وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

شبكـــات التواصـــل الاجتمـــاعي " الفيسبـــوك أنموذجا "ودورها في تطوير العلاقات العامة

دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية

مذكرة تخرج لنيل متطلبات شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

– من إعداد الطالبتين :

- رافع سعاد
- عمور خدوجة

– تحت إشراف الأستاذ:

د . زاوي جمال

الموسم الجامعي : 2020/2019

الإهـــداء

ها نحن والحمد لله نطوي سهر الليالي وتعب الأيام بخلاصة مشوارنا بهذا العمل المتواضع الذي نسال الله أن يجعله لوجه الكريم

اهدي هذا العمل :

- إلى التي أغرقتني حبا وحنان ولا تزال...إلى شمس حياتي ومصدر سعادتي

- إلى التي أفهمتني أن العلم هم الحياة...إلى التي أنارت أمام عيني شموع الأمل... " أمي الغالية"

- إلى الذي كان في حياتي رمزا للتضحية والعطاء وكان فخرا لي ...إلى الذي كان سندا لي في السراء والضراء ولم يكن يبخل علي يوما بماله ..

" أبي الغالي رحمه الله واسكنه فسيح جنانه "

- إلى مصابيح حاضري ومستقبلي ...إلى من جمعني وإياهم مالك ستر الحياة في السماء والأرض إخوتي وأخواتي : نورة وزوجها , سعيدة وزوجها , حفيظة وزوجها , فوزية وابنها محمد يوسف, إلى أخي منير وزوجته صبرينة , إلى اخي رياض آخر العنقود , إلى البراعم الصغيرة : يوسف , صهيب, وصال, أمير, رحاب,ايلين , ليان, وجدان , مرام , عبد الرزاق , عبد الله, ...إلى اللتين طالما اعتبرتهما مثل أختين لي : خولة , شيماء.

- إلى شريك عمري "حكيم" وكل عائلته..., إلى صديقتي التي شاركتني هذا العمل "خدوجة" , إلى التي طالما كانت سندا لي صديقتي وغاليتي هجيرة

إلى صديقاتي : أحلام , حميدة , مباركة

- إلى عمتي الوحيدة : وردة سعـاد

الإهـــداء

إلى من حملتني وهنا على وهن ، وسهرت في صغري ، ومدت لي يد العون في الكبر ، إلى نبع الحنان وعالم الأمان ، وأعز ما لي في هذا الوجود أمي الحبيبة .

إلى من سعى وشقا لأنعم بالراحة والهناء ، إلى الذي لم يبخل عليّ بشيء من أجل دفعي إلى طريق النجاح إلى من أفنى من عمره السنين لأصل إلى هذا المستوى إلى أبي الغالي .

إلى من حبهم يجري في عروقي ، ويلهج بذكراهم فؤادي إخوتي وأخواتي وكل أولادهم

إلى إخوتي : فاتح ، سليمان ، أحمد وأخواتي : ذهبية وياسمين إلـــــــــــى البراعم الصغيرة : عبد الحي ، زكرياء ، آدم ، أشواق ، هاجر .

إلى شريك عمري ورفيق دربي خطيبي عادل

إلى عمتي وردة

إلى صديقات العمر : صبرينة ، فريدة ، سعيدة ، وداد ، فاطمة ، حميدة ، مباركة ، سامية .

إلى من شاركتني هذا العمل : سعاد .

إلى من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي

خدوجة

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بحمده تتم النعم والشكر والصلاة والسلام على نبينا وحبيبنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى اله وصحبه أجمعين وبعد :

لا يسعنا بعد إتمام دراستنا إلا أن نتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى أستاذنا الفاضل الدكتور " زاوي جمال " الذي تفضل بالإشراف على هذه الدراسة , حيث قدم لنا كل النصائح للوصول إلى ما نحن عليه ولم يبخل علينا بإرشاداته وتوجيهاته التي كان لها الأثر البالغ في انجاز هذه الدراسة وحرصه الدائم على إتمامها في أحسن الظروف فجزاه الله كل خير وجعله زيادة في ميزان حسناته.

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى أساتذتنا الأفاضل من قسم الإعلام والاتصال الذين رافقونا طيلة مشوارنا الدراسي ونخص بالذكر الدكتورة " فندوشي ربيعة " التي أثرتنا بنصائحها وإرشاداتها فلها منا كل الشكر والتقدير.

سعاد - خدوجة

خطة الدراسة:

- مقدمة

- الفصل الأول : الإجراءات المنهجية

1- الإشكالية

2- تساؤلات الدراسة

3- أسباب اختيار الموضوع

4- أهداف الدراسة

5- أهمية الدراسة

6- منهج و أدوات الدراسة

7- الأدوات المستخدمة في الدراسة

8- مجتمع البحث و العينة

9- تحديد مفاهيم الدراسة

10- حدود الدراسة

11- الدراسات السابقة

الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي والفيسبوك

أولا: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

2- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

3- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

4- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

5- ايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي

6- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي

7- سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

ثانيا: ماهية الفايسبوك

1-مفهوم موقع الفايسبوك

2- نشأة موقع الفايسبوك

3- خصائص ومميزات موقع الفايسبوك

4- ايجابيات موقع الفايسبوك

5- استخدامات الفايسبوك

6- أهمية الفايسبوك

7- سلبيات الفايسبوك

الفصل الثالث : العلاقات العامة

أولا: ماهية العلاقات العامة

1-مفهوم العلاقات العامة

2- نشأة العلاقات العامة

3- مراحل تطور العلاقات العامة

4- خصائص العلاقات العامة

5- أنواع العلاقات العامة

6- وظائف العلاقات العامة

7- مبادئ العلاقات العامة

8- أهمية العلاقات العامة

ثانيا: شبكات التواصل الاجتماعي و العلاقات العامة

1-ممارسة العلاقات العامة في عصر شبكات التواصل الاجتماعي

2- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة

3- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

1-بطاقة فنية لمؤسسة اتصالات الجزائر

2- نتائج تصورية للدراسة

3- الاقتراحات والتوصيات

4- إجابة تصورية لإشكالية وتساؤلات الدراسة

-خاتمة

- قائمة المراجع

- نموذج استمارة استبيانية

- فهرس المحتويات

الملخص :

نظرا للتطور الهائل والمتلاحق في ميدان التكنولوجيا الحديثة , وظهور ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي التي أدت إلى التغيير الجذري في جهاز العلاقات العامة , كان لابد من إلقاء الضوء على الإشكالية التي تمثلت في : "الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك أنموذجا " في تطوير العلاقات العامة وللإجابة على الإشكالية المطروحة يكون من خلال التعرف على أهم الأهداف:

- مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل العلاقات العامة داخل المؤسسة الخدماتية

- محاولة التعرف على رأي الموظفين بمؤسسة اتصالات الجزائر حول انعكاسات الفيسبوك على أداء العلاقات العامة

ولتحقيق هذه الأهداف تم استخدام المنهج الوصفي من خلال توزيع استمارة استبيانية الكترونية على أفراد العينة من موظفي مصلحة العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر وهي مكونة من 20 مفردة من أصل 305 مفردة حيث تم اختيارها بطريقة قصدية وهذا نظرا لمتطلبات الدراسة

ومن خلالها توصلنا إلى النتائج التالية :

- أن موقع الفايسبوك يعد وسيلة هامة للاتصال والتواصل مع الجمهور , كما يعد التوجه المواكب للعصر

- شبكة الفايسبوك هي الأكثر رواجا واستخداما بالنسبة للمؤسسة

- أن نسبة عالية من الجمهور تتفاعل مع موقع الفايسبوك الخاص بالمؤسسة

- أن الترويج والإعلان عبر موقع الفايسبوك هو أسلوب وإستراتيجية ضرورية بالنسبة للمؤسسة.

وانطلاقا من النتائج التي توصلت إليها الدراسة قدمت عدد من المقترحات أهمها:

- مقترح زيادة اهتمام المؤسسة بالتكنولوجيا الحديثة والعمل على تحسين الأسلوب الأمثل لكسب رضا الجمهور

- ضرورة تطوير صفحة الفايسبوك الخاصة بالمؤسسة , كونها وسيلة اتصالية حديثة والعمل على إدراج وسائل اتصالية أخرى.

Résumé:

Au vu du développement formidable et successif dans le domaine de la technologie moderne, et de l'émergence de ce qu'on appelle les réseaux sociaux qui ont conduit au changement radical de l'appareil de relations publiques, il est nécessaire de faire la lumière sur le problème qui était représenté dans: le rôle joué par les réseaux sociaux, «Facebook comme modèle» dans le développement des relations publiques Et pour répondre au problème qui se pose, c'est en identifiant les objectifs les plus importants:

L'ampleur de la contribution des réseaux sociaux à l'activation des relations publiques au sein de l'organisation de service

-Tenter de se familiariser avec l'opinion des employés d'Algérie Télécom sur les répercussions de Facebook sur la performance des relations publiques

Afin d'atteindre ces objectifs, l'approche descriptive a été utilisée en distribuant un questionnaire électronique aux membres de l'échantillon du service des relations publiques de la Société Algérienne des Télécoms.

Et grâce à cela, nous avons atteint les résultats suivants:

-Facebook est un moyen important de communication et de communication avec le public, car c'est une tendance qui suit le rythme de son temps

Le réseau Facebook est le plus populaire et utilisé par l'institution

-Un pourcentage élevé de l'audience interagit avec le site Facebook de l'institution

-La promotion et la publicité sur Facebook sont une méthode et une stratégie nécessaires pour l'organisation.

Et sur la base des résultats de l'étude, un certain nombre de propositions ont été présentées, dont les plus importantes sont:

-Une proposition visant à accroître l'intérêt de l'institution pour la technologie moderne et à travailler à l'amélioration de la meilleure méthode pour obtenir la satisfaction du public

- La nécessité de développer la page Facebook de l'institution, car c'est un moyen de communication moderne, et de travailler sur l'inclusion d'autres moyens de communication.

مقـــدمة :

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة لشبكة الانترنت ثورة حقيقية في عالم الاتصال والمعلومات حتى باتت عصب المنظمات والمؤسسات لخدمة أهدافها , والمساهمة في نجاحها وتقدمها , فتوظيف هذه التكنولوجيا سهلت التواصل بين أفراد المجتمع وتبادل المعلومات بصورة غير مسبوقة , فنحن نعيش اليوم عصر الذرة والأقمار الصناعية وعصر الحاسوب والانترنت التي حولت العالم إلى قرية صغيرة من دون منازع , وهذا العصر يصطلح عليه بعصر اللغة الرقمية الذي أصبح رمزا لوفرة المعلومات وتدفقها بسرعة هائلة باعتبارها تؤدي أدوارا اجتماعية واقتصادية وسياسية هامة , وأعادت تشكيل خارطة العمل الاتصالي والإعلامي في المجتمعات المعاصرة بما تحمله من خصائص كعالمية الاتصال وسرعة الوصول بالإضافة إلى التفاعل والمشاركة.حيث ساعدت هذه التكنولوجيا على ربط التواصل بين الشعوب بمختلف توجهاتها الحضارية متجاوزة بذلك الحدود السياسية والجغرافية , الأمر الذي جعل أفراد المجتمع يعيشون في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على أكثر اهتماماتهم واستنزف الكثير من أوقاتهم ومن ابرز تلك الاهتمامات نجد شبكات التواصل الاجتماعي التي أضحت وجهة من كل مكان , ومن أشهر الشبكات الاجتماعية التي احتلت الصدارة العالمية بامتياز هو موقع الفايسبوك الذي وفر فتحا ثوريا نقل الإعلام إلى آفاق غير محدودة , بحيث استطاع أن يمتد من مجرد التواصل بين الأفراد ليصبح وسيلة اتصالية هامة يقوم عليها جهاز العلاقات العامة , فقد سهل الأمور على مسؤولي العلاقات العامة في كل مؤسسة أو شركة ووفر الفرصة للتفاعل مع الجماهير العريضة التي تبنت الأشكال الحديثة من التكنولوجيا ودمجتها في حياتهم , بالإضافة إلى انه ساهم بشكل فعال في اختصار المسافات وتوفير الجهد والتكلفة , وتسهيل المهام على المؤسسة , لذلك توجب على ممارسي العلاقات العامة اكتساب المهارات والخبرات الخاصة بهذه المنصات الرقمية لكي يكونوا قادرين على تحقيق النجاح والتطور لشركاتهم ومؤسساتهم ونظرا لأهميته البالغة وسرعته الفائقة في الاتصال والتواصل دفع بالمؤسسات إلى تبني هذه التقنية الحديثة كأداة ترويجية لتعزيز التنافسية وجذب الجمهور نحو نشاطاتها.

لذا سنحاول من خلال دراستنا هذه معرفة مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " أنموذجا في تطوير العلاقات العامة وعلى هذا الأساس قسمنا دراستنا إلى أربع فصول وهي كالتالي :

تناولنا في الفصل الأول الإجراءات المنهجية للدراسة : الإشكالية , تساؤلات الدراسة , أسباب اختيار موضوع الدراسة , الأهداف , الأهمية , منهج وأدوات

الدراسة , مجتمع البحث والعينة , تحديد المفاهيم , الحدود الزمانية والمكانية للدراسة , والدراسات السابقة.

أما الفصل الثاني فقد اشتمل على شبكات التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى موقع الفايسبوك الذي يحتوي ما يلي : أولا : ماهية شبكات التواصل الاجتماعي أدرجنا فيه مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي , النشأة , الخصائص , الأنواع , الأهمية , الايجابيات والسلبيات , أما فيما يخص ماهية الفيسبوك فاحتوى على : مفهوم موقع الفيسبوك , النشأة , المميزات والخصائص , الاستخدامات و أخيرا الأهمية.

الفصل الثالث احتوى على ما يلي : أولا : ماهية العلاقات العامة و اشتملت على: مفهوم العلاقات العامة , نشأة وتطور العلاقات العامة , الخصائص , الأنواع , المبادئ , الوظائف , المراحل , والأهمية.

أما في العنصر الثاني فقد دمجنا فيه شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات العامة واشتمل على : ممارسة العلاقات العامة في ظل شبكات التواصل الاجتماعي , يليه مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة , وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة .

واحتوى الفصل الرابع و الأخير على الإطار التطبيقي للدراسة الذي تناولنا فيه , بطاقة فنية لمؤسسة اتصالات الجزائر , استخلاص النتائج التصورية الخاصة بالدراسة مع مجموعة من الاقتراحات والتوصيات , الإجابة على إشكالية وتساؤلات الدراسة, عرض الخاتمة , واهم المراجع التي اعتمدنا عليها في دراستنا , بالإضافة إلى الملاحق وتمثلت في نموذج استمارة استبيانية.

الإشكالية :

يشهد العالم المعاصر العديد من المتغيرات المتسارعة في مجال الاتصال مما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات إلى جميع إنحاء الكرة الأرضية في أجزاء من الثانية ولاشك أن هذه التغيرات لها تأثيرها المباشر على الأفراد والمؤسسات فقد امضي هذا التطور على وثيقة التحول لعصر العولمة بامتياز للقرن الواحد والعشرين 21 خاصة مع ما يشهده من قفزات كبيرة أدت إلى ظهور الفايسبوك الذي انتشر في العشرية الأخيرة وأصبح يلعب دور المركز في جميع المؤسسات والذي فرض نمطا جديدا وترك أثرا فعالا وواضحا في كل النشاطات, فقد ساهم بشكل كبير في ربط العلاقات والتعارف والتواصل وقد رافق هذا الانفتاح على موقع الفايسبوك تقدما هائلا في اختصار الوقت بين أي نقطتين على سطح الأرض. إن العلاقات العامة هي ظاهرة مهمة لازمت الحياة البشرية منذ القدم وشهدت تطورا وتغيرا موازيا للتطور الذي شهده العالم فهي خاضت تجربة علمية وعملية وأصبحت وظيفة تعتمدها جل المؤسسات باعتبار أن العلاقة بين المؤسسة والجمهور تقتضي وجود ركيزة ألا وهي العلاقات العامة.

والعلاقات العامة كعلم من علوم الإعلام والاتصال ليست بعيدة هي الأخرى عن استخدام موقع الفايسبوك الذي يعتبر حلقة رئيسية تعتمده المؤسسات فقد زادت الحاجة إليه من قبل هذه الأخيرة التي أصبحت تتسابق في توظيفه في منظوماتها المختلفة سعيا منها إلى تسريع وتيرتها التنموية فقد أصبح ضرورة ملحة لإدارات العلاقات العامة في المؤسسات على اختلافها حيث أدى إلى التأثير على أعمال العلاقات العامة وأداء ممارسيها وكذلك في عملية تعليمها ولعل من ابرز المؤسسات التي تعتمد على موقع الفيسبوك نجد المؤسسات الخدماتية ومن بينها "مؤسسة اتصالات الجزائر" على اعتبار أنها تنشط في مجال مهني لا تستطيع الاستمرار دون استخدام هذه المواقع وبهذا ندرك أن أهمية موقع الفيسبوك في مجال العلاقات العامة ينعكس على أداء الموظفين في المؤسسة الخدماتية وهو ما ساعد في تشكيل روابط الثقة بينها وبين جمهورها وعليه أصبحت له مكانة كبيرة داخل المؤسسة ومن هذا المنطلق نطرح الإشكال التالي:

-ما هو الدور الذي يلعبه الفيسبوك في تطوير العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر؟

ويندرج تحت هذا الإشكال التساؤلات التالية:

1-كيف تساهم تقنيات الفايسبوك في تحسين العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر؟

2- ما هي أساليب التأثير والإقناع التي يستخدمها القائمون على الفايسبوك لتطوير العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر؟

3- فيما يتمثل المحتوى الذي يعتمده الفايسبوك لتطوير العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر؟

4- ما هي استخدامات الفايسبوك في العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر؟

5- كيف يساهم المستوى التعليمي للمشرفين على صفحة الفايسبوك الخاصة بمؤسسة اتصالات الجزائر في تطوير العلاقات العامة؟

1-أسباب اختيار الموضوع:

- الاهتمام والرغبة في دراسة هذا الموضوع.
- حب المعرفة والاطلاع وتقديم دراسة تترجم المجهودات العلمية طيلة المسار الدراسي.
- باعتبار شبكات التواصل الاجتماعي احد العوامل التي تساهم بشكل كبير في زيادة فعالية العلاقات العامة داخل المؤسسة الخدماتية.
- باعتبار أن هذا الموضوع يستحق الدراسة, وكونه يتماشى والتخصص العلمي.
- قلة الدراسات التي تتناول مثل هذه المواضيع.

2- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل العلاقات العامة داخل المؤسسة الخدماتية.
- التعرف على أهم التكنولوجيات التي توظفها المؤسسة الخدماتية في مجال العلاقات العامة.
- محاولة معرفة رأي موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر حول انعكاسات الفيسبوك على أداء العلاقات العامة.

3- أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في إثراء الدراسات السابقة وإضافة الجديد إليها باعتبار شبكات التواصل الاجتماعي إحدى الوسائل التي تزايد عدد مستخدميها في الآونة الأخيرة بما في ذلك العلاقات العامة, فقد اتسع نطاق تأثيرها بشكل مباشر على الأفراد بشكل عام وعلى المؤسسات بشكل خاص.

ونأمل أن تكون هذه الدراسة إضافة للدراسات التي تتناول مثل هذه المواضيع بصورة علمية وهو ما يحقق التراكم المعرفي في الدراسات والبحوث العلمية.

وكذلك جاءت هذه الدراسة لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة الخدماتية وإبراز مدى فعاليتها في تدعيم العلاقات وتحسين الأداء الوظيفي للعمال, كما تساهم في خلق اتصال فعال وسريع, وتنمية قدرات العاملين داخل المؤسسة.

4- منهج وأدوات الدراسة:

1-منهج الدراسة : المنهج والطريقة التي يسلكها الباحث للإجابة على الأسئلة التي تثيرها المشكلة موضوع البحث, فعندما يواجه الباحث أو الإنسان العادي مشكلة ما فانه يبدأ في التفكير كيف سيحل هذه المشكلة فالمنهج هو طريقة الحل[1]

وهناك العديد من المناهج البحثية والأساليب العلمية التي يمكن إتباعها للقيام بالبحوث.

وعليه تنتمي هذه الدراسة إلى المنهج الوصفي الذي يهدف لجمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها للتعرف على الظاهرة محل الدراسة من خلال وصفها والوصول لأسبابها والعوامل المتحكمة فيها.

ويمكن تعريفه انه "أسلوب من أساليب التحليل المرتكزة على المعلومات الكافية والدقيقة عن الظاهرة والموضوع المحدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من اجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية, وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة[2]

ويتصف المنهج الوصفي ب 3 خصائص رئيسية:

1-يقوم البحث الوصفي على ظاهرة معينة دون زيادة.

2- يعد البحث الوصفي وصف عميق ومركز لمشكلة معينة, فهو ليس مجرد وصف عابر بل يتعدى ذلك ليصل إلى أعماق المشكلة المراد دراستها.

3-المنهج الوصفي ليس مجرد حصر شامل أو مجرد لما هو قائم بالفعل, بل هوعملية تحليلية لتوضيح الطبيعة الحقيقة للظاهرة المراد دراستها عن طريق تحليلها والوقوف على الظروف المحيطة بها.

[1] إبراهيم أبراش , **المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية** , دط, دار الشروق , عمان , 2009 , ص: 65.
[2] محمد عبيدات , محمد أبو نصار , **منهجية البحث العلمي**, **القواعد والمراحل وتطبيقاتها** , د ط , دار وائل , الأردن , 1999, ص: 35 .

وتعرف دراسة حالة على أنها "عبارة عن بحث متعمق لحالة محددة بهدف الوصول إلى نتائج يمكن تعميقها على حالات أخرى مشابهة".

وتعرف أيضا على أنها "تقوم على الاهتمام بدراسة الوحدات الاجتماعية بصفتها الكلية ثم النظر إلى الجزئيات من حيث علاقتها بالكل الذي يحتويها أي أن دراسة حالة نوع من البحث المتعمق في فردية وحدة اجتماعية سواء كانت هذه الوحدة فرد أو أسرة أو نظام أو مؤسسة اجتماعية.[1]

5- الأدوات المستخدمة في الدراسة:

المقصود بالأدوات هي الوسائل التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات والمعلومات بهدف توظيفها في بحثه.

وتعرف أيضا الأدوات على أنها وسيلة لجمع البيانات وهي متعددة قد تكون استبانة أو مقابلة أو ملاحظة ....الخ, ويعتمد اختبار الأداة على المنهج المستخدم في الدراسة ومدى ملائمتها لتلك الأداة[2]

وعليه لجا الباحث إلى استخدام أداة الاستبيان ويعرف على انه" وسيلة للحصول على إجابات عدد من الأسئلة المكتوبة في نموذج يعد لهذا الغرض ويقوم المجيب بملئه بنفسه.

وهناك قواعد يعتمد عليها الاستبيان هي:

- أن لا يكون الاستبيان طويل بحيث يحتاج إلى جهد ووقت طويل في إجابته.

- تجنب وضع أسئلة غامضة.

- تجنب وضع أسئلة لا مبرر لها وغير هامة.

-الابتعاد على الأسئلة المعقدة.[3]

وقد تم الاعتماد أيضا على أداة المقابلة حيث قمنا بإجراء سلسلة من المقابلات مع إطارات متخصصة في مؤسسة اتصالات الجزائر.

---

[1] احمد بن مرسلي, **مناهج البحث العلمي** في **علوم الإعلام والاتصال**, ط4, د د ن, الجزائر,2010 , ص : 302 .
[2] احمد الرفاعي حسين , **مناهج البحث العلمي** , د ط , دار وائل ,عمان , 1998 , ص : 181 .
[3] يحيى إسماعيل نبهان , **مناهج البحث العلمي بين النظرية والتطبيق** , ط 1 , دار يافا العلمية , عمان , 2009 , ص: 90, 91 .

ويمكن تعريف أداة المقابلة على أنها "استبيان شفوي يقوم من خلاله الباحث بجمع معلومات وبيانات شفوية عن المفحوص, والمقابلة كأداة للبحث العلمي تختلف عن المقابلات العرضية كالتي يجريها المذيعون, فالمقابلة كأداة بحث تتطلب تخطيط وإعداد مسبق وتتطلب تأهيلا وتقريبا خاصا.

تهدف إلى الحصول على معلومات مباشرة, لذلك على الباحث أن يمتلك مهارات أثناء المقابلة مثل: خلق جو الألفة والتعاون, واللباقة والانتماء وإعطاء المفحوص الوقت الكافي للإجابة.[1]

6- تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة:

1-مجتمع البحث: يعرف مجتمع البحث بأنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث وهو مجموع محدود من المفردات محددة مسبقا , حيث تنصب الملاحظات."

وعليه تمثل مجتمع البحث على موظفي البحث مؤسسة اتصالات الجزائر والذي يبلغ عددهم 305 موظف.

2-عينة الدراسة : العينة هي طريقة من طرف البحث وجمع المعلومات , فليست العينة إلا مثالا أو مجموعة أمثلة منتقاة من مجتمع بحث كبير لتعبر عنه.[2]

وقد تكونت عينة الدراسة من 25 مفردة تمثلت في موظفي مصلحة العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر باعتبار الموضوع يتمحور حول العلاقات العامة.

وبذلك يكون نوع العينة قصدية , وتعرف على النحو التالي:

"العينة القصدية هي أن الباحث يتعمد أن تتكوم العينة من وحدات بعينها , لتوفر خصوصيات في هذه الوحدات يجعلها تمثل تمثيلا صحيحا للمجتمع الأصلي , فقد يختار الباحث مناطق محددة يرى أنها تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع.[3]

[1] يحيى إسماعيل نبهان , نفس المرجع السابق , ص :85.
[2] عمار بوحوش , **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث** , د ط , ديوان المطبوعات الجامعية , الجزائر , 2001, ص: 240.
[3] إبراهيم أبراش , نفس المرجع السابق , ص: 253.

7- تحديد مفاهيم الدراسة :

-شبكات التواصل الاجتماعي: تتكون من كلمة: الشبكات , التواصل , الاجتماعي.

- الشبكات لغة : ورد في معجم محمد منير حجاب "أن الشبكة هي مجموعة من العناصر الكهربائية أو الأفراد أو المؤسسات أو الحواسيب , والكل تعمل من اجل تحقيق غاية معينة[1]

وورد أيضا في معجم شرح المصطلحات للدكتور محمد الهادي "أنها تعني ربط حاسوب أو أكثر مع الأدوات المرتبطة معا بواسطة تسهيلات الاتصالات"[2]

اصطلاحا : هي القنوات الاتصالية تعرف بالشبكات , وهي أساسا الرابط بين البيانات الطرفية "TERMINALES" للحاسب بهدف نقل وتبادل المعلومات بين الحاسب الآلي والنهايات الطرفية المتصلة به في إطار النقل على الخط المباشر "OULINE" للبيانات.[3]

إجرائيا : هي وسيلة لربط عدد من الأجهزة قد يكون اثنين أو أكثر , بهدف تبادل المعلومات والبيانات بينهما, قد تكون أجهزة حواسيب شخصية أو مركزية.

التواصل لغة: حسب قاموس معاني الجامع: تواصل, فعل , تواصل , يتواصل , تواصلا, فهو متواصل , تواصل الصديقان , واصل احدهما الآخر , في اتفاق ووئام , اجتمعا , اتفقا.[4]

التواصل اصطلاحا : هو تبادل أدلة بين ذات مرسلة وذات مستقبلة , حيث تنطلق الرسالة بهذا الذات الأخرى , وتتضمن العملية جوابا ضمنيا أو صريحا عما تتحدث عنه, الذي هو الأشياء أو الكائنات أو بعبارة اشمل موضوعات العالم ويتطلب نجاح هذه العملية اشتراك عناصر الاتصال.[5]

إجرائيا : هو الاتصال و التواصل بين موظفي اتصالات الجزائر بواسطة جهاز يسمح لهم بتبادل المعلومات والبيانات, من اجل القيام بأدوارهم ووظائفهم داخل المؤسسة و خارجها.

---

[1] محمد منير حجاب, **المعجم الإعلامي** , ط 1 , دار الفجر , مصر , 2004 , ص:301 .
[2] محمد الهادي, **تكنولوجيا الاتصال وشبكات المعلومات** , د ط , المكتبة الأكاديمية , مصر , 2001, ص :316.
[3] المرجع نفسه ص: 317.
[4] قاموس **معجم المعاني, الجامع , عربي – عربي** , نقلا عن الموقع الالكتروني :
HTTPS://WWW.ALMAANY.COM بتاريخ 5 مارس 2020 على الساعة 11:30.
[5] عمر اوكان ,**اللغة والخطاب** , د ط , دار البيضاء , المغرب , 2001, ص: 36.

شبكات التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا : يعرفها شريف اللبان" أنها مصطلح يستخدم للإشارة على المواقع الالكترونية المستخدمة للاتصال بالغير والتفاعل معهم, وغالبا ما يتم ذلك بشكل غير رسمي, أو بالإسناد التام إلى شبكة الانترنت, ومن أمثلة هذا النوع من المواقع : موقع فيسبوك و تويتر[1].

إجرائيا: هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع للتفاعل والتواصل بين الأفراد على شبكة الانترنت, يتفحصها المشرفون والموظفون والأفراد بمؤسسة اتصالات الجزائر ويتفاعلون فيها مع الجماهير, وذلك للقيام بدورهم مثل القائمين بالاتصال, بهدف جمع اكبر عدد من المستخدمين.

العلاقات العامة :

لغة : يتكون مصطلح العلاقات العامة من كلمتين هما:

العلاقات اصطلاحا : هي الصلات والروابط, نقول قطع العلاقات, وهي جمع علائق, الارتباط والصلة, أي شيء يتعلق بشيء آخر.[2]

عامة لغة : جمعها عوام , عامة الناس , عامة جميعا , جاؤوا عامة في لغة العامة , يعبر بصورة عامة , بشكل عام , عامة الشعب , طبقة الناس العاديين[3]

اصطلاحا: تعرف على أنها ذلك الفهم والشعور الودي , والتبادلي الممكن تحقيقه بين الفرد وإدارة المنظمة والأسلوب المتبع في تحقيق هذا الفهم , مثلا التجار والبائعين يستطيعون خلق علاقة ودية مع عملائهم من طريقة التعامل.[4]

إجرائيا : هي وظيفة إدارية تعتمدها مؤسسة اتصالات الجزائر , تعمل على تحقيق أهداف وتحسين العلاقات مع الجماهير وبناء صورة ذهنية ايجابية لديهم اتجاه هذه المؤسسة.

---

[1] عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر, **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**, ط 1, دار الصفاء , عمان , 2015 ,ص: 19.

[2] **المنجد الأبجدي** , ط 5 ,دار الشرق , لبنان , 1987 , ص :711.

[3] **المنجد في اللغة العربية المعاصرة** , ط 2 ,دار المشرق , لبنان , 2001 , ص :123.

[4] محمد احمد المصري , **العلاقات العامة** , د ط , مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية , 2000 , ص: 04.

الفايسبوك :

لغة : هو مصطلح ينقسم إلى قسمين :

فيس : وتعني وجه

بوك : وتعني كتاب

وهو مصطلح استوحاه مارك زوكنبورغ " مؤسس الفيسبوك " من الكتاب الجامعي الذي يصدر كل نهاية عام , ويحوي على صور جميع الطلاب , "year book "

وعليه أصبح " فيسبوك " ويعني دليل البحث عن الأشخاص باستخدام صورهم[1]

اصطلاحا : مصطلح الفايسبوك هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول كبير من الشباب في جميع أنحاء العالم , ويعد هذا الموقع واحدا من أشهر المواقع العالمية , ورائد التواصل الاجتماعي في العالم.[2]

إجرائيا : هو موقع توظفه وتستخدمه مؤسسة اتصالات الجزائر , لتسهيل الاتصال والتواصل مع موظفيها وجماهيرها , وممارسة أنشطتها من خلاله.

[1] جلول س الصافي , **منتدى علوم ومعلومات عامة** ,منتديات ستار تايمز , متوفر على الرابط : https//www/tartîmes/com بتاريخ 8 مارس 2020 على الساعة 12:30.

[2] نسرين حسون , الإعلام الجديد , **المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف** , نقلا عن الموقع الالكتروني: https//cutt-us/njow بتاريخ 8 مارس 2020 على الساعة 11:15.

8- حدود الدراسة :

- الحدود الزمنية : انطلقت دراستنا الميدانية هذه من 19 فيفري 2020 إلى 19 مارس 2020 حيث قمنا في هذه الفترة بجمع المعلومات المتعلقة بموضوع دراستنا وتوزيع استبيان وإجراء سلسلة من المقابلات مع مختصين ومؤ طرين في مؤسسة اتصالات الجزائر وكانت عبارة عن زيارات متقطعة لمقر المؤسسة.

- الحدود المكانية: تمثل المجال المكاني لهذه الدراسة في مؤسسة اتصالات الجزائر التي تقع بالقطب الحضري بولاية المدية.

- الحدود البشرية: تم إجراء هذه الدراسة على موظفي اتصالات الجزائر حيث اقتصرت على الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تطوير العلاقات العامة.

9- الدراسات السابقة :

حتى لا ننطلق من فراغ في هذه الدراسة, ارتأينا أن نبحث عن دراسات لها علاقة بموضوع دراستنا, وقد اخترنا 5 دراسات :

- الدراسة الأولى : للباحثتين: آمنة عيادي , فاطمة كاتب, جاءت تحت عنوان "دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية ".[1] وقد تناولت الباحثتان الإشكالية التالية : ما هو دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة للمؤسسة الخدماتية "؟ والتي تفرعت عنها التساؤلات التالية :

- هل تسهم تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين أداء العلاقات العامة في المديرية الولائية للأمن؟

- ما رأي موظفي المديرية الولائية للأمن في انعكاسات التكنولوجيا الحديثة على أداء العلاقات العامة ؟

- ما هي أهم الوسائل التكنولوجية الحديثة للاتصال التي تستخدمها المديرية الولائية للأمن لتفعيل أداء العلاقات العامة؟

وسعت الباحثتان في دراستهما لتحقيق مجموعة من الأهداف تمثلت في :

- التعرف على رأي موظفي مديرية الأمن بأم البواقي في انعكاسات التكنولوجيا الحديثة على أداء العلاقات العامة.

- التعرف على مدى إسهام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة في المديرية الولائية للأمن.

- التعرف على أهم تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي تستخدمها المديرية الولائية للأمن لمعرفة إذا كان ذلك يخدم مصالحها.

وقد اعتمدتا على المنهج الوصفي كونه أكثر ملائمة للموضوع من اجل الكشف على تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال في العلاقات العامة, في حين لم يتم ذكر لو التطرق للعينة.

[1] آمنة عيادي , فاطمة كاتب , **دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية** , مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال , تخصص اتصال وعلاقات عامة , جامعة العربي بن مهيدي , أم البواقي , 2015 - 2016 .

وقد خلصت الباحثتان إلى النتائج التالية:

- الدور الايجابي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة في المديرية الولائية للأمن , ويمكن الدور الايجابي لها في تسريع وتيرة العمل , وتفعيل الاتصال الداخلي والخارجي , وكذلك تسهيل العمل وتحسين نوعيته , والحصول على المعلومة و إيصالها في وقت قياسي.

- تعد تكنولوجيا الاتصال الحديثة حتمية ضرورية تعتمد عليها المديرية الولائية للأمن لضمان اتصال فعال , ولا يمكن استمرار العمل دونها وعليه فان تكنولوجيا الاتصال هي الركيزة الأساسية , المعتمد عليها في المديرية ككل , وفي خلية الاتصال والعلاقات العامة بصفة خاصة.

- تعتبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي تتوفر عليها المديرية الولائية للامنا هم أداة تعتمد عليها خلية الاتصال والعلاقات العامة في التنسيق والربط بين مختلف المصالح والمكاتب والأقسام داخل المديرية , هذا من جهة , ومن جهة أخرى تعتمد عليها الخلية في الاتصال والتنسيق في مختلف بلديات الولاية كمركز الشرطة الرئيسي بدائرة عين البيضاء وكذا المؤسسات والهيئات التي تتعامل معها المديرية في شاكلة الإذاعة ومختلف الصحف المحلية.

يظهر أن هناك اشتراك وتشابه في مجال دراستنا و هذه الدراسة, ويظهر ذلك من خلال دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية, فهناك ارتباط من حيث التكنولوجيا باعتبار دراستنا جزء من التكنولوجيا وهي شبكات التواصل الاجتماعي وكذلك العلاقات العامة وحتى مجال البحث وهي المؤسسة الخدماتية, كلها عناصر تشترك ودراستنا, وعليه كانت هذه الدراسة ركيزة أساسية تدعم بحثنا سواء من حيث الخطوات والمنهج,أو حتى المعلومات في الإطار النظري.

من خلال اطلاعنا على هذه الدراسة لاحظنا وجود بعض الأخطاء وهي انه ليست هناك أنموذج اعتمدت عليه, فقد درست التكنولوجيا الحديثة ككل, وهو ما جعل الدراسة واسعة, وهو ما قد يؤدي إلى كثرة المعلومات, لذلك حبذا لو اختاروا نموذج من التكنولوجيا حتى تكون الدراسة معمقة وواضحة ودقيقة, كما لاحظنا انه لم يتم ذكر العينة التي تم الاعتماد عليها, كما أن الإطار المنهجي غير متسلسل بطريقة صحيحة, فقد جاءت الأهمية والأهداف قبل أسباب اختيار الموضوع, وجاءت الدراسة السابقة ومفاهيم الدراسة قبل المنهج, ولاحظنا أيضا انه في تحديد المفاهيم وبالضبط مصطلح العلاقات العامة ثم التوسع فيه أكثر من اللازم, فقد تم تعريفها من جميع الجوانب وجميع الهيئات والباحثين, وهو ما جعل مفهوم العلاقات العامة غائبا في الإطار النظري.

الدراسة الثانية :

من إعداد الباحث محمد عثمان علي بابكر, بعنوان "التقنيات الحديثة ودورها في إدارة أنشطة العلاقات العامة "[1] وجاءت إشكالية الدراسة حول "معرفة دور واثر التقنيات الحديثة في رفع كفاءة الأداء بإدارة العلاقات العامة للشركة السودانية "سود اتل" وتفرعت بدورها إلى التساؤلات الفرعية الآتية :

- ما مدى توظيف إدارة العلاقات العامة بالشركة السودانية للاتصالات "سود اتل" للتقنيات الحديثة في إدارة أنشطتها؟

- هل تتوافق التقنيات الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة في الشركة السودانية للاتصالات مع احتياجات الجمهور والى أي مدى احدث استخدامها انعكاسا إيجابا على الصورة الذهنية على جمهور هذه الشركة؟

- هل يساهم إدخال التقنيات الحديثة في تطوير الأداء بالشركة السودانية للاتصالات بصورة عامة وبإدارة العلاقات العامة بهذه الشركة بصورة خاصة؟

وتمحورت أهداف هذه الدراسة حول:

- التعرف على العلاقات العامة بالشركة السودانية للاتصالات "سود اتل" والمساهمة في تطويرها.

- الوقوف على نوع التقنيات الحديثة المستخدمة في العلاقات العامة بالشركة السودانية للاتصالات "سود اتل"

- الوقوف على مستوى الكفاءات ومدى تدريبها وتأهيلها لاستخدام التقنيات الحديثة.

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي وذلك بغرض اختبار الفروض والحصول على نتائج, وقد تمثلت العينة بالاعتماد على الحصر الشامل لمجتمع البحث البالغ عددهم 30 مفردة من عاملين ورؤساء ومديرين لشركة "سود اتل".

وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية:

-التقنيات الحديثة في نشاط العلاقات العامة أسهم بشكل فاعل في أداء هذه الإدارة وهذا ما دفع الشركة لتحقيق النجاح والفاعلية في سوق الاتصالات, ولاشك أن الارتقاء بمجال

[1] محمد عثمان علي بابكر , **التقنيات الحديثة ودورها في إدارة أنشطة العلاقات العامة** , رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال , غير منشورة , تخصص العلاقات العامة والإعلان , جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا , 2009 – 2014.

أنشطة الاتصالات يعتبر محورا أساسيا في تحقيق شعار الوحدة في التنوع بين الكيانات العرقية والثقافية المتداخلة والمتباينة بصورة مباشرة وغير مباشرة, مما يسهم بصورة فاعلة في إكمال عملية الانصهار الاجتماعي والثقافي في إطار التوجهات الحضارية.

-تطبيق التقنيات الحديثة بإدارة العلاقات العامة بالشركة أدى إلى تغيير النظرة العامة وتحسين الصورة الذهنية لدى الجمهور عن هذه الشركة وخدماتها وهو ما مكن الشركة محل الدراسة من تحقيق الريادة في مجال الاتصالات على كافة المستويات المحلية والقومية.

وعن أوجه استفادتنا من هذه الدراسة هي أنها اهتمت بدراسة التقنيات الحديثة ودورها في إدارة أنشطة العلاقات العامة, وهي بذلك مست جانب من دراستنا فقد استفدنا منها لأنها أيضا تبحث عن دور التقنيات الحديثة لرفع أداء العلاقات العامة وهو ما يشترك مع دراستنا من حيث الدور, وهو ما نصبوا إليه في دراستنا هذه, فقد مكنتنا من تحديد العينة وجمع المعلومات, وكذلك من حيث النتائج المتوصل إليها.

وبعد اطلاعنا على هذه الدراسة يمكن القول أن الباحث لم يذكر في دراساته السابقة أوجه الاستفادة منها, ولم يتطرق إلى الأسئلة الفرعية بعد إشكالية الدراسة مباشرة بل ذكرها ضمن أهداف البحث.

الدراسة الثالثة:

من إعداد الباحث عثمان إحسان عيدان بعنوان "اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة علاقات الزبائن"[1], تمحورت إشكالية هذه الدراسة في :

-هل هناك اثر لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن في الجامعات الأردنية؟ ولم يطرح الباحث تساؤلات فرعية.

وتمثلت أهداف دراسته في بيان اثر التوجه بالزبون والتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن والنظام الإداري المرتكز على الزبون في تعزيز أداء علاقات الزبائن.

- بيان اثر التوجه بالزبون والتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن والنظام الإداري المرتكز على الزبون في تعزيز قدرات إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية.

-بيان اثر قدرات إدارات علاقات الزبائن الاجتماعية في تعزيز أداء علاقات الزبائن.

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتضمن مسح الأدب النظري بالرجوع إلى المراجع والمصادر العلمية لبناء الإطار النظري , وتمثلت العينة في 375 مفردة من طلبة جامعة عمان والشرق وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- مستوى محور التوجه بالزبائن في الجامعات الأردنية الخاصة محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعا.

- أشارت نتائج التحليل الوصفي أن محور التكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن {فيسبوك يوتيوب, تطبيقات الهاتف النقال } في الجامعات الأردنية الخاصة محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعا.

- أوضحت نتائج التحليل الإحصائي أن مستوى محور النظام الإداري المرتكز على الزبون في الجامعات الأردنية الخاصة محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعا.

- أكدت الدراسة أن مستوى محور الرضا الزبائن في الجامعات الأردنية الخاصة محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعا.

[1] عثمان إحسان عيدان , **اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة علاقات الزبائن** , رسالة ماجستير "غير منشورة" في الأعمال الالكترونية , جامعة الشرق الأوسط , 2016/2015.

أفادتنا هذه الدراسة في احد المتغيرات وهو شبكات التواصل الاجتماعي وكذلك ركزت على الفايسبوك كأنموذج وهي بذلك مست جزء من دراستنا, وبذلك لنا مجال مشترك, وقد استفدنا من هذه الدراسة في جمع المعلومات في الإطار النظري من خلال المعالجة التي قامت بها لشبكات التواصل الاجتماعي والفيسبوك كنموذج لها, وهو ما نحن في صدد دراسته, وعليه تمكنا من تكوين صورة مبدئية حول موضوعنا.

إن ما يعاب على هذه الدراسة انه لم يتم ذكر نوع العينة, وقد تم التطرق إلى تحديد المفاهيم من الناحية الإجرائية فقط.

الدراسة الرابعة:

خنفوف عقيلة, سعدي سهام, جاءت هذه الدراسة تحت عنوان " دور تكنولوجيا الاتصال في تحسين العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية ", دراسة حالة مديرية التربية لولاية المدية[1], اعتمدت هذه الدراسة على الإشكالية التالية:

-ماهي درجة مساهمة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين العلاقات العامة في المؤسسة العمومية؟

ومن هذه الإشكالية تم طرح عدة تساؤلات فرعية هي:

1-ما هو واقع تكنولوجيا الاتصال للرفع من أداء العلاقات العامة في مديرية التربية لولاية المدية؟

2- ها هناك علاقة بين تكنولوجيا الاتصال والعلاقات العامة؟

3- ما هي أهم الوسائل التكنولوجية الحديثة للاتصال التي تستخدمها مديرية التربية لتحسين العلاقات العامة؟

4- هل تؤثر تكنولوجيا الاتصال في ضبط العلاقات العامة في المؤسسة العمومية؟

حيث تهدف هذه الدراسة الوصول إلى:

- معرفة رأي موظفي مديرية التربية لولاية المدية حول انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة للاتصال على أداء العلاقات العامة.

- التعرف على الوسائل التكنولوجية الحديثة للاتصال المستخدمة من طرف مديرية التربية لولاية المدية.

- معرفة درجة إسهام التكنولوجيا الحديثة على أداء العلاقات العامة في مديرية التربية لولاية المدية.

- تم التطرق في هذه الدراسة إلى منهج دراسة الحالة باعتبار أن مديرية التربية مؤسسة عمومية يجب دراستها كحالة.

[1] عقيلة خنفوف , سهام سعدي , **دور تكنولوجيا الاتصال في تحسين العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية** , مذكرة ماستر , غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال , تخصص اتصال وعلاقات عامة , جامعة يحيى فارس بالمدية , 2018 – 2019 .

قامتا الباحثتين باختيار العينة القصدية وتتكون من 60 مفردة وتتمثل في موظفي مديرية التربية {ذكور وإناث}

وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

1- تعد تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي تتوفر عليها مديرية التربية لولاية المدية أداة فعالة تعتمد عليها العلاقات العامة في التخطيط والتنظيم وأيضا التنسيق والربط بين مختلف المصالح والمكاتب والأقسام داخل المديرية.

2- تعتمد المؤسسة في تواصلها مع مختلف المصالح وبين موظفيها على تكنولوجيا الاتصال.

3- تعتبر تكنولوجيا الاتصال محرك ثابت للعلاقات العامة حيث أصبحت تتم بكل سهولة وفعالية وخاصة أن أغلبية الموظفين من ذوي الشهادات أو الخبرة.

4- منذ بداية استعمال تكنولوجيا الاتصال زالت الكثير من العوائق والعقبات التي كانت تشوب العلاقات العامة في المؤسسة.

5- لقد ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة بشكل ايجابي في تحسين العلاقات العامة داخل المديرية ويتمثل هذا في تسهيل العمل وتحسين نوعية الحصول على المعلومات وإيصالها في وقت قياسي, تسريع انجاز الأعمال وتفعيل الاتصال داخليا وخارجيا.

6- تعتبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة ضرورة لابد منها لضمان الاتصال داخل مديرية التربية ولا يمكن استمرار العمل دونها فهي العصب الأساسي للمديرية ككل.

7- تستخدم مديرية التربية في خدماتها كل الوسائل الحديثة لتكنولوجيا الاتصال كالانترنت – الانترانت – الاكسترانت – الفاكس.

تمثلت أوجه الاستفادة من هذه الدراسة في الجانب النظري بكثرة فيما يخص العلاقات العامة, كونها تشترك ودراستنا في تحسين أو تطوير العلاقات العامة, وهو ما لفت انتباهنا لهذه الدراسة إضافة إلى تكنولوجيا الاتصال التي تعتبر دراستنا جزء منها, وهي بذلك أعطتنا لمحة عن الخطوات المنهجية وكذلك من حيث النتائج المتوصل إليها.

أن ما يعاب على هذه الدراسة أن الباحثتان لم تذكرا المنهج الذي اعتمدتا عليه فقد تم ذكر نوع الدراسة فقط, كما انه يتم ذكر أهداف ومنهج وعينة الدراسات السابقة ولا أوجه الاستفادة منها, فقد اكتفت الباحثتان بسؤال الإشكالية والتساؤلات الفرعية والنتائج فقط , إضافة إلى أن عدد الدراسات السابقة كان قليلا فقد اعتمدتا على دراستين فقط.

الدراسة الخامسة:

من إعداد الباحث بلال وانيس, الموسومة ب" المواقع الالكترونية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية " "دراسة مقارنة بين موظفي جامعة بسكرة وجامعة ورقلة "[1], عالجت هذه الدراسة الإشكالية التالية:

-ما طبيعة المواقع الالكترونية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية؟

وقد تفرع عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات تمثلت في :

- ما هو الدور الذي يلعبه الموقع الالكتروني للجامعة؟

- ما السمات والخصائص والأساليب والمضامين التي يتميز بها كل من موظفي الجامعة؟

- ما طبيعة التصميم والخدمات الإضافية للمواقع الجامعية؟

- ما الأنماط المستخدمة في الموقعين لتحقيق عنصر التفاعلية؟

- كيف يشكل الموقع الالكتروني صورة ذهنية عن هذه المؤسسة لدى الجمهور؟

وهدفت الدراسة إلى:

- توصيف الانترنت باعتبارها وسيلة اتصال حديثة تستخدمها المؤسسات من اجل الاتصال بجمهورها, وذلك من خلال ما تتيحه من خدمات.

- معرفة مكانة وواقع العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسات الحكومية منها الجامعات.

- تشخيص السمات والأساليب الأساسية للموقعين والمقارنة بينهما.

- إبراز الجانب التفاعلي للموقعين

واعتمد الباحث في دراسته هذه على المنهج المسحي التي تهدف لمسح عينة الدراسة وتحليلها ومعالجتها بقصد جمع المعلومات والبيانات وتقويمها وتصنيفها.

وتمثلت عينة الدراسة في العينة القصدية التي تتمثل في اختيار كل من موقعي جامعة بسكرة وجامعة ورقلة, ليصل الباحث في الأخير إلى أهم النتائج وهي:

- تنوع مضمون الموقعين, هذا التنوع يخدم هدف واحد وهو التعريف بالمؤسسة وأنشطتها.

[1] بلال وانيس , **المواقع الالكترونية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية** , مذكرة ماستر غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال , تخصص اتصال وعلاقات عامة , جامعة محمد خيضر – بسكرة , 2013 – 2014 .

- استهداف الموقعين للجمهور الداخلي أكثر منهم جمهور آخر مما يعني جل المضامين موجهة للجمهور الداخلي للمؤسسة.

- التفاوت في استخدام القوالب والأساليب الاتصالية الالكترونية في كل من الموقعين, مما يدل على أن الموقعين لا يعتمد على أسلوب محدد من اجل عرض المضمون.

- عدم وجود إستراتيجية معينة لدفع مضمون الموقعين ونقصد هنا التكتيك المستخدم في

تقديم المضمون وهذا يؤثر على أهداف المضامين الموجودة داخل الموقع.

تعتبر هذه الدراسة دراسة مشابهة لدراستنا الحالية, ولها علاقة مباشرة بها, إذ تشترك معها في متغير أساسي وهو العلاقات العامة, فهي تعتبر مرجع اعتمدنا عليه سواء في الجانب النظري أو الجانب المنهجي.

وما يعاب على هذه الدراسة أن الباحث لم يتطرق فيها إلى حجم العينة, كما أن خطوات الجانب المنهجي كان فيها خلط, حيث جاءت الدراسات السابقة بعد المقدمة مباشرة, في حين كان من الأحسن طرح الإشكالية حتى يتمكن المطلع على هذه الدراسة فهم الإشكال الذي تدور حوله باعتبار أن الدراسات السابقة تأتي آخر عنصر في الإطار المنهجي كونها مرجع اعتمد عليه الباحث لجمع معلومات حول موضوعه.

أولا : ماهية شبكات الواصل الاجتماعي

يشهد العالم المعاصر تطورا علميا وتكنولوجيا هائلا في مختلف مجالات الحياة , تمخض عنه ظهور ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي ,التي فتحت آفاقا جديدة وأحدثت تغييرات في مختلف الجوانب سواء الإنسانية أو الثقافية وحتى الاجتماعية , وتعتبر أعظم ما أفرزته الثورة التكنولوجية الحديثة , بحيث أصبحت علامة بارزة في العصر الحالي ,فحظيت هذه الشبكات بانتشار وتطور واسع على الصعيد العالمي , وهذا التطور الهائل في مجال التكنولوجيا الحديثة أساسه التفاعلية المتعددة الوسائط باعتبارها الميزة الأساسية له,بالإضافة إلى أن هذه الشبكات قربت المسافة بين الأفراد في فضاء الكتروني افتراضي, فهي كانت ولازالت تثير الاهتمام , بحيث جمعت بين وسائل الإعلام التقليدية والوسائل الحديثة ووفرت منصة مثالية للتواصل بين الأفراد , وهذا ما جعلها تحتل مكانة هامة في مختلف المجتمعات.

ومن هذا المنطلق سنتطرق في هذا الفصل إلى أهم النقاط المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي .

1-مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي :

هناك تعريفات عدة لشبكات التواصل الاجتماعي:

" إن مواقع التواصل social networking , وهي عادة ما يطلق عليه بوسائل الإعلام الاجتماعي social media , والتي تمثل نمطا جديدا ومؤثرا من وسائل الإعلام والاتصال, ويشار إليه عادة من منطلق الإدارة بأنها وسائل الإعلام المنتجة أو المولدة من قبل المستهلك.

وان وسائل الإعلام الاجتماعي هذه هي وسائل للتفاعل الاجتماعي وهي تمثل تطورا عن تطبيقات واستخدامات وسيلة الانترنت في الاتصال اليومي في المجتمع[1]

وتعرف على أنها " احدث أدوات الإعلام الجديد وأكثرها استخداما وتأثيرا لذا علينا استخدامها واستغلالها بطريقة احترافية وذكية ومبنية على أسباب دخول الناس إليها واستخدامها وبناء الثقة مع المجتمع لإيصال الرسالة الإعلامية أو الإعلانية, بطرق حديثة تتناسب مع هذه الأداة وذلك عبر بناء وتبني خطط إستراتيجية تتماشى مع أهداف كل من يود استخدامها كالحكومات والقطاع الحكومي والشركات الخاصة[2]

من خلال ما سبق نستنتج أن هناك تسميات عدة لشبكات التواصل الاجتماعي , وهي شبكات فعالة جدا مكنت من تسهيل الحياة الاجتماعية على الأفراد , وقامت بجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة اهتماماتهم.

وتعدى استخدامها من الأفراد إلى الحكومات والشركات التي أصبحت تعتمد عليها كركيزة لتنمية نشاطاتها.

[1] عبد الكريم فهد الساري , سؤدد فؤاد الالوسي , **الإعلام والتسويق السياسي والانتخابي** , ط 1 , دار أسامة , عمان , 2013 , ص: 130 .

[2] عبد الحليم موسى يعقوب , **الإعلام الجديد والجريمة الالكترونية** , ط 1 , دار العالمية , د ب ن , 2014 , ص: 11 .

وقد جاء تعريف بعض الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي كالأتي :

- يعرفها محمد عواد " أنها تركيبة اجتماعية الكترونية تم صياغتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات , وتم تسمية الجزء التكويني الأساسي باسم العقدة , بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات "[1]

- ويعرفها الديلمي " أنها مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها شبكات تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون ,و في أي مكان في العالم , حيث ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور والآراء مع توطيد العلاقات الاجتماعية بينهم"

- في حين يرى المقدادي أنها " شكل مبسط من أشكال التواصل الإنساني لأنها تسمح بالتواصل مع عدد من الناس , عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع , فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل أثناء إمدادك تلك المعلومات , وهي بذلك أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق الانترنت[2].

- جاء تعريف مواقع التواصل الاجتماعي أنها خدمة الكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم , كما تسمح بالتواصل مع الآخرين والتعبير عن أرائهم بشتى اللغات.

- أما الموسوعة الحرة تعرفها أنها مواقع الويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية و الرسائل الخاصة , الفيديو أو غيرها من الخدمات[3]

إن شبكات التواصل هي منظومة من الشبكات الالكترونية تضم داخلها العديد من المواقع مثل الفيس بوك , تويتر , وغيرها , وهذه الشبكات هي الركيزة الأساسية للإعلام , تتيح التواصل للأفراد عبر فضاء افتراضي.

---

[1] بدر الدين بن بلعباس , **شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين** , مذكرة ماجستير غير منشورة , تخصص علم الاجتماع والتربية , جامعة محمد خيضر – بسكرة , 2014 – 2015 , ص: 27 .

[2] احمد قاسمي , سليم جداي , **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية** , ط 1 , دار المركز الديمقراطي العربي , برلين – ألمانيا , 2019 , ص: 20 .

[3] مشتاق طلب فاضل , **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي** , مجلة تكريت للعلوم السياسية , العدد 13 , 2014 – 2017 , ص: 204 .

2- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي :

في عام 1954 صاغ جون بارنز وهو باحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن , مصطلح الشبكات الاجتماعية للدلالة على أنماط من العلاقات تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي , وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية كالقبائل والأسر.

وفي السبعينيات من القرن الماضي ظهرت بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية البدائية , فقد كانت هناك شبكات تواصل تضم آلاف من الطرفيات مرتبطة بجهاز حاسوب رئيس يمثل مركز البيانات ومصدر ذكاء تلك الطرفيات.

وبعد اختراع شبكة المعلومات الدولية {الانترنت } في منتصف التسعينيات من القرن العشرين, بدأت أول شبكات التواصل الاجتماعي بالظهور بشكلها الحديث مثل {classmatrees.com} عام 1995 , وهو موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة , وكانت الغاية من مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة , وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة , وكان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزملاء في التواصل فيما بينهم الكترونيا وعضوية هذا الموقع مجانية.

وبعد عامين أطلق موقع "sixdegrees.com" الذي اخذ اسمه عبارة من

"Six dégrées of séparation" ست درجات من الانفصال التي أخذت من تجربة العالم الصغير لعالم النفس الأمريكي في جامعة هارفارد " ستانلي ملي غرام " وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل بين الأصدقاء والمعارف , يسمح للمستخدمين بعمل ملفات شخصية تعريفية , وإدراج قوائم بالأصدقاء , كما أتاح منذ عام 1998 إمكانية تصفح هذه القوائم وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين عام 1999 و 2001 , التي لم تحقق نجاحا لعدم جدوتها المادية[1]

[1] حسين محمود هتيمي , **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي** , ط 1 , دار أسامة , عمان , 2015 , ص:78, 79 .

و في المدة ما بين عام 2008 و عام 2004, بلغت شعبية الشبكات الاجتماعية عبر العالم ذروتها, فقد ظهر موقع" foreindater " عام 2002 في كاليفورنيا من قبل

"Jonathan arabs" ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء, والتقنية المغذاة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية, وسمي بالأصدقاء بسبب دوائر العرض, من صور وملفات الأصدقاء والأفراد , ويستخدم على نطاق واسع في آسيا , وهو متاح بلغات عديدة.

وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة "skorek" كموقع للتدوين ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية عام 2007. وحققت انتشارا واسعا فقد حصلت على المركز السابع عام 2008 في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.

ثم تم إنشاء موقع ماي سبيس "my space" وأصبح اكبر شبكات التواصل الاجتماعي , وفي شباط 2004 أنشا موقع الفايس بوك "face book " على يد زوكنبورغ وكان في البداية متاحا لطلاب جامعة هارفارد ثم فتح لطلبة الجامعات والمدارس ليشمل بعدها الموظفين.

وفي عام 2005 تم تأسيس موقع اليوتيوب "You tube" وهو موقع يتيح مشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو.وبعدها موقع تويتر 2006 ويسمى موقع التدوين المصغر كونه يسمح بكتابة رسالة " تغريدة " لا تتجاوز 140 حرفا [1]

من خلال عرض نشأة شبكات التواصل الاجتماعي يمكن القول أن هذه الشبكات مع مرور السنوات كانت تزداد تطورا وتضمن شعبيتها لتظهر في الأخير مجموعة مواقع كانت نتيجة التطور الذي شهدته هذه الأخيرة , والتي اكتسبت مكانتها ضمن التكنولوجيا , وتركت بصمتها لدى الأفراد والمؤسسات سواء العمومية أو الخاصة , الرسمية أو غير الرسمية.

[1] نفسه , ص : 80, 81 .

3- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي :

1 - موقع الفايس بوك : هو اكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع قيمته السوقية عالية , ونقطة القوة الأساسية في الفيس بوك هي التطبيقات التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف الأنحاء ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي . حيث انطلقت تطبيقاته بسرعة الصاروخ على شبكة الانترنت لتحدث انقلاب في موازين الشباب في الآونة الأخيرة , تقوم فكرته على الاعتماد على الجيل الثاني من الانترنت لخلق شبكة اجتماعية.

2- موقع ماي سبيس my space : هو الموقع الأكثر رواجا , يسمح للمستخدمين بإنشاء شبكات الأصدقاء والاحتفاظ بمدونة شخصية والانضمام إلى مجموعات وتقاسم الصور وأشرطة الفيديو , بإمكان مستخدمي هذا الموقع تكييف صفحاتهم وفق خياراتهم الخاصة باستعمال نطاق لغة تأثير النص الفائق , تشمل ميزاته النشرة التي تتيح للمستخدمين نشر الرسائل.

3- موقع تويتر "twitter" : هو واسطة إعلامية اجتماعية ومنصة للتدوين المصغر , يعتبر هذا الموقع من أشهر الأنظمة , ارتفعت شعبيته وغدا واحدا من الشبكات الثلاث الأكبر استخداما بعد شبكتي الفيس بوك وماي سبيس . لم يتوقف الموقع عند اللغة الانجليزية فقط بل باللغة اليابانية لكثرة عدد المستخدمين من اليابان ونشاطهم البارز على هذا الموقع . وبعدها اللغة العربية بسبب إقبال العرب على الخدمة بالموقع.

4- موقع لنكدن "linkedin" : يضم الموقع قرابة 150 مليون حساب محترف ومحترفة في مجالات متنوعة يتشاركون في مجموعات اهتمام , خاصية متميزة في الواقع هي خاصية التركيات فبإمكان مديرك وزملائك السابقين في وظيفة معينة شغلتها تزكيتك من عملك في الشركة.[1]

[1] ماهر عودة الشمايلة وآخرون , **الإعلام الرقمي الجديد** , ط 1 , دار الإعصار العلمي , عمان , 2015 , ص : 213, 214 .

5- موقع اليوتيوب "You tube": هو اكبر موقع على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة الفيديو مجانا.

6- موقع الوي كي "wiki" : وتعني بلغة شعب جزر هاواي الأصليين "بسرعة" وفي عالم الواقع يصف "Word cuninghorn", ويكي أنها ابسط قواعد بيانات يمكنها أن تعمل في الشبكة العالمية , من ميزاته تبسيط عملية تحرير المحتويات , يحتفظ بسجل لتاريخ الصفحات , وتبسيط عملية تنظيم المحتويات. [1]

لقد برهنت هذه المواقع على مدار السنوات ,أنها المصدر الأمثل لنقل الأخبار بسرعة , وذلك لما تحتويه من احدث التطبيقات من صور وفيديوهات التي ألغت الحواجز الزمانية والمكانية بين الأفراد , ولكل موقع ميزة تميزه عن الآخر , لكنها في الأخير تجتمع تحت اسم مواقع أو شبكات التواصل الاجتماعي , والتي أحدثت ثورة وثروة في عصر التكنولوجيا.

[1] نفسه , ص: 218 , 219 .

4- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي :

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم منها :

- التفاعلية والتشاركية : إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية وتسمح شبكات التواصل الاجتماعي للأعضاء بمشاركة المنشورات والتعليق عليها والإعجاب بها وبمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين ومدى تفاعلهم.

- قلة التكلفة :إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفيس بوك مكتوب مجاني ويبقى مجاني.

- الحصول الدائم غير المادي : إذ لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم , إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية أو صور أو معلومات دون أن يلتقيا في وقت متزامن , وهذا لا يتوافر في وسائل الاتصال التقليدية التي تشترط التزامن للقيام بعملية التواصل بين الطرفين.

- المرونة : إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المتنقلة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات بل أن الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن أنظمة التشغيل تطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعية.[1]

- الشمولية : فهي تلغي الحواجز الجغرافية والدولية , بحيث يستطيع الأفراد التواصل مع بعضهم من كل أنحاء العالم , من خلال الشبكة وبكل سهولة.

- الترابط : فمواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض , عن طريق الوصلات والروابط , التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي.[2]

[1] حسين محمود هتيمي , نفس المرجع السابق , ص : 85 , 86 .
[2] نبيلة جعفري , **دور الإعلام الجديد في انتفاضات الشعوب العربية** , مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية , العدد 7 , مؤسسة كنوز الحكمة , 2016 , ص: 64 .

- سهولة الاستخدام : فهي لا تحتاج إلى إجراءات معقدة للاشتراك بها.

- السرعة في التواصل: عن طريق تبادل الآراء والمقترحات مع الآخرين , مهما كانت المسافات بعيدة بين المستخدمين.

- استخدامها لأشكال متعددة للاتصال : كالاتصال الكتابي , اللفظي والبصري والسمعي من اجل إثراء عملية التواصل , حتى تحقق أهدافها بسهولة.

- توفر البيانات والمعلومات المطلوبة للمستخدمين بسهولة : عن طريق الصور والفيديوهات والوثائق والملفات والمعلومات والأخبار في أسرع وقت[1]

تعددت في الآونة الأخيرة مجموعة من خصائص ومميزات شبكات التواصل الاجتماعي التي لاقت رواجا واسعا في العالم , وجعلت منه قرية صغيرة , ومن أهم هذه الخصائص التفاعل والمشاركة حيث يقوم عضو من هذه الصفحات بنشر اهتمامات المجتمع , فيتفاعل معه المتابعين بالتعليق سواء بالسلب أو الإيجاب , كونها مواقع لا تضم حيز جغرافي محدود بل تشمل جميع دول العالم , وهي بذلك تربط بين هؤلاء المستخدمين وذلك لما تتميز به من قلة التكلفة واختصار الوقت والجهد.

[1] عباس مصطفى صادق , **الإعلام الجديد** ,**المفاهيم - الوسائل والتطبيقات** , د ط , دار الشروق , عمان , 2008 , ص: 110 .

5- ايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي :

- تلبية حاجة إنسانية واجتماعية طبيعية وفطرية للتواصل : حيث حلت شبكات التواصل الالكتروني مشكلة ضعف التواصل الاجتماعي والمدني والإنساني في المدن.

- تكوين الصداقات والبحث عن الأصدقاء : فالتواصل عبر هذه الشبكات يساعد الشخص على توطيد علاقاته الاجتماعية , وتدعيم التواصل وجها لوجه مع الأصدقاء والأقرباء.

- تفعيل عمليات تنظيم الحملات الإعلامية والتعبئة الاحتجاجية المطلبية: عوضت وسائل التواصل عن سيطرة الحكومات على أجهزة الإعلام التقليدية , مثل: حملات دعم المقاومة في لبنان.

- ازدياد فرص الإبداع والابتكار والتطور التقني والفني والعلمي : حيث ساعدت على بناء ورش افتراضية تؤدي لبناء أرضية معرفية لتراكم الخبرات والمعارف وتزيد فرص الإبداع والابتكار.

- سرعة إيصال المعلومات ونشرها وتحول كل فرد إلى إعلامي : لقد بنيت الدراسات أن شبكات التواصل الاجتماعي هي أكثر الطرق التي تنتقل عبرها الأخبار في الوقت الحالي بالإضافة إلى أن 65% من الصحفيين والمحررين يعتمدون على الفيسبوك وتويتر للحصول على الأخبار.

- المساعدة في البحث عن فرص العمل والوظائف : فهي تعتبر منصات لعرض السير الذاتية والإعلان عن الهوية والكفاءة.

- المساعدة على ترسيخ قيم الحوار والتسامح : حيث يتم تبادل الحوار بين المختلفين عقائديا وسياسيا وثقافيا دون أي مشاكل أو شجارات , وعدم استخدام الأساليب العنفية.

- رفع المكانة الاجتماعية لبعض الفئات العمرية المهمشة والأقليات : فقد أظهرت بعض الدراسات التي أجراها متخصصون أن أكثر من 25% من المراهقين تساعدهم مواقع التواصل الاجتماعي في خفض شعورهم بالخجل , وتجعلهم أكثر ثقة بالنفس.[1]

[1] دون مؤلف , **شبكات التواصل الاجتماعي , منصات الحرب الأمريكية الناعمة** , ط 1 , إعداد وإصدار , مركز الحرب الناعمة للدراسات , لبنان , 2016 , ص : 57 , 59 .

إن ايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي جعلت منها الملاذ الآمن الذي يعتبر بوابة لمعظم فئات المجتمع الذين لم يجدوا فرصة أو مكانا للتعبير عن أرائهم , وعرض مهاراتهم وتفجير طاقاتهم الإبداعية التي كانت مكبوتة على ارض الواقع , فكما سبق وذكرنا أصبح الفرد يمارس نشاطه ضمن هذه المواقع من حيث التواصل والبحث عن فرص العمل وهو بذلك تخلى عن كل الأساليب والوسائل التقليدية.

6- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي :

انه لمن الواضح أن شبكات التواصل الاجتماعي قد أحدثت تغيرا كبيرا في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات , وتلك الشبكات الاجتماعية تجمع الملايين بين المستخدمين في الوقت الحالي , فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل إضافة إلى شبكات التدوينات المصغرة , حيث تعاظم دور وأهمية هذه الشبكات في السنوات الأخيرة.

لم يرتد متصفحي الانترنت هذه المواقع الاجتماعية لغرض التسلية وإنشاء الصداقات فقط , وإنما هناك دوافع رئيسية وراء هذا الإقبال الواسع عليها. وهي دوافع مهنية واجتماعية , فالمستخدمين يشتركون بها بناء على حسابات عقلية مرتبطة باهتماماتهم الخاصة بالحياة المهنية , ويسعون لتحسينها لكن الحافز الرئيسي وراء تفاعلهم الاجتماعي هو إحساس غريزي غير عقلاني لعقد روابط اجتماعية , تقوم على القيم والمعتقدات والأحاسيس المشتركة خاصة في بعض البلدان التي تضع فيها الحكومات قيودا على حرية التعبير السياسي , فوجدوا هذه المواقع المكان الذي يزدهر فيها الحوار والجدل. وباختصار تكمن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي لبناء رأس المال الاجتماعي بعدة أشكال.

تقدم الشبكات الاجتماعية خدمات أو أهمية أخرى لمتصفحيها فهي تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون في المشاركة معهم في اهتماماتهم.

فهي قد مكنتهم من إمكانية تبادل المعلومات في مجالات التعليم والثقافة والرياضة...الخ[1]

[1] محي الدين إسماعيل محمد الديهي , **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين** , ط 1 , دار مكتبة الوفاء القانونية , القاهرة , 2015 , ص :441 , 443 .

وهناك أهمية أخرى لشبكات التواصل الاجتماعي :

- سهولة التعارف والتواصل بين البشر , فقد حققت وسائل التواصل الاجتماعي قفزة مجتمعية في التعارف والاتصال بين الشباب العربي.

- إبراز المهارات الفردية وانعدام الوصاية في الاختيار والتعبير والنشر , حيث يستطيع أي شخص أن يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي دون أي وصاية في طرح أرائه وأفكاره , ويتلقى التعليقات عليها ويناقش أصحابه فيها.

- أضحت وسائل التواصل الاجتماعي ملاذ الأقليات والمستضعفين , فبعض الأقليات في الدول العربية استطاعت أن تستفيد من الفراغ الافتراضي , و إنشاء صفحات الكترونية بأعداد كبيرة للتواصل الاجتماعي لشرح مطالبها وما تتعرض له من اضطهاد , ما دفع المنظمات الدولية بالاهتمام بهذه الأقليات والدفاع عنها.

- نشر الوعي والسهولة والسرعة في تداول المعلومات فبعض المدونات والمنتديات توفر معلومات عن القضايا والموضوعات المثارة مثل الأحداث السياسية.

- صقل المعرفة وزيادة الثقافة , والتسلية والترفيه , إضافة إلى التجارة الالكترونية من خلال عرض المنتجات والترويج للسلع.

- كسر احتكار الدولة لوسائل الإعلام , فقد استطاعت هذه الشبكات كسر القيود التي تفرضها الدول على وسائل الإعلام.[1]

إن الأهمية التي تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي جعلتها بمثابة المغناطيس الذي يجذبنا نحوها لا إراديا , فقد باتت هذه الشبكات بأيدي الصغار والشباب وحتى الكبار , وجعلتنا نشعر بالقرب من بعضنا البعض.

[1] جمال سند السويدي , **وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية** , من القبيلة إلى الفيسبوك , ط 1 , د د ن , د ب ن , 2013 , ص : 24 , 25 .

7- سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي :

- إضعاف التركيز الذهني ومحو الذاكرة : حيث أن التركيز الذهني في قراءة نص الكتروني لا تتعدى 25% بالقياس إلى القراءة الورقية التقليدية من الكتب :

- مواقع التواصل الاجتماعي تضعف الذكاء : فقد أظهرت الدراسات أن سرعة انتشار المعلومات وسهولة الحصول عليها عبر هذه المواقع يؤثر سلبا على القدرات التحليلية عند الأشخاص الذين يستخدمونها بكثرة.

- إضعاف المهارات الجسدية والتواصلية : فالمستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي لا يستغل سوى مهارتي أو ثلاث , ما يحرمه من تنمية الطاقات الكامنة لديه.

- تدمير العادات والتقاليد والهويات الاجتماعية المحلية : حيث أنها مواقع تفكك الهويات الأصلية الحقيقية وتشكيل عصبيات وهويات افتراضية وهجنية.

- إنشاء الأسرار وكشف المستور : دون معرفة مصدرها , فقد أربك الانتشار الهائل لهذه الشبكات موظفي الشركات الكبرى , إذ بات مجالا لتسريب المعلومات عن الخطط الجديدة للشركات.

- رفع الخصوصية عن الهوية :حيث أنها تكشف دائرة علاقات المحيط الاجتماعي للمستخدم, ما يؤدي إلى فضح سمات الشخصية ومكنوناتها أمام الآخرين.

- زيادة حدة التنافر الاجتماعي : في ظل سيطرة الفيسبوك وأخوته على شبكات التواصل الاجتماعي فان القيم التي تعود عليها المجتمع زالت وسرعان ما ظهرت حقيقة الواقع الذي فيه الشك بالنوايا , والتنمية والشائعات.

- التقصير نحو الواجبات: من طرف المستخدم خاصة الواجبات الأسرية والزوجية والاجتماعية , التي تؤدي تدريجيا إلى التفكك الأسري.[1]

[1] دون مؤلف , **شبكات التواصل الاجتماعي** , منصات الحرب الأمريكية الناعمة , نفس المرجع السابق , ص : 442 , 443 .

- دفع المستخدم نح ارتكاب الجرائم عن بعد : وذلك من خلال الإخلال بالآداب والأخلاق , والدفع نحو السرقة , وقرصنة الملكيات الفكرية والمعلوماتية للآخرين.

- زيادة الفجوة بين الأجيال : إن الفصام بين جيل الفيسبوك والجيل التقليدي القديم يؤدي إلى عدم التفاعل والتلاحم بين الأجيال على المدى البعيد.

- تنمية روح التمرد والنقد غير المنهجي : تنمي شبكات التواصل روح التمرد والجرأة على التراث الديني والاجتماعي , فمستخدمو هذه الوسائل يناقشون كل شيء دون الرجوع إلى أهل العلم والخبرة , أو الرجوع إلى مرجعية ثقافية أو فكرية.[1]

إن ايجابيات وخصائص شبكات التواصل لا تنفي وجود سلبيات لها حيث أنها قد تمردت على خصوصياتنا , وأصبحت تكشف مكنوناتها ما خفي منها وما ظهر , وذلك بسبب قدرتها على الوصول لأقصى نقطة من حياتنا دون أن نشعر , والأكيد أننا قد استسلمنا لها , وعليه لابد من إعادة رسم سياسة استخدام هذه الشبكات حتى تصبح أكثر تحصينا وأمانا على مستخدميها الذين نومتهم مغناطيسيا.

[1] دون مؤلف , نفس المرجع السابق , ص : 46 , 48 .

خلاصة الفصل:

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت احد المظاهر الفعالة في المجتمع في إطار الثورة التكنولوجية الحديثة , يتم عبرها ممارسة كافة الأنشطة التشاركية , كما أنها تعدت من كونها مجرد وسيلة للترفيه والتسلية إلى أنها وسيلة إعلامية تضم الملايين كل يشارك اهتماماته , خاصة مع ما نشهده من تحديثات عليها من مشاركة الصور والفيديو , والملفات ...

وذلك على اختلاف تطبيقاتها التي تتعدد وتتنوع من الفيسبوك , و تويتر, انستغرام , ويوتيوب ...الخ.

ثانيا : ماهية الفيسبوك

نظرا للدور الذي يلعبه الاتصال في الحياة على اختلاف أنواعها , وحتى في المؤسسات كان لزاما من إيجاد طريقة تكون أكثر بساطة وسهولة لتحقيق اتصال فعال وسريع , ومن اجل ذلك كان جديرا اعتماد موقع الفيسبوك , كونه موقع اجتماعي من أكثر المواقع رواجا وانتشارا لما يحققه من ميزات, فقد فرض نفسه بقوة على مستوى العالم باعتباره يضم الملايين من الأشخاص , لما يتميز به من فعالية في خلق تواصل دون جهد أو تكلفة في فضاء الكتروني , يستطيع من خلاله الفرد أن يبرز نفسه وان يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين.

1-مفهوم موقع الفايسبوك :

يعد موقع الفيسبوك facebook موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا , وتديره شركة " فيسبوك " محدود المسؤولية كملكية خاصة لها , فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو الإقليم , وذلك من اجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم , ويمكنهم إضافة أصدقاء , إلى قائمة أصدقائهم , وإرسال الرسائل إليهم , وتحديث ملفاتهم الشخصية .ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد , والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.[1]

وهو أكثر المواقع الذي ساهم في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس من مختلف الطبقات والاتجاهات والأديان حول العالم.

والفيسبوك أو كتاب الوجوه باللغة العربية , هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية أي أن يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين كالشركات أن يبرز نفسه, وان يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل الاجتماعي مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى , إنشاء روابط تواصل مع الآخرين.[2]

وهناك من يعرفه انه موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي , وقد عرف موقع ويب – أو بيديا, الموقع الالكتروني الاجتماعي على انه التعبير المستخدم لوصف أي موقع الكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية.[3]

يعتبر موقع الفيسبوك احد أكثر المواقع التي يعتمد عليها للتواصل , وهو لم يتجاوز من العمر 16 سنة منذ نشأته , وأصبح أكثر المواقع رواجا واستخداما التي حازت إلى اهتمام الأفراد والمؤسسات , وقد لعب دورا كبيرا في جل الأحداث سواء الاقتصادية أو الاجتماعية وحتى السياسية , كما انه أصبح منبر الإعلام للعديد من الأفراد.

---

[1] فتحي حسين عامر , **وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك** , ط 1 , دار العربي , القاهرة , 2010 , ص: 205 .

[2] خالد غسان يوسف المقدادي , **ثورة الشبكات الاجتماعية , - ماهية مواقع التواصل الاجتماعي** , ط 1 , دار النفائس , الأردن , 2013 , ص: 34 .

[3] ليلى احمد جرار , **الفيسبوك والشباب العربي** , ط 1 , دار مكتبة الفلاح , د ب ن , 2012 , ص: 51 .

ويعد موقع فيسبوك face book" أكثر الشبكات الاجتماعية شعبية على الانترنت , ويقدم الموقع خدمات تفاعلية لمستخدميه مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة , والبريد الالكتروني , وتبادل الفيديو والصور ومشاركة الملفات.

وهو موقع مفتوح لكل من يرغب بالتسجيل من جميع أنحاء العالم بشكل مجاني , ويبدو أن الموقع بشكله ومضمونه قد احدث هزة في الكثير من الأوساط خاصة السياسية والاجتماعية والأمنية , بالنظر لكونه واحة لتداول الأخبار والمعلومات والآراء والتنبؤات تشكل خلاصة غنية بالمعلومات عن ما يدور في المجتمعات وفئاتها المختلفة من أحاديث.[1]

وترى الدكتورة شعيب في" الفايسبوك " انه يعتبر مدونة عملاقة يشارك فيها الجميع كمهرجان ملون مضيء للحياة الفكرية والأدبية , يجب أن لا يكون الكاتب أو المثقف منعزلا أو وحيدا أو مغتربا في ذاته , أو في محيطه أو في مجتمعه , بل يجب أن يحلق في فضاء التواصل محاطا بالمحبة حتى يبدع أكثر وحتى يزيد التفاؤل لديه وبذلك ينعكس هذا على إبداعه وحياته عامة.[2]

من خلال ما سبق نستنتج أن موقع الفيسبوك وسيلة للترفيه والتسلية يكتسب فيه الفرد ثقافة ويخرج طاقاته الإبداعية , وهذا حسب تعبير الدكتورة " شعيب " التي وصفته وشبهته بالمهرجان الملون المضيء.

[1] حارث عبود – مزهر العاني , **الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي** , ط 1 , دار الحامد , الأردن , 2015 , ص: 140.
[2] جبريل بن حسن ألعريشي , سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري , **الشبكات الاجتماعية والقيم – رؤية تحليلية** , د ط , دار المنهجية , عمان , د س ن , ص: 39 .

2- نشأة موقع الفايسبوك :

عندما جلس مارك زوكن بيرج أمام شاشة الكمبيوتر في حجرته بمساكن الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية , وبدا يصمم موقعا جديدا على شبكة الانترنت , كان لديه هدف واضح , هو تصميم موقع يجمع زملائه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم.

فهو قد فكر في تسهيل عملية التواصل بين طلبة الجامعة على أساس أن مثل هذا التواصل إذا تم بنجاح , سيكون له شعبية جارفة.

انطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع عن موقع " فيس ماش " التابع لجامعة هارفارد , وهو موقع من نوع " hot or not" , يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع الأكثر جاذبية , وقام مارك بابتكار "الفيس ماش " في 28 أكتوبر عام 2003 , وحتى يتمكن مارك من تأسيس موقع الفيسبوك , فانه لجا إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد , وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي , وسرعان ما تم تأسيس الموقع " الفيسبوك " على النطاق

The facebook.com , وتحديدا في 4 نوفمبر من عام 2004 .

وكانت عضوية الموقع في البداية قاصرة على طلبة هارفارد , وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام قام أكثر من نصف الطلبة بالتسجيل في الخدمة.

وبعدها بفترة وجيزة انضم كل من "ادوارد وسافر ين" { المدير التنفيذي للشركة } "وداستين موسكو فيز" { مبرمج} و"اندرو ماكولام" { رسام جرا فيك } إلى "زوكن بيرج" لمساعدته في تطوير الموقع , وفي شهر مارس من عام 2004 فتح الفيس أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا ويل .ليتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة أيفي ليج , وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية.[1]

[1] فتحي حسين عامر , نفس المرجع السابق , ص: 205 , 209 .

كما قام الفيسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر عام 2005 , وبعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات , من بينها شركة " ابل " المندمجة وشركة مايكروسوفت.

وفي 26 سبتمبر عام 2006 , فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر , والذين لديهم بريد الكتروني صحيح , ثم قرر زوكنبورغ أن يخطو خطوة أخرى للأمام , وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه , وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع , إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2007 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم حاليا , ويأمل أن يبلغ العدد 50 مليون مستخدم نهاية عام 2007 , وهو ما يريد أن يستمر النمو مستخدمي الشبكة بحيث يتضاعف عدد المستخدمين كل ستة أشهر , ويريد تقديم المزيد من الخدمات التفاعلية في شبكة فيسبوك , وفي أكتوبر من عام 2008 , أعلن القائمون على إدارة الفيسبوك مدينة "دبلين"عاصمة ايرلندا مقرا دوليا له.

ويعتبر موقع الفيسبوك خامس أكثر المواقع زيارة في العالم , وقد تجاوز عدد المشتركين فيه 650 مليون مستخدم سنة 2011.[1]

لا نستطيع أن ننكر أن الفيسبوك سهل على المجتمع التواصل , وقدم ثورة معلوماتية وثقافية, كونه يفتح مجال التعبير عن الرأي بكل صراحة دون قيود , كما انه عالم كبير يضم الملايين من كل الدول والبلدان . وهذا نظرا لسهولة الولوج إليه وقلة تكاليفه , فقد أصبح أشهر المواقع التي يتواصل بها الفرد وإدمان للكثيرين من رواده , فنجدهم يقضون معظم الساعات أمامه , وقد يستغنون أحيانا عن ساعات النوم الضرورية بسببه , كما أن التطور الهائل الذي شهده موقع الفيسبوك يدل على أهميته البالغة.

[1] نفسه , ص : 210 , 211 .

3- خصائص ومميزات موقع الفايسبوك :

تتعدد وتتنوع خصائص الفايسبوك نذكر منها :

-انه يتيح للمستخدم أن يكتب ما يشاء , وليس مضطرا لاختصار ما يدور بباله , أو الاكتفاء ببعض الكلمات , مثل موقع تويتر.

- يستطيع مستخدم الفايسبوك من خلاله إنشاء صفحة شخصية أو مجموعة أو صفحة عائلية, وبمقدوره أن يجعل من يشاء يرى منشوراته والعكس , ويمكنه أن يجعل المنشور مرئيا أو متاحا للعامة.

- بالنسبة للصفحات العائلية أو المجموعات , فهي تحتاج إلى دخول وقبول من مدير الصفحة ولذلك حق أن تسمى وسائل التواصل الاجتماعي , وعلى رأسها الفيسبوك أداة اجتماعية لتعزيز التواصل بين الناس.

- لقد طوى الفيسبوك المسافات , ولا يستطيع احد أن يقول بان الفيسبوك غير مفيد كما انه لن يستطيع احد أن يقول ليس هناك وسيلة للتواصل مع الآخرين . فقد سمح للفرد بالتواصل مع من يشاء , إما بشكل مباشر , أو على نافذة الرسائل على الخاص , كما يمكن أن ترسل التسجيلات الصوتية والملفات والصور , وتستطيع أن تنشر الفيديوهات والمقاطع المرئية.

وربما سنرى في المستقبل القريب مميزات جديدة أكثر إبداعا وأكثر خدمة لمستخدمي الفيسبوك , ومن هذه المميزات التي يرجى أن تأتي بها برامج الفيسبوك حسب رأي "حسان احمد قمحية "هي :

- إتاحة التعليق الصوتي على المنشورات , والمنشور الصوتي المباشر.

- تحميل الفيديوهات والمقاطع الصوتية بمختلف أشكالها مباشرة , مثلما يجري تحميل الصور , ومن دون اللجوء إلى برامج أخرى مساعدة للتحميل.[1]

- تغير أنواع الخطوط وألوانها بشكل عام , وبذلك قد يصبح الفيسبوك موقعا للتدريس والدراسة , تستفيد منه المؤسسات في متابعة الطلبة وربما إجراء الاختبارات بوجود البث المباشر , وحفظ تسجيلات الطلبة أو التلميذ على كامل العام الدراسي , والأعوام السابقة.

[1] حسان احمد قمحية , **الفيسبوك تحت المجهر** , ط 1 , دار النخبة , مصر , 2017 , ص : 12 , 13 .

أما مميزات الفيسبوك من الناحية التقنية فإنها تتمثل فيما يلي :

- الملف الشخصي "profil ": وهو إنشاء ملف شخصي يحتوي على المعلومات الشخصية صورة , أو أمور مفضلة لديك , وهي معلومات مفيدة تسهل التواصل مع الآخرين.

- إضافة صديق "add friend" :وهي خاصية تمكن المستخدم من إضافة أي صديق ا وان يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الالكتروني.

- إنشاء مجموعة "groups" : يمكن ويتيح لك الفيسبوك إنشاء مجموعة الكترونية وان تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة , سياسية كانت أم اجتماعية أو رياضية...الخ , ويشترك فيها من هو مهتم بموضوعها .

- لوحة الحائط " Wall" : هي مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث يتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة لهذا المستخدم.

- النكزة "pokes" :ومنها يتاح للمستخدم إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بان احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

- الإعجاب : يمكن الفيسبوك مستخدميه بالقيام بعمل معجب لأي نص أو صورة أو فيديو لأحد الأصدقاء , وهي عملية متاحة بين الأصدقاء.

- التعليقات : وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور , وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات بالإضافة إلى خدمات الدردشة والرسائل.[1]

- خاصية الصور "photos" :التي تمكن المستخدمين من تحميل البومات أو الصور من أجهزتهم إلى الموقع.

- خاصية الدردشة الفورية : بحيث يقدم موقع الفيسبوك هذه الخدمة عن طريق الكتابة في مستطيل أسفل الموقع وذلك بمجرد النقر عليه , يعرض الأصدقاء المتواجدين في تلك اللحظة وبالتالي إمكانية مراسلتهم.[2]

[1] خالد غسان يوسف المقدادي , نفس المرجع السابق , ص: 35 .
[2] نفسه , ص: 36 .

مهما عددنا خصائص ومميزات موقع الفيسبوك فانه لا يمكن الوقوف عليها جميعا , ولكن يكفي انه أصبح الوسيلة الإعلامية التي حلت محل الجريدة والتلفاز , والواقع اليوم يثبت ذلك, كما انه أصبح قاعدة تكنولوجية بإمكان أي شخص التعبير بواسطتها عن أرائه واكتساب ثقافة ومعرفة , كونه شبكة مفتوحة للجميع من فنانين و أساتذة وأدباء وكتاب...الخ

لكن لا يخفى علينا أن لهذا الموقع سلبيات فهو أولا وأخيرا مجرد فضاء افتراضي يعيش فيه الفرد.

4- ايجابيات الفيسبوك :

تتعدد وتتنوع ايجابيات الفيسبوك نذكر منها:

- يساعد المستخدم في إزالة الضغوطات النفسية والشعور بالوحدة والفراغ حيث يشعر المستخدم انه على تواصل مع الآخرين وانه معهم في كل مناسباتهم في أي بقعة كانوا.

- يساعد على الشعور بقرب المسافة وتقلل حدة الاشتياق للأهل والأقارب أو بعض الأصدقاء والأشخاص المهمين.

- أصبح هذا الموقع يستخدم للمواد الترويجية والدعاية والإعلان.

- أصبح موقعا لتسويق السلع والبضائع والإعلانات.

- يقوم الموقع على إضافة مجموعات كمجموعات صحافية أو إعلامية أو طلابية أو غير ذلك وإبلاغهم بكل نشاط وبكل ما يجري من أخبار يخص تلك المجموعة عبر الفيسبوك.

- يمكن الدخول على هذا الموقع من خلال الشبك من جهازك النقال.

- أصبح موقع الفيسبوك موقعا للإعلام "صوت طن لا صوت له" وهذا ما أكدته الأحداث العظيمة التي جرت في تونس ومصر وليبيا وسوريا وغيرها من الدول العربية والتي جعلت منه موقعا هاما من خلال تأثيره على الدول والمجتمعات.

- يساعد على انفتاح أفراد المجتمع من خلال اطلاعهم على الأحداث والأخبار وما يكتب من فنون الأدب والشعر والحكم والمقولات وغير ذلك.

- جعل المستخدم أكثر جرأة وأكثر ثقة في نفسه من خلال مشاركة إما بإبداء إعجابه أو بكتابة تعليق ما للأصدقاء.

- تفجير الطاقات الإبداعية فمن خلال الموقع أصبح الشاعر يقوم بنشر أشعاره وخواطره وأصبح الرسام يقوم بعرض رسوماته...الخ.

- أصبح الصحافي يكتب ما لا يسمح له بكتابة عبر الصحف الورقية , وأصبحت المرأة تعرض ما يحلو لها من طهي وماكياج وغير ذلك , كما أصبح الإعلامي يقوم بعرض برنامجه بالصورة والصوت سواء برنامج إذاعة أم تلفزيونية واسترجاع البرنامج أي في أي وقت من خلال أرشفة في ملفاته الخاصة.[1]

[1] عبير شفيق الرحباني , **الاستعمار الالكتروني والإعلام** , ط 1 , دار أسامة , عمان , 2015 , ص: 165 .

- إمكانية التعبير عن مشاعر الفرح أو الحزن والصدمات والمفاجآت ...الخ.

- أصبحت المواقع الالكترونية أكثر تفاعلية عبر موقع الفيسبوك , بحيث تزداد شهرتها وانتشارها من خلال هذا الموقع.

- أصبح التفاعل مابين الوسيلة الإعلامية والفيسبوك أكثر انتشارا من خلال الصحافي أو الإعلامي الذي يقوم بكتابة برنامجه والمواضيع المطروحة عبر البرنامج , من ثم يقوم بقراءة وعرض جميع المشاركات من قبل أصدقائه , ونشرها وعرضها وقراءتها عبر الوسيلة الإعلامية سواء كانت إذاعية أم تلفزيونية.

- تفجير الشحنات الداخلية داخل الأشخاص من الوطنية والقومية للعروبة والوحدة والتماسك, ورفض الظلم والديكتاتورية من خلال هذا الكوكب الالكتروني الجديد.[1]

إن ايجابيات موقع الفيسبوك جعلته أكثر شهرة وشعبية ضمن مواقع التواصل الاجتماعي رغم العدد الهائل من المواقع الأخرى , إلا أن مكانته تتصدر قمة الهرم لهذه المواقع وتحتل المرتبة الأولى , فقد نجد من يستخدم مواقع أخرى لكن الأكيد هو أن النسبة الكبرى تبقى لصالح الفيسبوك.

[1] نفسه , ص: 166 .

5- استخدامات الفيسبوك :

لموقع الفيسبوك استخدامات عديدة من بينها :

-الاستخدامات الإدارية : اتجهت للكثير من الدوائر الحكومية كالمؤسسات العمومية والخاصة إلى الفيسبوك , قصد الوصول إلى اكبر قدر ممكن من الجماهير بهدف قياس توجيهاتهم وتطوير خدماتهم , وقد تطور الأمر تدريجيا لحد الوصول إلى اعتباره مؤشرا لتطوير مؤسساتهم , وتتميز هذه الخدمة بقلة التكلفة.

ويرى الكثير من الباحثين التي يشهدها الوطن العربي في السنوات الأخيرة بضرورة تسخير الفيسبوك من خلال إنشاء صفحات وتطويعها كخدمة لمصالحهم على الأقل في الحفاظ والتقرب من المجتمع , فقد لجأت معظم الدوائر الإدارية إلى تطوير أدائها اعتمادا على التواصل المباشر مع موظفيها , ويبدو أن الفيسبوك استطاع أن يفرض لغة الأمر الواقع على الجميع ولم يبق للمؤسسات الرسمية ولا الدوائر الحكومية المتعددة وسعا لن تتجاهل المساحة الهامة التي يشغلها في الواقع اليومي للمجتمع.

-الاستخدامات الإخبارية : أصبح الفيسبوك واحدا من مصادر الأخبار لكثير من المتابعين وهي أخبار غالبا ما تكون سريعة جدا دون تأثيرات تتميز أنها من المصدر الخبر كما هو دون تحليل , وهذا ما يبعد قليلا من التخوف للخلفية العقائدية أو السياسية التي قد يحرر بها الصحافيون مقالاتهم , وتعليقاتهم , كما يوفر الكثير من الاستخدامات الإخبارية الإعلامية في مجال الألعاب والترفيه والسياحة أو الجوانب الأخرى المتعلقة بالاستخدامات الدينية أو السياسية أو الإيديولوجية للإشهار والتسويق وغيرها.

إضافة إلى ذلك اخذ الفيسبوك معنى آخر تتمثل في أحداث الانتفاضات التي شهدتها الدول العربية بخصوص تونس , مصر وليبيا في نقل كل الأخبار والتفاصيل المتعلقة بالأحداث والوقائع عبر صفحات التواصلية الرسمية على موقع الفيسبوك.[1]

[1] حياة رحو , هناء عمومن , **مضامين صفحات الجامعات على الفيسبوك** , مذكرة ماستر أكاديمي , غير منشورة , تخصص علوم الإعلام والاتصال , جامعة قاصدي مرباح , ورقلة , 2014 – 2015 , ص : 32 , 33 .

- الاستخدامات التعليمية : إن الدور الذي تقوم الصفحات التواصلية التعليمية عبر الفيسبوك في نقل المعارف وتنمية التعليم الرقمي بالغ الأهمية , حيث يعمل على الحفاظ على القيم الاجتماعية فيه , كما أتاح الفيسبوك مجالا للمحليين والناقدين بمشاركة أفكارهم في المواضيع التعليمية , والمقررات الدراسية , ويعتبر هذا في حد ذاته كإحدى الإضافات التي قدمها الفيسبوك في مجال المعرفة , بالإضافة إلى ما يميز هذه الصفحات أنها توفر على الباحث عناء الاستخدام في البحث والتقصي وذلك من خلال :

- الاطلاع على المجلات والدوريات والنشرات العلمية والكتب والمقالات والتقارير.

- يتيح للمتعلمين والطلاب السفر حول العالم وجمع المعلومات.

- تبادل المعلومات , وفتح مساحات الحوار والنقاش وطرح الاستفسارات ما يخلق التفاعلية.[1]

من خلال ما سبق يمكن القول أن موقع الفيسبوك مس جميع الجوانب , فهو فتح مجال العمل أمام المرأة الماكثة في البيت التي اتخذت من هذا الأخير وسيلة لترويج أعمالها وهواياتها من طبخ وحلويات وخياطة... , ناهيك عن المؤسسات والتجار الذين يعتمدونه أيضا لترويج وتسويق منتجاتهم وبضائعهم , إضافة إلى الجانب الرياضي الذي يحتل حصة الأسد خاصة لدى الشباب.

إن تعدد استخدامات موقع الفيسبوك لن تحصى إذا ما وقفنا عليها جميعا إلا انه يمكن القول أن هذه الاستخدامات جعلت منه عملاق مواقع التواصل الاجتماعي.

[1] نفسه , ص : 33 .

6- أهمية الفيسبوك : يتمتع موقع الفيسبوك بمجموعة من الفوائد التي تستهل على مستخدميه الكثير من أعمالهم وتواصلهم :

- إتاحة الفرصة للصداقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع : وذلك عن طريق :

- إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء , ومتاح لهذا الصديق أن يرفض أو يقبل هذه الصداقة.

- إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع , حتى وان كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع.

- اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى , وبالتالي توسيع شبكة الصداقة.

- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماؤهم أبجديا.

- خدمة الشركات وأصحاب المال : في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين , كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفيسبوك بعين الاعتبار عند البدء في اختيار الموظفين من بين المتقدمين , وكذلك يمكن للفيسبوك إسداء خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات.

-متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات : كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية , حيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على الفيسبوك يمكن لمن يتواصل معهم الاطلاع على أخبارهم وخواطرهم...الخ

-التواصل مع مجتمعات افتراضية : متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو قي التدريب والتعليم , من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.

-إمكانية تثبيت أي موضع أو خبر أو فيديو : يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها , وقت يشاء , حيث يمكن الفيسبوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة.[1]

من خلال ما سبق نلاحظ أن موقع الفيسبوك قام بجمع الأصدقاء القدامى وهو الهدف الذي سعى إليه مخترع الفيسبوك مارك زوكن بيرج عند إنشائه لهذا الموقع فقد أصبح يعتمد عليه للتواصل ومتابعة الأخبار , كونه موقع يستقطب اكبر عدد من المشتركين من جميع الدول وجميع المستويات دون أفضلية احد على الآخر.

[1] علي خليل شقرة , **الإعلام الجديد { شبكات التواصل الاجتماعي }** , ط 1 , دار أسامة – عمان , 2014 , ص : 68 ,69

وهناك خدمات أو أهمية يقدمها الفيسبوك تتمثل فما يلي :

- الاتصال بالأصدقاء القدماء وإقامة صداقات جديدة.

- تعقب ما يقوله أصدقائك وما يفكرون به وما يفعلونه.

- مشاركة المعلومات مع الأصدقاء , واستعمال التطبيقات للعب الألعاب وتبادل الهدايا ونشر الأخبار في مختلف المجالات اقتصادية كانت أم اجتماعية أو سياسية.

- دعوة الأصدقاء إلى حفلات أو عروض أو اجتماعات أو أي نوع من اللقاءات.

- إنشاء مجموعات وصفحات الاتصال بالآخرين الذين لديهم اهتمامات مشابهة ونشر الأخبار عن مشاريع إبداعية ومساع مهمة.[1]

- انه وسيلة لزيادة مساحة انتشار المادة الإعلامية المنقولة إليه من وسائل أخرى.

- انه يتيح المجال لإنشاء صفحات تجمع المهتمين بأي شيء مشترك , لما يجعله بمثابة نقطة التقاء افتراضية تتجاوز حدود الإدارة المؤسسية محليا ودوليا.

- إنشاء صفحات على الفيسبوك من طرف الجهات العامة والخاصة , الأمر الذي يوفر للصحافيين الحصول على أحداث المعلومات عن هؤلاء فضلا عن إمكانية التواصل معهم وتوجيه استفسارات لهم وإجراء حوارات معهم , الأمر الذي يتحول إلى مادة إعلامية منشورة.[2]

وعليه نستنتج أن موقع الفيسبوك له أهمية كبيرة وذلك من حلال الخدمات المتنوعة التي يقدمها للمشتركين في كل المجالات , الأمر الذي جعله الموقع الأكثر اعتمادا من طرف الأفراد , وأصبحت تتنافس عليه اكبر الشركات , وذلك لما يتمتع به من أهمية , فهو قد ساعد هذه المؤسسات على الترويج والتسويق لنشاطاتها من خلال خاصية الصور والفيديو التي يتميز بها.

[1] مؤيد نصيف جاسم السعدي , **الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي – دراسة في موقع الفيسبوك** , ط 1 , دار ألفا للوثائق , الجزائر , 2016 , ص: 164 .

[2] سعد بن محارب المحارب , **الإعلام الجديد في السعودية** , ط 1 , دار جداول , لبنان , 2011 , ص: 116 .

7- سلبيات الفيسبوك :

على الرغم من أن هذا الكوكب الالكتروني يحمل سمات ايجابية إلا انه لا يخلو من السلبيات وهي عديدة ندرجها على النحو التالي :

- عدم استيعابنا للتكنولوجيا : إن عدم استيعابنا للتكنولوجيا وسلبياتها جعلنا في حظر من عدم استيعاب الفيسبوك , فالتطور التكنولوجي الكبير والتدفق المعلوماتي الهائل والثورة الرقمية الالكترونية جميعها تجعلنا نعيش حالة من عدم استيعاب مدى خطورة هذا التطور وإبعاده خاصة تطور شبكات التواصل الاجتماعي والذي كان الفيسبوك أكثر المواقع تأثيرا على المستخدمين ومازال.

- إشاعة الفتن : في الوقت الذي نجد فيه أن هناك فئة كبيرة من مجتمعنا تقوم بتفجير طاقاتها الإبداعية ورفضها الإرهاب والتطرف , إلا أننا نجد بالمقابل أن هناك فئات في المجتمع تستخدمه لزرع الفتن والفوضى وتفكيك الوحدة الداخلية للمجتمع.

- إضعاف العلاقات الاجتماعية والمهارات : لقد أصبح الإدمان على استخدام الفيسبوك ظاهرة سلبية أثرت على علاقتنا الاجتماعية وتواصلنا الاجتماعي بين الناس , كما أثرت على مهارات اتصالنا , فسوء استخدامه أدى إلى تفكك الروابط الأسرية حيث نجد بان الأب في جهة والأم في جهة أخرى , وهو ما أدى إلى فقدان التواصل والحوار وهو ما يؤدي إلى تعزيز الفردية الداخلية للمستخدم.

- التأثير الإعلاني : لاشك أن الإعلان يلعب دورا في التأثير على الآخرين لذا فإننا نجد أن الشركات والمؤسسات تدفعنا إلى التعرف على سلعها وبضائعها من خلال الطلب بزيارة موقعها عبر الفيسبوك , وهنا يبدأ التأثير غير المباشر خاصة على الشخص الذي ليس لديه حساب على الفيسبوك أصلا , فيبدأ بالتجول ويقرا ويشاهد الإعلانات والترويجات وحينها يبدأ بفتح حساب له وربما يصبح بعد ذلك مدمنا عليه كغيره من المستخدمين .

- هدر الوقت : وهو الأخطر بالنسبة للمستخدمين للفيسبوك فنجدهم يضيعون وقتهم بالتفاعل بأمور ليس لها أهمية , فكم من الوقت أضاع المستخدم في انشغاله بالعالم الافتراضي.[1]

[1] عبير شفيق الرحباني , نفس المرجع السابق , ص : 167 , 168 .

وإضاعته الكثير من الواجبات الأسرية والاجتماعية والمدرسية والعلمية في ثرثرة ودردشات فارغة بحجة قتل الوقت , وهم لا يدركون أن الوقت الذي يضيعونه عبر شبكات التواصل الاجتماعي هو الذي قتلهم.

-الخيانات وارتفاع حالات الطلاق : ليس من الغريب أن ترتفع نسبة الطلاق بسبب هذا الموقع الذي أساء استخدامه الكثيرون , فنجد أن المرأة الضعيفة قد تستسلم لكل الإغراءات من قبل الرجل عبر الفيسبوك , وربما يصبح هناك مقارنة بين هذا الشخص وزوجها , فالمقارنة تقتل القناعة , وبالتالي يصبح هناك إهمال من الطرفين وإهمال واجباتهم اتجاه أبنائهم وبيتهم.[1]

إن هذه السلبيات هي التي نعيشها ويعيشها شبابنا اليوم , حيث أصبح الفرد يعيش في عالم افتراضي حقق فيه ما كان يصعب تحققه في الواقع.

كما أن هذه السلبيات نشأت نتيجة سوء الاستخدام , أو الاستخدام المفرط له الذي وصل حد الإدمان عليه.

لكن سلبيات هذا الموقع لا تقلل من الأهمية البالغة التي يتجلى بها , وربما مع ما نشهده من تطورات وتحديثات على هذا الموقع سنرى مستقبلا قوانين صارمة تقلل من سلبياته وتؤدي إلى أخلقة و عقلنة استخدامه.

[1] نفسه , ص: 169 .

خلاصة الفصل:

سمحت لنا النقاط الواردة في هذا الفصل من التعرف على موقع الفيسبوك والتعمق فيه أكثر انطلاقا من نشأته ومميزاته وايجابياته المتعددة مرورا بأهميته وخدماته وصولا إلى سلبياته, حيث أن هذا الموقع حقق الصدارة الساحقة مقارنة بالمواقع الاجتماعية الأخرى , وذلك بعد أن تعدى من كونه مجرد موقع للتعارف إلى موقع لممارسة النشاطات وغيرها من مناحي الحياة الأخرى , وهو بذلك حقق انتشارا واسعا منقطع النظير.

العلاقات العامة كظاهرة اجتماعية ظهرت نتيجة الحاجة إلى تكوين علاقات تشاركية وتفاعلية فإنها حتما ضرورة بشرية موجودة بوجود الإنسان لتتطور مع مرور الوقت إلى علم قائم بذاته له أسسه ونظرياته لتصبح اليوم ركيزة كل مؤسسة على اختلاف نوعها تسعى لتقديم كل ما هو أفضل لها على كافة المستويات كونها وظيفة تشمل على مهارات متنوعة تكفل لأي مؤسسة القوة والاستمرار.

1-مفهوم العلاقات العامة:

تعددت تعريفات العلاقات العامة و اختلف الباحثون حول الدلالة العلمية المحددة لها, ويعود هذا التباين في إيجاد تعريف محدد لمصطلح العلاقات العامة إلى أسباب منها اختلاف وجهات النظر واختلاف منطلقات التعريف لديهم.

- جمعية العلاقات العامة الدولية: عرفتها أنها وظيفة إدارية مستمرة ومخطط لها, تسعى المنشات العامة والخاصة وممارستها إلى كسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها وتحقيق مزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصلحة المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط له.

- المعهد البريطاني: عرف العلاقات العامة أنها الجهود المخططة والمستمرة بقصد إقامة فهم متبادل بين منظمة الأعمال وجماهيرها.

- الدكتور علي عجوة: عرفها أنها الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور و تحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة والسياسات والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن ومشروع.

- الأستاذ الدكتور ياس خضير وآخرون: العلاقات العامة هي نشاط منهجي مخطط لإدارة سلوك الجمهور والمؤسسة معا, باستخدام العلوم والفنون والمهارات في بناء علاقة نموذجية في اتجاهين بهدف كسب الجمهور وتأييدهم للنشاطات المختلفة باستخدام علم الإقناع في الوسائل الاتصالية التقليدية والالكترونية بما يتناسب مع القوانين وخصوصيات المجتمع وفلسفته وأخلاقياته, ورغبات الجمهور وحاجاته الاجتماعية والسيكولوجية ومصالح المؤسسة وتطلعاتها.[1]

على الرغم من اختلاف الباحثين حول مفهوم العلاقات العامة إلا أن من خلال التعريفات المقدمة نلاحظ انه تم الاتفاق على أنها وظيفة إدارية مخططة ومستمرة تسعى لكسب ثقة وتأييد الجمهور وتحقيق الفهم المشترك بين المنظمة وجماهيرها, وهو ما جعل جل المؤسسات إذا لم نقل كل المؤسسات تعتمد عليها من اجل ممارسة نشاطاتها وتحقيق أهدافها.

[1] عماد الدين السر فقير عمر , **إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة** , ط1 , دار البداية , عمان , 2013 , ص: 21 , 23 .

ويعرفها " هوارد بونهام ":عضو مجلس إدارة جمعية الصليب الأحمر الدولية أنها " فن التفاهم مع الجمهور من اجل زيادة الثقة بالمنظمات المعينة أو الأشخاص المعنيين"[1]

ويعرفها "ايفيلي :"أنها مسؤولية كبرى تتطلب دراسة الأحوال السائدة والعمل على إعلام الناس بذلك, مهمتها مزدوجة, تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام, ونصح المؤسسات بتغيير خططها وتعديل سياستها لخدمة المصلحة العامة , ثم إعلام الناس بما تقوم به المؤسسات من أعمال تهمهم وتخدم مصالحهم.[2]

ويعرفها قاموس ويستر الدولي :أنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي , من اجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة , التي تتعامل معها , كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم , وكذلك الجمهور بوجه عام , وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه.

أما قاموس اكسفورد : فيعرف العلاقات العامة أنها " الفن القائم على أسس علمية لبحث انسب , طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع.

-مجلة العلاقات العامة **"public relations" الأمريكية:** تشير فيها أن العلاقات العامة وظيفة إدارية تقيم اتجاهات الجمهور وتحقق تناسق سياسات وتصرفات الفرد مع المصلحة العامة , وتضع وتنفذ برنامج عمل للفوز بثقة الجمهور وتقبله للمؤسسة.

وقدم سيدل T.c Seidel **:** تعريفا للعلاقات العامة يقول فيه " أنها عملية مستمرة يتم بها توجيه أي مؤسسة للفوز بثقة مستخدميها والجمهور عموما وذلك للتفاهم معهم جميعا.[3]

نلاحظ أن ايفيلي في تعريفه للعلاقات العامة بين أهمية الجمهور وأعطى له حقه واعتبره ركيزة أساسية تقوم عليها المنظمة يجب إعلامه بالمستجدات التي تحدث على عكس بعض التعريفات التي ترى انه وسيلة تحقق بها المنظمة أهدافها عن طريقه وتسعى فقط لكسب رضاه بأي طريقة كانت, وقد تعددت زوايا مفهوم العلاقات العامة فكل مفهوم يعبر عن زاوية معينة لإعطاء مفهوم متكامل لها.

[1] عبد المعطي محمد عساف , محمد فالح صالح , **أسس العلاقات العامة** , د ط , دار الحامد , عمان , 2004 , ص: 17 .
[2] عبد الرزاق محمد الديلمي , **العلاقات العامة في التطبيق** , ط 1 , دار الحرير , عمان , 2005 , ص: 36 .
[3] فهمي محمد العدوي , **مفاهيم جديدة في العلاقات العامة** , ط 1 , عمان , 2011 , ص: 17 , 20 .

2- نشأة وتطور العلاقات العامة :

نشأة العلاقات العامة : ظهرت العلاقات العامة مع بداية القرن الماضي, فقد اعتمدت الحكومات في أوروبا و أمريكا على دعاة محترفين لشرح سياستها في المجالات المختلفة للجمهور وتعبئة الشعور العام في أوقات الأزمات والحروب والمناسبات الهامة.

ومع نمو المنظمات الصناعية والتجارية وتعقد علاقاتها انشات بها إدارات للعلاقات العامة , وأسندت العمل بها إلى أخصائيين يهدفون إلى كسب ثقة وتأييد الجمهور لإدارة هذه المنظمات.

وكان أول من استخدم تعبير العلاقات العامة "PUBLIC RELASION" هو "دورمان ايتون" من مدرسة بيل للقانون , في خطاب ألقاه عام 1882 تحت عنوان " العلاقات العامة وواجبات المهنة " ثم جاء " تيودور فيل" رئيس شركة التلفون والتلغراف الأمريكية واظهر تغيير العلاقات العامة " على رأس تقرير الشركة عام 1908 , ويتضمن التقرير حرص رئيس الشركة على مراعاة مصالح الجماهير وتجنب ما يتعارض مع هذا المصطلح.

ويرجع استخدام العلاقات العامة بمفهومها الحديث إلى أعقاب الحرب العالمية الأولى , حيث اندلعت هذه الحرب ولم يكن لدى الجمهور في مختلف الدول التي تعرضت لويلات الحرب , الوعي الكافي بظروف هذه الحرب , وعليه كان لابد من العمل على مساعدته للتكيف وجذب اهتمامه للمشاركة في المجهود الحربي, وذلك عن طريق الإقناع والاستمالة والإرشاد وأيضا عن طريق الإعلام. [1]

من خلال ما سبق يمكن القول أن أول ظهور لمصطلح العلاقات العامة جاء نتيجة ضغوطات وتعقد العلاقات في المنظمة , وعليه نستنتج أن العلاقات العامة فلسفة اجتماعية هدفها إيجاد حلول ومشاكل. مع مراعاة العنصر البشري فيها.

و هو ما بين أهمية الجمهور ودوره في تنفيذ سياسة المؤسسة, فحيثما وجد مصطلح العلاقات العامة وجد مصطلح الجمهور.

[1] عبد الخالق محمد عفيفي, **العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية فن التواصل وصناعة التمييز**, د ط, المكتبة العصرية, د س ن, 2004, ص : 10 , 11.

ويعتبر ايفيلي رائد العلاقات العامة هو من حث مؤسسات الأعمال التجارية والصناعية على نشر سياستها وإعلام الجمهور بأهدافها وأغراضها والعمل على كسب الجمهور وتأييده لها, كما ألقى الأضواء على أهمية الإعلام والنشر كميدان جديد في عالم الصناعة والتجارة ونادى بان دور العلاقات العامة ونقل سياسات المنظمة وأخبارها إلى الرأي العام بصدق وأمانة لكسب ثقة الجمهور, وأرسى ايفيلي دعائم العلاقات الجيدة بين الحكومة والجمهور.

وبعد ذلك جاء " ادوارد بيرينز " واستخدم عبارة " مستشار العلاقات العامة "عام 1920 , وظهر رجال ساهموا في إرساء قواعد المهنة مثل "جورج كريل " الذي رأس لجنة الاستعلامات العامة, وكارل بوبر الذي أسس وكالة دولية للعلاقات العامة.

وما ساعد على تطور العلاقات العامة هو اهتمام علماء الاجتماع بتكوين وتأثير الرأي العام, حيث كشفت الدراسات التي قاموا بها عن الدور الذي يلعبه الرأي العام.

أما في الحرب العالمية الثانية فقد كان الإعلام موجه إلى الملايين أضخم تجربة في تاريخ العلاقات العامة وعليه كانت أول خطوة لتدريس العلاقات العامة وذلك بإنشاء معهد العلاقات العامة بجامعة بوسطن عام 1947 , وبعدها جمعية العلاقات العامة الدولية سنة 1955 م والتي نظمت عدة مؤتمرات بهدف مناقشة أسس ومبادئ العلاقات العامة , ثم تلتها خطوة أخرى تمثلت في تشكيل الجمعيات والاتحادات التي تضم الممارسين لمهنة العلاقات العامة مثل جمعية العلاقات العامة الدولية [1]

إن الوعي بأهمية العلاقات العامة هو ما جعلها تتطور لتصبح علم يدرس , وتظهر جمعيات وباحثين وعلماء يهتمون بها , وعليه أصبحت نشاطا تمارسه المؤسسات التي تطورت تطورا هائلا بفضل العلاقات العامة.

[1] عبد الخالق محمد عفيفي , نفس المرجع السابق , ص : 11 , 12 .

3- مراحل تطور العلاقات العامة:

قسم bermays تطور العلاقات العامة إلى المراحل التالية :

-المرحلة الأولى : امتدت من 1900 إلى فترة دخول الحرب العالمية الأولى , حيث كانت هناك محاولات بدائية وفي غاية البساطة اعتمدت على أسس علمية في إظهار أهمية تبادل المعلومات وطرح الأفكار وإعداد الخطة وتوزيع الأدوار, ولكن لم يكن مفهوم العلاقات العامة على درجة من الوضوح , وقد تكون هذه المرحلة هي التي نبهت إلى أهمية هذا العلم ودورة لتحقيق الأطراف لمصالحها في الوصول للأهداف.

- المرحلة الثانية : وهي فترة الحرب العالمية الأولى وظهور الدول الدستورية الحديثة وزيادة التدخل الحكومي في كثير من أمور الحياة ففي الولايات المتحدة اهتمت حكومات هذه الولايات بأهمية هذا العلم ودوره في كسب التأييد والدعم , إضافة إلى أهميته في دراسة ومعرفة الرأي العام ومقوماته وأساليب التأثير فيه.

- المرحلة الثالثة : وهي مرحلة الكساد الاقتصادي الكبير 1919 – 1929 حيث كانت تتطلب هذه المرحلة من حكومات هذه الدول , ضرورة التدخل في جوانب الحياة المختلفة وتوضيح هذه السياسات باستخدام علم العلاقات العامة.

- المرحلة الرابعة : وهي مرحلة 1935 , وهو ما صاحبها من أزمات اقتصادية وأزمات في العلاقات بين الدول , حيث اضطرت حكومات بعض الدول إلى وضع موارد مادية لدعم إدارة العلاقات العامة وجعلها قادرة على القيام بأدوارها , إضافة إلى ذلك فان مرحلة الحرب العالمية الثانية ساعدت في تطور مفهوم هذا العلم نتيجة لدوره المؤثر في الرأي العام. وفي عام 1948 تم تأسيس جمعية العلاقات الأمريكية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة . وكذلك الجمعية الدولية عام 1955 , حيث عقدت عدة مؤتمرات للبحث عن مفهوم العلاقات العامة ومحاولة وضع مبادئ وأسس علمية لكي يتم العمل بموجبها , كما بدا نشاط العلاقات العامة بالظهور في استراليا عام 1950 وفي عام 1952 تم إنشاء أول مركز للعلاقات العامة في بلجيكا , وقد صاحب هذه المرحلة تناول مفهوم أخلاقيات العمل فقد تم وضع دستور لهذه المهنة على يد جمعية العلاقات العامة الأمريكية عام 1960 , ومنذ تلك الفترة أصبح لمفهوم العلاقات العامة قواعد وأسس ومبادئ وعلم يدرس في الجامعات. وتم إنشاء أقسام متخصصة في معظم جامعات العالم وهذا دليل على دور وأهمية العلاقات العامة في العلاقات الدولية وما يرتبط به من علاقات اقتصادية وسياسية واجتماعية.[1]

[1] موسى اللوزي , **أسس العلاقات العامة , المفاهيم والأسس** , ط 1 , دار زمزم , الأردن , 2010 , ص : 40,41 .

نلاحظ انه في كل مرحلة من مراحل تطور العلاقات العامة , كانت تبرز الأهمية البالغة لها , ففي المرحلة الأولى لم يكن مفهومها واضحا بدقة لكن في المرحلة الثانية تم الاهتمام بها كعلم , من حيث مقوماتها وأساليبها ليتم ممارسة نشاط العلاقات العامة في مرحلة الكساد الاقتصادي , لتظهر في الأخير جمعيات تعترف بها وتسعى لوضع مبادئ وأسس علمية لها.

لتصبح علم يدرس في الجامعات , تبنته معظم الدول اليوم , وواقع لجل المؤسسات, ومع ظهور تقنيات واليات جديدة تطورت العلاقات العامة مسايرة للبيئة التي تخدم المصلحة العامة.

4- خصائص العلاقات العامة :

تتميز العلاقات العامة بمجموعة من الخصائص هي :

- العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية قليلة الأهمية, بل تشكل عنصرا أو عناصر أساسية للمؤسسة.

- العلاقات العامة وظيفة إدارية أساسية من وظائف الإدارة, وهي وظيفة مستمرة ومخططة لا يمكن اعتبارها وظيفة عرضية كردود الأفعال لمواجهة المشكلات والأزمات التي تواجه المؤسسة.

- العلاقات العامة وظيفة استشارية تنفيذية , فهي استشارية لأنها تقدم للإدارة العليا مشورتها في كيفية التعامل مع الجمهور , وهي تنفيذية لأنها تنفذ خطط العلاقات العامة وبرامجها وحملاتها.

- العلاقات العامة وظيفة اتصالية ذات تأثير متبادل حيث تعكس وجهة نظر الجماهير للإدارة العليا وتعكس وجهة نظر الإدارة لكافة الجماهير المعنية من خلال استخدام كافة الرسائل والأشكال والقنوات للأساليب الاتصالية المتاحة للمؤسسة.

- الرأي العام هو مجال عمل العلاقات العامة وهدفها الأساسي من خلال التأثير على اتجاهات وكسب تعاطفه وتأييده بما يحقق الصالح العام للمؤسسة ولجماهيرها المعنية.

- تعتمد العلاقات العامة أنشطتها على الأسلوب العلمي القائم على الدراسات والأبحاث المستمرة والتخطيط العلمي السليم فهي ليست نشاطا عشوائيا.

ومن جهة أخرى هناك باحثون أشاروا إلى خصائص أخرى للعلاقات العامة نذكر منها:

- العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة تفترض أن أي مؤسسة لا تنشا فقط من تحقيق الأهداف المالية التي ينص عليها قانونها بل يجب أيضا أن تلعب دورا اجتماعيا ولهذا عليها أن تضع مصالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة لما يتعلق بسلوك المؤسسة.

- العلاقات العامة عملية اتصالية دائمة ومستمرة بين طرفين هما المؤسسات والجماهير التي تتعامل معها سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي.

- تعتبر العلاقات العامة عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية تتصف بالاستمرارية.[1]

[1] بسام عبد الرحمن الجرايدة , **إدارة العلاقات العامة** , ط 1 , دار أسامة , الأردن – عمان , 2013 , ص : 151 , 152 .

العلاقات العامة تستخدم متخصصين على مستويات مختلفة من المعرفة مؤهلين من المعاهد والجامعات المتخصصة.

- أن العلاقات العامة تضمن التفاهم المستمر مابين المؤسسات والجماهير وتحقيق الروابط والتعاون فيما بينهم.

- أنها موجهة لكل الفئات الجماهيرية دون تميز أو تفضيل.

- العلاقات العامة ضرورية لجميع المؤسسات وعلى اختلاف مستوياتها , ويجب أن يشمل برامجها مختلف جوانب الحياة في المجتمعات.

- العلاقات العامة تحتل مكانا مرموقا في الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة أو هيئة.

- تستخدم العلاقات العامة برامج وخطط خاصة يعدها الأخصائيون والخبراء في مختلف فروع المعرفة.

- تستهدف الرضا العام وانتزاع موافقة الجماهير.

- تستخدم وسائل الاتصال المختلفة والمناسبة لتحقيق أهدافها , حيث أنها تستخدم البحوث العلمية.

- ترتكز العلاقات العامة على مبادئ أخلاقية لتدعيم الثقة بالمؤسسة وجماهيرها ولذلك فهي تبتعد عن كل أشكال الغش والخداع والتضليل من الدعاية المزيفة وتقدم الحقائق والوقائع للجماهير لكسب ثقتها.

- العلاقات العامة ليست نوعا من السحر تشفي العلل والعيوب , وليست وظيفة للدفاع عن الأخطاء التي ترتكبها المؤسسات وإنما لتحسين الصورة الحسنة عن المؤسسة التي تبنيها ولا يمكن بناءها إلا مع مرور الزمن عن طريق الأداء , الطيب أولا والإعلام الجيد ثانيا [1]

مهما تعددت خصائص العلاقات العامة إلا أن أهم خاصية تتميز بها هي أنها تعتبر احد الهياكل التنظيمية التي تعتمدها كل مؤسسة وتمارسها , تسعى لكسب ثقة الجمهور وتحقيق الفهم المشترك , من خلال دراسة اهتماماته , من اجل رسم صورة ذهنية جيدة في أذهانه.

[1] بسام عبد الرحمن الجرايدة , نفس المرجع السابق , ص: 153 .

5- أنواع العلاقات العامة :

لقد تغلغلت العلاقات العامة في كثير من نواحي الحياة ومن أهم أنواعها نجد:

-العلاقات العامة التجارية: هي التي تتمثل في العلاقات بين المنتج وكل من المورد والمستهلك, وكذلك العلاقات بين الأقسام المختلفة للمنشاة التجارية, فالعلاقات العامة تبدأ عملها دائما من الداخل, فكلما كانت هناك علاقات طيبة بين أقسام المنشاة التجارية سادت روح الأسرة بين جميع العاملين, وتمكنت المنشاة من القيام بواجبها بصورة جيدة وتقديم الخدمة الحقيقية للعميل القائمة على المنفعة المتبادلة والأمانة والصدق ليصبح رضا العميل عن المؤسسة ناتج عن قناعة.

- العلاقات العامة الصناعية: أدى التطور الذي شهدته الحياة الصناعية إلى قيام العلاقات العامة بتنظيم العلاقة بين المؤسسة وعمالها, ومحاولة تحسين هذه العلاقة حتى تضمن استقرار العمل, وقد ساعد ذلك مراعاة التشريعات العمالية للقواعد الجديدة في علاقات العامل بصاحب العمل والتي تضمن حقوق الطرفين.

- العلاقات العامة السياسية : يعتبر المجال السياسي من الميادين الأولى التي استعانت بفنون العلاقات العامة, ويبرز دور العلاقات العامة في المؤتمرات الدولية, كما يبرز في اهتمامها بمحاولة التقارب والتفاهم بين الشعوب بإقامة علاقات الصداقة والمودة.

- العلاقات العامة العسكرية : يبرز دور العلاقات العامة في أوقات الحروب, حيث تقوم بجهود كبيرة لرفع الروح المعنوية للشعب والجيش على حد السواء, كما تقوم بتهيئة الجمهور لتحمل تابعات الحرب التي يمكن أن يمر بها المجتمع, وفي حالة السلم أيضا تلعب العلاقات العامة دورا خطيرا في الإبقاء على الروح المعنوية للجنود, وتوفيرالمناخ المناسب للارتقاء بمستواهم العسكري.

- العلاقات العامة في المجال السياحي : تعتبر العلاقات العامة في مجال السياحة حلقة اتصال لتوجيه وتنمية علاقات المهتمين والمنتفعين بالسياحة في بلد ما. مما يساعد على إقامة جسور الصداقة والتفاهم والثقة مع أبناء البلدان المختلفة. وذلك من خلال توظيف كافة إمكانيات وسائل الإعلام المختلفة, وتطبيق كافة الأساليب المؤدية إلى ذلك في إطار السياسات العامة السياحية والإعلامية المحددة.

-العلاقات العامة في نواحي الحياة الأخرى: العلاقات العامة هي حيز معين للمؤسسات الاجتماعية, التربوية, الخيرية والصحية...الخ, حيث تسهم في الإعلام عن حقيقة نشاط هذه المؤسسات وتعريف الجمهور بما تقدمه من خدمات.[1]

أدت الحاجة الإنسانية إلى تعدد أنواع العلاقات العامة وبروز أهميتها حيث أصبحت ضرورة حيوية وملحة لا تكاد تخلو أي مؤسسة مهما كانت طبيعتها من ممارسة نشاطاتها ضمن العلاقات العامة, كونها تخدم مصالحها بالموازاة مع مصالح جماهيرها.

[1] محمد صاحب سلطان , **العلاقات العامة ووسائل الاتصال** , ط 2 , دار المسيرة , الأردن , 2011 ,ص :59 , 60 .

6 - وظائف العلاقات العامة :

هناك 5 وظائف للعلاقات العامة هي :

1/ البحث : وتتمثل في الدراسات الخاصة بقياسات الرأي العام بين جماهير المنظمة الداخلية والخارجية.

2/ التخطيط :ويتمثل في المساعدة في رسم سياسات المنظمة وذلك من خلال تحديد الأهداف وتصميم برامج الدعاية والإعلام في الوقت المناسب وتوزيع الاختصاصات وتحديد الميزانيات.

3/ التنسيق : يقصد به الاتصال مع المسئولين في الداخل والاتصال بالمنظمات والجماهير في الخارج بهدف تزويدهم بالمعلومات والأخبار والبيانات وخاصة ما يؤثر منها على سمعة المنظمة وشهرتها.

4/ الإدارة : وتعني تقديم الخدمات لبقية الإدارات الأخرى ومساعدتها في إدارة وظائفها المتصلة بالجماهير, كما تعني أيضا بشؤون العاملين في دائرة العلاقات العامة.

5/ الإنتاج : وتتمثل تلك الوظيفة في إنتاج الأفلام السينمائية الموجهة إلى الجماهير حول نوعية إنتاج المنظمة وأنشطتها ومواقعها وإمكانياتها وكذا إنتاج الأفلام الموجهة إلى العاملين في المنظمة بغية توعيتهم بشؤون منظماتهم.[1]

وهناك وظائف أخرى للعلاقات العامة تتمثل في :

- ضرورة العمل على تحقيق رغبات وحاجات المنظمات والجمهور.

- ضرورة العمل على تحقيق دور المنظمة مع البيئة الخارجية وتعريف كل منها بالآخر لتحقيق درجة عالية من التوافق والانسجام.

- إعلام الجماهير بسياسات المنظمة وطرق تفكيرها والقواسم المشتركة في أهداف كل منهما, والعمل على تحسين صورة المنظمات وما تقوم به من إنتاج وخدمات.

- تأسيس هوية للمنظمة وتطوير إنتاجها.

[1] أسامة كامل , محمد الصيرفي , **إدارة العلاقات العامة** , د ط , البحرين , د س ن , ص: 19 .

- معالجة الأزمات التي تواجه المنظمة سواء الداخلية أو الخارجية.

- تحقيق القبول الاجتماعي للمنظمة وتحقيق سمعة طيبة لها.[1]

وعموما يمكن إجمال وظائف العلاقات العامة فيما يلي :

- فتح قنوات للاتصال مع فئات الجماهير المختلفة للتعرف على وجهات نظرهم عن المؤسسة.

- تقديم المشورة إلى الإدارة العليا من منطلق فهم ودراسة السلوك الإنساني.

- تأسيس نمط اتصالي مزدوج يقوم على الفهم والتفاهم والمعلومات الكاملة.

- تجنب كافة أشكال ومظاهر الصراع الداخلي والوقاية من أشكال سوء الفهم.

- تحقيق الاحترام المتبادل بين شخص المؤسسة وجماهيرها في ضوء الالتزام بمبادئ المسؤولية الاجتماعية.

- رسم وتحديد الأهداف والموضوعات التي تسعى المؤسسة إليها.

- توجيه الرأي العام والاتجاهات والسلوك داخل وخارج المؤسسة.

- الحرص على إجراء أبحاث دورية تهتم بتقييم البرامج والخطط الاتصالية من اجل تحقيق الفهم الجماهيري للمعلومات والرسائل الاتصالية.[2]

يتفق معظم الباحثين على أن وظائف العلاقات العامة لم تتغير منذ نشأتها ولم تتأثر بالتحولات التاريخية , التي شهدها العالم , فهي لازالت تسعى لرسم صورة ذهنية ايجابية , وتحقيق الفهم المشترك بين المنظمة وجماهيرها وتكوين علاقات طيبة بين الطرفين وذلك من خلال البحث والتخطيط والتنسيق والإدارة والإنتاج.

[1] طارق شريف يوسف , **إدارة العلاقات العامة – مفاهيم ومبادئ وسياسات** , ط1, دار إثراء , عمان , 2008 , ص: 57, 58 .

[2] علي شيبة شدوان , **العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق** , د ط , دار المعرفة الجامعية , الإسكندرية , 2005 , ص: 54, 55 .

7- مبادئ العلاقات العامة :

نظرا للتأثير الكبير الذي تمارسه وسائل الاتصال على رأي عام الجماهير, فقد أصبح من الضروري وضع بعض الضوابط التي تنظم أنشطة العلاقات العامة والتي تعكس الإطار الفكري لمبادئ العلاقات العامة ومن أهم هذه المبادئ :

- المسؤولية الاجتماعية : إن النظريات الإدارية الحديثة تؤمن بان المنظمة هي نظام مفتوح يتعامل مع البيئة الخارجية التي حوله فيؤثر بها وتتأثر به , ولذلك فان هناك مسؤولية تقع على عاتق المنظمة فيما يتعلق بالمجتمع الذي تعيش فيه.

- احترام رأي الفرد : يجب أن ترتكز فلسفة العلاقات العامة على مبدأ الإيمان بقيمة واحترام حقوقه الأساسية التي تنص عليها وضمنها القانون , وان تراعي في ذلك واجبات الفرد ومسؤولياته في المجتمع فالإيمان بالشيء هو خير دافع للاهتمام به.

- عدم إخفاء المعلومات عن الجمهور : إن نظام إخفاء المعلومات يثير الشك ويفسح المجال للشائعات المغرضة ويؤدي إلى وجود شرخ في الثقة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها وبالتالي فان على العلاقات العامة كشف كافة المعلومات التي يحتاجها الجمهور مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة عدم إفشاء أسرار العمل والتي قد تضر بمصالح المنظمة أمام المنافسين.

- الالتزام بمبادئ الأخلاق السليمة :تدعو فلسفة العلاقات العامة المنظمة إلى الالتزام بمبادئ الأخلاق الكريمة مثل النزاهة والصدق والعدالة , وهكذا فهي لا تخدع الجمهور بل تسعى إلى كسب ثقته بالقدوة الحسنة وليس بالأقوال فقط , فالعلاقات العامة هي إعلام وسلوك فالجانب السلوكي يتمثل في الالتزام بالأخلاق السامية , والجانب الإعلامي هو استخدام كافة وسائل الإعلام لتفسير نشاط المنظمة وتحليل رد فعل الجمهور نحوها.[1]

- إتباع الأساليب العلمية في البحوث : إن من أهم وظائف العلاقات العامة إجراء البحوث وقياس اتجاهات الرأي العام لجماهير المنظمة , وفي هذا المجال فانه لابد لموظفي العلاقات العامة أن يتبعوا الطريقة العلمية في البحوث وان يبتعدوا عن التحيز الشخصي , وان يتصفوا بالموضوعية في عملية إجراء البحث , لكي يصلوا إلى النتائج الدقيقة.

[1] محمد عبدة حافظ , **العلاقات العامة** , ط 1 , دار الفجر , الإسكندرية , 2009 , ص: 30 .

-العلاقات العامة تبدأ من البيئة الداخلية : إن تحقيق المنظمة لأهدافها يتعلق بمعرفة الموظفين بأهداف المنظمة وبالدور المطلوب منهم في هذا المجال , فالمنظمة تؤدي عملها بشكل أفضل إذ كان موظفيها يلمون بكل ما يحدث من انجازات ومشاكل , فالعلاقات العامة يتجه مسارها من الداخل إلى الخارج أي إلى الجماهير الخارجية , وهذا ما يستدعي الاهتمام بالموظفين وتوثيق الصلات معهم والحصول على تعزيزهم وتأييدهم لإدارة المنظمة وسياستها.[1]

إن التطورات التي شهدتها العلاقات العامة فرضت حتمية وضع مبادئ تضبطها وتلتزم بها, وذلك حتى لا تخرج عن الهدف الذي جاءت من اجله , وحتى لا تتضارب المصالح بين الأطراف داخل المنظمة وخارجها كان لابد من ضوابط وأخلاقيات تعكس الواجبات والمسؤوليات الأساسية للعلاقات العامة.

[1] محمد عبده حافظ , نفس المرجع السابق , ص :31 .

8- أهمية العلاقات العامة :

إن التخطيط الجيد للتأثير على الرأي العام وبناء علاقات جيدة قائمة على الثقة والمصداقية بين إدارة العلاقات العامة ومختلف التنظيمات , تعتبر من متطلبات عمل العلاقات العامة, للتنبؤ والتعرف على الاتجاهات والتوقعات فهي عملية تسويقية تهدف إلى بناء علاقات وصلات واسعة بين التنظيمات بكل أشكالها وبين الجماهير من خلال مد جسور الاتصال بكل رسائله , ووفقا للظروف والأحداث وتغيراتها وتقييم ردود الفعل الناتجة عن هذه الاتصالات, لذلك تنبع أهمية العلاقات العامة من كونها نشاطا مستمرا ينطوي على إقامة علاقات جيدة وحسنة مع الجماهير بهدف تعزيز استمرارها ومساعدتها في تحقيق أهدافها المتمثلة في منع حدوث المشاكل والتوترات مع الجمهور. إضافة إلى إرساء قواعد علاقات دبلوماسية تقوم على الذكاء واللطافة والكياسة , فهي تعمل على رسم السياسات الخارجية وتامين مصالح الأطراف , سواء كانوا أفرادا أم دولا أم جماعات , فهي أداة قادرة على تلبية احتياجات الجماهير المختلفة باختلاف الثقافات والدين والقوميات .[1]

ومن جانب آخر فان العلاقات العامة لها أهمية وذلك لما تقوم به في تخفيض معاناة الجماهير في بعض المؤسسات , من خلال تقليل حدة السلبيات والأمراض الإدارية من جهة, وتحسين صلة الجمهور بالمؤسسة وتدعيم ثقته بها من جهة أخرى , فهي في واقع الأمر تمثل ضمير المؤسسة كالجهاز الحساس تستشعر اتجاه الرأي العام نحو كل قرار تصدره المؤسسة , وتعمل على تحليل آراء واتجاهات الجماهير وتنقلها إلى إدارة المؤسسة, وبذلك فهي حلقة وصل أمنية بين المؤسسة وجمهورها.

وبشكل عام فهي تساهم مساهمة فعالة في مد الجسور لإقامة أقوى العلاقات بين المؤسسة وجمهورها والمساهمة الجادة في رسم الصورة اللائقة عن نشاطات وسياسات هذه المؤسسة أمام الجمهور , كما تساعد المجتمع على تفهم حقيقة المؤسسة كعضو فعال فيه.[2]

---

[1] موسى اللوزي , نفس المرجع السابق , ص : 31 , 32.

[2] مصطفى عليان ربحي , عدنان محمود الطوباسي , **الاتصال والعلاقات العامة** , ط 1 , دار صفاء , عمان , 2005 , ص: 249 .

وان ما يبرز أهمية العلاقات العامة ويؤكد دورها ويساعد في تفعيله هي 3 اعتبارات أساسية :

1/ ازدياد التأثير الذي تمارسه قوى الرأي العام على المؤسسات والهيئات والمنظمات.

2/ تعتبر البيئة المحيطة بالمؤسسة ومجريات الأحداث فيها محددا أساسيا لأداء المؤسسة ففي هذه البيئة تكمن عوامل الدفع وعوامل التعطيل للمؤسسة , وإذا استطاعت إدارة المؤسسة أن تدير حركة الأحداث البيئية لصالح المؤسسة فإنها تضمن بقائها , واستمرارها , ومن هنا فان الهدف المطلوب أن تحققه العلاقات العامة هي الوصول إلى مستويات أعلى من الرضا والقبول لدى الجماهير في هذه البيئة والوسيلة التي يمكن استخدامها هي التأثير على الرأي العام وتكوين اتجاهات ايجابية لدى أفراده.

3/ إن على مؤسسة الأعمال الحديثة مسؤولية نحو المجتمع الذي توجد فيه , كما أن المصلحة العامة لهذا المجتمع يجب أن تحقق من خلال الفلسفة , التي تتبناها إدارة المؤسسة, وتأكيد هذا التوجه يعتبر أمرا ضروريا لإنشاء علاقة طيبة بين المؤسسة والجماهير[1]

تكمن أهمية العلاقات العامة في الوقت الحاضر في إيجاد حلول في حالة الأزمات والتوترات لمختلف المؤسسات , ومحاولة تسيير نشاطاتها , وزادت أهميتها مع توظيف التقنيات والتكنولوجيا التي أعطتها دفعة قوية , وهو الواقع الذي تشهده العلاقات العامة اليوم. وعموما فان أهمية وأهداف العلاقات العامة ترتبط بأهداف المنشاة أو المؤسسة.

[1] مصطفى عليان ربحي , عدنان محمود الطوباسي , نفس المرجع السابق , ص: 248 .

خلاصة الفصل:

نتوصل في نهاية هذا الفصل إلى أن العلاقات العامة هي نشاط مستمر تسعى لكسب ثقة الجمهور وإقامة الفهم المشترك بينه وبين المؤسسة وهي بذلك تعتبر احد النظم الإدارية الضرورية فهي تمثل حلقة وصل وتواصل بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي كونها الجهاز الذي يربط بينهم تساعد على السير الجيد والمنظم مع حرصها على إعطاء صورة ذهنية جيدة للمؤسسة.

تشهد العلاقات العامة الكثير من التطورات المتلاحقة والمتسارعة وذلك نتيجة انتشار تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي واتساع رقعة استخدامها في المجتمع خاصة موقع الفيسبوك والذي يشهد قفزة نوعية من حيث اعتماده في مختلف الجوانب والعلاقات العامة كوظيفة إدارية فان حتمية وجودها في كل مؤسسة تسعى لرسم الخطط مع الجمهور والتنسيق بينه وبين المؤسسة وهي بذلك تمثل احد التقنيات الاتصالية كان لابد لها من استغلال التكنولوجيا من اجل تطوير وتدعيم مهامها وأهدافها.

1-ممارسة العلاقات العامة في عصر شبكات التواصل الاجتماعي :

فرض تطور وسائل الاتصال نمط حياة مختلفة ودفعنا إلى تغيير عادات واستبدالها بأخرى مثل استبدال الزيارات بالمكالمات وهذا التطور لم يستثني العلاقات العامة بل كان في صلب اهتمامها فقد بدأت تستجيب لهذه التغيرات وتتفاعل معها بدرجات متفاوتة حسب الخبرات والإمكانات وفي الوقت نفسه تواجه أثناء استجاباتها لتلك التغيرات بعض التحديات المتمثلة في ضعف الفهم لهذه التطورات كما يواجه ممارسو العلاقات العامة تحديات استعمال شبكات التواصل الاجتماعي تتمثل في ضعف خبراتهم التقنية واللغوية في التعامل معها وعدم إلمامهم بالمزايا التي تقدمها ولكن على الرغم من هذه التحديات يحاول ممارسو العلاقات العامة توظيف هذه الوسائل والحضور بشكل مستمر عبر تلك الشبكات بهدف استثمار أفضل إمكاناتها ومميزاتها لمواكبة تحديات العصر وبناء صورة ذهنية حسنة عن مؤسساتهم تلائم الجمهور في الألفية الجديدة التي اكتسبت خصائص جديدة جعلت مهمة اقناعه والتأثير فيه أمرا صعبا يتطلب جهودا كبيرة كل هذا فرض على ممارسي العلاقات العامة العمل على مواكبة التغيرات والتحديات المعاصرة للقيام بمهامه

رغم الصعوبات والتحديات التي واجهت ممارسي العلاقات العامة عند دخول شبكات التواصل الاجتماعي إلا أن هذا لم يمنعهم من اعتمادها لممارسة العلاقات العامة وتحقيق أهدافها والواقع يثبت أن هذه التحديات لم تقف في وجههم حيث نجد اليوم أن وظيفة العلاقات العامة تحتل مكانة مرموقة داخل المؤسسة بفضل هذه الشبكات التي كانت بمثابة الوسيط والركيزة التي دعمتها وصورتها.[1]

[1] حسين محمود هتيمي , **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي** , ط 1 , دار النبلاء , عمان , 2015 , ص: 44, 43.

وقد تم ممارسة العلاقات العامة في عصر شبكات التواصل الاجتماعي في مجالات منها :

1-1/ إدارة صورة المؤسسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي :

أكد عدد من المختصين أن الكيفية التي يتعرف بها الإنسان على الأشياء تعتمد على الصورة الذهنية التي يمتلكها إزاء تلك الأشياء وبما أن الصورة الذهنية تؤثر على سلوك الفرد فان المؤسسات تكافح من اجل تطوير صورتها الذهنية وإدارتها لتنشيط المبيعات وتعزيز علاقات ايجابية مع المجتمع من اجل تحقيق وضع تنافسي وتعد مهمة بناء صورة المؤسسة وتعزيزها غاية العلاقات العامة وهي عملية حوارية تقوم على 3 مراحل :

-بناء الصورة : تبدأ عندما تكون المؤسسة غير معروفة وهي مرحلة صعبة كون معظم أفراد المجتمع يجهلون المؤسسة لذلك تحتاج العلاقات العامة للقيام بوظيفتها من خلال إستراتيجية اتصالية حديثة ومؤثرة مثل : شبكات التواصل الاجتماعي.

- المحافظة على الصورة : إذا نجحت العلاقات العامة في هذه المرحلة للحصول على معلومات عن ردود أفعال الجهود الاتصالية التي قامت, يمكنها حينها تصميم الإستراتيجية الاتصالية في ضوء تلك المعلومات لذلك يجب عليها الاعتماد على اتصال حواري وأساليب ووسائل عصرية كشبكات التواصل الاجتماعي حتى تستطيع المحافظة على صورة حسنة للمؤسسة.

- استعادة الصورة { تصحيح } : تحدث عندما تعاني المؤسسة من أزمة وهنا لابد للعلاقات العامة أن تقوم بتصميم إستراتيجية اتصالية لاستعادة صورة المؤسسة ما يحكم على ممارسي العلاقات العامة البقاء على استعداد لمواجهة أي أمر طارئ.[1]

إن بناء صورة ذهنية حسنة للمؤسسة هو أهم أهداف العلاقات العامة خاصة إذا اعتمدت على شبكات التواصل الاجتماعي كأحد التقنيات الاتصالية لتحقيق ذلك لكن يجب على ممارسي العلاقات العامة الاستغلال العقلاني لهذه الشبكات دون المبالغة حتى لا تحدث انعكاسات قد تؤدي إلى تهديدات تعرض المؤسسة إلى الهلاك تذهب بسمعتها.

[1] حسين محمود هتيمي , نفس المرجع السابق , ص : 45 , 46 .

2-1/ إدارة الأزمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي :

يقع على عاتق العلاقات العامة إدارة الأزمة كون أن العلاقات العامة ظهرت واقترنت بوجود أزمات التي كانت تهدد الشركات وتعرف الأزمة أنها الاستعداد لمواجهة الأزمات من خلال التخطيط وتنفيذ عدد من الاستراتيجيات الاتصالية ومع تعدد وسائل الاتصال المستعملة في تنفيذ هذه الاستراتيجيات تأتي شبكات التواصل الاجتماعي كوسائل اتصال حديثة تفاعلية فورية يمكن توظيفها إثناء الأزمة كونها تعد اكبر وأسرع قناة اتصال لتوفير المعلومات لأكبر عدد ممكن من الأشخاص في العالم , وعليه نجد أن هذه الشبكات باتت من الوسائل المهمة في مواجهة الأزمات وهو ما أكدته شركة " تويوتا " للسيارات عام 2010 لمواجهة أزمة استدعاء السيارات التي اعتمدت على شبكات التواصل الاجتماعي كإحدى الوسائل الاتصالية في اتصالات الأزمة إذ عملت العلاقات العامة على توظيف هذه الشبكات عن طريق وضع معلومات عن الشركة وبث ملفات فيديو لإعلانات وحوارات المسئولين كما اعتمدت الشركة في صفحتها على الفيسبوك بدعوة مشتركي الموقع لوضع مساهمة مكتوبة على الموقع يحكون فيها قصتهم مع " تويوتا " ودورها في حياتهم وهو ما يدعم ارتباط العملاء بالشركة واعتمدته أيضا في نشر مواد على صفحتها عبره تتمثل في أنشطة لمواجهة الأزمة ونصائح المسئولين بالشركة للجمهور وطمأنتهم وتقديم شرح وتفسير للموقف.[1]

إن شبكات التواصل الاجتماعي هي أنسب وسيلة يتم عبرها مواجهة الأزمات وذلك لما تتمتع به من صلاحيات ومميزات تمكنها من تحقيق رد فعل سريع في أقصر مدة دون تكبيد أي جهد أو تكلفة خاصة أن إدارة الأزمة تتطلب سرعة التخطيط والتنفيذ والاتصال وهو الأمر الذي تحققه هذه الشبكات .

[1] حسين محمود هتيمي , نفس المرجع السابق , ص : 48 , 49 .

2- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة :

2-1/ التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي :

يقول خالد البياري نائب رئيس شركة الالكترونيات المتقدمة بالقول " أن شبكات التواصل الاجتماعي أحدثت تغيرا جذريا في قطاع الأعمال بسبب سهولة استعمالها لاسيما أن الشركات وجدت طريقة سهلة لإيصال عروضها والارتباط بعملائها ".

أما عن الهدف من توجه معظم الشركات للتسويق والاتصال بعملائها عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي مثل: تويتر , الفيسبوك , حيث قال الدكتور خالد البياري في بداية الانترنت نجد أن كل شركة عملت على إنشاء موقع خاص بها وكان على المستخدم لهذا الموقع البحث حتى يحصل على المعلومة التي يرغب بها لكن مواقع التواصل الاجتماعي مع شركات وقطاعات الأعمال أوجدت طريقة سهلة لإيصال عروضها والارتباط الدائم بعملائها وأصبح من الممكن أن تدفع المعلومة التي يرغب بها المستخدم بطريقة سهلة وجذابة وبالتالي سهلت هذه الشبكات عملية التواصل لتحدث ثورة بسبب سهولة استخدامها[1]

لجأت معظم الشركات إلى اعتماد شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الفيسبوك بصفة خاصة لتسويق منتجاتها وطرح عروضها وخدماتها وذلك لسهولة استخدامها وقلة تكلفتها إضافة إلى العدد الهائل من المشتركين الذين يتصدرون هذا الموقع وهم بذلك يعتبرون زبائن لهذه الشركات كما تمكن هذه الشبكات من وصول المنتجات الأكبر عدد ممكن من الأفراد متجاوزة بذلك الحدود الزمانية والمكانية وهو ما يزيد من أرباح المؤسسة ويحقق لها شهرة وشعبية .

[1] عبد الله البشير , **مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت ثورة في قطاع الأعمال** , 11 / 10 / 2011 , تم استرجاعه من : https//:www. alriyadh. Com بتاريخ 26 جوان 2020 , على الساعة , 13:15.

2-2/ الترويج عبر شبكات التواصل الاجتماعي :

كانت الانترنت وجهة للبحث عن المعلومات بطريقة أسرع ثم أصبحت في العقود الأخيرة أهم وسيلة اتصال على الإطلاق وذلك بعد ظهور ما يسمى شبكات التواصل الاجتماعي التي أخذت بدورها منحى أوسع مما وضعت لأجله بادئ الأمر , إذ أنها فاقت ما كانت تتوخاه من تحقيقها للتواصل بين الأصدقاء والمعارف داخل مؤسسات معينة وانفتحت على فضاءات جديدة تشتمل على التواصل بين جميع أبناء المجتمع الواحد وحتى المجتمعات المختلفة , وقد خلقت بذلك العديد من فرص التسويق الحديثة التي تتصف بالمرونة والسرعة ونقص التكاليف للترويج لمختلف المنتجات والعمل على جذب اكبر شريحة ممكنة من المستهدفين وهي نفسها الشريحة الواسعة المستعملة في هذه التطبيقات التي شملت اغلب مجالات الحياة والأنشطة الاقتصادية وعلى رأسها قطاع السياحة إذ اشتغلت هذه المواقع للتعريف بالسياحة ونشر هذه الثقافة من خلال تداول المعلومات عن هذه المناطق السياحية والمنتجات والفنادق وعن صورها وفيديوهاتها ليصبح كل رائد لهذه المواقع سائحا محتملا ومستهلكا منتظرا خاصة مع وجود ردود أفعال وتعليقات وصور ولاشك أن هذه الترويجات تعد السياحة لأشخاص حقيقيين من الواقع الاجتماعي جربوا ذلك قبل السائح المستهدف الذي يوجه إليه الترويج مما يعطي النشاط السياحي ثقة وواقعية ويسهم في إقناع الرواد من خلال طبيعة النماذج المعروضة وحقيقة وجودها في الواقع الحالي.[1]

إن شبكات التواصل الاجتماعي فتحت للمؤسسات على اختلاف أنواعها مجالا واسعا لترويج أنشطتها وخاصة فيما يتعلق بالمجال السياحي الذي يعتبر تصدر دخل رئيسي أشغلته معظم المؤسسات من خلال تسهيل وتقديم المعلومات والصور عن المناطق السياحية عبر هذه الشبكات كونها منصة متاحة للجميع وهي بذلك أعطت صورة حسنة لنفسها وساعدت على اختصار الوقت والجهد التكلفة إضافة على ذلك نجد اليوم أن معظم الأفراد يعرضون نشاطاتهم سواء التجارية أو السياسية أو غيرها على هذه المواقع.

[1] **الترويج السياحي عبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجا** , نوفمبر 2019 , تم استرجاعه من : https//www aleph alger 2. edinum .org بتاريخ 9/ 07 / 2020 , على الساعة 22:00 .

3- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة :

إن شبكات التواصل الاجتماعي ليست خيارا لممارسي العلاقات العامة لتسويق مؤسساتهم ومنتجاتهم وحسب بل هي حتمية للقيام بمهامهم كونها تحقق الأهمية التالية :

- نشر أخبار الشركة

- التعريف بالموقع الالكتروني للشركة

- بناء وصيانة صورة الشركة

- مواكبة التطور التكنولوجي

- الوصول إلى شرائح جديدة من المجتمع

- شرح طبيعة المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركة وتسويقها

- القيام باستطلاعات الرأي العام ومعرفة آراء الجمهور اتجاه المؤسسة ومنتجاتها وتلقي المقترحات والشكاوي للعمل على تطوير إستراتيجيتها

- تصحيح المفاهيم عن الشركة

- زيادة المبيعات

- جذب كفاءات جديدة والتعرف على الموظفين عن طريق مواقعهم وصفحاتهم

- تحقيق المرونة في الاستعمال فيمكن اختيار الإدارة المناسبة وفقا للحاجة مثل : الفيسبوك

- تحقيق المسؤولية الاجتماعية فالترويج عبر الشبكات صديق للبيئة لا يستلزم تلويثا لها.[1]

مهما عددنا الأهمية التي تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي فإننا لن نعطيها حقها فهي كانت بمثابة الوسيط والركيزة التي تقوم عليها المؤسسة حيث ساعدتها في الوصول لأهدافها ومكنتها من تحقيق اتصال سريع وفوري وبناء علاقات مع مختلف الشركات من خلال اعطائها صورة حسنة للشركة وتقديم معلومات حولها .

[1] حسين محمود هتيمي , نفس المرجع السابق , ص: 52 .

خلاصة الفصل:

نجحت العلاقات العامة في استغلال التكنولوجيا من حيث استغلالها لشبكة الانترنت بصفة عامة وشبكات التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " بصفة خاصة وهو ما سهل عليها الاتصال والتواصل والتفاعل مع مختلف الفاعلين وكذلك من خلال إنشاء مواقع وصفحات والتي تعد فضاءا لجميع المؤسسات.

فقد استفادت العلاقات العامة من هذه التكنولوجيا التي جعلتها تحتل أعلى مكانة بالمؤسسات وأصبح لها تأثير أقوى ولذلك كان لزاما عليها مواكبة هذا التطور لتحقيق ذاتها.

تشكل العلاقات العامة احد أهم الأنشطة الاتصالية التي أصبحت تعتمد عليها مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية , ويرجع هذا إلى ما توصلت إليه وسائل الاتصال وتكنولوجيا الإعلام التي خلقت عالمها المجازي , فقد أدت التطورات التكنولوجية الكبيرة في مجالي الاتصالات والمعلومات إلى تدفق هائل للأفكار, وبلا شك أن العلاقات العامة أساس الإعلام وهي التي تمهد له وتبرزه لكي يكون إعلاما مميزا , فالعلاقات العامة هي السبب الرئيسي وراء نجاح كل مؤسسة , بالإضافة إلى تحقيق مفهوم الاتصال بنوعيه الداخلي والخارجي للوصول إلى شراكة ناجحة وهذا بالفعل ما تسعى إليه مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية إلى تحقيقه من خلال الاهتمام والاعتناء بالاتصال في المؤسسة , والانفتاح على مختلف وسائل الإعلام بواسطة الأساليب والمهارات الاتصالية الفعالة لإيصال الصورة الحسنة للجمهور.

1-بطاقة فنية لمؤسسة اتصالات الجزائر:

هي مؤسسة جزائرية ذات أسهم برأس مال تأسست عام 2000 تحت شعار " اتصالات الجزائر , الاختيار الأفضل", مقرها الرئيسي الجزائر العاصمة , وهي تنشط في مجال الهاتف الثابت والنقال " موبيليس " وخدمات الانترنت " جواب " والاتصالات عبر الساتل " اتصالات الجزائر الفضائية " نشأت بموجب قانون فبراير 2000 المرتبط بإعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات لفصل قطاع البريد عن قطاع المواصلات , وقد دخلت رسميا في سوق العمل في 1 يناير 2003 .

تعتبر موبيليس أهم متعاملي الهاتف النقال في الجزائر من خلال تغطيتها التي تعدت 98 بالمائة وكذا عدد زبائنها الذي تعدى 10 ملايين مشترك,

فهي تعد متعامل المتعاملين والرائد في مجال الاتصالات في الجزائر , تعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر من اكبر المؤسسات الوطنية تواجدا عبر كافة مناطق الوطن فهي تشمل كل شبر من الجزائر وذلك من خلال هيكلتها.

في عام 2019 , بلغ رأس مال جميع الشركات التابعة للمجموعة 220 مليار دينار جزائري {1.71 مليار دولار }.

- في 30 مارس 2014 أطلقت شركة اتصالات الجزائر مجموعتها الجديدة من عروض الانترنت المسماة " idoom ADSL", بسرعات تتراوح من 1 إلى 8 ميجابت / ثانية.

- في 8 سبتمبر 2014 , أطلقت المؤسسة شبكة الجيل الرابع في الوضع الثابت لعملائها المقيمين.

- في 20 ابريل 2015 , أطلقت أول شبكة لاسلكية مجتمعية في الجزائر , أطلق عليها اسم "WICI" وهو حل مبتكر يتيح تغطية المناطق الحضرية الكبيرة بالنطاق العريض اللاسلكي.

- في 6 يونيو 2018 , انتهى احتكارها لتوفير الوصول إلى الانترنت مع فتح الحلقة المحلية للمنافسة.

- بلغت الحصة المالية الإجمالية المعدة لتطوير والتهيئة الاستثمارات ب 203976 مليون دينار جزائري, حيث بلغ عدد مشتركيها في الهاتف حتى عام 2008 5.128.262 مشترك منها 2.922.731 مشترك في الهاتف الثابت أما عدد

مشتركي الهاتف النقال فبلغ أكثر من 11 مليون مشترك ب موبيليس نهاية سنة 2010 .

- توظف اتصالات الجزائر 20.000 عامل وهي ملزمة بالتحكم بأعبائها الحالية , من بينها مجموع تكاليف الأجور التي تقارب أل 40% من رقم أعمالها في حين أن المعايير العالمية المعمول بها في هذا المجال تقدر ب 7% .

- تستخدم المؤسسة بشكل رئيسي الخط الثابت التقليدي , جزء منه مجهز ب ADSL , ويسوق تحت العلامات التجارية لمؤسسة الاتصالات الجزائرية , والهاتف الثابت والانترنت عالي السرعة "عن طريق المودم " , عالي السرعة بواسطة ADSL , وعالي السرعة جدا بواسطة الألياف البصرية .

اعتبارا من31 ديسمبر 2015 , كان لدى موبيليس أكثر من 14,3 مليون " GSM و3G".

-في ديسمبر 2019 , حصلت موبيليس على ترخيص عالمي للاتصالات " 2G 3G 4G " من اجل توظيفها في مالي .

2- نتائج تصورية للدراسة :

خلصت الدراسة إلى أهم النتائج هي :

أولا : يعتبر موقع الفيسبوك وسيلة هامة للاتصال والتواصل, فهو يعد التوجه المواكب للعصر.

ثانيا : تحتل شبكات التواصل الاجتماعي مكانة هامة سواء داخل المؤسسات أو خارجها.

ثالثا : أثبتت الدراسة أن الإعلانات و العروض المطروحة على صفحة الفيسبوك الخاصة بمؤسسة اتصالات الجزائر تلقى متابعة وإقبال وانجذاب زبائنها إليها.

رابعا : يعتبر موقع الفيسبوك المنصة الرقمية رقم واحد بالإضافة إلى انه من أحسن الوسائل التي يمكن أن تساهم في تحقيق التفاعل والترويج بالخدمات.

خامسا : تعتبر شبكة الفيسبوك هي الشبكة الأكثر رواجا واستخداما بالنسبة للمؤسسة.

سادسا : إن الترويج عبر الفيسبوك أسلوب وإستراتيجية ضرورية بالنسبة للشركة.

سابعا : تشير نتائج الدراسة أن نسبة عالية من الجمهور تتفاعل مع شبكة الفيسبوك.

ثامنا : أظهرت نتائج الدراسة أن موقع الفيسبوك أصبح يشكل مصدرا من مصادر تسهيل وتسيير العمل بالمؤسسة.

تاسعا : تشير نتائج الدراسة أن اغلب آراء الجمهور حول استخدام المؤسسة لموقع الفيسبوك على العموم ايجابيا حيث انه أسهم وساعد على نجاح المؤسسة.

عاشرا : أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام المؤسسة لموقع الفيسبوك أدى إلى تكوين المجموعات وبناء علاقات مع الجمهور وتبادل الآراء فيما بينهم , بحيث أضحى وسيلة إعلامية اجتماعية جديدة لها الذي لا يمكن تجاهله أو الاستغناء عنه.

3- الاقتراحات والتوصيات :

على ضوء ما توصلت إليه دراستنا من نتائج نقترح مجموعة من التوصيات والمقترحات منها :

1-ضرورة الابتعاد عن السلبية والالتزام بالايجابية من خلال الاستفادة من موقع الفيسبوك على كل ما يحتويه من مميزات وخصائص في مختلف المجالات و الاهتمام أكثر بالمواضيع التي تخدم الجمهور.

2- ضرورة تطوير صفحة الفيسبوك الخاصة بالمؤسسة , كونها تعد وسيلة اتصالية حديثة يلزم على المؤسسة إدراجها ضمن خطط إستراتيجية للتواصل مع الجمهور وذلك من خلال عرض آراء و انشغالات الجمهور.

3- نقترح زيادة اهتمام المؤسسة بالتكنولوجيا الحديثة والعمل على تحسين الأسلوب الأمثل لكسب ولاء ورضا الجمهور.

4- العمل على إدراج مهارات اتصالية تسعى لإقناع الجمهور للتعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفايسبوك.

5- ضرورة تحديث الصفحة في كل مرة وترقيتها والعمل على جعلها احدث وسيلة اتصالية يمكن أن تستخدمها المؤسسة للنهوض بها وتطويرها.

6- العمل على تطوير جميع المؤسسات العمومية من خلال إنشاء صفحات خاصة على مواقع الكترونية بهدف تسهيل تواصلها مع جميع المواطنين وتكون تحت تصرفهم وتلبية حاجاتهم.

4- إجابة تصورية لإشكالية وتساؤلات الدراسة :

ساهم موقع الفيسبوك في تطوير مجال العلاقات العامة في مؤسسة اتصالات الجزائر حيث احدث تغيير جذري ونقل المؤسسة نقلة نوعية من مجرد الاتصال التقليدي إلى عالم مجازي سمي بالاتصال الرقمي الذي فتح آفاقا لا حدود لها وساعد على تطوير المؤسسة من خلال تقليص المسافات وبجهد وتكلفة اقل , و ذلك للنهوض بها وإعطاء صورة ذهنية جيدة للجمهور, والعمل على كسب رضا الزبائن فقد أضحى موقع الفيسبوك في النهاية الوتر الحساس الذي تقوم عليه جل المؤسسات بحيث أنها لا تستغني عليه إطلاقا , حيث ساهمت تقنيات الفيسبوك في تحسين العلاقات العامة داخل المؤسسة بشكل كبير فقد اعتمدت المؤسسة على فتح "صفحة" للتسهيل على زبائنها الولوج دون أي عراقيل أو صعوبات وكسب رضا اكبر عدد منهم, بالإضافة كذلك إلى أنها تعتمد على "مجموعة" حتى يتسنى للجمهور إعطاء آراء متبادلة حول خدمات المؤسسة والعمل على سد الثغرات والنواقص من قبل القائم على الصفحة وهذا بهدف تحسين الخدمة المقدمة, وعليه فقد ساهمت بشكل فعال في التواصل الفوري وتبادل المعلومات بصورة غير مسبوقة , وأعطت فرصة للمؤسسة لتحقيق علاقة أكثر متانة بينها وبين الجمهور من خلال التفاعل والمشاركة والتعليق على نطاق واسع , ومؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية انتهجت أساليب اقناعية للتأثير في المتلقي من بينها : التركيز على فائدة الخدمة التي تقدمها المؤسسة, فهي تقوم على المنافسة مع الفروع الأخرى وتركز على جودة الخدمات المقدمة , تعمل إلى لفت انتباه الجمهور من خلال عروض مجانية وجوائز...الخ ومن خلال الدراسة التي قمنا بها توصلنا إلى أن درجة اقتناع الجمهور بالخدمات جيدة مقارنة بالسنوات التي لم يكن يعتمد فيها موقع الفيسبوك فهو قد نقل المؤسسة نقلة عابرة للخيال باعتبار أن مجال عملها هو الاتصال في حد ذاته وهذا ما يستلزم التطوير والتحسين وإدخال تقنيات جديدة.

وعلى هذا الأساس فان المؤسسة عمدت إلى انتهاج محتوى سمعي بصري وهذا بحسب طلب الجمهور حيث يتسنى للزبائن مثلا رؤية الخدمة أو عرض معين لشريحة موبيليس عن طريق فيديو صوتا وصورة وهذه تقنية عالية الجودة وأكثر فعالية, بالإضافة إلى أنها تعتمد كذلك على محتويات مكتوبة من خلال عرض منشورات في صفحة الفيسبوك الخاصة بالمؤسسة وهذا المحتوى هو بأقل تكلفة من المحتوى السمعي البصري لأنه عندما لا تتوفر الانترنت باستطاعة أي شخص الولوج إلى الصفحة بشكل مجاني مقارنة بالمحتوى السمعي بصري الذي يستلزم توفر انترنت وهذا النوع من المحتوى يساعد أصحاب القرى التي تقل فيها شبكة الانترنت, وتتمثل استخدامات الفيسبوك في العلاقات العامة فيما يلي :

تسيير وتسهيل العمل بالمؤسسة بعد أن كان في أوله صعب قليلا وهذا بعد إدراج تقنية الفيسبوك , التواصل مع الموظفين في أي نقطة سواء داخل المؤسسة أو خارجها , تواصل الزبائن مع المؤسسة دون تكبد عناء الحضور شخصيا , فالفيسبوك زاد كثيرا من فعالية تكوين علاقات عامة بالمؤسسة باعتبار انه يعتبر مثل القرية الكونية الصغيرة يجمع أشخاص من أماكن متفرقة في ابعد نقطة في الكون في مكان واحد افتراضي وهو موقع الفيسبوك , وهذا ساعد كثيرا في جذب الجمهور نحو نشاطات المؤسسة والعمل على بناء علاقات عمل مع مؤسسات أخرى في نفس المجال ,دون أن ننسى أهم عامل لضمان نجاح تسيير المؤسسة والوقوف على تطويرها هو المستوى التعليمي الذي لعب دورا فعالا وبارزا للقائم على صفحة الفيسبوك من خلال تطلعه و معرفته باهتمامات الجمهور وضمان تلبية طلباته, لأنه كلما يكون المستوى التعليمي اقل كلما يكون التسيير في المؤسسة اقل , فموقع الفيسبوك يتطلب قراءة تطلعية في التكنولوجيا الحديثة, يجب أن يكون القائم على صفحة الفيسبوك مستواه التعليمي جامعي وان تكون له قراءة معمقة في مجال التكنولوجيا حتى يتسنى له معرفة طريقة وكيفية التسيير الجيد للمؤسسة .

فالوقوف على صفحة الفيسبوك يستلزم خبرة لا متناهية في مجال التكنولوجيا ولا يستطيع أي شخص استخدامه دون أن يكون مستواه التعليمي منعدم.

وفي الأخير يمكن القول أن موقع الفيسبوك ساهم كثيرا في تطوير العلاقات العامة وغير مجال العلاقات العامة من المفهوم التقليدي إلى المفهوم الحديث.

خلاصة الفصل:

كخلاصة لهذا الفصل يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي تحتل مكانة مرموقة في المؤسسات لتعدد مزاياها وايجابياتها , فالمؤسسات التجارية والشركات بتنوع تخصصاتها مهتمة ببناء سمعتها وإعطاء صورة جيدة بشكل مكلف على وسائل الإعلام التقليدية لجلب المزيد من الزبائن وترويج منتجاتها.

وعليه فان استخدام هذه الوسائل التكنولوجية في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية وخصوصا موقع الفيسبوك ساهم بشكل كبير في كسب رضا الزبائن باعتبارها سلاح ذو حدين , مكنت من نجاح المؤسسة وتطويرها من خلال الانتقال من الاتصال التقليدي إلى الاتصال الرقمي.

في الختام يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي لعبت دور المركز ولا تزال إلى يومنا هذا , فهي تعتبر من احدث مفرزات الثورة المعلوماتية وأكثرها شعبية والتي أضحت وجهة الملايين من كل الجنسيات والفئات , كفضاء أسس لغرض اجتماعي بحت لصالح مجموعات محددة لتتوسع تطبيقاته إلى جل المجالات الحياتية , فنجد من أعظم ما أفرزته شبكات التواصل الاجتماعي موقع الفيسبوك الذي احدث نقلة نوعية في عالم الاتصال والتواصل فقد ربط مناطق العالم معا وجعل منها قرية صغيرة , كما انه فتح مجالا كبيرا أمام كافة الشركات لتطور نفسها ولتتواصل بشكل مستمر مع الجمهور , وذلك من خلال رسم قسم العلاقات العامة لاستراتيجيات محددة وواضحة للتواصل مع الجمهور بشكل صحيح , حيث تلعب العلاقات العامة دورها في تشكيل الرأي العام اتجاه المؤسسة من خلال استهداف الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ويبقى من المهم القول أن شبكات التواصل الاجتماعي ستكون لاعبا رئيسيا في التحولات المستقبلية في المجالات كافة سواء ظلت الوسائل بأنماطها التقنية الحالية على حالها أو ظهرت وسائل جديدة على الانترنت , ففي جميع الأحوال يمكن الجزم بان هذه الوسائل قد نقلت كثيرا من المجتمعات بالفعل نقلة عابرة للخيال من محدودية فكر القبيلة إلى مجتمع الفيسبوك العابر للحدود الممتد للمسافات الذي يكاد يشمل من دون مبالغة العالم بأكمله لذا فان شبكات التواصل الاجتماعي تستحق من الاهتمام والدراسة ما يناسب أهميتها وحجم تأثيراتها الإستراتيجية الراهنة والمستقبلية.

قائمة المراجع :

الكتب :

1-أبراش إبراهيم , **المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية** , ط 1 , دار الشروق , عمان , 2009 .

2- الرفاعي احمد حسين , **مناهج البحث العلمي** , د ط , دار وائل , عمان , 1988.

3- الهادي محمد , **تكنولوجيا الاتصال وشبكات المعلومات** , د ط , المكتبة الأكاديمية, مصر , 2001 .

4- السويدي جمال سند , **وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك** , ط 1 ,د د ن , د ب ن , 2013 .

5- الساري عبد الكريم فهد , الالوسي سؤدد فؤاد , **الإعلام والتسويق السياسي والانتخابي** , ط 1 ,دار أسامة , عمان , 2013 .

6- الديهي محي الدين إسماعيل محمد , **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين** , ط 1 , دار مكتبة الوفاء القانونية , القاهرة , 2015 .

7- الشمايلة ماهر عودة و آخرون , **الإعلام الرقمي الجديد** , ط 1 , دار الإعصار العلمي , عمان , 2015 .

8- اوكان عمر , **اللغة والخطاب** , د ط , دار البيضاء , المغرب , 2001 .

9- المصري احمد محمد , **العلاقات العامة** , د ط , مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية , 2000 .

10- الهادي نبيل احمد , **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** , ط 1 , دار الأهلية , د ب ن , 2006 .

11- الديلمي عبد الرزاق محمد , **العلاقات العامة في التطبيق** , ط 1 , دار الحرير , عمان , 2005 .

12- العدوي محمد فهمي , **مفاهيم جديدة في العلاقات العامة** , ط 1 , عمان , 2011.

13- السر فقير عمر عماد الدين , **إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة** , ط1 , دار البداية عمان , 2013 .

14- الجرايدة بسام عبد الرحمن , **إدارة العلاقات العامة** ,ط1 , دار أسامة , الأردن- عمان , 2013 .

15- المقدادي خالد غسان يوسف , **ثورة الشبكات الاجتماعية – ماهية مواقع التواصل الاجتماعي** , ط1 , دار النفائس , الأردن , 2013 .

16- احمد جرار ليلى , **الفيسبوك والشباب العربي** , ط1 , دار مكتبة الفلاح , د ب ن , 2012 .

17- السعدي مؤيد نصيف جاسم , **الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي , دراسة في موقع الفايسبوك** , ط1 , دار ألفا للوثائق , الجزائر , 2016 .

18- الرحباني عبير شفيق , **الاستعمار الالكتروني والإعلام** , ط1 , دار أسامة , عمان , 2015 .

19- بن مرسلي احمد , **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال** , ط 4 , د س ن , الجزائر , 2010 .

20- بوحوش عمار , **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث** , د ط , ديوان المطبوعات الجامعية , الجزائر , 2001 .

21- بن إبراهيم الشاعر عبد الرحمن , **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**, ط1, دار الصفاء , عمان , 2015 .

22- بن محارب المحارب سعد , **الإعلام الجديد في السعودية** , ط1 , دار جداول , لبنان , 2011 .

23- بن حسن العريشي جبريل , بنت عبد الرحمن محمد الدوسري سلمى , **الشبكات الاجتماعية والقيم – رؤية تحليلية** , د ط , دار المنهجية , عمان , د س ن .

24- حافظ محمد عبده , **العلاقات العامة** , ط1 , دار الفجر , الإسكندرية , 2009 .

25- حارث عبود , مزهر العاني , **الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي** , ط1 , دار الحامد , الأردن , 2015 .

26- دون مؤلف , **شبكات التواصل الاجتماعي – منصات الحرب الأمريكية الناعمة**, ط1 , إعداد وإصدار مركز الحرب الأمريكية الناعمة للدراسات , لبنان , 2016 .

27- ربحي مصطفى عليان , الطوباسي عدنان محمود , **الاتصال والعلاقات العامة** , ط1 , دار صفاء , عمان , 2005 .

28- شدوان علي شيبة , **العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق** , د ط , دار المعرفة الجامعية , الإسكندرية , 2005 .

29- شقرة علي خليل , **الإعلام الجديد {شبكات التواصل الاجتماعي }** ,ط1 , دار أسامة , عمان , 2014 .

30- طارق شريف يوسف , **إدارة العلاقات العامة – مفاهيم ومبادئ وأساسيات** , ط1 , دار إثراء , عمان , 2008 .

31- عباس مصطفى صادق , **الإعلام الجديد** , **المفاهيم الوسائل والتطبيقات** , د ط , دار الشروق , عمان , 2008 .

32- عبيدات محمد , أبو نصار محمد , **منهجية البحث العلمي** , **القواعد والمراحل وتطبيقاتها** , د ط , دار وائل , الأردن , 1999 .

33- عفيفي عبد الخالق محمد , **العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية فن التواصل وصناعة التمييز** , المكتبة العصرية , د س ن , 2014 .

34- عامر فتحي حسين , **وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك** , ط1 , دار العربي , القاهرة , 2010 .

35- قاسمي احمد , جداي سليم , **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية** , ط1 , دار المركز الديمقراطي العربي , برلين – ألمانيا, 2019 .

36- قمحية حسان احمد , **الفيسبوك تحت المجهر** , ط1 , دار النخبة , مصر , 2017 .

37- كامل أسامة , الصيرفي محمد , **إدارة العلاقات العامة** , د ط , البحرين, د س ن .

38- موسى يعقوب عبد الحليم , **الإعلام الجديد والجريمة الالكترونية** , ط1 , دار العالمية , د ب ن , 2014 .

39- محمد صاحب سلطان , **العلاقات العامة ووسائل الاتصال** , ط 2 , دار المسيرة , الأردن , 2011 .

40- محمد عساف عبد المعطي , محمد فالح صالح , **أسس العلاقات العامة** , د ط , دار الحامد , عمان , 2004 .

41- نبهان يحيى إسماعيل , **مناهج البحث العلمي بين النظرية والتطبيق** , ط1 , دار يافا العلمية , عمان , 2009 .

42- هتيمي حسين محمود , **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي** , ط1 , دار أسامة , عمان , 2015 .

المذكرات والرسائل الجامعية :

1-بن بلعباس بدر الدين , **شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين** , مذكرة ماجستير غير منشورة , تخصص علم الاجتماع والتربية , جامعة محمد خيضر , بسكرة , 2014 – 2015 .

2- بابكر محمد عثمان علي , **التقنيات الحديثة ودورها في إدارة أنشطة العلاقات العامة** , رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال , غير منشورة , تخصص العلاقات العامة والإعلان , جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا , 2009 – 2014

3- خنفوف عقيلة , سعدي سهام , **دور تكنولوجيا الاتصال في تحسين العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية** , مذكرة ماستر غير منشورة , في علوم الإعلام والاتصال , تخصص اتصال وعلاقات عامة , جامعة يحيى فارس , المدية , 2018 – 2019 .

4- رحو حياة , عمومن هناء , **مضامين صفحات الجامعات على الفيسبوك** , مذكرة ماستر أكاديمي , غير منشورة , تخصص علوم الإعلام والاتصال , جامعة قاصدي مرباح , ورقلة , 2014 – 2015 .

5- عيادي آمنة , كاتب فاطمة , **دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تفعيل أداء العلاقات العامة في المؤسسة الخدماتية** , مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال, تخصص اتصال وعلاقات عامة , جامعة العربي بن مهيدي , أم البواقي , 2015 – 2016 .

6- عيدان عثمان إحسان , **اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة علاقات الزبائن** , رسالة ماجستير غير منشورة , في الأعمال الالكترونية , جامعة الشرق الأوسط , 2015 – 2016 .

7- وانيس بلال , **المواقع الالكترونية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية** , مذكرة ماستر غير منشورة ' في علوم الإعلام والاتصال , تخصص اتصال وعلاقات عامة , جامعة محمد خيضر , بسكرة , 2013 – 2014 .

المجلات :

1-مشتاق طلب فاضل , **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي** , مجلة تكريت للعلوم السياسية , العدد 13 , 2014 – 2017 .

2- جعفري نبيلة , **دور الإعلام الجديد في انتفاضات الشعوب العربية** , مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية , العدد 7 , مؤسسة كنوز الحكمة , 2016 .

القواميس والمعاجم :

1-حجاب محمد منير , **المعجم الإعلامي** , ط1 , دار الفجر , مصر , 2004 .

2- قاموس **معجم المعاني الجامع** , عربي – عربي , تم استرجاعه بتاريخ 5 مارس 2020 , على الساعة 11:30 , من https//www.almaany.com

3- المنجد الأبجدي , ط 5 , دار الشرق , لبنان , 1987 .

4- المنجد في اللغة العربية المعاصرة , ط 2 , دار المشرق , لبنان , 2001 .

مواقع ومقالات الانترنت :

1-جلول س الصافي , **منتدى علوم ومعلومات عامة** , منتديات ستار تايمز , تم استرجاعه بتاريخ 8 مارس 2020 , على الساعة 12:30 , من https//www.star times.com

2- حسون نسرين , **الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف** , تم استرجاعه بتاريخ 8 ابريل 2020 , على الساعة 11:15 , من https//cutt.us/njow

3- البشير عبد الله , **مواقع التواصل الاجتماعي أحدثت ثورة في قطاع الأعمال** 11 أكتوبر 2011 , تم استرجاعه بتاريخ 26 جوان 2020 , على الساعة 13:15 , من https//www.alriyadh.com

4- الترويج السياحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك نموذجا , نوفمبر 2019 , تم استرجاعه بتاريخ 9 / 7 / 2020 , على الساعة 22:00 من https//www.aleph.alger 2.edinum.org

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة يحي فارس بالمدية **قسم الاعلام والاتصال**
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية **تخصص اتصال وعلاقات عامة**

استمارة استبيانية

شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تطوير العلاقات العامة الفيسبوك انموذجا – دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية –

في إطار القيام بدراسة ميدانية لتحضير شهادة الماستر، نضع بين أيديكم هذا الاستبيان ونرجو منكم الإجابة على الأسئلة ونتعهد لكم أن اجاباتكم لن تستخدم إلا في إطار البحث العلمي، ولكم منا فائق الاحترام والتقدير

إعداد الطالبتين **إشراف الأستاذ**
رافع سعاد د. زاوي جمال
عمور خدوجة

ملاحظة: وضع علامة:× في الخانة المناسبة

الموسم الجامعي :2019 / 2020

المحور الأول: مساهمة موقع الفيسيوك في تحسين العلاقات العامة

1- هل يساهم المستوى التعليمي في نجاح تقنيات الفيسبوك المستخدمة في تحسين العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر؟

نعم ☐ **لا** ☐

2- هل ساهمت تكنولوجيات الأنترنت في بناء علاقات بالمؤسسة؟

نعم ☐ **لا** ☐

برر إجابتك:.....

.....

3- ما هو المستوى التعليمي للقائم على الفيسبوك بمؤسستكم؟

ابتدائي ☐ **متوسط** ☐

ثانوي ☐ **جامعي** ☐

4- ما هو عدد المتابعين لصفحتكم على الفيسبوك؟

.....

5- هل يساهم الفيسبوك في تسهيل مهام مؤسستكم؟

نعم ☐ **لا** ☐

- برر إجابتك في كلتا الحالتين.....

.....

6- ماهي منصات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها في مؤسستكم؟

تويتر ☐ **انستغرام** ☐

فايبر ☐ **أخرى** ☐

المحور الثاني: أساليب التأثير والاقناع التي يستخدمها القائمون على الفيسبوك لتطوير العلاقات العامة.

1- ما هو أسلوب الاقناع الذي تستخدمه مؤسستكم لإحداث تأثير على المتلقي؟

- التركيز على مدى الفائدة التي الخدمة ☐

- التكرار وتوظيف اصور ☐

- تجنب السلبية في التواصل مع الجمهور ☐

- استخدام المقارنة من ناحية جودة خدمة بالمؤسسات الأخرى ☐

2- ماهي الطريقة التي تعمد عليها مؤسستكم أثناء تقديم الخدمة لإقناع الجمهور المتلقي؟

- لفت انتباه الجمهور والتركيز على ما يمهه ☐

- دراسة اهتمامات الجمهور وجمع المعلومات عنه ☐

- عرض صورة المؤسسة من خلال عرض آراء إيجابية حولها ☐

- تحفيز الجمهور وتشويقه من خلال تقديم الجوائز ☐

3- كيف ترى اقناع الجمهور بالخدمات المقدمة على موقع فيسبوك

ضعيف ☐ **متوسط** ☐

حسن ☐ **جيد** ☐

برر إجابتك .....

.....

4- ما هي أهم الاشباعات المحققة في مؤسستكم من خلال موقع الفيسبوك؟

- المساهمة في تطوير وتحسين المؤسسة ☐

- اقبال أكبر عدد من الجمهور على المؤسسة ☐

- اكتساب المؤسسة شهرة وشعبية ☐

- الحصول على مزيد من العملاء والزبائن ☐

5- للتعريف بمؤسستكم ونشاطاتها هل تعتمدون على:

المقالات المكتوبة ☐ **محتويات سمعية** ☐

محتويات سمعية بصرية ☐ **أخرى** ☐

المحور الثالث: محتوى الفيسبوك وتطوير العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر

1- عند استخدام الجمهور لموقع الفيسبوك هي يقوم بـ:

- التصفح فقط ☐
- إعادة نشر مضامين لمستخدمين آخرين ☐
- التفاعل والمشاركة ☐
- أخرى أذكرها ☐

2- ما نوع التفاعل الذي يستخدمه الجمهور مع المحتوى المنشور؟

إعجاب ☐ **تعليق** ☐

مشاركة ☐ **أخرى** ☐

3- ماهو نوع المحتوى الذي يتم نشره بموقع الفيسبوك بمؤسستكم؟

كتابي ☐ **سمعي** ☐

سمعي بصري ☐ **أخرى أذكرها** ☐

- برر إجابتك .....

.....

4- ما هو تقييمك لمحتوى صفحتكم على الفيسبوك؟

ضعيف	☐	**متوسط**	☐
حسن	☐	**جيد**	☐

- برر إجابتك .....
.....

5- ماهو الهدف من نشر مضامين عبر موقع الفيسبوك؟

- تعزيز العلاقات مع الجمهور ☐
- التعرف على انشغالات الجمهور ☐
- تحسين نوع الخدمة المقدمة ☐
- أخرى أذكرها ☐

المحور الرابع: استخدامات الفيس بوك في العلاقات العامة

1- لماذا توظف الفيسبوك داخل المؤسسة؟

الحصول على معلومات	☐	**تسيير وتسهيل العمل**	☐
التواصل مع الموظفين	☐	**أخرى أذكرها**	☐

2- **هل ترى أن استخدام موقع الفيسبوك بمؤسستكم زاد من فعالية تكوين علاقات عامة؟**

نعم	☐	**لا**	☐

- برر إجابتك .....
.....

3- كيف يساهم موقع فيسبوك في بناء علاقات مع الجمهور بمؤسستكم؟

إعطاء صورة ذهنية جيدة	☐	**جذب الجمهور نحو نشاطاتها**	☐
التعامل مع مؤسسات أخرى	☐	**الحصول على متعاملين جدد**	☐

4-هل حدث تغيير بمؤسستكم بعد توظيف الفيسبوك

نعم ☐ **لا** ☐

إذا كان هناك تغيير فيما يتمثل؟

تحسين نوعية العمل ☐ **سرعة أداء العلم** ☐

توفير الوقت والجهد ☐ **أخرى** ☐

5- كيف ترى رد فعل الجمهور بعد استخدام الفيسبوك بمؤسستكم؟

معارض ☐ **محايد** ☐

مؤيد ☐ **مؤيد بشدة** ☐

برر إجابتك: .....
.....

6- استخدام الفيسبوك في مؤسستكم مكنكم من:

تسهيل الخدمات ☐ **بناء علاقات** ☐

زيادة ربح المؤسسة ☐ **أخرى اذكرها** ☐

البيـــانـــات الـشـخـصيـــة

1- الجنس:

ذكر		**أنثى**	

2- السن:

من 20 إلى 30		**من 31 إلى 40**	
من 41 فما فوق			

الخبرة

أقل من 5 سنوات		**من 6 سنوات إلى 10 سنوات**	
من 11 سنة فما فوق			

المستوى التعليمي:

ابتدائي		**متوسط**	
ثانوي		**جامعي**	

فهرس المحتويات

- الإهداء : 1
- الإهداء : 2
- شكر وتقدير
- الملخص
- مقدمة .....أ - ب

الفصل الأول : الإجراءات المنهجية

- الإشكالية.....3
- التساؤلات 4
- أسباب اختيار الموضوع.....5
- أهداف الدراسة.....5
- أهمية الدراسة.....5 -6
- منهج وأدوات الدراسة.....6 - 7
- الأدوات المستخدمة في الدراسة.....7 - 8
- مجتمع البحث والعينة.....8
- مفاهيم الدراسة.....9 - 11
- حدود الدراسة.....12
- الدراسات السابقة.....13 - 22

الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي والفيسبوك

- ماهية شبكات التواصل الاجتماعي.....23
- تمهيد.....23
- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي.....24 - 25
- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي.....26-27
- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.....28-29
- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي.....30-31
- ايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي.....32-33
- اهمية شبكات التواصل الاجتماعي.....34-35
- سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي.....36-37
- خلاصة.....38

ماهية الفيسبوك.....39

- تمهيد.....39
- مفهوم موقع الفيسبوك.....40-41
- نشأة موقع الفيسبوك.....42-43
- خصائص ومميزات موقع الفيسبوك.....44-46
- إيجابيات الفيسبوك.....47-48
- استخدامات الفيسبوك.....49-50
- أهمية موقع الفيسبوك.....51-52
- سلبيات الفيسبوك.....53-54
- خلاصة.....55

الفصل الثالث : العلاقات العامة

أولا : ماهية العلاقات العامة.....56

- تمهيد.....56
- مفهوم العلاقات العامة.....57-58
- نشأة العلاقات العامة.....59-60
- مراحل تطور العلاقات العامة.....61-62
- خصائص العلاقات العامة.....63-64
- أنواع العلاقات العامة.....65-66
- وظائف العلاقات العامة.....67-68
- مبادئ العلاقات العامة.....69-70
- أهمية العلاقات العامة.....71-72
- خلاصة.....73

ثانيا : شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات العامة.....74

- تمهيد.....74
- ممارسة العلاقات العامة في ظل شبكات التواصل الاجتماعي.....74-77
- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة.....78-79
- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة.....80

- خلاصة.....81

الفصل الرابع : دراسة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية

- تمهيد 82
- بطاقة فنية لمؤسسة اتصالات الجزائر.....83-84
- نتائج تصورية للدراسة الميدانية.....85
- الاقتراحات والتوصيات.....86
- إجابة تصورية على إشكالية وتساؤلات الدراسة.....87-88
- خلاصة الفصل.....89
- خاتمة 90
- قائمة المراجع.....91-96
- نموذج استمارة استبيانية.....97-103
- فهرس المحتويات.....104 -106