل معه اكثر من500 مشترك وتمت مشاركته في من 25مجموعة وأصدقاء الا ان معظم التعليقات كانت سلبية بسبب تأخر الجامعة في ايقاف الامتحانات الامر الذي اعتبره الكثير استهتار بأرواح الطلبة ،وفيم يخص ملف التخرج فقد تمت الإجابة عنه في منشور خاص بتاريخ 25/06/2020 بإيداع اجل أخير نهاية 09/07/2020 الامر الذي اثار استياء العديد من الطلبة جراء القرارات الفوضوية خاصة في ضل عدم توفير النقل هذا ما يظهر خلال التعليقات حيث لم يتم الفصل فيه هذا القرار بعد.

-يتبين لنا ان الصفحة الرسمية هي مرأة تعكس اراء الطلبة فمن خلال التفاعل والتعليقات يتبين راي إزاء الصفحة فمعظم الانتقادات توجه الى القرارات هيئة الإدارية ليس الى الصفحة حيث ان جهور الطلبة يقدمون كل الشكر والثناء لصفحة الكلية التي تسهر على توفير الخدمة الجيدة لجمهورها الداخلي، فهم يعتبرونها المصدر الأهم والوحيد للمعلومات لم تسبقه مصادر الأخرى ، حيث تعمل الصفحة على تقديم يد المساعدة وتخدم على راحتهم.

***جدول يوضح تفاعل الطلبة مع المنشورات من خلال الرموز التعبيرية:**

سنقوم في هذا العنصر بمعرفة الرموز التعبيرية التي يستخدمها الطالب في تفاعله مع المنشورات للصفحة الرسمية واخذنا مثال على ذلك المنشور الذي عرض يوم 19اوت 2020 الذي جاء مقاده بانه تم تأجيل رزنامة الدروس الحضورية والامتحانات الى وقت لاحق وفق للتعلمية الوزارية رقم 866 بتاريخ 16اوت2020.

ويتم اعلامكم بالرزنامة الجديدة الخاصة بسير اختام السنة الجامعية 2019-2020 خلال الأيام القليلة القادمة. في حين تبقى مناقشات رسائل الماستر في موعدها من 1الى 30سبتمبر 2020.

*جدول يوضح تفاعل الطلبة من خلال الرموز التعبيرية:

المتغيرات	التكرار	النسبة
الاعجاب LIKE	154	%96
الاعجابDESLIKE	6	%4
المجموع	160	%100

من خلال جدول تبين جليا المجموع بصفة عامة 160رمز تعبيري مقسمة الى154 اجمالي الاعجاب و6 مجموع الإعجاب في حين يقابلها في التفي التعامل مع الرموز التعبيرية معظم التعليقات سلبية إزاء القرار، هذا ما يثبت فشل الطالب في التعامل مع الرموز التعبيرية حيث انه من المؤسف لطالب في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بمختلف تخصصاتها التي تعتمد على الاتصال الجيد و العلاقة الطبية بين جمهورها، ان

بجهل طلبتها وهم في مستوى جامعي استخدام الرموز التعبيرية، حيث ان استخدام الطالب لزر الاعجاب يعني قبوله المطلق و اعجابه بالقرار التي اطلقته هيئة الإدارة من خلال الصفحة ،فيرى المسؤول عن الصفحة ان الطلبة معجبين ومؤيدين للقرار ،الا انه وفي حالة قراءة التعليقات فان معظمها سلبية وغير راضية بالقرار ومن هذا المنبر يجب على الطلبة ان يتقنوا استخدام الفايسبوك بكل تقنياته و أدواته لأنها تعتبر عامل مهم.

فمثلا رمز الاعجاب يعبر عن علاقة الطالب الجيدة بالإدارة و رضائه الكامل لخدماته، مما يجعلها تعمل على زيادة جودة الخدمات، و في حال ضغط زر الإعجاب فهذا بدل على استياءالطلبة من الصفحة مم يحفز المسؤول على تصحيح الأخطاء وإعادة النظر في نوعيه الخدمات حيث ان الرمز التعبيري هو أداة مهمة في تكوين علاقة جيدة او سيئة عن الصفحة الرسمية لذلك على الطالب معرفة استخدامه.

***جدول يوضح التفاعل الطلبة من خلال التعليقات:**

المتغيرات	التكرار	النسبة
التعليقات الايجابية	**53**	**%35.33**
التعليقات السلبية	**97**	**64.67%**
المجموع	**150**	**100%**

اخذنا على ذلك مثال منشور الذي عرض يوم 2020/6/28 الذي جاء مفاده عودة الطلبة واستئناف الدروس يوم 23اوت 2020 حيث اختلفت التعليقات بين مؤيد للقرار و المعارض فكانت نسبة التعليقات السلبية حوالي64,67النسبة الكبرى حيث ان الطلبة استاء ومن هذا القرار الذي لا يصب بمصلحتهم خوفا على صحتهم من الإصابة بجائحة كورونا و كانت التعليقات تقول ان الإرادة غير مسؤولة و القرارات متعجرفة و حصيلة

الكورونا 300اصابة كيف يمكن للطلبة التجمع في مدرج يحمل اكثر من 300 مقعد، واعتد وصفه بالقرار التعسفي الذي لا يصب لا في مصلحة الطالب و لا اهله خاصة ان الجامعة تحمل حوالي 25 الفا طالب، ومن جهة أخرى فقد رحب البعض الاخر بهذا القرار بنسبة 35,33 ،واعتبروا انه من الواجب التأقلم مع الوضع و مواصلة الدراسة و التعايش مع المرض لأنه ليس من المعروف نهايته و اختفاءه، و على الطلبة مواصلة دراستهم لنيل شهاداتهم خاصة طلبة ليسانس و ماستر فقد رأوا القرار صائب يخدمهم ،الا ان المسؤول على الصفحة لم يبدي أي تفاعل او رد على اراء الطلبة ،و اعتبروا ان القرار بالمبكر لا ينبغي التحدث عنه آنذاك ،لأنه بين أسبوع و الاخر يصدر أي قرار في ظل الازمة الصحية التي تمر بها البلاد

كل هذه الإجراءات والقرارات تصب في مجرى واحد وهو بناء علاقات طيبة وتفعيلها مع مختلف جماهير الجامعة.

المبحث الثالث: تقييم الطلبة للصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية:

من الواضح انه بعدما تعرفنا على الأسباب التي تجعل الطالب يتصفح الصفحة الرسمية وكيف يتفاعل مع منشوراتها ،سنتعرف في هذا العنصر كيف يقيم الطالب الصفحة الرسمية وذلك من خلال التعليقات المندرجة ضمن كل منشور ،بحيث يشعر الطلبة بالامتنان والشكر في الإجابة عن اسئلتهم واستفساراتهم هذا ما يشعر الطالب بالراحة وان الصفحة تعمل على إيصال المعلومة الصحيحة له والعمل على خدمته ،اما في حالة تجاهل تعليقاته يؤدي الى تذمره من استهتار الصفحة لانشغالات الطلبة لأنها وضعت أساسا لربطهم بالإدارة والأساتذة دون عناء ومشقة التنقل شخصيا لمعرفة ما يشغله .حيث قمنا بطرح بعض الأسئلة في مجموعات خاصة لبعض تخصصات لقسم كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية فطرحنا عليهم كيف يرون جودة خدمات المقدمة في الصفحة جيدة مقبولة متوسطة بحيث كانت اغلب الإجابات مقبولة وبعض منها متوسطة بحيث انعدمت جيدة تماما اما فميا يخص ادا تشكل لك الصفحة صورة ايجابيه عن الجامعة فكانت بعض الإجابات نعم ،كما يرى العديد من الطلبة ان للصفحة مصداقية واخبارها ذات مصدر رسمي لأنها تصدر عن هيئة الإدارة ويؤكد العديد من الطلبة ان الصفحة وفرت عليهم الوقت والجهد للوصول الى المعلومة وسهلت عليهم سير العمل الدراسي ،الا انهم يعقبون كثير من الأحيان عن تأخرها في اصدار القرارات او حتى بعض القرارات الارتجالية التي يرى فيها أعضاء المنظمات الطلابية ان تشاركهم الإدارة في اصدار القرار باعتبارها صوت الطالب ،حيث يتمنى اغلب الطلبة ان تواصل الصفحة في عملها مع العمل على زيادة جودة الخدمات المقدمة والسبق في اعلان الاخبار التي تشغل بال الطلبة ،حيث شهدت الصفحة مؤخرا اقبال العديد من الطلبة بالشكر لكل الطاقم القائم

على الصفحة وظهر ذلك من خلال التعليقات على مختلف المنشورات التي تم فيها الإجابة على مختلف استفساراتهم وتساؤلاتهم حيث ظهر ذلك جليا من خلال المنشور الأخيرة التي تخص استئناف الدراسة لاستكمال العام الدراسي في ظروف الكوفيد 19 حيث امتن الطلبة بتركهم تعاليق إيجابية كذلك الضغط على زر الاعجاب وإعادة مشاركة المنشور في المجموعات الخاصة بالطلبة في مختلف المستويات وذلك باعتبار ان ما نشر يخص كل طلبة الكلية.

-من خلال الجدول يتوضح جليا ردود فعل الطلبة حول منشورات الصفحة الرسمية لكليه العلوم الإنسانية والاجتماعية وهذا ما بينه الجدول التالي حيث قسمنا الانطباع الى فيم يخص تقيم الطلبة لمنشورات الصفحة الرسمية فكانت كالاتي مقبولة متوسطة جيدة.

***جدول يوضح تقيم الطلبة لمنشورات الصفحة**

المتغيرات	التكرار	النسبة
مقبولة	68	68.0%
متوسطة	32	32.0%
ضعيفة	0	%0
المجموع	100	%100

حيث بلغ تقيم نسبة 68 هذا ما يؤكد على ان الطلبة راضين على منشورات ونوعية الخدمات وان الإدارة تسعى الارضاء توفير الخدمة الجيدة لطلبتها هذا ما يكون علاقة جيدة بين جمهور الجامعة الداخلي و حتى الخارجي، اما فيم يخص انطباع تقييم متوسط فقد بلغ نسبة 32 هذا ما يعبر للأسف ان بعض الطلبة غير راضين بالخدمات المقدمة

من طرف مسؤولين الصفحة حيث اعربوا عن وجود تأخر في الكثير من الأحيان عن اعلان الاخبار التي تخصهم هذا ما قد يرجع الى تأخر الإدارة في ابلاغ مسؤول الصفحة او ان قرارات تصدر في اللحظات الأخيرة بصفة غير مدروسة هذا النقص في مرونة و فعالية الخدمات ما جعل صفة ضعيفة تنعدم عند تقييم الطلبة للصفحة حسب وجهة نظرهم.

***جدول يوضح تقييم مسؤول عن الصفحة حول ردود أفعال الطلبة لمنشرات الصفحة الرسمية للكلية:**

المتغير	التكرار	النسبة
تعليقات بناءة	72	72.0%
تعليقات هدامة	28	28.0%
المجموع	100	%100

الجدول اعلاه يقدم تقييم المسؤول صفحة حول ردود فعل الطلبة لمنشورات الصفحة الرسمية للصفحة حول تعليقات الطلبة، بما اننا في مجال العلاقات العامة فلابد من دراسة كلتا الطرفين كذلك للمسؤول عن الصفحة يقيم اراء الطلبة حيث من خلال التعليقات ان هناك نسبة 72% تكون تعليقات بناءة وبطريقة منهجية اكاديمية تتمثل في الشكر والثناء على المجهودات المبذولة من قبل الصفحة وحتى وان تواجد النقد فانه يكون بطريقة بناءة وأسلوب راقي ، حيث في كثير من الأحيان يطلب الطالب من المسؤول اعلام الإدارة انه يتعذر عليه القدوم لدفع ملف مثلا او أي قرار لا يخدم الطالب ويرجى التغيير او تعديل قرار مناسب يخدم الجميع

-من جهة أخرى هناك تعليقات فوضوية وعشوائية بلغت نسبتها 28%نرى من خلالها استياء المسؤول عن الصفحة التي تصدر من طلبة جامعين بالغين سن الرشد التي لا تعبر عن مستواهم والتي تصل في بعض الأحيان الى الوقاحة وتقليل من قيمة جهود القائم على الصفحة المبذولة والتي يسعى من خلالها الى إرضاء الطلبة والاجابة عن استفساراتهم كما اكد المسؤول عن الصفحة ، الصفحة مجرد واسطة بين الإدارة وجمهورها وليس هو من يصدر القرارات بل يعمل على نشرها وايصالها الى الطلبة بأنسب الطرق وذلك لتكوين علاقات حسنة طيبة بين المؤسسة الجامعية وجمهورها .

خلاصة المحور:

تعتبر الصفحة الرسمية فايسبوك لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية همزة وصل بينها وبين مختلف جماهيرها وعلى راسهم الطلبة ،اذ تحاول الجامعة جاهدة على رسم سياستها الاتصالية معهم و المبنية على مواكبة التطور التكنولوجي و تفعيل العلاقات العامة الالكترونية وحسن استغلال كل ما اتاحته التكنولوجيا الحديثة في هذا الجانب، ولذلك فقد وفرت كل الإمكانيات المادية والبشرية والتقنية لتفعيل الإدارة الإلكترونية وذلك من خلال صفحتها الرسمية للفايسبوك الخاصة بها، فعملت جاهدة على توفير مختلف الخدمات فيها، و متابعته و تحيين المعلومات و تحديثها و ذلك خدمة لطلبتها وكل من يزورها و هذا ما يعكس الصورة الإيجابية للجامعة.

نتائج الدراسة:

من خلال دراستنا اتضح لنا ان اغلبية الطلبة يتجهون الى الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية من اجل الاستفسار عن الأمور الإدارية التي تقدمها إدارة الجامعة على شكل إعلانات للطلبة وهو ما يمكنها من التواصل بين الإدارة والطلبة ويفتح قناة جديدة للتواصل.

-من خلال الدراسة يتضح ان معظم دوافع الطلبة ليست متابعة الجديد فقط بل فئة كبيرة منهم تسعى الى تقديم شكرها من خلال الصفحة على الصفحة على شكل تعليقات للإجابة عليها من خلال القائمين على الصفحة او تبليغ الامر للجهات الإدارية وهو ما يساعد عملية التواصل عن بعد عكس ما كان قبل انشاء الصفحة اين كان هناك اتصال شخصي وفقط.

-مما يستنتج من خلال الصفحة ان معظم اهتمامات الطلبة من خلال الصفحة هي اهتمامات بيداغوجية بحثية وليست علمية.

-من خلال الدراسة اتضع ان فئة لا بأس بها من الطلبة يتجهون الى الصفحة لقرض معرفة او الفضول العلمي من خلال معرفة مستجدات التظاهرات العلمية التي تنميها الجامعة، وهو ما يبرز الفصول العلمي للطالب بالجامعة.

من خلال الدراسة يتضح ان الطالب يستحين إقامة هذه الصفحات للتواصل بين الطالب و الإدارة و ان هده الصفحات توفر الجهد و الوقت على الطالب و الإدارة و هو من جودة إدارة العلاقات العامة بالجامعة.

-من خلال الدراسة اتضح ان الصفحة الرسمية تلبي احتياجات الطالب بجامعة المدية وهي تحمل المستجدات دائما للطالب مما يجعل وصفها بالصفحة الفعالة، و هذا ما يلاحظ من خلال الاعجاب بالمنشورات من خلال الصفحة.

-من خلال الدراسة يتضح ان الإدارة تسعى الى تحسين جودتها و معرفة اهتمامات الطلبة من خلال التعليقات التي يقدمها الطلبة للمنشورات و هذا يعد بمثابة صبر اراء تعرف الإدارة من خلاله رد فعل الطلبة على معظم القرارات.

- من خلال الدراسة يتضح القائمين على الصفحة من خلال انشغالات الطلبة يلقى استحسان و هو ما يشبع استفسار انهم هو من يساعد على تحسين العلاقة بين الطالب و إدارة الجامعة .

-من خلال الدراسة اتضح ان غالبة الطلبة راضون عن جودة الصفحة سوآءا من خلال المواضيع المقدمة في الصفحة و خدماتها او من حيث مسايرتها للوقت.

-من خلال الدراسة اتضح ان الطلبة يرون ان جودة الصفحة من جودة الجامعة في حد ذاتها و هو ما يوضح لنا طرق تحسين الجودة الجامعية و الوسائل التي يجب ان تسعى لها الجامعة لتقديم احسن الخدمات للطالب الجامعي و تحسن من العملية التواصلية بينها و بين الطالب.

-اتضح لنا من خلال الدراسة ان الطلبة ينتمون الى الصفحة ويعتبرون ان لها دور فعال في إدارة العلاقات العامة وتحقيق الاتصال بين الطلبة ومسؤول الصفحة فهدفها هو التفاعل وفتح المجال للطلبة لطرح انشغالاتهم وتساؤلاتهم والرد عليها.

-اتضح من خلال الدراسة ان الصفحة الرسمية للكلية شكلت صورة ذهنية لدى الطالب وحققت الصورة المرغوبة التي قامت من اجلها

-يتضح لنا جليا ان الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية تساهم بصفة رسمية في تحسين جهود دوائر العلاقات العامة في الجامعة وبناء صورة ذهنية إيجابية عن الجامعة وكسب رضا الطلبة بشكل خاص.

النتيجة العامة للدراسة:

بعد تحليلنا لنتائج الدراسة عبر ثلاث محاور للإجابة عن التساؤلات المطروحة في بداية البحث اتضح لنا جليا ان لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفايسبوك بصفة خاصة دور كبير جدا وفعال في تكريس العلاقات العامة وتفعيلها وارسائها وبنائها كذلك تحسينها وذبك من خلال المجهودات العظيمة التي يقوم بها الطاقم الإداري من خلال الوصول الى رغبة الطلبة والاجابة عن استفساراتهم من خلال الصفحة القائمة على ذلك ،كذلك نشر كل ماله علاقة بالطالب والجامعة نزولا عند طلبهم هذا ما سهل عملية التواصل الكترونيا من مختلف الأماكن بعيدا عن الجامعة او قريبا منها وكذلك في أي وقت بعد ان كان الاستفسار يكون حضوريا وفي وقت محدد يكون قد طلب مسبقا بعد عناء، كل هذا اعطى صورة وسمعة حسنة عن الجامعة وعلاقاتها بجمهورها وذلك باعتبار العلاقات العامة وظيفة إدارية فعالة في مختلف المؤسسات ومؤسسات التعليم العالي هي الأخرى حظيت بهذا الدور الفعال من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

خاتمة

خاتمة:

اولت جامعة يحي فارس بالمدية أهمية قصوى لصفاحاتها الرسمية على الفايسبوك لمختلف كلياتها على الشبكة العنكبوتية العالمية ومن بينها الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ورصدت لها طاقما إداريا متخصصا ذو كفاءة عالية وهذا حتى توفر الصفحة أحسن الخدمات ولتكون دائما متابعة لكل جديد وحتى يتم إخراجه بأبهى تصميم.

وقد شملت دراستنا هذه تحليل وعرض العديد من المنشورات التي تنشرها الصفحة من خلالها اتضحت وجهات نظر الطلبة اتجاه الصفحة ومنشوراتها وتطلعاتهم حولها حيث توضح ان غالبية الطلبة يتصفحون الصفحة بكل الخدمات المقدمة فيها واستحسنوا جودة خدماتها وكذا متابعتها من حيث تحديث المعلومات وتجددها ومسايرتها للواقع، كما اتضح ان غالبية الطلبة من خلال التعليقات يعبرون عن رضاهم على الصفحة ككل ومصداقيتها في التعامل الجدي معهم، واعتبروها بمثابة همزة فصل بينهم وبين الإدارة، كما رحبوا كثيرا بفكرة رقمنه جميع النشاطات والخدمات التي كانت توفرها الجامعة من قبل تقليديا، واعتبروها قفزة نوعية لابد منها خاصة في التطور الحاصل في شتى المجالات فالجامعة باعتبارها منارة علمية وثقافية لابد لها ان تكون حاملة للمشعل وان تكون سباقة لكل ما هو علمي، فليس من المعقول انها منارة للعلوم والثقافة وللتقنيات الحديثة وهي لا تطبق هذه التقنيات ولا تستفيد منها في نشاطاتها الاعتيادية.

وعلى هذا الأساس فان الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لجامعة يحي فارس بالمدية لها دور فعال في إدارة العلاقات العامة وبناء الصورة الذهنية الإيجابية عنها، حيث تساهم بدرجة كبيرة في تواصل الطالب مع الإدارة وهذا ما اكدته نتائج الدراسة، حيث تعتبر الصفحة الرسمية للكلية همزة وصل بينهم وبين إدارة الجامعة، كما

يقلص لهم الوقت والجهد ويعفيهم عن كثير من المشاكل مع الإدارة مثل غياب الإعلانات، وأيضا تخفيف الضغط عن الإدارة واهتمامها بأمور أكثر أهمية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

1. احمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر،2005.
2. احمد محمد المصري: الإدارة الحديثة (الاتصالات –المعلومات –القرارات)، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية ،2004.
3. احمد محمد المصري: العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، جامعة الازهر، القاهرة،1983.
4. احمد محمد مصطفى: الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية ،1999.
5. بدر عبد الله: المؤتمر الأول للعلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الرسمية، جامعة الكويت، ط1 ،1995.
6. بسام عبد الرحمان الجرايدة: إدارة العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ،2013.
7. تامر البكري: اتصالات التسويق والتوزيع، دار الحامد للنشر، ط1، مصر،2006.
8. جمال مجاهد: العلاقات العامة، المعرفة الجامعية، دون ط، الإسكندرية، 2005.
9. جمال مجاهد: العلاقات العامة، رؤية او نظرية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ،2005.
10. حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان،2001.
11. خالد يوسف غسان المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، الأردن،2011.
12. زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ط15، جامعة عمان
13. زياد رمضان: لعلاقات العامة في منشئات القطاع الخاص، مفاهيم وواقع، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان،1998.
14. سلطان سفير مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطا ام قرصنة، المدينة المنورة، 1432،

15. سلوى عثمان الصديقي: ابعاد العملية الاتصالية، رؤية نظرية وعملية واقعية، المكتب الجامعي الحديث،1999.

16. سمير حسن منصور: مناهج العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية

17. سمير حسن منصور: مناهج العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.

18. صالح خليل أبو أصبع: العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق، عمان،1998.

19. عامر مصباح: منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2008.

20. عبد الله محمد عبد الرحمان: سوسيولوجيا الاتصال والاعلام، دار المعارف الجامعية، مصر 2002.

21. عبد الناصر احمد جردات: أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، اليازوزي العلمية للنشر والتوزيع، عمان ،2009.

22. عبدالرزاف الديلمي: العلاقات العامة رؤية معاصرة، دار وائل والطباعة والنشر، ط1، عمان، الأردن.

23. علي الباز: العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والراي العام، مكتبة الاشعاع، الإسكندرية، 2002.

24. العمراوي زكية: العلاقات العامة الصناعية، علم اجتماع التنمية، قسم علوم الاجتماع، جامعة منتوري قسنطينة،2003.

25. غريب عبد السميع غريب: الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية ،1996.

26. ماهر عودة السمايلة: محمود عزت اللحام، مصطفى موسى كافي، الاعلام الرقمي الجديد، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015.

27. محفوظ احمد جودة: العلاقات العامة، المفاهيم والممارسات، دار زاهر للنشر والتوزيع، ط1، عمان ،2008.

28. محمد جاسم فتحي الموسري: بحث بعنوان العلاقات العامة في المكتبات ومراكز المعلومات، المجلة الأكاديمية العربية المفتوحة،2001.

29. محمد جودة ناصر: الدعاية والاعلان والعلاقات العامة، دار مجدلان للنشر والتوزيع، عمان،2008.

30. محمد حربي حسن: العلاقات العامة، المفاهيم والتطبيقات، دار الحكمة للطباعة والنشر، العراق،1991.

31. محمد طارق هارون: الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ط1، مصر،2017.

32. محمد عبد الفتاح محمد: العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية،2006،

33. محمد عبد الله عبد الرحيم: العلاقات العامة، الكتاب الجامعي، ط8، القاهرة، 1998.

34. محمد فريد الصحن: العلاقات العامة بين المبادئ والتطبيق، دار الجامعة مصر،2002،2003.

35. محمد محمود الجوهري: الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة، مكتبة الانجلو المصرية، ط1، 1971.

36. محمد مصطفى كمال: العلاقات العامة بين تكنولوجيا الاتصال والأزمات، إدارة عولمة اتخاذ القرارات، دار المذهل اللبناني، بيروت، 2012.

37. محمد منير حجاب: الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة،2007.

38. محمد منير حجاب: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة ،2007.

39. محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2003.

40. محمد منير حجاب: سحر وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993.

41. منال طلعت محمود: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية،2002.

42. منال هلال المزاهرة: إدارة العلاقات العامة وتنظيماتها، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن،2015.

43. هناء حافظ بدوي: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، الأسس النظرية والمجالات التطبيقية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية،2001.

مواقع الكترونية:

www.mawdo3.com

www.alukah.net/cultur

http//www.alyesser.net-vb /show thread.php.17775

المجلات:

1- سميرة شيخاني: **الاعلام الجديد في عصر المعلومات**، جامعة دمشق ا لمجلد السادس والعشرون، العدد الأول والثاني،سوريا،2010

2- عبد الله عامر: **الفايسبوك وعلم التكنولوجيا**، مجلة العلوم التكنولوجية، جامعة البتراء، عمان 2007.

3- محمد عجم: **الانترنيت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب**، عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11704، 10 ديسمبر 2010.

الاطروحات والمذكرات:

1- باديس لونيس: " جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت "دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة منتوري -قسنطينة-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال سنة 2008\2007.

2- سلطان خلف المطيري: **شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الامن المجتمعي**، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل درجة الماجيستر، منشورة، كلية العلوم الاستراتيجية، جامعة نايف العربية للعلوم الاستراتيجية، الرياض2015 .

3- مريم نريمان نومار: **استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية.** (دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر) مذكرة لنيل شهادة الماجيستر في علوم الاعلام والاتصال. تخصص اعلام واتصال الحديثة. الجزائر.2011.2012.

4- مصطفى ربوح: مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة المدية،2016.

القواميس:

1-المنجد الابجدي، دار المشرق والمؤسسة الوطنية للكتاب الجزائري، ط8، بيروت ،2006.

2-معجم عربي عربي /http.almany/dic/ar/ar .

الدراسات والورقات البحثية:

1-سلطان مسفر بن مبارك الصاعدي: **مواقع التواصل الاجتماعي خطر أم فرصة**، بحث مقدم لشبكة الألوكة لتعليمية، المملكة العربية السعودية، المدينة المنورة،2011

الفهرس:

مقدمة..... **أ–ب**

الإطار المنهجي للدراسة

الإشكالية..... **4**

أهمية الدراسة. **5**

أهداف الدراسة **5**

أسباب اختيار الموضوع ..... **6..**

منهج الدراسة **6**

أدوات جمع البيانات..... **7**

تحديد مفاهيم الدراسة..... **8**

مجتمع البحث وعينته..... **10**

الدراسات السابقة..... **11**

تعقيب حول الدراسات السابقة..... **16**

الفصل الأول: مدخل عام للعلاقات العامة

تمهيد..... **18**

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة..... **19**

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة..... **19**

المطلب الثاني: نشأة العلاقات العامة..... **20**

المبحث الثاني: اساسيات العلاقات العامة..... **24**

المطلب الأول :مبادى العلاقات العامة..... **24**

المطلب الثاني :وظائف العلاقات العامة..... **28**

المبحث الثالث :أنواع العلاقات العامة..... **31**

المطلب الأول :أنواع العلاقات العامة..... **31**

المطلب الثاني: خصائص العلاقات العامة..... **32**

المبحث الرابع: اهمية العلاقات العامة..... **35**

المطلب الأول: أهمية العلاقات العامة..... **35**

المطلب الثاني: اهداف العلاقات العامة..... **36**

خلاصة الفصل: **38**

الفصل الثاني: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد **40**

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول شبكات التواصل الاجتماعي..... **41**

المطلب الأول :مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي..... **41**

المطلب الثاني :خصائص شبكات التواصل الاجتماعي..... **42**

المبحث الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي..... **45**

المطلب الأول: نبذة تاريخية عن شبكات التواصل الاجتماعي **45**

المطلب الثاني: نماذج من مواقع التواصل الاجتماعي..... **46**

المبحث الثالث: اثار شبكات التواصل الاجتماعي..... **50**

المطلب الأول: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي..... **50**

المطلب الثاني :سلبيات مواقع التواص الاجتماعي..... **51**

خلاصة الفصل: **54**

الفصل الثالث: فعالية العلاقات العامة من خلال الفاسبوك في صفحة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمدية

تمهيد..... **56**

بطاقة فنية حول جامعة المدية والصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة المدية..... **57**

المبحث الأول: معرفة الدوافع التي تجعل الطالب يتصفح الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية..... 60

المبحث الثاني: تفاعل الطلبة مع منشورات الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية..... 63

المبحث الثالث: تقييم الطلبة لمنشورات الصفحة الرسمية لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية..... 68

خلاصة المحور..... 72

نتائج الدراسة..... 73

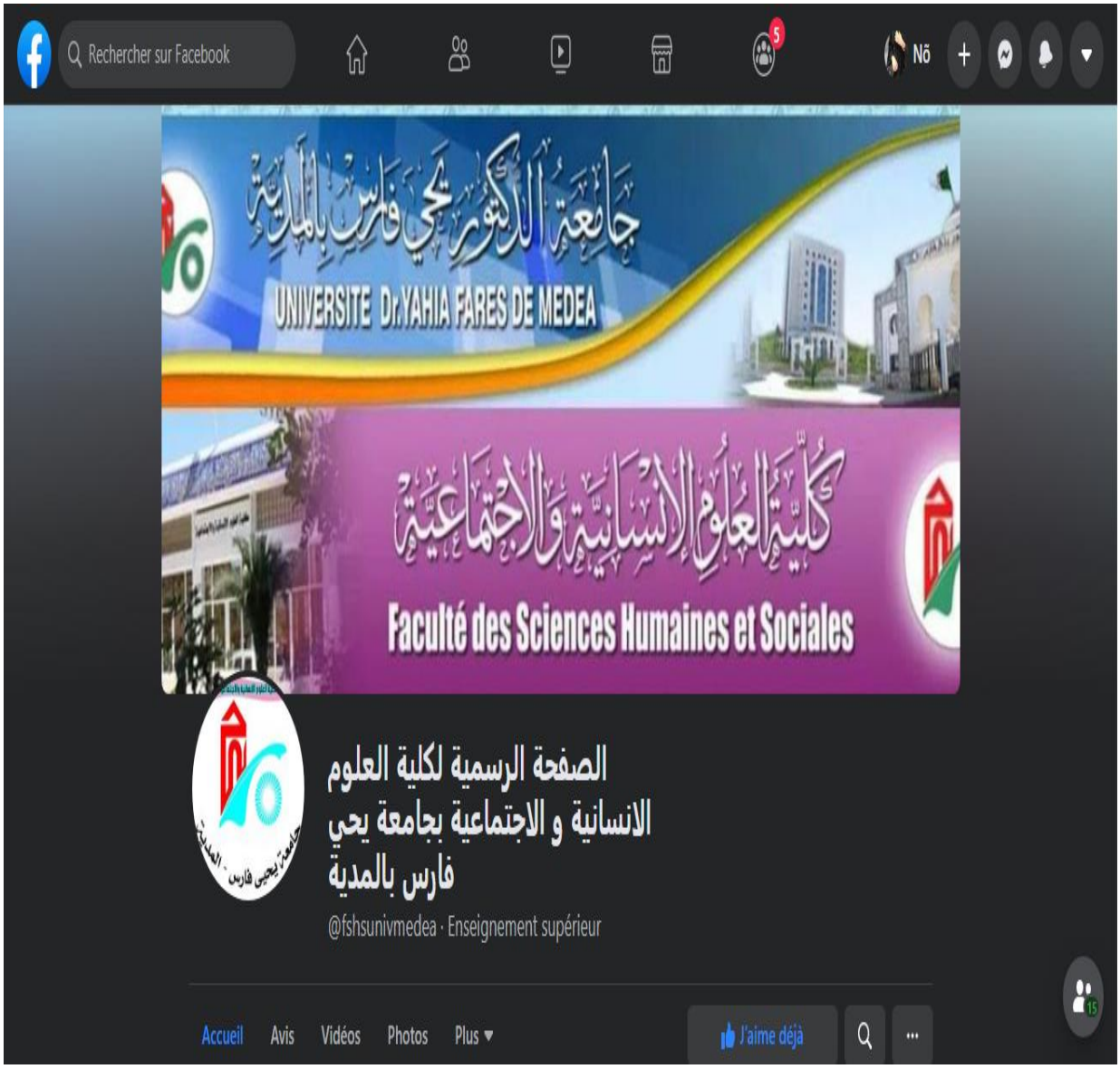
النتيجة العامة للدراسة..... 75

خاتمة..... 78

قائمة المراجع..... 81

قائمة الملاحق

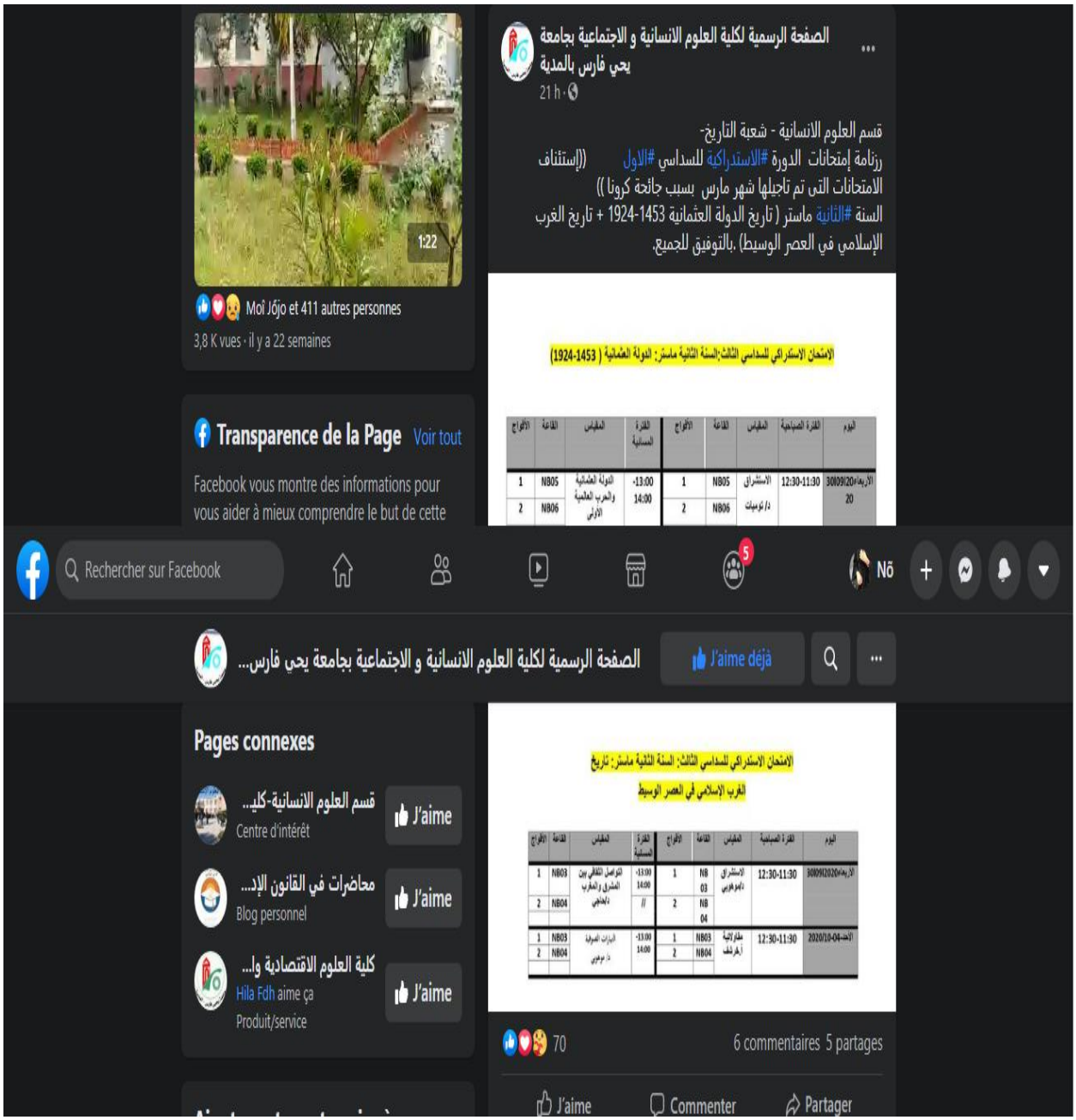
الملحق رقم 1: يوضح الصفحة الرسمية للكلية.



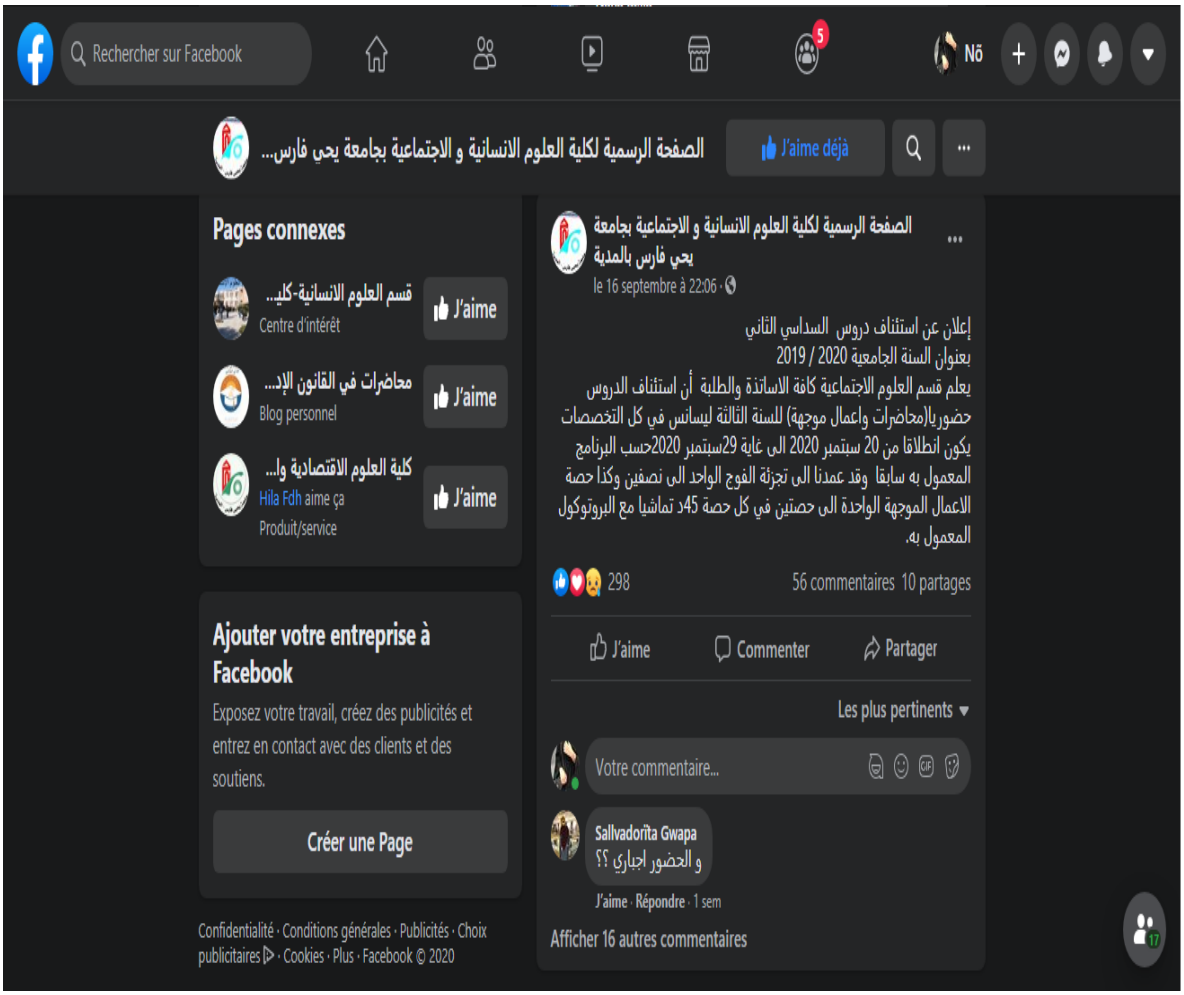
الملحق رقم 2: يوضح اعلان نشرته الجامعة عن طريق الصفحة تبين فيه اجتماع الطاقم الإداري للكلية



الملحق رقم 3: يوضح احد المنشورات التي نشرتها الصفحة عن طريق الجامعة عن طريق اعلان يبين كيفية استئناف الدروس



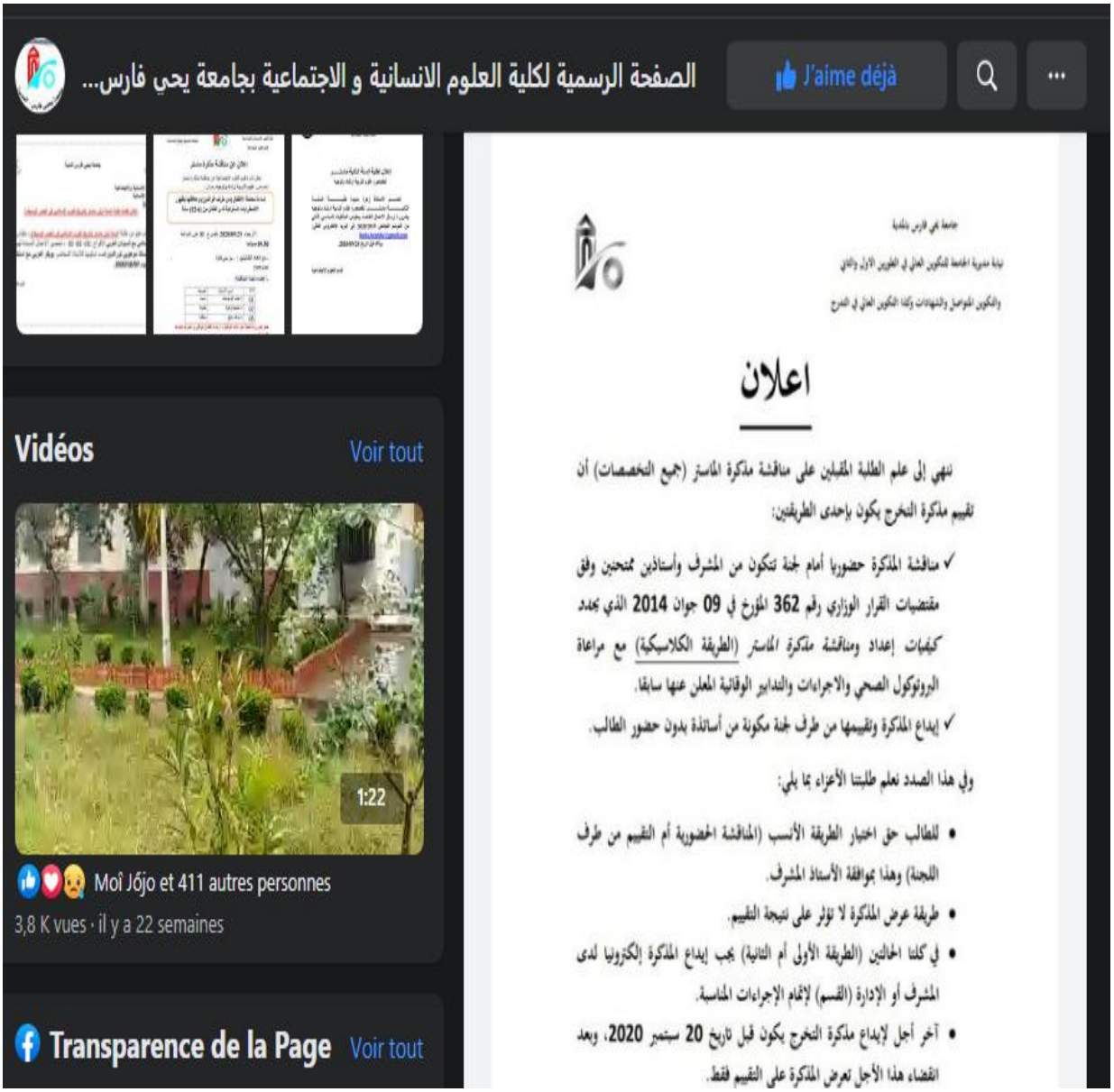
الملحق رقم 4: يوضح استئناف الدروس السداسي الثاني



الملحق رقم 5: يوضح اعلان أحد أستاذة التخصص عن القيام بالأعمال الموجهة

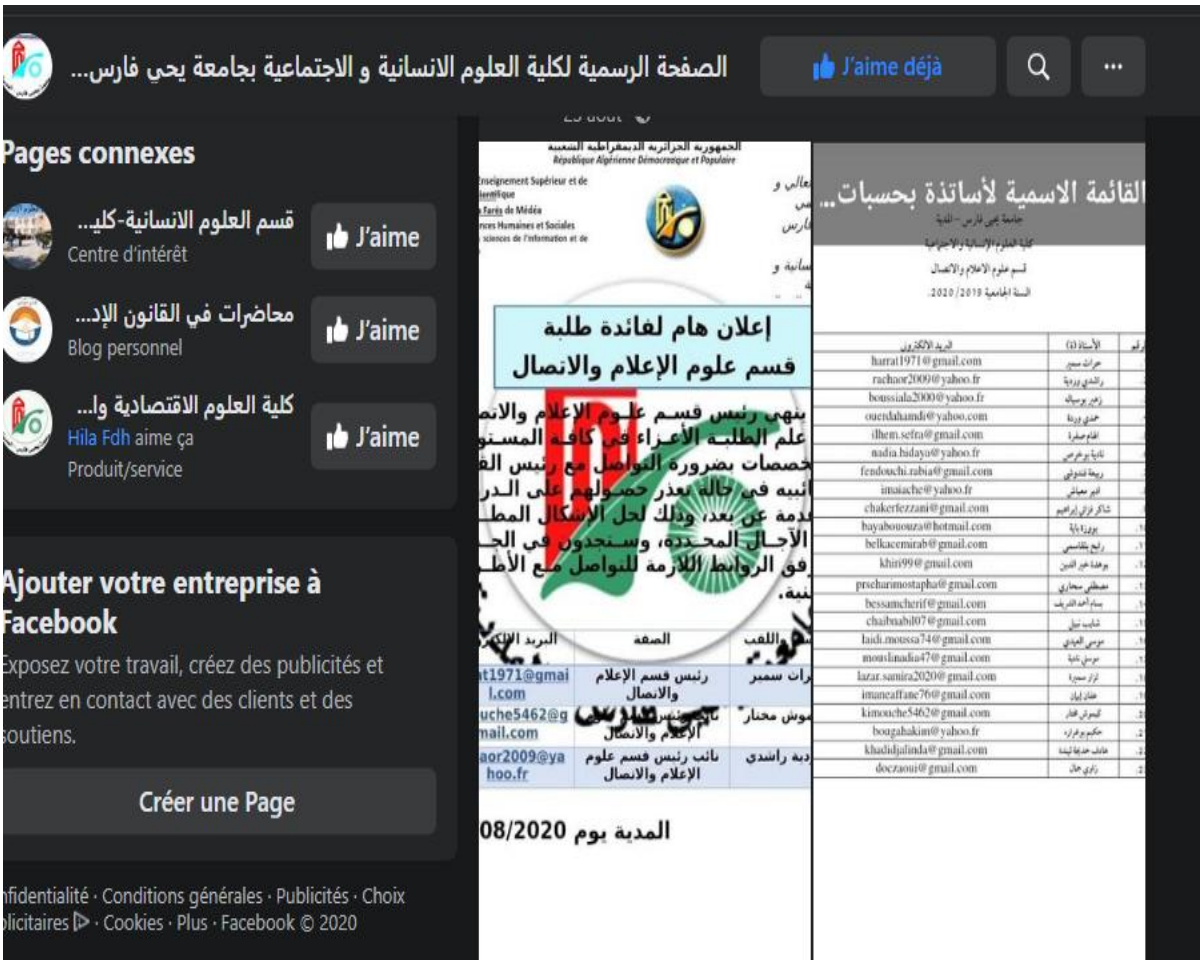


الملحق رقم 6: يوضح كيفية إتمام مذكرات التخرج لكل التخصصات.

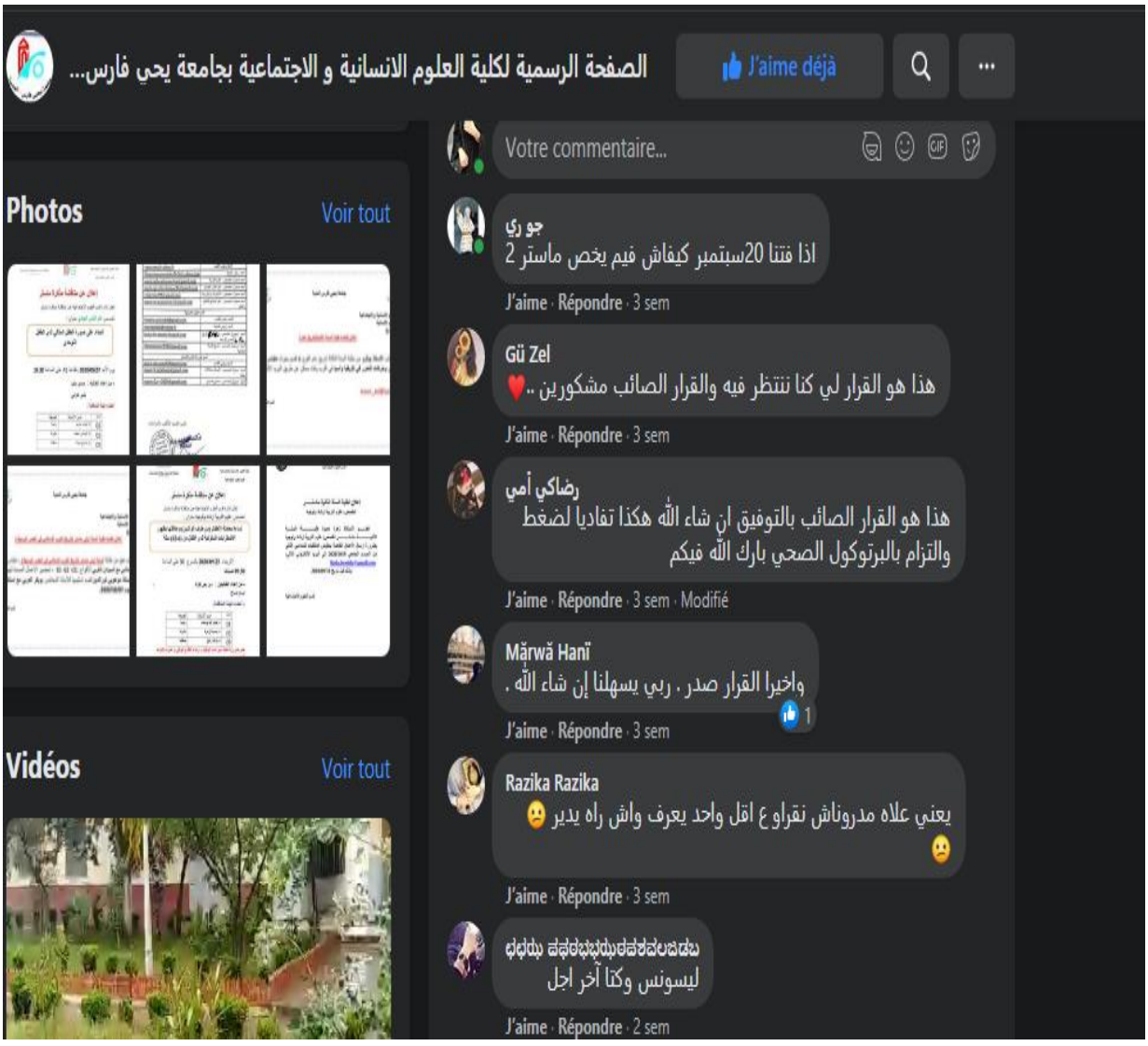


الملحق رقم 7: يوضح قائمة أسماء أساتذة اتصال وعلاقات عامة مع بريد كل أستاذ

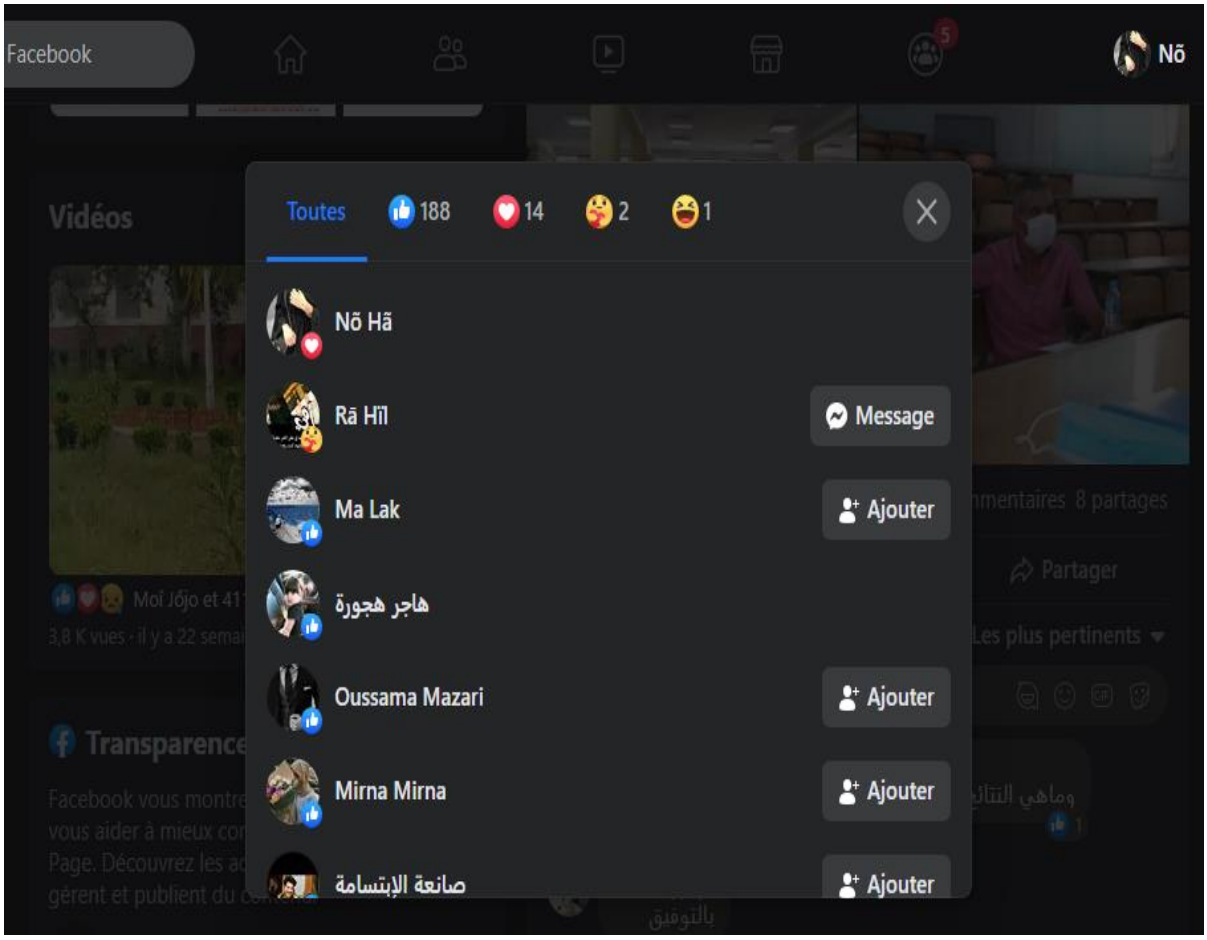
لتسهيل عملية التواصل



الملحق رقم 8: يوضح بعض تعليقات الطلبة حول منشور من منشوراتها.



الملحق رقم 9: يوضح ردود أفعال الطلبة من خلال الرموز التعبيرية.



الملحق رقم 10: يوضح مشاركة منشورات الصفحة في احدى مجموعات خاصة بالطلبة.

