



جامعة عبدالحميد ابن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

بعنوان

استعمال مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"
في فضاء العمل
دراسة عينة من موظفي بلدية تيارت

الطالب : دحو عمار

الطالب: بلعسل رابح

أمام لجنة المناقشة.

اللقب و الاسم	الرتبة	الصفة
د- غالم عبد الوهاب	أستاذ محاضر	رئيسا
د- بعلي محمد السعيد	أستاذ محاضر	مشرفا ومقررا
د- مرواني محمد	أستاذ محاضر	مناقشا

السنة الجامعية: 2019/2018



شكر وتقدير

نحمد الله سبحانه وتعالى على جوده ومنه وفضله و إحسانه بتوفيقه
لنا بإنجاز هذا العمل المتواضع. و ننتقدم بخالص الشكر و عظيم الامتنان للوالدين.
ورفيق دربي لكل من امتدت يده الخير للاطلاع على هذه الأطروحة
وأتوجه بالشكر الجزيل إلى أ.د/بعلي محمد سعيد الذي كان لي خير
مشرف من خلال ما قدمه من أفكار و آراء سديدة و توجيهات صائبة.....
كما أتقدم بخالص الشكر و التقدير لموظفي بلدية تيارت
الذين ساعدوني في انجاز هذا العمل خاصة التسهيلات التي
قدموها لي لانجاز الجانب الميداني للدراسة كما أتقدم بخالص
الشكر و التقدير لكل من ساهم من قريب و من بعيد في
إخراج هذا العمل كل في صورته النهائية.....
إلى كل هؤلاء جميعا أوجه خالص الشكر و عظيم الامتنان،
وأسأل الله العلي القدير أن يجزيهم عين خير الجزاء

بلعسل رابع

دموعمار

إهداء

إلى روح الداعية الأول معلم البشرية، وهادي الإنسانية، إلى روجي
حبيبي رسول الله صل الله عليه وسلم.

إلى كل من أمضي أيامه ولياليه يسعى إلى تحقيق فكرة
نافعة، أو عمل جيد، ليرفد الإنسانية بعطاء يعمق حب
الإنسان لأخيه الإنسان، بدلاً من اقتيادها إلى هاوية
التردي والسقوط.

إلى رواد العلم في بلدنا الحبيب

دمر عمار

إهداء

الحمد لله القديم الأول الأزلي الذي لا يتحول ولا تغيره الدهور

هو الذي أنشأ الوجود من العدم وقرر ما كان قبل أن يكون في اللوح والقلم

أما بعد:

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

إلى من مدني دائما بالقوة والدي الغالي

إلى أساتذة الحياة وعنوان الوجود ومنبع الرأفة والوفاء إلى من غرسا في نفسي حب العلم

وزرعها فيها الأخلاق الفاضلة، إلى من علماني الاعتماد على النفس ومواظبة العمل حتى بلوغ

الغاية، و لم يبخل علي بنصائحهما القيمة

إلى الذين أمدوني بيد العون وكانوا سدي في السراء والضراء من طفولتي إلى شبابي:

إلى الإخوة كل واحد باسمه إلى الأخوات وأزواجهن وأبنائهم.

إلى أزهار البيت: خلود، حمودة، إبراهيم و الكتكوتة نعيمة أنوار الجنة.

إلى جميع الأصدقاء

إلى التي منحتني دروسا في الصبر والتحمل وأمانتي للتغلب على الصاعج

إلى كل إنسان يحب الخير ويزرع بذور الأمل في هذه الحياة أهدي هذا العمل.

إلى كل من يعرفني من قريب أو من بعيد فمن نسيتهم فألفه عذر وسلام.

بلعمل رابع

فهرس المحتويات:

بسملة

شكر وتقدير

إهداء

إهداء

فهرس المحتويات

مقدمة أ-ب

الإطار المنهجي للدراسة 1

1- إشكالية وتساؤلات الدراسة: 2

2- فرضيات الدراسة: 3

3- أهداف الدراسة: 4

4- أهمية الدراسة: 4

5- أسباب اختيار الموضوع: 5

6- ضبط مفاهيم و مصطلحات الدراسة: 5

7- منهج الدراسة: 7

8- أدوات جمع البيانات: 8

9- حدود الدراسة: 10

10- الدراسات المشابهة: 10

الإطار النظري للدراسة 14

الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي 15

تمهيد: 15

1- مواقع التواصل الاجتماعي 16

1-1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي 16

1-2- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي: 16

18.....	3-1- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :
19.....	1-4- ايجابيات و سلبيات مواقع التواصل لاجتماعي :
20.....	2- موقع الفيسبوك.....
20.....	2-1- نشأة موقع الفيسبوك FACE BOOK :
21.....	2-2- تعريف موقع الفيسبوك :
22.....	2-3- خصائص الفيسبوك :
23.....	خلاصة الفصل:
24	الفصل الثاني: بيئة العمل والأداء الوظيفي.....
25.....	تمهيد:
25.....	1- ماهية بيئة العمل في المؤسسة:
25.....	1-1- مفهوم بيئة العمل في المؤسسة:
27.....	1-2- أنواع بيئة العمل في المؤسسة :
30.....	1-3- عناصر بيئة العمل الداخلية المؤسسة:
33.....	2- ماهية الأداء الوظيفي.....
33.....	2-1- مفهوم الأداء الوظيفي:
34.....	2-2- عناصر الأداء الوظيفي:
35.....	2-3- أهداف وأهمية الأداء الوظيفي:
36.....	2-4- الاتجاهات النظرية للأداء الوظيفي :
39.....	خلاصة الفصل.....
41.....	الاطار التطبيقي للدراسة.....
41.....	تمهيد:
96.....	النتائج:
98.....	تحليل ومناقشة فرضيات الدراسة:
100	خاتمة:
101	قائمة المصادر و المراجع:
104.....	قائمة الجداول:

106.....	قائمة الأشكال:
108.....	ملاحق
113.....	الملخصات

يعتبر الاتصال ظاهرة اجتماعية صاحبت الإنسان منذ القدم، تغيرت وتطورت المفاهيم والتصورات حوله، بظهور تكنولوجيات وتقنيات أعطت هذا الأخير صيغة جديدة لمفهوم الاتصال، ويعد ميدان تكنولوجيا الاتصال و المعلومات من أكثر الميادين تسارعا في التطور فقد أدى ربط وسائل الاتصال مع وسائل معالجة المعلومات إلى خلق نظام اتصالي مبني وتكنولوجيا المعلومات مما ساهم في إطلاق ثورة إعلامية و معلوماتية أبرزت إمكانيات عالمية في التواصل مع الجمهور وسرعة غير مسبوقة في إيصال الرسائل إلى أي مكان في العالم .

تغيرت فرضيات ومسلمات الاتصال حيث ظهرت العديد من النظريات الجديدة حول تكنولوجيات، الاتصال لتواكب التغيرات و المستجدات التي طرأت على العالم ولعل ابرز مستحدثات هذا العالم ،"الانترنت" التي شغلت حيزا كبيرا من الدراسات الأكاديمية الحديثة وأصبحت تقنم حياتنا اليومية والاجتماعية بفضل ما تقدمه من معارف وخدمات كونها تشكل إحدى الرهانات الثقافية خاصة لدى المجتمعات النامية، حيث كسرت كل الحواجز بفضل التدفق الهائل للمعلومات وتطورت تقنيات الواب، ما ساعد على بروز وانتشار محركات البحث والمواقع الالكترونية على أشكالها وألوانها من مدونات شخصية وشبكات المحادثة ،فغيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث وخلقت نوعا من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة و بين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى.

مدة الثورة المعلوماتية شكلت المبتغى لها اتجه إليها الأفراد قصد مواكبة المهارات الاتصالية في المجال الرقمي ،خصوصا بعد أن ظهرت مواقع جديدة سميت بمواقع التواصل الاجتماعي والتي تصنع الحدث الاجتماعي و الاتصالي في حياة الناس في وقتنا الحالي .

تعتبر هذه المواقع الأكثر انتشارا على شبكة الانترنت مما تملكه من خصائص تميزها عن باقي المواقع الالكترونية ، فهي وسيلة مهمة للالتحام بين الأفراد والمجتمعات ،وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخرين والاطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة لدورها الفاعل و المتميز كوسيلة اتصال ناجعة، من خلال تجسيدها لمفهوم الاتصال ومساهمتها في بناء الشبكات الاجتماعية الافتراضية، من بينها "تويتر" و "الفيسبوك" و

غيرها، ويأتي الفيسبوك في صدارة هذا الموقع نظرا لنجاحه الكبير في دعم فكرة التواصل مع الأصدقاء والحفاظ على العلاقات بين الطلبة وهي الفكرة الأولى التي انطلقت منها سيرورة ظهور هذه المواقع التواصلية ، كما أنه أثر في شخصياتهم ونمط تفكيرهم ولغة تواصلهم ومستوى أداءهم المهني في فضاء العمل خاصة بالنسبة للذين يستخدمونه بشكل مفرط وفي كل أوقاتهم اليومية وكذا المجال الشخصي والمهني مما يحيلنا الى السؤال الجوهرى وهو علاقة الفرد بهذه المواقع ولكن في فضاء خاص وهو مجال العمل وكيف يؤثر على الأداء المهني .

وفي إطار هذه الأبعاد تتبلور مشكلة الدراسة وأهدافها، والتي جاءت في الإطار المنهجي للدراسة، بدء من تحديد الإشكالية وعرض تساؤلاتها وفرضياتها، أسباب ودوافع اختيار الموضوع، أهداف الموضوع، أهمية الموضوع، مرورا بتحديد المفاهيم والمصطلحات، منهج الدراسة، أدوات الدراسة، حدود الدراسة، الخلفية النظرية والدراسات السابقة، ثم تناولنا نقاط أخرى، فهذا الجانب وجد لإعطاء تفاصيل عن الدراسة من ناحية المنهجية وفق أسس علمية، ويتناول الإطار النظري فصلين الفصل الأول ماهية مواقع التواصل الاجتماعي تحتوي على عنصرين أولا شبكات التواصل الاجتماعي، النشأة ، التعريف والخصائص، ثانيا موقع الفيسبوك كذلك النشأة و التعريف والخصائص ايجابيات وسلبيات الموقع، مرورا إلى الفصل الثاني الذي يحتوي على بيئة العمل والأداء الوظيفي، أولا ماهية بيئة العمل ،المفهوم والأنواع والعناصر، ثانيا ماهية الأداء المهني، المفهوم، العناصر، الأهداف والأهمية و الاتجاهات النظرية للأداء الوظيفي، ويعرض الإطار التطبيقي في تحليل البيانات الميدانية بدءا بتفريغ البيانات وصولا إلى النتائج العامة للدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة

1- إشكالية وتساؤلات الدراسة

2- فرضيات الدراسة

3- أهداف الدراسة

4- أهمية الدراسة

5- أسباب اختيار الموضوع

6- ضبط مفاهيم ومصطلحات الدراسة

7- منهج الدراسة

8- أدوات جمع البيانات

9- حدود الدراسة

10- الدراسات المشابهة

1- إشكالية وتساؤلات الدراسة:

تعتبر الظاهرة الاتصالية ظاهرة قديمة، صاحبت الإنسان في كل مراحل تكوين المجتمع البشري وتفعيل العلاقات الاجتماعية بينه، فلقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة ثورة حقيقية من خلال ظهور تقنيات الإعلام والاتصال و المعلومات وغيرت الموازين في عالم الاتصال، حيث ظهرت العديد من النظريات الجديدة لتواكب التغيرات والمستجدات التي طرأت على الاتصال ولعل ابرز مستحدثات هذا العالم الانترنت التي شغلت حيزا كبيرا من الدراسات الحديثة

أنشئت هذه الأخيرة سنة 1968 من قبل وزارة الدفاع الأمريكية بهدف إيصال المعلومات بين مصالحها الداخلية، وفي سنة 1979 جاءت الفكرة من طرف بعض الطلبة الجامعيين بأحد الجامعات الأمريكية بغية ربطها بأجهزة الكمبيوتر وجعلها عالمية.

انتشرت وتوسعت هذه التقنية وكسرت كل الحواجز بفضل التدفق الهائل للمعلومات و تطورت تقنيات الواب التي انتقلت من جيل إلى آخر، مما ساعد على بروز وانتشار مواقع الالكترونية ونتيجة هذه الثورة المعلوماتية التي اتجه إليها الأفراد قصد مواكبة الركب وتطوير مهاراتهم الاتصالية في المجال الرقمي، ومع مطلع التسعينيات ظهرت مواقع جديدة سميت بمواقع التواصل الاجتماعي، شملت جميع أفراد المجتمع أكبر عدد من المستخدمين وأضحت محل اهتمام واسع من قبل المجتمع.

فرضت هذه الظاهرة الاتصالية نفسها بقوة بين جميع شرائح المجتمع، ومن أهم هذه الشبكات الاجتماعية نجد موقع الفيسبوك الذي حاز على أكبر فئة من مستخدميه في جميع قارات العالم، والجزائر كغيرها من الدول انشر فيها الموقع بشكل كبير، حيث تشير الإحصائيات انه في منتصف سنة 2012 بلغ أربعة ملايين مستخدم¹.

¹- الفيسبوك في الجزائر بأكثر من أربعة ملايين، ثم الاسترجاع بتاريخ 2019/03/28 من موقع جريدة الشروق من الرابط

<http://www.echoroukonline.com/ara/articles/149810.html>

يشكل فيها الشباب أكثر من 60 بالمائة، ويعد هذا الفضاء بيئة للنقاش و الحوار و التعبير عن الأفكار بقدر كبير من الحرية لما يتميز به هذا الموقع من خاصية التفاعل الحي بين مستخدميه في جميع المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية وحتى المهنية، وهو ما يدفعنا الى طرح السؤال الرئيسي .

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

وسنقوم من خلال هذه الدراسة بالبحث عن ماهي الحاجيات و الدوافع التي يصبو من خلالها الموظف في استعماله لمواقع لتواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في فضاء العمل من خلال دراسة عينة منهم لمعرفة الدور الذي تلعبه هذه الوسيلة في بيئة العمل ؟
من اجل هذا نطرح التساؤلات التالية:

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

2- كيف يوظف العامل هذه الوسيلة "الفيسبوك" في بيئة عمله ؟

3- ما هي حاجات ودوافع التي تكمن وراء استعمال الموظفين "الفيسبوك" في فضاء العمل؟

2- فرضيات الدراسة:

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

- يوظف العامل هذه الوسيلة "الفيسبوك" في بيئة عمله من اجل التفاعل والاتصال .

- الحاجات والدوافع التي تكمن من وراء استخدام الموظفين "للفيسبوك" هي حاجات ترفيهية لا علاقة لها بالعمل .

3- أهداف الدراسة :

- من المنطقي إن يكون وراء كل عمل هدف نسعى لتحقيقه والوصول إليه حتى يتسنى لنا تخطي كل الصعوبات و العراقيل وتجاوزها وذلك بالوقوف عند الأهداف التالية:
- محاولة إثراء البحوث العلمية في هذا الميدان خصوصا لحدثة الموضوع.
- معرفة مدى تفهم العينة المدروسة لموضوع البحث .
- التدريب والتعود على القيام بالبحوث الميدانية ، وكذا التحكم في تطبيق الإجراءات المنهجية وتقنيات البحث في العلوم الاجتماعية.
- معرفة مدى استعمال الموظف واستحدثاته لهذه الوسيلة "الفيسبوك" في فضاء العمل.
- التعرف على أهم الخدمات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي .

4- أهمية الدراسة :

تعود أهمية الدراسة لظاهرة "الفيسبوك" و استعمالاته في فضاء العمل لعدد من الاعتبارات أهمها :

الأهمية التي يكتسبها الإعلام الجديد إذ نامت أهمية و تأثيراته في الواقع الاجتماعي الراهن، لدرجة أن البعض أطلق على الفترة الزمنية التي نحيها توصيفا مرتبطا بالإعلام الجديد أو احد المصطلحات المرتبطة به ،أو الوسيط الذي يحمل للجماهير (شبكات الانترنت) أو زمن شبكات التواصل الاجتماعي، وغيرها من المسميات.

حدثة الظاهرة ، الإعلام الجديد بما فيه مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" التي باتت تدور حوله الدراسات الإعلامية ودائما ما تصاحب الدراسات حول الموضوعات الحديثة تبيانا نسبيا يعود لاختلاف المداخل و الأطر التي يتم تناولها الظاهرة من خلالها.

كل هذه النقاط تعني السعي الوصول إلى مجموعة الحقائق و النتائج التي تفسر مدى استعماله وتوظيفه لهذه الوسيلة "الفيسبوك" في فضاء العمل ، بالموازاة فإن هذه النتائج ستلهم على كل الأفراد في محاولة منا لمعرفة المكانة الإعلامية للفيسبوك.

5- أسباب اختيار الموضوع :

5-1- الأسباب الذاتية :

- الفضول والميل لمعرفة الكثير عن موضوع بحثنا، كونه يندرج ضمن الإطار العام لاهتماماتنا العلمية و البحثية.
- باعتبارنا نعيش في جيل يعرف بالجيل الشبكي واهتمامه بالتكنولوجيات الحديثة الحديثة مازادنا رغبتنا في التعرف على سبب نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في استمالة عدد كبير جدا من المستخدمين لاسيما الموظفين في البلدية.

5-2- الأسباب الموضوعية :

- التوافد الكبير على هذه المواقع من خلال متابعتنا للإحصائيات حول المشتركين فيها من قبل عمال البلدية.
- ملاحظة العمال الذين يستخدمون هذه المواقع ومعرفة مدى تأثيرهم و تفاعلهم.
- انتشار الظاهر و الإقبال الكبير و لاسيما من قبل عمال البلدية على مواقع التواصل الاجتماعي بالأخص "الفيس بوك" مدى تأثيرهم في أدائهم المهني.

6- ضبط مفاهيم و مصطلحات الدراسة:

6-1- مواقع التواصل الاجتماعي:

6-1-1. المفهوم الاصطلاحي:

مواقع التواصل الاجتماعي " social media " وتسمى كذلك الشبكات الاجتماعية ، وموقع التشبيك الاجتماعي "social Networking sites" وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد من اجل التواصل وإقامة علاقات ، والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة ، ويمكن للمستعمل عبرها أن ينشأ صفحة خاصة ، وينشر فيها سيرته وصوره .

" Twister Google plus.myspace.facebook. "

6-1-2- المفهوم الإجرائي لموقع الفيسبوك "face book":

موقع الفيسبوك "face book" هو أحد منصات التواصل الاجتماعي والذي يصطلح عليه بالفضاء الأزرق ، هذا الأخير على الرغم من أن عمره لا يزيد عن عشرة سنوات إلا أنه أصبح من أشهر التطبيقات الأكثر استخداما على مستوى العالم ويعتبر من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، حيث لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط بل أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء¹.

6-2- مفهوم العمل :

6-2-1- العمل لغة: الفعل و القصد، وعمل عملا: صنع ومهن².

وفيما يقول برغسون : أن عقل الإنسان لم يتكون ويتطورا لا لان له يدين تصنعان الآلات، وحمل على المتصوفة الذين يحتقرون العمل وقال كلمته المشهورة العمل جوهر الوجود³.

6-2-2. العمل اصطلاحا: فهو عبارة عن جهد عضلي و جسدي يقوم به الإنسان لتحويل و تغيير الطبيعة، وتختلف طبيعة الأعمال اليدوية من مجتمع لآخر، حيث تعتمد على نوعية العمل.

يعتبر هيجل العمل أساس حرية الإنسان في الكون ، لان العمل وسيلة أساسية لخلق الثروة في المجتمع ، فالعمل هو الذي يعطي المكانة والأهمية للإنسان ، وانه من خلال العمل يستطيع أن يحقق ذاته ورضاه ، كما انه الحافز على تحقيق الرفاهية والجوانب الاجتماعية من علاقات مع الزملاء وغيرها ، فهو جزء جوهري في حياة الإنسان ما دام يعطيه المكانة ويربطه بالمجتمع باعتباره العمل نشاط اجتماعي.

¹نومار نريمان مريم ،استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في العلاقات الاجتماعية ، مذكرة ماجيستر ، الجزائر، 2012،ص 55

² المنجد في اللغة والإعلام ،دار المشرق ، بيروت،2012،45

³ سراي الدين وهيب ،في معنى العمل ،دار مؤسسة رسلان ،دمشق،2012.

6-2-3- المفهوم الإجرائي: "هو مجموعة المهمات التي يؤديها الفرد الواحد سواء كان ذلك بوسيلة واحدة أو عدة وسائل ، فالعمل صراع الإنسان مع الطبيعة لتسخيرها فيما يفيد وهو جهد فكري وعضلي¹". لقد عرف الإنسان خلال أدائه المهني إلى نمط جديد غير من سلوكه التقليدي إلى سلوك عصري، فظل الفرد ينغمس اتجاه هذه الوسائل وما ينجم عنها من تأثيرات على الموظف.

6-3-الأداء المهني:

6-3-1- المفهوم الاصطلاحي: تختلف تعارف الأداء حسب وجهات نظر الباحثين والمفكرين له ومن بين التعريفات نذكر: وهو "قيام الفرد بأنشطة و المهام المختلفة التي يتكون منها عمله"²

"يشير إلى درجة التحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد وهو يعكس الحاجات التي تحقق أو تتيح بها الفرد متطلباته"³.

6-3-2- المفهوم الإجرائي: الأداء هو مصطلح يشمل كل ما يصدر عن الموظفين في موقف العمل، سواء كان جهدا مبدولا أو سلوكا، أما الأداء المهني اليوم بظهور تقنيات و وسائل جديد ، أتاحت للفرد فرص أخرى لتحسين الأداء في المؤسسة .

7- منهج الدراسة :

المنهج في اللغة يعني الطريق ، ونهج الطريق ، بمعنى أبنائه وأوضحه، و نهجه بمعنى سلكه بوضوح واستبانته⁴.

يعتبر كثير من الباحثين أن المنهج هو المرشد و الدليل الذي يقود الباحث قصد الوصول إلى نتائج موضوعية وهو من أهم الخطوات المتبعة من طرف الباحث، ويعرف المنهج في قاموس LE PETIT ROBERT بأنه : "مجموعة من الإجراءات التي يتبناها الذهن لاكتشاف الحقيقة والبرهنة عليها"¹.

¹ نداء محمد، السلوك الوظيفي مكتبة المجتمع أعربي، الأردن، 2008.

² عاشور أحمد صقر، إدارة القوى العاملة، دار النهضة العربية، بيروت، 2004، ص، 50

³ راوية محمد حسين، إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية، مصر، 2000، ص، 213.

⁴ ابن منظور جمال الدين الأنصاري، لسان العرب ، الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة، ج 2 ، ص 83.

يتم اختيار المنهج وفقا للإشكالية المحددة في البحث ونوع الدراسة، وبما أننا نسعى في هذه الدراسة إلى معرفة استعمال الشبكات الاجتماعية وأثرها على الأداء المهني في المؤسسة حيث تسعى هذه الدراسة إلى جمع المعلومات والبيانات حول مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية توظيفها في فضاء العمل .

إن دراستنا تتدرج ضمن البحوث الوصفية التي يتم من خلالها "شرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة ،تسهم في حل المشكلات أو إزالة المعوقات أو الغموض الذي يكتنف بعض الظواهر"².

8- أدوات جمع البيانات:

8-1- أداة استمارة الاستبيان:

تعد هذه الأداة من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعا وأهمية ونجاعة من حسن صياغة أسئلتها ومدى خدمة هذه الأخيرة للموضوع ، التي تعتبر من الأدوات الرئيسية، أنها تمكن من الحصول على المعلومة مباشرة من المبحوث ،وحسب الكاتب "أحمد مرسي" إن الاستمارة يمكن أن تمدنا بمعلومات غنية ودقيقة أكثر من المقابلة وهذا نظرا لكون الاستمارة توفر للمبحوث الحصول على الإجابة بعناية في تعبيرها عن موضوع الدراسة وتقديمها إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة"³.

8-2- مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في الدراسة حول موظفي بلدية- تيارت- ذكور وإناث نظرا لتزايد الهائل من قبل العمال لاستخدامهم لموقع الفيسبوك ، الذي يغطي اهتماماتهم وإشباع رغباتهم .

¹الارامي فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية ، ترجمة ميلود سفاري وآخرون ،مخبر علم الاتصال للبحث والترجمة، منشورات جامعة منتوري قسنطينة،2004،ص 26.

²مصطفى حميد الطائي وخير ميلاد ابو بك،مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية، دار الوفاء، الإسكندرية ،2007،ص95

³أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،2010،ص203

8-3- تحديد العينة:

نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث ، فلقد قمنا باختيار أسلوب العينة ، لان دراستنا تقتصر على عينة من مستخدمي موقع " الفيسبوك " ، وتحديدًا عند موظفي البلدية دون غيرهم من فئات المجتمعات الأخرى فقد تم اختيار العينة القصدية أو العمدية وهي "التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة بل هو يقوم شخصيا باقتناء المفردات الممثلة من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات ، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره والتي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفردات مباشرة"¹

تجدر الإشارة إلى أن حجم العينة المحدد ب 90 مفردة، وقد بدأنا في توزيع الاستمارات في بداية شهر ماي لسنة 2019 و تسنى لنا استرجاعها بعد أسبوع وقد اشتمل الاستبيان عند التوزيع 90 مفردة.

وبعد عملية ترقيم الاستمارات من 1 إلى 90، وترميزها، وتحقيقا لتحليل محتوى الدراسة وبياناتها كان لزاما علينا استخدام بعض المقاييس لاستخراج النسب التكرارية وحساب القيم، المركزية وأخيرا استخراج نسب الارتباط من أجل معرفة العلاقة بين المتغيرات.

9- حدود الدراسة:

- الإطار الزمني :امتدت هذه الدراسة من 02 ماي إلى غاية 09 ماي 2019.
- الجانب الميداني: لقد قمنا بتوزيع الاستمارة على المبحوثين واسترجاعها.

¹أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ،المرجع نفسه، ص 198.

11- الدراسات المشابهة:

11-1- الدراسة الأولى: جاءت الدراسة بعنوان " اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية " دراسة عينة من مستخدمي الفيسبوك.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع التربوي ، من إعداد الطالبتان حليلة لكلل ورييحة زايدتي تحت إشراف الأستاذ يونس عيسى ، في السنة الجامعية 2016م-2017م جامعة الجلفة¹.

كانت إشكالية هذه الدراسة حول "ما مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية؟".

الفرضيات التي تناولت هذه الدراسة جاءت كالتالي:

- يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية .
- يؤثر استخدام المفرط للزوج لمواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية .
- يؤثر استخدام الزوج لمواقع التواصل الاجتماعي في التفكيك الأسري اعتمدت الباحثتان في دراستهما على المنهج الوصفي وهو المنهج المستخدم ، فهو يقوم أساسا على وصف الظاهرة أو موضوع محل البحث و الدراسة ، على أن تكون عملية الوصف تعني بالضرورة تتبع هذا الموضوع ومحاولة الوقوف على أدق جزئياته وتفصيله.

تمثل مجتمع البحث في دراستهما حول مستخدمي الفيسبوك في العلاقات الأسرية معتمدتين في ذلك على العينة "القصدية" أو كما يسميها البعض العينة " العمدية " والعينة هنا حسب طبيعة الموضوع الذي تم دراسته والمتعلق بالأستاذات المتزوجات والتي بلغ عددهن 283 أستاذة

¹ حليلة لكلل ، ربيحة زايدتي ، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية ، مذكرة ماستر ، علم الاجتماع التربوي ، جامعة الجلفة 2017.

بالنسبة للمقاطعة الإدارية لولاية الجلفة -03 فتم اخذ 10 بالمئة من العدد الإجمالي وتم اختيار 28 مفردة.

النتائج المتحصل عليها:

- يتيح "الفيسبوك" لمستخدميه بتكوين علاقات وصدقات ويفتح لهم المجال للتواصل والتفاعل مع الآخرين دون عناء.
- الاستخدام المفرط لحساب "الفيسبوك" ، هو إدمان وإهمال الفرد مسؤولياته على حساب جلوسه أمام " الفيسبوك"
- يساهم "الفيسبوك" في خلق مشاكل داخل الأسرة من بينها غياب الحوار بين الزوج و الزوجة ، نسيان المناسبات ، عدم توفير جو عائلي ملائم.

11-2- الدراسة الثانية:

لقد عالجت هذه الدراسة موضوع اجتماعي بعنوان "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية " دراسة عينة من مستخدمي "الفيسبوك" في الجزائر. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص الإعلام والتكنولوجيا الاتصال الحديثة ، من إعداد الطالبة مريم نزيان نومان تحت إشراف الأستاذ الدكتور جمال بن رزوق ، في السنة الجامعية "2011م-2012م" جامعة الجزائر¹. فلقد تمحورت حول هذا البحث الإشكالية التالية "ما اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟".

ومن خلال هذه الإشكالية تمحورت عنها فرضيات، والتي كانت عبارة عن إجابات للتساؤلات المطروحة وهي كالآتي :

- تختلف طرق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الجزائريين من مستخدم لآخر تبعا لمتغير السن والجنس.

¹نومان نزيان مريم ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في العلاقات الاجتماعية ، مذكرة ماجستير ، الجزائر، 2012.

- يؤدي استخدام موقع التواصل الاجتماعي إلى الانسحاب الملحوظ من النشاطات الاجتماعية.
 - يلجأ المستخدمون إلى مواقع التواصل الاجتماعي بسبب فراغ اجتماعي وعاطفي.
- ولقد اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسحي والاجتماعي من خلال جمع البيانات والمعلومات عن الأفراد وسلوكياتهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، واستخدمت في بحثها أداة الملاحظة والاستبيان كأداة هامة لجمع المعلومات والبيانات حول موضوعها.
- تمثل مجتمع البحث في دراستها على حول مستخدمي "الفيسبوك" في الجزائر معتمدة في ذلك على العينة القصدية ، فقد تكونت من 280 مفردة ، وتمت عملية توزيع الاستمارة في فترة مابين نهاية (شهر جانفي وبداية شهر فيفري 2012) في كل من ولاية باتنة ومستغانم.

النتائج المتحصل عليها:

- يلجأ مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في الجزائر إليه بسبب الفراغ اجتماعي وعاطفي.
- استخدام "الفيسبوك" يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية و يقلل من اتصال لمستخدمي الشخصي بعائلته وأصدقائه.
- تختلف طرق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الجزائريين من مستخدم لآخر تبعاً لمتغير الجنس و السن.

التعليق على الدراسات المشابهة:

ركزت هذه الدراسات على التأثيرات الناجمة عن سوء استخدام الفيسبوك من كلا الزوجين ، والسبب يعود إلى عدم عقلنة هذه الوسيلة في الحياة الأسرية ، وهذا ما يأخذنا إلى ما نريد الوصول إليه في بحثنا وهو عقلنة استعمال الفيسبوك في فضاء العمل خلال الأداء المهني من قبل الموظفين.

أما الدراسة الثانية فتمثلت كذلك في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية ، فهي دراسة مشابهة نوعاً ما ، بحيث يلجأ مستخدموها بشكل مفرط وغير عقلاني بسبب الفراغ

الاجتماعي و العاطفي ، الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية مما يؤدي إلى العزلة ، كذلك السبب هنا يعود إلى عدم عقلنة هذه استعمال الأخيرة ، بالرغم من الدراسات المكثفة حول استخدام الفيسبوك إلا أننا نلمح تزايد مفرط وإدمان كبير على هذه الوسائل وسوء استعمالها في جميع شرائح المجتمع لاسيما فضاء العمل الذي نحن بصدده .

اعتمدت معظم هذه الدراسات على مدخل الاستخدامات و الاشباعات في التعرف على معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، و دوافع التعرض المختلفة و الاشباعات التي تتحقق من هذا التعرض.

ساعدتنا هذه الدراسات في اختيار منهج الدراسة حيث أن هذه الدراسات اعتمدت على المنهج الوصفي و على أداة البحث من خلال الاستمارة كما أتاحت لنا فرصة تصميم طبيعة الأسئلة من خلال الكشف عن دوافع الاستخدام و عن عادات و أنماط التصفح كما ساعدتنا في اختيار المقاربة النظرية للبحث من خلال توظيف مدخل الاستخدامات و الاشباعات و تصميم الإشكالية و التساؤلات و حتى جانب من الفرضيات و الإطار النظري.

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

1-مواقع التواصل الاجتماعي.

1-1-نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

1-2-تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.

1-3-خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

1-4-إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

2-موقع الفيسبوك.

2-1-نشأة موقع الفيسبوك FACE BOOM.

2-2-تعريف موقع الفيسبوك.

2-3-خصائص الفيسبوك.

الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

تمهيد:

إن التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصال الحديثة غير أنماط كثيرة في حياة الأفراد بعد مساهمة هذه التكنولوجيا في العديد من القضايا التي ترتبط حتى بالعلاقات المهنية، فتكنولوجيا الانترنت أفرزت وسائل عديدة في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد نوعا من التواصل بين المجتمعات في فضاء الكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود بين القارات، دمج الثقافات فيما بينها لتصبح أكثر استخداما على شبكة الانترنت بحيث تتيح خدمات تختلف آخر متنوعة من واقع إلى آخر ومن بينها الفيسبوك الذي استطاع أن يخلق عالما افتراضيا مختلفا عن العالم التقليدي في طرح المعلومات و التفاعل بين الأفراد بالصوت والصورة والفيديو، الشيء الذي فجر ثورة إعلامية ومعلوماتية جديدة غيرت الكثير من المفاهيم التقليدية في جميع المجالات.

1- مواقع التواصل الاجتماعي

1-1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل classmarte.com عام 1995 لربط زملاء الدراسة و مواقع sixdages عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين خدمة إرسال الرسائل الخطية لمجموعة من الأصدقاء و الرغم من توفير تلك المواقع الخدمات المباشرة والتي لا توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها و تم إغلاقها¹.

1-2- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي :

عرفت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشارا واسع خلال السنوات الأخيرة و تنوعت محاولات تقديم العديد من الخدمات و تحقيق مختلف الإشاعات ومن بين أهم هذه المواقع نجد facebook.myspace.twitter و غيرها.

تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي واختلفت بين الباحثين ، إذ يثير هذا المفهوم جدلا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسة حيث يعكس من جهة التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا و أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد و الجماعات على الشبكة العنكبوتية ، وقد يعني هذا المفهوم بالإعلام الاجتماعي باعتباره المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي والمتناقل بين الطرفين أحدهما المرسل و الآخر المستقبل عبر

¹ ماهر عودة الشمالية ، و آخرون، الإعلام الرقمي الجديد ، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان ، 2014، ص

الفصل الأول ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

وسيلة شبكة الاجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسل، و حرية التجاوب مع حرية الرسالة للمرسل، و حرية التجارب معها للمستقبل¹ .

كما تثير تلك المواقف إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما تسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانه الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد و المجموعات بإسماع صوتهم إلى العالم أجمع² .

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدمين فيها بإنشاء موقع خاص به و يتم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لهم الخدمات والهوية نفسها³.

فمواقع التواصل الاجتماعي هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف الوب تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء "بلد ،جامعة ، مدرسة، شركة ...إلخ " كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشرة مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم .

وهي مواقع مبنية على فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم عن طريق أفراد تعرفهم مثل "الفيس بوك ، مايسبيس"⁴.

¹<http://compating.thfreedi.com/new+media.consultile02/03/2019,a11:00>

²<http://compating.thfreedi.com/new+media.consultile02/01/2019a11:00>.

³ راضي زاهر ، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية ، عمان ، العدد 2003، 15، ص2.

⁴ ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد ، مرجع سابق ، ص 200.

ويقصد أيضا بمواقع التواصل الاجتماعي Social Media بأنها مجموعة واسعة من الأنظمة التقنية عبر الانترنت تسهل التفاعل بين الأفراد وتسمح لهم بأن يكونوا جزءا من مجتمع افتراضي ما¹.

1-3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :

تمتاز مواقع التواصل الاجتماعي بعدة مميزات وخصائص غير التي تجدها في مواقع التواصل شبكة الانترنت الأخرى، وهذا ناتج عن الخصوصية التي تتوفر عليها و تشترك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية أبرزها:

1-3-1. الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية **Profil Page**: من خلال الملفات

الشخصية يمكن التعرف على إسم الشخص و معرفة المعلومات الأساسية عنه مثل الجنس، تاريخ الميلاد ، والاهتمامات ، والصور الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات و يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص ، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا.

1-3-2. المشاركة **Participation**: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات و ردود

الفعل حيث أنها تجمع الخط الفاصل بين وسائل الإعلام و الجمهور.

1-3-3. الانفتاح **Opines**: معظم وسائل الإعلام عبر شبكات التواصل الاجتماعي تقدم

خدمات مفتوحة لردود الفعل أيضا.

1-3-4. المحادثة **Conversation**: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل

الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروفة².

¹ خالد جمال عبود ، الإعلام البديل على الانترنت فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال ، ط1، المكتب العربي للمعارف ، مصر 2012، ص134.

² احمد جرار ليلي ، الفيسبوك والشباب العربي ، مكتبة الفلاح ، عمان، 2012، ص41.

1-3-5. عدد غير محدود من الأصدقاء: حيث أنها تسمح للمستخدم بالبحث عن أفراد آخرين و إضافتهم دون تقيدهم بعدد محدد¹.

1-3-6. التواصل المستمر بين المستخدمين: التواصل الفعال ليس فقط الاتصال المباشر بين الأفراد وإنما هو أن تصل نشاطات و أخبار مستخدم إلى مستخدم آخر بشكل آلي دون تدخل يدوي، ويمكن التعليق عليها وإبداء الرأي و المناقشة².

1-4-4 - إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي :

1-4-1. إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- نافذة مطة على العالم الافتراضي : حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في شبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار و ثقافات العالم بأسره.
- فرصة لتعزيز الذات: حيث من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يمكن الفرد الذي لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر عن ذاته،فانه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي و تعبئة البيانات يصبح له كيان مستقل .
- أكثر انفتاحا على الآخر: إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين و الثقافة وكذلك في العادات و التقاليد واللون والمظهر فإنك اكتسبت صديقا ذات هوية مختلفة.
- منبر للرأي العام: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك و معتقداتك والتي قد تتعارض مع الغير³.

¹سعود صالح كاتب ، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص ، المؤتمر العلمي الثاني للإعلام الإسلامي ، جامعة الملك عبد العزيز جدة، 15-13 ديسمبر 2011،ص 10.

²أمل نصر الدين سليمان عمر، تصور مقترح لتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم القائم على المشروعات وأثره في زيادة دافعية الانجاز نحو التعليم عبر الويب ، المؤتمر الدولي الثالث لتعليم الالكتروني عن بعد،جامعة ام القرى، الرياض، 2013، ص10.

³جواد الموسوي موسى ، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة ، مكتبة الإعلام والمجتمع (د،ب)،ص47.

- **التعارف وتكوين الصداقات:** سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الصداقات الواقعية و الافتراضية فهي توفر فرصة لربط العلاقات مع الأفراد من نفس المجتمعات أخرى بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد¹.

1-4-2. سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي: أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي جزء من الروتين اليومي لملايين من مستخدميها من هذه السلبيات.

- **التضليل:** ليس كل ما يكتب في مواقع التواصل الاجتماعي حقيقة ، فقلة هي التي تتميز بالأمانة البعض يكتب أكاذيب والبعض الآخر يروجها ، و الكثير من المعلومات الخاطئة تجعل هذه المواقع سيئة

- **الكسل:** لا يتطلب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أي مجهود، فيمكن إن تشارك وتعلق وأنت تحمل الهاتف في سريرك، هذه المواقع تعلم الناس الكسل ، ولا تشجعهم على الحركة.

- **الهوس بالمشاركة:** من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي أنها أصابت الناس بوهم المشاركة بالصور بدلا من عيش اللحظة فالجميع يضع هاتفه الذكي في وضع الاستعداد من أجل الحصول على شيء ما ومشاركة للعالم².

2- موقع الفيسبوك.

2-1- نشأة موقع الفيسبوك FACE BOOK :

تم إنشاء الفيس بوك في فيفري 2004 على يد Mark Zuekerberg حين كان طالبا بجامعة هارفرد الأمريكية، كان هدفه إقامة شبكة تضم طلبة الجامعة في موقع واحد وسرعان ما انتشرت

¹ مشري مرسي، شبكات التواصل الاجتماعي ، الرقمية نظرة في الوظائف ، مجلة المستقبل العربي، 2012، ص57.

² حنيفي محمد المطيري ، سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، تاريخ النشر 2012/02/12 (متاح على لخط):

http://alqalbas.com/18/19068 تم الاطلاع 2019/02/20 على الساعة 18:00.

أصداء الفكرة في جامعات أخرى ، ويعتبر إنشاء لهذا الموقع من إحدى المشاريع التي قام بها أثناء الدراسة¹.

وقد قام طالبان من احد أصدقاءه بالجامعة في مساعدته في بعض النواحي الحسابية أثناء إنشاء لهذا الموقع وهما اندرو و ادوارد وفي البداية كان يقتصر مشتركى الفيسبوك على طلاب الجامعة هارفرد فقط وبعد حوالي شهر واحد من إنشائه كان أكثر من نصف طلبة الجامعة لديهم عضوية على الفيسبوك و في سنة 2006 أتيح لأي فرد في العالم لديه بريد الكتروني أن يقوم بعمل عضوية به².

ولقد حقق موقع الفيسبوك نجاحا وانتشارا واسعا بحيث بلغ معدل الاشتراكات الجديد 150 ألف مشترك يوميا ولا يشعر المتواصل عبر هذا الموقع بما يشعر به الإنسان في المجتمع الحقيقي من ضغوطات و صعوبات ، حيث لا يجد نفسه مرغما على قبول أي شيء لا يريد من أصدقاء أو مكان أو قراءة³.

2-2- تعريف موقع الفيسبوك :

يعتبر الفيسبوك أحد أهم المجتمعات الافتراضية أو التخيلية التي نشأت على الانترنت والذي يجمع الملايين من المشتركين من مختلف بلدان العالم والفيسبوك يعد عالم تخيلي بحق فهو يحتوي على الدردشة إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بثتى الطرق وان يتعرف على حية الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم كذلك يمكنه أن يضع صورته وصورة أفراد عائلته⁴.

¹ محمد السيد حلاوة ، رجا ، عبدالعالي العشماوي ، العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت و الفيسبوك ، دار المعرفة الجامعية انشر و التوزيع ،(د،ب)، 2011،ص112.

² محمد السيد حلاوة ،عبدالعالي العشماوي ،مرجع نفسه ، ص 113.

³ شفرة علي خليل، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة انشر و التوزيع، عمان،2013،ص ص 64،63.

⁴ أمال عساسي ، اثنوغرافيا مستخدمي الفيسبوك في المجتمع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، الجزائر 2015، ص 47.

وفي تعريف آخر له : يعتبر أحد أشهر مواقع شبكات الاجتماعية وأكثرها شيوعا في الوقت الحاضر، ويعتبر أداة لتوصيل فهو لا يمثل منتدى اجتماعي وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء ¹.

وحسب "دانا بوي DANAH BOY و نيكول ايليسون NICOLE ELLISONK " تعني

الشبكات الاجتماعية مجموع الخدمات التي تقدم من خلال الانترنت والتي تسمح للأفراد بـ :

- تقديم لمحة عن حياتهم العامة.
- وضع قائمة للمستخدمين وتحديد مع من يتشارك ويتبادل المستخدم معلومات ومنشوراته و صداقاته.
- رؤية قائمة مستخدمين آخرين ، يتم الولوج إليها من خلال النظام إلي .

كما تضيف "صفاة زمان " إن الشبكات الاجتماعية هي مواقع تشكلت من خلال شبكة الانترنت ، ظهرت مع الجيل الثاني للويب ، كما تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء "بلد ، مدرسة ، جامعة" والتواصل يتم من خلال تبادل رسائل أو الاطلاع على الأخبار من خلال صفحات الويب ².

2-3- خصائص الفيسبوك :

2-3-1. خاصية WALL: أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لا مستخدم بحيث يتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على الحائط المستخدم .

2-3-2. خاصية POKES أو النكرة : تتيح إرسال نكرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة إشهار بخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

¹ محمد السيد حلاوة ، رجاء، عبدالعالي العشماوي، العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت و الفيسبوك، مرجع سابق، ص113.

² رايس على ابتسام، نظرية الاستخدامات والاشباع وتطبيقها على الإعلام الجديد، مجلة دراسات والأبحاث، وهران، العدد 25، 2016، ص4.

2-3-3. خاصية PHOTES أو الصور: التي تمكن المستخدمين من تحميل من الألبومات والصور إلى الموقع.

2-3-4. خاصية STATUS أو الحالة : التي تتيح إمكانية إبلاغ أصدقاء بإمكانهم وما يقومون به من أعمال .

2-3-5. خاصية NOTES أو التعليقات: وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات، الصور التي يمكن تصميمها وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات، هذا بالإضافة إلى خدمات الرسائل وخدمات الدردشة.

2-3-6. خاصية الإشارة على الصور: هي خاصية تسمح للمستخدمين بوضع علامات التي تقوم برفعها إلى حسابه على الفيسبوك هذه العلامة تدل على أصدقاء له موجودين في الصورة بحيث تظهر هذه الصورة في صفحة أصدقائه المعن عليهم فيها لكن المشكلة أن الكثير من المستخدمين يستعملون هذه الخاصية لتبنيه الآخرين بالصورة التي يرفعها من دون أن يكونوا موجودين فعلا داخل هذه الصورة¹.

خلاصة:

إن ظاهرة الشبكات الاجتماعية غزت العالم بأسره، وقد نالت اهتماما كبيرا و تدفقا هائلا من قبل المجتمعات من حيث انتمائهم اللامتناهي ،و نظرا لما تمثل هذه الشبكات من مجتمع افتراضي جديد تلاشت فيه الحدود و زالت منه القيود، واستطاع بفضل حركيته أن يلغي العديد من الحواجز التي قد تواجه المجتمعات الواقعية، كما مكنت الأفراد من سهولة التواصل بينهم فضلا عن الطرق المكتوبة واعتماد الصورة و الصوت.

¹ شفيق حسنين، مواقع التواصل الاجتماعي أدوات ومصادر لتغطية الإعلامية، دار الفكر، القاهرة، 2014، ص185.

الفصل الثاني: بيئة العمل والأداء الوظيفي.

1 - ماهية بيئة العمل في المؤسسة.

1-1- مفهوم بيئة العمل في المؤسسة.

1-2- أنواع بيئة العمل في المؤسسة.

1-3- عناصر بيئة العمل الداخلية.

2 - ماهية الأداء الوظيفي.

2-1- مفهوم الأداء الوظيفي.

2-2- عناصر الأداء الوظيفي.

2-3- أهداف وأهمية الأداء الوظيفي.

2-4- الاتجاهات الأداء الوظيفي .

تمهيد:

تعتبر بيئة العمل الحيز و المحيط الذي يعمل فيه الموظف داخل مؤسسته، باعتباره عاملا أساسيا في تحقيق أهدافه وطموحاته ،خاصة إذا كانت واضحة المعالم والحدود حيث يحدث التفاعل والاحتكاك مع الآخرين، كما تنمي فيه قيم الالتزام وروح المسؤولية ،ويعد الأداء الوظيفي من أهم الأنشطة التي يقوم بها في هذه البيئة والتي تعكس الأهداف والوسائل اللازمة لتحقيقها، كما يعبر عن مدى كفاءة الموظف وفعاليتته في بلوغ مستوى الانجاز المرغوب فيه، لذا يتم تكليف الأفراد الأكفاء من اجل القيام بالأعمال المختلفة لدى سير العملية على أكمل وجه في ظل توفير لهم الجو الملائم الأداء أعمالهم.

1- ماهية بيئة العمل في المؤسسة:

1-1- مفهوم بيئة العمل في المؤسسة :

تعرف بيئة العمل بأنها مجموعة من العناصر المستمدة من البيئة الكلية ولكنها تشكل قوى ذات تأثير على المنظمة وهي مرتبطة بعناصر في داخل حدود المنظمة ،وتعرف أيضا بأنها العناصر من البيئة الخارجية والمرتبطة أو المحتملة ارتباطها بوضع الأهداف و الوصول إليها ،وتشمل المنافسين والمستهلكين والموردين والعملاء والمنظمات التي تمارس رقابة على المنظمة و الاتحادات المختلفة والحكومة¹، فمن خلال التعريفين الأخيرين نستنتج أن كل منظمة أو مؤسسة تختص بنشاط معين سواء خدمي أو إنتاجي صناعي أو زراعي أو تجاري وهي لا تعمل في فراغ بل تنشط بين مجموعة من العناصر والتي تكون وتشكل بيئة العمل، وهذه العناصر هي المنافسون والمستهلكون ،الموردون ،سوق العمالة ، والموارد المادية والبشرية

ولقد أكد **القيوتي** الاستخدام المجازي لمفهوم بيئة العمل ، حيث أشار إلى تأكيد أهمية النظرة للمنظمات الإدارية على أنها كائن عضوي يؤثر ويتأثر بالبيئة المحيطة ،وهو بهذا المعنى يشير إلى القيم والاتجاهات السائدة في التنظيمات الإدارية ،ومدى تأثيرها على السلوك التنظيمي للعاملين و على مجمل العملية الإدارية²، وبيئة العمل كإطار معنوي تمثل الانطباع العام المتكون لدى أعضاء المنظمة أو المؤسسة والمتضمن لمتغيرات عديدة مثل فلسفة الإدارة العليا ، وظروف العمل ونوع العلاقات بين أفراد التنظيم ،فهي بذلك تشمل كل الظروف السائدة داخل المنظمة وخارجها ،والتي لها تأثير على سلوك العاملين وتحديد اتجاهاتهم نحو العمل.

¹مبارك هاني ، دورة الإدارة الإستراتيجية ، القاهرة ،مركز الأبحاث و التنمية ،2008،ص 10، من الموقع الالكتروني

الأتي.:http://www.yanabeea.net/vb/shuothread.php. Stratégie management ; 11/06/2008.

²القيوتي، محمد قاسم ، المناخ التنظيمي في الجامعة الأردنية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس ، مجلة مؤتة للبحوث و الدراسات ، العدد 05، الأردن ،1994،ص 37.

1-2- أنواع بيئة العمل في المؤسسة:

قسم علماء الإدارة بيئة العمل في المنظمات و المؤسسات إلى أنواع مختلفة، وتحديد أنواعها يساعد على توضيح العلاقة القائمة بين كل بيئة وأخرى والذي بدوره يسهم في تبيان العناصر التي تتضمنها كل لبيئة على حدا، ويمكن تحديدها في الآتي:

1-2-1. بيئة العمل العامة : نعني بالبيئة العامة تلك التي تتكون من الأبعاد المختلفة والمحيطه بالتنظيم أو المؤسسة والتي يمكن لها أن تؤثر على أنشطة ، وهذه العناصر ليس بالضرورة أن ترتبط بطريقة مباشرة بعناصر في المنظمة ومن أمثلة هذا النوع من البيئة (البيئة الطبيعية كالطبيعة ومناخها ، البيئة الاقتصادية كالنظم الاقتصادية ، البيئة التكنولوجية كالمعرفة والتقدم ،البيئة الاجتماعية ،كالأدوار الاجتماعية والطبقات الاجتماعية ، البيئة الثقافية كالعادات و التقاليد،.....)¹

نستخلص إن البيئة العامة هي الإطار العام الذي تعمل فيه جميع المنظمات والمؤسسات، والبيئة العامة تشمل المجتمع الواسع بكل ما فيه من نظم فرعية سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية يكون تأثيرها على جميع المنظمات مماثلا لحد كبير².

1-2-2. بيئة العمل الخاصة: هي البيئة التي تعيش فيها المنظمة بمفردها ، ولا يشارك أحد في التأثير بها كالأنظمة الداخلية للمنظمة وأسلوب إدارة الأعمال فيها ، ويتم النظر إلى بيئة العمل من خلال هذا المنظور نظرا لأن بيئة العمل تعتبر نظاما مفتوحا كسائر المنظمات الاجتماعية الأخرى³، ويقصد ببيئة العمل الخاصة الأبعاد السياسية و الاقتصادية والاجتماعية والتعاونية وحتى المناخية و الطبيعية التي تؤثر مباشرة على منظمة بعينها أو على قطاع بذاته دون غيره.

¹ مبارك هاني ، دورة الإدارة الإستراتيجية ، مرجع سابق ، ص 10.

² بومخلوف ، محمد، التنظيم الصناعي و البيئة ، الجزائر دار الأمة، 2001، ص 25.

³ الظاهري ،حماد بن صالح ، بيئة العمل الداخلية و علاقتها بالتسرب الوظيفي ، رسالة ماجستير ، الموقع:

العلاقة بين بيئة العمل العامة وبيئة العمل الخاصة هي ان البيئة الأولى تعني الإطار الذي تعمل فيه جميع المنظمات ويقع تأثير هذه البيئة على كافة المنظمات والمؤسسات ، أما البيئة الخاصة فهي التي تعيش فيها المنظمة أو المؤسسة بمفردها ،ولا يشارك بها ، كالأنظمة الداخلية للمنظمة وأسلوب إدارة الممل فيها، وهنا تصبح الحدود بين هذين النوعين من البيئة غير واضحة المعالم نظرا للتدخل فيما بينها من ناحية التأثير و التأثير .

كما يمكن التمييز بين البيئة العامة والخاصة من خلال درجة العلاقة بين المنظمة وتغيرات بيئة العمل، بمعنى مدى الترابط والاعتماد بين ما تأخذه المنظمة من بيئتها أو ما تعطيه لها سواء الطاقات البشرية أو المادية أو في الخدمات حسب طبيعة عملها.

1-2-3. بيئة العمل الخارجية : تعرف بيئة العمل الخارجية بأنها كل ما يقع خارج حدود التنظيم ، وهي أيضا : كل القوى و المتغيرات الفاعلة و المؤثرة على المنظمة وتقع خارج حدودها¹ فالتعريف الأول قدم صورة شاملة لبيئة العمل الخارجية ولم يحدد وظيفتها ولا أدوارها، أما التعريف الثاني بين أن لبيئة العمل الخارجية سمة ودور أساسي وهو التأثير على المنظمة أو المؤسسة من خلال النظم الاقتصادية والاجتماعية و الثقافية والسياسية، فبيئة العمل الخارجية للتنظيم هي عبارة عن مختلف المؤثرات والمكونات والجوانب التي تحيط بالمنظمة وتتفاعل معها كنظم مفتوحة ومترابطة²، وبذلك فبيئة العمل الخارجية تشمل جملة من العوامل حسب اشوك شاندا وشلبا كوبرا وهي :

العوامل الاقتصادية والعوامل الاجتماعية و العوامل التكنولوجية³، حيث تشمل هذه العوامل الوضع الاقتصادي في الوقت الحاضر و المستقبل وكذا قيم واتجاهات العاملين والعملاء والأدوات و التقنيات التي تؤدي إلى التغيير التكنولوجي فالمنظمة ليست موجودة في فراغ بل هي ضمن هذه العوامل التي تؤثر فيها وتتأثر بها.

¹بومخولف ، محمد، التنظيم الصناعي و البيئة ، مرجع سابق ،صص 25-26 .

²العوامل ، نائل عبد الحفيظ ،الهايكل و الأساليب في تطور المنظمات ، الاردن ،دار زهران ، 2009،صص 60.

³شاندا ،اشوك، وكوبرا ،شلبا، إستراتيجية الموارد البشرية ن ترجمة عبدا لحكيم الخزامي ،القاهرة ، دار زهران ، 2002،ص

1-2-4. بيئة العمل الداخلية: هناك عدة تعريفات لبيئة العمل إلا أنه سيتم عرض منها والتي تفيد الدراسة كالاتي:

تعرف بيئة العمل الخارجية بأنها عبارة مجموعة عن الأفراد والجماعات والتقنيات والتشريعات والنظم التي تعمل داخل المنظمة وتعمل المنظمة بموجبها¹.

وتعتبر بيئة العمل الداخلية الميدان الإداري الذي يهدف إلى التكامل بين الأفراد في محيط العمل ، بالشكل الذي يدفعهم ويحفزهم إلى العمل بإنتاجية ويتعاون مع حصولهم على إشباع حاجاتهم الطبيعية و النفسية .

وتكمن العلاقة بين بيئة العمل الخارجية و الداخلية في كون الأولى متغير أساسي ينبغي أن تراعيه بيئة العمل الداخلية عند تصميم البناء التنظيمي للمؤسسة ، وإتباع النمط الأكثر انسجاما وملائمة للبيئة الخارجية ، لأن أي بيئة مؤسسة هي من صنع مؤسسات أخرى مثلما تسهم هي في الصناعة المؤسسات ومنظمات أخرى .

وهناك من يطلق على التغيرات الداخلية للتنظيمات بالمناخ التنظيمي أو انه يقارن هذا الأخير وبترادف ببيئة العمل الداخلية ولكن هناك فرق يتحدد في الآتي: فالمناخ التنظيمي هو "الشعور أو الشخصية و الطابع المميز لبيئة المؤسسة " ، وهو أيضا " الأجواء التي تعكس خصائص البيئة الداخلية في وعي الأفراد العاملين بالمنظمة وفي لا وعيهم وطريقة إدراكهم وتفسيرهم لها وتأثير ذلك على سلوكهم و أدائهم"².

فالتعريف الأول للمناخ التنظيمي يركز على الخصائص المميزة بصفة عامة ، أما التعريف الثاني يركز على الجوانب النفسية و القدرات الفردية في الإدراك و الوعي والتفسير لمكونات المحيط والحيز الذي يعملون فيه ، والمواقف و السلوكيات التي تترتب عن كل ذلك ، فالمناخ التنظيمي يعبر عن الخصائص التي تتميز بها البيئة الداخلية للعمل ، وبالتالي يمكن نستنتج الآتي :

¹بومخلوف ، محمد، التنظيم الصناعي و البيئة ، مرجع سابق، ص27 .

²بومخلوف ، محمد، التنظيم الصناعي و البيئة ، مرجع سابق، ص28 .

- بيئة العمل الداخلية هي ذلك الحيز و المحيط الداخلي للعمل وما تتضمنه من تنظيم و أدوات وآلات وعلاقات بين الأفراد وأساليب العمل وغيرها.

- المناخ التنظيمي هو ذلك الجو السائد داخل مكان العمل الذي يؤثر في تفاعل الأفراد وعلاقاتهم فيما بينهم و شخصياتهم ومعاييرهم ومعتقداتهم ومستوى أدائهم لتحقيق أهداف المؤسسة أو المنظمة .

من هنا نستنتج خلاصة هي أن المناخ التنظيمي يشمل متغيرات بيئة العمل الداخلية كما حددها محمد بومخلوف في كتابه "التنظيم الصناعي والبيئة " ، فالمناخ التنظيمي تتضمنه بيئة العمل الداخلية .

1-3- عناصر بيئة العمل الداخلية :

بما أن هناك في بيئة العمل الداخلية تفاعل وتأثر وتأثير داخلي و آخر خارجي مع البيئة الخارجية والمجتمع ، فهذا يعني أن هناك عناصر تتضمنها تتفاعل فيما بينها وهي عناصر أساسية لتسيير المهام في الإدارة ووجودها ضروري لتحقيق الأهداف ، فما هو داخل أسوار ومبنى المؤسسة أو المنظمة هو عنصر هام وغير فعال يساهم في فعالية المؤسسة ، وينظر إلى هذه العناصر من عدة زوايا طبقا لاختلاف البيئات التي تم البحث حوله وطبقا لأهدافها .

فحسب فاروق عبده فليه و السيد محمد عبد المجيد فان بيئة العمل الداخلية تشمل العناصر أو الخصائص الآتية :

- البيئة الفنية أو التقنية (التكنولوجية، طرق وأساليب العمل، الآلات والمعدات والأجهزة)
- التنظيم الرسمي وما يشمل من هيكل ووظائف (قانون العمل ولوائحه، وتعليمات تحكم علاقات العاملين، قنوات الاتصال، السلطة و المستويات و الأدوار و الخطط والأهداف)
- الإدارة التي ترسم الخطط والأهداف وما تتضمنه من عمليات التخطيط والتنظيم والتنفيذ والتوجيه والرقابة ونوع القيادة وتقييم الأداء...).

- التنظيم غير الرسمي وما يتضمنه من شبكة العلاقات الاجتماعية و الثقافية التي تنشأ بين العاملين¹.

أما بالنسبة للشيخ كامل محمد عويضة يرى أن بيئة العمل الداخلية تتكون من عناصر أساسية هي : العوامل الفيزيائية كالضوضاء و التهوية والإضاءة، وعوامل اجتماعية كالعلاقات بين العاملين و الأشخاص ، وأسلوب إدارة العمل و العلاقات بين المرؤوسين و الرؤساء².

من خلال هذين التقسيمين نلاحظ أن فلييه وعبد المجيد قدموا جل عناصر بيئة العمل الداخلية غير أنهم لم يهتموا بالجانب الفيزيقي على العكس عويضة الذي اهتم بالجوانب الفيزيكية و العلاقات وأسلوب القيادة أي التنظيم غير الرسمي كعنصر في بيئة العمل الداخلية. بالنسبة لأحمد سيد مصطفى يرى أن عناصر بيئة العمل الداخلية هي :

- البشر أو الموارد البشرية مديرين ومرؤوسين وعلاقاتهم التبادلية، ومدى ولائهم والتزامهم ودافعيتهم.

- النظم والسياسات الإدارية.

- التجهيزات المستخدمة (مدى كفاءتها وكفايتها وفعاليتها).

- الموارد المالية و الفنية ومستوى التكنولوجي.

- طبيعة العمل وتصميمه.

- الظروف المادية للعمل (الإضاءة و التهوية والنظافة....).

- الظروف المعنوية التي تؤثر في إنتاجية الإدارات والعاملين³.

أما بالنسبة لأحمد ماهر فيحدد عناصر بيئة العمل الداخلية في الأتي:

¹ فلييه، فاروق عبده ،وعبد المجيد السيد محمد ،السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية ، ط2 ، الأردن ، دار المسيرة ، 2009، ص 93-94.

² عويضة ، الشيخ كامل محمد ، علم النفس الاجتماعي الصناعي ،بيروت ،دار الكتب العلمية،1996، ص 10.

³ مصطفى، أحمد السيد ،إدارة الموارد البشرية ، الإدارة العصرية لرأس المال الفكري ، القاهرة ،2004، ص 57.

- العمر والحجم و دورة حياة المؤسسة أو المنظمة، حيث إن عمر المؤسسة مؤشر لفاعلية وكفاءة بيئة العمل الداخلية .
- التكنولوجيا والتجهيزات ومستوى كفاءتها وكفايتها.
- الإستراتيجية.
- اتخاذ القرار.
- الموارد البشرية .
- المديرون.
- أنظمة العمل.
- القواعد و الإجراءات .
- ثقافة المنظمة .
- التماسك التنظيمي.
- جماعات العمل.
- القيادة والسلطة¹.

فتقسيمات كل من سيد مصطفى واحمد ماهر متقاربة وتضمنت معظم عناصر بيئة العمل الداخلية، وهي عناصر متواجدة في كل مؤسسة من موارد وبشرية، وظروف معنوية وفيزيقية، وطبيعة القيادة وأسلوب الإدارة، والنظم و اللوائح ونوع العلاقات الرسمية وغير الرسمية وثقافة المؤسسة وغيرها.

¹ماهر، أحمد، التنظيم -الدليل العلمي لتصميم الهياكل و الممارسات التنظيمية ، الإسكندرية ، دار الجامعية ،2005 ، ص 518.

2- ماهية الأداء الوظيفي.

2-1- مفهوم الأداء الوظيفي: اختلفت آراء الكتاب و الباحثين في تحديد مفهوم مدقق وشامل للأداء الوظيفي فكل باحث استطاع أن يقدم له مفهوم مقرب وموجز، وذلك حسب المعطيات و الكفاءات في علوم الإدارة ، لكننا سنحاول إلقاء الضوء على بعض المفاهيم للأداء الوظيفي ، وقبل الخوض في هذه المفاهيم للأداء الوظيفي يجدر الذكر بأن له دلالات و عبارات منها:

- يشير إلى التزام الموظف بواجبات وظيفته وقيامه بالمهام المسندة إليه من خلال أدائه لها .
- تحمله للأعباء و المسؤوليات الوظيفية و الالتزام بالأخلاق والأدب الحميدة داخل المؤسسة التي يعمل فيها.
- الالتزام بمواعيد العمل الرسمي في الحضور والانصراف.

ويعرف **كمال احمد رباح** الأداء الوظيفي بأنه : "كيفية انجاز أو إحراز نشاط ما، وتحديد الطريقة التي تم تنفيذه بها، بمعنى انه يشير إلى كفاية المؤسسة في إحراز أهدافها وكيفية استخدامها لمواردها في ضوء معايير الفعالة و الكفاية ،أي أن الأداء الوظيفي هو ما يمكن أن يتخذ من إجراءات و تصرفات لتحقيق نتيجة محددة لعمل معين"¹ هذا التعريف يشير إلى أن الأداء الوظيفي يعني الطريقة التي يتم بها انجاز الأعمال الموكلة إلى الفرد العامل و تبيان مسار وكيفية الطريقة بحيث يجعل من مؤسسته قد حققت أهدافها وأحسن استخدام مواردها كما نعلم أيضا أن الانجاز يعني ما يبقى من اثر أو نتائج بعد أن يتوقف الفرد العامل عن العمل .

الأداء الوظيفي يمكن أن يعكس وفاء الفرد العامل أو الفريق بمتطلبات العمل أو المهنة، فهو سلوك -جهد مبذول- يؤدي إنتاج قد تكون محققة مطابقة للأهداف المخططة أو نقل عنها أو حتى تتجاوزها ، وهذا يكون وفقا لمدى كفاءة وفعالية الجهد المبذول لبلوغ النتائج.

¹ رباح ،كمال احمد، العوامل الاجتماعية و العوامل الأكاديمية المؤثرة في إدارة الطالب الجامعي العربي ،كلية التربية ،جامعة طنطا ،2007، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية القاهرة ،2008، ص ص 43 ، 83.

فمثلا قد يبذل مهندس أو فريق عمل جهدا كبيرا في تصميم منتج ما دون تحقيق النتيجة المرجوة وهنا نرى أن الجهد المبذول كان اكبر لكن الأداء كان منخفضا¹.

ويعرفه بأنه: "الأداء الوظيفي هو الكيفية التي يستخدم بها الوحدة الإنتاجية مواردها المادية والبشرية في سبيل تحقيق الأهداف المحددة.² وفي نفس السياق يعرف الأداء الوظيفي بأنه: "محصلة السلوك الإنساني في ضوء الإجراءات و التقنيات التي توجه العمل نحو تحقيق الأهداف المرغوبة "فهذين التعريفين يبينان أن الأداء الوظيفي يرتبط بطبيعة العمل وكيفية انجازه، إضافة إلى ارتباطه بالقوانين و النظم و التقنيات المنظمة للعمل ومدى التزام العامل بها .

ونستنتج من جل التعارف السابقة للأداء الوظيفي أن هناك تقارب واضح بين الباحثين والدارسين في تعريفهم له، وعلى الرغم من ذلك بدو أنه من الصعب التوصل إلى تعريف متفق عليه لمفهوم الأداء الوظيفي ويعود السبب لتعدد الباحثين الذين تناولوه وتعدد وجهاتهم.

2-2- عناصر الأداء الوظيفي:

يشمل الأداء الوظيفي مجموعة من العناصر تشكله وهي:

2-2-1. **المعرفة بمتطلبات العمل:** يشمل المعارف العامة، المهارات الفنية و المهنية و البراعة و القدرة على التنظيم وتنفيذ العمل دون الوقوع في الخطاء، وما يمتلكه الفرد من خبرات عن العمل.

2-2-2. **كمية العمل المنجز:** أي مقدار العمل الذي يستطيع الموظف انجازه في الظروف العادية للعمل ومقدار سرعة هذا الانجاز.

¹مصطفى، احمد السيد، إدارة الموارد البشرية ، مرجع سابق ،ص 318.

²مزهودة ،عبد الملوك ،الأداء بين الكفاءة و الفعالية - مفهوم وتقييم،مجلة العلوم الإنسانية ،العدد1،جامعة بسكرة 2001م، ص 65.

2-2-3. **المثابرة والوثوق:** تشمل الجدية و التفاني في العمل، قدرة الموظف على تحمل مسؤولية العمل وانجاز الأعمال في أوقاتها المحددة، ومدى حاجة هذا الموظف للإرشاد و التوجيه ما قبل المشرفين وتقييم نتائج عمله¹.

2-3- أهداف وأهمية الأداء الوظيفي:

تعتبر عملية قياس الأداء الوظيفي حلقة أساسية في العملية الإدارية التكاملية، فهي أداة من أدوات الرقابة الإدارية الشاملة، ويمكن إجمال الأهداف المبتغاة من قياس الأداء الوظيفي في المؤسسات و المنظمات كالتالي :

- **متابعة تنفيذ الأهداف:** ويعني مدى تحقيق الأهداف المرسومة ومدى الالتزام بالسياسات والقوانين المقررة في جميع مجالات النشاط.

- **التأكد من كفاءة الأداء:** و القصد من ذلك هو التأكيد من ممارسة الأنشطة وتنفيذ أهدافها بأعلى درجة من الكفاءة.

- **تقييم الكفاءة:** بمعنى تقييم كفاءة وفعالية الأيدي العاملة و المواد والموارد المالية وكفاءة العمليات داخل النشاط وفحص المعايير و السيطرة على البيانات الواردة.

- **تقييم النتائج وتحديد مراكز المسؤولية:** ويعني التقييم العام للنتائج الفعلية في ضوء الأهداف و المعايير المحددة وتحليل أسبابها، وعلى ضوء هذا التحليل تتحدد المراكز المسؤولة عن الانحرافات لاتخاذ ما يلزم من قرارات تصحيحية و الاسترشاد بنتائج التحليل في وضع الخطط المستقبلية.

- **تحديد مواطن الضعف والخلل:** فالنقطة يمكن العمال من معرفة نقاط ضعفهم في أداء أعمالهم، والعمل على تفاديها والتخلص من جوانب القصور و الضعف، وتشخيص مستلزمات التغلب عليها، وكذلك الكشف عن نواحي الضعف في الأنظمة و الإجراءات و القوانين وأساليب العمل والمعايير المتبعة ومدى صلاحيتها¹.

¹شامي صليحة المناخ التنظيمي وتأثيره على الأداء الوظيفي للعاملين ،مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية وتسيير المنظمات ، غير المنشورة ، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس ،2010،ص87.

ومن أهداف التقييم الأداء الوظيفي الآتي:

- تحديد الأعمال المهام التي يناط أمر انجازها بالموظفين في ضوء قدراتهم وإمكانياتهم.
- توفير جو من الثقة والتعامل الأخلاقي عن طريق الموضوعية في التقييم.
- اكتشاف العناصر البشرية المتفوقة وتحديد مجالات إبداعها².
- أما فيما يخص أهمية قياس الأداء الوظيفي فهي مهمة وحساسة فهي كالتالي:
- يعتبر قياس الأداء وتقييمه عملية تنظيمية مستمرة يقاس من خلالها ملاحظات أداء الأفراد العاملين.
- الوقوف على نقاط القوة لتعزيزها ونقاط الضعف لتحسينها و انعكاساتها السلبية والايجابية على إنتاجية الفرد وفعالية المؤسسة .
- تزويد المؤسسات الإدارية بالوسائل الكفيلة لقياس وتخطيط الأداء الوظيفي.
- مؤشرات الأداء الوظيفي تعتبر نوع من الحوافز للتنظيم البشري داخل المؤسسة.
- رفع معنويات العاملين، الفتحافم والعلاقات الطيبة بين الإدارة والعمال سيعزز عندما يشعر العمال بأن جهودهم وطاقاتهم في تأدية أعمالهم هي موضع تقدير الإدارة وأن الهدف الأساس من التقييم هو معالجة نقاط الضعف في الأداء فهو مصدر لرفع معنوياتهم.
- يفيد تقييم الأداء الوظيفي تتبع منجزات العاملين وتقديم تقاريرهم حول كفاءتهم، وتدارك أخطائهم، وتعديل معايير أدائهم وزيادته³.

2-4-الاتجاهات النظرية للأداء الوظيفي :

إن تتبع الاتجاهات النظرية يوضح أن الأداء الوظيفي أو الأداء بصفة عامة كان أهم ما شغل بال رواد الفكر الإداري والتنظيمي، حيث اهتموا به وبكيفية تحسينه وزيادته كل

¹العبادي ،هاشم فوزي دباس وآخرون،إدارة التعليم الجامعي - مفهوم حديث في الفكر الإداري المعاصر ،الأردن مؤسسة الوراق،2008م،ص ص256،257.

²قلبي، فاروق عبده، وعبد المجيد السيد محمد، السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية، مرجع سابق ص ص267،268.

³العبادي ،هاشم فوزي دباس وآخرون، إدارة التعليم الجامعي - مفهوم حديث في الفكر الإداري، مرجع سابق ، ص ص255،256.

حسب اتجاهه وتصوره فهناك من يرى الجوانب المادية كالأجر و الآلات والمعدات وغيرها ومن يرى الجانب المعنوي كالتحفيز و العلاقات وغيرها ، ومنهم من يرى الجانب الإداري والتسيير وطبيعة القيادة.

حيث نجد العالم الانجليزي ادم سميث **A. Smeth** عالج أثر تقسيم العمل داخل الوحدة الإنتاجية على مستوى الأداء لدى العامل، وتوصيل إلى إن تخصيص كل عامل ما يجعله يلم بكل جوانبه ويصل إلى نتائج مرضية وكفاءة في الأداء وجودة في الإنتاج.

كذلك فريديريك تايلور **F.Taylor (1856-1915)** والإدارة العلمية وهي من أقدم النظريات التي اعتمدت على رصد الظواهر الإدارية ودراستها بطريقة علمية لمعرفة القوانين و العوامل التي تتحكم في أداء العاملين ،حيث امن تايلور بان العاملين يمكن برمجتهم لأداء فعال في المؤسسات الصناعية¹، وذلك بدراسة للحركة والزمن في العمل حتى يكشف عن الوسائل والعوامل المساعدة على رفع الكفاية الإنتاجية وتحديد أفضل الطرق لزيادة الأداء الوظيفي وتوصله إلى ضرورة التنظيم الإداري والإشراف المركزي ،وتحديد المهام بدقة وتدريب العاملين وتقسيم الواجب و الاختبار العلمي للأفراد حسب طبيعة الوظائف وتحديد نوع وكمية العمل المطلوب لكل فرد².

أما هنري فيول **H. Fayol (1841-1925م)** ونظريته التقسيمات الإدارية ركز على أهمية تقسيم العمل ووحدة السلطة و الانضباط وخضوع المصالح الفردية للمصلحة العامة للمؤسسة في تحسين الإنتاج والأداء لدى العاملين فهو مكمل لاتجاه تايلور رغم بعض الاختلافات معه.

حيث يرى هنري أن تقسيم العملية الإنتاجية المكونات ووظائف يسهل كثيرا عملية الإنتاج والأداء على أساس واضح من وحدة السلطة ومراحل التنفيذ³.

¹فليه، فاروق عبده،وعبد المجيد السيد محمد ،السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية ، مرجع سابق ص 52.

²عبد الرحمان، عبد الله محمد،علم الاجتماع النشأة والتطورات الحديثة، بيروت، دار النهضة العربية ،ص 80.

³فليه، فاروق عبده ،وعبد المجيد السيد محمد ،السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية ، مرجع سابق ص 54.

أما بالنسبة إلى العالم الأمريكي إلتون مايو E. Mayo (1880م-1949م) ونظرية العلاقات الإنسانية قدم انتقادات لاتجاهات الإدارية العلمية خاصة بعد أن شعر أصحاب الأعمال بان مبادئ الإدارة السائدة في مؤسساتهم بالرغم من حزمها وضبطها للعاملين وبالرغم من الحوافز المادية المغرية للعمال أصبحت الإدارة الكلاسيكية عاجزة عن المحافظة على مستوى جيد للأداء و الإنتاج واكتشف التون مايو إن العوامل المادية ليست بالضرورة وحدها العامل و الأساس و المؤثر في انخفاض و ارتفاع الإنتاج وارتفاع مستوى الأداء لدى العمال ويعتبر ذلك إهمال للجوانب الإنسانية للأداء والعملية الإنتاجية .

دراسات وتجارب التون مايو وزملائه حول السلوك الإداري للعاملين في واحد من اكبر المصانع في مدينة شيكاغو (مصنع الهاتورن) كشفت أن اثر الجماعة وزملاء العمل وعاداتهم وأفكارهم و أحاسيسهم تعتبر عوامل على درجة كبيرة من الأهمية في سير العملية الإدارية والإنتاجية،والنتيجة التي خرج بها مايو كانت "الإدارة عملية اجتماعية أكثر من كونها عملية ميكانيكية رسمية " وهذه العملية الاجتماعية تتكون وتتفاعل بتأثير العلاقات الشخصية غير الرسمية بين جماعات العمال فتلبية حاجاتهم تصبح محور أدائهم وسلوكهم دون الإضرار بجوانب السلوك الإداري الرسمي للمؤسسة¹.

¹قلبي، فاروق عبده،وعبد المجيد السيد محمد ،السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية ، مرجع سابق ص ص 60-

أصبح التعرف على بيئة العمل وسيلة مهمة لتحسين الأداء الوظيفي ورفع إنتاجية الموظفين وتلاحمهم نحو مؤسساتهم، لذا فان المؤسسة الفعالة هي التي تحرص على التعرف على عناصر بيئة العمل الداخلية في دعم الجوانب الايجابية للمؤسسة والقضاء على السلبيات للوصول إلى بيئة عمل داخلية حقيقية يتم من خلالها العمل بارتياح وتهيئة مناخ عمل ايجابي ينمي دافع الابتكار والتجديد لدى الموظفين ويعمق الرغبة والاستعداد لتحسين الأداء وتتمين النتائج، وتقوم ببذل كل الطاقات و توجيه كافة الجهود تجاه تحقيق الأهداف و الأداء الوظيفي الكفاء والفعال.

الإطار التطبيقي للدراسة

1-تفريغ وتحليل البيانات الميدانية.

2-النتائج العامة للدراسة.

3-تحليل ومناقشة فرضيات الدراسة.

تمهيد:

يحتوي هذا الفصل على الجانب التطبيقي للدراسة ، حيث قمنا بعرض مفصل لنتائج الاستبيان التي تمت مع 90 مبحوث حسب العينة العامة ، تم تحليلها على ذلك الأساس ، و تطرقنا لعرض وتحليل الحالات المدروسة حسب متغيرات الدراسة بهدف استقصاء المعطيات اللازمة لبناء موضوع بحثنا والتحقق من عناصر الإشكالية المطروحة سالفًا .

فلقد اعتمدنا على الاستبيان كأداة للإجابة على الفرضيات المراد دراستها وذلك من خلال مجموع من الأسئلة قدمت لعينة من موظفي بلدية تيارت بهدف الحصول على إجابات تتعلق بالموضوع، وبعد جمع البيانات وتفريغها توصلنا إلى وضع جداول والتي سنعرضها حسب ترتيب الأسئلة المطروحة .

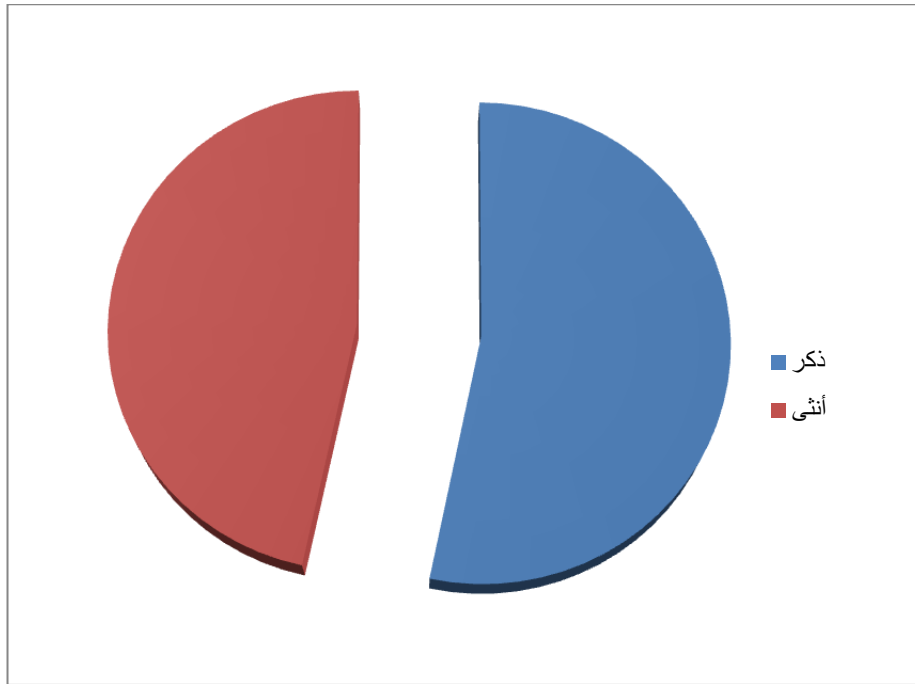
1- تفرغ وتحليل البيانات الميدانية.

جدول 1 : يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس:

النسبة %	التكرار	الجنس
53.33	48	ذكر
46.66	42	أنثى
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن توزيع أفراد العينة والتي تتكون من 90 مبحوثًا ، نجد أن عدد الذكور يتفوق على عدد الإناث بنسبة 53.33%.

رسم توضيحي 1: يوضح توزيع العينة حسب الجنس

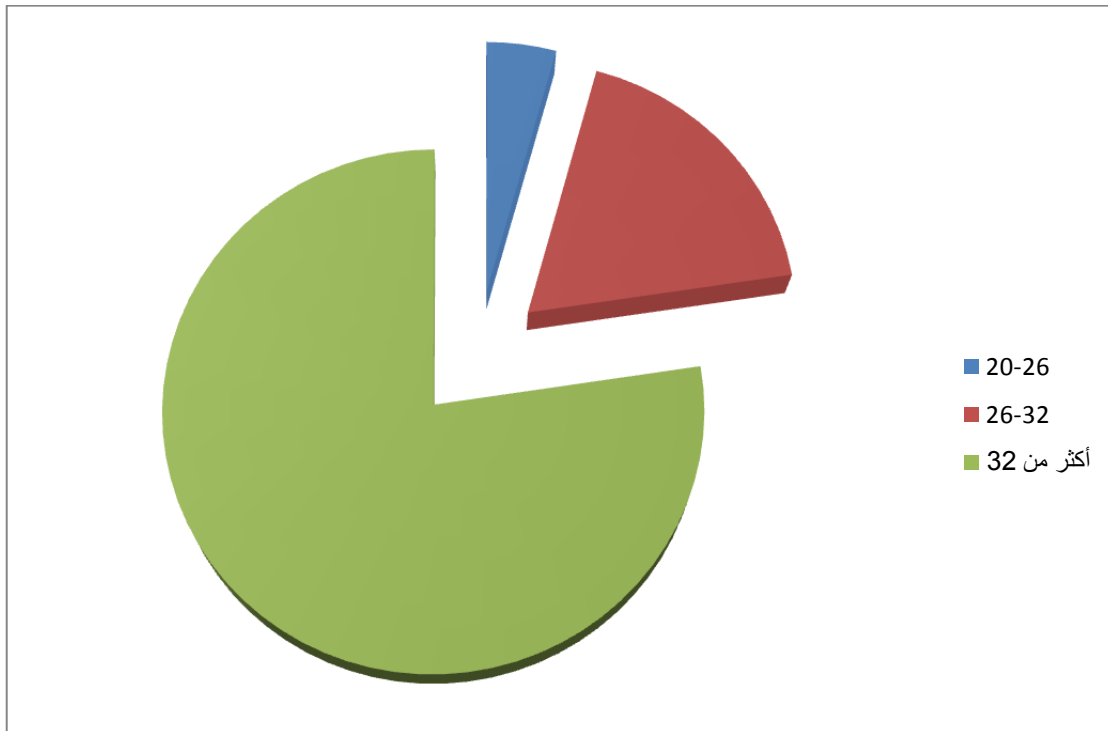


جدول 2: يبين توزيع العينة حسب السن:

النسبة %	التكرار	الفئات
4.44	4	26-20
18.88	17	32-26
76.68	69	32 فما فوق
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية نجد الفئة من 32 سنة فما فوق تمثل أعلى نسبة بـ 76.68% ثم تليها فئة 26-32 بنسبة 18.88% ثم تأتي الفئة الأخيرة 20-26 بنسبة 4.44% لأنها الفئة الأكثر في ميدان العمل بينما الفئات الأقل نسبة فهي قليلة نوعاً ما .

رسم توضيحي 2: يوضح توزيع العينة حسب السن

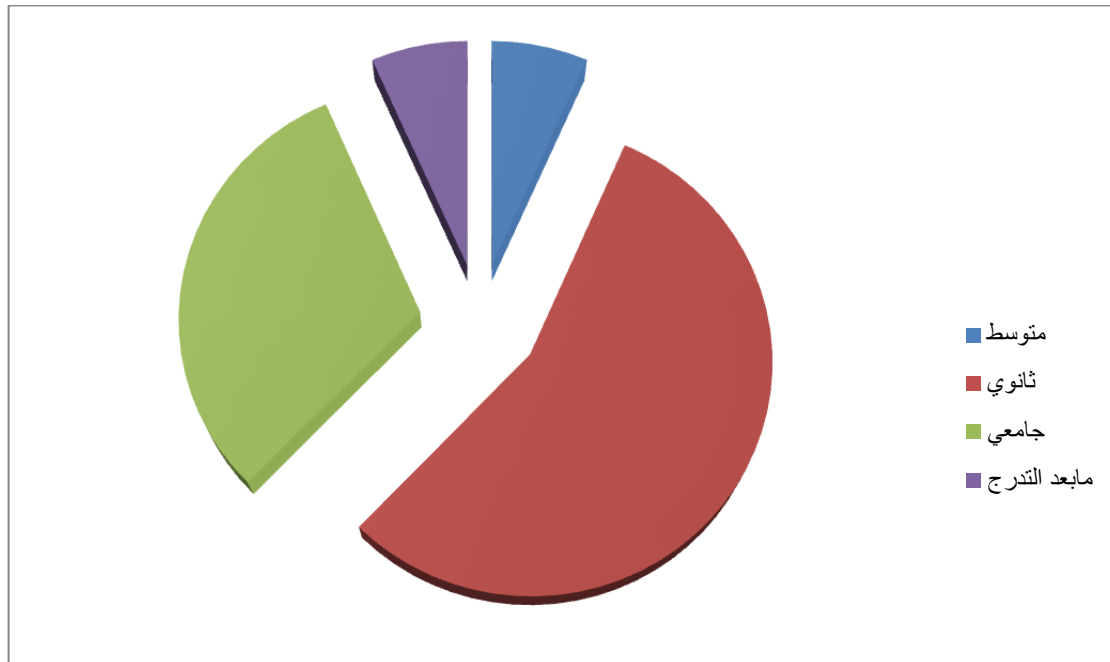


جدول 3: يبين توزيع العينة حسب متغير المستوى العلمي:

النسبة %	التكرار	المستوى العلمي
0	0	ابتدائي
6.66	6	متوسط
55.55	50	ثانوي
31.11	28	جامعي
6.66	6	ما بعد التدرج
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي نجد المستوى الثانوي تمثل أعلى نسبة بـ 55.55% وهذا راجع حسب رأينا إلى غالبية المناصب والوظائف على مستوى البلدية تطلب المستوى الثانوي لالتحاق بها، على غرار المستويات الأخرى التي نجد انعدامها أو بنسبة قليلة .

رسم توضيحي 3: يوضح توزيع العينة حسب المستوى العلمي

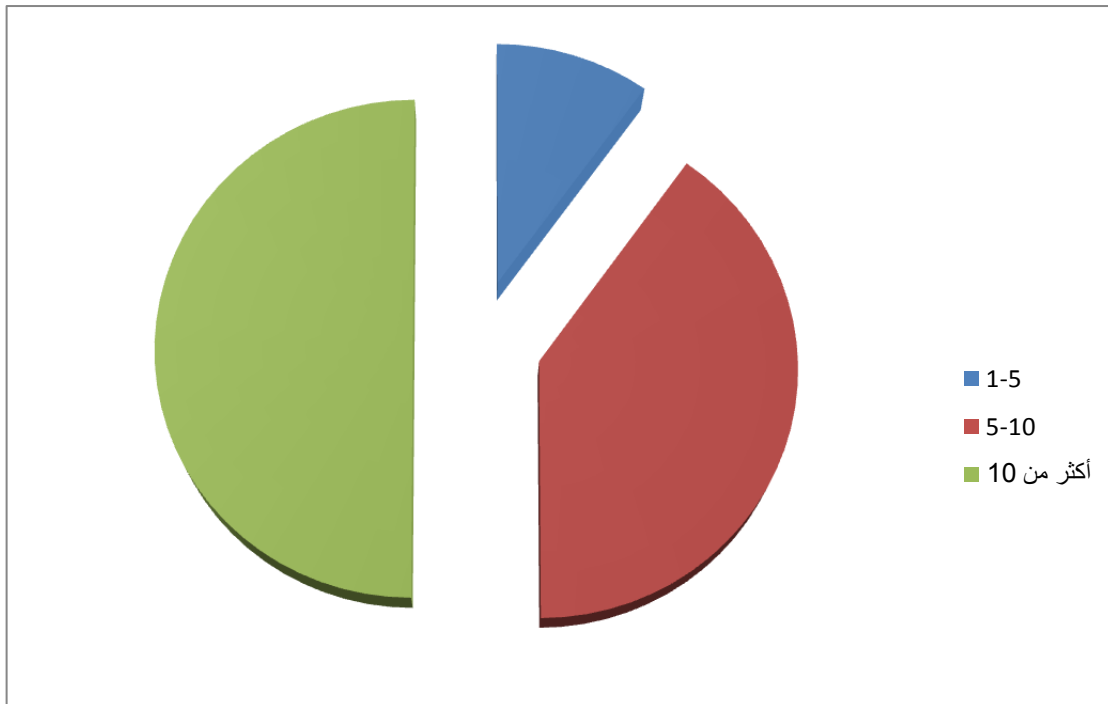


جدول 4: يبين توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية:

النسبة %	التكرار	الخبرة المهنية
10	9	5-1
40	36	10-5
50	45	10 فما فوق
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية نجد فئة 10 سنوات فما فوق تمثل أعلى نسبة بـ 50% حيث نستنتج من خلاله أن غالبية أفراد العينة لهم خبرة مهنية كبيرة في العمل ولديهم الوقت لاستعمال الفيسبوك، بينما نجد الفئات الأخرى وذلك لضيق الوقت وليس لديهم خبرة في الأداء المهني.

رسم توضيحي 4: يوضح توزيع العينة حسب الخبرة المهنية



جدول 5: يبين مدى استخدام المبحوثين لأسمائهم الحقيقية :

النسبة %	التكرار	البدائل
83.33	75	نعم
16.66	15	لا
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول ان اغلب أفراد العينة يستخدمون أسمائهم الحقيقية في التواصل حيث تمثل نسبة 83.33% وذلك بهدف تسهيل ايجا دهم من قبل المستخدمين الآخرين. ومنه نستنتج أن الهوية تلعب دورا أساسيا في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك حتى يتمكن المتصلون من التعرف على الأشخاص الذين يتواصلون معهم .

رسم توضيحي 5: يوضح مدى استخدام المبحوثين لأسمائهم الحقيقية

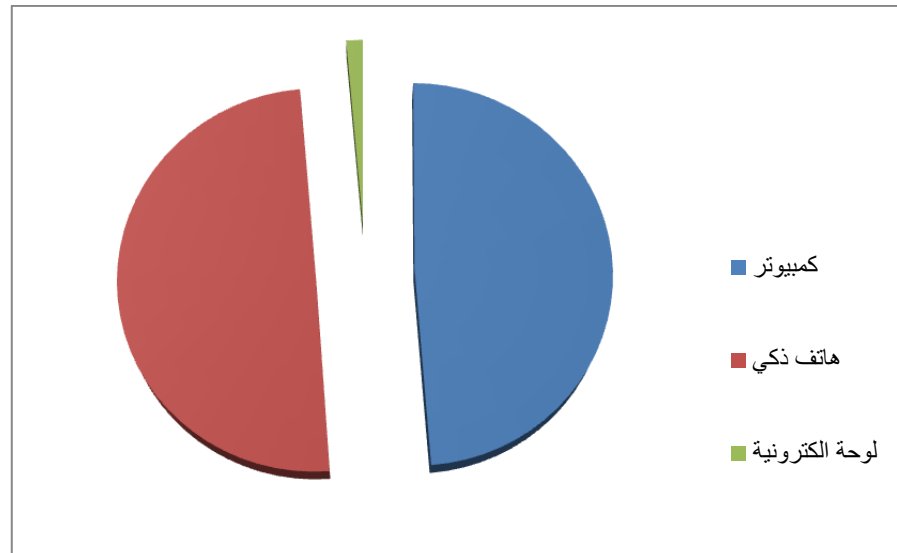


جدول 6: يبين الوسيلة التي يستعملها المبحوثين أثناء تصفح الفيسبوك :

الوسيلة	التكرار	النسبة %
كمبيوتر	50	49
هاتف ذكي	51	50
لوحة الكترونية	1	1
المجموع	102	100

يتضح من خلال الجدول أن اغلب أفراد العينة يستخدمون الهاتف الذكي بنسبة بـ 50% والكمبيوتر بنسبة 49% وهذا راجع إلى المستوى الاجتماعي لأفراد العينة أما فيما يخص الكمبيوتر فهذا راجع إلى توفر هذه الأجهزة في أماكن العمل والتطور الذي عرفته الإدارة الجزائرية من ناحية التجهيز وتحسين ظروف العمل.

رسم توضيحي 6: يبين الوسيلة التي يستعملها المبحوثين أثناء تصفح الفيسبوك



جدول 7: يبين متوسط المدة التي يقضيها المبحوثين في التفاعل مع الآخرين:

النسبة %	التكرار	المدة
54.44	49	أقل من ساعة
23.33	21	ساعة
22.22	20	أكثر من ساعة
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن المدة التي يقضيها العامل في التفاعل مع الآخرين أقل من ساعة بنسبة 54.44% وهذا يدل على انضباط العمال في مكان العمل وطبيعة المكان التي لا تخلو من المواطنين الذين يأتون لقضاء حاجياتهم الإدارية حيث لا يمكن لأفراد العينة ترك انشغالات المواطنين والانشغال بالفيسبوك تليها ساعة واحدة بنسبة 23.33% وأخيرة أكثر من ساعة بنسبة 22.22%.

رسم توضيحي 7: يبين متوسط المدة التي يقضيها المبحوثين في التفاعل مع الآخرين

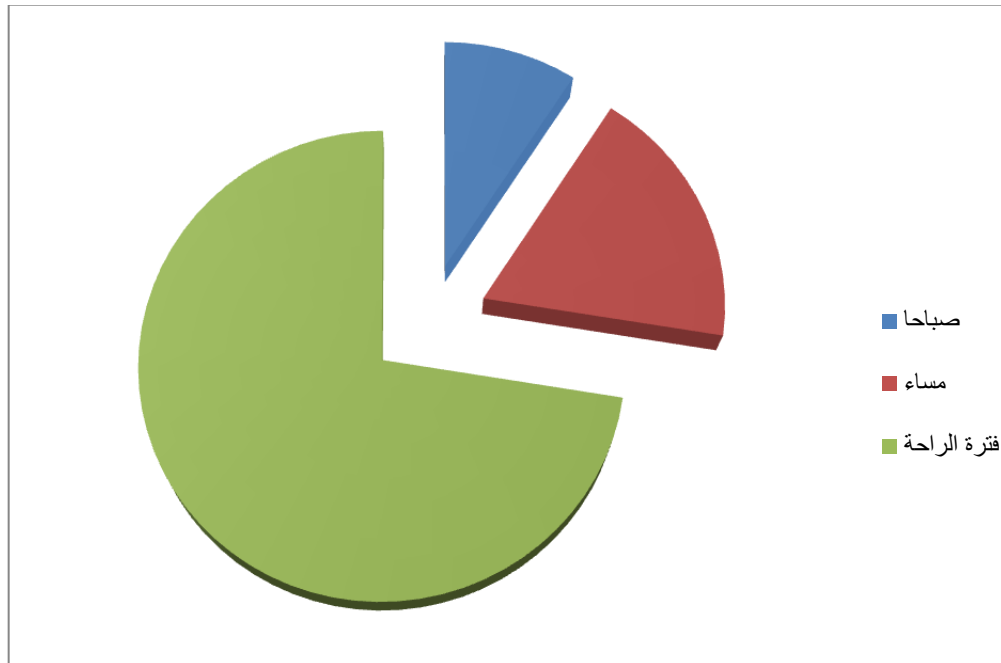


جدول 8: يبين الأوقات المفضلة لاستعمال الفيسبوك في العمل من طرف المبحوثين:

الفترة	التكرار	النسبة %
صباحا	9	9.18
مساء	18	18.37
فترة الراحة	71	72.44
المجموع	98	100

يتضح من خلال الجدول أن الأوقات المفضلة للعمال لاستعمال الفيسبوك هي فترة الراحة بنسبة 72.44% حيث يتفرغ الأغلبية للفيسبوك بعد الانتهاء من العمل وهذا ما يعتبر وقت مناسب للتفاعل بالنسبة لهم، في حين يكون منشغلا في الفترات الأخرى.

رسم توضيحي 8: يبين الأوقات المفضلة لاستعمال الفيسبوك في العمل من طرف المبحوثين

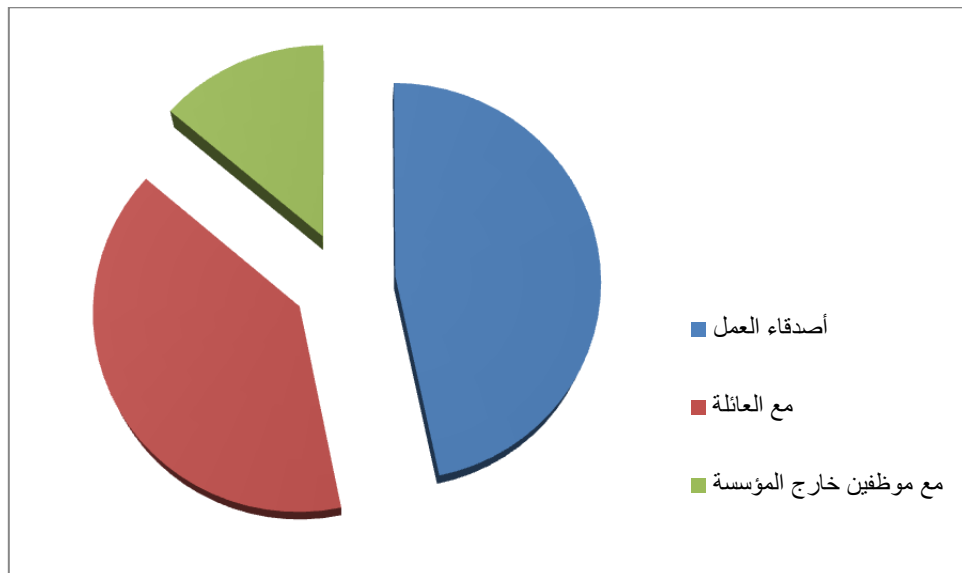


جدول 9: يبين الأشخاص الذين يتصل بهم المبحوثين أثناء العمل:

الأشخاص	التكرار	النسبة %
أصدقاء العمل	51	46.76
مع العائلة	43	39.49
مع موظفين خارج المؤسسة	15	13.75
المجموع	109	100

يتضح من خلال الجدول أن الأشخاص الذين يتصل بهم أفراد العينة هم أصدقاء العمل حيث يمثلون أعلى نسبة بـ 46.76%، وهذا لطبيعة العلاقة بين عمال البلدية وتحقيقا للتواصل الاجتماعي بين العمال في مختلف فروع العمل، تليها نسبة 39.49% مع العائلة والتي تدل على اهتمام الموظف بخصوصياته.

رسم توضيحي 9: يبين الأشخاص الذين يتصل بهم المبحوثين أثناء العمل

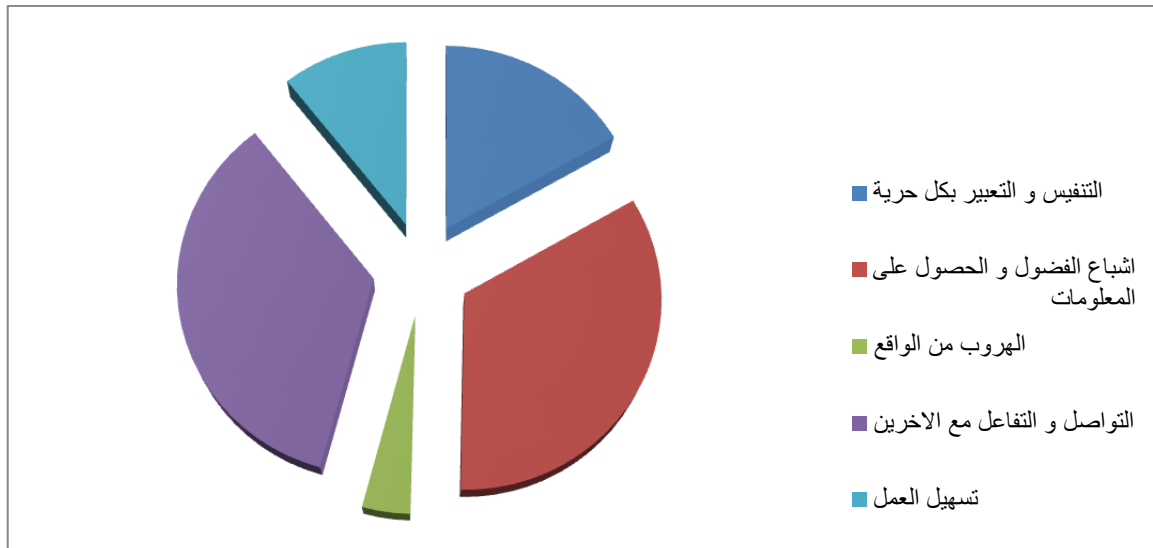


جدول 10: يبين الحاجات التي يليها الفيسبوك أثناء العمل:

النسبة %	التكرار	البدائل
16.79	22	التنقيس و التعبير بكل حرية
33.58	44	إشباع الفضول و الحصول على المعلومات
3.81	5	الهروب من الواقع
35.11	46	التواصل و التفاعل مع الآخرين
10.70	14	تسهيل العمل
100	131	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن التواصل والتفاعل مع الآخرين تعد من أبرز الحاجات التي يليها الفيسبوك للعمال البلدية بنسبة 35.11% تليها إشباع الفضول والحصول على المعلومات بنسبة 33.58% وتؤكد هذه النتائج أن أغلبية المستخدمين يفضلون خدمة الدردشة والتعليقات.

رسم توضيحي 10: يبين الحاجات التي يليها الفيسبوك أثناء العمل.

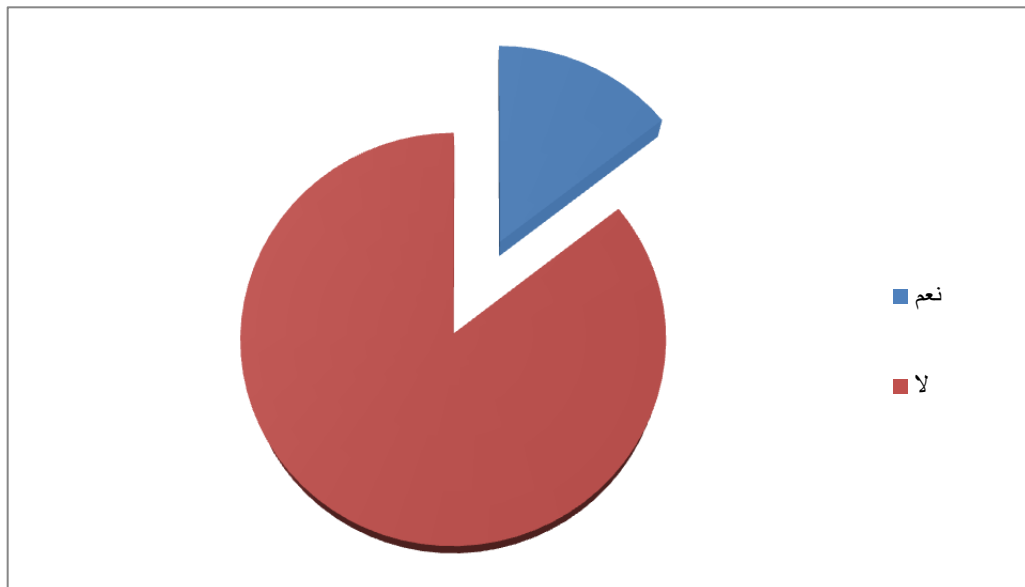


جدول 11: يبين وضع إستراتيجية من طرف المسؤول لعقلنه استعمال الفيسبوك أثناء العمل:

النسبة %	التكرار	البدائل
14.44	13	نعم
85.55	77	لا
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول مسؤولي المؤسسة يقومون بوضع إستراتيجية من أجل عقلنة استعمال الفيسبوك داخل أماكن العمل بنسبة 85.55%، يعود هذا السبب إلى عدم وضع خطة كفيلة من قبل المسؤول تسهر على سير العملية وتحسين الأداء المهني.

رسم توضيحي 11: يبين وضع إستراتيجية من طرف المسؤول لعقلنة استعمال الفيسبوك أثناء العمل.

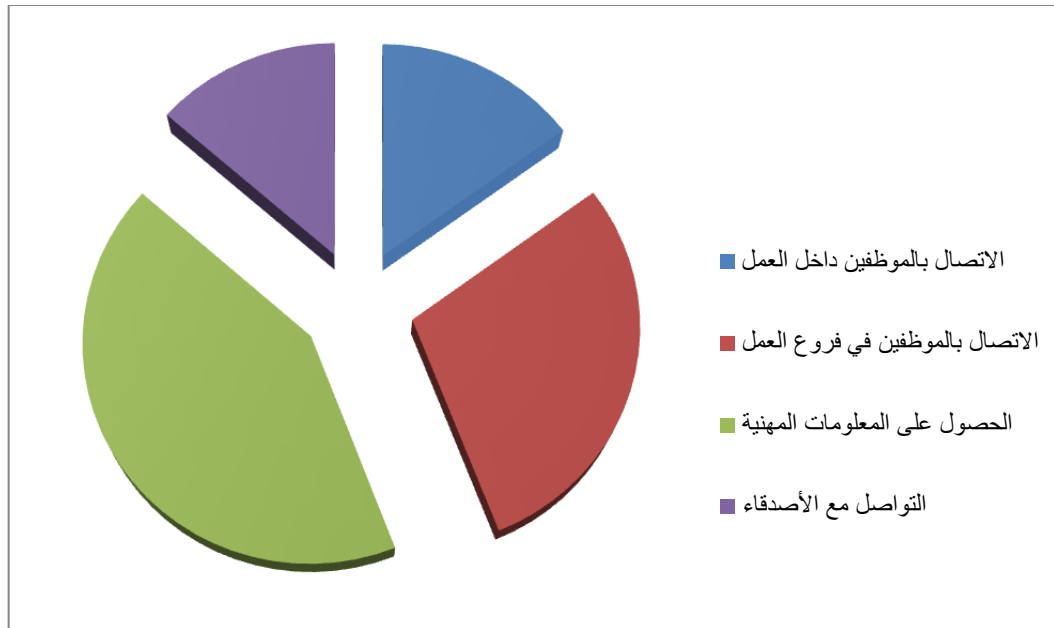


جدول 12: يبين مجالات استعمال الفيسبوك حسب الأهمية أثناء العمل:

النسبة %	التكرار	البدائل
15.04	43	الاتصال بالموظفين داخل العمل
29.02	83	الاتصال بالموظفين في فروع العمل
42.31	121	الحصول على المعلومات المهنية
13.63	39	التواصل مع الأصدقاء
100	286	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن استعمال الفيسبوك من طرف عمال البلدية من أجل الحصول على المعلومات المهنية بنسبة 42.31% وذلك من أجل الاستفادة من هذه المعلومات في الجانب المهني للعمال تليها الاتصال بالموظفين في فروع العمل بـ 29.02%، هي الأخرى تخدم الأداء المهني لدى المؤسسة من أجل دعم الفروع الأخرى والاتصال بهم لتسهيل مهامهم

رسم توضيحي 12: يبين مجالات استعمال الفيسبوك حسب الأهمية أثناء العمل

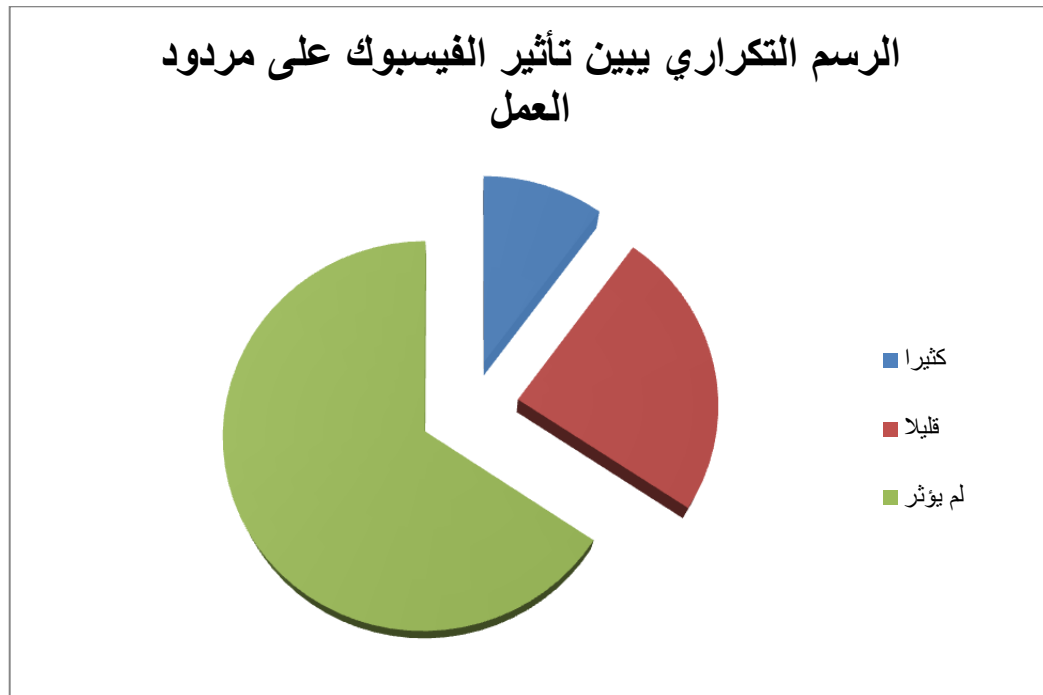


جدول 13: يبين تأثير الفيسبوك على مردود العمل:

النسبة %	التكرار	البدائل
11.11	10	كثيرا
26.66	24	قليلًا
72.22	56	لم يؤثر
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن الفيسبوك لم يؤثر على مردود العمال في العمل بنسبة 72.22 %، تليها نسبة 26.66% قليلا ، نستنتج من خلال عينات الدراسة أن الفيسبوك ليس له تأثير على مردود العمل بحيث ينقص أو يزيد فهو في استمرارية.

رسم توضيحي 13: يبين تأثير الفيسبوك على مردود العمل.

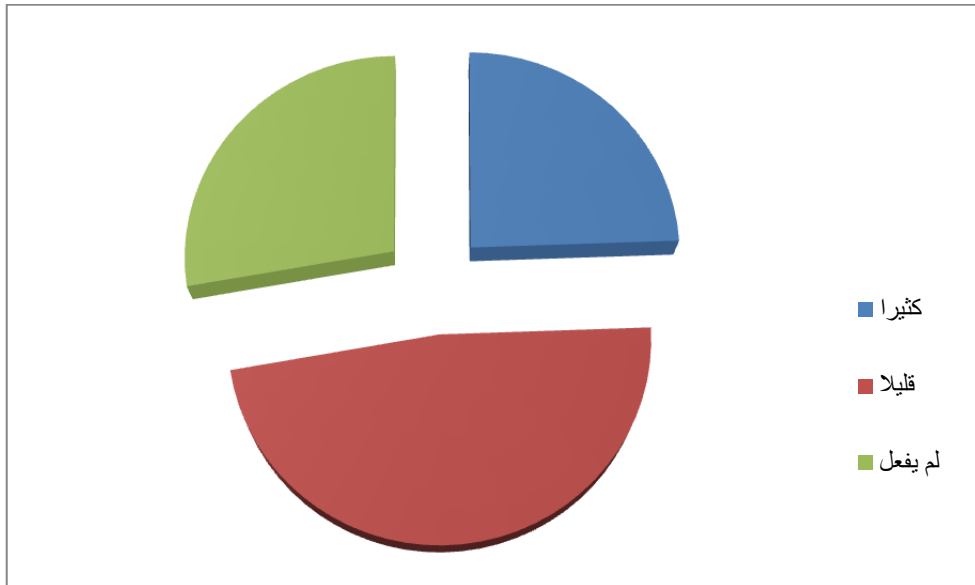


جدول 14: يبين تأثير الفيسبوك على الأداء المهني:

النسبة %	التكرار	البدائل
24.45	22	كثيرا
47.77	43	قليلًا
27.77	25	لم يفعل
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن الفيسبوك تأثيره قليلا بنسبة 47.77 % على الأداء المهني للعمال، في حين نجد نسبة 27.77 لم يؤثر، يلاحظ أن الفيسبوك لم يؤثر تأثيرا كبيرا على الأداء المهني .

رسم توضيحي 14: يبين تأثير الفيسبوك على الأداء المهني.

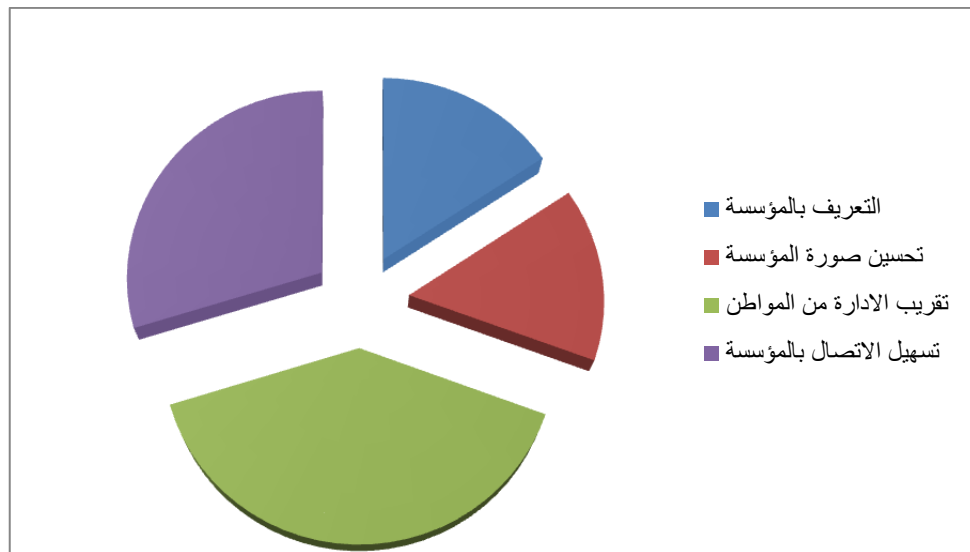


جدول 15: يبين مساهمة الفيسبوك في الأداء المهني من خلال الاتصال الخارجي للمؤسسة:

النسبة %	التكرار	البدائل
70.15	19	التعريف بالمؤسسة
88.14	18	تحسين صورة المؤسسة
67.39	48	تقريب الإدارة من المواطن
75.29	36	تسهيل الاتصال بالمؤسسة
100	121	المجموع

يتضح من خلال الجدول ان الفيسبوك ساهم في الأداء المهني من خلال الاتصال الخارجي للمؤسسة من خلال تقريب الإدارة من المواطن بنسبة 39.67%، وهذا من خلال صفحات المؤسسات الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعتبر الغاية منها التعريف بالمؤسسة والمهام التي تقوم بها.

رسم توضيحي 15: يبين مساهمة الفيسبوك في الأداء المهني من خلال الاتصال الخارجي للمؤسسة.

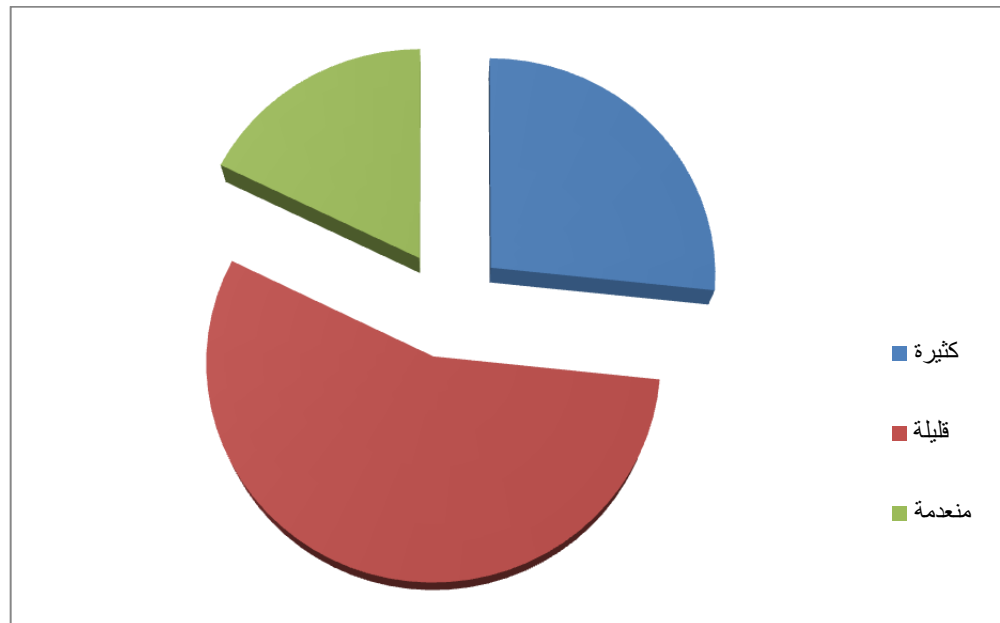


جدول 16: يبين سلبيات استعمال الفيسبوك على الأداء المهني:

النسبة %	التكرار	البدائل
26.67%	24	كثيرة
55.56%	50	قليلة
17.77%	16	منعدمة
%100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن سلبيات استعمال الفيسبوك على الأداء المهني نجدها كثيرة بنسبة 26.67% بينما نجدها قليلة بنسبة 55.56%، نذكر منها هدر الوقت وعدم إتقان العمل وانتهاك الخصوصية الفردية والغرق في التسلية وضعف الإبداع و الإساءة للقيم والعادات والتقاليد.

رسم توضيحي 16: يبين سلبيات استعمال الفيسبوك على الأداء المهني

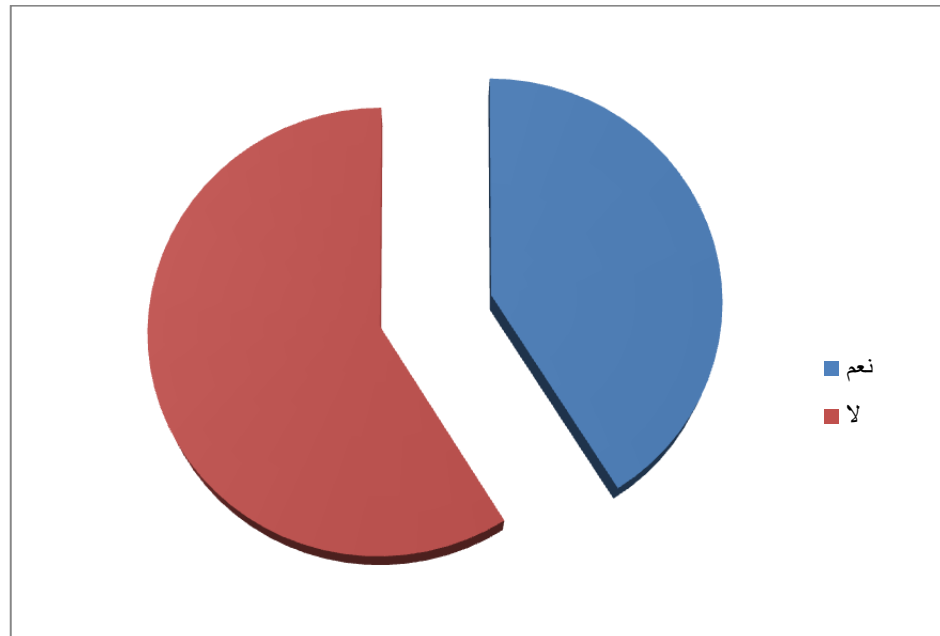


جدول 17: يبين مدى تحيين صفحة المؤسسة على الفيسبوك من طرف الفريق المختص:

النسبة %	التكرار	البدائل
41.11	37	نعم
58.89	53	لا
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن الفريق المختص بالصفحة يقوم بتحيينها بنسبة 41.11%، وهذا راجع لعدم اهتمام أفراد العينة بما يحدث من مستجدات داخل المؤسسة مما دفع الفريق المختص إلى إهمال الصفحة الخاصة بالمؤسسة على موقع الفيسبوك.

رسم توضيحي 17: يبين مدى تحيين صفحة المؤسسة على الفيسبوك من طرف الفريق المختص.

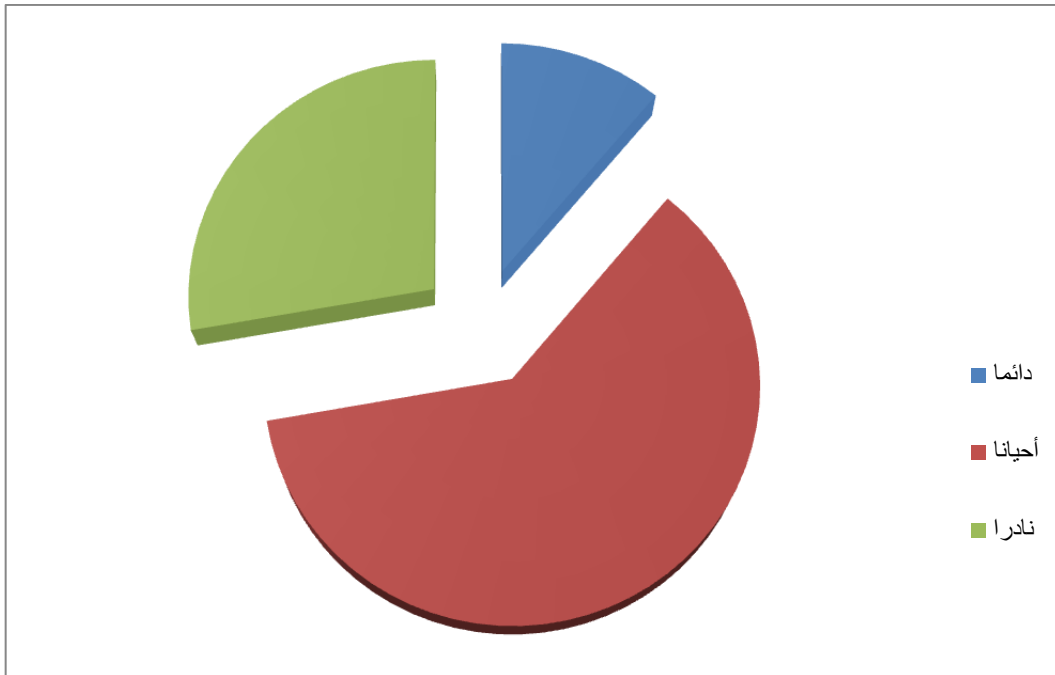


جدول 18: يبين اطلاع المبحوثين على صفحة المؤسسة في الفيسبوك:

النسبة %	التكرار	البدائل
11.11	10	دائما
11.61	55	أحيانا
78.27	25	نادرا
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة يطلعون أحيانا على صفحة المؤسسة بنسبة 61.11%، وهذا راجع ربما إلى طبيعة المواد المقدمة من طرف الفريق المختص بصفحة المؤسسة والتي قد لا تتناسب وما يبحث عنه أفراد العينة.

رسم توضيحي 18: يبين اطلاع المبحوثين على صفحة المؤسسة في الفيسبوك

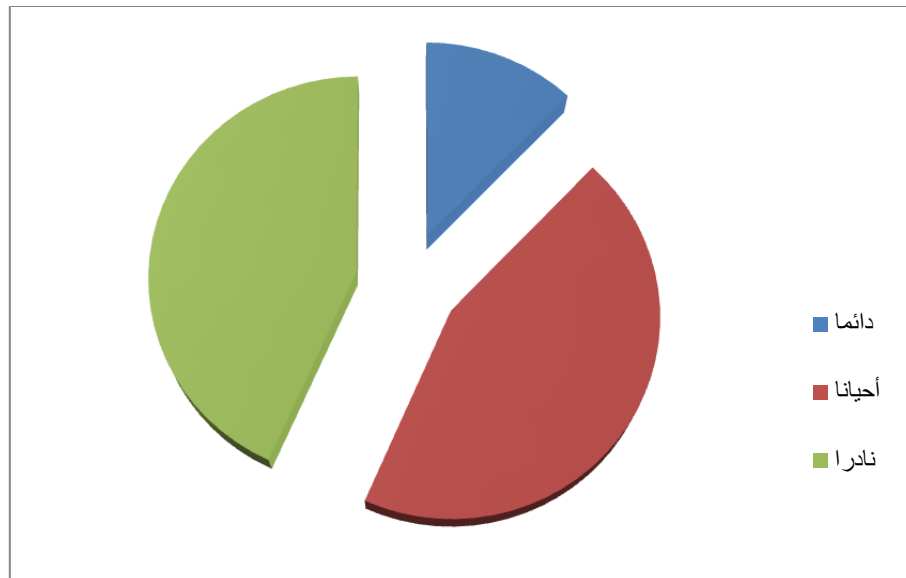


جدول 19: يبين مساهمة المبحوثين في نشر المعلومات و الأخبار في صفحة المؤسسة:

النسبة %	التكرار	البدائل
12.22	11	دائما
44.44	40	أحيانا
43.33	39	نادرا
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة يساهمون أحيانا في نشر الأخبار والمعلومات في صفحة المؤسسة بنسبة 44.44 %، كما نجد مساهمتهم نادرا بنسبة 43.33 %، وهذا راجع إلى قلة التدفق على شبكة الانترنت مما أدى إلى عدم الاهتمام بالصفحة ، إذ أن الموظف يولي أهمية بالغة لوظيفته أثناء تأدية مهامه بقدر ما يولي اهتمامه لتصفحه لموقع التواصل الاجتماعي.

رسم توضيحي 19: يبين مساهمة المبحوثين في نشر المعلومات و الأخبار في صفحة المؤسسة

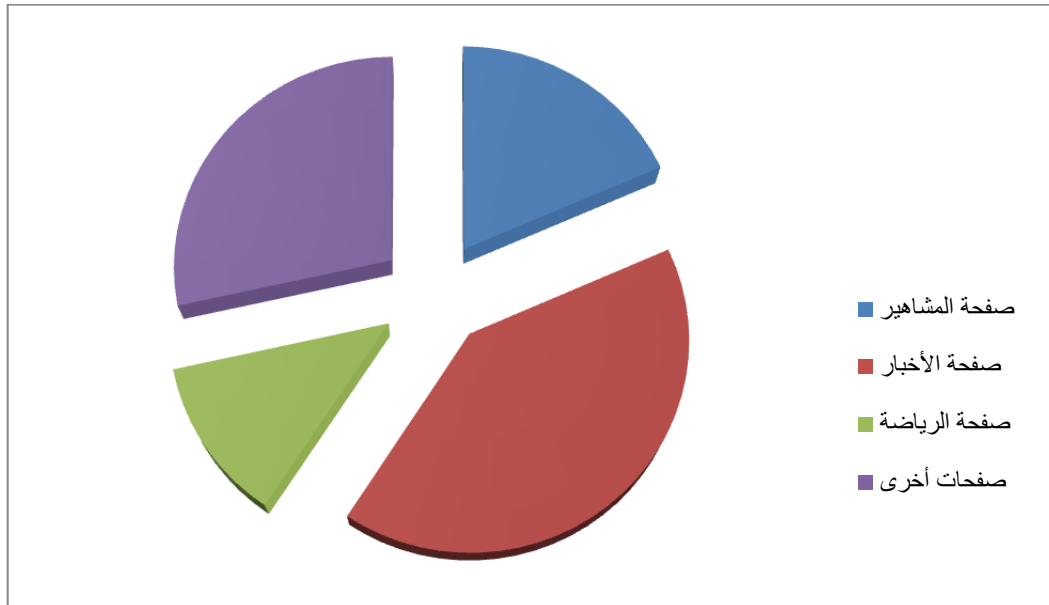


جدول 20: يبين المواقع و الصفحات الأكثر تتبعا من طرف المبحوثين:

النسبة %	التكرار	البدايل
18,46	24	صفحة المشاهير
40,77	53	صفحة الأخبار
12,31	16	صفحة الرياضة
28,46	37	صفحات أخرى
100	130	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن صفحة الأخبار تعد من بين ابرز الصفحات الأكثر تتبعا من طرف أفراد العينة بنسبة 40.77% حيث نستنتج أن غالبية أفراد العينة يبحثون عن المستجدات وآخر الأخبار المحلية والوطنية وحتى العالمية منها .

رسم توضيحي 20: يبين المواقع و الصفحات الأكثر تتبعا من طرف المبحوثين

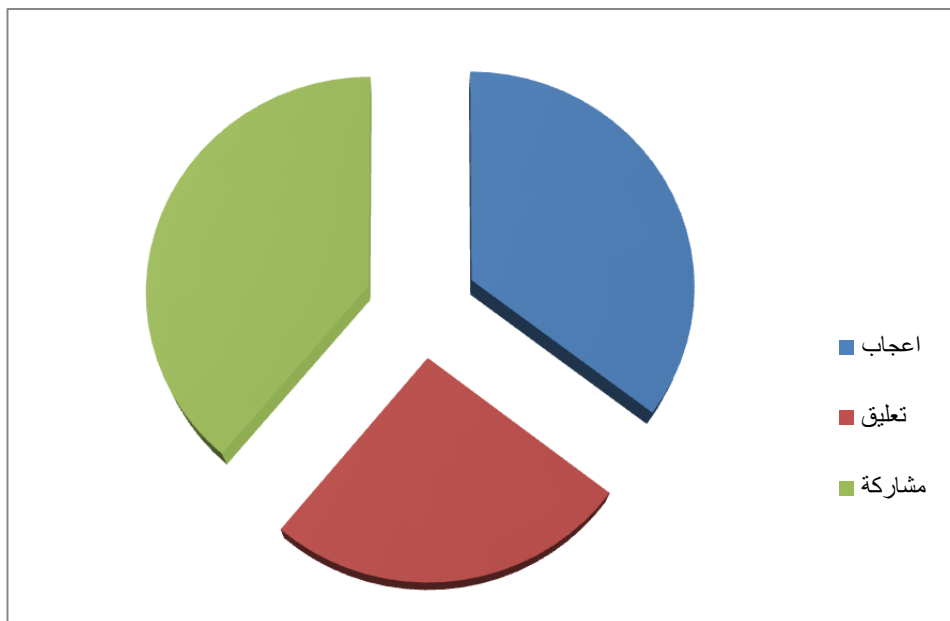


جدول 21: يبين طريقة تفاعل المبحوثين مع صفحة المؤسسة:

النسبة %	التكرار	البدائل
35,40	40	اعجاب
25,66	29	تعليق
38,94	44	مشاركة
100	113	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن طريقة تفاعل أفراد العينة مع صفحة المؤسسة بالمشاركة بنسبة 38.94% يليها الإعجاب ب 35.40% وأخيرا التعليق ب 25.66% ، وذلك بسبب الثقة التي اكتسبتها المؤسسة اتجاه المشاركين من خلال انفتاحها وتقديمها لمختلف البرامج التي لها تأثير ايجابي في غالب الأحيان على المستخدمين بالإضافة الى ممارساتهم التفاعلية على الصفحة.

رسم توضيحي 21: يبين طريقة تفاعل المبحوثين مع صفحة المؤسسة

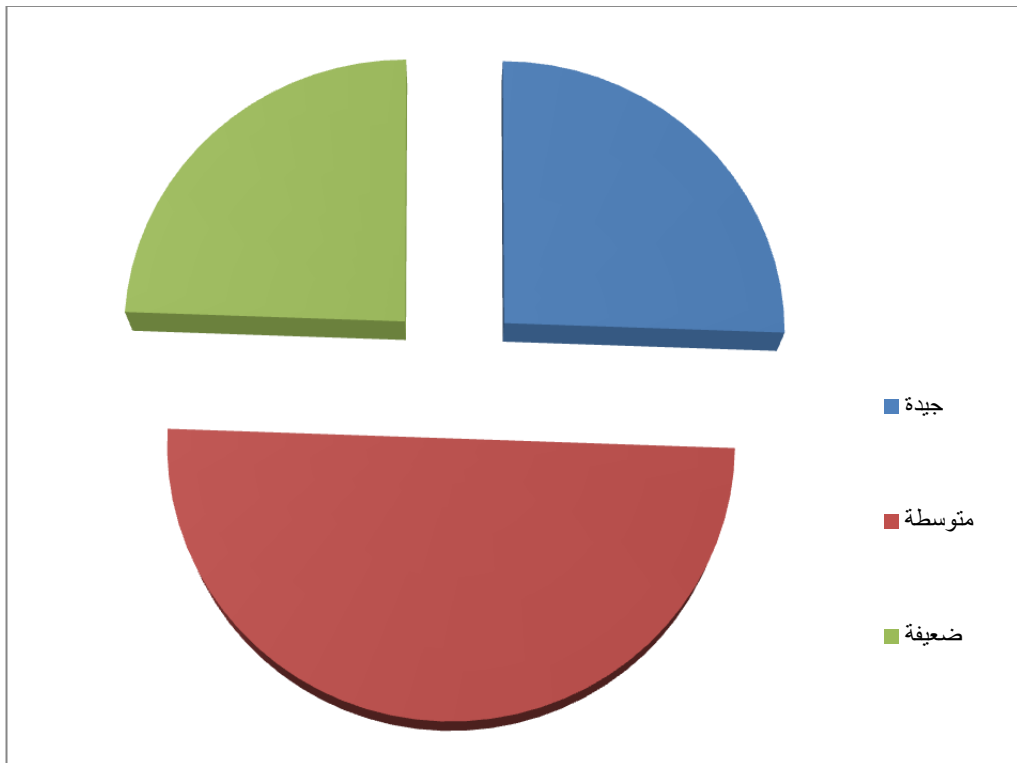


جدول 22: يبين تقييم المبحوثين لصفحة المؤسسة:

النسبة %	التكرار	البدايل
25,56	23	جيدة
50,00	45	متوسطة
24,44	22	ضعيفة
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول تقييم أفراد العينة لصفة المؤسسة حيث يرون أنها متوسطة بنسبة 50% وذلك من خلال المعلومات والأخبار المقدمة من طرف القائمين عليها.

رسم توضيحي 22: يبين تقييم المبحوثين لصفحة المؤسسة:

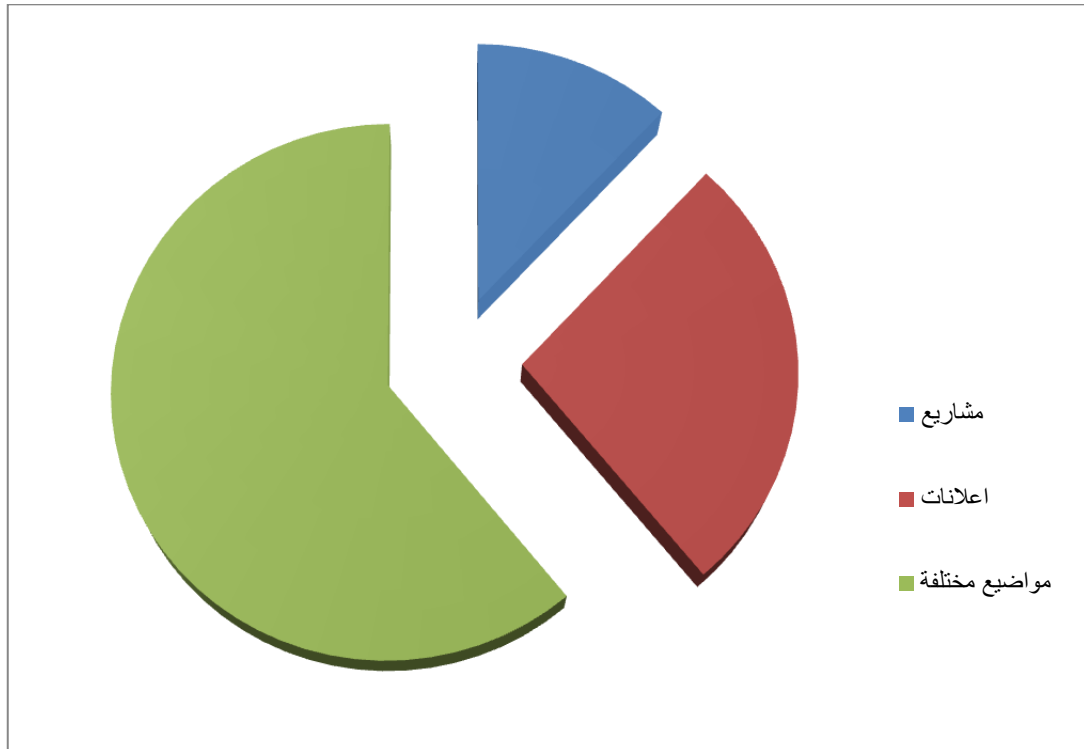


جدول 23: يبين المواضيع و المنشورات المقدمة من طرف صفحة المؤسسة:

النسبة %	التكرار	البدايل
12,00	12	مشاريع
27,00	27	اعلانات
61,00	61	مواضيع مختلفة
100	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن القائمين على الصفحة يقدمون مواضيع مختلفة في الصفحة بنسبة 61% وهذا يدل على حرص القائمين على صفحة المؤسسة على تزويد العمال بمختلف المعلومات في مختلف المجالات.

رسم توضيحي 23: يبين المواضيع و المنشورات المقدمة من طرف صفحة المؤسسة:

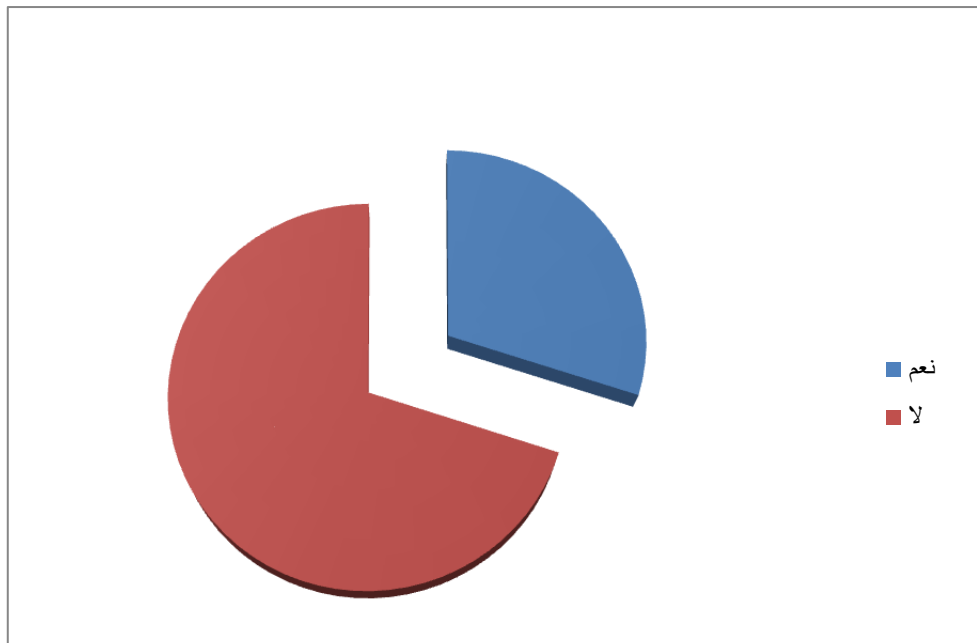


جدول 24 يبين مدى معرفة المبحوثين لـ أدمن الصفحة:

النسبة %	التكرار	البدائل
30,00	27	نعم
70,00	63	لا
100	90	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن غالبية المبحوثين لا يعرفون أدمن صفحة المؤسسة بنسبة 70%. وذلك لعدم إعطاء أهمية كبيرة لهذه الأمور وتجاهلهم بها.

رسم توضيحي 24: يبين مدى معرفة المبحوثين لـ أدمن الصفحة:

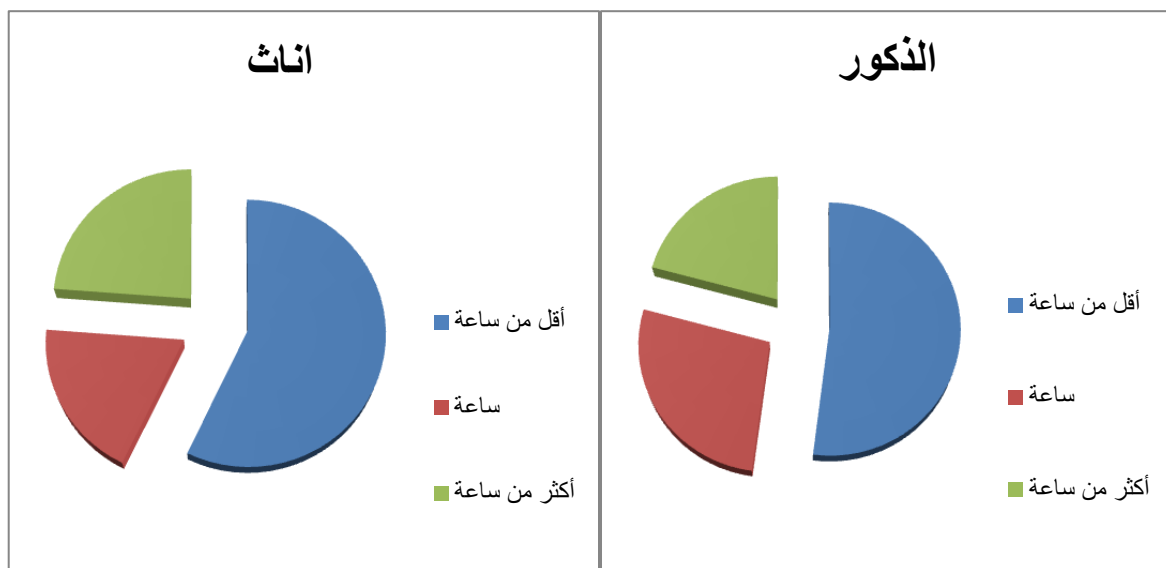


جدول 25: يبين علاقة الجنس بمتوسط المدة التي يقضيها أفراد العينة في التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل:

الاناث		الذكور		الجنس المدة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
57,14	24	52.08	25	اقل من ساعة
19,05	8	27.08	13	ساعة
23,81	10	20.84	10	اكثر من ساعة
100	42	100	48	المجموع

يتضح من خلال الجدول ان غالبية المبحوثين يقضون اقل من ساعة في التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل بنسبة 52.08% للذكور و 57.14% بالنسبة للإناث.

رسم توضيحي 25: يبين علاقة الجنس بمتوسط المدة التي يقضيها أفراد العينة في التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل:

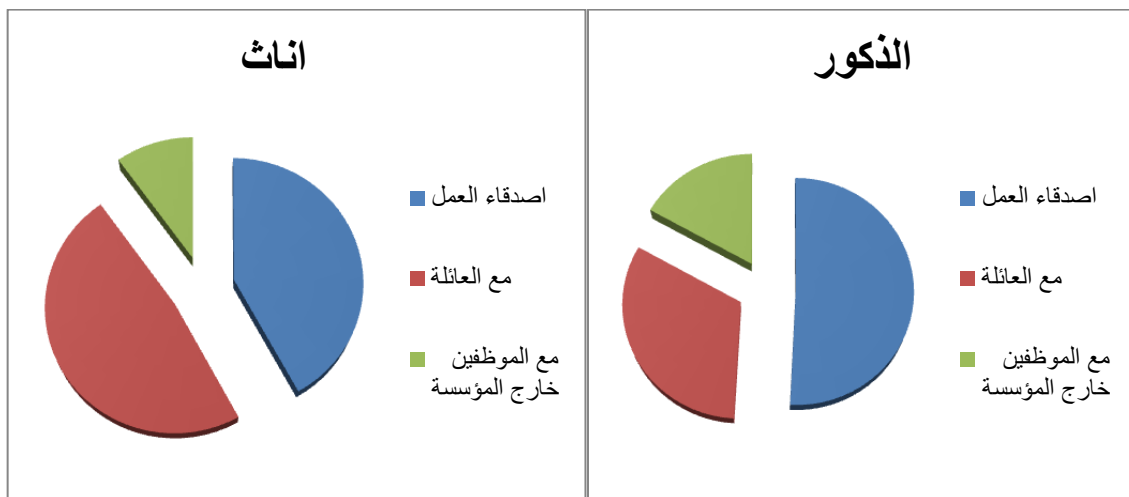


جدول 26: يبين علاقة الجنس بالأشخاص الذين يتصل بهم أفراد العينة أثناء العمل:

الإناث		الذكور		الجنس الأشخاص
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
42.00	21	50,85	30	أصدقاء العمل
48.00	24	32,20	19	مع العائلة
10.00	5	16,95	10	مع الموظفين خارج المؤسسة
100	50	100	59	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الجنس بالأشخاص الذين يتم الاتصال بهم أثناء العمل نجد أن الإناث يتصلون بالعائلة بنسبة 48.00 % مقارنة بالذكور الذين يفضلون الاتصال بالأصدقاء العمل بنسبة 50.84 %

رسم توضيحي 26: يبين علاقة الجنس بالأشخاص الذين يتصل بهم أفراد العينة أثناء العمل:

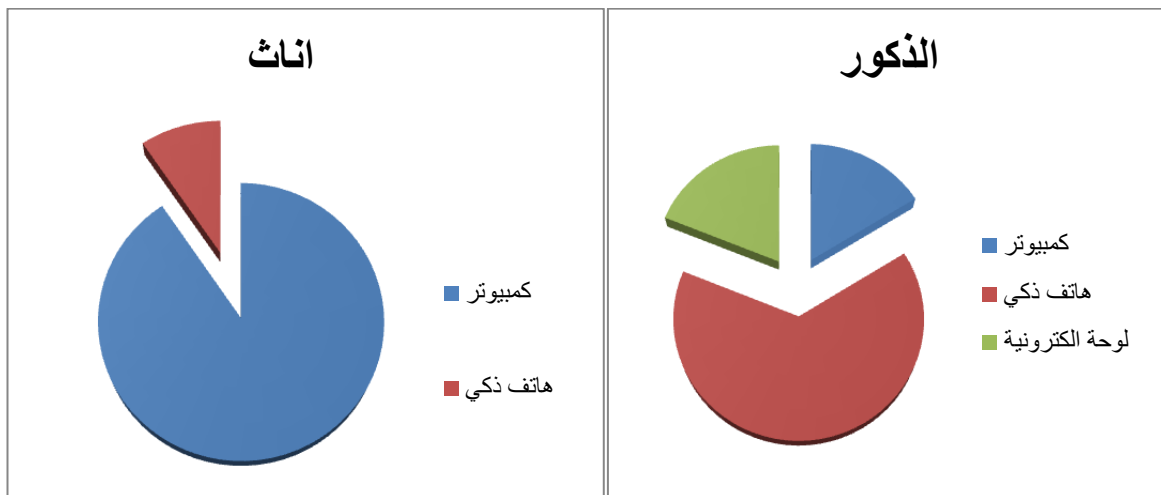


جدول 27: يبين علاقة الجنس بالوسيلة التي يستعملها أثناء التصفح:

الاناث		الذكور		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الوسيلة
90,48	38	16,22	12	كمبيوتر
9,52	04	64,86	48	هاتف ذكي
0,00	00	18,92	14	لوحة الكترونية
100	42	100	74	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الجنس بالوسيلة المستعملة أثناء التصفح حيث يبرز الهاتف الذكي بنسبة 64.86% عند الذكور في نجد أن الإناث يفضلن كمبيوتر كوسيلة للتصفح بنسبة 90.48%.

رسم توضيحي 27: يبين علاقة الجنس بالوسيلة التي يستعملها أثناء التصفح:

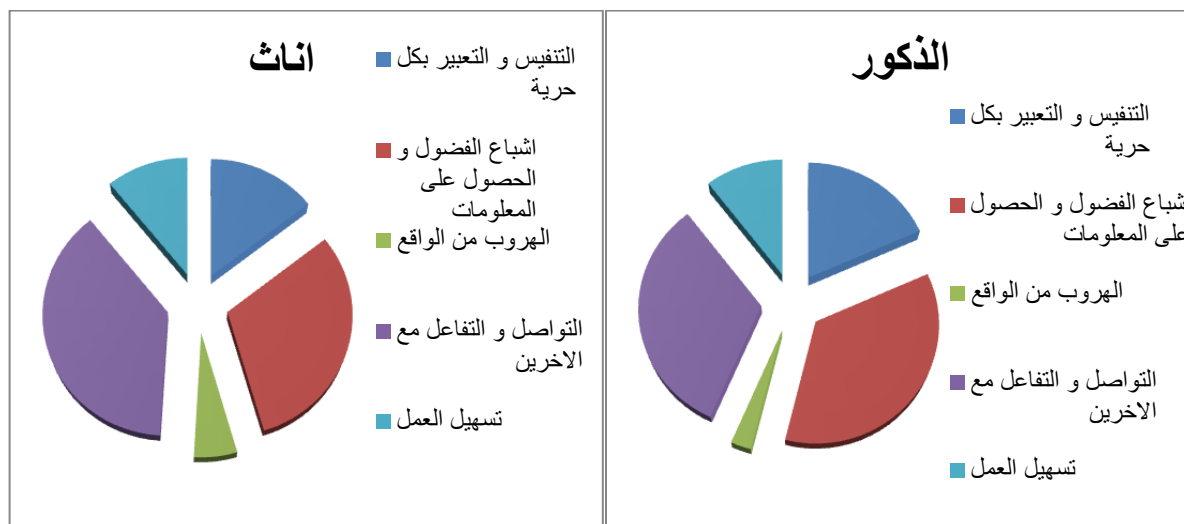


جدول 28: يبين علاقة الجنس بالحاجات التي يلبها الفايسبوك خلال فترة العمل:

الاناث		الذكور		الجنس الحاجات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
14,55	08	18,42	14	التنفيذ و التعبير بكل حرية
30,91	17	35,53	27	إشباع الفضول و الحصول على المعلومات
5,45	03	2,63	02	الهروب من الواقع
38,18	21	32,89	25	التواصل و التفاعل مع الآخرين
10,91	06	10,53	08	تسهيل العمل
100	55	100	76	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الجنس بالحاجات التي يلبها الفايسبوك خلال فترة العمل حيث نجد أن الذكور يستعملون الفايسبوك من اجل إشباع الفضول والحصول على المعلومات بنسبة 35.53%، في حين أن الإناث يستعملونه من اجل التواصل والتفاعل مع الآخرين بنسبة 38.18%.

رسم توضيحي 28: يبين علاقة الجنس بالحاجات التي يلبها الفايسبوك خلال فترة العمل:

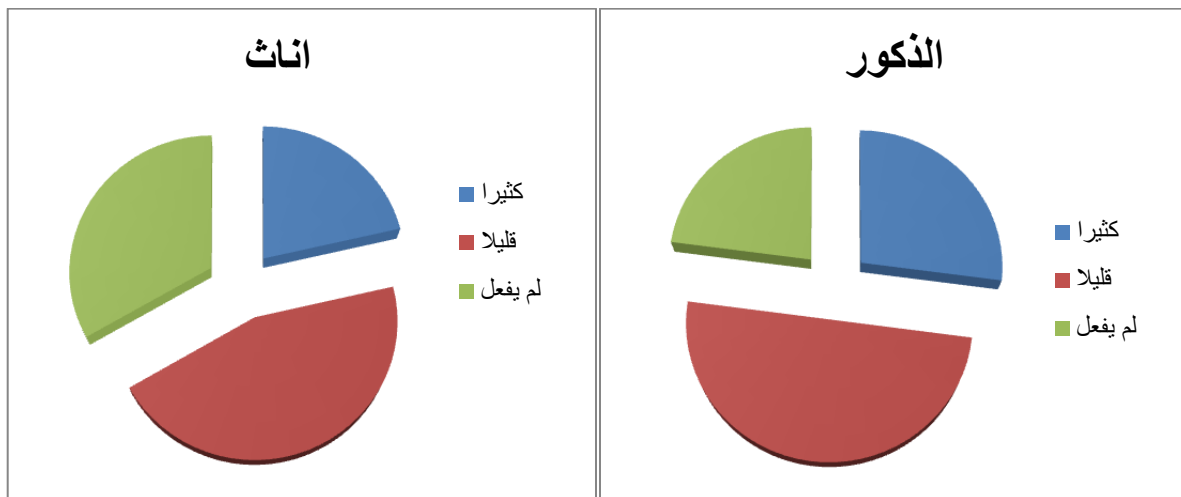


جدول 29: يبين علاقة الجنس بالفايسبوك و زيادة الأداء المهني:

الإناث		الذكور		البدائل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
21,43	09	27,08	13	كثيرا
45,24	19	50,00	24	قليلا
33,33	14	22,92	11	لم يفعل
100	42	100	48	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الجنس بالفايسبوك و زيادة الأداء المهني حيث أن الفيسبوك زاد في الأداء المهني قليلا بنسبة 50.00 % بالنسبة للذكور و 45.24 % فيما يتعلق بالإناث.

رسم توضيحي 29: يبين علاقة الجنس بالفايسبوك و زيادة الأداء المهني:

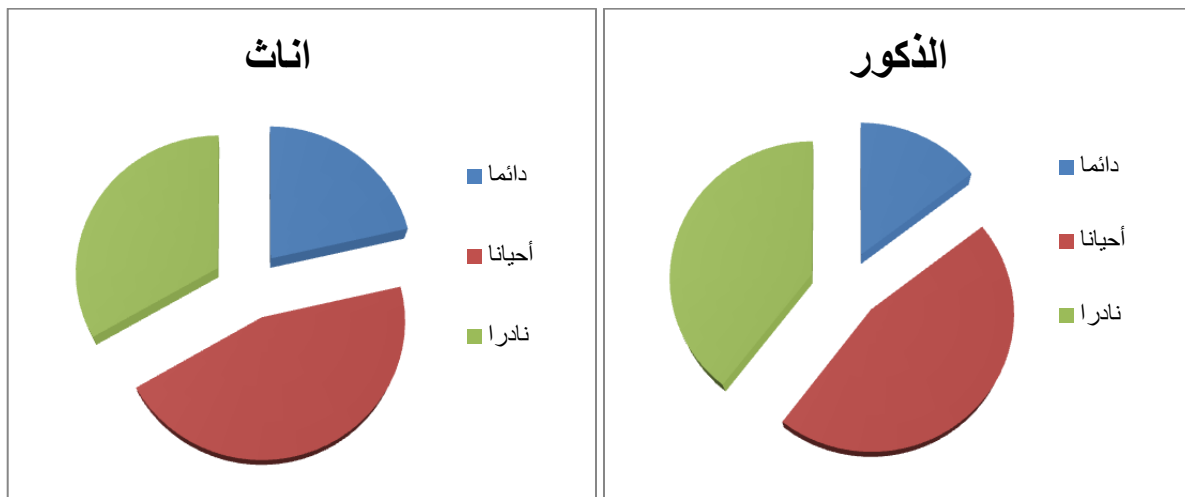


جدول 30: يبين علاقة الجنس بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة:

الإناث		الذكور		البدائل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
7,14	03	14,58	07	دائما
78,57	33	45,83	22	أحيانا
14,29	06	39,58	19	نادرا
100	42	100	48	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الجنس بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة حيث أن أفراد العينة يطلعون أحيانا على ما تنشره صفحة المؤسسة بنسبة 78.57% للإناث و45.83% للذكور.

رسم توضيحي 30: يبين علاقة الجنس بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة:

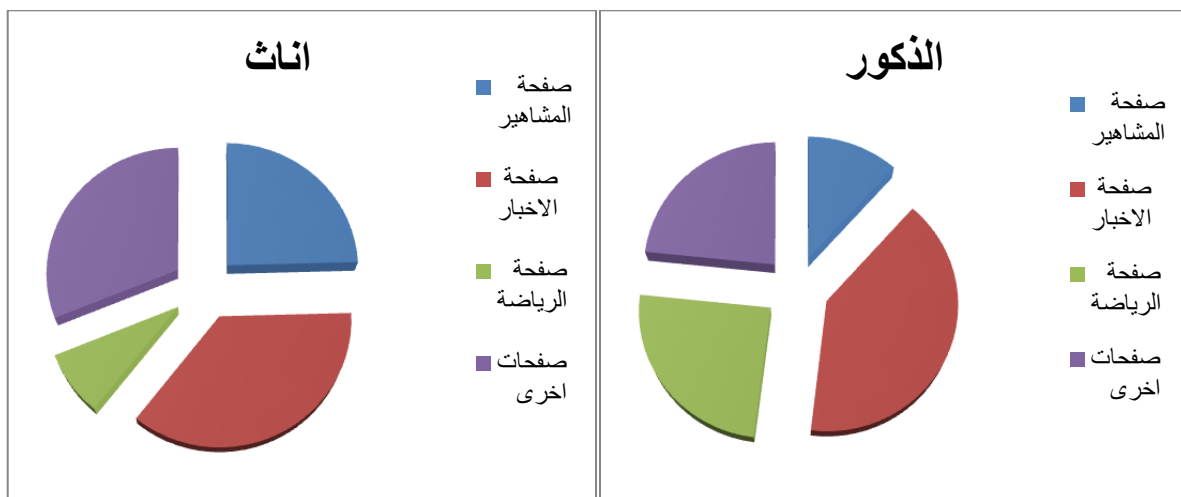


جدول 31: يبين علاقة الجنس والمواقع والصفحات الأكثر تصفحا:

الاناث		الذكور		الجنس المواقع والصفحات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
24,59	15	11,69	09	صفحة المشاهير
36,07	22	40,26	31	صفحة الأخبار
8,20	05	24,68	19	صفحة الرياضة
31,15	19	23,38	18	صفحات اخرى
100	61	100	77	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الجنس والمواقع والصفحات حيث نجد ان الذكور يهتمون أكثر بصفحات الأخبار بنسبة 40.26 % و 24.68 % بالنسبة لصفحات الرياضة في حين أن الإناث بنسبة 36.07 % لصفحات الأخبار و 31.15 % فيما تعلق بالصفحات الأخرى.

رسم توضيحي 31: يبين علاقة الجنس والمواقع والصفحات الأكثر تصفحا:

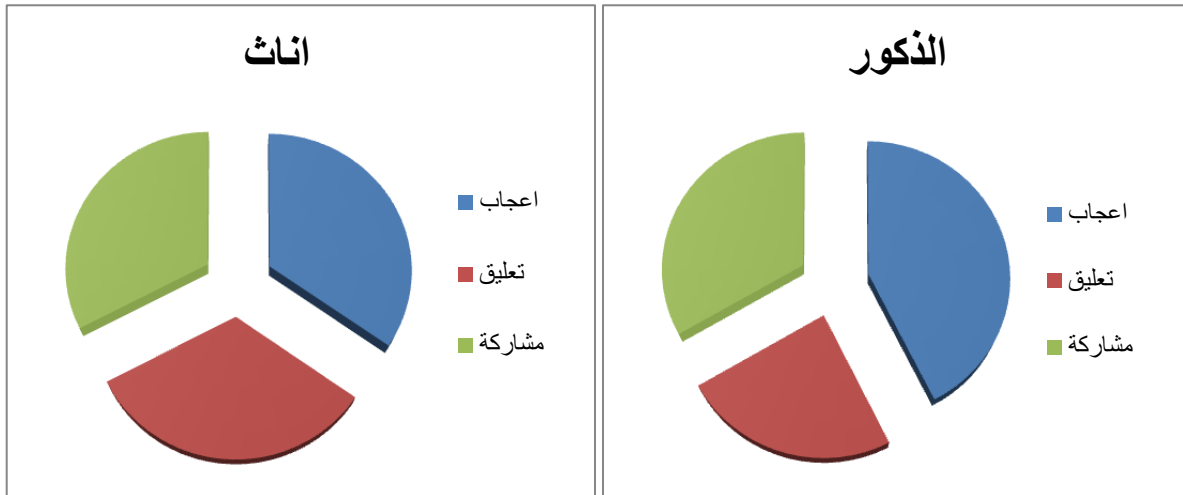


جدول 32: يبين علاقة الجنس وطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:

الاناث		الذكور		الجنس طريقة التفاعل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
34,69	17	42,59	23	اعجاب
32,65	16	24,07	13	تعليق
32,65	16	33,33	18	مشاركة
100	49	100	54	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الجنس وطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة حيث نجد أن الذكور يتفاعلون عن طريق الإعجاب ب 42.59% مقارنة بالإناث ب 34.69%.

رسم توضيحي 32: يبين علاقة الجنس وطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:

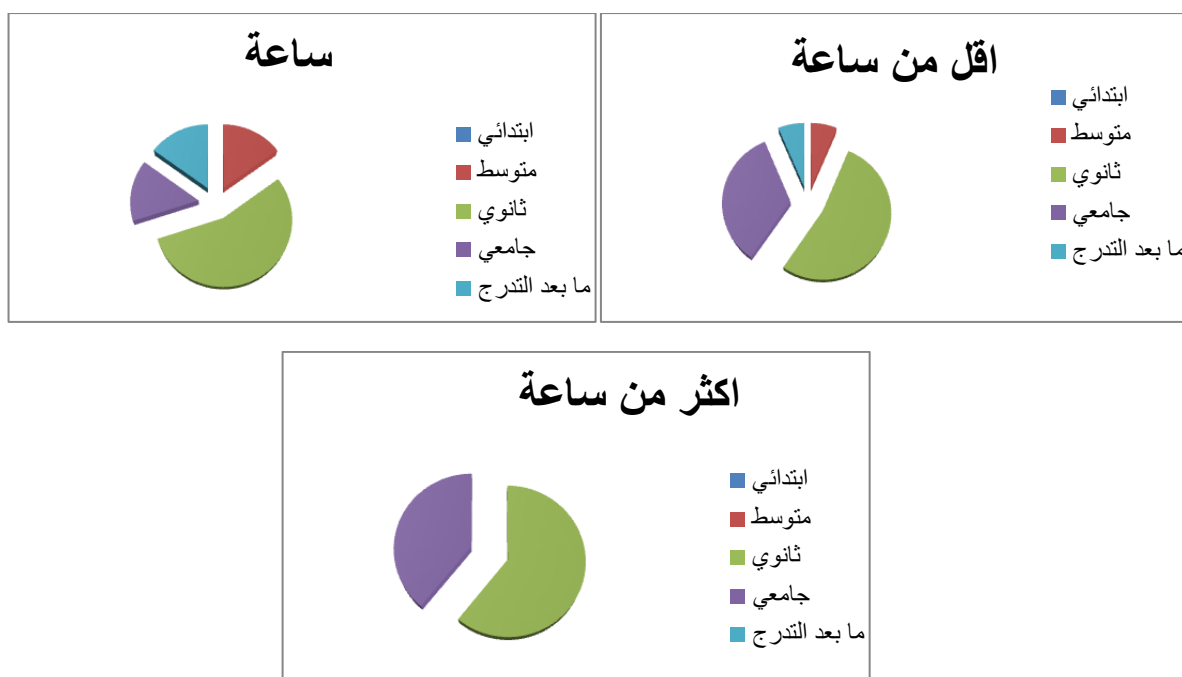


جدول 33: يبين علاقة المستوى التعليمي بمتوسط المدة:

أكثر من ساعة		ساعة		اقل من ساعة		المدة المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	ابتدائي
0,00	00	15,00	03	6,38	03	متوسط
60,87	14	55,00	11	53,19	25	ثانوي
39,13	09	15,00	03	34,04	16	جامعي
0,00	00	15,00	03	6,38	03	ما بعد التدرج
100	23	100	20	100	47	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة المستوى التعليمي بمتوسط المدة التي يقضيها المبحوثين في التفاعل مع الآخرين حيث نجد أن ذوي المستوى الثانوي يقضون أكثر من ساعة في التفاعل مع الآخرين بنسبة 60.87% مقارنة بأصحاب المستوى الجامعي بنسبة 39.13% في حين أصحاب مستوى ما بعد التدرج يقضون اقل ساعة بنسبة 6.38%

رسم توضيحي 33: يبين علاقة المستوى التعليمي بمتوسط المدة:

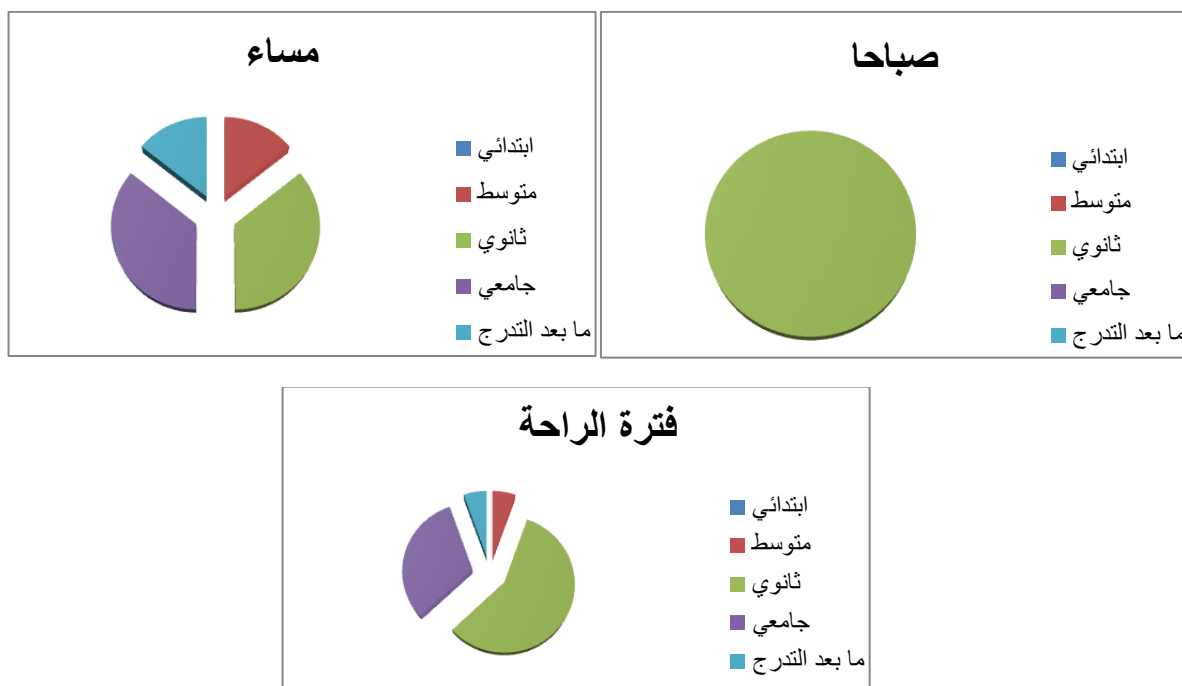


جدول 34: يبين علاقة المستوى التعليمي بالأوقات المفضلة لاستعمال الفيسبوك في العمل:

فترة الراحة		مساء		صباحا		الفترة المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	ابتدائي
5,48	04	15,38	02	0,00	00	متوسط
57,53	42	30,77	04	100,00	04	ثانوي
31,51	23	38,46	05	0,00	00	جامعي
5,48	04	15,38	02	0,00	00	ما بعد التدرج
100	73	100	13	100	4	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة المستوى التعليمي بالأوقات المفضلة في استعمال الفيسبوك في العمل حيث أن غالبية أفراد العينة على اختلاف مستوياتهم التعليمية يفضلون استخدام الفيسبوك في فترة الراحة بنسبة 57.53% للثانوي و للجامعي 5.48% بالنسبة للمتوسط وما بعد التدرج.

رسم توضيحي 34: يبين علاقة المستوى التعليمي بالأوقات المفضلة لاستعمال الفيسبوك في العمل:

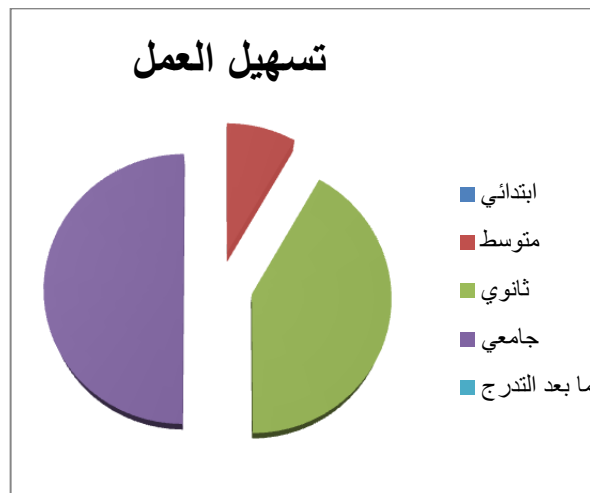
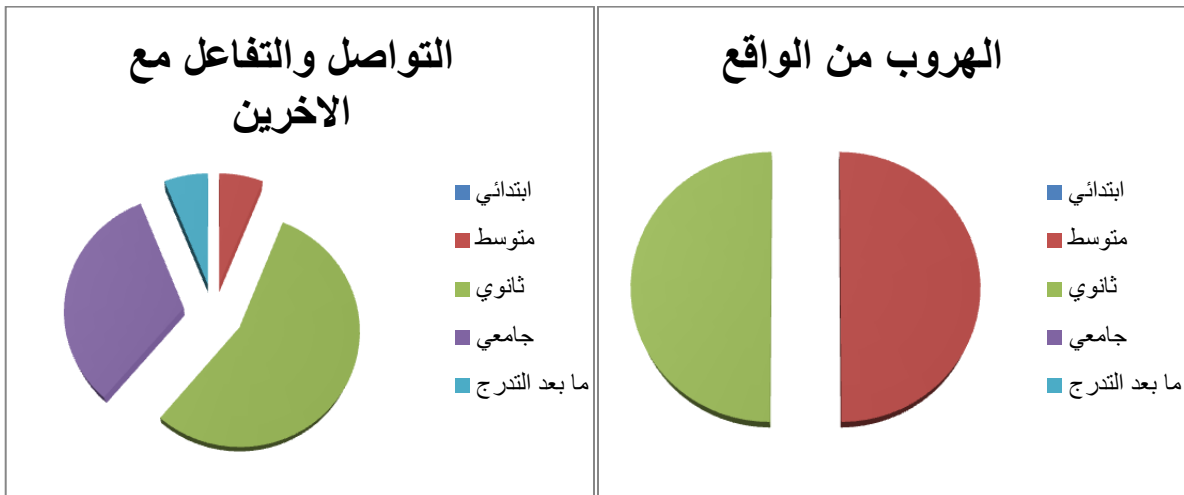
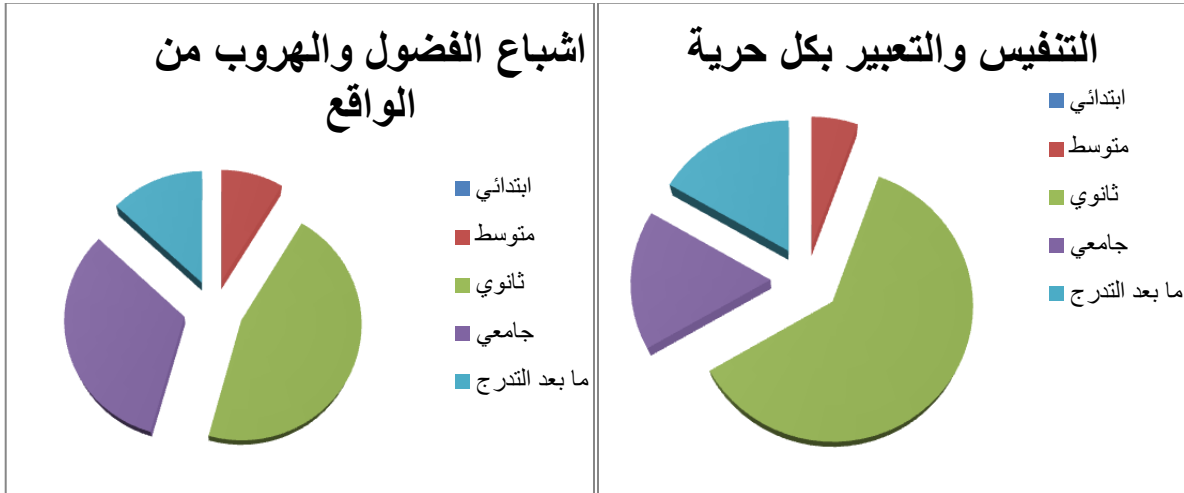


جدول 35: يبين علاقة المستوى التعليمي بالحاجات التي يلبيها الفيسبوك:

تسهيل العمل		التواصل والتفاعل		الهروب من الواقع		اشباع الفضول والحصول على المعلومات		التنفس والتعبير بكل حرية		الحاجات المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,00	00	ابتدائي
8,33	02	6,12	03	50,00	01	8,70	04	5,56	01	متوسط
41,67	10	55,10	27	50,00	01	45,65	21	61,11	11	ثانوي
50,00	12	32,65	16	0,00	00	32,61	15	16,67	03	جامعي
0,00	00	6,12	03	0,00	00	13,04	06	16,67	03	ما بعد التدرج
100	24	100	49	100	02	100	46	100	18	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة المستوى التعليمي بالحاجات التي يلبيها الفيسبوك أن أصحاب المستوى الثانوي يستعملون الفيسبوك من اجل التواصل والتفاعل مع الآخرين بنسبة 55.10% في حين أن أصحاب المستوى الجامعي يستعملونه من اجل تسهيل العمل وتهيئة الجو الخاص بالعمل من خلال الاطلاع على كل ما هو جديد في ميدان العمل من الإعلانات ومقررات ذات أهمية في العمل.

رسم توضيحي 35: يبين علاقة المستوى التعليمي بالحاجات التي يلبها الفيسبوك:

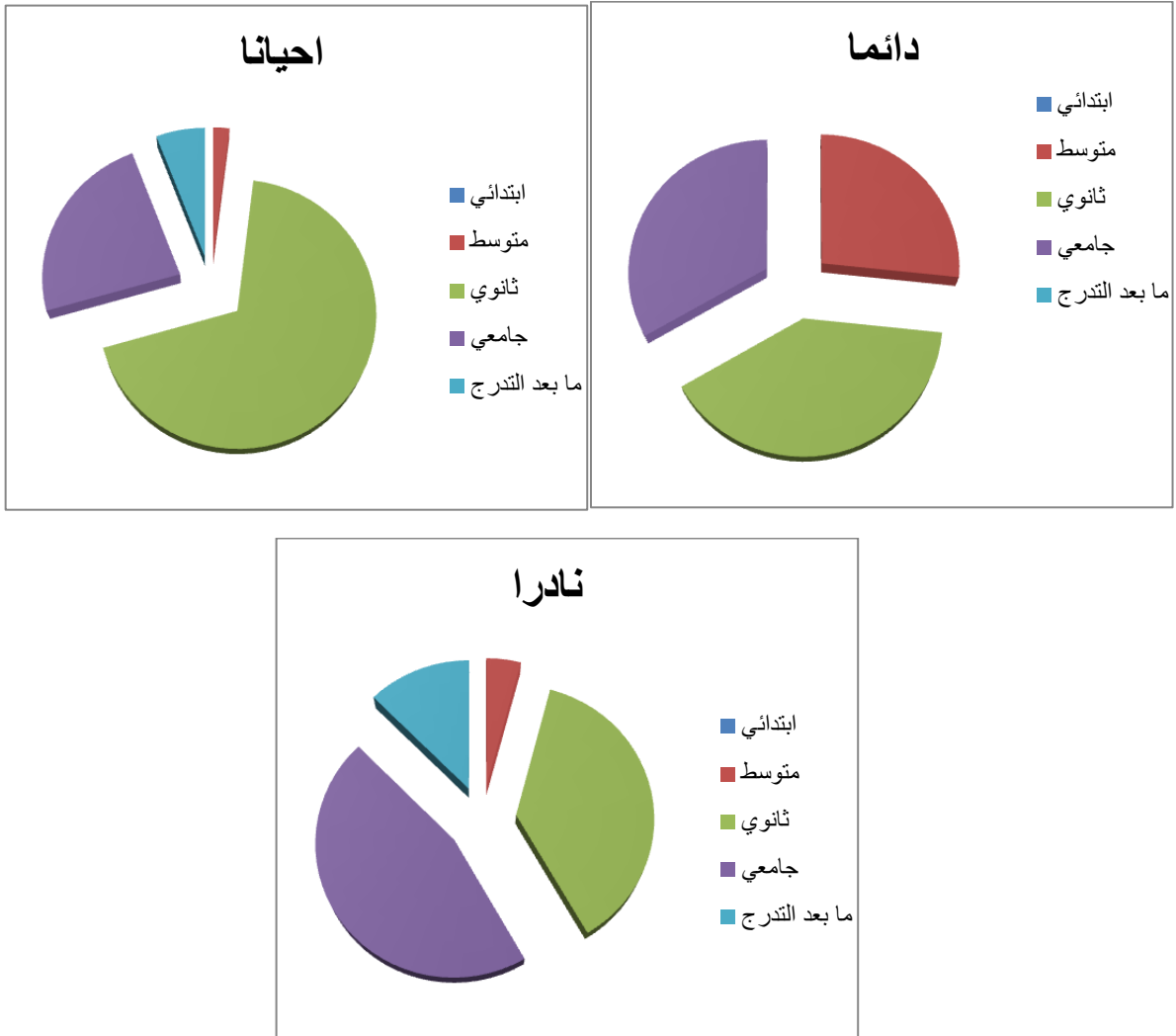


جدول 36: يبين علاقة المستوى التعليمي بالاطلاع على صفحة المؤسسة:

نادرا		أحيانا		دائما		المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	ابتدائي
4,17	01	1,96	01	26,67	04	متوسط
37,50	09	68,63	35	40,00	06	ثانوي
45,83	11	23,53	12	33,33	05	جامعي
12,50	03	5,88	03	0,00	00	ما بعد التدرج
100	24	100	51	100	15	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة المستوى التعليمي والاطلاع على صفحة المؤسسة حيث نجد أن أصحاب المستوى الثانوي يطلعون أحيانا بنسبة 68.63% في حين أصحاب المستوى الجامعي لا يطلعون إلا نادرا بنسبة 45.83% في حين ان أصحاب المستوى المتوسط تجدهم على اطلاع دائم بما ينشر في صفحة المؤسسة بنسبة 26.67% في حين أن أصحاب المستوى الجامعي لا يطلعون إلا نادرا صفحة المؤسسة وهذا راجع إلى ارتباط أصحاب المستوى الجامعي بالمناصب الحساسة والتي تتطلب الحضور الفعلي في مكان العمل .

رسم توضيحي 36: يبين علاقة المستوى التعليمي بالاطلاع على صفحة المؤسسة:

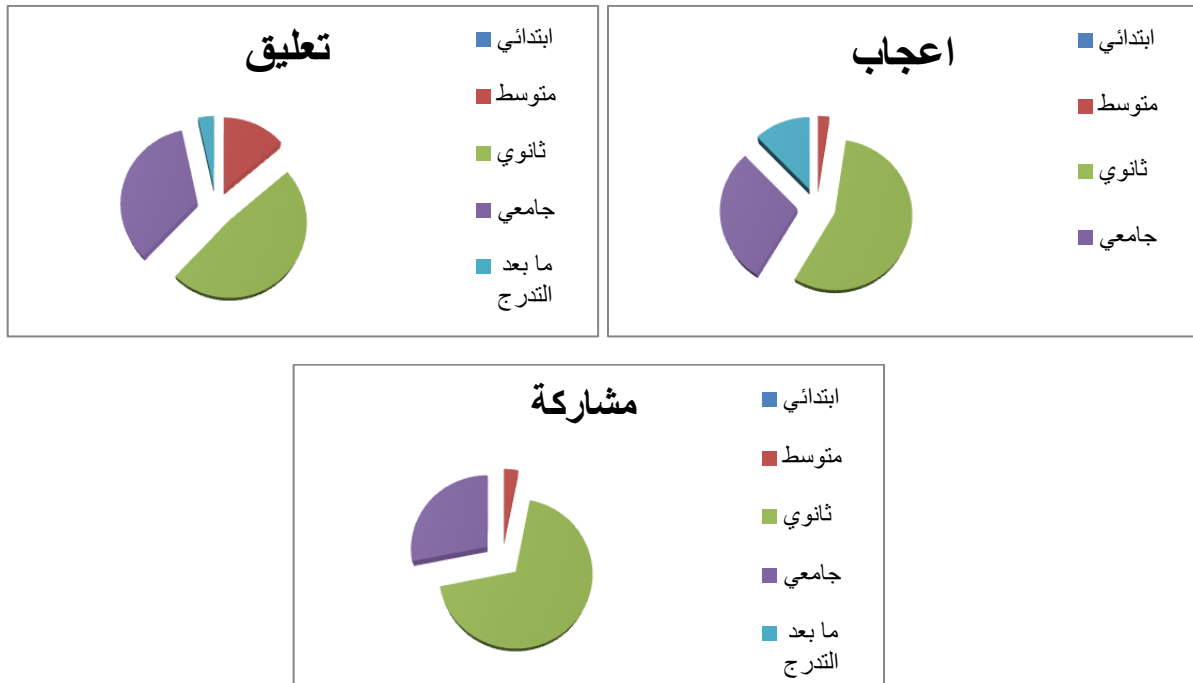


جدول 37: يبين علاقة المستوى التعليمي بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:

مشاركة		تعليق		إعجاب		المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	ابتدائي
3,13	01	13,79	04	2,44	01	متوسط
68,75	22	48,28	14	56,10	23	ثانوي
28,13	09	34,48	10	29,27	12	جامعي
0,00	00	3,45	01	12,20	05	ما بعد التدرج
100	32	100	29	100	41	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة المستوى التعليمي بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة حيث نجد أن ذوي المستوى الثانوي تتميز طريقة التفاعل بالمشاركة بنسبة 68.75% في حين أن أصحاب المستوى الجامعي يعلقون على ما تقدمه الصفحة بنسبة 34.48% أما فيما يخص أصحاب مستوى ما بعد التدرج فغالبيتهم يتفاعلون بالإعجاب بنسبة 12.20%

رسم توضيحي 37: يبين علاقة المستوى التعليمي بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:

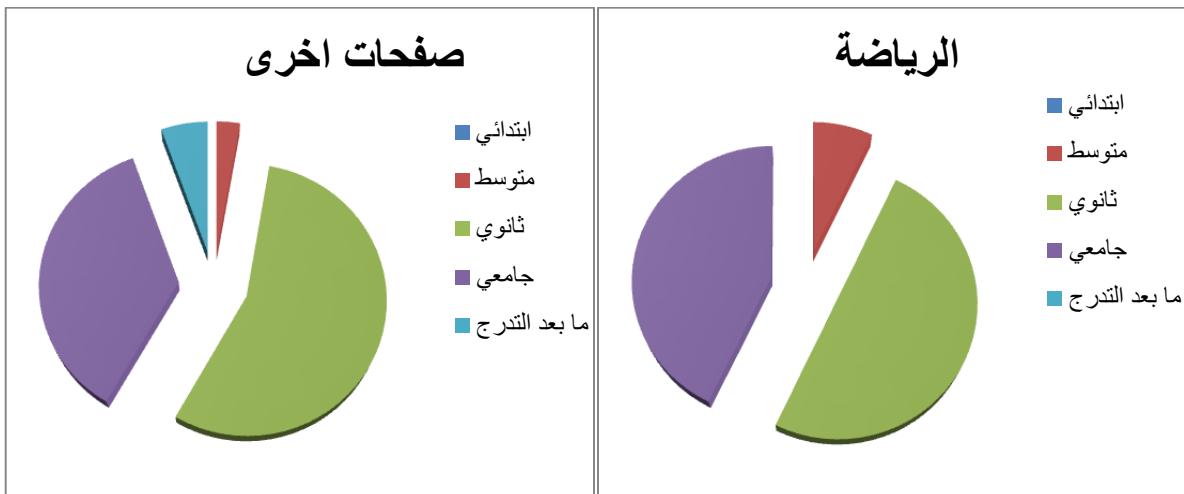
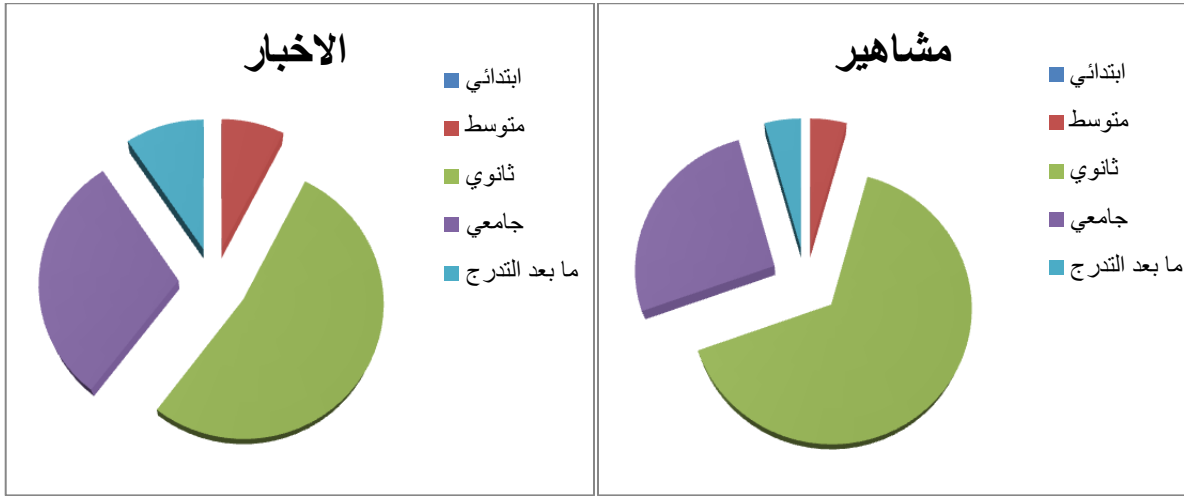


جدول 38: يبين علاقة المستوى التعليمي بالمواقع والصفحات الأكثر تتبعا:

صفحات أخرى		الرياضة		الأخبار		مشاهير		البدائل المستوى التعليمي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0,00	00	0,00	00	0,00	00	0,00	00	ابتدائي
2,78	01	7,14	01	7,55	04	4,35	01	متوسط
55,56	20	50,00	07	52,83	28	65,22	15	ثانوي
36,11	13	42,86	06	30,19	16	26,09	06	جامعي
5,56	02	0,00	00	9,43	05	4,35	01	ما بعد التدرج
100	36	100	14	100	53	100	23	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة المستوى التعليمي بالمواقع والصفحات حيث نجد أن غالبية أفراد العينة يتابعون الأخبار وهذا راجع إلى الظرف الراهن والأحداث السياسية التي تشهدها البلاد بنسبة 52.83% و 30.19% بالنسبة للجامعي و 9.43% لذوي مستوى ما بعد التدرج وأخيرا 7.55% للمتوسط

رسم توضيحي 38: يبين علاقة المستوى التعليمي بالمواقع والصفحات الأكثر تتبعا:

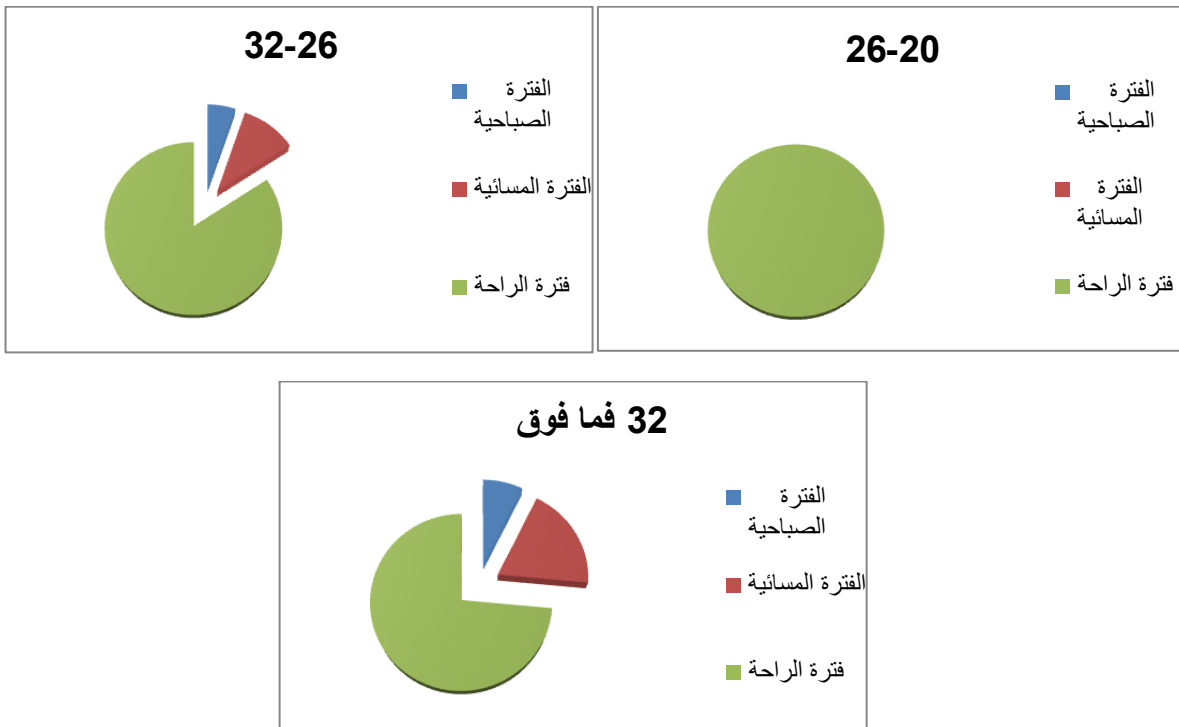


جدول 39: يبين علاقة السن بالأوقات المفضلة لاستعمال الفيسبوك:

32 فما فوق		32 - 26		26-20		السن الأوقات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
7,35	05	5,26	01	0,00	00	الفترة الصباحية
19,12	13	10,53	02	0,00	00	الفترة المسائية
73,53	50	84,21	16	100,00	03	فترة الراحة
100	68	100	19	100	03	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة السن بالأوقات المفضلة لاستعمال الفيسبوك نجد أن معظم أفراد العينة يستعملون الفيسبوك في أوقات الراحة حسب إحصائيات المينة في الجدول أعلاه وهو ما يفهم منه عدم ارتباط الفيسبوك بالوظيفة.

رسم توضيحي 39: يبين علاقة السن بالأوقات المفضلة لاستعمال الفيسبوك:

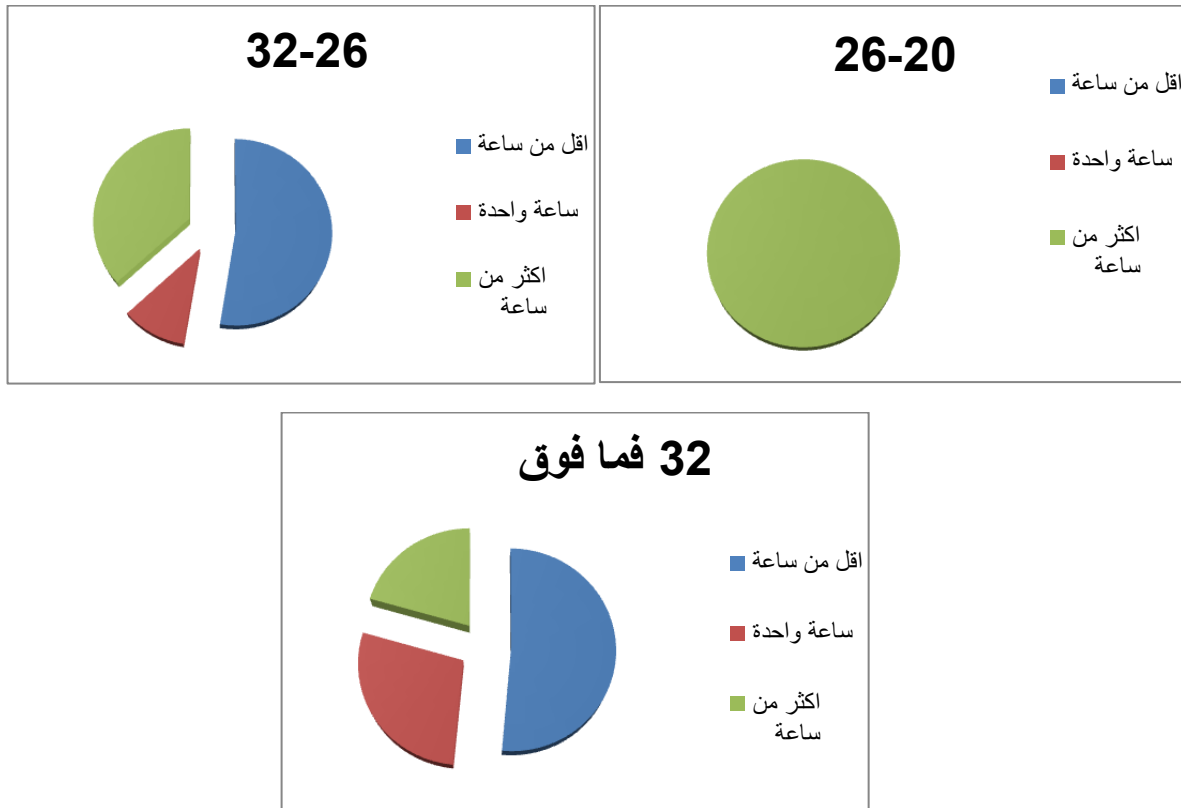


جدول 40: يبين علاقة السن بمتوسط مدة التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل:

32 فما فوق		32 - 26		26-20		السن المدة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
51,47	35	52,63	10	0,00	00	اقل من ساعة
27,94	19	10,53	2	0,00	00	ساعة واحدة
20,59	14	36,84	07	100,00	03	اكثر من ساعة
100	68	100	19	100	03	المجموع

يتضح من خلال الإحصائيات المحددة في الجدول أعلاه و الذي يبين علاقة السن بمتوسط مدة التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل أن معظم أفراد العينة تعتبر الفيسبوك كعنصر ثانوي استنادا إلى الوقت المخصص للتفاعل مع الآخرين والمحدد في مجمله بأقل من ساعة.

رسم توضيحي 40: يبين علاقة السن بمتوسط مدة التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل:

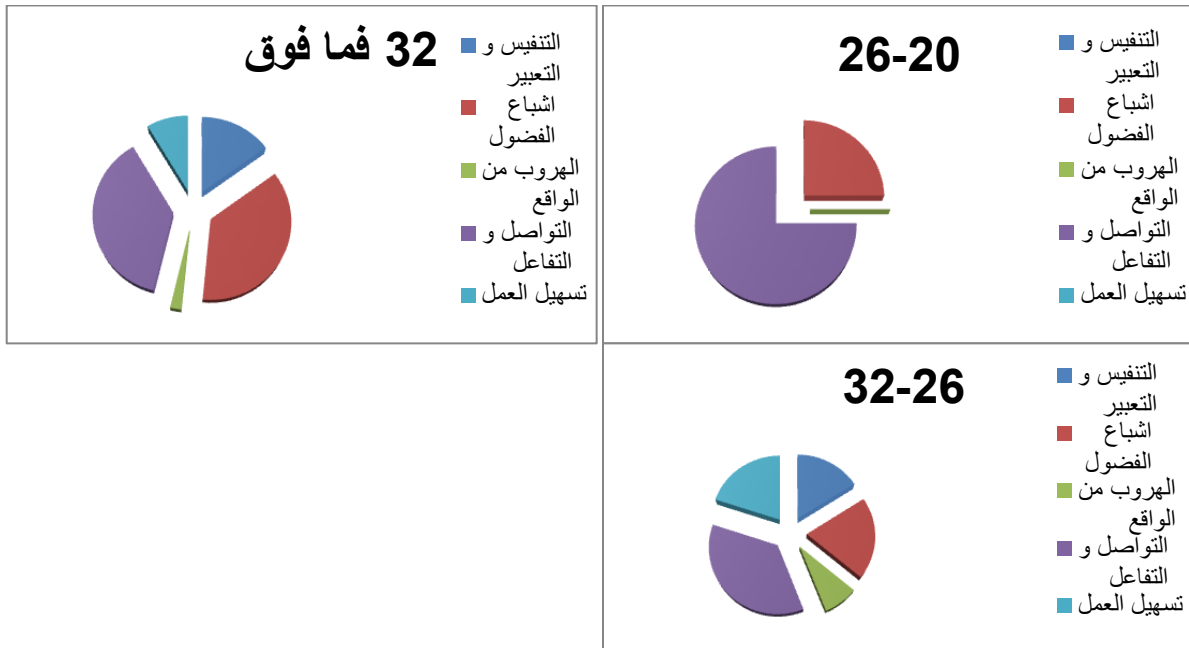


جدول 41: يبين علاقة السن بالحاجات التي يلبيها الفيسبوك:

32 فما فوق		32 - 26		26-20		السن الحاجات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
15,05	14	16,00	04	0,00	00	التنقيس و التعبير
36,56	34	20,00	05	25,00	01	اشباع الفضول
2,15	02	8,00	02	0,00	00	الهروب من الواقع
37,63	35	36,00	09	75,00	03	التواصل و التفاعل
8,60	08	20,00	05	0,00	00	تسهيل العمل
100	93	100	25	100	04	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة السن بالحاجات التي يلبيها الفيسبوك حيث غالبية أفراد العينة على اختلاف أعمارهم يستعملون الفيسبوك من اجل التواصل والتفاعل وإشباع الفضول والحصول على المعلومات نظرا للارتباط الوثيق بين هذين العنصرين باعتبارهما أهم الحاجات المراد بلوغها من استعمال الفيسبوك

رسم توضيحي 41: يبين علاقة السن بالحاجات التي يلبيها الفيسبوك:



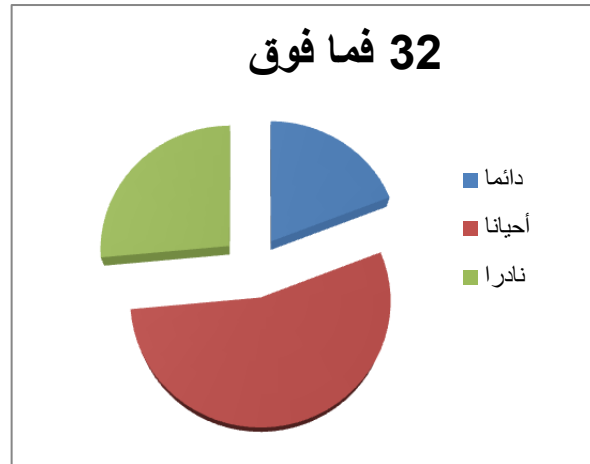
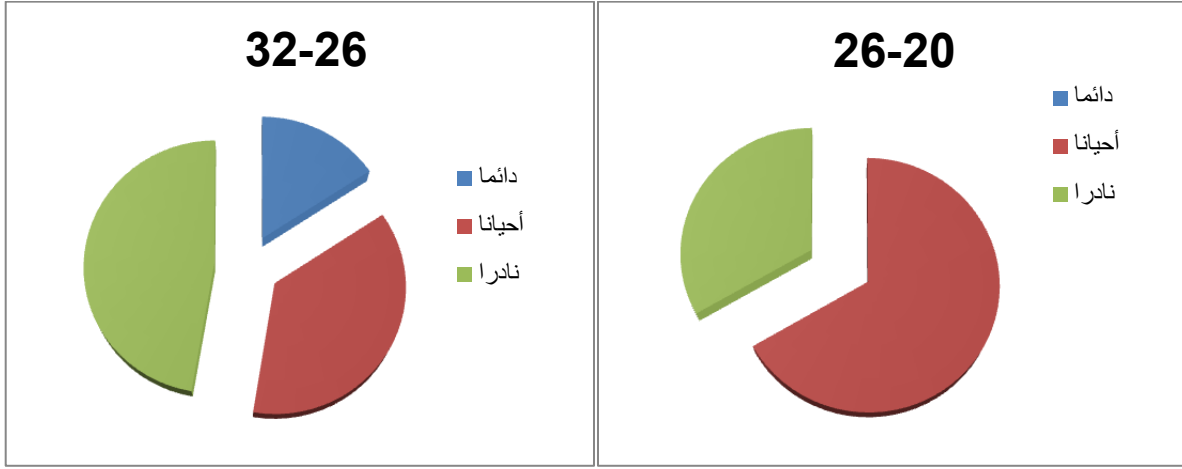
جدول 42: يبين علاقة السن بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة:

32 فما فوق		32 - 26		26-20		السن البدائل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
19,12	13	15,79	03	0,00	00	دائما
54,41	37	36,84	07	66,67	02	أحيانا
26,47	18	47,37	09	33,33	01	نادرا
100	68	100	19	100	03	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة السن بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة حيث نجد إن أفراد العينة يطلعون أحيانا على ما تنشره صفحة المؤسسة وهذا راجع الى عاملين:

- 1- اختلاف أهمية المواضيع التي تنشرها صفحة المؤسسة
- 2- تحصيل حاصل للتحليل المنوه عنه سابقا خاصة ما تعلق منه بفترة ومدى التفاعل والمحددتين لمدى أهمية الفيسبوك لأفراد العينة في فضاء العمل.

رسم توضيحي 42: يبين علاقة السن بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة:

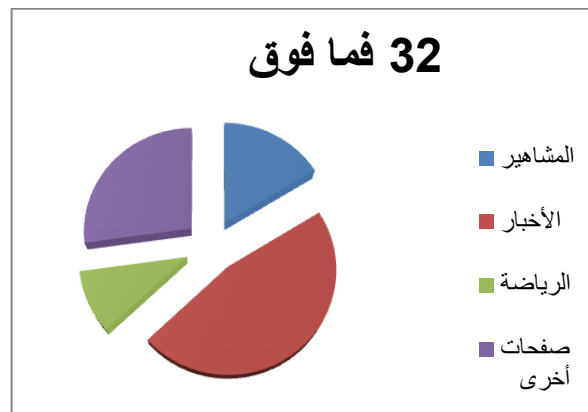
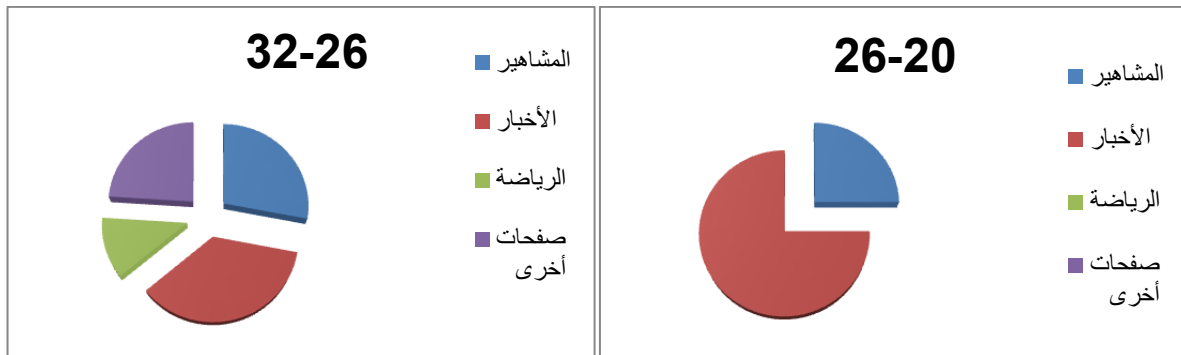


جدول 43: يبين علاقة السن بالمواقع و الصفحات الأكثر تتبعا:

32 فما فوق		32 - 26		26-20		السن الصفحات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
16,30	15	28,00	07	25,00	01	المشاهير
46,74	43	36,00	09	75,00	03	الأخبار
9,78	09	12,00	03	0,00	00	الرياضة
27,17	25	24,00	06	0,00	00	صفحات أخرى
100	92	100	25	100	04	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة السن بالمواقع والصفحات حيث نجد ان غالبية أفراد العينة يتابعون الأخبار وهذا راجع إلى الظرف الراهن والأحداث السياسية التي تشهدها البلاد خاصة والأخبار الدولية بصفة عامة.

رسم توضيحي 43: يبين علاقة السن بالمواقع و الصفحات الأكثر تتبعا:

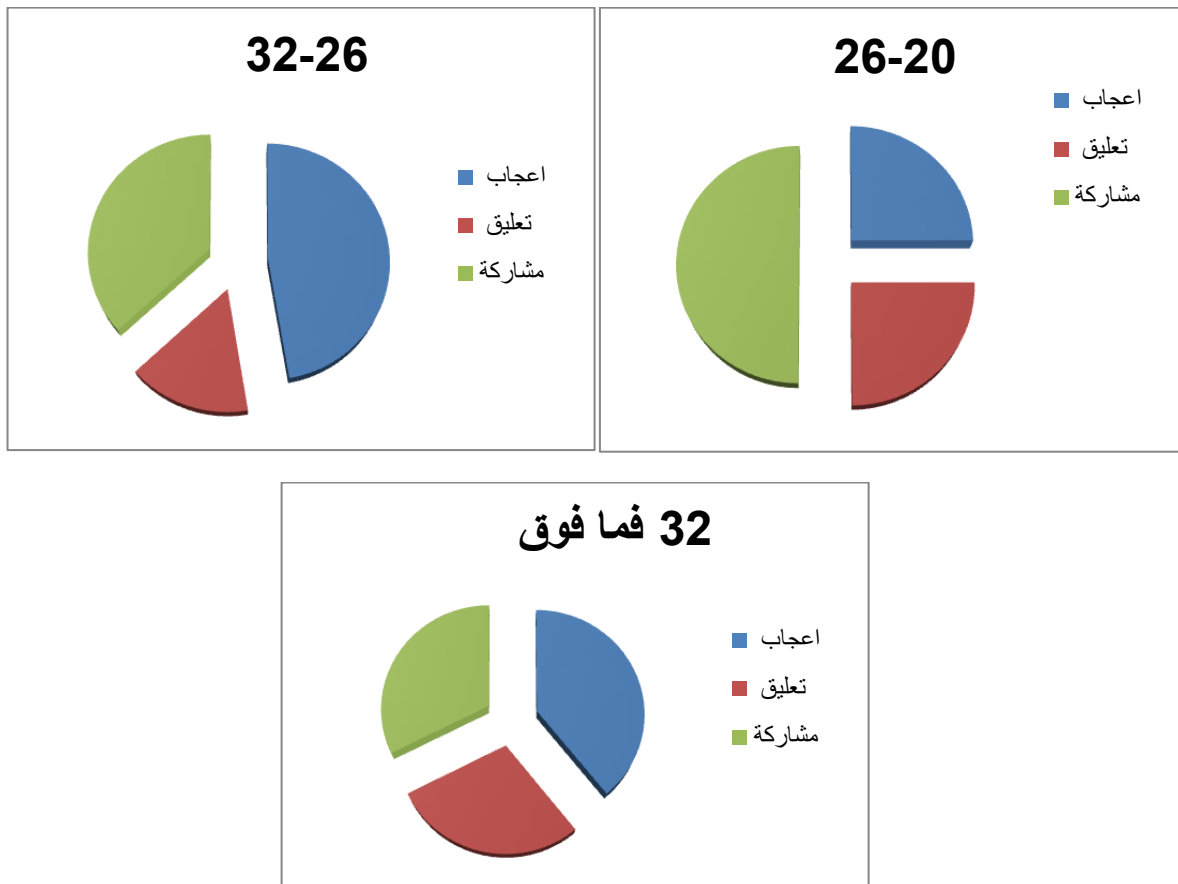


جدول 44: يبين علاقة السن بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:

32 فما فوق		32 - 26		26-20		السن البدائل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
39,19	29	47,37	09	25,00	01	اعجاب
28,38	21	15,79	03	25,00	01	تعليق
32,43	24	36,84	07	50,00	02	مشاركة
100	74	100	19	100	04	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة السن بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة حيث ان فئة من 26-20 تتفاعل مع صفحة المؤسسة بالمشاركة بخلاف فئتي من 32-26 وأكثر من 32 سنة الذين يتفاعلون بالإعجاب بدرجة اكبر مقارنة بالمشاركة.

رسم توضيحي 44: يبين علاقة السن بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:

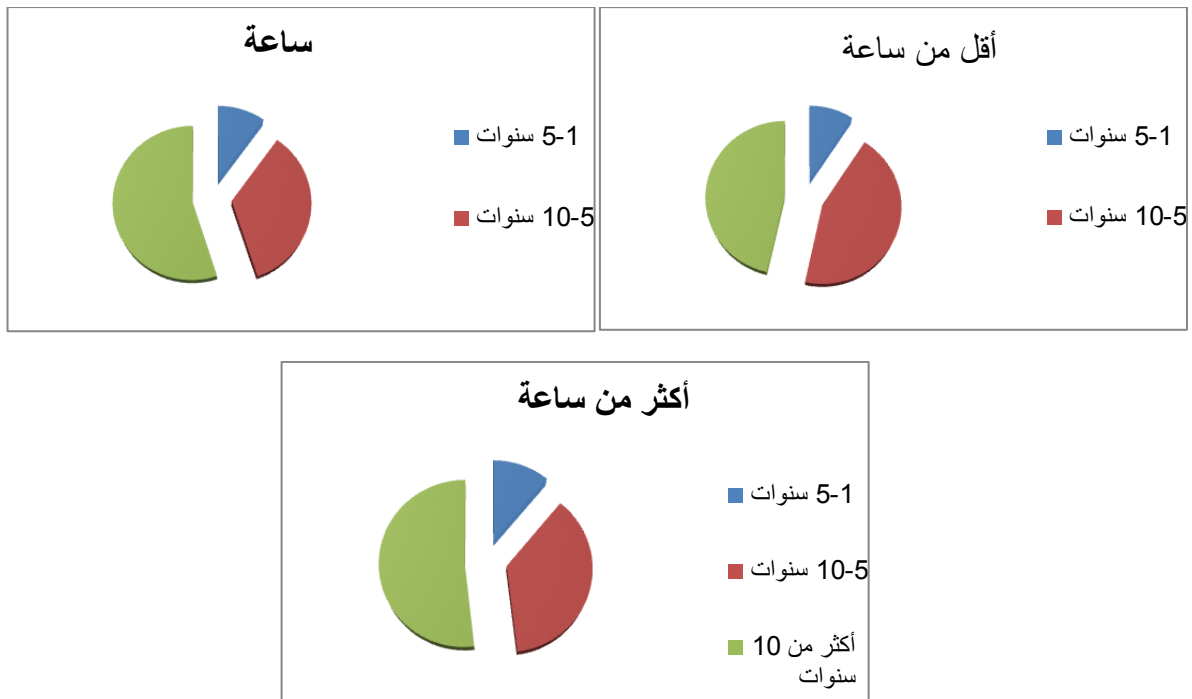


جدول 45: يبين علاقة الخبرة المهنية بمتوسط مدة التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل

أكثر من ساعة		ساعة		أقل من ساعة		المدة الخبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
11,11	03	10,00	02	9,30	04	1-5 سنوات
37,04	10	35,00	07	44,19	19	5-10 سنوات
51,85	14	55,00	11	46,51	20	أكثر من 10 سنوات
100	27	100	20	100	43	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الخبرة المهنية بمتوسط مدة التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل، نجد أن النسب الأكثر من 10 سنوات تكراراتها كبيرة من الفئات الأخرى وفي جميع المراحل وهذا راجع إلى الخبرة المهنية التي تجعل من الموظف السيطرة على جميع الفترات وينسب عالية.

رسم توضيحي 45: يبين علاقة الخبرة المهنية بمتوسط مدة التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل



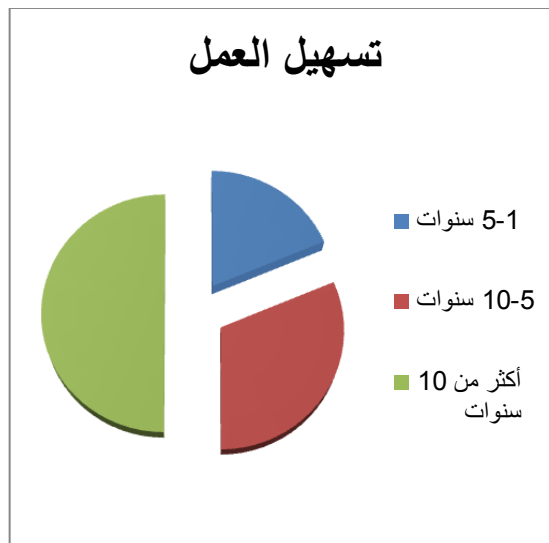
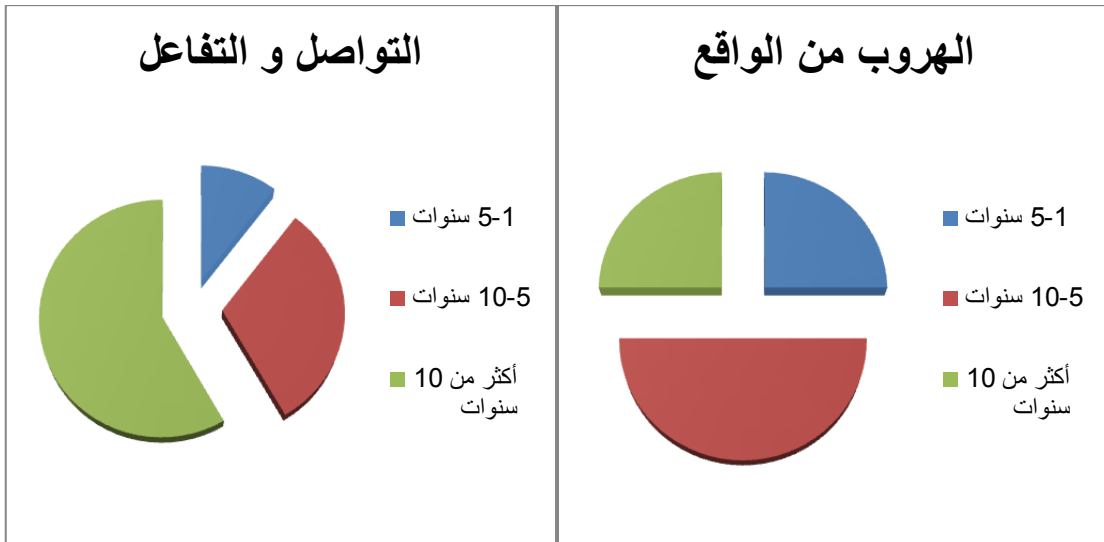
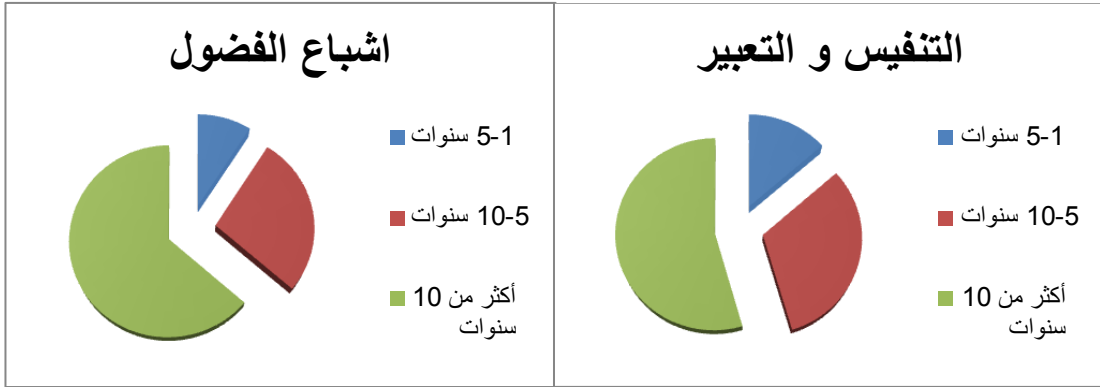
جدول 46: يبين علاقة الخبرة المهنية بالحاجات التي يلبها الفايبيوك:

تسهيل العمل		التواصل و التفاعل		الهروب من الواقع		اشباع الفضول		التنفيس و التعبير		الحاجات الخبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
18,75	03	10,42	05	25,00	01	9,09	04	13,64	03	1-5 سنوات
31,25	05	31,25	15	50,00	02	27,27	12	31,82	07	5-10 سنوات
50,00	08	58,33	28	25,00	01	63,64	28	54,55	12	أكثر من 10 سنوات
100	16	100	48	100	04	100	44	100	22	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الخبرة المهنية بالحاجات التي يلبها الفايبيوك ومن خلال النتائج المتوصل إليها بعد تفريغ الاستمارات أن فئة أكثر من 10 سنوات خبرة بنسب كبيرة في جميع الحالات ، بينما تليها الفئة من 5-10 سنوات فهي متوسطة نوعا ما، أما الفئة من 1-5 سنوات من الخبرة نجد تكراراتها قليلة.

نستنتج هنا أن حاجيات الموظف تزداد من وقت إلى آخر ومن فئة إلى أخرى حسب متطلبات كل شخص.

رسم توضيحي 46: يبين علاقة الخبرة المهنية بالحاجات التي يلبيها الفايسبوك:



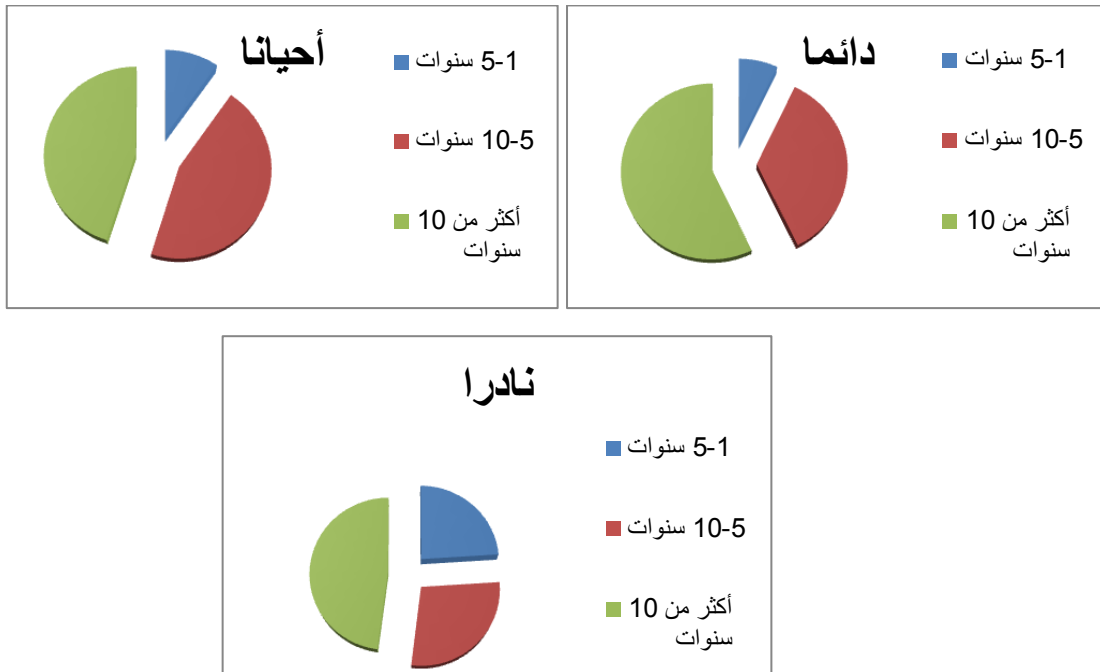
جدول 47: يبين علاقة الخبرة المهنية بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة:

نادرا		أحيانا		دائما		المدة الخبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
24,00	06	9,80	05	7,14	01	5-1 سنوات
28,00	07	45,10	23	35,71	05	10-5 سنوات
48,00	12	45,10	23	57,14	08	أكثر من 10 سنوات
100	25	100	51	100	14	المجموع

يتضح من الجدول الذي يبين علاقة الخبرة المهنية بالاطلاع على ما تنشره الصفحة ، فنجد الفترة الأكثر تتبعاً هي الفئة الأكثر من 10 سنوات، تليها الفئة بنسب متوسطة من 5-10 سنوات وفي الأخير الفئة من 1-5 سنوات بنسبة ضئيلة .

ومن هنا نستنتج أن الخبرة المهنية تلعب دور مهم على الوقت الذي يقضيه الموظف خلال فترة العمل فالعامل كلما زادت خبرته في الأداء زاد تصفحه على الفيسبوك والعكس صحيح.

رسم توضيحي 47: يبين علاقة الخبرة المهنية بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة:

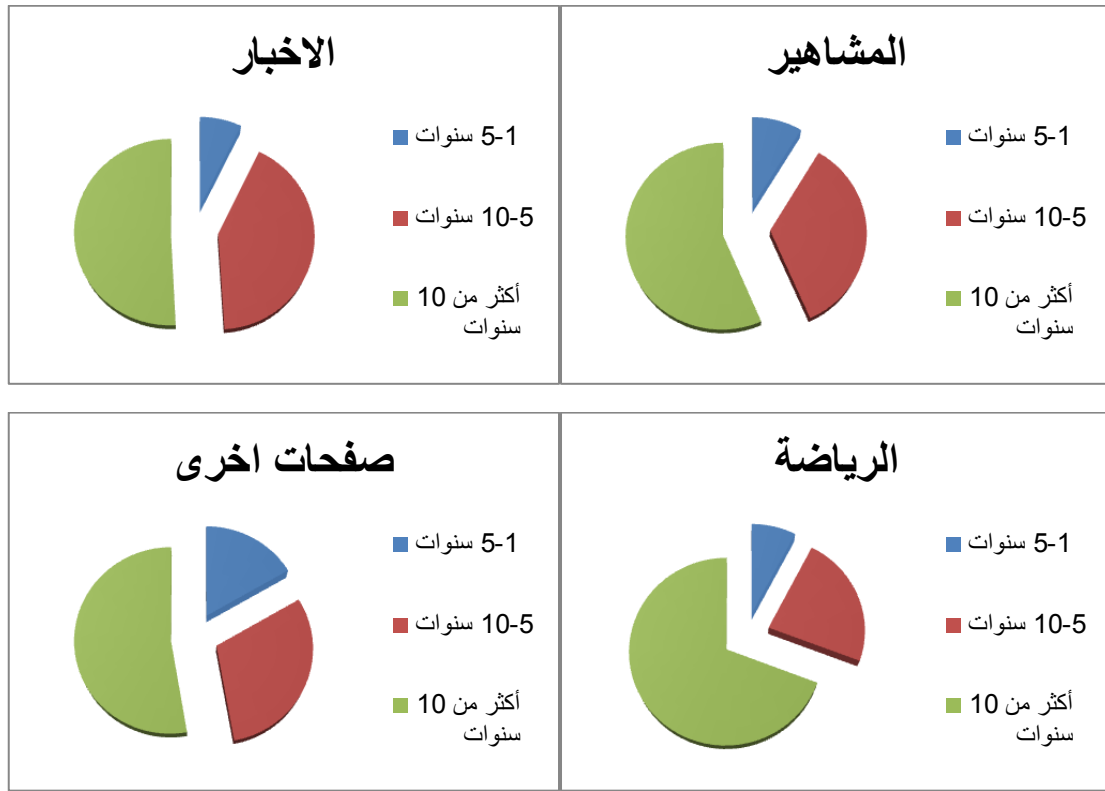


جدول 48: يبين علاقة الخبرة المهنية بالمواقع و الصفحات الأكثر تتبعا:

صفحات أخرى		الرياضة		الاخبار		المشاهير		الصفحات الخبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
16,67	06	7,69	01	7,27	04	8,70	02	1-5 سنوات
30,56	11	23,08	03	41,82	23	34,78	08	5-10 سنوات
52,78	19	69,23	09	50,91	28	56,52	13	أكثر من 10 سنوات
100	36	100	13	100	55	100	23	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الخبرة المهنية بالصفحات الأكثر تتبعا، فهي تتفاوت حسب الخبرة وحسب الصفحة، فنجد أن الفئة الأكثر تتبعا هي أكثر من 10 سنوات، تأتي الفئة من 5-10 سنوات في المرتبة الثانية، وفي الأخير نجد الفئة من 1-5 سنوات وبتكرارات متفاوتة حسب النسب.

رسم توضيحي 48: يبين علاقة الخبرة المهنية بالمواقع و الصفحات الأكثر تتبعا:



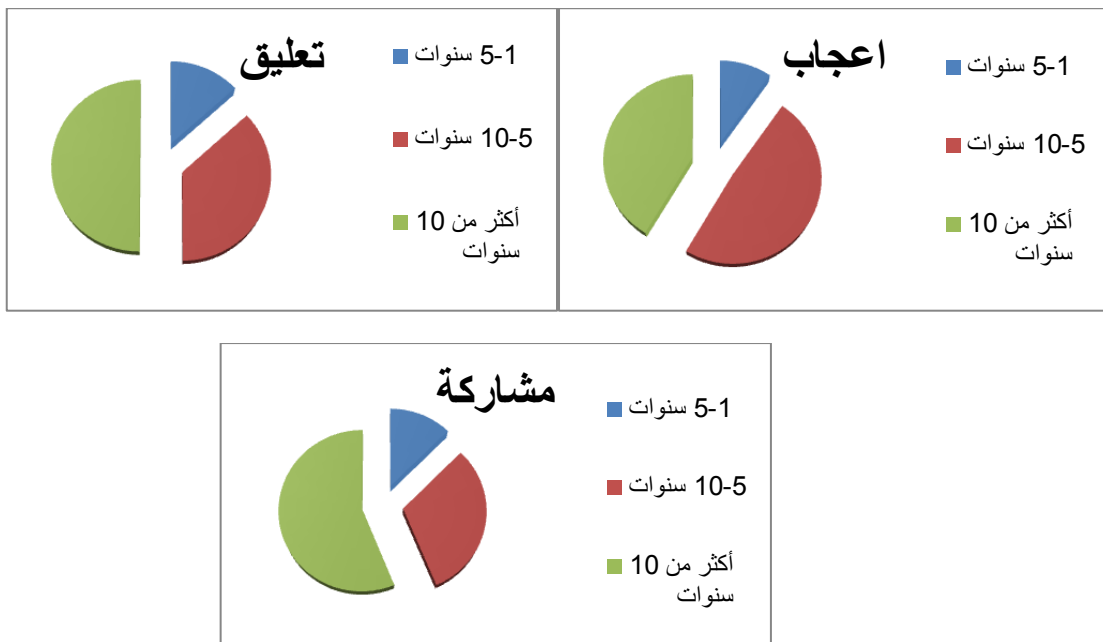
جدول 49: يبين علاقة الخبرة المهنية بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:

مشاركة		تعليق		إعجاب		طريقة التفاعل الخبرة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
12,50	04	13,33	04	9,76	04	1-5 سنوات
31,25	10	36,67	11	48,78	20	5-10 سنوات
56,25	18	50,00	15	41,46	17	أكثر من 10 سنوات
100	32	100	30	100	41	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين علاقة الخبرة المهنية بطريقة التفاعل مع صفحة الفيسبوك، فنجد ان الفئة الأكثر تفاعل مع الصفحة هي أكثر من عشر سنوات، ثم تأتي الفئة من 5-10 سنوات بنسب متفاوتة حيث أن الإعجاب عند هذه الفئة يفوق الأولى، وهذا راجع لظروف خاصة، بينما نجد الفئة من 1-5 سنوات طريقة التفاعل مع الصفحة قليلة .

ومن هنا نستنتج أن عامل الخبرة يبقى دائما هو العامل الفاصل في طريقة التفاعل مع الصفحة والذي يحدد الفروقات المختلفة بين الفئات.

رسم توضيحي 49: يبين علاقة الخبرة المهنية بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:



التوصيات والاقتراحات المقترحة من المبحوثين لعقنة استعمال الفيسبوك داخل المؤسسة:

- عدم استعمال الفيسبوك في أوقات العمل.
- استعمال الفيسبوك في مجالات مفيدة المهنة مهنا عند الحاجة.
- الربط بين واقع المؤسسة الفعلي والعالم الافتراضي.
- احترام مبدأ التواصل الاجتماعي .
- توفر صفحة المؤسسة على مواضيع ذات اهتمام مشترك بين العمال.
- القيام بعمليات تحسيسية في الوسط المهني حول استعمال الفيسبوك أثناء أوقات العمل.
- إعداد مذكرات مصلحية حول عدم استعمال الفيسبوك في فترات العمل.
- الاستعمال العقلاني للفيسبوك أثناء العمل دون تأثير على مردودية العامل.
- تحسين صورة المؤسسة وتقريب الإدارة من المواطن.
- اختيار أوقات الراحة للتصفح.

2- النتائج العامة للدراسة:

يعتبر موقع الفيسبوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعية الذي يستخدم من اجل التعرف على الاصدقاء وإقامة علاقات وتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معه، ومع تعدد استخدامات الموقع وتختلف تأثيراته في العلاقات الاجتماعية والمهنية ولقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية عن مايلي:

- نستنتج من خلال جدول رقم(1)الجنس أن نسبة الذكور أكثر من نسبة الإناث حيث قدرت نسبة الذكور بـ 53.33 % ونسبة الإناث قدرت بـ 46.66 %.
- كما نستنتج من خلال جدول رقم (2) السن أن غالبية أفراد العينة تفوق أعمارهم 32 سنة، بنسبة 76, 68 % و 18, 88 % لفئة من 20-32 سنة، و أخيرا من 20-26 سنة بنسبة 4, 44 %.

- أما بالنسبة للمستوى العلمي لأفراد العينة فمعظمهم ذوي مستوى ثانوي بنسبة 55,55% و 31,11% للمستوى الجامعي، 6,66% للمستوى متوسط و ما بعد التدرج.
- نستنتج من خلال جدول رقم(4) الخبرة المهنية أن فئة أكثر من 10 سنوات تمثل أكبر نسبة بـ 50% من أفراد العينة، تليها فئة من 5-10 سنوات بنسبة 40% وفئة أقل من 5 سنوات بنسبة 10%.
- كما قمنا بطرح سؤال على أفراد العينة حول استخدامهم لأسمائهم الحقيقية في الفيسبوك أو لا فكانت اإجابيه الإجابة بنعم بنسبة 83.33% .
- نستنتج من خلال الجدول رقم(6) أن الكمبيوتر وهاتف الذي يعتبران أهم الوسائل التي يستعملها أفراد العينة في تصفح الفيسبوك.
- بالنسبة لسؤال حول المدة التي يقضيها المبحوثين في التفاعل مع الآخرين فنجد ان الأغلبية تستعمل الفيسبوك اقل من ساعة بنسبة 54.44%.
- نستنتج من خلال الجدول رقم(8) المبين للآوقات المفضلة لاستعمال الفيسبوك في العمل أن أغلبية أفراد العينة يفضلون استعمال الفيسبوك في أوقات الراحة بنسبة 72.44% .
- كما قمنا بطرح سؤال حول من هم الأشخاص الذين يتصلون بهم أثناء العمل فنجد أن معظم المبحوثين كانت إجابتهم أنهم يتصلون مع أصدقاء العمل بنسبة 46.76%.
- نستنتج من خلال الجدول رقم(10) الذي يبين الحاجات التي الفيسبوك في العمل فنجد أن أغلبية أفراد العينة يستعملونه من اجل التواصل والتفاعل مع الآخرين وإشباع الفضول والحصول للمعلومات.
- بالنسبة للجدول رقم(15) والذي من خلاله تم طرح سؤال حول مساهمة الفيسبوك في الاتصال الخارجي للمؤسسة فكانت معظم الإجابات بتقريب الإدارة من المواطن بنسبة 39.67%.
- كما تم طرح سؤال حول مدى اطلاع المبحوثين في الجدول رقم(18) على ما تنشره الصفحة فكانت الإجابة باحيانا بنسبة 61.11%.

- وفيما يتعلق بسؤال حول مساهمة أفراد العينة في نشر المعلومات والأخبار في صفحة المؤسسة في الجدول (19) فكانت الإجابات بأحيانا بنسبة 44.44 % ونادرا بنسبة 43.33 %.
- نستنتج من خلال الجدول رقم (20) الذي يبين المواقع والصفحات الأكثر تتبعا من طرف المبحوثين فكانت معظم الإجابات حول صفحة الإخبار بنسبة 40.77 %.
- بالنسبة للجدول رقم (21) والذي يبين طريقة تفاعل أفراد العينة مع صفحة المؤسسة فنجد أن إجابات المبحوثين كانت المشاركة بنسبة 38.94 % والإعجاب 35.40 %.
- وعن سؤال تم طرحه حول تقييم صفحة المؤسسة من طرف أفراد العينة في الجدول رقم (22) فقد أجابوا إنها متوسطة بنسبة 50.00 %.
- نستنتج من خلال الجدول رقم (23) أن المواضيع المختلفة تمثل نسبة 61.00 % من المنشورات المقدمة من طرف الصفحة.
- تم طرح سؤال عن مدى معرفة المبحوثين لأدمن الصفحة في الجدول (24) فكانت الإجابات ب : لا بنسبة 70 %.

3- تحليل ومناقشة فرضيات الدراسة:

عرفت مواقع التواصل الاجتماعي إقبال كبير من طرف موظفي بلدية تيارت، ولقد تحققت هذه الفرضيات من خلال النتائج التالية:

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير من قبل الموظفين في التواصل والتفاعل مع الآخرين داخل المؤسسة من خلال تسهيل الاتصال بينهم، والبحث عن آخر الأخبار والمستجدات المتعلقة بالمؤسسة في كافة المجالات ، غيرت من أسلوب العمل لديهم من الأسلوب التقليدي إلى الأسلوب العصري ،فقربت المسافات وقلصت الوقت، قللت أعباء العمل، أما فيما يخص الاتصال خارج المؤسسة فقد فتحت مجال واسع بين الموظف والمواطن من خلال تحسين صورة المؤسسة والتعريف بها ، كذلك ربط المؤسسة بالجمهور.

أما عن كيفية توظيف الفيسبوك في فضاء العمل فمعظم الموظفين يختارون فترات الراحة حرصا على تلبية رغبات المواطنين ، وتختلف اهتمامات وأهداف المبحوثين من شخص إلى آخر ، فالبعض يوظفه للتسلية والترفيه والبعض الأخر لرفع المستوى التعليمي أو التعرف على الآخرين في فروع العمل أو خارجها .

أما عن الحاجيات التي يلبيها الفيسبوك فهي كثيرة ومتنوعة على العموم ، فالأداء المهني خاصة يتطلب احترام المهنة واحترام انشغالات المواطنين ، فاقترنت على التواصل والتفاعل مع الآخرين وإشباع الفضول والحصول على المعلومات والأخبار.

خاتمة:

أدى تطور التكنولوجيا إلى إنتاج وسائل اتصال جديدة تعمل على إحداث تغييرات في مختلف العلاقات الاجتماعية منها والمهنية تختلف مدة استعمالها من فئة إلى أخرى تتعدد وسائل استعمالها والحاجات التي تلبّيها.

بحيث يعتبر الفيسبوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي بحيث يتيح للمستخدم التواصل بكل سهولة ويعطيه حرية في الحصول على المعلومات واكتساب المعارف والخبرات التي يمكن استعمالها في الميدان الوظيفي للعامل في مختلف القطاعات على ان يحسن استعمالها دون التأثير على واجبه المهني وإلحاق الضرر بالمؤسسة وذلك استعمال هذه المواقع في أوقات معينة.

قائمة المصادر و المراجع:

الكتب:

- 1- أحمد جرار ليلي ، الفيسبوك والشباب العربي ، مكتبة الفلاح ، عمان ، 2012.
- 2- بومخلوف ، محمد، التنظيم الصناعي و البيئة ، الجزائر دار الأمة، 2001.
- 3- جواد الموسوي موسى ، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة ، مكتبة الإعلام والمجتمع (د،ب).
- 4- خالد جمال عبدو ، الإعلام البديل على الانترنت فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال ، ط1، المكتب العربي للمعارف ، مصر 2012.
- 5- سراي الدين وهيب ،في معنى العمل ،دار مؤسسة رسلان ،دمشق،2012.
- 6- شاندا ،اشوك، وكوبرا ،شلبا، إستراتيجية الموارد البشرية ن ترجمة عبدالحكيم الخزامي ،القاهرة ، دار زهران ، 2002.
- 7- شفرة علي خليل، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة انشر و التوزيع، عمان،2013.
- 8- شفيق حسنين، مواقع التواصل الاجتماعي أدوات ومصادر لتغطية الإعلامية، دار الفكر، القاهرة،2014.
- 9- العبادي ،هاشم فوزي دباس وآخرون،إدارة التعليم الجامعي - مفهوم حديث في الفكر الإداري المعاصر ،الأردن مؤسسة الوراق،2008م.
- 10- عاشور أحمد صقر،إدارة القوى العاملة،دار النهضة العربية ،بيروت ،2004.
- 11- راوية محمد حسين ،إدارة الموارد البشرية ،الدار الجامعية ،مصر،2000.
- 12- عبد الرحمان، عبد الله محمد،علم الاجتماع النشأة والتطورات الحديثة، بيروت، دار النهضة العربية.
- 13- العواملة ، نائل عبد الحفيظ،الهيكل و الأساليب في تطور المنظمات، دار زهران،الأردن ، 2009.
- 14- عويضة، الشيخ كامل محمد، علم النفس الاجتماعي الصناعي،بيروت،دار الكتب العلمية،1996.
- 15- فلييه فاروق عبده،وعبد المجيد السيد محمد،السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية، ط2، الأردن، دار المسيرة، 2009.
- 16- ماهر عودة الشمالية، وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014.
- 17- ماهر أحمد، التنظيم -الدليل العلمي لتصميم الهياكل و الممارسات التنظيمية، الإسكندرية، دار الجامعية،2005.
- 18- محمد السيد حلاوة، رجاء عبدالعالي العشماوي، العلاقات الاجتماعية للشباب بين درشة الانترنت و الفيسبوك، دار المعرفة الجامعية انشر والتوزيع،(د،ب)، 2011.
- 19- مصطفى حميد الطائي وخير ميلاد ابو بكر،مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية، دار الوفاء، الإسكندرية، 2007.
- 20- مصطفى احمد السيد،إدارة الموارد البشرية، الإدارة العصرية لرأس المال الفكري،القاهرة ،2004.
- 21- نداء محمد، السلوك الوظيفي، الأردن، مكتبة المجتمع العربي، 2008.
- 22- لارامي فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية ، ترجمة ميلود سفاري وآخرون ،مخبر علم الاتصال للبحث والترجمة، منشورات جامعة منتوري قسنطينة،2004.
- 23- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،2010.

المذكرات والأطروحات:

- 1- أمال عساسي، اثوغرافيا مستخدمى الفيسبوك فى المجتمع الجزائرى، مذكرة لنيل شهادة الماجيستر فى علوم الإعلام والاتصال، الجزائر 2015.
- 2- شامى صليحة المناخ التنظيمى وتأثيره على الأداء الوظيفى للعاملين، مذكرة ماجيستر فى العلوم الاقتصادية وتسيير المنظمات، غير المنشورة، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، 2010.
- 3- نومار نريمان مريم، استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وأثره فى العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماجيستر، الجزائر، 2012.
- 4- حليلة لكلل، ربيعة زايدى، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعى على العلاقات الأسرية، مذكرة ماستر، علم الاجتماع التربوي، جامعة الجلفة 2017.

المنشورات و المجالات:

- 1- راضى زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعى فى العالم العربى، مجلة التربية، عمان، العدد 2003، 15.
- 2- ريس على ابتسام، نظرية الاستخدامات والاشباع وتطبيقها على الإعلام الجديد، مجلة دراسات والأبحاث، وهران، العدد 25، 2016.
- 3- رباح كمال احمد، العوامل الاجتماعية و العوامل الأكاديمية المؤثرة فى إدارة الطالب الجامعى العربى، كلية التربية، جامعة طنطا، 2007، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية القاهرة، 2008.
- 4- القريوتى محمد قاسم، المناخ التنظيمى فى الجامعة الأردنية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، مجلة مؤتة للبحوث و الدراسات، العدد 05، الأردن، 1994.
- 5- مزهودة عبد المليك، الأداء بين الكفاءة و الفعالية - مفهوم وتقييم، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 1، جامعة بسكرة 2001.
- 6- مشرى مرسى، شبكات التواصل الاجتماعى، الرقمية نظرة فى الوظائف، مجلة المستقبل العربى، 2012.

القواميس:

- 7- ابن منظور جمال الدين الأنصارى، لسان العرب، دار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة، ج 2.
- 8- المنجد فى اللغة والإعلام، دار المشرق، بيروت، ط2012.

المؤتمرات:

- 1- أمل نصر الدين سليمان عمر، تصور مقترح لتوظيف شبكات التواصل الاجتماعى فى التعليم القائم على المشروعات وأثره فى زيادة دافعية الانجاز نحو التعليم عبر الويب، المؤتمر الدولى التلث لتعليم الالكترونى عن بعد، جامعة ام القرى، الرياض، 2013.
- 2- سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص، المؤتمر العلمى الثانى للإعلام الإسلامى، جامعة الملك عبد العزيز جدة، 15-13 ديسمبر 2011.

المواقع:

- 1- الفيسبوك في الجزائر بأكثر من أربعة ملايين، ثم الاسترجاع بتاريخ 2019/03/28 من موقع جريدة الشروق من الرابط <http://www.echoroukonline.com/ara/articles/149810.html>
- 2- <http://compating.thfreedi.com/new+media.consultile02/03/2019,a11:00>
- 3- حنفي محمد المطيري، سليات مواقع التواصل الاجتماعي، تاريخ النشر 2012/02/12 (متاح علا لخط): <http://alqalbas.com> 18/19068 تم الاطلاع 2019/02/20 على الساعة 18:00.
- 4- مبارك هاني ، دورة الإدارة الإستراتيجية ، القاهرة ،مركز الأبحاث و التنمية ،2008،ص 10، من الموقع الكتروني الأتي.: 11/06/2008. <http://www.yanabeea.net/vb/shuothread.php>. Stratégie management ;
- 5- الظاهري ،حماد بن صالح ، بيئة العمل الداخلية و علاقتها بالتسرب الوظيفي ، رسالة ماجيستر ، الموقع: <http://www.nauss.edu.sa/NAUSS/Arabic/Menu/Elibrary/seLetterresearch/Master/y/15/04/2006>

قائمة الجداول:

- جدول 1 : يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس: 42
- جدول 2: يبين توزيع العينة حسب السن: 43
- جدول 3: يبين توزيع العينة حسب متغير المستوى العلمي:..... 44
- جدول 4: يبين توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية: 45
- جدول 5: يبين مدى استخدام المبحوثين لأسمائهم الحقيقية : 46
- جدول 6: يبين الوسيلة التي يستعملها المبحوثين أثناء تصفح الفيسبوك : 47
- جدول 7: يبين متوسط المدة التي يقضيها المبحوثين في التفاعل مع الآخرين:..... 48
- جدول 8: يبين الأوقات المفضلة لاستعمال الفيسبوك في العمل من طرف المبحوثين: 46
- جدول 9: يبين الأشخاص الذين يتصل بهم المبحوثين أثناء العمل: 50
- جدول 10: يبين الحاجات التي يليها الفيسبوك أثناء العمل: 51
- جدول 11: يبين وضع إستراتيجية من طرف المسؤول لعقلنه استعمال الفيسبوك أثناء العمل: 52
- جدول 12: يبين مجالات استعمال الفيسبوك حسب الأهمية أثناء العمل:..... 53
- جدول 13: يبين تأثير الفيسبوك على مردود العمل: 54
- جدول 14: يبين تأثير الفيسبوك على الأداء المهني: 55
- جدول 15: يبين مساهمة الفيسبوك في الأداء المهني من خلال الاتصال الخارجي للمؤسسة: 56
- جدول 16: يبين سلبيات استعمال الفيسبوك على الأداء المهني:..... 57
- جدول 17: يبين مدى تحيين صفحة المؤسسة على الفيسبوك من طرف الفريق المختص:..... 58
- جدول 18: يبين اطلاع المبحوثين على صفحة المؤسسة في الفيسبوك: 59
- جدول 19: يبين مساهمة المبحوثين في نشر المعلومات و الأخبار في صفحة المؤسسة: 60
- جدول 20: يبين المواقع و الصفحات الأكثر تتبعا من طرف المبحوثين: 61
- جدول 21: يبين طريقة تفاعل المبحوثين مع صفحة المؤسسة:..... 62
- جدول 22: يبين تقييم المبحوثين لصفحة المؤسسة: 63
- جدول 23: يبين المواضيع و المنشورات المقدمة من طرف صفحة المؤسسة: 64
- جدول 24 يبين مدى معرفة المبحوثين لـ أدمن الصفحة: 65
- جدول 25: يبين علاقة الجنس بمتوسط المدة التي يقضيها افراد العينة في التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل: 66
- جدول 26: يبين علاقة الجنس بالأشخاص الذين يتصل بهم افراد العينة اثناء العمل: 67

- جدول 27: يبين علاقة الجنس بالوسيلة التي يستعملها أثناء التصفح: 68
- جدول 28: يبين علاقة الجنس بالحاجات التي يليها الفايسبوك خلال فترة العمل: 69
- جدول 29: يبين علاقة الجنس بالفايسبوك و زيادة الأداء المهني: 70
- جدول 30: يبين علاقة الجنس بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة: 71
- جدول 31: يبين علاقة الجنس والمواقع والصفحات الاكثر تصفحا: 72
- جدول 32: يبين علاقة الجنس وطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة: 73
- جدول 33: يبين علاقة المستوى التعليمي بمتوسط المدة: 74
- جدول 34: يبين علاقة المستوى التعليمي بالأوقات المفضلة للاستعمال الفيسبوك في العمل: 75
- جدول 35: يبين علاقة المستوى التعليمي بالحاجات التي يليها الفيسبوك: 76
- جدول 36: يبين علاقة المستوى التعليمي بالاطلاع على صفحة المؤسسة: 77
- جدول 37: يبين علاقة المستوى التعليمي بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة: 80
- جدول 38: يبين علاقة المستوى التعليمي بالمواقع والصفحات الاكثر تتبعا: 81
- جدول 39: يبين علاقة السن بالأوقات المفضلة لاستعمال الفيسبوك: 83
- جدول 40: يبين علاقة السن بمتوسط مدة التفاعل مع الاخرين في فضاء العمل: 84
- جدول 41: يبين علاقة السن بالحاجات التي يليها الفايسبوك: 85
- جدول 42: يبين علاقة السن بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة: 86
- جدول 43: يبين علاقة السن بالمواقع و الصفحات الأكثر تتبعا: 88
- جدول 44: يبين علاقة السن بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة: 89
- جدول 45: يبين علاقة الخبرة المهنية بمتوسط مدة التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل 90
- جدول 46: يبين علاقة الخبرة المهنية بالحاجات التي يليها الفايسبوك: 91
- جدول 47: يبين علاقة الخبرة المهنية بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة: 93
- جدول 48: يبين علاقة الخبرة المهنية بالمواقع و الصفحات الأكثر تتبعا: 94
- جدول 49: يبين علاقة الخبرة المهنية بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة: 95

قائمة الأشكال:

- 1: يوضح توزيع العينة حسب الجنس
- 2: يوضح توزيع العينة حسب السن
- 3: يوضح توزيع العينة حسب المستوى العلمي
- 4: يوضح توزيع العينة حسب الخبرة المهنية
- 5: يوضح مدى استخدام الباحثين لأسمائهم الحقيقية
- 6: يبين الوسيلة التي يستعملها الباحثين أثناء تصفح الفايسبوك
- 7: يبين متوسط المدة التي يقضيها الباحثين في التفاعل مع الآخرين
- 8: يبين الأوقات المفضلة لاستعمال الفايسبوك في العمل من طرف الباحثين
- 9: يبين الأشخاص الذين يتصل بهم الباحثين أثناء العمل
- 10: يبين الحاجات التي يلبها الفايسبوك أثناء العمل
- 11: يبين وضع استراتيجية من طرف المسؤول لعقلنة استعمال الفايسبوك أثناء العمل
- 12: يبين مجالات استعمال الفايسبوك حسب الأهمية أثناء العمل
- 13: يبين تأثير الفايسبوك على مردود العمل
- 14: يبين تأثير الفايسبوك على الأداء المهني
- 15: يبين مساهمة الفايسبوك في الأداء المهني من خلال الاتصال الخارجي للمؤسسة
- 16: يبين سلبيات استعمال الفايسبوك على الأداء المهني
- 17: يبين مدى تحيين صفحة المؤسسة على الفايسبوك من طرف الفريق المختص
- 18: يبين اطلاع الباحثين على صفحة المؤسسة في الفايسبوك
- 19: يبين مساهمة الباحثين في نشر المعلومات و الأخبار في صفحة المؤسسة
- 20: يبين المواقع و الصفحات الأكثر تتبعا من طرف الباحثين
- 21: يبين طريقة تفاعل الباحثين مع صفحة المؤسسة
- 22: يبين تقييم الباحثين لصفحة المؤسسة:
- 23: يبين المواضيع و المنشورات المقدمة من طرف صفحة المؤسسة:
- 24: يبين مدى معرفة الباحثين لـ أدمن الصفحة:
- 25: يبين علاقة الجنس بمتوسط المدة التي يقضيها افراد العينة في التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل:

- 67-----رسم توضيحي 26 : يبين علاقة الجنس بالأشخاص الذين يتصل بهم افراد العينة اثناء العمل:
- 68-----رسم توضيحي 27 : يبين علاقة الجنس بالوسيلة التي يستعملها أثناء التصفح:
- 69-----رسم توضيحي 28 : يبين علاقة الجنس بالحاجات التي يليها الفايسبوك خلال فترة العمل:
- 70-----رسم توضيحي 29 : يبين علاقة الجنس بالفايسبوك و زيادة الأداء المهني:
- 71-----رسم توضيحي 30 : يبين علاقة الجنس بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة:
- 72-----رسم توضيحي 31 : يبين علاقة الجنس والمواقع والصفحات الاكثر تصفحا:
- 73-----رسم توضيحي 32 : يبين علاقة الجنس وطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:
- 74-----رسم توضيحي 33 : يبين علاقة المستوى التعليمي بمتوسط المدة:
- 75--رسم توضيحي 34 : يبين علاقة المستوى التعليمي بالأوقات المفضلة للاستعمال الفيسبوك في العمل:
- 77-----رسم توضيحي 35 : يبين علاقة المستوى التعليمي بالحاجات التي يليها الفيسبوك:
- 79-----رسم توضيحي 36 : يبين علاقة المستوى التعليمي بالاطلاع على صفحة المؤسسة:
- 80-----رسم توضيحي 37 : يبين علاقة المستوى التعليمي بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:
- 82-----رسم توضيحي 38 : يبين علاقة المستوى التعليمي بالمواقع والصفحات الاكثر تتبعا:
- 83-----رسم توضيحي 39 : يبين علاقة السن بالأوقات المفضلة لاستعمال الفيسبوك:
- 84-----رسم توضيحي 40 : يبين علاقة السن بمتوسط مدة التفاعل مع الاخرين في فضاء العمل:
- 85-----رسم توضيحي 41 : يبين علاقة السن بالحاجات التي يليها الفايسبوك:
- 87-----رسم توضيحي 42 : يبين علاقة السن بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة:
- 88-----رسم توضيحي 43 : يبين علاقة السن بالمواقع و الصفحات الأكثر تتبعا:
- 89-----رسم توضيحي 44 : يبين علاقة السن بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:
- 90-----رسم توضيحي 45 : يبين علاقة الخبرة المهنية بمتوسط مدة التفاعل مع الآخرين في فضاء العمل
- 92-----رسم توضيحي 46 : يبين علاقة الخبرة المهنية بالحاجات التي يليها الفايسبوك:
- 93-----رسم توضيحي 47 : يبين علاقة الخبرة المهنية بالاطلاع على ما تنشره صفحة المؤسسة:
- 94-----رسم توضيحي 48 : يبين علاقة الخبرة المهنية بالمواقع و الصفحات الأكثر تتبعا:
- 95-----رسم توضيحي 49 : يبين علاقة الخبرة المهنية بطريقة التفاعل مع صفحة المؤسسة:

ملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبدالحميد ابن باديس

- مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام و الاتصال

استمارة الاستبيان

في إطار تحضير رسالة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

،تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة .

ترفق هذه الاستمارة لتغطية الجانب الميداني للبحث المعنون:

استعمال مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في فضاء العمل

دراسة عينة من موظفي بلدية تيارت

- تحت إشراف الأستاذ

* بعلي محمدالسعيد

- من إعداد الطالبين:

* دحو عمار

* بلعسل رابح

وللوصول إلى هذا الغرض حضرنا هذه الاستمارة راجين منكم الإجابة على الأسئلة

المطروحة ونحيطكم علما أن أجوبتكم سوف تستعمل لأغراض علمية محضة وشكرا لكم

ملاحظة:ضع علامة (x) أمام الإجابة.

- البيانات الشخصية :

- 1- الجنس : ذكر أنثى
- 2- السن : من 20 إلى 25 من 26 إلى 31 من 32 سنة فما فوق
- 3- المستوى العلمي :
- ابتدائي متوسط ثانوي جامعي شهادات عليا
- 4- الخبرة المهنية:
- من سنة إلى 5 سنوات من 5 سنوات إلى 10 سنوات من 10 سنوات فما فوق
- 5- هل تستخدم اسمك الحقيقي ؟
- نعم لا
- 6- ماهي الوسيلة التي تستعملها أثناء تصفح الفيسبوك خارج مجال العمل ؟
- الكمبيوتر هاتف ذكي لوحة الكترونية
- 7- ما هو متوسط المدة التي تقضيها في التفاعل مع الآخرين للفيسبوك في فضاء العمل ؟
- اقل من ساعة ساعة واحدة أكثر من ساعة
- 8- ما هي الأوقات المفضلة لديك في عمك لاستعمال الفيسبوك ؟
- الفترة الصباحية الفترة المسائية فترة الراحة
- 9- من هم الأشخاص الذين تتصل بهم أثناء عمك ؟
- أصدقاء العمل مع العائلة مع الموظفين خارج المؤسسة
- 10- ما هي الحاجات التي يلبئها لك الفيسبوك خلال فترة العمل ؟
- التنفيس و التعبير بكل حرية - إشباع الفضول و الحصول على المعلومات
- الهروب من الواقع -التواصل و التفاعل مع الآخرين
- تسهيل العمل

.....أخرى

11- هل تم وضع خطة إستراتيجية من قبل المسؤول لعقلنه استعمال الفيسبوك أثناء العمل ؟

نعم لا

12- حدد مجالات استعمالك للفيديوك أثناء العمل حسب الأهمية ؟ (ضع ترتيب من 1 إلى 4)

- الاتصال بالموظفين داخل العمل - الاتصال بالموظفين في فروع العمل
- الحصول على المعلومات مهنية - التواصل مع الأصدقاء

13- في رأيك هل الفيديوك أثر على مردودك في العمل ؟

- كثيرا قليلا لم يؤثر

14- هل تعتقد أن الفيديوك زاد في الأداء المهني ؟

- كثيرا قليلا لم يفعل

15- إذا كنت تضمن أن الفيديوك ساهم في الأداء المهني من خلال الاتصال الخارجي للمؤسسة لماذا

لأنها تتيح:

- التعريف بالمؤسسة
- تحسين صورة المؤسسة
- تقريب الإدارة من المواطن
- تسهيل الاتصال بالمؤسسة

16- هل ترى إن هناك سلبيات لاستعمال الفيديوك على الأداء المهني؟

- كثيرا قليلة منعدمة

أذكرها.....

17- هل يوجد فريق عمل يسهر على تحيين صفحة المؤسسة على الفيديوك ؟

- نعم لا

18- هل تطلع على ما تنشره هذه الصفحة ؟

- دائما أحيانا نادر

19- هل تساهم في نشر المعلومات والأخبار في صفحة البلدية ؟

- دائما أحيانا نادر

20- ماهي المواقع و الصفحات الأكثر تتبعا ؟

- صفحة مشاهير صفحة أخبار صفحة رياضة صفحات أخرى

21- ماهي طريقة تفاعلكم مع صفحة المؤسسة ؟

- إعجاب تعليق مشاركة

22- ماهو تقييمكم لصفحة المؤسسة ؟

جيدة متوسطة ضعيفة

23- ماهي المواضيع و المنشورات المقدمة لدى الصفحة ؟

مشاريع إعلانات مواضيع مختلفة

24- هل تعرف أدمن الصفحة ؟

نعم لا

25- ماهي التوصيات التي تقترحها لعقلنة استعمال الفيسبوك داخل مؤسسة العمل ؟

.....-
.....-
.....-
.....-

ملخص باللغة العربية :

يهدف هذا البحث إلى إلقاء الضوء على عملية عقلنة استعمال مواقع التواصل الاجتماعي ، وذلك راجع لكونها عملية حيوية تسعى مختلف الإدارات من خلالها إلى تعظيم روح المسؤولية في الأداء المهني و تحقيق الأهداف المسطرة وفقاً للأولويات ، بما أن إدارة الوقت لا تقتصر على المؤسسات فقط وذلك من منطلق انه من لا يستطيع أن يدير وقته لا يمكن أن يدير وقت الآخرين خاصة مع التطور الحاصل على مستوى تكنولوجيا المعلومات و الاتصال التي مكنت من جعل العالم قرية كونية ، وسهلت إيجاد السبل إلى مواقع التواصل الاجتماعي و الاتصال بالعالم الافتراضي في فضاء العمل و غيرها مما يؤدي إلى إدمانها وتحويلها إلى مضغيات للوقت ، فاجتماع هذه العوامل حول كيفية توظيف وعقلنة استعمال مواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " ، وما مدى تأثيره على الأداء المهني و الانعكاسات الناجمة عنها ، وهو محور عملنا الذي تدور حول التساؤل الرئيسي "كيف أصبح التوظيف اللاعقلاني لمواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" يؤثر على أوقات عمل الموظف و على أدائه المهني؟.

-الكلمات المفتاحية "مواقع التواصل الاجتماعي ، الفيسبوك ، العمل ،الأداء المهني"

Résumé

La présente recherche a pour objectif de mettre en évidence l'utilisation modérée des réseaux sociaux, car il s'agit d'un processus crucial à travers lequel les différentes administrations visent à optimiser le sens de la responsabilité dans le milieu professionnel et de réaliser les objectifs visés selon les priorités.

Sachant que la gestion du temps ne se limite pas seulement aux entreprises, partant du principe que toute personne ne pouvant pas gérer son temps ne pourra jamais gérer celui des autres, notamment avec le progrès technologique dans le domaine de l'information et de communication qui réduit le monde en un village et qui facilite l'accès aux réseaux sociaux et au monde virtuel dans le lieu du travail et ailleurs, ce qui mène à son addiction et devient ainsi une perte de temps.

Tous ces facteurs réunis concernant la modération de l'utilisation des réseaux sociaux, facebook en particulier, son impact et ses répercussions sur la performance professionnelle, représente l'axe de cette recherche qui tente de répondre au questionnement principal suivant : comment l'utilisation exagérée des réseaux sociaux affecte-elle le temps du fonctionnaire et sa performance professionnelle ?

Mots clés : réseaux sociaux – Facebook – Travail – Performance professionnelle.

Summary:

This research aims at shedding light on the process of rationalization of the use of social media, as it is a vital process through which the various departments seek to maximize the spirit of responsibility in professional performance and achieve the goals set according to priorities, since time management is not limited to institutions only and from the point of view that who cannot manage his time cannot manage others' time, especially with the development of information technology's level and communication that enabled the world to become a global village, and facilitated the creation of ways to social media and connect to the virtual world in the workspace and others which leads to addiction and turn it into a waste of time. these factors on how to use and rationalize the use of social media «face book» and how it affects the professional performance and its implications is the focus of our work that revolves around the main question: "How the irrational use of social media especially Facebook has affected the employee's working hours and their professional performance?"

- Keywords "social media, Facebook, work, professional performance"