



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03



كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري

القسم: الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة

دور صفحة فايس بوك مؤسسة الحماية المدنية في تحسين صورتها لدى موظفيها
دراسة ميدانية بمؤسسة الحماية المدنية لولاية قسنطينة

اعداد الطالبين:

نبيلة زروال

توميات نذير

أعضاء لجنة المناقشة

مشرفا	أستاذ التعليم العالي	أ.د. أجغيم الطاهر
رئيسا	أستاذ محاضر أ	أ. ليلي بلكعيبات
مناقشا	أستاذ محاضر أ	أ. فوزية بوشوشة

السنة الجامعية: 2021/2020م

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

جاءت هذه الدراسة لتكشف عن " دور صفحة فايس بوك مؤسسة الحماية المدنية الجزائرية في تحسين صورتها لدى موظفيها " وعليه طرح الباحثين التساؤل الاشكالي الآتي: ما هو دور صفحة فايس بوك مؤسسة الحماية المدنية لولاية قسنطينة في تحسين صورتها لدى موظفيها؟ وتم تدعيمه بأسئلة فرعية مفادها:

ما هو مقدار تصفح موظفي الحماية المدنية لصفحتها على موقع فايس بوك، وهل تستخدمه بشكل فعال للتعريف بأنشطتها نحو جمهورها الداخلي؟ وماهي الأنشطة التي تعزف المؤسسة عن نشرها؟ وكذلك أهم الاستراتيجيات الاتصالية التي تعتمد عليها في إدارة صفحتها؟ وهل تولي أهمية لصورتها الذهنية المتشكلة عند موظفيها؟

وبناء على هذه التساؤلات تم صياغة فرضيات الدراسة، التي جاءت على النحو الآتي: أن التصفح من طرف الموظفين ضعيف وأن مؤسسة الحماية المدنية لا تعتمد على استراتيجية في بناء صفحتها، إضافة لاستخدامها اتصال فعال للتعريف بأنشطتها وذلك نظرا لاهتمامها بصورتها المشكلة عند الموظفين بواسطة صفحتها على موقع فايس بوك.

ومن خلال ذلك هدفت الدراسة إلى: محاولة التعرف على النشاطات التي تقدمها المؤسسة لموظفيها، ودرجة اهتمامها بصورتها المشكلة لديهم، ومدى استخدامها واهتمامها بالتكنولوجيا الحديثة للاتصال وبالأخص موقع فايس بوك (Facebook).

وللتحقق من صدق هذه المعطيات اعتمد الباحثين على: المنهج الوصفي، ولجمع المعلومات أكثر عن الموضوع استعان الباحثين بالمقابلة كأداة ثانوية، واستمارة الاستبيان كأداة اساسية في الدراسة، حيث قسمت إلى (05) محاور اساسية وتم توزيعها على عينة من موظفي مؤسسة الحماية المدنية لولاية قسنطينة الموزعين بين مديريتها ووحداتها، والبالغ عددهم (90) موظف وذلك بمراحل متعددة وهو ما يمثل العينة المستخدمة في الدراسة والمتمثلة في عينة متعددة المراحل، وبعد تحليل البيانات وتفسيرها توصل الباحثين الى النتائج التالية: أن تصفح موظفي المؤسسة لصفحتها على موقع فايس بوك ضعيف،

وذلك نتيجة عدم اهتمام المؤسسة بصورتها المشكّلة لديهم، وكذلك لانعدام مختلف الاستراتيجيات الاتصالية التي تساهم في خلق اتصال فعال بينها وبين موظفيها.

وعليه يأمل الباحثين أن تحقق دراستهما لقواعد وأسس البحث العلمي في مجال علوم الاتصال والعلاقات العامة.

مصطلحات الدراسة (الكلمات المفتاحية): الفيس بوك - الصورة الذهنية - المؤسسة.

Abstract:

This research reveals "the role of the Facebook page of the Algerian civil protection company in improving its image with its employees"

What proportion of civil protection personnel browse their Facebook page and use it effectively to communicate their activities to their internal audiences? are the activities that the Company refrains from publishing? As well as the most important communication strategies that he adopts in the management of his page? Does it attach importance to the mental image formed by its employees?

Based on these questions, the study hypotheses were formal, which are as follows:

Staff navigation is low and the civil protection company does not rely on a strategy to build its page, in addition to using effective communication to present its activities, due to its interest in its problematic image of aupr employees through its Facebook page.

Through this, the study visits:

Attempt to identify the activities provided by the Company to its employees, the degree of interest in its problematic image, and the extent of its use and interest in modern communication technologies, in particular Facebook.

In order to confirm the validity of these data, the researchers relied on:

The descriptive approach, and for more information on the topic, the researchers used the interview as a secondary tool, and the questionnaire as the main research tool, which was divided into (05) central themes and distributed to a sample employees of the civil service protection society of the wilaya of Constantine Between its management and its units, which have (90) employees, in several stages, which represents the sample retained is a sample in several stages.

After analyzing and interpreting the data, the researchers obtained the following results:

The organization's staff browsing its Facebook page are low, due to the organization's lack of interest in its problematic image, as well as the lack of various communication strategies that help create effective communication between it and its staff employees.

Thus, the researchers hope that their research has resulted in rules and foundations of scientific research in the field of communication and public relations.

Research terminology

Keywords: Facebook - mental image – Society

Résumé de la recherche :

Cette recherche révèle « le rôle de la page Facebook de la société algérienne de la protection civile dans l'amélioration de son image auprès de ses employés »

La recherche était appuyée par des sous-questions :

Quelle proportion du personnel de la protection civile parcourt sa page Facebook et l'utilise-t-elle efficacement pour faire connaître ses activités à son public interne ? Quelles sont les activités que la Société s'interdit de publier ? Ainsi que les stratégies de communication les plus importantes qu'il adopte dans la gestion de sa page ? Attache-t-elle de l'importance à l'image mentale formée par ses employés ?

Sur la base de ces questions, les hypothèses de l'étude ont été formulées, qui se présentent comme suit :

La navigation du personnel est faible et la société de la protection civile ne s'appuie pas sur une stratégie pour construire sa page, en plus d'utiliser une communication efficace pour présenter ses activités, en raison de son intérêt pour son image problématique auprès des employés à travers sa page Facebook.

Par ce biais, l'étude visait à :

Tenter d'identifier les activités fournies par la Société à ses employés, le degré d'intérêt pour son image problématique, et l'étendue de son utilisation et de son intérêt pour les technologies de communication modernes, en particulier Facebook.

Afin de confirmer la validité de ces données, les chercheurs se sont appuyés sur :

l'approche descriptive, et pour recueillir plus d'informations sur le sujet, les chercheurs ont utilisé l'interview comme outil secondaire, et le questionnaire comme outil principal de la recherche, ce qui a été divisé en (05) thèmes de base et distribué à un échantillon d'employés de la société de la protection civile de la wilaya de de Constantine Entre sa direction et ses unités, qui comptent (90) employés, en plusieurs étapes, ce qui représente l'échantillon utilisé dans la recherche, qui est un échantillon à plusieurs étapes.

Après avoir analysé et interprété les données, les chercheurs ont atteint les résultats suivants :

Le personnel de l'organisation naviguant sur sa page Facebook est faible, en raison du manque d'intérêt de l'organisation pour son image problématique, ainsi que du manque de diverses stratégies de communication qui contribuent à créer une communication efficace entre elle et ses employés.

Ainsi, les chercheurs espèrent que leur recherche a abouti règles et fondements de la recherche scientifique dans le domaine de la communication et relations publiques.

Terminologie de l'étude

Mots-clés : Facebook - l'image mentale – la Société

قائمة الفهارس

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان	
	شكر وعرهان	
	ملخص الدراسة	
	الملخص باللغة العربية	
	الملخص باللغة الانجليزية	
	الملخص باللغة الفرنسية	
03 - 01	مقدمة الدراسة	
51 - 05	الفصل الأول: موضوع الدراسة وإطارها المنهجي	
08 - 05	إشكالية الدراسة	01
10 - 08	أهمية موضوع الدراسة وأسباب اختياره	02
10	أهداف الدراسة	03
18 - 10	الدراسات السابقة	04
24 - 18	منظور الدراسة	05

25 - 24	فرضيات الدراسة	06
33 - 26	مفاهيم الدراسة	07
41 - 34	مجالات الدراسة	
34	المجال الزمني	08
35 - 34	المجال المكاني	09
41 - 38	المجال البشري (مجتمع الدراسة وعينته)	10
44 - 42	منهج الدراسة	11
51 - 45	أدوات جمع البيانات	12
65 - 53	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
65 - 53	موقع فايس بوك Facebook	
54 - 53	نشأته وتطوره	01
55 - 54	خصائصه	02
56 - 55	أهميته	03
56	وظائفه	04

60 - 57	مجالات استخداماته	05
63 - 61	سلبيات استخدامه	06
65 - 64	إيجابيات استخدامه	07
84 - 67	الصورة الذهنية	
71 - 67	أنواعها	01
72 - 71	مكوناتها	02
74 - 73	خصائصها	03
75 - 74	وظائفها	04
77 - 75	العوامل المؤثرة في تكوينها	05
78	عوامل بنائها	06
84 - 79	طرق قياسها	07

- 86	الفصل الثالث: تحليل وتفسير البيانات الميدانية للدراسة ونتائجها	
90 - 87	تحليل وتفسير البيانات الشخصية (خصائص العينة)	01
105 - 91	تحليل وتفسير بيانات محور: تصفح موظفي الحماية المدنية لصفحتها على الفايس بوك	02
116 - 106	تحليل وتفسير بيانات محور: استراتيجية الاتصال المعتمدة في صفحة فايس بوك الحماية المدنية	03
124 - 117	تحليل وتفسير بيانات محور: فعالية استخدام مؤسسة الحماية المدنية لصفحتها على الفايس بوك في التعريف بأنشطتها الموجهة نحو الموظفين	04
139 - 125	تحليل وتفسير بيانات محور: مدى اهتمام مؤسسة الحماية المدنية بصورتها المشكّلة عند موظفيها من خلال صفحتها على الفايس بوك	05
141 - 140	النتائج العامة للدراسة	06
143	الخاتمة	08
144	قائمة المراجع	09
- 144	الملاحق	10