

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية
قسم علوم الاعلام و الاتصال



مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان : العلوم الانسانية

الشعبة : علوم الاعلام و الاتصال

التخصص : الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة

من اعداد الطالبين : - تقي الدين موسى قدور

- السعيد بـريـحـة

بعنوان: _____

استخدام الفايسبوك لدى العمال في انجاز المهام الوظيفية

و أثره على الأداء الوظيفي

دراسة ميدانية - مديرية سونلغاز ورقلة -

نوقشت و أجزت بتاريخ : 2022-06-13

أمام اللجنة المكونة من السادة :

الدكتور : حجاج محمد الأمين..... رئيسا

الاستاذة : ليليا بورنودة..... مشرفا و مقرا

الدكتور: محرز حميمي..... مناقشا

2022 / 2021

تشكرات

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:
(إن أشكرَ الناسَ لله عز وجل أشكرُهُم للناس)
نتقدم بجزيل الشكر والعرفان للدكتورة ليلى بورندة
على مجهوداتها ونصائحها وعلى صبرها معنا
لإنجاز هذا المذكرة.
كما نتقدم بجزيل الشكر المسبق للجنة المناقشة
على ما سيقدمونه من ملاحظات وتوجيهات والتي
لن تزيد هذا العمل إلا إتقاناً وجمالاً.
و نشكر كل أستاذة كليتنا على دعمهم وتشجيعهم لنا،
دون أن ننسى من مد لنا يد المساعدة
من قريب أو من بعيد.

الإهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات
أهدي هذا العمل المتواضع إلى من
عمل من أجلي و علمني معنى
الكفاح أبي الغالي "محمد الطاهر"
و إلى من ربنتي و أنارت دربي ذات الصدر الحنون
أمي الغالية "خديجة"
إلى رياحين حياتي إخواني و أخواتي كل بإسمه
إلى من ساندتني في هذا العمل زوجتي الغالية
و إلى كل من كان سبب نجاحي في
مشواري الدراسي

الإهداء

٤

الحمد لله الذي بعونه تتم الصالحات
والصلاة على رسوله الكريم اشكر الله على توفيقى
في انجاز هذا العمل المتواضع
و الذي أدين به إلى من قال عزوجل "وقضى ربك
ألا تعبدوا لا إياه و بالوالدين إحسانا "
اهدي هذا العمل إلى اعز ما املك الوالدة الكريمة
و إلى روح أبي الطاهرة رحمه الله
إلى الزوجة و الأولاد كلا باسمه
إلى الإخوة و الأخوات كل باسمه
إلى كل الأساتذة الذين لم يبخلوا علينا بنصائحهم
و توجهاتهم
إلى كل الأصدقاء كل باسمه .

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
	تشكرات
	الإهداء
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
أ	مقدمة
الفصل الاول : الاطار المنهجي للدراسة	
3	اشكالية الدراسة
4	تساؤلات الدراسة
4	أسباب اختيار الموضوع
5	أهمية الدراسة
5	أهداف الدراسة
6	الدراسات السابقة
11	مفاهيم و مصطلحات الدراسة
الفصل الثاني : الجانب الميداني	
38	مجالات الدراسة
38	منهج الدراسة

40	طرق جمع البيانات
41	أدوات جمع البيانات
42	عرض و تحليل النتائج
64	عرض النتائج العامة للدراسة
68	خاتمة
71	قائمة المصادر والمراجع

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس	42
2	يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى الدراسي	43
3	يبين كيفية استخدام الفايسبوك في انجاز وظائفك .	43
4	يبين مدى مساعدة الفايسبوك في الأداء الوظيفي	44
5	يبين أسباب استخدامك للفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية	44
6	يبين نوع صفحات الفايسبوك التي تراها تساعد في المهام الوظيفية .	45
7	يبين تقييم استخدام الفايسبوك في أداء المهام الوظيفية.	45
8	يبين مدى استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية في تحسين الاداء الوظيفي .	46
9	يبين مدى اعتقاد بان الفايسبوك يساعد في إنهاء المهام الوظيفية الموكلة إليه	46
10	يبين أسباب تجعلك لا ترغب في استخدام الفايسبوك عند أداء المهام الوظيفية	47
11	يبين الكيفية التي تبدو عليها استخدام الفايسبوك في المهام الوظيفية .	48
12	يبين مدى الانجذاب لاستخدام الفايسبوك عند الاداء الوظيفي .	48
13	يبين مدى توفير الفايسبوك القدر الكافي من المعلومات حول المهام الوظيفية.	49

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	رقم الملحق
76	استمارة الاستبيان	1

ت

مقدم

مقدمة :

فتحت الثورة المعلوماتية التي أطلقت شرارتها منذ العقد الأخير من القرن الماضي أفاقا واسعة حول تنمية الإدارات وتحديث أنظمتها واساليبها والية العمل فيها الرقابة الإدارية للموظفين ، لان نجاح إي منظمة مرتبط بنجاح أفرادها وكفاءتهم وفشل الموظف يعني فشل المنظمة في أساليب التسيير .

فإدارة الموارد البشرية وتحسين مستوى الأداء الوظيفي للعاملين يأتي في المرتبة الأولى ضمن اهتمامات و أولويات الإدارة بشكل عام ورفع الأداء المؤسسي ، وصولا إلى تقديم الخدمة بشكل أسرع و بجودة عالية و بإدخال وسائل التطور التكنولوجي والتقنيات الحديثة الأجهزة المتطورة في العمل يطور ويحسن صورة المؤسسة ، إذا استخدمت بشكل جيد ، فالتطور الحاصل و إدخال الرقمنة و شبكات الانترنت في المؤسسات وظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبح الإقبال عليها بشكل رهيب ، أدى هذا التطور إلى توسيع وتعدد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حتى وصل استخدامها من قبل العامة و الخاصة وفي الإدارات العمومية من قبل بعض الموظفين إذا يعتبرها البعض وسيلة لتسلية و التواصل مع الأصدقاء و البعض يراها وسيلة لأداء و انجاز المهام بشكل أسرع و متطور و من هنا جاء موضوع بحثنا : " استخدام الفايسبوك لدى العمال في انجاز المهام الوظيفية و أثره على الأداء الوظيفي".

ولانجاز هذه الدراسة تم تقسيمها إلى فصلين الأول خصص إلى الإطار المنهجي للدراسة اشرفنا فيه إلى إشكالية الدراسة وأهمية الدراسة و أهدافها بالإضافة إلى أسباب اختيار للموضوع و تساؤلات الدراسة و الدراسات السابقة.

أما الفصل الثاني المعنون بالدراسة الميدانية اشرفنا فيه إلى العناصر التالية :

العنصر الأول مجالات الدراسة ، العنصر الثاني منهج الدراسة ،العنصر الثالث عينة الدراسة (طرق جمع البيانات) ، العنصر الرابع أدوات جمع البيانات ، العنصر الخامس عرض و تحليل بيانات الدراسة ، العنصر السادس عرض و تحليل الجداول المركبة ، العنصر السابع نتائج الدراسة العنصر الثامن مقبلة النتائج بالتساؤلات .



الفصل الأول

الاطار المنهجي للدراسة

أولا : اشكالية الدراسة

ثانيا : تساؤلات الدراسة

ثالثا : اسباب اختيار الموضوع

رابعا : أهمية الدراسة

خامسا : أهداف الدراسة

سادسا : الدراسات السابقة

سابعا : مفاهيم و مصطلحات الدراسة

أولا : اشكالية الدراسة :

ان التكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال فتحت افقا جديدة و احدثت تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة و لقد استطاع التطور المذهل في حقول التكنولوجيا أن يتيح لها الارتباط و التفاعل في كافة المجالات العلمية و العملية , فيفضل ادخال الاجهزة الالكترونية و ادخال تقنيات متطورة لها في المؤسسات العالمية لتنمية قدراتهم الوظيفية و انجاز المهام الوظيفية

أصبحت هذه المؤسسات في تطور و تقدم مستمر فبعدها كانت قديما و قبل القرن التاسع عشر تعتمد في قلتها على وسائل تقليدية ككتابة الرسائل الادارية باليد و عدم وجود وسائل اتصال حديثة كان الاعتماد على اليد العاملة التقليدية فقط و لكن الان بفضل التطور التكنولوجي تم ادخال تقنيات متطورة حديثة في العمل و ادخال وسائل الرقمنة حيث بدأت بوادرها تظهر في الثمانينيات و ادت الى اعادة ارتباط الانسان بالآلة (جهاز الكمبيوتر) فرجعنا الى حيث رجع التنظيم الى نسق الانسان آلة اكثر من ذلك صاحب هذه الثورة الرقمية ظهور نظام الشبكات و أبرز هذه الانظمة شبكة الانترنت و لكن مع وصول تقنية أو مواقع الجيل الثاني و الجيل الثالث و الرابع و الهواتف الذكية أو ما يعرف بالويب يتيح التواصل بين الافراد , أصبح الانترنت من ضروريات الانسان العادي يستخدمه في بيته و في مكان عمله فبين الاستخدام المهني و الاستخدام الخاص لشبكات التواصل الاجتماعي حذف نوع من التداخل لذلك و من هنا جاء موضوع دراستنا حول استخدام العمال للفيسبوك في انجاز المهام الوظيفية و اثره على الاداء الوظيفي داخل المؤسسة و من خلال محاولة الاجابة على التساؤل الرئيسي الذي مؤداه :

كيف أثر الفيسبوك على الاداء الوظيفي لعمال سونلغاز ورقلة ؟

ثانيا : تساؤلات الدراسة :

من اجل معالجة هذا الموضوع طرحت التساؤلات التالية :

- هل يؤثر استخدام العمال للفايسبوك على أدائهم الوظيفي داخل المؤسسة ايجابيا .
- هل يؤثر استخدام العمال للفايسبوك على أدائهم الوظيفي داخل المؤسسة سلبيا .

ثالثا : أسباب اختيار الموضوع : نقسمها الى قسمين :

1- الأسباب الذاتية :

- الرغبة والميل الشخصي إلى معالجة مثل هذه المواضيع المتمحورة حول الفاييسبوك
- قلة الدراسات والأبحاث في جامعتنا في حدود الاطلاع والتي تعالج مثل هذه المواضيع خاصة تأشير استخدامه على الأداء الوظيفي .

2 - الأسباب الموضوعية :

- تفاعل الميدان مع موضوع البحث إذا يعتبر موضوع حيوي .
- انتشار الفاييسبوك في كافة مجالات الحياة .

رابعاً: أهمية الدراسة:

ان البحث العلمي ضرورة قائمة لكل انسان مهما كان علمه أو مركزه , لان مشكلات الحياة اليومية تتطلب تفكيراً و منهجاً علمياً و منهجاً لحلها¹ .

تتجلى أهمية هذه الدراسة من خلال كونها تنصب في موضوع شبكات التواصل الاجتماعي.

كما تتبع أهمية هذه الدراسة من خلال كونها تسعى للكشف عن اثر استخدام العمال للفايسبوك على الأداء الوظيفي داخل المؤسسة.

خامساً: أهداف الدراسة:

الهدف من البحث يفهم عادة على أنه السبب الذي من أجله قام الباحث ببحثه و يمكن أن تشمل أهداف البحث بيان بالاستخدامات الممكنة لنتائجه و شرح قيمة هذا البحث²

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

للكشف هل لاستخدام العمال للفايسبوك أثر على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة ايجابياً

من اجل معالجة هذا الموضوع طرحت التساؤل التالي:

- هل لاستخدام العمال للفايسبوك اثر على أدائهم الوظيفي داخل المؤسسة؟

¹ رحيم يونس كرو العزاوي , مقدمة في منهج البحث العلمي , عمان , دار دجلة , 2008 , ص21

² عبد الرحمان بن عبد الله الواصل , البحث العلمي و خطواته و مراحلها و اساليبه و مناهجه أدواته و ووسائله اصول كتاباته , 1999 , ص26

سادسا: الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:¹ مذكرة ماجستير من إعداد الطالبة مريم ناريمان نومان بعنوان: "استخدام مواقع الشبكات

الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية " -دراسة عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر

تمحور التساؤل الرئيسي للدراسة بما يلي: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

من خلال طرح التساؤلات الفرعية

1- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك لدى الفرد الجزائري؟

2- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك؟

3- كيف يؤثر استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

أهداف هذه الدراسة تتمثل في:

-الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية.

- معرفة الدور الكبير الذي تلعبه تكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص

-معرفة مدى تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي مستخدمة كل من أداتي الملاحظة والاستبيان في الدراسة الميدانية .

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

¹ مريم ناريمان نومان ، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر ، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، قسم العلوم الانسانية تخصص الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة باتنة ، الموسم الجامعي 2011 2012

بالنسبة لعادات وأنماط استخدام الفايسبوك أغلب أفراد العينة يستخدمونه منذ سنة إلى 03 سنوات منهم أكثر 03 ساعات في استخدامهم للموقع وأغلبهم يتصفحون الموقع من مرتين إلى 03 مرات في اليوم بالنسبة لدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفايسبوك أغلبهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب الترفيه

بالنسبة لتأثير استخدام الفايسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين فقد توصل إلى أن استخدام الفايسبوك أثر على العلاقات الاجتماعية من خلال تقليل اتصال الفرد مع عائلته.

مقارنة الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية:

أوجه التشابه :

تشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية وأقصد بذلك دراستي انهما يتشابهان في موضوع البحث المتمثل في استخدام الفايسبوك ايضا يتشابهان في المنهج المستخدم والتقنية المعتمد عليها في اجراء البحث الميداني، حيث ان كلاهما استخدمتا تقنية الملاحظة واستمارة استبيان للأجابة على تساؤلات الدراسة. يتشابهان في الميدان أي الدراسة التطبيقية فكلاهما اجريا دراستهما في الميدان سواء كان الميدان مجتمع أو مؤسسة أو غير ذلك.

أوجه الاختلاف:

تختلف الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية فيما يلي: يختلفان في زاوية البحث وتساؤلات الدراسة والمجال المكاني بالنسبة لزاوية البحث نجد أن الدراسة السابقة تبحث عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية، أما الدراسة الحالية تدرس اثر استخدام العمال للفايسبوك على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة، الاختلاف في زاوية البحث الدراسة السابقة تدرس اثر الاستخدام على العلاقات الاجتماعية اما الدراسة الحالية تدرس اثر الاستخدام على الأداء الوظيفي فالاختلاف يبرز في المتغير المستقل لا يتشابهان.

* بالنسبة لتساؤلات الدراسة نجد أن الدراسة السابقة تمحورت تساؤلاتها حول الدوافع والحاجات التي تكمن من وراء استخدام الجزائريين للفايسبوك وكيف يؤثر استخدامه على العلاقات الاجتماعية، أما الدراسة الحالية تمحورت تساؤلاتها عن ما اذا كان هنالك اثر من استخدام العمال للفايسبوك على الأداء الوظيفي داخل المؤسسة.

* بالنسبة للمجال المكاني لدراسة السابقة هو عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر، أما الدراسة الحالية فالمجال المكاني هو مؤسسة اقتصادية "مؤسسة توزيع الكهرباء و الغاز (سونلغاز).

- جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

تتمثل في تصويب الإشكالية وضبطها اكثر، اكتساب خبرة مسبقة عن الموضوع سواء بالنسبة للجانب المنهجي أو الجانب الميداني في كيفية تحليل وتفسير النتائج المتوصل اليها.

الدراسة الثانية¹: رسالة ماجستير من إعداد الطالب عثمان إحسان عيدان بعنوان: " أثر استخدام شبكات

التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن " - دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية الخاصة.

¹ عثمان احسان عيدان، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن - دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية الخاصة برسالة ماجستير في الأعمال الالكترونية، قسم الاعمال الالكترونية، جامعة الشرق الأوسط كلية الأعمال 2015.

التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة هو: هل هنالك أثر لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي أداء إدارة علاقات

الزبائن في الجامعات الأردنية الخاصة؟

تمثلت فرضيات الدراسة في:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه بالزبائن للتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن والنظام

الإداري المرتكز على الزبون في تحقيق أداء علاقات الزبائن في الجامعات الأردنية الخاصة.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه بالزبائن للتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن والنظام

الإداري المرتكز على الزبون في تعزيز قدرات إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية من حيث إدارة تفاعل

الزبون ونشر المعلومات والاستجابة في الجامعات الأردنية الخاصة

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية قدرات إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية من حيث إدارة تفاعل الزبون

ونشر المعلومات والاستجابة في تحقيق أداء علاقات الزبائن من حيث: رضا الزبائن- ولاء الزبائن في

الجامعات الأردنية الخاصة.

هدفت هذه الدراسة إلى ما يلي:

بيان أثر التوجه بالزبون للتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن بالنظام الإداري المرتكز على الزبون

لتعزيز أداء علاقات الزبائن بوجود قدرات إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية كمتغير وسيط في الجامعات الأردنية

الخاصة اعتمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدم استمارة استبيان

نتائج الدراسة:

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه بالزبائن للتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن والنظام

الإداري المرتكز على الزبون في تحقيق أداء علاقات الزبائن في الجامعات الأردنية الخاصة.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه بالزبائن للتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن والنظام الإداري المرتكز على الزبون في تعزيز قدرات إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية من حيث إدارة تفاعل الزبون الاجتماعية ولم يتبين أي أثر للتوجه بالزبون على قدرات إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية في الجامعات الأردنية الخاصة

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية في نشر المعلومات في حين لم يتبين أي أثر للتوجه بالزبون والنظام الإداري المرتكز على الزبون في نشر المعلومات في الجامعات الأردنية الخاصة.

مقارنة الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية:

أوجه التشابه:

تشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية وأقصد بذلك دراستي انهما يتشابهان في موضوع البحث المتمثل في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. أيضا يتشابهان في المنهج ، حيث ان كلاهما يتشابهان في الميدان أي الدراسة التطبيقية فكلاهما اجريا دراستهما في الميدان سواء كان الميدان مجتمع أو مؤسسة أو غير ذلك.

أوجه الاختلاف:

تختلف الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية فيما يلي:

يختلفان في زاوية البحث وفرضيات الدراسة والمجال المكاني.

* بالنسبة لزاوية البحث نجد أن الدراسة السابقة تدرس اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن ، أما الدراسة الحالية تدرس اثر استخدام العمال للفيسبوك على أدائه الوظيفي داخل المؤسسة،

الاختلاف في زاوية البحث الدراسة السابقة تدرس اثر الاستخدام على أداء إدارة علاقات الزبائن أما الدراسة الحالية تدرس اثر الاستخدام على الأداء الوظيفي فالاختلاف يبرز في المتغير المستقل لا يتشابهان . بالنسبة لفرضيات الدراسة نجد أن الدراسة السابقة تمحورت فرضياتها حول انه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه بالزبائن للتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن والنظام الإداري المرتكز على الزبون في تحقيق أداء علاقات الزبائن في الجامعات الأردنية الخاصة.

أما الدراسة الحالية تمحورت تساؤلاتها عن ما اذا كان هنالك أثر من استخدام العمال للفايسبوك على الأداء الوظيفي داخل المؤسسة.

* بالنسبة للمجال المكاني لدراسة السابقة هو عينة طالبات الجامعات الأردنية الخاصة، أما الدراسة الحالية فالمجال المكاني هو مؤسسة عمومية " مؤسسة توزيع الكهرباء و الغاز (سونلغاز).

سابعا: مفاهيم و مصطلحات الدراسة

يعد تحديد المفاهيم و المصطلحات العلمية للدراسة أحد الطرق المنهجية الهامة في تصميم البحوث ، فالدقة و الموضوعية من خصائص العلم التي تميزه عن غيره من ضروب المعرفة ، ومن مستلزمات الدقة في العلم وضع تعريفات واضحة محددة لكل مفهوم أو مصطلح يستخدمه العلماء و الباحثون في كتاباتهم ودراساتهم¹

¹ محي الدين محمد مسعد ، كيفية كتابة الابحاث و الاعداد للمحاضرات ، ط2 ، المكتب العربي الحديث ، الاسكندرية ، 2000 ، ص29

الاستخدام :

لغة :

استخدم يستخدم استخداما مثل ، (استخدم الرجل غيره) أي استخدمه استخداما فهو مستخدم و الآخر اتخذه خادما طلب منه أن يخدمه ، استخدم الإنسان الآلة و السيارة أي استعملها في خدمة نفسه¹

اصطلاحا :

يعرف الاستخدام بأنه ما يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات أي انه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل ، إضافة إلى أن الاستخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد أو لا يرضيها وذلك عندما لا توجد المعلومات التي لا يحتاجها بالفعل

أما الاستخدام في مجال الانترنت فيتخذ مفهومين هما :

الاستخدام العام : وهو الدخول إلى الشبكة دون تحديد مسبق لعملية الاستخدام .

الاستخدام الخاص : وهو الاستخدام المتخصص الذي يكون في غالب الأحيان في إطار العمل مثل (التجارة

الإلكترونية ، البيع ، الشراء الخ)²

¹ سوهيلة بوضياف ، المدونات الإلكترونية في الجزائر ، دراسة في الاستخدامات و الاشباعات ، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ، جامعة باتنة 2009-2010 ص17

² سليمان بورحلة ، أثر استخدام الانترنت على الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم ، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر3 ، 2007-2008 ، ص24

التعريف الإجرائي :

الاستخدام يعني توفر التكنولوجيا ماديا قصد الاتصال وهذا عبر مختلف وسائلها وأجهزتها الاتصالية كالحواسيب أو الهواتف النقالة و المتصلة بشبكة الانترنت مع امتلاك الطالب لحساب فيسبوك حتى يتمكن من الدخول إلى الشبكة و استخدامه .

الفيسبوك :

الفيسبوك على أنه موقع (dictionary of media and communications) يعرفه قاموس الإعلام والاتصال خاص للتواصل الاجتماعي أسس عام 2000 ، يتيح نشر الصفحات الخاصة ، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص¹

التعريف الإجرائي :

هو الشبكة الاجتماعية التي يمكن الدخول إليها مجانا ، حيث يمكن للطالب الانضمام إليها وذلك للاتصال بالآخرين ومتابعة كل ما هو جديد من الأخبار بمختلف صيغها .

¹ Marcel panesi (2009): dictionary of media and communications.ME.sharp.newYourk P117.

الفصل الثاني

الجانب الميداني

تمهيد

أولا : مجالات الدراسة

ثانيا : منهج الدراسة

ثالثا : طرق جمع البيانات

رابعا : أدوات جمع البيانات

خامسا : عرض وتحليل النتائج

سادسا : عرض النتائج العامة للدراسة

تعد الدراسة الميدانية الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها في البحث للوصول نتائج الدراسة انطلاقا من الجانب النظري وصولا للنتائج المستخلصة من البحث ، و تعتبر الأدوات المنهجية الوسيلة التي تمكن الباحث من تحقيق أهداف الدراسة وسنقوم في هذا الفصل الميداني بالتعريف

أولا بالتعريف بمجالات الدراسة ثم المنهج المتبع والعينة المستخدمة في البحث بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات ختاماً بالعرض و تحليل بيانات الدراسة و عرض وتحليل الجداول المركبة و استخلاص النتائج

أولاً : مجالات الدراسة :

1- المجال البشري :

بما أننا بصدد دراسة ميدانية تهدف الى معرفة أثر الفايسبوك على الاداء الوظيفي لدى عمال مديرية سونلغاز فان المجال البشري للدراسة يشمل جميع الموظفين بمديرية سونلغاز لولاية ورقلة.

2- المجال المكاني :

يتمثل المجال المكاني للدراسة في مديرية سونلغاز لولاية ورقلة .

أ - التعريف بمديرية سونلغاز لولاية ورقلة :

تم انشاء المؤسسة العمومية للكهرباء والغاز التي اسندت اليها احتكار إنتاج الكهرباء والغاز ونقله وتوزيعه وتوزيع الغاز و هي تلك المديرية الجهوية لتوزيع الكهرباء و الغاز بورقلة حضري ، بحيث تم إنشاؤها بمقتضى المرسوم 69/59 في 1969/07/29م باسم (EGA) الشركة الجزائرية للكهرباء و الغاز ثم تحولت بمقتضى القانون 1988/01/12 إلى المؤسسة العمومية ذات طابع صناعي تجاري ، و حاليا أصبحت تسمى بالشركة الجزائرية للكهرباء و الغاز ذات الاسهم وكان الهدف من تحويلها إلى مؤسسة ذات حجم هام في القدرات التنظيمية والتسييرية حتى يصبح في مقدورها مرافقة ومساندة التهيئة الاقتصادية للبلد . مع الاخذ في الحسبان ضمان الخدمة العمومية وهو جوهر المهمة لسونلغاز فالهدف يكمن في توسيع حيز نشاطات وتحسين

نمط التسيير الاقتصادي يفيدان في المقام الاول مهمة هذه المؤسسة من اجل ترسيخ ثقافتها كمؤسسة . وبطبيعة الحال هي احدى مديريات التوزيع للكهرباء والغاز الحضري بالوسط الذي يوجد مقرها الرئيسي بالبلدية وتتبعها 13 مديرية تابعة لها وهي "مديرية البلدية والمدية و مديرية لبويرة ومديرية تيزي وزو ومديرية الاغواط ومديرية الجلفة ومديرية غرداية ومديرية ورقلة حضري ومديرية الوادي ومديرية بسكرة ومديرية تمنراست ومديرية اليزي ومديرية ورقلة الريفي تقرت، حيث يوجد مقر مديرية توزيع الكهرباء والغاز ورقلة حضري بوسط المدينة، بالقرب من شارع القدس سوق لاجر قرب المجمع التجاري القديم (monopre). عدد عمالها اجمال هو 203 منهم 59 اطار و40 عون تنفيذي و104 متمرس ومن المهام الرئيسية للمؤسسة او المديرية الجهوية هي :

- المشاركة في اعداد سياسة المديرية العامة لتوزيع و تطوير المبيعات وتحسين مهمة المؤسسة لدى الغير .
- استخدام السياسات التجارية للمؤسسة ومراقبة تطبيقها .
- توفير احسن الظروف في العمل وتقديم النصح ومساعدة العاملين .
- اعداد برامج الاشغال المحملة على عاتق المؤسسة وتامين تقنية العمل .
- تامين السير وتنمية الموارد البشرية .

3- المجال الزمني :

أنجزت دراستنا خلال العام الدراسي 2022/2021 وقد شرعنا فيها شهر أكتوبر أين استهلها بجمع المادة الأولية لدراستنا ثم بعد ذلك التحديد الدقيق لمشكلة البحث و ما يليها من خطوات منهجية ووضع خطة تتناسب و موضوع الدراسة و ضبط مسار البحث و الشروع في استكمال عناصره وقد شرعنا في الجانب الميداني في شهر ديسمبر و ذلك من خلال الاستكشاف القبلي لمجلي الدراسة

البشري والمكاني وذلك من خلال ذلك من خلال الدوائر التي يخضع مبحثها للاختبار الميداني وذلك من خلال تصميم استمارة الاستبيان ثم تلا ذلك تجربتها بعد مرورها على أساتذة محكمين و توزيعها ثم استرجاعها و تفرغ البيانات بعد ذلك في الجداول و القيام بالعمليات الإحصائية الضرورية ثم ما يتبع ذلك من تحليل و تفسير و تعليق و الوصول إلى النتائج النهائية شهر ماي .

ثانيا : منهج الدراسة :

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرف بأنه " أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية و دقيقة على الظاهرة المدروسة ووصفها وصفا دقيقا و التعبير عنها تعبيراً كميًا و كيفية

1» .

ثالثا : طرق جمع البيانات :

بما أن مجتمع الدراسة يتمثل في جميع عمال مديرية سونلغاز ، فإن إجراء مسح شامل لمجتمع البحث يتطلب قدرا كبيرا من التكاليف ليس باستطاعتنا كطلبة تغطيتها ، كما أن ذلك يحتاج إلى زمن طويل نسبيا ، فضلا عن الجهد الكبير الذي يتطلبه إتمام عملية جمع البيانات ، كل هذه الأسباب الموضوعية إلى استخدام المسح بالعينة . وعينة الدراسة هي " جزء من مجتمع البحث الأصلي ، يختارها الباحث بأساليب مختلفة وبطريقة تمثل المجتمع الأصلي ، وتحقق أغراض البحث وتغني عن مشقات دراسة المجتمع الأصلي " وبما أن مجتمع الدراسة معروف فقد تم أخذ عينة عشوائية بسيطة أما عدد مفردات العينة فقد كان "40 مفردة وذلك في حدود إمكانياتنا المادية .

¹ - محمد عبيدات و آخرون ، منهجية البحث العلمي ، دار وائل للطباعة و النشر ، عمان- الأردن ، ط2 ، 1999 ، ص 46

رابعاً : أدوات جمع البيانات :

باعتبار الدراسة الميدانية تقتضي النزول للميدان لغرض جمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث و الإجابة عن التساؤلات الدراسة فلا بد من استخدام تقنيات البحث العلمي المناسبة لذلك وفي دراستنا هذه اعتمدنا على

أداة الاستبيان

الاستبيان :

يعتبر الاستبيان احد الوسائل الشائعة الاستعمال للحصول على المعلومات و حقائق تتعلق بأراء و اتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين¹ , و يتكون الاستبيان من جدول من الأسئلة توزع على فئة من المجتمع عينة² . يعرف أيضا على انه وسيلة قائمة بذاتها تستخدم لجمع البيانات عن موضوعات محددة من مجموعة كبيرة من الأفراد و الاستبيان عبارة عن استمارة تضم عدد من الأسئلة³ .

يرجع اختيارنا لاستبيان كأداة رئيسية في دراستنا لمجموعة من الأسباب نذكر من بينها توافق هذه الأداة مع موضوع بحثنا .

وتشمل الاستمارة على المحاور التالية :

¹ عامر ابراهيم قنديلجي : البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية , ط3 , دار المسيرة للنشر و التوزيع , عمان , 2012 , ص88

² وجيو محجوب : أصول البحث العممي و مناجو , ط 2 , دار المناهج لنشر و التوزيع , عماف , 2005 ص128

³ محمد ابو شنب , البحث التصميم و التنفيذ التجريبي , دار المعرفة الجامعية , الإسكندرية , مصر 2007 , ص25

المحور الأول : ويشمل البيانات الشخصية و تضم سؤالين .

المحور الثاني : و تألف من أربعة أسئلة تتمحور حول عادات و أنماط استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية .

المحور الثالث : شمل على سبعة أسئلة تتمحور حول اثر استخدام الفايسبوك في العمل في مديرية سونلغاز على تحسين الأداء الوظيفي .

و لتحقق من صدق الاستمارة اعتمدنا على أساتذة محكمين وهم :

د : تومي فضيلة

د : حسيني نادية

وكانت اغلب ملاحظاتهم تصب في إعادة صياغة بعض مفردات بدقة أكثر حذف بعض الأسئلة الإضافية و التي لا تخدم البحث .

وتم تعديل و الأخذ بملاحظات الأساتذة

خامسا : عرض و تحليل النتائج :

جدول رقم 01 : يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس .

الفئات	التكرار	النسبة %
ذكر	24	60 %
أنثى	16	40 %
المجموع	40	100 %

يتبين من هذا الجدول أن نسبة الذكور من المبحوثين اكبر من نسبة المبحوثين من الإناث، حيث تقدر الأولى بنسبة 60 % ، وتمثل الثانية نسبة 40 % من إجمالي المبحوثين

يعود هذا الارتفاع النسبي للذكور أن طبيعة نشاط المؤسسة يتطلب جهد بدني ونشاط يصعب على الفئة الثانية ممارسته .

جدول رقم 02 :يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى الدراسي .

الفئات	التكرار	النسبة %
متوسط	10	25 %
ثانوي	17	42.5 %
جامعي	13	32.5 %
المجموع	40	100 %

يتبين من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين في الطور الثانوي اكبر نسبة من الطورين الجامعي و المتوسط ،

حيث تقدر الأولى بنسبة 42.5 % ، وتمثل الثانية نسبة 32.5 % ، و تمثل الثالثة نسبة 32.5 % من

إجمالي المبحوثين ، ويعود هذا أن المؤسسة ذات طابع اقتصادي في تركز على الإطارات التقنية في نشاطها

لأنه اقل اجر مقارنة مع الإطارات الجامعية .

جدول رقم 03 : يبين كيفية استخدام الفايسبوك في انجاز وظائفك .

الفئات	التكرار	النسبة %
بانتظام	7	17.5 %
أحيانا	25	62.5 %
نادرا	8	20 %
المجموع	40	100 %

يتبين من خلال الجدول أن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك في انجاز وظائفهم أحيانا اكبر نسبة

من الذين يستخدمونه بانتظام و نادرا حيث تقدر نسبة الأولى ب 62.5 % ، و تمثل الثانية نسبة 20 %

و تمثل الثالثة نسبة 17.5 % من إجمالي المبحوثين ، ويعود هذا لتخوف من المنشورات المغلوطة والغير

مراقبة .

جدول رقم 04 : يبين مدى مساعدة الفايسبوك في الأداء الوظيفي .

النسبة %	التكرار	الفئات
5 %	02	نعم
47.5 %	19	لا
47.5 %	19	إلى حد ما
100 %	40	المجموع

يكشف لنا الجدول رقم 04 مدى مساعدة الفايسبوك في أداء الوظيفي حيث نجد نسبة متعادلة بين الذين لا يجدون مساعدة من الفايسبوك في الأداء الوظيفي و إلى حد ما حيث بلغت النسبة 47.5 % من المبحوثين ، في حين نجد نسبة 5 % من الذين يجدون مساعدة في الفايسبوك .

هذا ما يدل على عدم إقبال متناوب (غير دائم) على المساعدة في الأداء الوظيفي من الفايسبوك ويرجع ذلك إلى طبيعة المحتوى وعدم تماثيه مع المتطلبات الوظيفية .

جدول رقم 05 : يبين أسباب استخدامك للفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية .

النسبة %	التكرار	الفئات
35 %	14	سهولة في الوصول إلى المعلومة
62.5 %	25	المساعدة في المهام الوظيفية
2.5 %	1	سرعة في الأداء
100 %	40	المجموع

من خلال الجدول رقم 05 والذي يبين أسباب استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية نلاحظ أن معظم

المبحوثين يستخدمون الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية للمساعدة في المهام الوظيفية بنسبة 62.5 %

قدرة ب 25 من مجموع 40 مفردة ،بينما نجد فرد واحد فقط يستخدم الفايسبوك في المهام الوظيفية لسرعة الأداء لتبقى نسبة 35 % من الذين يستخدمون الفايسبوك لسهولة الوصول إلى المعلومة .

نرجع الكثافة العالية لتعرض الأغلبية من المبحوثين لاستخدام الفايسبوك في المهام الوظيفية للمساعدة في المهام الوظيفية وهذا لتحسين الأداء واخذ برأي الغير من نفس الوظيفة .

جدول رقم 06 : يبين نوع صفحات الفايسبوك التي تراها تساعد في المهام الوظيفية .

النسبة %	التكرار	الفئات
30 %	12	مجموعات إدارية
37.5 %	15	صفحات شخصية
32.5 %	13	منتديات جامعية
0	0	أخرى تذكر
100 %	34	المجموع

من خلال الجدول رقم 06 والذي يبين نوع صفحات الفايسبوك التي تراها تساعد في المهام الوظيفية نلاحظ

أن نسبة 37.5 % من المبحوثين يتابعون صفحات شخصية للمساعدة في المهام الوظيفية ، ونجد نسبة

32.5% من المبحوثين يتابعون منتديات جامعية في حين نجد

نسبة 30 % من يتابعون مجموعات إدارية .

هذا ما يدل على إقبال المبحوثين على الصفحات الشخصية وهذا راجع إلى الثقة المتبادلة بين الأصدقاء في

العمل و الخبرات المتبادلة .

جدول رقم 07 : يبين تقييم استخدام الفايسبوك في أداء المهام الوظيفية.

النسبة %	التكرار	الفئات
50 %	20	مجدي
50 %	20	غير مجدي
100 %	40	المجموع

من خلال الجدول رقم 07 و الذي يبين تقييم استخدام الفايسبوك في أداء المهام الوظيفية وهذا ما نلاحظه من خلال تساوي في النسبة بين الاستخدام المجدي و الغير مجدي حيث قدرة النسبة ب 50% كل منهما ، ويرجع هذا تخوف بعض المبحوثين من بعض الصفحات الغير رسمية في نشر المعلومات الوظيفية في حين هناك مبحوثين من يرى أن استخدام الفايسبوك مجدي إذا استغل في صفحات رسمية .

جدول رقم 08 : يبين مدى استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية في تحسين الأداء الوظيفي .

النسبة %	التكرار	الفئات
72.5 %	29	أحيانا
7.5 %	03	دائما
20 %	08	نوعا ما
100 %	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 08 و الذي يبين كيفية استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية في تحسين الأداء الوظيفي أن نسبة تفوق النصف من أفراد العينة المقدرة ب 72.5% يستخدمون أحيانا الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية ، بينما نوعا ما من المبحوثين يستخدم الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية وتقدر ب 20 % ، في حين نسبة 7.5% من المبحوثين من يستخدم دائما الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية ، ويعود هذا إلى انشغال بعض أفراد المبحوثين في مناطق خارج وجود شبكة الفايسبوك عدم وجود الوقت الكافي لتصفح الفايسبوك.

جدول رقم 09 : يبين مدى اعتقاد بان الفايسبوك يساعد في إنهاء المهام الوظيفية الموكلة إليه .

النسبة %	التكرار	الفئات
52.5 %	21	أحيانا
32.5 %	13	دائما

نادرا	06	% 15
المجموع	40	% 100

من بيانات الجدول رقم 09 نلاحظ نسبة 52.5 % من المبحوثين الذين أحيانا ما يعتقدون أن الفايسبوك يساعد في المهام الوظيفية الموكلة إليهم ، ثم يأتي في المرتبة الثانية دائما من المبحوثين ما يعتقد أن الفايسبوك يساعد في المهام الوظيفية الموكلة إليهم بنسبة 32.5 % ، تليه نادرا ما يعتقد المبحوثين أن الفايسبوك يساعد في المهام الوظيفية الموكلة إليهم بنسبة 15 % .

ويشير وهذا إلى الأهمية البالغة التي يقدمها الفايسبوك للمبحوثين من مساعدة في انجاز المهام الموكلة إليهم .

جدول رقم 10 : يبين أسباب تجعك لا ترغب في استخدام الفايسبوك عند أداء المهام الوظيفية

النسبة %	التكرار	الفئات
% 35	14	المحتوى
% 47.5	19	طريقة العرض
% 17.5	07	معا
0	0	أخرى تذكر
% 100	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول 10 أن نسبة 47.5 % من المبحوثين لا يرغبون في استخدام الفايسبوك عند أداء المهام الوظيفية لسبب طريقة العرض ، و نسبة 35 % من المبحوثين لسبب المحتوى ، ونسبة 17.5 % من المبحوثين لا يرغبون في استخدام الفايسبوك لسبب طريقة العرض والمحتوى معا .

ويرجع هذا أن بعض صفحات لا تستخدم أسلوب إداري في عرض والمحتوى المطلوب والمرجع الصحيح .

جدول رقم 11 : يبين الكيفية التي تبدو عليها استخدام الفايسبوك في المهام الوظيفية .

النسبة %	التكرار	الفئات
05 %	02	ناجحة
80 %	32	متوسطة
15 %	06	فاشلة
100 %	40	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 11 أن نسبة 80% من المبحوثين يرون أن الكيفية تبدو عليها استخدام الفايسبوك في المهام الوظيفية متوسطة ، و نسبة 15 % يرون أنها فاشلة ونسبة 05 % يرون أنها ناجحة ، ويعود هذا إلى التباين في المهام الوظيفية و نوع الصفحات المتبعة .

جدول رقم 12 : يبين مدى الانجذاب لاستخدام الفايسبوك عند الأداء الوظيفي .

النسبة %	التكرار	الفئات
47.5 %	19	سرعة إيجاد الحلول
52.5 %	21	وجود آراء و أفكار أخرى
0	0	أخرى تذكر
100 %	40	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 12 أن نسبة 52.5% من المبحوثين ينجذبون لاستخدام الفايسبوك عند الأداء الوظيفي لأسباب وجود آراء و أفكار أخرى ، ونسبة 47.5 % ينجذبون لسبب سرعة إيجاد الحلول، ويعود هذا أن المبحوثين يستخدمون الفايسبوك عند الأداء الوظيفي لابتكار في الأداء و تغيير نمط وتبادل الأفكار الوظيفية.

جدول رقم 13 : يبين مدى توفير الفايسبوك القدر الكافي من المعلومات حول المهام الوظيفية.

النسبة %	التكرار	الفئات
15 %	06	دائما
47.5 %	19	أحيانا
62.5 %	25	نادرا
100 %	40	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 13 أن نسبة 62.5% من المبحوثين نادرا ما يوفر لهم الفايسبوك القدر الكافي من المعلومات و المهام الوظيفية ، ونسبة 47.5% أحيانا ما يوفر لهم الفايسبوك المعلومات الوظيفية ، ونسبة 15% دائما ما يوفر لهم الفايسبوك القدر الكافي من المعلومات حول المهام الوظيفية . ويعود هذا إلى خلو صفحات الفايسبوك من مراجع الرسمية حول المهام الوظيفية وعدم إخضاع صفحات الفايسبوك للمراقبة .

الجدول المركبة :

الجدول رقم 1: يبين كيفية استخدام الفايسبوك في انجاز وظائفك .

المجموع		نادرا		أحيانا		بانتظام		الإجابات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
60 %	24	12.5	05	32.5	13	15%	06	ذكر	

		%		%				الجنس	
16	40 %	03	7.5 %	12	30 %	01	2.5 %	أنثى	
40	100 %	08	20 %	25	62.5 %	07	17.5 %	المجموع	
09	22.5 %	01	2.5 %	05	12.5 %	03	7.5 %	متوسط	
18	45 %	02	5 %	14	35 %	02	50 %	ثانوي	
13	32.5 %	05	12.5 %	06	15 %	02	5 %	جامعي	
40	100 %	08	20 %	25	62.5 %	07	17.5 %	المجموع	

يكشف لنا الجدول رقم 01 عن كيفية استخدام الفايسبوك في انجاز وظائفك حيث نجد نسبة 32.5% من

الذكور مقابل 30% من الإناث أحيانا ما يستخدمون الفايسبوك في انجاز الوظائف، بينما نجد نسبة 15%

من الذكور مقابل 2.5% من الإناث ما يستخدمون الفايسبوك بانتظام في انجاز المهام الوظائف ، في حين

نجد نسبة 12.5% من الذكور مقابل 7.5 % من الإناث ما يستخدمون الفايسبوك نادرا في انجاز المهام

الوظائف .

أما بالنسبة للمستوى الدراسي نجد نسبة 50 % من المستوى الثانوي مقابل 7.5% من المستوى المتوسط

ونسبة 5 % من المستوى الجامعي من يستخدمون الفايسبوك أحيانا في انجاز المهام الوظيفية ، بينما نجد 35

% من المستوى الثانوي مقابل 15 % من المستوى الجامعي و نسبة 12.5% من المستوى المتوسط من يستخدمون الفايسبوك أحيانا في انجاز المهام الوظيفية ،بينما نجد نسبة 12.5% من المستوى الجامعي مقابل 05 % من المستوى الثانوي و 2.5 % من المستوى المتوسط نادرا ما يستخدمون الفايسبوك في انجاز المهام الوظيفية .

جدول رقم 02 : يبين مدى مساعدة الفايسبوك في الأداء الوظيفي .

المجموع		إلى حد ما		لا		نعم		الإجابات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
60%	24	30%	12	25%	10	05%	02	ذكر	الجنس
40%	16	17.5 %	07	22.5 %	09	0 %	0	أنثى	
100%	40	47.5	19	47.5	19	05%	02	المجموع	

		%		%					
22.5	09	%05	02	17.5	07	%0	0	متوسط	المستوى الدراسي
%				%				ط	
%50	20	17.5	07	%30	12	%2.5	01	ثانوي	
27.5	11	%25	10	%0	0	%2.5	01	جامعي	
%100	40	47.5	19	47.5	19	%05	02	المجموع	
		%		%					

يبين الجدول رقم 02 مدى مساعدة الفايسبوك في الأداء الوظيفي حيث نجد نسبة 30% من الذكور مقابل 17.5% من الإناث من يرون أن الفايسبوك يساعد إلى حد ما في الأداء الوظيفي ، بينما نجد نسبة 25% من الذكور مقابل 22.5% من الإناث من يرون أن الفايسبوك لا يساعد في المهام الوظيفية ، بينما 05% من الذكور من يرون أن الفايسبوك يساعد في المهام الوظيفية. أما بالنسبة للمستوى الدراسي نجد 30% من المستوى الثانوي مقابل 17.5% من مستوى المتوسط من يرون بأن الفايسبوك لا يساعد في الأداء الوظيفي ، بينما نجد نسبة 25% من المستوى الجامعي مقابل 17.5% من المستوى الثانوي و نسبة 05% من المستوى المتوسط يرون أن الفايسبوك يساعد إلى حد ما في انجاز المهام الوظيفية ، بينما نجد 2.5% من المستويين الثانوي و الجامعي من يرون أن الفايسبوك يساعد في المهام الوظيفية .

الجدول رقم (03) : يبين أسباب استخدامك للفيسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية .

المجموع		سرعة في الأداء		المساعدة في المهام الوظيفية		سهولة الوصول إلى المعلومة		الإجابات المتغيرات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%60	24	%2.5	01	%40	16	17.5	07	ذكر	الجنس
%40	16	%0	0	%22.5	09	%17.5	07	أنثى	
%100	40	%2.5	01	%62.5	25	%35	14	المجموع	
%22.5	09	%2.5	01	%20	08	%0	0	متوسط	المستوى الدراسي
%40	16	%0	0	%22.5	09	17.5	07	ثانوي	
%37.5	15	%0	0	%20	08	17.5	07	جامعي	
%100	40	%2.5	01	%62.5	25	%35	14	المجموع	

يبين الجدول رقم (03) أسباب استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية حيث نجد نسبة 17.5% من الذكور مقابل 17.5% من الإناث من يرون أن أسباب استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية هو سهولة الوصول الى المعلومة ، بينما نجد نسبة 40% من الذكور مقابل 22.5% من الإناث يرون أن أسباب استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية هو المساعدة في أدائها، بينما 2.5% من الذكور من يرون أن أسباب استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية هو السرعة في الأداء .

أما بالنسبة للمستوى الدراسي نجد 17.5% من المستوى الجامعي مقابل 17.5% من المستوى الثانوي يرون بأن أسباب استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية هو سهولة الوصول إلى المعلومة ، بينما نجد نسبة 20% من المستوى المتوسط مقابل 22.5% من المستوى الثانوي و نسبة 20% من المستوى الجامعي يرون أن أسباب استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية هو المساعدة في الأداء ، بينما نجد 2.5% من المستوى الجامعي من يرون أن أسباب استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية هو السرعة في الأداء.

الجدول رقم (04) : يبين نوع صفحات الفايسبوك التي تراها تساعد في المهام الوظيفية .

المجموع		منتديات جامعية		صفحات شخصية		مجموعات إدارية		الإجابات	
النسبة%	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	المتغيرات	
60%	24	12.5	05	22.5	09	25%	10	ذكر	

		%		%				الجنس	
16	40%	17.5	07	15%	06	7.5%	03	أنثى	
40	100%	30%	12	37.5	15	32.5	13	المجموع	
09	22.5	7.5%	03	10%	04	5%	02	متوسط	
18	45%	22.5	09	20%	08	2.5%	01	ثانوي	
13	32.5	0	0	7.5%	03	25%	10	جامعي	
40	100%	30%	12	37.5	15	32.5	13	المجموع	

يبين الجدول رقم (04) نوع صفحات الفايسبوك التي تساعد في المهام الوظيفية حيث نجد نسبة 25% من

الذكور مقابل 7.5% من الإناث يرون أن نوع صفحات الفايسبوك التي تساعد في المهام الوظيفية هي

مجموعات إدارية ، بينما نجد نسبة 22.5% من الذكور مقابل 15% من الإناث يرون أن نوع صفحات

الفايسبوك التي تساعد في المهام الوظيفية هي صفحات شخصية ، بينما 12.5% من الذكور مقابل 17.5%

من الإناث من يرون أن نوع صفحات الفايسبوك التي تساعد في المهام الوظيفية هي منتديات جامعية .

أما بالنسبة للمستوى الدراسي نجد 5% من المستوى المتوسط مقابل 2.5% من المستوى الثانوي مقابل 25% من المستوى الجامعي يرون أن نوع صفحات الفايسبوك التي تساعد في المهام الوظيفية هي مجموعات إدارية ، بينما نجد نسبة 10% من المستوى المتوسط مقابل 20% من المستوى الثانوي و نسبة 7.5% من المستوى الجامعي يرون أن نوع صفحات الفايسبوك التي تساعد في المهام الوظيفية هي صفحات شخصية ، بينما نجد 7.5% من المستوى المتوسط مقابل 22.5% من المستوى الثانوي يرون أن نوع صفحات الفايسبوك التي تساعد في المهام الوظيفية هي منتديات جامعية .

الجدول رقم (05) : يبين تقييم استخدام الفايسبوك في أداء المهام الوظيفية.

المجموع		غير مجدي		مجدي		الإجابات	
النسبة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
60%	24	27.5%	11	32.5%	13	ذكر	الجنس
40%	16	20%	08	20%	08	أنثى	

%100	40	%47.5	19	%52.5	21	المجموع	
%22.5	09	%10	04	12.5%	05	متوسط	المستوى الدراسي
%45	18	%20	08	%25	10	ثانوي	
%32.5	13	%17.5	07	%15	06	جامعي	
%100	40	%47.5	19	%52.5	21	المجموع	

يبين الجدول رقم (05) تقييم استخدام الفايسبوك في أداء المهام الوظيفية حيث نجد نسبة

32.5% من الذكور مقابل 20% من الإناث من يرون أن استخدام الفايسبوك في أداء المهام

الوظيفية مجدي ، بينما نجد نسبة 27.5% من الذكور مقابل 20% من الإناث يرون أن

استخدام الفايسبوك في أداء المهام الوظيفية غير مجدي .

أما بالنسبة للمستوى الدراسي نجد 12.5% من المستوى المتوسط مقابل 25% من المستوى

الثانوي مقابل 15% من المستوى الجامعي يرون بأن استخدام الفايسبوك في أداء المهام

الوظيفية مجدي ، بينما نجد نسبة 10% من المستوى المتوسط مقابل 20% من المستوى

الثانوي و نسبة 17.5% من المستوى الجامعي يرون أن استخدام الفايسبوك في أداء المهام

الوظيفية غير مجدي.

الجدول رقم (06) : يبين مدى استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية في تحسين

الأداء الوظيفي .

المجموع	نوعا ما	دائما	أحيانا	الإجابات
---------	---------	-------	--------	----------

المتغيرات	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	18	04	10%	02	05%	24	60%
	أنثى	11	04	10%	01	2.5%	16	40%
المجموع		29	08	20%	03	7.5%	40	100%
المستوى الدراسي	متوسط	10	02	05%	02	05%	14	35%
	ثانوي	16	02	05%	0	0%	18	45%
	جامعي	03	04	10%	01	2.5%	08	20%
المجموع		29	08	20%	03	7.5%	40	100%

يبين الجدول رقم (06) مدى استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية في تحسين الأداء الوظيفي حيث

وجد نسبة 45% من الذكور مقابل 27.5% من الإناث من يرون أن استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية في تحسين الأداء الوظيفي يكون أحيانا ، بينما نجد نسبة 05% من الذكور مقابل 2.5% من الإناث يرون أن استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية في تحسين الأداء الوظيفي يكون دائما، بينما 10% من الذكور مقابل 10% من الإناث من يرون أن استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية في تحسين الأداء الوظيفي يكون نوعا ما.

أما بالنسبة للمستوى الدراسي نجد 25% من المستوى المتوسط مقابل 40% من المستوى الثانوي مقابل 7.5% من المستوى الجامعي يرون أن استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية في تحسين الأداء الوظيفي يكون أحيانا ، بينما نجد نسبة 05% من المستوى المتوسط مقابل نسبة 2.5% من المستوى الجامعي يرون أن استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية في تحسين الأداء الوظيفي يكون دائما ، بينما نجد 05% من المستوى المتوسط مقابل 05% من المستوى الثانوي مقابل 10% من المستوى الجامعي يرون أن استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية في تحسين الأداء الوظيفي يكون نوعا ما.

الجدول رقم (07) : يبين مدى الاعتقاد بان الفايسبوك يساعد في إنهاء المهام الوظيفية الموكلة إليه

المجموع		نادرا		دائما		أحيانا		الإجابات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
60%	24	10%	04	25%	10	25%	10	ذكر	الجنس
40%	16	12.5%	05	27.5%	11	0%	0	أنثى	
100%	40	22.5%	09	52.5%	21	25%	10	المجموع	
30%	12	0%	0	17.5%	07	12.5%	05	متوسط	المستوى

18	04	12	02	ثانوي	ى الدراسي
10	04	01	05	جامعي	
40	08	20	12	المجموع	

يبين الجدول رقم (07) مدى الاعتقاد بان الفايسبوك يساعد في إنهاء المهام الوظيفية الموكلة إليه حيث نجد نسبة 25% من الذكور من يعتقدون أن الفايسبوك أحيانا يساعد في إنهاء المهام الوظيفية الموكلة إليهم ، بينما نجد نسبة 25% من الذكور مقابل 27.5% من الإناث من يعتقدون أن الفايسبوك يساعد في إنهاء المهام الوظيفية الموكلة إليهم دائما ، بينما 10% من الذكور مقابل 12.5% من الإناث يعتقدون أن الفايسبوك نادرا ما يساعد في إنهاء المهام الوظيفية الموكلة إليهم.

أما بالنسبة للمستوى الدراسي نجد 12.5% من المستوى المتوسط مقابل 05% من المستوى الثانوي مقابل 12.5% من المستوى الجامعي يعتقدون أن الفايسبوك أحيانا يساعد في إنهاء المهام الوظيفية الموكلة إليهم ، بينما نجد نسبة 17.5% من المستوى المتوسط مقابل نسبة 30% من المستوى الثانوي مقابل نسبة 2.5% من المستوى الجامعي يعتقدون أن الفايسبوك يساعد في إنهاء المهام الوظيفية الموكلة إليهم دائما ، بينما نجد 10% من المستوى الثانوي مقابل 12.5% من المستوى الجامعي يعتقدون أن الفايسبوك نادرا ما يساعد في إنهاء المهام الوظيفية الموكلة إليهم.

جدول رقم (08) : يبين أسباب تجعلك لا ترغب في استخدام الفايسبوك عند أداء المهام الوظيفية.

المجموع		معا		طريقة العرض		المحتوى		الإجابات	
النسبة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
60%	24	10%	04	25%	10	25%	10	ذكر	الجنس
40%	16	2.5%	01	27.5%	11	10%	04	أنثى	
100%	40	12.5%	05	52.5%	21	35%	14	المجموع	
20%	08	7.5%	02	12.5%	05	2.5%	01	متوسط	المستوى الدراسي
47.5%	19	17.5%	02	22.5%	11	15%	06	ثانوي	
32.5%	13	5%	01	12.5%	05	17.5%	07	جامعي	

المجموع	14	35%	21	47.5%	05	27.5%	40	100%
---------	----	-----	----	-------	----	-------	----	------

يبين الجدول رقم (08) الأسباب التي تجعلك لا ترغب في استخدام الفايسبوك عند أداء المهام الوظيفية حيث

وجد نسبة 25% من الذكور مقابل 10% من الإناث من يرون أن الأسباب التي تجعلك لا ترغب في استخدام

الفايسبوك عند أداء المهام الوظيفية هي المحتوى، بينما نجد نسبة 25% من الذكور مقابل 27.5% من

الإناث يرون أن الأسباب التي تجعلك لا ترغب في استخدام الفايسبوك عند أداء المهام الوظيفية هي طريقة

العرض، بينما 10% من الذكور مقابل 2.5% من الإناث من يرون أن الأسباب التي تجعلك لا ترغب في

استخدام الفايسبوك عند أداء المهام الوظيفية هي المحتوى و طريقة العرض معا.

أما بالنسبة للمستوى الدراسي نجد 2.5% من المستوى المتوسط مقابل 15% من المستوى الثانوي مقابل

17.5% من المستوى الجامعي يرون أن الأسباب التي تجعلك لا ترغب في استخدام الفايسبوك عند أداء

المهام الوظيفية هي المحتوى ، بينما نجد نسبة 12.5% من المستوى المتوسط مقابل 22.5% من المستوى

الثانوي مقابل نسبة 12.5% من المستوى الجامعي يرون أن الأسباب التي تجعلك لا ترغب في استخدام

الفايسبوك عند أداء المهام الوظيفية هي طريقة العرض ، بينما نجد 7.5% من المستوى المتوسط مقابل

17.5% من المستوى الثانوي مقابل 05% من المستوى الجامعي يرون أن الأسباب التي تجعلك لا ترغب

في استخدام الفايسبوك عند أداء المهام الوظيفية هي المحتوى و طريقة العرض معا.

جدول رقم (09) : يبين الكيفية التي يبدو عليها استخدام الفايسبوك في المهام الوظيفية .

المجموع		فائشة		متوسطة		ناجحة		الإجابات المتغيرات
النسبة	التكرا	النسبة	التكرا	النسبة%	التكرا	النسبة	التكرا	

	ر	%	ر	%	ر	%	ر	
الجنس	ذكر	0	%0	22	%55	02	%05	24
	أنثى	02	%05	10	%25	04	%10	16
المجموع		02	%05	32	%80	06	%15	40
المستوى الدراسي	متوسط	0	%0	09	22.5	0	%0	09
	ثانوي	02	%05	12	%30	04	%10	18
	جامعي	0	%0	11	27.5	02	%05	13
المجموع		02	%05	32	%80	06	%15	40

يبين الجدول رقم (09) الكيفية التي يبدو عليها استخدام الفايسبوك في المهام الوظيفية حيث نجد 05% من الإناث من يرون أن الكيفية التي يبدو عليها استخدام الفايسبوك في المهام الوظيفية ناجحة، بينما نجد نسبة 55% من الذكور مقابل 25% من الإناث يرون أن الكيفية التي يبدو عليها استخدام الفايسبوك في المهام الوظيفية متوسطة ، بينما 05% من الذكور مقابل 10% من الإناث من يرون أن الكيفية التي يبدو عليها استخدام الفايسبوك في المهام الوظيفية فاشلة.

أما بالنسبة للمستوى الدراسي نجد 05% من المستوى الثانوي يرون الكيفية التي يبدو عليها استخدام الفايسبوك في المهام الوظيفية ناجحة ، بينما نجد نسبة 22.5% من المستوى المتوسط مقابل 30% من المستوى الثانوي مقابل نسبة 27.5% من المستوى الجامعي يرون أن الكيفية التي يبدو عليها استخدام

الفايسبوك في المهام الوظيفية متوسطة ، بينما نجد 10% من المستوى الثانوي مقابل 05% من المستوى الجامعي يرون أن الكيفية التي يبدو عليها استخدام الفايسبوك في المهام الوظيفية فاشلة.

الجدول رقم (10) : يبين مدى الانجذاب لاستخدام الفايسبوك عند الأداء الوظيفي .

المجموع		أخرى تذكر		وجود آراء وأفكار أخرى		سرعة إيجاد الحلول		الإجابات المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
60%	24	0%	0	33%	12	33%	12	ذكر	الجنس
40%	16	0%	0	12.5%	05	27.5%	11	أنثى	
100%	40	0%	0	42.5%	17	57.5%	23	المجموع	
22.5%	09	0%	0	5%	02	17.5%	07	متوسط	المستوى الدراسي
45%	18	0%	0	17.5%	07	27.5%	11	ثانوي	
32.5%	13	0%	0	20%	08	12.5%	05	جامعي	

المجموع	23	57.5	17	42.5	0	%0	40	%100
		%		%				

يبين الجدول رقم (10) مدى الانجذاب لاستخدام الفايسبوك عند الأداء الوظيفي حيث نجد نسبة 33% من

الذكور مقابل 11% من الإناث من يرون أن مدى الانجذاب لاستخدام الفايسبوك عند الأداء الوظيفي هو

سرعة إيجاد الحلول ، بينما نجد نسبة 33% من الذكور مقابل 12.5% من الإناث يرون أن مدى الانجذاب

لاستخدام الفايسبوك عند الأداء الوظيفي هو وجود آراء وأفكار أخرى .

أما بالنسبة للمستوى الدراسي نجد 17.5% من المستوى المتوسط مقابل 27.5% من المستوى الثانوي مقابل

12.5% من المستوى الجامعي يرون أن مدى الانجذاب لاستخدام الفايسبوك عند الأداء الوظيفي هو سرعة

إيجاد الحلول ، بينما نجد نسبة 5% من المستوى المتوسط مقابل 17.5% من المستوى الثانوي مقابل نسبة

20% من المستوى الجامعي يرون أن مدى الانجذاب لاستخدام الفايسبوك عند الأداء الوظيفي هو وجود آراء

وأفكار أخرى .

الجدول رقم (11) : يبين مدى توفير الفايسبوك القدر الكافي من المعلومات حول المهام الوظيفية.

المجموع		نادرا		أحيانا		دائما		الإجابات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	المتغيرات	
60%	24	15%	06	40%	16	05%	02	ذكر	الجنس
40%	16	22.5%	09	7.5%	03	10%	04	أنثى	
100%	40	37.5%	14	47.5%	19	15%	06	المجموع	
22.5%	09	10%	04	12.5%	05	0%	0	متوسط	المستوى الدراسي
45%	18	17.5%	07	17.5%	07	10%	04	ثانوي	
32.5%	13	10%	04	17.5%	07	05%	02	جامعي	
100%	40	37.5%	15	47.5%	19	15%	06	المجموع	

يبين الجدول رقم (11) مدى توفير الفايسبوك القدر الكافي من المعلومات حول المهام الوظيفية حيث نجد

نسبة 05% من الذكور مقابل 10% من الإناث من يرون أن الفايسبوك يوفر القدر الكافي من المعلومات

حول المهام الوظيفية بشكل دائم ، بينما نجد نسبة 40% من الذكور مقابل 7.5% من الإناث يرون أنه أحيانا ما يوفر الفيسبوك القدر الكافي من المعلومات حول المهام الوظيفية ، بينما نجد نسبة 15% من الذكور مقابل 22.5% من الإناث يرون أنه نادرا ما يوفر الفيسبوك القدر الكافي من المعلومات حول المهام الوظيفية .
 أما بالنسبة للمستوى الدراسي نجد 10% من المستوى الثانوي مقابل 05% من المستوى الجامعي يرون أن الفيسبوك يوفر القدر الكافي من المعلومات حول المهام الوظيفية بشكل دائم ، بينما نجد نسبة 12.5% من المستوى المتوسط مقابل 17.5% من المستوى الثانوي مقابل نسبة 17.5% من المستوى الجامعي يرون أنه أحيانا ما يوفر الفيسبوك القدر الكافي من المعلومات حول المهام الوظيفية ، بينما نجد نسبة 10% من المستوى المتوسط مقابل 17.5% من المستوى الثانوي مقابل نسبة 10% من المستوى الجامعي يرون أنه نادرا ما يوفر الفيسبوك القدر الكافي من المعلومات حول المهام الوظيفية .

سادسا : عرض النتائج العامة للدراسة .

1-النتائج الميدانية للدراسة :

بعد جمع و تبويب البيانات و تحليلها و تفسيرها ، خلصنا بالدراسة الميدانية الى النتائج التالية:

✓ أغلبية المبحوثين أحيانا ما يستخدمون الفيسبوك في انجاز المهام الوظيفية بنسبة 62.5% ،

ونجد 20% نادرا ما يستخدمون الفيسبوك في انجاز المهام الوظيفية ونجد نسبة منخفضة تستخدم الفيسبوك بانتظام .

✓ نجد تساوي في النسبة بين الذين لا يجدون مساعدة من الفيسبوك في الأداء الوظيفي و إلى حد

ما يجدون مساعدة من الفيسبوك في الأداء الوظيفي حيث بلغة النسبة 47.5% ، في حين نسبة

05% من الذين يساعدهم الفيسبوك في الأداء الوظيفي .

- ✓ وجود إقبال كبير على استخدام الفايسبوك في المساعدة في المهام الوظيفية ، ونجد نسبة 35% من الذين يستخدمون الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية لسهولة الوصول إلى المعلومة ، ونجد انخفاضا من الذين يستخدمونه لسرعة الأداء .
- ✓ تحظى الصفحات الشخصية بنسبة معتبرة من بين الصفحات التي تساعد في المهام الوظيفية بلغت 37.5% ، ونجد نسبة 32.5% من الذين يستخدمون المنتديات الجامعية ، ونسبة 30% من يستخدمون المجموعات الإدارية .
- ✓ نجد نسبة في تقييم استخدام الفايسبوك في الاداء الوظيفي بين مجدي وغير مجدي حيث بلغت النسبة 50% .
- ✓ نجد نسبة عالية جدا من الذين احيانا ما يستخدمون الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية في تحسين الأداء الوظيفي حيث بلغت 72.5% ، و نجد نسبة 20% من الذين يستخدمون نوعا ما الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية في تحسين الأداء الوظيفي ، ونسبة منخفضة تقدر بـ 7.5% من الذين يستخدمون دائما الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية في تحسين الأداء الوظيفي .
- ✓ نجد نسبة 52.5% من الذين أحيانا ما يعتقدون أن الفايسبوك في إنهاء المهام الوظيفية ، ونسبة 32.5% من الذين دائما ما يعتقدون أن الفايسبوك في إنهاء المهام الوظيفية ، ونسبة 15% من الذين نادرا ما يعتقدون أن الفايسبوك في إنهاء المهام الوظيفية .
- ✓ نجد نسبة 47.5% من المبحوثين من يرون أن طريقة العرض تجعلهم لا يرغبون في استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية ، ونسبة 35% يرون أن المحتوى يجعلهم لا يرغبون في

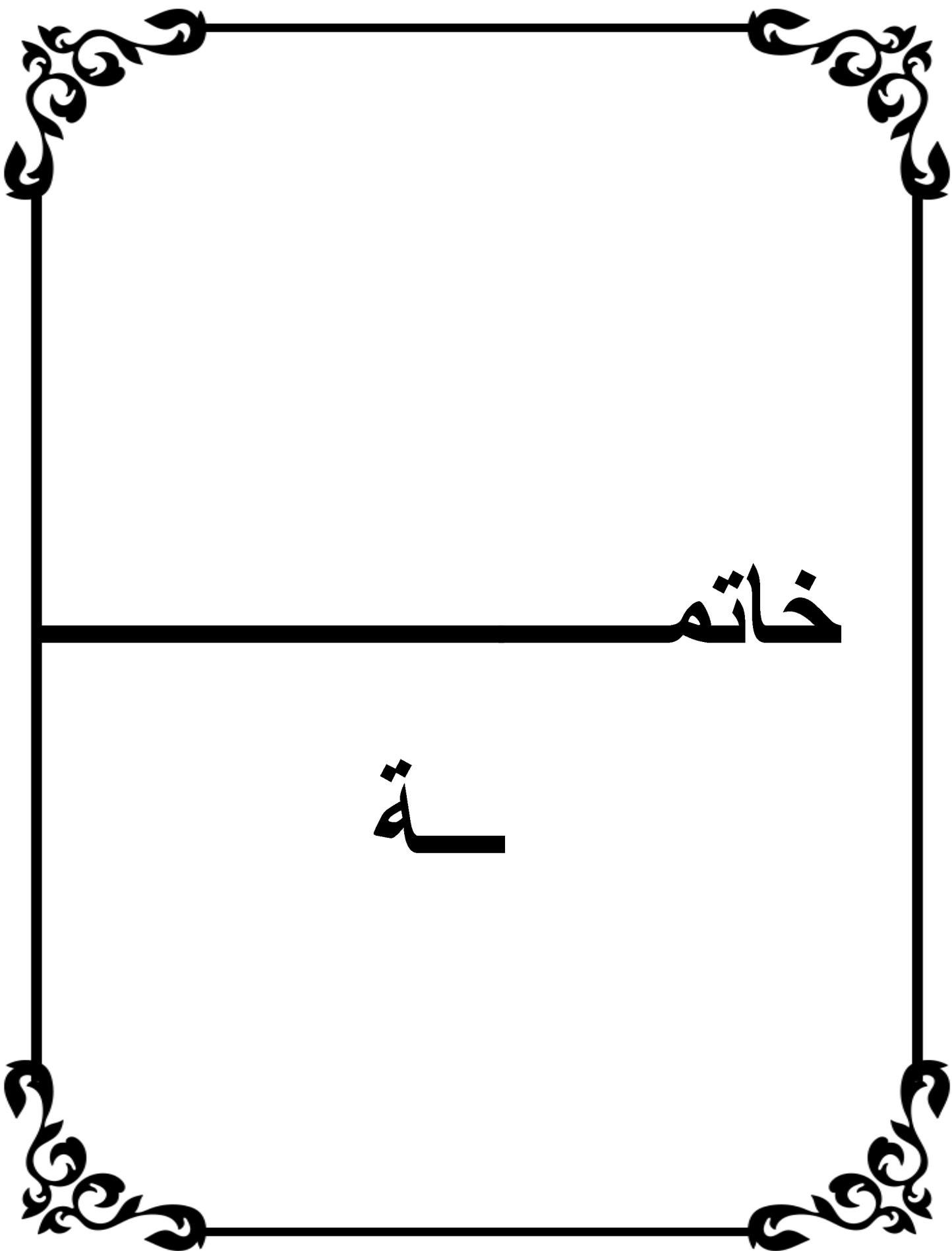
- استخدام الفاييسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية ، ونسبة 17.5 % يرون أن طريقة العرض و المحتوى معا تجعلهم لا يرغبون في استخدام الفاييسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية .
- ✓ أغلبية المبحوثين تبدو لهم كيفية استخدام الفاييسبوك في المهام الوظيفية متوسطة حيث بلغت 80% ، ونسبة 15% تبدو لهم فاشلة ونسبة منخفضة تبدو لهم ناجحة .
- ✓ من خلال الدراسة نجد نسبة 50% من المبحوثين يتبين انجذابهم لاستخدام الفاييسبوك عند الأداء الوظيفي لوجود آراء و أفكار أخرى ، ونسبة 47.5% لسرعة وجود الحلول.
- ✓ من خلال الدراسة نجد نسبة 62.5% من المبحوثين نادرا ما يوفر لهم الفاييسبوك القدر الكافي من المعلومات حول المهام الوظيفية ، ونسبة 47.5 % أحيانا ما يوفر لهم القدر الكافي من المعلومات ، و نسبة 15% دائما ما يوفر لهم الفاييسبوك القدر الكافي من المعلومات حول المهام الوظيفية .

❖ بالنظر الى النتائج السابقة ، يمكن الاجابة على تساؤلات الدراسة في النقاط التالية :

- أن المبحوثين في دراستنا هذه يقبلون على استخدام الفاييسبوك في المهام الوظيفية بشكل متذبذب و غير منتظم وهذا ما بينته النسب المذكورة سابقا في الجدول "08" الا ان الاستخدام كان لباس على العموم و بالتالي يمكننا القول أن للفايسبوك أثر على الاستخدام في المهام الوظيفية .
- أن للفايسبوك أثر ايجابي نوعا ما في الأداء الوظيفي وهذا ما بينته النسب المذكور في الجداول "07" "08" "09" "11"

2- النتائج العامة للدراسة :

من خلال الدراسة و البحث في موضوع " استخدام الفايسبوك في المهام الوظيفية وأثره على الأداء الوظيفي للعمال " بجانبه النظري و الميداني ومن خلال الاستبيان خلصنا إلى أن الفايسبوك أثر على الاداء الوظيفي داخل المؤسسة بصورة ايجابية من خلال تسهيل الاتصال بينهم و البحث عن آخر الاخبار و المستجدات المتعلقة بالمؤسسة و كافة المجالات بسهولة و حرية في الحصول على المعلومات و اكتساب المعارف و الخبرات التي يمكن استخدامها في أدائه الوظيفي كما انه يساعد في انتهاء المهام الوظيفية الى حد كبير .



خاتمه

تہ

الخاتمة

كل ما يمكن قول في نهاية هذه الدراسة ، أن استخدام الفايسبوك عند القيام بالمهام الوظيفية له اثر ايجابي على الأداء الوظيفي و يختص بذلك ما يوفره من معلومات تساعد في انجاز المهام الوظيفية فهو يوفر بذلك للعامل الجهد و الوقت في إيجاد الحلول الوظيفية ، ومن جهة أخرى يمكن الإشارة إلى أن الفايسبوك رغم مستواه المقبول في التأثير و إحداث التغيير إلا انه لم يصل بعد إلى المستوى خلق ثقافة مرجعية وظيفية للعامل .

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

الكتب :

1-رحيم يونس كرو العزاوي , مقدمة في منهج البحث العلمي , عمان , دار دجلة ,

2008

2-عبد الرحمان بن عبد الله الواصل , البحث العلمي و خطواته و مراحلہ و اساليبه و

مناهجه أدواته و ووسائله اصول كتاباته , 1999 ,

3-عامر ابراهيم قنديلجي : البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات التقليدية و

الالكترونية , ط3 , دار المسيرة للنشر و التوزيع , عمان , 2012

4-محمد عبيدات و آخرون , منهجية البحث العلمي , دار وائل للطباعة و النشر

،عمان-الأردن ،ط2 1999

5-محمد ابو شنب ،البحث التصميم و التنفيذ التجريبي، دار المعرفة الجامعية

،الإسكندرية،مصر 2007

6-محي الدين محمد مسعد , كيفية كتابة الابحاث و الاعداد للمحاضرات , ط2 ,

المكتب العربي الحديث , الاسكندرية , 2000

7-وجيو محجوب :أصول البحث العلمي و مناهجه , ط 2 ،دار المناهج لنشر و

التوزيع ،عمان ،2005

الرسائل الجامعية

- 1- سليمان بورحلة , أثر استخدام الانترنت على الطلبة الجامعيين و سلوكياتهم ,
مذكرة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال , جامعة الجزائر 3 , 2007-
2008 .
- 2- سوهيلة بوضياف , المدونات الالكترونية في الجزائر , دراسة في الاستخدامات و
الاشباعات , مذكرة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال كلية العلوم
الانسانية و الاجتماعية , جامعة باتنة 2009-2010 .
- 3- عثمان احسان عبدان، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات
الزبائن - دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية الخاصة برسالة
ماجستير في الأعمال الالكترونية، قسم الاعمال الالكترونية، جامعة الشرق
الأوسط كلية الأعمال 2015.
- 4- مريم ناريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات
الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر، رسالة ماجستير في
علوم الاعلام والاتصال ، قسم العلوم الانسانية تخصص الاعلام وتكنولوجيا
الاتصال الحديثة، جامعة باتنة ، الموسم الجامعي 2011 2012

الملاحق

استمارة الاستبيان :

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية
قسم علوم الاعلام و الاتصال

استمارة بحث حول

استخدام الفايسبوك لدى العمال في انجاز المهام الوظيفية
و أثره على الأداء الوظيفي
دراسة ميدانية لمديرية سونلغاز - ورقلة -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في شهادة الماستر تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة

إعداد الطالبين:

إشراف الأستاذة :

❖ تقي الدين موسى قدور

❖ سعيد بـريـحـة

❖ بورندة ليليا

ملاحظة : بيانات الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي
ضع علامة (×) في الخانة المناسبة

السنة الجامعية

2022/2021

الملاحق

البيانات الشخصية :

- 1- الجنس : ذكر أنثى
- 2- المستوى الدراسي : متوسط ثانوي جامعي

المحور الاول : عادات و انماط استخدام الفايس بوك عند القيام بالمهام الوظيفية

3- كيف تستخدم الفايس بوك في انجاز وظائفك ؟

بانتظام - أحيانا - نادرا

4- هل ترى بأن استخدام الفايس بوك يساعد في الاداء الوظيفي ؟

نعم - لا - إلى حد ما

5- ما هي اسباب استخدامك للفايس بوك عند القيام بالمهام الوظيفية ؟

سهولة في الوصول إلى المعلومة - المساعد في المهام الوظيفية - سرعة في الأداء

6- ما نوع صفحات الفايس بوك التي تراها تساعد في المهام الوظيفية ؟

مجموعات إدارية صفحات شخصية منتديات جامعية

تذكر :

المحور الثاني : اثر استخدام الفايس بوك في العمل في مديرية سونلغاز على تحسين الاداء الوظيفي

7- كيف تقيم استخدام الفايس بوك في اداء المهام الوظيفية ؟

مجدي غير مجدي

8- هل ترى استخدام الفايس بوك عند القيام بالمهام الوظيفية يحسن من ادائك الوظيفي ؟

أحيانا دائما نوعا ما

9- هل تعتقد أن استخدام الفايس بوك يساعد في انتهاء المهام الوظيفية الموكلة اليك ؟

أحيانا دائما نادرا

10- هل هناك اسباب تجعلك لا ترغب في استخدام الفايس بوك عند اداء المهام الوظيفية المنوطة بك؟

المحتوى طريقة العرض معا

أخرى تذكر :

11- كيف تبدو لك استخدامات الفايس بوك في المهام الوظيفية ؟

ناجحة متوسطة فاشلة

12- ما الذي يجذبك أكثر في استخدام الفايس بوك عند الاداء الوظيفي ؟

سرعة إيجاد الحلول - وجود آراء و أفكار أخرى

أخرى تذكر :

13- هل يوفر لك الفايس بوك القدر الكافي من المعلومات حول القيام بالمهام الوظيفية ؟

دائما أحيانا نادرا

ملخص الدراسة :

أصبح استخدام العمال للفايسبوك داخل المؤسسة ذو أهمية بالغة لما تحقّقه من فعالية تواصلية بين الموظفين، مما ينعكس على أدائهم الوظيفي، وصولاً إلى تقديم الخدمة بشكل أسرع ، ولقد توصلنا في دراستنا هذه إلى ان اثر استخدام العمال للفايسبوك داخل المؤسسة اثر ايجابي باعتبار الفايسبوك وسيلة تواصلية لها غايات من استخدامها في الإدارات بصفة عامة

الكلمات المفتاحية :

- الفايسبوك
- الأداء الوظيفي

Résumé de l'étude :

Nous voulons par cette étude éclaircir comment les l'utilisation facebook durant leurs travail influence sur leur rentabilité.

Et pour cela nous avons choisis d'étude ;

1- mesuré l'impact de l'utilisation du «<face book» sur la performance des fonctionnaires

Nous avons utilisé la méthode descriptive avec un questionnaire de 13 questions et un dialogue avec les responsables.

- Les résultats de l'étude sont relatif mais qui ouvrent le chemins ver d'autres chercheurs

Les mots clé :

- facebook
- fonctionnaires