

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 03 صالح بوبنيدر



كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الاتصال والعلاقات العامة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة ماستر

التخصص: اتصال وعلاقات عامة:

الشعبة: علوم الاعلام و الاتصال

دور الفايسبوك في تعزيز صورة المؤسسة المتحفية
دراسة ميدانية بمتحف قصر الحاج أحمد باي بقسنطينة

اشراف الأستاذ:

إعداد الطالبتين:

❖ د.حسان حجاج أستاذ محاضر أ-

❖ بن ساسي منار

❖ زرقينوح حسنى

السنة الجامعية: 2023/2022

دورة جوان

ملخص الدراسة

هذه الدراسة الموسومة ب دور الفاييس بوك في تعزيز صورة المؤسسة المتحفية دراسة ميدانية بمتحف قصر الحاج أحمد باي. حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول : توظيف الفاييس بوك كأداة إتصالية للمؤسسة المتحفية لنشر ثقافة التراث الفني و الأثري و نشر الوعي لدى الجمهور و أيضا لتسويق مختلف الخدمات المتحفية بهدف زيادة عدد الزوار ، و كذلك لبناء صورة إيجابية في ذهن جمهورها و تعزيز سمعتها، طرحنا التساؤل الذي مفاده: ماهو الدور الذي تلعبه صفحة فاييس بوك متحف قصر الحاج أحمد باي؟ حيث فرضنا أن للفاييس بوك دور في تعزيز صورة المؤسسة المتحفية، ومن الأسباب الرئيسية التي دفعتنا إلى دراسة هذا الموضوع هو محاولة اكتشاف طرق توظيف شبكة الفيسبوك في المؤسسة المتحفية لتعزيز صورتها الخارجية و معرفة مدى إهتمام المؤسسة المتحفية بالتكنولوجيا و الفاييس بوك في سياستها الإتصالية مع مختلف زوارها من خلال نقل رغباتهم و إهتماماتهم ، كما تهدف من خلال هذا البحث إلى معرفة كيف توظف المؤسسة المتحفية الفاييس بوك لتعزيز صورتها أمام زوارها ،أما موضوع توظيف التكنولوجيا وشبكات التواصل الاجتماعي من بينها شبكة الفاييس بوك فيكتسي أهمية كبيرة لكونه يساهم في تسيير أنشطة المؤسسات وخدماتها لتعزيز صورتها الخارجية لدى جماهيرها ،حيث تعد الصورة عاملا محوريا و مهما في نجاح رسالة و ثقافة المؤسسة فهي تريد الحفاظ على هذه الصورة لمدة طويلة لإبراز مكانتها، و إستعملنا المنهج الوصفي في دراستنا أما أدوات جمع البيانات فوظفنا المقابلة و إستمارة الإستبيان كأداة رئيسية، في حين تمثلت عينة الدراسة في العينة القصدية ،و بعد معالجة بيانات الدراسة توصلنا إلى عدة نتائج أهمها : أن المؤسسة المتحفية توظف الفاييس بوك لمتابعة التطورات التكنولوجية الحديثة و كذلك لتقديم صورة إيجابية عن نفسها ،و أن الفاييس بوك ساعد المؤسسة المتحفية على تحسين العمل الداخلي للمتحف، من خلال تنظيم أهم النشاطات والبرامج و الأحداث الرئيسية التي يقوم بشكل دوري ،و توصلت الدراسة أن الفاييس بوك يعد عاملا مهما في تشكيل صورة المتحف ، و هو الوسيلة الأكثر فعالية في نقل و توصيل رسالة المؤسسة المتحفية مقارنة بالوسائل الأخرى.

الكلمات المفتاحية : الدور _ الفاييس بوك _ الصورة الذهنية _ المؤسسة المتحفية

Résumé

Résumé

Cette étude, intitulée "Le rôle de Facebook dans l'amélioration de l'image de l'institution muséale : une étude de terrain au musée du palais El-Hajj Ahmed Bey", s'est concentrée sur le problème de recherche suivant : l'utilisation de Facebook comme outil de communication pour l'institution muséale afin de diffuser le patrimoine culturel et de sensibiliser le public, ainsi que de promouvoir les différents services du musée dans le but d'augmenter le nombre de visiteurs et de construire une image positive dans l'esprit du public. Nous nous sommes posé la question du rôle joué par la page Facebook du musée du palais El-Hajj Ahmed Bey, en supposant que Facebook joue un rôle dans l'amélioration de l'image de l'institution muséale. L'une des raisons qui nous ont poussés à étudier ce sujet était de découvrir les moyens d'utiliser le réseau Facebook dans l'institution muséale pour améliorer son image externe et d'évaluer l'intérêt du musée pour la technologie et Facebook dans sa stratégie de communication avec ses visiteurs en comprenant leurs désirs et leurs intérêts. Cette recherche vise à comprendre comment l'institution muséale utilise Facebook pour renforcer son image auprès de ses visiteurs. Le sujet de l'utilisation de la technologie et des sites de réseaux sociaux, y compris Facebook, est d'une grande importance car il contribue à la gestion des activités et des services des institutions pour renforcer leur image externe auprès de leur public. L'image est un facteur central et important dans le succès du message et de la culture de l'institution, car elle vise à préserver cette image pendant longtemps pour mettre en valeur son statut. Nous avons adopté une approche descriptive dans notre étude, et les outils de collecte de données comprenaient des entretiens et des questionnaires en tant qu'instruments principaux. L'échantillon de l'étude était constitué d'un échantillonnage intentionnel. Après avoir analysé les données de l'étude, plusieurs résultats ont été obtenus, notamment le fait que l'institution muséale utilise Facebook pour suivre les développements technologiques modernes et présenter une image positive d'elle-même. Facebook a également contribué à améliorer le fonctionnement interne du musée en organisant des activités, des programmes et des événements importants de manière régulière. L'étude a conclu que Facebook est un facteur important dans la formation de l'image du musée et constitue le moyen le plus efficace de transmettre le message de l'institution muséale par rapport aux autres méthodes.

Mots-clés : rôle, Facebook, image mentale, institution muséale.


Summary

This study, titled "The Role of Facebook in Enhancing the Image of the Museum Institution: A Field Study at El-Hajj Ahmed Bey Palace Museum," focused on the following research problem: the utilization of Facebook as a communication tool for the museum institution to disseminate cultural heritage and raise awareness among the public, as well as to market various museum services with the aim of increasing the number of visitors and building a positive image in the minds of the audience. We posed the question of what role the Facebook page of El-Hajj Ahmed Bey Palace Museum plays, assuming that Facebook plays a role in enhancing the image of the museum institution. One of the reasons that prompted us to study this topic was to discover ways to employ the Facebook network in the museum institution to enhance its external image and assess the museum's interest in technology and Facebook in its communication strategy with its visitors by understanding their desires and interests. This research aims to understand how the museum institution utilizes Facebook to enhance its image in front of its visitors. The topic of employing technology and social networking sites, including Facebook, is of great importance as it contributes to managing the activities and services of institutions to enhance their external image among their audiences. The image is a central and significant factor in the success of the institution's message and culture, as it aims to maintain this image for a long time to highlight its status. We used a descriptive approach in our study, and the data collection tools included interviews and questionnaires as the main instruments. The study sample consisted of purposive sampling. After analyzing the study data, several results were obtained, including the fact that the museum institution utilizes Facebook to follow modern technological developments and present a positive image of itself. Facebook has also helped improve the internal workings of the museum by organizing important activities, programs, and regular events. The study concluded that Facebook is an important factor in shaping the museum's image and is the most effective means of conveying the message of the museum institution compared to other methods.

Keywords: role, Facebook, mental image, museum institution



فهرس المحتويات



فهرس المحتويات

	شكر و عرفان
	إهداء
	ملخص الدراسة
أ-ب	مقدمة
الفصل الأول : موضوع الدراسة وإطارها المنهجي	
1	1. تحديد إشكالية الدراسة
5	2. أسباب إختيار موضوع الدراسة
6	3. أهمية الدراسة
7	4. أهداف الدراسة
8	5. تحديد المفاهيم
13	6. الدراسات السابقة
20	7. نظرية الدراسة
25	8. نوع الدراسة

26	9. منهج الدراسة
27	10. مجتمع الدراسة
27	11. أدوات جمع البيانات
32	12. مجالات الدراسة
الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي و أشكالها	
33	تمهيد
34	المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي
34	1. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
35	2. نشأة شبكات التواصل الاجتماعي
37	3. أهمية شبكات التواصل الاجتماعي
38	4. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
40	5. أشكال شبكات التواصل الاجتماعي
41	6. إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي
42	7. سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
44	المبحث الثاني : الفايس بوك

44	1. نشأة الفايس بوك
45	2. أهمية الفايس بوك
46	3. سمات الفايس بوك
47	4. إستخدامات الفايس
48	5. إيجابيات الفايس بوك
49	6. سلبيات الفايس بوك
الفصل الثالث : الصورة الذهنية للمؤسسة المتحفية	
52	تمهيد
53	المبحث الأول: الصورة الذهنية
53	1. أهمية الصورة الذهنية
54	2. انواع الصورة الذهنية
55	3. سمات الصورة الذهنية للمؤسسة
57	4. مكونات الصورة الذهنية
58	5. مصادر تكوين الصورة الذهني
59	6. العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية

60	7. برامج الصورة الذهنية
61	8. قياس الصورة الذهنية
62	9. فوائد الصورة الذهنية الإيجابية
63	10. الجمهور و الصورة الذهنية
64	11. إدارة صورة المؤسسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي
66	المبحث الثاني : المؤسسة المتحفية
66	1. نشأة المتحف
71	2. أنواع المتحف
73	3. خصائص المتحف
74	4. مقومات المتحف
75	5. مهام المتحف
78	6. مزايا المتحف
79	7. وسائل الإتصال بالمتحف
80	8. الجمهور و المؤسسة المتحفية
83	الفصل الرابع : الإطار التطبيقي للدراسة

83	تمهيد
84	1. تعريف المؤسسة المتحفية قصر الحاج أحمد
84	2. المكونات البشرية للمتحف
85	3. المهام الأساسية للمتحف
86	4. الهيكل التنظيمي للمؤسسة المتحفية
89	5. تحليل وتفسير البيانات
127	6. مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات
128	7. مناقشة النتائج في ضوء الأهداف
128	8. النتائج العامة
132	الخاتمة
133	التوصيات
134	الصعوبات
135	قائمة المصادر و المراجع
140	الملاحق

