



الأستاذة المشرفة : نادية جيتي



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية تخصص : تكنولوجيا الاتصال الجديدة



من اعداد الطلبة : نور الهدى هنيدي: E-mail:nourelhouda.henida@gmail.com

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على صورة المؤسسة
العمومية الجزائرية (دراسة ميدانية على مستخدمي صفحة
الفايسبوك للوكالة الولائية لتشغيل ورقلة).



الإشكالية:

انتشرت في الأواني الخيرة العديد من المواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح للأفراد و الجماعات من كافة أنحاء العالم التواصل مع بعضهم البعض من خلال الشبكات الافتراضية التي قضت على جميع المسافات وجعلت العالم كافة يعيش في المحيط نفسه , حيث تعمل هذه المواقع ضمن تقنيات تكنولوجيا عالية وتتيح إمكانية التواصل الكتابي والمرئي و المسموع مع بعضهم البعض. إن استخدام المؤسسة العمومية لهذه المواقع يسهل عليها التعامل مع الجمهور الداخلي و الخارجي لبناء صورة ذهنية جيدة من خلال الفيسبوك ولتحسين التواصل مع الافراد التابعين لصفحة . بناء على ما سبق, سنحاول من خلال هذه الدراسة معالجة الإشكالية التالية:

كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على صورة المؤسسة العمومية للوكالة الولائية للتشغيل ؟

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في التطور شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة إتصالية جديدة تستخدمها الوكالة الولائية لتشغيل للتفاعل مع متتبعيها بهدف تحسين صورتها وهذا ما أدى بالوكالة الولائية لتشغيل لاستخدام الفيسبوك كأحد أهم المواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر أحدث وسيلة اتصالية مؤثرة من جميع النواحي سياسيا و اجتماعيا ويعتبر ايضا اسهل وسيلة للاستخدام من قبل الافراد و نشر العروض المقدمة من قبل الوكالة و التفاعل مع جمهورها الخارجي بهدف تحسين صورتها لدى متتبعيها

منهج الدراسة:

بما ان الدراسة تسعى لمعرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على صورة المؤسسة العمومية الجزائرية فقد ارتأينا استخدام منهج الوصفي التحليلي هو الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها كيفيا بوصفها وبيان خصائصها وكميا بإعطائها وصفا رقميا من خلال أرقام وجداول توضح مقدار هذه الظاهرة.

التساؤلات الفرعية:

- 1- لماذا استخدام الوكالة الولائية لتشغيل _ بورقلة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما هي الصور الذهنية التي تتشكل لدى مستخدمي صفحة الوكالة الولائية لتشغيل – بورقلة من خلال الفيسبوك ؟
- 3- ما أهم إيجابيات و سلبيات استخدام الفيسبوك لدى الوكالة الولائية للتشغيل _ بورقلة ؟
- 4- هل تلبى صفحة الفيسبوك للوكالة الولائية لتشغيل _ بورقلة جميع استفسارات متتبعيها؟

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة من الأفراد المتتبعين لصفحة الفيسبوك لدى الوكالة الولائية لتشغيل وقد اخترت في دراستي العينة العشوائية وهي العينة القائمة عن الصدفة

نظرية الدراية:

لقد استخدمنا في دراستنا نظرية الاستخدامات و الاشباع: هذه النظرية في الأساس بجمهور الوسائل الإعلامية التي تشبع حاجاته وتلبي رغباته الكامنة في داخله أي أن الجمهور هنا ليس سلبي يقبل كل ما تعرضه وسائل الإعلام، بل له غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها

فرضيات النظرية:

- الجمهور بكافة أفراده يعتبر عنصرا فعالا ومشاركا في عملية الاتصال الجماهيري، يستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة.
- أفراد الجمهور لهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون لتلبيتها لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.

قائمة المراجع:

- محمد جمال العار: المعجم الإعلامي , دار اسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2006.
- رضوان بلخيري: مدخل الى الاعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات, جسور للنشر و التوزيع المحمدية الجزائر, 2014..
- يمن منصورندا, الصورة الذهنية و الإعلامية, المدينة برس, بدون طبعة, القاهرة, 2004.

أهداف الدراسة

- 1- معرفة أسباب ارتياد المؤسسة لشبكات التواصل الاجتماعي .
- 2- معرفة مدى الاستفادة التي تحققها المؤسسة من مواقع التواصل الاجتماعي .
- 3- دراسة الدور الذي تلعبه المؤسسة من خلال الإعلانات التي تضعها في صفحتها الذي يحسن صورتها الذهنية .
- 4- دراسة مدى تأثير المؤسسة على جمهورها من خلال التواصل معه عبر الفيسبوك.

أدوات جمع البيانات:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على الأدوات التالية :
-الملاحظة: حيث قمنا بملاحظة صفحة الفيسبوك و كمية الاستجابة من جمهور الصفحة.
-لاستبيان: لجأنا الى جمع البيانات الأولية من خلال الإستبيان كأداة رئيسية للدراسة ووزعنا على عينة الدراسة ومقدارها 50 مفردة
-المقابلة: حيث قمنا بمقابلة المسئول على خلية الاتصال بالوكالة الولائية لتشغيل