



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال و علاقات عامة

بعنوان:

تأثير استخدام الفايسبوك أثناء الدوام على الأداء الوظيفي للموظفين

في المؤسسات الجزائرية

دراسة مقارنة على عينة من موظفي المؤسسات العمومية و الخاصة بولاية قالمة

إشراف الأستاذ

\_ زودة مبارك

إعداد الطلبة

\_ كردوسي صلاح الدين

\_ مراني مريم

\_ اومدور مهدي

السنة الجامعية: 2018/2019

## شكر و تقدير

الحمد لله الذي وفقنا لانجاز هذا العمل المتواضع بعد جهد و عناء، نتقدم بالشكر لوالدينا اللذين لولا جهودهم من اجلنا لما وصلنا لهذه المرحلة، و نتقدم بالشكر ايضا لكل اساتذة جامعة قلمة 08 ماي 1945 اللذين ساعدونا طيلة مشوارنا الجامعي و لم ييخلوا علينا بشيء، و نشكر بصفة خاصة الاستاذ المشرف "مبارك زودة" الذي ساعدنا كثيرا لاتمام هذه المذكرة بنجاح، و في الاخير لا يسعنا الا ان نطلب من الله تعالى ان يحفظ كل اللذين ذكرناهم، و ان يجازيهم على كل الخير و الاحسان الذي قدموه لنا، و نتمنى لهم من اعماق قلوبنا التوفيق في حياتهم...



اهداء

الى الجميلة التي أنجبتني الى من سهرت الليالي من أجلي الى  
من تسعد لسعادتي و تحزن لحزني، الى أغلى ما أملك في  
حياتي... الى أمي نور حياتي

الى من شاب شعر رأسه من أجلي الى من تعب و واجه  
مشاق الدنيا في سبيل راحتي، الى الغالي رفيق دربي... الى  
ابي قدوتي و افتخاري

الى من ساعدتاني كثيرا في حياتي، الى من احبهما اكثر من  
نفسي، الى العزيزتان اللتان ترسمان البسمة على وجهي... الى  
اخواتي فاطمة الزهراء و الهام  
الى جوري حفظك الله

كردوسي صلاح الدين



اهداء

الى نور حياتي، الى نبع الحنان و رمز العطاء من سهرت الليالي  
من اجلي و كان دعاؤها سر نجاحي، اغلى الحبايب امي  
الى اعز انسان على قلبي، الى من احمل اسمه بافتخار، الى  
سندي و قدوتي في الحياة، ابي الغالي

اهدي هذا العمل الى نفسي بعد تعب و جهد و سهر  
الليالي، لا شئ يضاھي فرحة التخرج و النجاح بعد مشقة و  
عناء

الى حبيبي الغالية رفيقة دربي، ملجئي و سر سعادتي، اختي  
كميلة

الى سندي و قوتي، الى من اثروني على انفسهم، اخوتي عبد  
الحق، عبد الرحيم، نور الدين

الى اخواتي اللواتي لم تلدهن امي، الى من سعدت برفقتھن،  
شيماء، سعيدة، كريمة

الى الكتاكيت الصغار جاد، عبد الحي

الى جميع افراد عائلتي

مراني مریم



## الاهداء

اولا اهدي هذا العمل الى المغفور له بإذن الله والدي  
العزیز غفر الله لك و اسكنك فسیح جنانه ان شاء الله  
، و اهديه ايضا الى من كانت سر بهجتی و نعمتی فی  
الحياة اطال الله فی عمرها والدي الكريمة لكي كل الحب  
و التقدير ، كما اهديه الى العائلة الكريمة كلهم دون  
استثناء ، و لا انسى من كان بجاني صديقي و اخي  
الذي لم تلده امي " عبد الكريم شاوي "

اومدور مهدي



## ملخص الدراسة:

تهدف دراستنا هذه، إلى تسليط الضوء على ظاهرة استخدام الموظفين لموقع فايسبوك أثناء الدوام، وتأثير هذا الاستخدام على آدائهم الوظيفي، وهذا من خلال الكشف عن دوافع هذا الاستخدام، وتشخيص هذه الظاهرة، لاستخلاص تداعياتها و تأثيراتها على الأداء الوظيفي للموظفين في المؤسسات الجزائرية العمومية منها والخاصة، وبهذا تكمن أهمية دراستنا هذه، في كونها تدرس ظاهرة انتشرت بشكل كبير بالمؤسسات الجزائرية، وهي استخدام فايسبوك من قبل الموظفين أثناء الدوام و هذا ما يؤثر على الأداء الوظيفي للموظفين.

وتتمحور إشكاليتنا هذه في أنها تهتم بدراسة ما يؤثر إيجابا أو سلبا على مردودية العنصر البشري في المؤسسة وكذلك في كل ما يؤثر على السير الحسن لعمل المؤسسة، فنجاح أي مؤسسة مرتبط بمدى كفاءة الأداء الوظيفي للموظفين الذي لا يتحقق إلا بوجود تواصل فعال داخل الهيكل التنظيمي، و مع انتشار إستخدام فايسبوك بشكل واسع في كل مجالات الحياة، حتى وصل إلى مكان العمل داخل المؤسسات الجزائرية، الأمر الذي جعلنا نسعى لمعرفة من خلال دراستنا هذه لإستكشاف تأثير استخدام فايسبوك أثناء الدوام على الأداء الوظيفي للموظفين في المؤسسات الجزائرية العمومية منها و الخاصة.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي لأنه الأنسب لدراستنا بالإضافة للمنهج المقارن كمنهج مساعد، أما فيما يخص العينة فقد قمنا بالاعتماد على العينة المتاحة، التي تكونت من 58 مفردة، منها 28 موظف في المؤسسات العمومية، و30 موظف في المؤسسات الخاصة، وهذا باستخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات و تحليلها، بغية الوصول إلى نتائج من شأنها أن تكشف لنا، عادات وأنماط ومدى استخدام الموظفين لفايسبوك أثناء الدوام، ودوافع استخدام فايسبوك وتأثيره على الأداء الوظيفي للموظفين في المؤسسات الجزائرية العمومية و الخاصة، والمقارنة بينهما.

**الكلمات المفتاحية:** تأثير، إستخدام، فايسبوك، الأداء الوظيفي، الموظف، مؤسسة عمومية، مؤسسة خاصة.

## **Abstract :**

Our study aims on making a spot on the phenomenon of using facebook by employers during their work time, and the impact of this on their performance, we are going to do this through the showing of their causes and making a diagnosis of this to extract the raisons and the consequences and the effects on the performance of the Algerian workers, especially in private companies. As a result this shows the importance of our study in which it is concerned with a spread phenomenon in the Algerian companies and its effects on their performance.

Our study focus on showing the importance of communication in companies which effects of course the outcome, so it is concerned with what can influence positively and negatively on this. The performance of the workers reflects the success of the company, the apparence of facebook in the employers pushed us to find out its impact of their outcome.

We have relied on the descriptive approach we saw that it is the appropriate one for our study in addition to the comparison as a second one. Concerning the sample, we have chosen an available one, 58 persons, 25 they work in public companies, and 30 in private ones. Through the use of questionnaires form as a tool in collecting and analysing the data in order to fulfill our aim which is showing the levels, kinds, and types of using facebook in employers wether in public or private companies and making the comparison between them.

The key words : impact, use, facebook, job performance, employer, public companie, private companie.

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	شكر
	إهداء
1	ملخص الدراسة
3	فهرس المحتويات
6	قائمة الجداول
8	قائمة الأشكال
8	قائمة الصور
	مقدمة
	الفصل الأول: الاجراءات المنهجية للدراسة
13	أولا: اشكالية الدراسة و تساؤلاتها
15	ثانيا: أسباب، أهمية، أهداف الدراسة
16	ثالثا: الدراسات السابقة
23	رابعا: فرضيات الدراسة
23	خامسا: منهج الدراسة
26	سادسا: أدوات جمع البيانات
28	سابعا: عينة الدراسة
28	ثامنا: تحديد المفاهيم
31	تاسعا: صعوبات الدراسة
	الفصل الثاني: مدخل عام للأداء الوظيفي
33	تمهيد



33	أولاً: تعريف الأداء الوظيفي
34	ثانياً: عناصر الأداء الوظيفي
35	ثالثاً: العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي
36	رابعاً: محددات الأداء الوظيفي
37	خامساً: مبادئ الأداء الوظيفي
37	سادساً: أهمية الأداء الوظيفي
38	سابعاً: طرق تقييم الأداء الوظيفي
41	ثامناً: أهداف تقييم الأداء الوظيفي
45	تاسعاً: معوقات الأداء الوظيفي في المؤسسات العمومية
46	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي: تعريف، نشأة، أنواع، خصائص
48	تمهيد
48	أولاً: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
49	ثانياً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
50	ثالثاً: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
53	رابعاً: خدمات مواقع التواصل الاجتماعي
54	خامساً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
55	سادساً: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
57	سابعاً: مواقع التواصل الاجتماعي العربية
58	ثامناً: إحصائيات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم
60	تاسعاً: إحصائيات مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر
63	خلاصة الفصل
	الفصل الرابع: نظرة حول موقع فايسبوك

65	تمهيد
65	أولاً: تعريف موقع فايسبوك
66	ثانياً: نشأة موقع فايسبوك
66	ثالثاً: مميزات موقع فايسبوك
68	رابعاً: أهمية موقع فايسبوك
69	خامساً: إيجابيات موقع فايسبوك
70	سادساً: سلبيات موقع فايسبوك
71	سابعاً: دوافع استخدام موقع فايسبوك
72	ثامناً: احصائيات موقع فايسبوك في العالم
74	تاسعاً: احصائيات موقع فايسبوك في الجزائر
76	خلاصة الفصل
	الفصل الخامس: الاطار التطبيقي
78	أولاً: التعريف بمجتمع الدراسة
81	ثانياً: مجال الدراسة
81	ثالثاً: تحليل البيانات
126	رابعاً: نتائج الدراسة
130	خامساً: مناقشة النتائج
135	خاتمة
137	قائمة المراجع
	الملاحق

## قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	درجات تنقيط أداء الموظفين	39
02	الفرق بين الجيل الاول للويب ويب1.0 و الجيل الثاني ويب2.0	49
03	الوحدة الصناعية " بن عمر "	80
04	توزيع أفراد العينة حسب النوع	81
05	توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية	82
06	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	83
07	توزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة	83
08	الاقدمية في استخدام فايسبوك	84
09	أيام استخدام فايسبوك	85
10	الوقت المقضي في الاستخدام	86
11	الوسيلة المستخدمة في تصفح فايسبوك	87
12	المكان المفضل في تصفح فايسبوك	88
13	نوع الانترنت المستخدمة في تصفح فايسبوك	90
14	دوافع استخدام فايسبوك	91
15	كيفية مساهمة فايسبوك في تحسين الأداء الوظيفي	92
16	مدى مساعدة فايسبوك في تحقيق التعاون بين الموظفين	94
17	تأثير فايسبوك على انضباط الموظفين	95
18	مدى تلبية فايسبوك لحاجات المواطنين بدقة و سرعة	96
19	مدى مساعدة فايسبوك في اقامة اتصالات فعالة بين الموظفين	97
20	مدى مساهمة فايسبوك في حل مشاكل العمل	99
21	اوقات استخدام فايسبوك	100
22	مدى استخدام فايسبوك	102
23	وسيلة تصفح فايسبوك	103
24	كيفية التعامل مع المهام الوظيفية اليومية عند استخدام فايسبوك	104
25	دوافع و اسباب كون بعض الزملاء في العمل هم أصدقاء في فايسبوك	106
26	تعامل المسؤول مع الموظف عند علمه باستخدامه لفايسبوك	108

110	مدى حدوث مجادلات بين الموظفين بسبب استخدام فايسبوك	27
111	مدى حدوث مشاجرات بين الموظفين و المواطنين بسبب استخدام فايسبوك	28
112	بعد استخدامي للفايسبوك أثناء الدوام اصبح أدائي متدني.	29
113	استخدام الفايسبوك أثناء الدوام يؤثر معنويا في الالتزام الوظيفي و الامام بالمهام	30
114	استخدامي لفايسبوك أثناء الدوام يجعلني أقرب للمواطنين و أحل مشاكلهم بسرعة	31
115	يساهم فايسبوك في تقليل الاحتكاك بالمواطنين	32
116	يعتبر فايسبوك عامل أساسي في التغلب على العقبات التي تحول دون خدمة المواطنين	33
116	استخدام فايسبوك أثناء الدوام كان سببا في تأخر ترقياي أو حرمانني منها	34
117	انغماس الموظفين في استخدام فايسبوك تسبب في تزايد شكاوى المواطنين	35
118	استخدامي لفايسبوك يسبب اضطرابات داخلية في مؤسستي	36
119	يساهم فايسبوك في التنسيق بين الوظائف مع زملائك داخل مؤسستك	37
120	استخدام فايسبوك أثناء الدوام سبب في انتقال الشائعات بين الموظفين	38
121	لا يمكن الاستغناء عن فايسبوك أثناء الدوام لأهميته الكبيرة في انجاز الأعمال	39
121	ادخال فايسبوك في الوسائل الاتصالية للمؤسسة يحسن من صورتها لدى جمهورها الخارجي	40
122	لا يعاقبني مسؤولي لما يعلم باستخدامي لفايسبوك أثناء الدوام	41
123	استخدام فايسبوك يساهم في مواجهة أزمات المؤسسة	42
124	استخدامي لفايسبوك لفترة قصيرة للترفيه يحسن من حالتي النفسية و يقلل الضغوطات و يزيد من فاعليتي في العمل	43
125	يجب أن لا يعلم مسؤولي باستخدامي لفايسبوك أثناء الدوام	44

## قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
44	يمثل قراءة المدرء للأداء	01

## قائمة الصور

الصفحة	العنوان	رقم الصورة
60	ترتيب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم سنة 2018	01
61	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر سنة 2019	02
62	مقارنة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر بين سنة 2018 و 2019	03
73	ترتيب الدول الأكثر استخداما لفيسبوك في العالم سنة 2019	04
74	مستخدمي فايسبوك في العالم سنة 2019	05

مقدمة

خلق الله تعالى الانسان اجتماعي بطبعه فالحياة الانسانية تتطلب التواصل الدائم بين الأفراد، و لا يمكن تصور حياتنا دون اتصال، فالاتصال في القديم كان على شكل أشخاص يشعلون النار في قمم الجبال لإيصال خبر ما، و آخرون يمشون لعشرات الكيلومترات من اجل نقل او معرفة الاخبار المهمة، و كان الهنود يستخدمون الطبول للتواصل فيما بينهم، و آخرون يرسلون الرسائل عبر الحمام الى اماكن بعيدة، ليتطور الاتصال بعد ذلك عند اختراع الهاتف الذي سهل الكثير من الامور و اقتصد الجهد و الوقت على الكثير من الناس.

لكن مع التطور الهائل و السريع في مجال التكنولوجيا ظهرت الانترنت التي غيرت نمط حياة الافراد، و مع مرور السنوات و التطور التكنولوجي المستمر ظهرت ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي، هذه الاخيرة احدثت تغييرات جذرية في حياة الانسان حيث لقيت اقبالا واسعا من كل المجتمعات بمختلف الفئات العمرية، حيث تمتاز بالفاعلية و امكانية ايصال المستخدمين لافكارهم و التعبير عن آرائهم بكل حرية و في أي مكان و زمان، و مهدت الطريق للمجتمعات للتعارف فيما بينها، و شكلت مجتمع افتراضي له قوانينه الخاصة.

ان هذه المواقع الالكترونية تتنوع من حيث خصائصها و الخدمات التي توفرها، بعضها يشترك في خدمات معينة و البعض الآخر يمتلك خدمات اضافية عن الاخرى، و من ابرز المواقع التي لقت رواجاً كبيراً خاصة من فئة الشباب خاصة موقع "فايسبوك" الذي يطلق عليه "الفضاء الأزرق"، هذا الموقع صنف الاكثر استخداماً بالنسبة للمواقع الاخرى نظراً لما يوفره من خدمات عديدة جعلت المستخدمين يدمنون استخدامه في كل الأوقات و الأماكن، حتى من قبل المؤسسات و الشركات الكبرى التي اعتمدت عليه بصورة كبيرة في عمليات التسويق و التعريف بخدماتها و منتجاتها أو حتى عروض التشغيل لديها.

ان هذا الازدحام على موقع فايسبوك انتقل استخدامه الى الموظفين في مكان عملهم، الأمر الذي احدث جدلاً كبيراً وسط الباحثين حول نوعية هذا الاستخدام و مجالات استخدامه و مدى تأثيره على الأداء الوظيفي للموظفين، فالاستخدام الايجابي من الممكن أن ان يرفع من الأداء الوظيفي للموظفين، أما الاستخدام السلبي قد يؤدي إلى تدني مستوى الأداء الوظيفي، الأمر الذي قد يعرقل من انتاجية المؤسسات و سيرورة عملها بنجاح، و هذا ما سنحاول معرفته من خلال هذه الدراسة التي قسمناها إلى 05 فصول:

الفصل الأول مخصص للاجراءات المنهجية للدراسة، حيث قمنا بتحديد اشكالية الدراسة و تساؤلاتها و اسباب اختيار الموضوع، أهمية و أهداف الدراسة، ثم الدراسات السابقة و بعدها فرضيات الدراسة، كما عرضنا المنهجية المتبعة في الدراسة من حيث المنهج و الأدوات و العينة، كذلك عرضنا المفاهيم الخاصة بدراستنا، و كان ختام فصلنا بعض الصعوبات التي واجهتنا في هذه الدراسة.

# مقدمة

---

و تناولنا في الاطار النظري 03 فصول، حيث خصصنا فصل للأداء الوظيفي، حيث عرضنا فيه تعريف الأداء الوظيفي و عناصره و العوامل المؤثرة فيه بالاضافة لمحدداته و مبادئه و أهميته و طرق تقييمه و أهداف تقييم الأداء ختمناه بمعوقات الأداء الوظيفي في المؤسسات العمومية.

أما الفصل الثاني تعرضنا فيه إلى تعريف مواقع التواصل الاجتماعي و نشأتها و أنواعها بالاضافة لخدماتها و خصائصها و سلبياتها، و كذلك مواقع التواصل الاجتماعي العربية و ختمنا الفصل باحصائيات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في العالم و الجزائر.

أما الفصل الثالث خصصناه لموقع فايسبوك، حيث عرفنا بالموقع و نشأته و مميزاته و أهمية موقع فايسبوك، بالاضافة الى ايجابياته و سلبياته ودوافع استخدامه، و ختمنا الفصل باحصائيات حول مستخدمي فايسبوك في العالم و في الجزائر.

و كان ختام الدراسة بالفصل التطبيقي الذي تطرقنا فيه إلى التعريف بمجتمع الدراسة و مجالها، و قمنا بتحليل البيانات حول محاور الاستمارة، و انهيينا الدراسة بمجموعة من النتائج حول موضوع الدراسة، و مناقشة النتائج المتوصل اليها.



الفصل الأول: الاجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: اشكالية الدراسة و تساؤلاتها

ثانياً: أسباب، أهمية، أهداف الدراسة

ثالثاً: الدراسات السابقة

رابعاً: فرضيات الدراسة

خامساً: منهج الدراسة

سادساً: أدوات جمع البيانات

سابعاً: عينة الدراسة

ثامناً: تحديد المفاهيم

تاسعاً: صعوبات الدراسة

## أولاً: اشكالية الدراسة

شهد العالم في السنوات الاخيرة العديد من التغيرات و التطورات التي مست كل مجالات الحياة البشرية، خاصة بعد ظهور الانترنت و التطور التكنولوجي المستمر الذي يبهنا يوماً بعد يوم، هذا التطور التكنولوجي ساهم بشكل كبير في تطور المؤسسات و زيادة معدلات الانتاج مختصرة الوقت و الجهد في الكثير من الأحيان عن العامل حتى قيل أنه سيأتي يوم و تصبح الآلة هي البديل عن الموظف.

لكن بالرغم من هذا التطور و التقدم يبقى الانسان العنصر الأهم في السير الحسن لعمل المؤسسات باختلافها سواء كانت عمومية أو خاصة، اقتصادية أو تجارية أو خدمية، لذلك وجب على المؤسسات الاهتمام ببيئة العمل بصفة عامة و بالموظف بصفة خاصة، لأن نجاح و تطور أي مؤسسة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمدى كفاءة و مهارة الموظفين داخل الهيكل التنظيمي، و ذلك من خلال تطبيق المهام و الواجبات الوظيفية على أكمل وجه، و بالتالي تحقيق الأهداف التي تسعى اليها المؤسسة.

و لتحقيق هذه الغاية لا بد من وجود تواصل فعال يقوم على أسس و ضوابط علمية واضحة، فلا يمكن نجاح أي تنظيم دون اتصال، فهو الذي يساهم في تبادل المعلومات و معرفة الأدوار و الواجبات اللازمة لكل موظف وهذا من أجل اتخاذ قرارات مناسبة و سليمة، و تختلف الوسائل الاتصالية داخل المؤسسات باختلاف الثقافة التنظيمية لكل مؤسسة.

و من بين الوسائل الاتصالية الحديثة في المؤسسات اليوم نجد مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر الأكثر انتشاراً على شبكة الانترنت لما تملكه من خصائص و مميزات تساعد المستخدمين على التواصل الدائم و تبادل المعلومات و التعبير عن وجهات نظرهم و ايصال أفكارهم للغير متخطية بذلك كل الحدود الجغرافية، هذه المواقع الاجتماعية شهدت اقبال واسع و كبير من قبل الأفراد بمختلف الاعمار حيث انتشرت بسرعة فائقة في مختلف المجتمعات باختلاف تقاليدها و معتقداتها.

و من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي و أكثرها استخداماً موقع فايسبوك الذي طغى كل مجالات الحياة ، و حسب الاحصائيات فقد بلغ عدد مستخدميه 2,32 مليار مستخدم شهرياً سنة 2019<sup>1</sup>، هذا الموقع أصبح نافذة الاعلام حيث يوفر خدمات متعددة كتبادل الرسائل النصية و الصوتية و نشر الأخبار المختلفة فور حدوثها، بالإضافة لتبادل المعارف و التسلية وفق ضوابط قانونية و شرعية، لكنه لا يخلو من السلبيات التي تتمثل في اهدار الوقت في الكثير من الأحيان بالإضافة لسوء استخدامه مثل نشر الفتن و الشائعات و الأخبار المضللة.

<sup>1</sup> أحمد خالد، احصائيات الفايسبوك Facebook 2019، متوفر على الموقع

الالكتروني: <https://www.vapulus.com/ar/2019-facebook->، الزيارة يوم 2019/02/01 سا 20:45.

ان هذا الاستخدام للفايسبوك لا يقتصر على فئة معينة في المجتمع، بل انتقل ايضا للموظفين في مكان عملهم خصوصا في المؤسسات العمومية التي تتصف غالبا بالحرية نوعا ما أكثر من المؤسسات الخاصة، و بالتالي فإن موضوع استخدام فايسبوك أثناء الدوام اثار جدلا واسعا بين الباحثين، حيث أن بعض الدراسات أكدت أن استخدامه في مكان العمل يؤدي لزيادة العمل الجماعي و بناء علاقات جيدة مع الزملاء و لا يؤثر على العمل<sup>2</sup>، حيث يساعدهم في الوصول للمعلومات<sup>3</sup> و سهولة اتخاذ القرارات السليمة<sup>4</sup> و بالتالي زيادة انتاجية المؤسسة و حل المشاكل في العمل<sup>5</sup> من خلال التشاور و تبادل الأفكار و تحسين المزاج و المهارات في العمل و زيادة الرضا الوظيفي<sup>6</sup> و التكيف في العمل<sup>7</sup>، و هذا ما دفعنا لطرح التساؤل التالي:

ماهو تأثير إستخدام فايسبوك على الأداء الوظيفي للموظفين في المؤسسات الجزائرية العمومية والخاصة ؟

### التساؤلات الفرعية:

1/ ما هي عادات و أنماط و دوافع استخدام الموظفين للفايسبوك أثناء دوامهم في المؤسسات الجزائرية العمومية والخاصة ؟

2/ ما هي طرق قياس الأداء الوظيفي للموظفين في المؤسسة الجزائرية العمومية و الخاصة ؟

3/ كيف يؤثر الفايسبوك على الأداء الوظيفي للموظفين في المؤسسات العمومية و الخاصة ؟

<sup>2</sup> John Jirah Mugaza, **The Impact of Social Media Use on the Productivity of Employees in Private Universities in Kenya: A Case Study of the United States International University Africa** , A Research Project Report Submitted to the Chandaria School of Business in Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of Masters of Business Administration (MBA) , UNITED STATES INTERNATIONAL UNIVERSITY- AFRICA, 2018, p 55.

<sup>3</sup> Ali Şükrü ÇETİNKAYA 2, Muhammad RASHID, **The Effect of Use of Social Media on Employee Job Performance Sosyal medya kullanımının çalışanların iş performansına etkisi**, Journal of Internet applications and management, Volume 9, Issue 1, Turkey, 2018, p 16.

<sup>4</sup> Zubair Hassan, Abdul Basit , **The Impact of Social Media Usage on Employee and Organization Performance: A Study on Social Media Tools Used by an IT Multinational in Malaysia**, Journal of marketing and cosumer, Malaysia, 2018 , p 62.

<sup>5</sup> Daniel Edem Adzovie, Isaac Eliot Nyieku and Janet Ami Keku, **Influence of Facebook usage on employee productivity: A case of university of cape coast staff**, African journal of business management, Volume 20, Issue 3, Ghana, 2017, p 115.

<sup>6</sup> Naheed Ashraf, Tasawar Javed, **Impact of Social Networking on Employee Performance**, Business Management and Strategy, Vol. 5, No. 2, Pakistan, 2014, pp :146.148.

<sup>7</sup> Mr. R. Kishokumar, **Influence of Social Networking in the Work place on Individual Job Performance: Special reference to the Financial Sector in Batticaloa District**, International Journal of Engineering Research and General Science, Volume 4, Issue 6, Sri Lanka, 2016, p 319.

## ثانيا: أسباب إختيار الموضوع

### 1/ أسباب ذاتية:

- أ. الرغبة الذاتية في صبر أغوار الموضوع محل الدراسة.
- ب. الطموح الشخصي نحو تفصي الحقائق حول الموضوع محل الدراسة.
- ت. الميل الشخصي نحو الموضوع محل الدراسة.

### 2/ أسباب موضوعية:

- أ. طغيان إستخدام فايسبوك في كافة مناحي الحياة.
- ب. إنتشار ظاهرة إستخدام الموظفين للفايسبوك أثناء دوامهم.
- ت. الإستخدام المفرط للفايسبوك لدى بعض الموظفين.
- ث. كثرة الشكاوى المودعة من طرف المواطنين لدى المصالح المعنية جراء مشاجرتهم مع الموظفين بسبب إستخدامهم للفايسبوك اثناء الدوام.
- ج. تدني مستوى الخدمة العمومية و تدمير المواطنين من هذا التدني.

## أهمية الدراسة

تكتسي أهمية علمية كبيرة كونها تدرس ظاهرة إنتشرت في الآونة الأخيرة في المؤسسات الجزائرية العمومية و الخاصة، خاصة منها في المؤسسات العمومية، و هي إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الدوام، و هذا ما اصبح ظاهرة منتشرة يتأثر منها بعض المواطنين من خلال الشكاوى التي يودعونها لدى المصالح العليا لهذه المؤسسات أو مناقشاتهم مع موظفي هذه المؤسسات.

ضف الى ذلك حداثة الموضوع، اذ انه لم يدرس في المنطقة العربية على غرار الدول الغربية التي قامت بدراسة مواضيع مشابهة لدراستنا.

## أهداف الدراسة

1. محاولة تسليط الضوء على ظاهرة إستخدام فايسبوك أثناء الدوام .

2. كشف دوافع إستخدام فايسبوك أثناء الدوام .
3. تسليط الضوء على إدمان الموظفين على إستخدام فايسبوك أثناء الدوام.
4. محاولة تشخيص هذه الظاهرة و إستخلاص تداعياتها و تأثيراتها على الأداء الوظيفي للموظفين.

### ثالثا: الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: من إعداد John Jirah Mugaza بعنوان : «The Impact of Social Media Use on the Productivity of Employees in Private Universities in Kenya: A Case Study of the United States International University Africa »

" تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على انتاجية الموظفون في الجامعات الخاصة في كينيا " دراسة حالة بجامعة الولايات المتحدة الدولية، رسالة ماجستير في إدارة الاعمال، 2018.

### المشكلة البحثية:

التطور التكنولوجي في العالم و النمو السريع للعمولة التي طغت كل مجالات الحياة عامة و المؤسسات خاصة، بلا شك أن تكنولوجيا المعلومات تزيد من كفاءة الانتاجية، لكن تأتي وراءها الكثير من التحديات مثل ارتفاع التكاليف، القرصنة، التضخم.. من جهة اخرى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل يؤدي للتشهير و فقدان المعلومات السرية.

الغرض الرئيسي من الدراسة هو معرفة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على انتاجية الموظفين في جامعة الولايات المتحدة الدولية في كينيا (USIU)

تم طرح التساؤلات كالتالي:

- 1/ ماهي آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على انتاجية الموظفين في جامعة الولايات المتحدة الدولية ؟
- 2/ ماهي العقبات الموجودة في تنفيذ استراتيجية مواقع التواصل الاجتماعي في جامعة الولايات المتحدة الدولية ؟
- 3/ ماهي استراتيجيات العمل الموجودة للتعامل مع المخاطر الناجمة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في جامعة الولايات المتحدة الدولية ؟

### التصميم المنهجي للبحث:

\_\_ اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، بالإضافة لاستخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

\_\_ تمت الدراسة على 50 موظف كعينة للبحث، باستخدام العينة الطبقية.

نتائج الدراسة:

\_\_ كشفت الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل يؤدي إلى زيادة في مستوى العمل الجماعي.

\_\_ تمكن الموظفين من مشاركة و تلقي الملاحظات من زملائهم في العمل.

\_\_ تمكنهم من بناء علاقات مع الزملاء بشكل أسرع.

\_\_ تجعل الموظفين يشعرون بالحرية و التقدير.

\_\_ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا يؤثر بأي شكل من الاشكال على العمل.

الدراسة الثانية: من اعداد Zubair Hassan و Abdul Basit بعنوان « The Impact of Social Media Usage on Employee and Organization Performance: A Study on Social Media Tools Used by an IT Multinational in Malaysia »

" تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الموظف و أداء المنظمة " دراسة على وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة بواسطة شركة تكنولوجيا المعلومات المتعددة الجنسيات في ماليزيا، كلية المحاسبة و ادارة الأعمال (FTMS) 2018 .

الهدف من الدراسة هو معرفة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الموظفين و أداء المنظمة من خلال 03 محاور: تبادل المعلومات و المعرفة، التواصل، اتخاذ القرارات.

التصميم المنهجي للبحث:

\_\_ تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات

\_\_ تم استخدام العينة المتاحة، حيث تمثلت في 206 موظف في أقسام الاتصال.

النتائج:

\_\_ أظهرت النتائج أن التأثير الوحيد لمواقع التواصل الاجتماعي على الموظفين يتلخص فقط في اتخاذ القرارات و لا يوجد أي أثر للتواصل أو تبادل المعلومات.

الدراسة الثالثة: من اعداد Ali Şükrü ÇETİNKAYA و Muhammad RASHID بعنوان «The Effect of Use of Social Media on Employee Job Performance Sosyal medya kullanımının çalışanların iş performansına etkisi»

" تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي للموظف " دراسة حالة جامعة « SELCUK » تركيا 2018.

#### المشكلة البحثية:

لم يعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترفيه فقط، بل أصبحت وسيلة للمؤسسات و الموظفين و رجال الاعمال، و بالتالي زيادة قلق المؤسسات بشأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مكان العمل، مع وجهة النظر التقليدية أنه قد يقطع العمل و يؤثر على الأداء الوظيفي للموظف.

— الهدف من الدراسة هو معرفة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و الأداء الوظيفي للموظف في المؤسسات الخدمانية.

#### فرضية البحث:

— مواقع التواصل الاجتماعي تسهل التفاعل و تلادل المعلومات بين الموظفين في مكان العمل، و بالتالي تأثيرها ايجابي.

#### التصميم المنهجي للبحث:

— تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات.

— تم استخدام العينة العشوائية البسيطة، حيث تكونت من 205 موظف

#### نتائج الدراسة:

— يستخدم الموظفون مواقع التواصل الاجتماعي في العمل لتعزيز الأداء الوظيفي من حيث أداء المهام و إدارة الوقت.

— زادت مواقع التواصل الاجتماعي من الوصول للمعلومات و المشاركة و التواصل.

الدراسة الرابعة: من اعداد Daniel Edem Adzovie, Isaac Eliot Nyieku and Janet Ami Keku بعنوان «Influence of Facebook usage on employee productivity: A case of university of cape coast staff»

" تأثير استخدام فايسبوك على انتاجية الموظف " حالة من موظفي جامعة كيب كوست \_ غانا\_ 2017

المشكلة البحثية:

شعبية مواقع التواصل الاجتماعي و زيادة استخدامها في مكان العمل يمثل بعض المخاوف لأصحاب العمل، و بالتالي يجب تقييم الوقت الذي يقضيه الموظفون على الفايسبوك و كيف يؤثر على انتاجيتهم.  
\_ الهدف من الدراسة هو معرفة تأثير استخدام فايسبوك على انتاجية موظفي جامعة كيب كوست.

تساؤلات الدراسة:

- 1/ ما مدى تكرار استخدام موظفي جامعة كيب كوست للفايسبوك ؟
- 2/ ما هو تصور موظفي جامعة كيب كوست لاستخدام فايسبوك ؟
- 3/ ما هو رأي موظفي جامعة كيب كوست في تأثير استخدام فايسبوك على انتاجية العمل ؟

التصميم المنهجي للبحث:

\_ تم استخدام المنهج الوصفي

\_ استخدم الباحث استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات

\_ تم استخدام العينة القصدية التي تكونت من 100 موظف في جامع كيب كوست.

نتائج الدراسة:

\_ استخدام الموظفين للفايسبوك لأقل من ساعة في اليوم الواحد.

\_ استخدام فايسبوك يكون لتحسين العلاقات الاجتماعية و التفاعل مع الآخرين بنسبة 90% بينما 10% تكون للترفيه.

\_ 79% قالو ان فايسبوك ليس له تاثير سلبي على الموظف بينما 21% يرون عكس ذلك.

\_ استخدام فايسبوك يزيد من انتاجية الموظف و حل المشكلات و تنشيط الدماغ و تجديده.

\_ استخدام فايسبوك يزيد من الانتاجية لأنه يسمح بالتشاور و تبادل الافكار و الابتكار و تعزيز العلاقات مع العملاء.



«Influence of Social Networking in the Work place on Individual Job Performance: Special reference to the Financial Sector in Batticaloa District»  
 الدراسة الخامسة: من اعداد Mr. R. Kishokumar بعنوان «Influence of Social Networking in the Work place on Individual Job Performance: Special reference to the Financial Sector in Batticaloa District»

" تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في مكان العمل على الوظيفة الفردية في القطاع المالي في مقاطعة باتيكالوا \_ كلية التجارة و الادارة، الجامعة الشرقية \_ سيريلانكا \_ 2016.

#### المشكلة البحثية:

النمو السريع لمواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع و الحياة اليومية للأفراد، و حسب الدراسات فإن اغلب الموظفين يزورون مواقع التواصل الاجتماعي خلال ساعات العمل في سيريلانكا، حيث يوجد جدل كبير بين الاكاديميين على قيمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مكان العمل، البعض يدعي انها مضبعة للوقت بينما يعتقد آخرون أنها تؤدي لتحسين الأداء الوظيفي.

#### أهداف الدراسة:

\_ تقييم مستوى استخدام الشبكة الاجتماعية في مكان العمل في القطاع المالي

\_ تقييم مستوى الأداء الوظيفي الفردي في القطاع المالي

\_ تحديد العلاقة بين الشبكات الاجتماعية في مكان العمل والأداء الوظيفي الفردي.

\_ التعرف على تأثير الشبكات الاجتماعية في مكان العمل على الأداء الوظيفي الفردي للقطاع المالي

#### التساؤل الرئيسي:

\_ هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في مكان العمل على الأداء الوظيفي الفردي في القطاع المالي ؟

#### التساؤلات الفرعية:

1/ ما هو مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين موظفي القطاع المالي ؟

2/ ما هو مستوى الأداء الوظيفي الفردي في القطاع المالي ؟

3/ ما هي العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مكان العمل و الأداء الوظيفي الفردي في القطاع المالي ؟

4/ هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في مكان العمل على الأداء الوظيفي الفردي في القطاع المالي ؟

التصميم المنهجي للبحث:

\_\_ تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات.

\_\_ استخدم الباحث العينة العشوائية البسيطة، حيث تم الاختيار على 260 موظف بشكل عشوائي.

نتائج الدراسة:

\_\_ مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا ايجابيا في تعزيز تبادل المعرفة و تعزيز الروابط الشبكية و تعزيز قدرة الأفراد على التكيف مع البيئة المتغيرة، علاوة على ذلك فإن القدرة على التكيف تضمن امكانية الأداء الجيد للموظفين.

الدراسة السادسة: من اعداد Naheed Ashraf و Tasawar Javed بعنوان «Impact of Social Networking on Employee Performance»

" تأثير الشبكات الاجتماعية على أداء الموظف، الجامعة الاسلامية ياهوالبور \_\_ باكستان \_ دراسة حالة القطاع المصرفي الباكستاني \_ 2014.

المشكلة البحثية:

\_\_ التغيرات الجذرية التي احدثتها مواقع التواصل الاجتماعي في البيئة، حيث فتحت مجال التفاعل بين الناس و بناء علاقات و مشاركة الأفكار، حيث لم تستهدف الشباب فقط بل ضربت كل المجالات و اقتحمت المؤسسات التي تستخدمها لفوائد مهنية كإنشاء علاقات مع العملاء و وصول المعلومات بشكل فوري، و هذا ما يشكل تهديدا عندما يناقش الموظفون المعلومات الداخلية للمؤسسة على مواقع التواصل التي مم الممكن ان يستغلها المنافسون و هذا ما يؤثر على الانتاجية و أداء الموظفين.

\_\_ الهدف من الدراسة هو اكتشاف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook , Twitter , Linked In , Slideshare و غيرها على الأداء الوظيفي للموظفين، مثل المعرفة و القدرات و المهارات و الانتاجية و مستوى التحفيز على موظفي بنوك ( البنجاب، البنك الوطني، حبيب بنك باكستان).

فرضيات البحث:

\_\_ هناك علاقة ايجابية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و أداء الموظف ( المهارات و المعرفة و الانتاجية و التحفيز).

\_\_ لا توجد علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و أداء الموظف ( المهارات و المعرفة و الانتاجية و التحفيز).

التصميم المنهجي للبحث:

\_\_ استخدم الباحثان استمارة الاستبيان و الملاحظة كأدوات جمع المعلومات.

\_\_ تم استخدام المسح على 50 موظف.

نتائج الدراسة:

\_\_ أشارت النتائج إلى أن العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي و أداء الموظف من مهارات و معرفة و انتاجية و تحفيز قوية و هذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى.

\_\_ يقوم موظفو البنك بإضافة بعضهم من بنوك أخرى لإجراء اتصالات اجتماعية و الدردشة مع بعضهم البعض و تبادل الخبرات و معرفة منتجاتهم المصرفية، و يتحدثون عن التجربة اليومية في العمل، هذه الاتصالات تجعلهم يتعلمون كيفية التعامل مع العملاء، و تحسين مهاراتهم في العمل و تحسين مزاجهم و زيادة الرضا الوظيفي الذي يولد نتائج جيدة.

جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

I. ساعدتنا الدراسات السابقة في صياغة اشكالية البحث، حيث استعنا بها في جزء من الاشكالية.

II. ساعدتنا في معرفة النتائج المتوصل اليها و الإضافة التي سنقدمها من خلال دراستنا.

III. ساعدتنا في معرفة الأدوات المناسبة للدراسة.

أوجه التشابه و الاختلاف:

تشابه هذه الدراسات مع دراستنا في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي للموظف في مكان العمل، و تختلف دراستنا عن هذه الدراسات في المتغير المستقل، حيث ركزت اغلب الدراسات على " تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة على الأداء الوظيفي للموظف في العمل"، بينما ركزنا نحن في دراستنا على موقع واحد " تأثير استخدام فايسبوك أثناء الدوام على الأداء الوظيفي للموظفين".

الإضافة التي سنقدمها لهذه الدراسات:

\_\_ كل الدراسات السابقة قامو بدراسة حالة للمؤسسات، بينما سنحاول في دراستنا مقارنة استخدام فايسبوك أثناء الدوام بين الموظفين في المؤسسات العمومية و الموظفين في المؤسسات الخاصة.  
 \_\_ محاولة الكشف عن تأثير إستخدام فايسبوك على الخدمة العمومية للموظفين.

#### رابعاً: فرضيات الدراسة

- 1/ هناك فروق في درجة استخدام فايسبوك و عادات و أنماط استخدامه لدى موظفي المؤسسات الجزائرية العمومية و الخاصة، و تختلف دوافع استخدامه بين دوافع اجتماعية و ترفيهية و حتى العملية منها.
- 2/ توجد عدة طرق لقياس الأداء الوظيفي للموظفين في المؤسسات الجزائرية العمومية و الخاصة، من بينها مدى الانسجام و التعاون بين الموظفين و سرعة تلبية احتياجات المواطنين.
- 3/ يؤثر فايسبوك سلبا على الأداء الوظيفي للموظفين في المؤسسات العمومية أكثر من الخاصة.

#### خامساً: المنهج المتبع في الدراسة

المنهج (method) في اللغة هو الطريق الواضح،<sup>8</sup> اما اصطلاحا يقصد به الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة، بمعنى الكيفية او السبيل و كذلك الطريقة المتبعة في تعلم شئ معين.<sup>9</sup>

بما أننا في هذه الدراسة نسعى لمعرفة دوافع استخدام الفايسبوك أثناء الدوام و تأثيره على الأداء الوظيفي للموظفين، وبالتالي وصف هذه الظاهرة من خلال تشريح لمختلف بنياتها من أجل الوصول لتفسيرات حول هذه الظاهرة و استكشاف مدى استخدام الموظفين للفايسبوك أثناء الدوام سواء في المؤسسات العمومية أو الخاصة و الاستطلاع عن مختلف التأثيرات الناجمة عن هذا الاستخدام و كيف يؤثر على جودة الأداء الوظيفي، و مدى عمق هذه التأثيرات، وجدنا ان المنهج الوصفي هو الامثل لدراستنا.

<sup>8</sup> يوسف حجيم الطائي، هشام فوزي العبادي، *مناهج البحث العلمي للبحوث الاعلامية و الادارية و الانسانية*، دار الايام للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2016، ص 19.

<sup>9</sup> اسامة خيري، *مناهج البحث العلمي*، دار الراجية للنشر و التوزيع، عمان، 2016، ص 6.

المنهج الوصفي:

هو وصف دقيق و تفصيلي للظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة و يوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفا رقميا يوضح مقدار الظاهرة أو حجمها و درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى.<sup>10</sup>

فالمنهج الوصفي يهتم بدراسة الظواهر و الأحداث كما هي من حيث خصائصها و العوامل المؤثرة فيها من جميع الجوانب و الأبعاد و يهدف لتحديد الاسباب و العلاقات التي أدت إلى هذه الظواهر و استخلاص الحلول و كذلك العوامل المؤثرة بها للاستفادة منها في التنبؤ بمستقبل هذه الظواهر.<sup>11</sup> و لا يقتصر المنهج الوصفي على جمع البيانات و تصنيفها بل يقترن الوصف بالمقارنة و التصنيف و التفسير بهدف استخراج الاستنتاجات، فالمنهج الوصفي يمر بمرحلتين، الأولى يطلق عليها مرحلة الاستطلاع و الثانية يطلق عليها مرحلة الوصف الموضوعي، و تهدف المرحلة الاستطلاعية لتكوين أطر نظرية بعد تحديد مشكلة الدراسة.<sup>12</sup>

مزايا المنهج الوصفي:

1. رصد و متابعة الظاهرة أو الحدث بدقة.
2. رصد و متابعة الظاهرة بطريقة كمية و نوعية في فترة زمنية معينة أو لعدة فترات.
3. التعرف على الظروف و العوامل التي أدت لحدوث الظاهرة.
4. الوصول للنتائج التي تساعد في فهم الحاضر و التنبؤ بالمستقبل.<sup>13</sup>
5. اجراء مقارنة و تقييم الظواهر.<sup>14</sup>
6. يوفر بيانات مفصلة عن الواقع الفعلي للظاهرة.
7. يقدم تفسيراً واقعياً للعوامل المرتبطة بموضوع الدراسة تساعد على التنبؤ المستقبلي للظاهرة.

<sup>10</sup> نادية سعيد عاشور، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر و التوزيع، قسنطينة، 2017 ص 216.

<sup>11</sup> كمال دشلي، منهجية البحث العلمي، مديرية الكتب و المطبوعات الجامعية، منشورات جامعة حماة، سوريا، 2016، ص 61.

<sup>12</sup> فاطمة عوض صابر، أسس و مبادئ البحث العلمي، مكتبة و مطبعة الاشعاع الفنية، الطبعة الأولى، جامعة الاسكندرية، 2002، ص 87.

<sup>13</sup> كمال دشلي، منهجية البحث العلمي، مرجع سابق، ص 61.

<sup>14</sup> عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثامنة، بن عكنون، 2016، ص 139.

8. يعتبر الأنسب في التعامل مع الظواهر الانسانية و الاجتماعية. <sup>15</sup>

كما يعاني من بعض العيوب أهمها سمة التحيز الشخصي للباحث عند جمعه للبيانات المختلفة حول الظاهرة، الأمر الذي قد يؤدي إلى الحصول على بيانات غير دقيقة لا يمكن أن تؤدي لنتائج موضوعية. <sup>16</sup>

كما اعتمدنا على المنهج المقارن كمنهج مساعد للدراسة، بهدف المقارنة بين استخدام الموظفين لفيسبوك في المؤسسات العمومية مع استخدامه من قبل الموظفين في المؤسسات الخاصة، و مدى تأثيره على الأداء الوظيفي و ذلك للوصول إلى أوجه التشابه و الاختلاف بين الظاهرتين.

### تعريف المنهج المقارن:

يقوم هذا المنهج على معرفة كيف و لماذا تحدث الظواهر من خلال مقارنتها مع بعضها البعض من حيث أوجه الشبه و الاختلاف من أجل التعرف على العوامل المسببة للظواهر و الظروف المصاحبة لها. <sup>17</sup>

### إيجابيات المنهج المقارن:

- ✓ الكشف عن محاسن و مساوئ الموضوعين و البحث عن العلاقة بينهما، كالتشابه أو الاختلاف. <sup>18</sup>
- ✓ يكون ذا قيمة من الوجهة التاريخية إذ تشرح مراحل تغير المجتمعات و تطورها. <sup>19</sup>
- ✓ يساعد المنهج المقارن الباحث على اكتشاف الخصائص الكلية للظاهرة عن طريق إبراز الصفات المتشابهة و المختلفة. <sup>20</sup>
- ✓ حيث تكون المقارنة بين ظاهرتين أو حالتين و أن تكون أكثر عمقا و أن تقع الحادثة في زمان المقارنة و مكان نفسه مع ظاهرة أخرى. <sup>21</sup>

<sup>15</sup> محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الانسانية، مؤسسة الأمة العربية للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2018، ص 119.

<sup>16</sup> محمد عبيدات، منهجية البحث العلمي القواعد و المراحل و التطبيقات، دار وائل للطباعة و النشر، الطبعة الثانية، عمان، 1999، ص 47.

<sup>17</sup> ربحي مصطفى عليان، مناهج و اساليب البحث العلمي بين النظرية و التطبيق، دار الصفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2000، ص 56.

<sup>18</sup> موسى معيرش، المعرفة و البحث العلمي مدخل إلى المنهجية العامة، دار الكتاب الحديث للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2009، ص 72.

<sup>19</sup> علي معمر عبد المومن، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية: الأساسيات و التقنيات و الأساليب، المجموعة العربية للتدريب و النشر، الطبعة الأولى، القاهرة، 2008، ص 355.

<sup>20</sup> ابراهيم ابراش، المنهج العلمي و تطبيقاته، دار الشروق للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2009، ص 179.

<sup>21</sup> عمار قنديلجي، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات، دار البيزوري للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 1999، ص 206.

أما دراستنا فهي تصنف ضمن الدراسات الاستطلاعية/الاستكشافية و التي تعتبر نوع من البحوث الذي يسعى إلى التوصل لنظرة مبدئية فيما يتعلق بطبيعة المشكلة موضوع البحث.<sup>22</sup>

### سادسا: أدوات جمع البيانات

الأداة هي الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات أو تصنيفها، و هناك العديد من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات، و يمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث الواحد لتجنب عيوب احداها و لدراسة الظاهرة من كافة الجوانب،<sup>23</sup> و نظرا لكبر حجم عينة الدراسة المقدرة ب 58 مبحوث و طبيعة الموضوع استخدمنا استمارة الاستبيان لضمان سرية المعلومات التي تحفز المبحوثين على الاجابة بصدق دون تخوف.

تعريف الاستبيان: الاستبيان بمفهومه العام هو قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل إلى عدد من أفراد المجتمع اللذين يكونون عينة خاصة بالبحث، فالاستبيان في أبسط صورة له هو عبارة عن عدد من الأسئلة المحددة يعرض على عينة من الأفراد و يطلب منهم الإجابة عنها كتابة.

و يعتبر الاستبيان من أهم و أدق طرق البحث و جمع البيانات خاصة في البحوث الوصفية يكون في شكل استمارة يملؤها المحيب بنفسه.<sup>24</sup>

#### مزايا الاستبيان:

- ✓ قلة التكاليف.
- ✓ توفير الوقت و الجهد للباحث في جمع البيانات.
- ✓ توفير الوقت للمبحوث للاجابة عن الاسئلة.<sup>25</sup>
- ✓ سهولة التوزيع و مريح للمجيب.<sup>26</sup>
- ✓ يمكن أن يصل للمبحوثين بطرق غير مباشرة كالبريد و يجيب عليها المبحوث دون مساعدة من الباحث.<sup>27</sup>
- ✓ يمكن الحصول على المعلومات من عدد كبير من المبحوثين متباعدين في الأماكن أو مجتمعين في مكان واحد.

<sup>22</sup> عبد العزيز عبد الله الدخيل، معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية الإنجليزي عربي، دار المناهج للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2014، ص62.

<sup>23</sup> علي معمر عبد المومن، مرجع سابق، ص 202.

<sup>24</sup> مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2000، ص 165.

<sup>25</sup> المرجع نفسه، ص 169.

<sup>26</sup> وجيه محجوب، البحث العلمي و مناهجه، دار المناهج للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2005، ص 163.

<sup>27</sup> علي معمر عبد المومن، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية: الأساسيات و التقنيات و الأساليب، مرجع سابق، ص 209.

- ✓ تعتبر المعلومات المتحصل عليها أكثر موضوعية من الوسائل الأخرى لأنها لا تحمل اسم المبحوث الأمر الذي يحفز لإعطاء معلومات صحيحة
- ✓ يمكن وصول الاستبيان إلى الاشخاص اللذين يصعب مقابلتهم شخصيا. 28
- ✓ أسئلته موحدة و متشابهة لجميع أفراد عينة البحث لأنها مصممة بشكل موحد للجميع ، عكس المقابلة التي تتغير فيها بعض الأسئلة. 29
- ✓ لا يحتاج لعدد كبير من جامعي البيانات. 30
- ✓ يعتبر وسيلة ناجحة لدراسة الحياة الشخصية للأفراد، خاصة تلك الجوانب التي يمارسها الأفراد منفردون بأنفسهم و بعيدا عن أعين المراقبين. 31
- لكنه يعاني من بعض العيوب أهمها : أنه لا يمكن استخدامه إلا في العينات التي يتميز افرادها بالقدرة على القراءة و الكتابة. 32

#### خطوات تصميم الاستبيان:

لقد مررنا في إعداد استمارة الاستبيان بعدة خطوات كالآتي:

- (1) الاطلاع جيدا على المراجع المتعلقة بدراستنا.
  - (2) معاينة مكان الدراسة و ملاحظة مجتمع البحث الذي سنجري عليه دراستنا، و أخذ موافقتهم.
  - (3) إعداد استمارة الاستبيان مبدئيا.
  - (4) عرض و مناقشة الاستمارة مع الأستاذ المشرف الذي قام بدوره بتصحيحها و الموافقة عليها.
  - (5) توزيع استمارات تجريبية على عينة من الموظفين للتأكد من عدم وجود غموض في الأسئلة.
  - (6) توزيع الاستمارات بشكل نهائي على الموظفين.
  - (7) استرجاع الاستمارات من المؤسسات و القيام بتحليلها.
- بما أن الدراسة تهدف لمعرفة تأثير استخدام فايسبوك أثناء الدوام على الأداء الوظيفي للموظفين، حيث تنوعت الاسئلة بين مفتوحة و مغلقة و أخرى مكررة لاستدراج المبحوثين للإجابة بصدق.

28 عصام حسن الدليمي، البحث العلمي أسسه و مناهجه، دار الرضوان للنشرة و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2014، ص 92.

29 رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2008، ص 133.

30 عمار قنديلجي، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات، مرجع سابق، ص 162.

31 عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار النمير، الطبعة الأولى، دمشق، 2002، ص 172.

32 علي سلوم جواد و آخرون، اساسيات و مناهج اختيار الفرضيات، تصميم التجارب، دار الرواد، الطبعة الأولى، الأردن، 2014، ص 93.



تحتوي الاستمارة على 03 محاور أساسية هي كالتالي:  
 المحور الأول: "دوافع و عادات و أنماط استخدام الموظفين للفيسبوك" يحتوي على 7 أسئلة.  
 المحور الثاني: "طرق قياس الأداء الوظيفي للموظفين" و يحتوي على 6 أسئلة.  
 المحور الثالث "تأثير الفيسبوك على الأداء الوظيفي للموظفين" و يحتوي على 8 أسئلة بالإضافة إلى 16 عبارة.

### سابعاً: عينة الدراسة

يعتمد الباحثون اليوم في اجراء بحوثهم الميدانية، و غيرها من الابحاث الاخرى على طريقة العينة المأخوذة من مجتمع البحث، للوصول الى المعلومات و الحقائق، التي تفي بالغرض النهائي للدراسة، و تسري هذه النتائج المتوصل اليها \_ من حيث التمثيل \_ على كل مجتمع البحث.<sup>33</sup>

ونظرا لصعوبة دراسة كل المفردات في المؤسسات المختارة، و جب علينا اختيار عينة في اطار الامكانيات المتوفرة و الوقت و الجهد، اعتمدنا على العينة المتاحة لصعوبة الوصول لكل المبحوثين لأن الموضوع يسبب بعض المخاوف لكثير من الموظفين، فلا يمكننا استخدام عينة اخرى إلا بالاعتماد على المبحوثين المتوفرين و اللذين يريدون مساعدتنا في الدراسة، حيث قمنا بتوزيع 70 استمارة على الموظفين في ظرف 04 أيام، تم استرجاع 65 استمارة 58 منها صالحة للدراسة أما باقي الاستمارات وجدناها غير مكتملة و بعضها لم يتم الاجابة عليها.

### العينة المتاحة:

يقوم الباحث بدراسة هذه العينة كونها موجودة و راغبة في التعاون و اعطائه المعلومات، و يطلق على هذه العينة " خذهم اينما تجدهم " ( take them where you find them )<sup>34</sup>

حيث تعتمد على مبدأ ما هو متاح، و تستخدم في الدراسات الاستطلاعية و تساعد الباحث في التعرف على المشاكل التي تحدث ان يواجهها عند اجراء البحث<sup>35</sup>

### ثامناً: تحديد المفاهيم

#### 1/ الأداء:

<sup>33</sup> احمد بن مرسي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، دون طبعة، بن عكنون، 2003، ص 99.

<sup>34</sup> منذر الضامن، اساسيات البحث العلمي، مرجع سابق، ص 171.

<sup>35</sup> عمر نصر الله، مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها، دار وائل للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2019، ص 353.

لغة: القيام بالواجب و هو مشتق من الفعل أدى تأدية بمعنى أوصله و قضاه و هو أداء للأمانة من غيره و أدين له حقه أي قضيته.<sup>36</sup>

اصطلاحاً: القيام بأعباء الوظيفة من مسؤوليات و واجبات وفقاً للمعدل المفروض أدائه من العامل لكفئ المدرب.<sup>37</sup>

## 2/ الأداء الوظيفي:

اصطلاحاً: قيام الفرد بالعمل الصحيح و بالطريقة الصحيحة مراعيًا الفاعلية و الكفاية و السلامة العامة في العمل و الاحترام و توفير المصادر و الوقت.<sup>38</sup>

اجرائياً: هو ذلك الجهد الذي يقوم به الموظف في مكان العمل و الذي يهدف الى انجاز المهام و الواجبات المطلوبة منه.

## 3/ فايسبوك:

اصطلاحاً: عبارة عن شبكة اجتماعية على الانترنت تتيح للمستخدمين تبادل الرسائل و نشر المحتوى.<sup>39</sup>

اجرائياً: هو موقع للتواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين بإنشاء حساب شخصي و التواصل فيما بينهم و تشكيل علاقات اجتماعية داخل فضاء افتراضي.

## 4/ التأثير:

لغة: من الاثر هو بقية ما ترى من كل شيء و ما لا يرى بعد ما يبقى علقه، يقال خرج في إثره و أثره، أي بعده، و تأثيره، أي إتبع أثره و أثر فيه تأثيراً أي ترك فيه أثراً.<sup>40</sup>

<sup>36</sup> عبد الله عقله مجلي الخزاعلة، الصراع بين القيم الاجتماعية و القيم التنظيمية في الادارة التربوية، دار الحامد للنشر و التوزيع، دون طبعة، عمان، 2009، ص 56.

<sup>37</sup> خالد أحمد الصرايرة، الأداء الوظيفي لدى الهيئات التدريسية في الجامعات الاردنية الرسمية من وجهة نظر رؤساء الأقسام فيها، مجلة جامعة دمشق، الأردن، العدد الأول + الثاني، ص 607.

<sup>38</sup> حسين محمد الحراشنة، ادارة جودة الشاملة و الاداء الوظيفي، دار جليس الزمان، الطبعة الاولى، عمان، 2011، ص 16.

<sup>39</sup> M lle. NACERI SAFIA ,M lle. ALLAL NESRINE , **L'impact des réseaux sociaux sur l'image de marque d'une entreprise**, Mémoire de fin de Cycle Pour l'obtention du diplôme de master en Sciences Commerciales, Marketing, UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA, 2015/2016, p 40.

<sup>40</sup> فاروق عبد الله كرم، الاستحسان و نماذج من تطبيقاته في الفقه الاسلامي، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع، بيروت، 2011، ص 143.

اصطلاحا: يقصد بالتأثير في عملية الاتصال حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية، و احداث التأثير في نفوس الحاضرين بمعنى احدث وقعا،<sup>41</sup> و هو احداث التغيير في السلوك و التفكير و يتمثل هذا التغيير الحاصل نتيجة التعرض للوسائل المختلفة.<sup>42</sup>

اجرائيا: هو ترك بصمة على شخص ما، قد تكون لمدة محدودة أو دائمة للأبد.

#### 5/ الموظف:

اصطلاحا: هو الشخص الذي يعهد إليه بعمل دائم في خدمة مرفق عام تديره الدولة أو أحد الأشخاص أو أحد الإقليمية أو المؤسسات العامة.<sup>43</sup>

اجرائيا: هو ذلك العامل الذي يوظف جهده لخدمة المؤسسة التي ينتمي إليها بغرض تحقيق الأهداف التي تسعى إليها المؤسسة.

#### 6/ الاستخدام:

لغة: اسم، مصدر استخدم، يستخدم، استخداما، استخدمه اتخذه خادما، استخدم آلة جديدة بمعنى استعمالها.<sup>44</sup>

اصطلاحا: مفهوم الاستخدام usage ظهر في اللغة الفرنسية في القرن 17 و يشير الى النشاط الاجتماعي الذي يتمثل في استعمال شئ و الاستفادة منه لغاية محددة أو لتلبية حاجة ما.<sup>45</sup>

اجرائيا: استعمال شئ معين لوقت محدد بهدف تحقيق الاشباع المرغوب فيها.

#### 7/ المؤسسة العمومية:

41 فتيحة بوغازي، التأثير و نظرية الاستخدام و الاشباع، متوفر على الموقع الالكتروني : <http://audience-studies.over-blog.com/article-32639333.html> ، منشور يوم 2009/06/14، الاطلاع يوم 2019/05/20 سا 07:13.

42 محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الاعلامية، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2014، ص 52.

43 هتاف جمعة صبحي أبو راشد، مبدأ المساواة في تولي الوظيفة العامة بين النظرية و التطبيق، دراسة مقارنة، مكتبة القانون و الاقتصاد، الطبعة الأولى، الرياض، 2014، ص 66.

44 معجم المعاني، متوفر على الموقع الالكتروني <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar> ، الاطلاع يوم 2019/04/20 سا 08:19.

45 عبد الوهاب بوخوفة، المدرسة، التلميذ والمعلم، تكنولوجيا الاعلام و الاتصال: التمثل و الاستخدامات، أطروحة دكتوراه، في الدولة في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2006/2007، ص 50.

اصطلاحا: وحدة إدارية أو جهاز إداري من منظمات القطاع العمومي , مستقلة بذاتها بشخصية معنوية , ولها نوع من الإستقلال المالي و الإداري لتمارس عملا من أعمال الدولة , يتم إنشائها بقانون يحدد أعمالها وواجباتها و حقوقها و تخضع من حيث المبدأ لقواعد القانون الإداري.<sup>46</sup>

اجرائيا: هي تلك المؤسسة التي تكون تابعة للدولة بصفة كلية، حيث تقوم على كل المصاريف و التكاليف التي تحتاجها للسير الحسن نحو تحقيق أهدافها، مهمتها الاساسية هي تحقيق الخدمة العمومية.

#### 8/ المؤسسة الخاصة:

اصطلاحا: تعرف على انها مؤسسة أو شركة لا تملكها الحكومة. وهي المؤسسة التي تكون خاضعة لرأس مال الأفراد أو الشركات.<sup>47</sup>

اجرائيا: هي المؤسسات التي تكون تابعة لفرد أو جماعة أو هيئة مستقلة بصفة كلية، يقوم بتمويلها شخص من ماله أو جماعة متكاملة فيما بينها.

#### تاسعا: صعوبات الدراسة

1. نقص المراجع الحديثة التي تتناول موقع فايسبوك بالتفصيل.
2. توقف المؤسسات عن العمل خلال فترة قيامنا بالتربص الميداني مما أعاق السير الحسن للعمل، بالإضافة لاستحالة استخدام أدوات أخرى كالملاحظة.
3. انعدام الدراسات العربية المشابهة لموضوعنا.

<sup>46</sup> يوسف مداح، فئات المؤسسات العمومية في الجزائر، مذكرة ماستر في القانون، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2016/2015، ص 13.

<sup>47</sup> متوفر في موسوعة ويكيبيديا

[https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%82%D8%B7%D8%A7%D8%B9\\_%D8%AE%D8%A7%D8%](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%82%D8%B7%D8%A7%D8%B9_%D8%AE%D8%A7%D8%)

<sup>B5</sup> الاطلاع يوم 2019/06/26 سا 00:13.

## الفصل الثاني: مدخل عام للأداء الوظيفي

تمهيد

أولاً: تعريف الأداء الوظيفي

ثانياً: عناصر الأداء الوظيفي

ثالثاً: العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي

رابعاً: محددات الأداء الوظيفي

خامساً: مبادئ الأداء الوظيفي

سادساً: أهمية الأداء الوظيفي

سابعاً: طرق تقييم الأداء الوظيفي

ثامناً: أهداف تقييم الأداء الوظيفي

تاسعاً: معوقات الأداء الوظيفي في المؤسسات العمومية

خلاصة الفصل

تمهيد:

يعتبر العنصر البشري اساس نجاح أي مؤسسة، و ذلك من خلال الخبرات و المؤهلات الفكرية و البدنية التي يكتسبها الموظفون، و لتحقيق الأداء المطلوب لا بد من توفر الامكانيات المادية و المعنوية و توفير مناخ العمل اللازم الذي يساعد الموظفون على الشعور بالرضا الوظيفي و بالتالي الابداع في العمل و تحقيق أهداف المؤسسة.

و سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على الأداء الوظيفي، عناصر الأداء الوظيفي، العوامل المؤثرة في الأداء الوظيفي، محددات الأداء الوظيفي، مبادئ الأداء الوظيفي، أهمية الأداء الوظيفي، طرق تقييم الأداء الوظيفي و أهداف تقييم الأداء الوظيفي و معوقات الأداء الوظيفي في المؤسسات العمومية.

أولا تعريف الأداء الوظيفي:

يعرف الأداء بصورة عامة على أنه المحصلة النهائية للعمليات كافة التي تقوم بها المنظمة و الذي يعد مرآتها، أو هو الرغبة في تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد التنظيمية ويعرف أيضا أنه الأثر الصافي لجهود الفرد والأداء الوظيفي هو كمية ونوعية الإنجازات الوظيفية التي يقوم بها الفرد أو الجماعة في العمل.<sup>1</sup>

— يعرف هاينز (HAYNER) الاداء بأنه الناتج الذي يحققه الموظف عند قيامه بأي عمل من الأعمال في المنظمة وهو قدرة الموظف على تحقيق أهداف الوظيفة التي يشغلها في المنظمة.

— ويعرف الأداء الوظيفي بأنه تنفيذ الموظف لأعماله ومسؤولياته التي تكلفه بها المنظمة أو الجهة التي ترتبط وظيفته بها، ويعني النتائج التي يحققها الموظف في المنظمة.<sup>2</sup>

— الأداء الوظيفي: هو قيام الفرد بالمهام والأنشطة والواجبات المتعلقة بوظيفية المكلف بها بحكم عمله، ويمكن الحكم على أداء هذا العمل من خلال مقاييس معيارية خاصة ومعددة كمية ونوعية الجهد المبذول ونمط الأداء.

<sup>1</sup> أحلام محمد شواي، الادارة الالكترونية و تأثيرها في تطوير الاداء الوظيفي و تحسينه، مجلة بابل العلوم الانسانية، العراق، العدد 4، 2016، ص 3391.

<sup>2</sup> أحمد السيد كردي، ماهية الأداء الوظيفي، متوفر على الموقع الالكتروني:

<http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/123651> ، منشور يوم 2010/05/05، الاطلاع يوم

2019/01/12، سا 16:30.

— ويعني أيضا مجموعة من السلوك الإداري ذو العلاقة المعبرة عن قيام الموظف بأداء مهامه وتحمل مسؤولياته وهي تتضمن جودة الاداء وكفاءة التنفيذ والخبرة الفنية المطلوبة في الوظيفة، فضلا عن الإتصال والتفاعل مع باقي أعضاء المنظمة وقبول مهام جديدة والإلتزام بالنواحي الإدارة في العمل.<sup>1</sup>

— ويعرف كود (GOOD1984، 575) الأداء على أنه الجهد الذي يقوم به الموظف لإنجاز مهمة ما حسب قدرته واستطاعته ، أما ووسترت (WILSON AND WESTERN 2001.93) فقد عرفنا الأداء على أنه المخرج الذي يحققه الموظف عند قيامه بأي نشاط وتسير مفهوم الأداء الوظيفي إلى النتائج والأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها خلال فترة محددة.<sup>2</sup>

### ثانيا عناصر الأداء الوظيفي:

هناك مجموعة من العناصر في مجموعها ما يعرف بالأداء و هي:

- 1\_ المعرفة بمتطلبات الوظيفة: تشمل المهارة المهنية و المعرفة الفنية والخلفية العامة عن الوظيفة والمجالات المرتبطة بها.
- 2\_ نوعية العمل: تشمل الدقة والنظام والالتقان والبراعة والتمكن الفني والقررة على تنظيم وتنفيذ العمل دون أخطاء.
- 3\_ كمية العمل: وتشمل حجم العمل المنجز في الظروف العادية وسرعة الانجاز.
- 4\_ المثابرة والثوق: كالتفاني والجدية في العمل والقدرة على تحمل المسؤولية وانجاز الأعمال في مواعيدها ومدى الحاجة للاشراف والتوجيه.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> خالد احمد الصرايرة، الاداء الوظيفي لدى الهيئات التدريسية في الجامعات الاردنية الرسمية من وجهة نظر رؤساء الأقسام فيها، مرجع سابق، ص 606.

<sup>2</sup> حسين محمد الحراشنة، ادارة جودة الشاملة و الاداء الوظيفي، مرجع سابق، ص 90.

<sup>3</sup> صديق زكريا، بن جيمة عمر، **The Role of Administrative Leadership in Improving the Functionality of Employees within the Economic Establishment**, Case Study at center of the pitch, Industrial Area, AinSéfra, Algeria ، مجلة البشائر الاقتصادية، بشار، العدد الثاني، 2015، ص 174.

### ثالثا العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي:

هناك 03 عوامل رئيسية مؤثرة على الأداء الوظيفي:

- الموظف وما يمتلكه من معرفة ومهارات واهتمامات وقيم ودوافع نحو عمله.
- الوظيفة وما يتصف به من متطلبات وصعوبات وتحديات وما تقدمه من فرص للترقية.
- الموقف وما تتصف به البيئة التنظيمية مثل مناخ العمل والإشراف ووفرة الموارد والأنظمة الإدارية والهيكل التنظيمي.<sup>1</sup>

و هناك العديد من العوامل الأخرى التي تؤثر على الأداء الوظيفي وهي:

1/ غياب الأهداف المحددة: المنظمة التي لا تملك خطط تفصيلية لعملها وأهدافها ومعدلات الإنتاج المطلوب أداؤها لن تستطيع قياس ما تحقق من انجاز او محاسبة موظفيها على مستوى أداؤهم لعدم وجود معيار محدد مسبقا فعندما يتساوى الموظف ذو الاداء الجيد مع الموظف ذو الاداء الضعيف.

2/ عدم المشاركة في الإدارة: إن عدم مشاركة العاملين في المستويات الإدارية المختلفة في التخطيط و اتخاذ القرارات يساهم في وجود فجوة بين القيادة الإدارية والموظفين في المستويات الدنيا وبالتالي يؤدي إلى ضعف الشعور بالمسؤولية والعمل الجماعي لتحقيق أهداف المنظمة وهذا يؤدي إلى تدني مستوى الأداء لدى هؤلاء الموظفين فيعتبرون أنفسهم مهمشين في المنظمة.

3/ إختلاف مستويات الأداء: من العوامل المؤثرة على أداء الموظفين عدم نجاح الأساليب الإدارية التي تربط بين معدلات الأداء والمردود المادي والمعنوي الذي يحصلون عليه فكلما ارتبط مستوى أداء الموظف بالترقيات والعلاوات والحوافز التي يحصل عليها كلما كانت مؤثرة على الأداء وهذا ما يتطلب نظاما متميزا لتقييم أداء الموظفين ليتم التمييز الفعلي بين الموظف المجتهد ذو الأداء العالي وذو الأداء المتوسط والموظف الكسول الغير منتج.

4/ مشكلات الرضا الوظيفي: الرضا الوظيفي من العوامل الأساسية المؤثرة على مستوى الأداء للموظفين فعدم الرضا الوظيفي وانخفاضه يؤدي إلى أداء ضعيف وإنتاجية أقل والرضا الوظيفي يتأثر بعدة عوامل تنظيمية وشخصية للموظف مثل العوامل الاجتماعية كالسن والمؤهل التعليمي والجنس والعادات والتقاليد ونظام الترقيات والحوافز في المنظمة.

<sup>1</sup> عبد عقلة مجلي الخزاعلة، الصراع بين القيم الاجتماعية و القيم التنظيمية في الادارة التربوية، مرجع سابق، ص 24.



5/ التسيب الإداري: يعني ضياع ساعات العمل في أمور غير منتجة بل قد تكون مؤثرة بشكل سلبي على أداء الموظفين وقد نشأ التسيب الإداري نتيجة أسلوب القيادة أو الإشراف أو الثقافة التنظيمية في المنظمة.<sup>1</sup>

و هناك بعض العوامل المتعلقة بالموظفين تؤثر على الاداء منها:

أ/ التوقعات (Expectation): هل يعرف العاملون ما هو متوقع منهم؟ هل تم تحديد أهداف الأداء بشكل واضح و تم تعميمها على الجميع؟

ب/ الدوافع (Incentive): هل هناك دوافع محببة و جذابة لدى العاملين تشجع و تدعم الوصول إلى الأداء المرغوب فيه؟ هل هناك عقبات بالدوافع تعيق الوصول إلى الأداء المرغوب فيه؟

ت/ المصادر (Resources): هل يمتلك العاملون الأدوات و المصادر التي يحتاجونها لتنفيذ الأداء؟

ث/ المهارات و المعارف (Skills and knowledge): هل يعرف العاملون كيفية تنفيذ جميع عناصر عملهم؟<sup>2</sup>

**رابعاً محددات الأداء الوظيفي**: أداء العاملين هو الأثر الصافي لجهودهم وإدراك الدور الهام ويعني هذا أن الأداء في موقف معين يمكن أن ينظر إليه على أنه إنتاج لعلاقة متداخلة بين مجموعة من المعدات وهي كالتالي:

1. الجهد: وهو عبارة عن الطاقة الجسمانية والعقلية التي يبذلها الفرد لأداء مهمته والجهد يختلف من مهمة أو عمل لآخر حيث يكون بنسب متباينة، إن الجهد عادة يكون متعلق بالحالة النفسية للعامل وبطبيعة الحوافز التي تمنح له مقابل أداء معين.

2. القدرات: تشير القدرات إلى الخصائص الشخصية للفرد التي يستخدمها لأداء وظيفته أو مهامه، وتتمثل صفات الفرد في القدرة على العمل والتي تتضمن المهارات والمعلومات والخبرة التي يتطلبها أداء العمل وكذلك الرغبة التي تتمثل بالدوافع والاقناع والحوافز نحو العمل.

3. إدراك الدور: ويعني به الاتجاه الذي يعتقد الفرد أنه من الضروري توجيه جهوده في العمل من خلال الشعور بأهميته في أدائه ولتحقيق مستوى مرضي من الأداء لا بد من وجود حد اعلى من الإلتقان في كل مكون من مكونات الأداء بمعنى أن الأفراد عندما يبذلون جهوداً قائمة ويكون لديهم قدرات متفاوتة ولكنهم لا يفهمون أدوارهم فإن أدائهم لن يكون مقبولاً من وجهة نظر الآخرين فبالرغم من بذل الجهد الكبير في العمل فإن هذا

<sup>1</sup> محمد سرور الحريزي، علم النفس الإداري، دار القلم للطباعة و النشر و التوزيع، الطبعة الأولى، بيروت، 2018، ص 282.

<sup>2</sup> عصمت سليم القرالة، الحكمانية في الأداء الوظيفي، دار جليس الزمان للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011، ص 53.

العمل لن يكون موجها في الطريق الصحيح وبنفس الطريقة فإن الفرد يعمل بجهد كبير ويفهم عمله ولكنه تنقصه القدرات.<sup>1</sup>

### خامسا مبادئ الأداء الوظيفي:

حتى يتحقق الأداء الفاعل من قبل الموظف داخل المؤسسة لا بد من الالتزام بمجموعة من المبادئ منها:

1. التدريب: هو تزويد وإكساب الفرد مهارات ومعارف وسلوكيات جديدة تؤدي إلى تحسين أدائه وبالتالي تحسين أداء المؤسسة.
2. تحديد أهداف المؤسسة: في البداية يجب وضع الاهداف للمؤسسة ثم البدء في العمل على تحقيق هذه الأهداف ويكون تحقيقها مؤشر على فعالية الأداء .
3. الاستقرار الوظيفي: وهو عدم تكليف الموظف بمهام وظيفية جديدة وبشكل متكرر وسريع لأن الوظيفة تحتاج إلى وقت للتدريب والاتفاق ويحتاج الموظف الى فترة زمنية للتأقلم مع الوضع الجديد.
4. تحسين المناخ المادي: من خلال الحوافز المادية والمعنوية كالمكافآت المالية.
5. تحقيق التعاون: وذلك عن طريق تنفيذ العمل داخل المؤسسة بروح الفريق الواحد وهذا يحفز الموظف على تنفيذ الأعمال بشكل فاعل ويوفره داخل المؤسسة مناخا مفتوحا يساعد على تحقيق الأهداف.<sup>2</sup>

### سادسا أهمية الأداء الوظيفي:

يغطي موضوع الأداء باهتمام متزايد في كل المجتمعات المتقدمة و النامية على السواء، فالجميع يعمل على تحسين مستوى الأداء و رفع معدلاته لدرجة أنه اصبح معيارا و مؤشرا للتقدم الاقتصادي و الاداري، فتمو الدخل القومي و رفع مستوى المعيشة يعتمد اساسا على رفع كفاءة الأداء.

#### 1/ أهمية الأداء بالنسبة للعاملين:

- \_\_ يعد الأداء مقياسا لقدرة الفرد على أداء عمله في الحاضر و المستقبل، فيصبح الأداء الفردي أحد العوامل الأساسية التي تبني عليها الكثير من القرارات الادارية، كالترقية و الاعارة للعمل في الخارج.
- \_\_ يجب على كل فرد الاهتمام بأدائه لعمله، نظرا لارتباط ذلك بما يتقاضاه من أجور مقابل هذا الأداء.
- \_\_ يرتبط الأداء من وجهة نظر الفرد بإحدى الحاجات الأساسية له، و هي الحاجة للاستقرار في عملية اثبات ذاته.

<sup>1</sup> بوشبوط سارة، حسناوي خديجة، اثر الدورات التدريبية على اداء العاملين بالمكتبات الجامعية، مذكرة ماستر، تخصص علم المكتبات، جامعة قلمة، 2017/2016، ص 43.

<sup>2</sup> حسين محمد الحراشنة، مرجع سابق، ص 97.

2/ أهمية الأداء بالنسبة للمنظمة:

— يحتل موضوع الأداء المقام الأول من حيث أهميته لدى كل مسؤول، حيث يمثل الأداء أحد العوامل المهمة التي تستخدم في تقييم المنظمة التي يديرها أو يشرف عليها، لذلك نجد أن جميع المسؤولين عن التنظيمات المختلفة يهتمون كثيرا بأداء العاملين لأنه لا ينعكس على قدرات الفرد و دافعيته فحسب، بل هو انعكاس لأداء هذه التنظيمات و درجة فاعليتها أيضا.<sup>1</sup>

سابعاً: طرق تقييم الأداء

تعريف تقييم الأداء الوظيفي: (performance assessment): يعرف بأنه نظام إداري مرن موجه لأنشطة المؤسسة لقياس مدى فعالية و كفاءة الجهود المبذولة من قبل الموظفين.<sup>2</sup>

طرق تقييم الأداء: يختلف نشاط المؤسسات من واحدة إلى أخرى و ذلك حسب نوع المؤسسة فهناك مؤسسات خدمية و أخرى إنتاجية، وبالتالي تختلف المهمات التي يؤديها العاملون ، بل أن تلك المهمات تختلف داخل المؤسسة ذاتها من موقع لآخر.

و تبعا لذلك فإنه يصعب وضع مقياس موحد لتقييم أداء العاملين في المؤسسة أو معيار واحد يطبق في كافة المؤسسات أو على كافة العاملين، فهناك عدة طرق يمكن الأخذ بها لقياس أداء العاملين منها مايلي:

1. طريقة الإنتاج:

وهنا يتم تقييم الفرد على أساس عدد وحدات الإنتاج التي أنجزها خلال مدة زمنية محددة، مثال ذلك البائع يتم تقييم أدائه من خلال عدد الوحدات التي باعها في فترة معينة فكلما كانت هذه الفترة قصيرة كلما كانت إيجابية بالنسبة للعامل، أما العامل في المصنع يتم قياس أدائه بعدد القطع التي أنجزها خلال مدة معينة، و هناك الكثير من المؤسسات تربط كمية الإنتاج بنوعية هذا الإنتاج عند تقييم أداء العاملين فيها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> علي يونس ميا و آخرون، قياس أثر التدريب في أداء العاملين، مجلة جامعة تشرين، سوريا، العدد الأول، 2009، ص 143.

<sup>2</sup> محمد عبد المنعم شعيب، إدارة المستشفيات: منظور تطبيقي: الإدارة المعاصرة: تقييم الأداء: الجودة الشاملة: اعتماد المستشفيات: الجزء السابع، دار النشر للجامعات، الطبعة الأولى، القاهرة، 2014، ص 22.

<sup>3</sup> محمد فالج صالح، ادارة الموارد البشرية مدخل تطبيقي، دار الحامد للنشر و التوزيع، الطبعة الثالثة، عمان، 2014، ص 154.

2. الترتيب البسيط:

يقوم كل رئيس مباشر بترتيب مرؤوسيه تنازليا من الأحسن إلى الأقل أداء، وذلك طبقا للأداء العام.<sup>1</sup>

3. طريقة الصفات:

تستخدم هذه الطريقة غالبا في المؤسسات التي تقدم خدمات حيث لا يمكن قياس أداء الفرد فيها كما و نوعا، هنا تلجأ هذه المؤسسات لإستخدام طريقة الصفات لقياس الأداء و يتطلب ذلك إتباع الخطوات التالية:

\_\_ تحديد العناصر اللازم إعتمادها كمقياس للتقييم مثل: مستوى الأداء، علاقة الموظف مع رؤسائه، علاقة الموظف مع زملائه في العمل، القدرة على تحمل المسؤولية، المحافظة على أوقات الدوام الرسمي، المعرفة الفنية، الإنضباط في العمل..... و غيرها من العناصر التي قد تراها الإدارة ذات أهمية للتقييم.

\_\_ إعطاء كل عنصر من العناصر السابقة درجة معينة مثل: ممتاز، جيد جدا، جيد، مقبول، ضعيف، راسب.  
\_\_ تحديد نقط لكل درجة كالاتي:

جدول رقم (01): درجات تنقيط أداء الموظفين.

الدرجة	النقاط
ممتاز	10-9
جيد جدا	8-أقل من 9
جيد	7-أقل من 8
مقبول	6-أقل من 7
ضعيف	5-أقل من 6
راسب	أقل من 5

\_\_ وضع عناصر الأداء و الدرجات و النقاط داخل نموذج يتم إعداده لهذه الغاية يطلق عليه إسم "نموذج تقييم الأداء".

\_\_ يطلب من المقيم تدوين ملاحظاته بجانب كل عنصر من عناصر التقييم أو في المكان المخصص لذلك.

\_\_ يتم جمع النقاط التي تحصل عليها العامل لتحديد تقديره النهائي، فالعامل الذي حصل على مجموع 90 فما فوق يعتبر تقديره ممتاز، و من حصل على مجموع قدره 80 فما فوق يعتبر جيد جدا، وهكذا.

<sup>1</sup> حمزة الجبالي، تنمية الاداء الوظيفي و الاداري، دار الاسرة للاعلام و دار عالم الثقافة للنشر، عمان، 2016، ص 11.

4. طريقة المقارنة الزوجية:

وهي مقارنة الموظفين داخل القسم مع باقي الموظفين الآخرين، إما باستخدام أسلوب الترتيب البسيط أو أسلوب المقارنة المزدوجة.<sup>1</sup>

5. طريقة الإدارة بالأهداف:

تعتمد هذه الطريقة على أن العبرة بالنتائج التي يستطيع الفرد أن يحققها بعيدا عن السلوك و الصفات الشخصية له و تمر بعدة خطوات:

أ/ يتقابل كل مرؤوس مع رئيسه المباشر للإتفاق على أهداف المرؤوس خلال الفترة القادمة و مواعيد و أساليب تنفيذ هذه الأهداف.

ب/ خلال فترة التنفيذ لا بد على الرئيس متابعة تحقيق الأهداف و تقييم المساعدة ليعرف ما إذا كان هناك تأخير خارج عن سيطرة المرؤوس.

ت/ يجتمع المرؤوس مع رئيسه كلما دعت الحاجة لمناقشة المشاكل التي تعترض تنفيذ الأهداف المتفق عليها.<sup>2</sup>

6. طريقة الاحداث الهامة: حيث يقوم المراقب أو المشرف بعمل سجل لأمثلة من الفعاليات للاحداث المرغوبة و اللامرغوبة لسلوك كل من مرؤوسيه في العمل، لذا فكل 06 أشهر أو يزيد يلتقي المشرف و المرؤوس و يناقشا أداء هذا الأخير باستخدام احداث معينة كأمثلة.<sup>3</sup>

7. الملاحظة السلوكية: حيث يتم بمقتضى هذا الاسلوب تقييم أداء العاملين و التعرف على تصرفاتهم و سلوكياتهم أثناء العمل، و معرفة هل تتكرر تلك السلوكيات دائما و في نفس الأوقات و التعرف على أسباب تلك السلوكيات.<sup>4</sup>

8. التقرير المكتوب: يقوم فيها المشرف بكتابة تقرير في نهاية الفترة حول حكمه و ملاحظته حول أداء العامل.<sup>5</sup>

9. الترتيب التناوبي: يتم التقييم في هذه الطريقة على أساس العمل كله و ليس بناء على جزء محدد من العمل .

<sup>1</sup> محمد فالخ صالح، ادارة الموارد البشرية مدخل تطبيقي، مرجع سابق، ص 156.

<sup>2</sup> محمد الفاتح محمود المغربي، ادارة الموارد البشرية، دار الجنان للنشر و التوزيع، دون طبعة، عمان، 2016، ص 141.

<sup>3</sup> امال بن سمشة، الأداء البشري بالإدارة المحلية، مركز الكتاب الاكاديمي، الطبعة الأولى، سوق أهراس، 2018، ص 74.

<sup>4</sup> المرجع نفسه، ص 75.

<sup>5</sup> بن باير حبيب و آخرون، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية، مذكرة ماجستير، في إدارة الأعمال، جامعة وهران 2، 2014/2015، ص 56.

10. التقدير النسبي: يتم التقييم في هذه الطريقة على نوعية عمل العامل , أو الموظف و مدى قدرته على التحليل و الحزم والجدية و التنسيق.<sup>1</sup>

المبادئ الاساسية لعملية التقييم:

\_\_ يجب الإستعانة بعدد كبير نسبيا من المعايير و ذلك لتعدد الأنشطة التي يمارسها المرؤوسين وذلك بهدف تغطية الجوانب المختلفة للأداء.

\_\_ الموضوعية، يجب أن تعبر عن المقومات الأساسية التي تستلزمها طبيعة العمل.

\_\_ صدق المعيار، و الذي يعني أن تكون جميع العوامل المدرجة في المعيار تعبر بصدق عن الخصائص التي يتطلبها الأداء و يتم الوصول إليها خلال دراسة و تحليل العمل.

\_\_ التمييز، و يعني ذلك حساسية المعيار لإظهار الاختلافات في مستويات الأداء مهما كانت بسيطة فيميز بين أداء الفرد أو مجموعة من الأفراد.<sup>2</sup>

**ثامنا أهداف تقييم الأداء الوظيفي:**

\_\_ اختيار الأفراد الصالحين للترقية.

\_\_ تفادي المحسوبية عن طريق توحيد أسس الترقية و الجزاءات و زيادة الرواتب.

\_\_ تنمية المنافسة بين الأفراد و تشجيعهم على بذل الجهود لإحراز التقدم.

\_\_ تشجيع المنافسة بين الأقسام لزيادة الإنتاجية.

\_\_ إمكانية قياس انتاجية الأقسام و كفايتها.

\_\_ تسهيل تخطيط القوى العاملة عن طريق معرفة المؤهلين للمناصب العليا.

\_\_ معرفة مدى احتياجات التدريب لتحسين الكفاءة الانتاجية.

\_\_ مساعدة المشرفين على تحسين الاتصال و العلاقات مع العاملين تحت اشرافهم.

\_\_ المحافظة على مستوى مستمر و عال للكفاية الانتاجية.

<sup>1</sup> طاهر محمود الكلالده، استراتيجيات ادارة الموارد البشرية، دار عالم للثقافة، الطبعة الاولى، عمان، 2011، ص 173.

<sup>2</sup> حمزة الجبالي، تنمية الاداء الوظيفي و الاداري، مرجع سابق، ص 10.

\_\_ تزويد الإدارة بمعلومات مفصلة تساعد على رسم السياسة المستقبلية على صعيد التدريب و الاختبار و النقل و الترقية.<sup>1</sup>

أ/ أهداف خاصة بالمؤسسة:

1/ الربط و التكامل بين الأهداف التنظيمية الاستراتيجية و نشاطات العاملين , و خصائصهم المناسبة لتنفيذ الاستراتيجية التنظيمية و المتمثلة بالمنتجات المحددة سابقا, لذلك لا بد أن يكون نظام تقييم الأداء مرنا يستجيب لأي تغير في استراتيجية المؤسسة.

2/ تحسين البيئة الاجتماعية للعمل، إذ تساعد عملية تقييم الأداء في توضيح أساليب التعايش و التكيف في المؤسسة، و تحسن علاقات العمل فيها، و يمكن أن يكون الأداء وسيلة لتنمية و زيادة الانسجام و الترابط بين العاملين و المؤسسة.

3/ المساهمة في إعداد سياسة جديدة للرقابة، فلكي يقوم الرئيس بتقييم مرؤوسيه على أساس سليم، فلا بد من توفر قاعدة من البيانات المنظمة حول أداء العاملين و نقاط القوة و الضعف، و هذا بدوره يحسن العملية الرقابية في المؤسسة.

4/ توفير و توثيق القرارات الادارية و المبررات التي دعت لانتخاذها و المساعدة في قياس الكفاءة الانتاجية.

5/ تقويم برامج و أساليب إدارة الموارد البشرية، حيث تعتبر وظيفة تقييم الأداء بمثابة الوظيفة التي تعمل على مراجعة و متابعة باقي وظائف إدارة الموارد البشرية، فهي الوظيفة التي تقع عند متلقى جميع أنشطة الموارد البشرية.

ب/ أهداف خاصة بالعاملين:

1\_\_ تنمية الإحساس بروح المسؤولية من خلال توليد القناعة الكاملة لديهم بأن الجهود التي يبذلونها في سبيل تحقيق أهداف المؤسسة تقع تحت عملية التقييم الأمر الذي يجعلهم يجتهدون في العمل للحصول على مستويات الأداء العالية.

2\_\_ يمثل قياس الأداء بالنسبة للعامل معلومات حول أداءه إذ يعتبر هذا الهدف من أقوى المبررات في مختلف أنظمة التقييم المؤسسي.

<sup>1</sup> فوزي عطوي و آخرون، الاساليب الحديثة لتقييم اداء العاملين في المصارف و تخطيط المسار الوظيفي، اتحاد المصارف العربية، دون طبعة، الاسكندرية، 1993، ص 35.

3\_ تطوير قدرات و مهارات العاملين، حيث تساعد عملية التقييم في الكشف عن مهارات و قدرات العاملين و استثمارها بشكل أفضل في المستقبل .

4\_ تزويد العاملين بتغذية راجعة حول أدائهم بمقارنة توقعاتهم و توقعات المؤسسة حول أدائهم.

5\_ توفير الوسائل و الطرق و البدائل المناسبة لتطوير سلوك العاملين الوظيفي و تحسين البيئة الوظيفية التي يعملون بها.

ج/ أهداف خاصة بالمديرين (المقيمين):

1/ تنمية قدرات المديرين في مجالات الاشراف و التوجيه .

2/ تنمية قدرات و مهارات المديرين على اتخاذ القرارات المتعلقة بالعاملين في المؤسسة.

3/ مساعدة المشرفين المباشرين على تفهم العاملين تحت اشرافهم، و تحسين الاتصال بهم، الأمر الذي يؤدي إلى تنمية العلاقات بينهم إضافة إلى زيادة التعاون بينهم لرفع الكفاءة الانتاجية من ناحية و تنمية قدرات الأفراد من ناحية أخرى .

4/ التعرف إلى كيفية أداء العامل بشكل علمي و موضوعي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ابراهيم محمد المحاسنة، ادارة و تقييم الاداء الوظيفي بين النظرية و التطبيق، دار جرير، الطبعة الاولى، البحرين، 2013، ص 120، 121، 122.



شكل رقم (01) يمثل قراءة المدراء للأداء:

قراءة المدراء للأداء	معدلات الأداء	تطور الأداء
تتولى قيادة الآخرين... سوف نحافظ على مكانتنا	فائق بكثير المعدل (تجاوز الهدف)	ممتاز
أوضاعنا جيدة... تسير نحو الأفضل	حقق المعدل (أصاب الهدف)	جيد/ جيد جدا
أوضاعنا بخير	قريب من المعدل (أصاب جوانب من الهدف)	مقبول
نراوح مكاننا	أدنى من المعدل (دون الهدف)	دون التوقعات
نواجه صعوبات و مشاكل <sup>1</sup>	أدنى بكثير من المعدل	مرفوض (بعيد جدا عن الهدف)

<sup>1</sup> محمد الصيرفي، قياس و تقويم اداء العاملين، مؤسسة حورس الدولية للطباعة و النشر و التوزيع، الطبعة الاولى، الاسكندرية، 2011، ص 31.

### تاسعا معوقات الأداء الوظيفي في المؤسسات العمومية:

رغم أهمية الأداء في المؤسسات العمومية، إلا أن هناك الكثير من المعوقات والمشكلات التي تعوق هذا الأداء وتتمثل أهمها فيما يلي:

1/ العادات والتقاليد: تشير هذه العادات، التقاليد والقيم، للعادات السائدة في المجتمع ودرجة تأثرها بالثقافة الخارجية ، لقد بدأت بداية مرحلة التحول في بعض القيم والمعتقدات في الدول العربية بعد أن نالت استقلالها وبرزت كمؤسسات ذات دور سياسي واقتصادي واجتماعي، حيث ازدادت طموحات الجماهير لوفاء الأجهزة الحكومية بفتح أبواب الرفاهية أمامها، ولكي تنفذ مشاريع التنمية الاقتصادية والاجتماعية فقد تضخم الجهاز الوظيفي وتعقدت الإجراءات إضافة إلى التسبب الوظيفي.

2/ الشخصية الوظيفية وأشكال الاتصال السائد: هي أنماط السلوك والتفكير السائدة لدى معظم أفراد المجتمع، وهي تتأثر بالدوافع والمحفزات التي تحرك أفراد المجتمع، ومجموعة المتغيرات الثقافية التي تحكم سلوك الأفراد في التعامل مع المواقف وأشكال الاتصال السائدة فيما بينهم ، فالشخصية العربية تأتي مكاسبها المادية الوظيفية في مقدمة دوافع العمل مع ضعف الدوافع الخاصة بالاستقلالية وتأكيد الذات.

3/ هياكل ونظم التدريب السائدة: على الرغم من الجهود التي تبذلها المؤسسات العمومية في تطوير طرق التدريب إلا هناك بعض المشاكل نذكر منها : عدم الربط بين سياسات التدريب والتوظيف وكذلك عدم ربط عملية التدريب بالترقية في المؤسسة.

4/ انخفاض الأداء في المؤسسات : تؤدي المؤسسات العمومية بصفة عامة أعمالا كثيرة ومتشعبة بمستوى قليل من الكفاءة و بتكلفة باهظة ، هذا إضافة إلى ما توصف به من إهمال وسوء إدارة تساهم كلها في انخفاض الأداء في تلك المؤسسات<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> الطاهر الوافي، التحفيز و أداء المرضين، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة قسنطينة 2، 2012/2013، ص 88، 89.

## خلاصة الفصل

نستنتج من خلال ما سبق أن الأداء الوظيفي للموظفين هو العامل الأساسي في تطور المؤسسات و تحقيق أهدافها، حيث يعبر عن الجهد الذي يقوم به الموظف من خلال القيام بالأعمال الموكلة اليه بدقة، و قد انطلقنا في هذا الفصل بالعديد من التعريفات للأداء الوظيفي و عناصره و أهم العوامل المؤثرة فيه، و قمنا بتبيان أبرز محدداته و المبادئ التي تحقق الأداء الفعال، و قد تبين لنا أن الأداء الوظيفي مهم جدا بالنسبة للمؤسسات داخليا من حيث الانتاجية و أداء الأعمال، و خارجيا يساهم في تشكيل صورة المؤسسة، حيث يعتبر مؤشرا للتقدم و التطور الاقتصادي للبلد، و هذا ما جعل الباحثين يقيمون الأداء الوظيفي بعدة طرق مختلفة للوصول إلى الأداء المثالي، و في نهاية الفصل تطرقنا إلى معوقات الأداء الوظيفي في المؤسسات العمومية التي تؤثر بشكل كبير على سير عمل المؤسسة.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي: تعريف، نشأة، أنواع، خدمات

تمهيد

أولاً: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

ثالثاً: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

رابعاً: خدمات مواقع التواصل الاجتماعي

خامساً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

سادساً: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

سابعاً: مواقع التواصل الاجتماعي العربية

ثامناً: احصائيات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم

تاسعاً: احصائيات مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر

خلاصة الفصل

## تمهيد:

شهد العالم في السنوات الاخيرة تغيرات كبيرة منذ ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، حيث قربت الشعوب و المجتمعات، و الغت الحدود الجغرافية و أصبحت وسيلة متعددة الاستخدامات في شتى المجالات السياسية، الاجتماعية، الرياضية...، و حظيت بإقبال واسع من كل فئات المجتمع خاصة الشباب، نظرا لسهولة استخدامها و الخصائص التي تتميز بها، و في هذا الصدد سنحاول في هذا الفصل التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي و نشأتها و أنواعها و الخدمات التي تقدمها بالإضافة لمعرفة خصائصها و سلبياتها و مواقع التواصل الاجتماعي العربية و احصائيات لمستخدميها في العالم و احصائيات مستخدميها في الجزائر.

## أولا تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرفها هاوارد رينجولد في كتابه "المجتمع الافتراضي" (virtual community 1993) بأنها تجمعات إجتماعية تشكلت من أماكن متفرقة (مختلفة) في أنحاء العالم يتقاربون و يتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر و البريد الإلكتروني، و يتبادلون المعارف فيما بينهم و يكونون صداقات حيث يجمع بين هؤلاء الأفراد إهتمام مشترك.<sup>1</sup>

— و قد عرف "السون و بويد (Ellson,boyd) الشبكات الإجتماعية على أنها مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، و إتاحة الفرصة للإتصال بقائمة المسجلين و التعبير عن وجهة نظر الأفراد أو الجماعات من خلال الإتصال ببعضهم البعض.

— و عرّفت على أنها عبارة عن مواقع و تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على أحد هذه المواقع: فايسبوك، تويتر... ضمن نطاق شبكة الإنترنت العالمية web، و تتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية تعتبر منصة إنطلاق وجود إلكتروني لشخصية إفتراضية " profil " لنشر البيانات و التعليقات تبادل الرسائل و الصور...<sup>2</sup>

— أما مركز الدراسات الإستراتيجية في جامعة الملك عبد العزيز فعرفها بأنها وسيلة إلكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، فهي تكون بنية إجتماعية إفتراضية تجمع بين الأشخاص أو المنظمات في نقاط إتقاء متصلة تجمع بينهم قرابة أو مصالح مشتركة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الجنادرية للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، الاردن، 2015، ص 8.

<sup>2</sup> مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الاميركية الناعمة، الطبعة الاولى، بيروت، 2016، ص 25.

<sup>3</sup> حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي، دار اسامة للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2015، ص 83.

\_\_ كما تعرف على أنها تلك الأجهزة و المواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاركة المعلومات عالمياً، و تستخدم في ازالة المسافات الافتراضية بين المشاركين للتجمع و طرح و مشاركة المعلومات.<sup>1</sup>

\_\_ كما تعرف على انها تلك المواقع التي تتشكل من خلال الانترنت، حيث تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة و الاتصال بقائمة المسجلين و التعبير عن وجهة نظر الافراد و المجموعات من خلال عملية الاتصال.<sup>2</sup>

\_\_ كما تعرف على انها شبكات تواصل فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف و الأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض بعد طول سنوات و التواصل المرئي و الصوتي و تبادل الصور و توطيد العلاقات الاجتماعية فيما بينهم.<sup>3</sup>

### ثانياً نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأ إطلاق هذه المواقع في منتصف التسعينيات، حيث مرت بمرحلتين أساسيتين: مرحلة الجيل الأول وويب 1.0 و المرحلة الثانية هي الجيل الثاني للويب web 2.0.<sup>4</sup>

الفرق بينهما:

جدول رقم (02): الفرق بين الجيل الاول للويب وويب 1.0 و الجيل الثاني وويب 2.0

الخصائص	الويب 1.0	الويب 2.0
نمط الاستخدام	قراءة	مساهمات و كتابة و قراءة و رفع الملفات و تحميلها
وحدة المحتوى	الصفحة	الصفحات، المجموعات، المدونات، التعليقات

<sup>1</sup> Ravi , gupka ، وسائل التواصل الاجتماعي و تأثيرها على المجتمع، ترجمة: عاصم سيد عبد الفتاح، المجموعة العربية للتدريب و النشر، الطبعة الاولى، القاهرة، 2017، ص 56.

<sup>2</sup> ايهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، دار العربي للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، القاهرة، 2016، ص 42.

<sup>3</sup> كلثوم حمدي، أم الخير حمدي، وسائل الاعلام الاجتماعي كآلية لزيادة مداخيل الجمعيات الخيرية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، غلبان، العدد الرابع، 2018، ص 414.

<sup>4</sup> محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي بين قوة النشاط الالكتروني و حدود التعبئة الافتراضية، دار العربي للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2018، ص 13.

الحالة	ثابت	متغير و يتم التحديث لحظيا (ديناميكي)
الاطلاع على المحتوى	عبر المتصفح	عبر المتصفح و الاجهزة المحمولة و قارئ RSS
انتاج المحتوى	من خلال القائمين على الموقع	من خلال أي شخص

المرحلة الأولى: و هي المرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، و هي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب web 1 و من أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة هو موقع Sixdegrees.com الذي يسمح للمستخدمين بطرح حياتهم و ادراج اصدقائهم عام 1997 و أخفق في عام 2000، و أيضا موقع Cassmates.com الذي ظهر في 1995 و كان الغرض منه ربط زملاء الدراسة.

و شهدت هذه المرحلة أيضا موقع Live Journal و Cy world و موقع Ryzc الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكة اجتماعية لرجال الاعمال لتسهيل التعاملات التجارية و الاعلانية. وتجدر الاشارة ان ابرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة.

المرحلة الثانية: هي مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية و تسمى بالموجة الثانية للويب web 2 و المقصود بها انها ارتبطت بتطور خدمات الشبكات الاجتماعية.

بدأت بانطلاق موقع My Space ثم Facebook، و شهدت هذه المرحلة الاقبال المتزايد للمستخدمين تزامنا مع الاقبال المتزايد لمستخدمي الانترنت عبر العالم.<sup>1</sup>

### ثالثا أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

1. المدونات (Blogs): هذا الموقع مثال لمدونة شخصية، كما يوجد العديد من أنواع المدونات، تختلف باختلاف محتواها، بعضها يختص بتناقل المعلومات عن الأخبار بكل أنواعها، أما الآخر فيختص بأمور شخصية و يومية. و من أهم برامج المدونات : Blogger, ExpressionEngine , LiveJournal, Open Diary , Type Pad, Wordpress, Xanga

<sup>1</sup> محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي بين قوة النشاط الالكتروني و حدود التعبئة الافتراضية، مرجع سابق، ص 14.

2. المدونات الجزئية (Micro Blogs): تختص في بث المعلومات بشكل سريع، وما يميزها عن المدونات العادية هو صغر الحجم و كمية المعلومات (نصية، صور، صوتية، و مرئية) المتداولة عليها، مما يساعد المستخدمين على على تداول أحجام و كميات أصغر من المعلومات بشكل دائم و سريع. و من أهم برامج الدونات الجزئية: Google Buzz, Identi.ca, Jaiku, Plurk, Posterous, Tumber, (Twitter) و هو أشهرها عالميا و خدمات تحديد المواقع الجغرافية: <sup>1</sup> (Location Based Services) كما تعرف اختصارا ب LBS هذه الخدمة تمكن المستخدم من تحديد موقعه الجغرافي و تعريف شبكته من الأصدقاء بما يفعل في ذلك الموقع بالتحديد. و من الفوائد العديدة لهذه الخدمة هي تعرف شبكتك بالأماكن الجديدة في مدينتك أو أي مدينة أخرى قد تزورها. كما تتميز هذه الخدمة بتقديم معلومات عن الموقع قد تكون مفيدة مثل أرقام الإتصال، عنوان الموقع الإلكتروني، رأي المستخدم الشخصي حول الخدمة، أو حتى اقتراح لتجربة شئى مميز في ذلك الموقع، و هناك العديد من برامج و مواقع خدمة تحديد المواقع مثل: Foursquare, Geolqi, Gowalia, Facebook places

3. مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي: و هي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم البعض و مشاركة الاهتمامات و الفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن أصدقاء الدراسة أو البحث عن عمل جديد أو حتى التعرف على كل ما هو جديد في حياة من تعرفهم دون الحاجة للسؤال المباشر، فهذه المواقع توفر العديد من الفوائد للمستخدمين و من أهم مواقع الترابط الاجتماعي: Facebook, LinkedIn, ASmallworld, Bebo, Diaspora, Hi5, MySpace, Ning, Orkut, Plaxo, Tagged, Xing, IRC, Yammer, Instagram, Whatsapp, Nimbuzz

4. مواقع الفعاليات (Events): هذه المواقع تسمح للمستخدمين بتنظيم الفعاليات و التحكم بعدد الأشخاص المدعوين، كما يمكن لهذه المواقع استخدام خدمات تحديد المواقع الجغرافية (LBS) لتحديد موقع التجمع. مما يميز هذه المواقع الإلكترونية إمكانية التحديث التلقائي، حيث يمكن للشخص الداعي للفعالية تغيير الموقع و الزمان و بالتالي سيعرف كل <sup>2</sup> المدعوين بهذا التغيير مباشرة دون الحاجة لإبلاغهم كل على حده.

و من أشهر مواقع الفعاليات Tweetvite, Evevntful, Meetup

5. مواقع تجميع المعلومات (Information Aggregators): تقوم هذه المواقع بتجميع المعلومات التي تم استخدامها فقط، مما يميز هذا العصر الذي نعيش فيه هو كمية المعلومات المتداولة بشكل سريع عن طريق

<sup>1</sup> رانده عاشور عبد العزيز، دور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الاعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية، المكتب العربي للمعارف، الطبعة الاولى، القاهرة، 2015، ص 23.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 24.



الانترنت، حيث تقوم هذه المواقع بتجميع المعلومات في مكان واحد بدلا من البحث عنها و إضاعة الوقت. و هناك العديد من مواقع جمع المعلومات مثل Netvibes, Evri

6. مواقع مشاركة الإهتمامات (Social Interests): تعتبر هذه المواقع مختلفة عن ما سبق فهي تساعد المستخدم على نشر و مشاركة شبكته نوعية الأجهزة التي يستخدمها أو اهتماماته مثل ما يشاهده الآن أو ما يقرأه في الوقت الحالي. من أهم تلك المواقع: Gdgt, GetGlue, GoodReads

7. مواقع جمع التبرعات و القضايا المهمة (Online Advocacy and Fundraising): فكرة هذه النوعية من المواقع ذكية و مفيدة، عندما نتخيل أن شخص ما يود القيام بمشروع لا يملك التمويل اللازم له، كل ما عليه هو تقديم دراسة المشروع لهذه المواقع و من ثم يقوم القائمين على الموقع بدراسة المشروع و فكرته ثم عرضه على المستخدمين. و من أشهر تلك المواقع Causes

8. مواقع استعراضات السلع (Product Reviews): هذا الموقع يفيد المستخدم الذي يود شراء سيارة جديدة مثلا، أو جهاز كمبيوتر حديث حيث يمكنه زيارة مواقع الآراء لمعرفة رأي من اشترى هذه السلع قبله و تقييمهم لها، كما يمكنه هذا الموقع من معرفة جودة المنتج و مدى تحمله لعوامل الزمن و الاستخدام اليومي، و أيضا يمكن للمستخدم زيارة مواقع استعراض مميزات و مواصفات السلع حيث سيحصل على رأي الخبراء في المجال من أمثلتها موقع MouthShut.<sup>1</sup>

9. مواقع التعاون و بناء فرق العمل ( الويكي: wiki): و هي مواقع تمكن العديد من الناس من الاشتراك في تكوين المعلومات المترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية، و من افضل الأمثلة على ذلك: ويكيبيديا الموسوعة الحرة (wikipedia).

10. مواقع الاخبار الاجتماعية: مثل Newvine, Reddit, Digg, Mixx, Nowpublic

11. مواقع ادارة الملفات و تحرير النصوص: من اشهرها: GoogleDocs, Synclisity, Dropbox

12. مواقع التصوير و الفن: من اشهرها: Flickr, Photobucket, Picasa

13. مواقع مشاركة الفيديو و البث المباشر: في هذه النوعية من المواقع يمكن البحث عن العديد من مقاطع الفيديو المرئية و تقييمها، و منها: Viddler, Vimeo, Youtube, Dailmotion

<sup>1</sup> رانده عاشور عبد العزيز، دور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الاعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية، مرجع سابق، ص 25.

و أشهرها اليوتوب (youtube) : اسسه في 14 فبراير 2005 ثلاثة موظفين سابقين من شركة باي بال (pay pal) هم: تشاد هيرلي، ستيف تشي و جاويد كريم في كاليفورنيا، و يستخدم تقنية الأذوي فلاش لعرض المقاطع المتحركة. و محتوى الموقع متنوع بين مقاطع الافلام، التلفزيون، الموسيقى، و في أكتوبر 2006 أعلنت شركة Google الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار امريكي، اي ما يعادل 1.31 مليار يورو.

14. مواقع الأسئلة و الأجوبة: مثل Ask.com, Quora, Wiki answers, Yahoo answers و غيرها من المواقع.<sup>1</sup>

15. مواقع ترفيهية اجتماعية: و تتضمن مواقع العوالم الافتراضية مثل : worlds Second life, Active و كذلك مواقع مشاركة الالعاب الاجتماعية مثل: Kongreg Miniclip.<sup>2</sup>

16. مواقع الشبكات الطبية: و هي شبكات اجتماعية تعنى بالخدمات الطبية و تمكن شركات الأدوية و مستلزماتها من التواصل مع المجتمع و مع عملائهم و تهدف كذلك إلى نشر الوعي الطبي بين المستخدمين و كذلك الأطباء و شركات الأدوية على حد سواء.<sup>3</sup>

#### رابعا خدمات مواقع التواصل الاجتماعي:

- 1) الملفات الشخصية: وهي ملفات تمكن من خلالها الفرد من كتابة بياناته الأساسية مثل: الإسم، السن، تاريخ الميلاد، البلد...، و يعد الملف الشخصي بوابة الوصول إلى عالم الشخص.
- 2) الأصدقاء أو العلاقات: هي خدمة تمكن المستخدم من الإتصال بالأصدقاء اللذين يعرفهم في الواقع أو اللذين يشاركونه نفس الإهتمام في المجتمع الافتراضي، و تفتح له فرصة التعرف على أصدقاء بعد موافقة طلب الصداقة.
- 3) إرسال الرسائل: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء للأصدقاء اللذين في قائمة الشخص أو الغير موجودين في القائمة، تهدف لتحقيق التواصل بين الأصدقاء و أفراد العائلة.
- 4) ألبومات الصور: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات و رفع و تحميل مئات الصور، و إتاحة مشاركة هذه الصور و الإطلاع عليها و تحويلها.

<sup>1</sup> عزيز رشيد هندي، وسائل التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الفرد و المجتمع، متوفر على الموقع الالكتروني: <https://www.academia.edu/29616133>، الاطلاع يوم 2019/01/10 سا 20:01، ص 5.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 6.

<sup>3</sup> وديع العززي، الاعلام الجديد مفاهيم و نظريات، دار المناهج للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2015، ص 56.

5) المجموعات: تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات الإهتمام حيث يمكن لأي مستخدم إنشاء مجموعة لهدف معين و تسمية هذه الصفحة بإسم من إختياره، و توفر لمؤسس هذه المجموعة أو المنتسبين و المهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتهى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الإتماعات من خلال ما يعرف بإسم (events) و دعوة الأعضاء لتلك المجموعات، و معرفة عدد الحاضرين و الغائبين.

6) الصفحات: إبتدع هذه الفكرة موقع "facebook" و يتم إستخدامها على المستوى التجاري بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات التي يحددها، و يقوم موقع "فايسبوك" بإستقطاع مبلغ من كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم.<sup>1</sup>  
هذا بالإضافة إلى العديد من الخدمات مثل:  
\_ مشاركة الاخبار و الاهتمامات.  
\_ التواصل بين الشركات و المستهلكين.  
\_ التنسيق في حملات التضامن حول قضية ما.<sup>2</sup>

### خامسا خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

1\_ التفاعلية و التشاركية: يتسم التواصل عبر الشبكات الاجتماعية بالتفاعل، إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصيته ( رياضة، أزياء، موسيقى.. ) أو ما يتعلق بموطنه ( أحداث، سياسة، صور.. ) التي يرغب بتقديمها للآخرين، و تسمح الشبكات الاجتماعية للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات و التعليق عليها و الإعجاب بها.

2\_ التلقائية: تتسم الشبكات الاجتماعية بأن التواصل فيها يكون تلقائي و غير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل، وكذلك عدم وجود لوائح و قيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل.<sup>3</sup>

3\_ قلة التكلفة: إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني، فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفيسبوك مكتوب " مجاني و يبقى مجاني " .

<sup>1</sup> فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 10.

<sup>2</sup> العبيد الطيب عبد القادر احمد، فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام، دار البداية ناشرون و موزعون، الطبعة الأولى، عمان، 2017، ص 35.

<sup>3</sup> حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 85.

4\_ سهولة الاستخدام: لا يحتاج العضو المستخدم لمهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فمعظم هذه الشبكات توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.

5\_ الحضور الدائم غير المادي: إذ لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم، فيمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية أو صور أو معلومات أو غيرها، الذي يمكن أن يرد عليها بالطريقة نفسها دون أن يلتقيا في وقت متزامن.

6\_ الإنفتاح: يمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، و ذلك يزيد الرغبة لدى الأعضاء بالمزيد من التواصل و التفاعل و المشاركة لأنهم هم من يقوم بعملية إنتاج المحتوى.<sup>1</sup>

7\_ إذابة الفواصل الطبقيّة: إذ توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة الاتصال بالدعاة، و طلبة العلم، و الأدباء و العلماء بصورة مباشرة دون وسائط.

و تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في:

- مشاركة الأفكار خارج النطاق الجغرافي.
- توحيد الناس على منصة واحدة لتحقيق أهداف محددة بالإضافة لخلق الوعي في المجتمع.<sup>2</sup>
- التنوع و تعدد الاستخدام بين تعليمي و ترفيهي..<sup>3</sup>

### سادسا سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

1\_ الخصوصية: إذ يقوم العديد من المشتركين بالبوح بالكثير من المعلومات الشخصية، التي قد تتعرض للسرقة من جهات و أشخاص و كذلك الاعتداء على صفحات المشتركين بالفيروسات الإلكترونية.

2\_ إضاعة الوقت: إن الطبيعة الاجتماعية للبشر تدفعهم إلى الاندفاع إلى شبكات التواصل الاجتماعي و التجول بين الصفحات و التعليق على المنشورات و الإعجاب بها من دون أن يشعروا بالوقت.

<sup>1</sup> حسين محمود هتمي، العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 86.

<sup>2</sup> Tajinder Sing , Shabnoor Siddiqui , **Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects** , International Journal of Computer Applications Technology and Research, India, Volume 5– Issue 2, 71 - 75, 2016 , p 73.

<sup>3</sup> إبراهيم أحمد الدوي، شبكات التواصل الاجتماعي، مقال متوفر على الموقع الإلكتروني: <http://www.arabrcrc.org/getattachment>، الزيارة يوم 2019/01/03 سا 09:01.

3\_ ضعف الثقة: لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفرادها ولا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى العلاقات في شبكات التواصل الاجتماعي هشّة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي.

4\_ العزلة الاجتماعية عن العالم الواقعي: هيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة، لجأ العديد من أفراد المجتمع إلى شبكات التواصل الاجتماعي لإشباع حاجات التواصل مع الآخرين ونتاج عن ذلك حضور في العالم الافتراضي وغياب شبه تام عن العالم الحقيقي.<sup>1</sup>

5\_ انتحال الشخصية: هناك من المستخدمين من ينتحل شخصيات مشاهير و فنانيين أو حتى شخصيات عاديين ونشر معلومات مضللة لتشويه السمعة أو الابتزاز.<sup>2</sup>

6\_ إضعاف الذاكرة اللغوية العربية: ان كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر الكتابات النصية الالكترونية تؤدي الى زعزعة منظومة المفردات اللغوية للفرد، بسبب عدم التواصل الطبيعي و قلة النطق.

7\_ تلف الخلايا الدماغية: يؤدي الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي الى ارهاق العين الباصرة، كما قد يؤدي الى تلف جزئي للخلايا الدماغية، وتحدث تغيرات في تلك الخلايا كما التي تحدث عند الأشخاص المدمنين على الخمر والكوكايين والحشيش.

8\_ مواقع التواصل الاجتماعي تضعف الذكاء: أظهرت دراسة أن سرعة انتشار المعلومات و سهولة الحصول عليها في مواقع التواصل الاجتماعي، قد تؤثر سلبا على القدرات التحليلية عند الأشخاص اللذين يستخدمونها بكثرة.

9\_ تدمير العادات و التقاليد الاجتماعية المحلية: يحصل ذلك لصالح نمط اتصال الكتروني مصمم من قبل شركات لا صلة لها بالتقاليد و الهوية العربية و الاسلامية، و تحصل حالة من تفكيك الهويات الأصلية، و تشكيل هويات افتراضية وهجينة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 88.

<sup>2</sup> ليلي حسين، اتجاهات الطلبة نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ( فابيسوك ، تويتر)، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014/2015، ص 50.

<sup>3</sup> مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الاميركية الناعمة، مرجع سابق، ص 34.

## سابعا مواقع التواصل الاجتماعي العربية:

- 1/ تويتر العربي (artwitter.com): أتيح من قبل الشركة الأم تويتر بغرض دعم النص العربي و اتجاهه من اليمين الى اليسار بدلا من اليسار الى اليمين مما يسبب ظهورا مشوها للروابط و الجمل العربية.
- 2/ موقع أصحاب مكتوب (http://maktoob.yahoo.com): من أشهر الشبكات الاجتماعية العربية و هي خدمة التشبيك الاجتماعي المقدمة من الموقع العربي الشهير مكتوب، و الذي تم دمجها مع شركة ياهو في أغسطس 2009، وقد ساهم في إتاحة عدد من الادوات و الخدمات باللغة العربية، الى جانب طرح نسخ عربية من برنامج التراسل الفوري Yahoo ! messenger و خدمات Yahoo Mail.
- 3/ موقع فرينداوي (Friendawy.com): هو شبكة اجتماعية عربية يقدم خدمات متعددة، اجتماعية، ثقافية، رياضية... و انشاء مدونات و مجموعات و مشاركة الصور و الملفات.
- 4/ موقع إكبس (ikbis .com): هو موقع اجتماعي عربي، تم اطلاقه في نوفمبر 2006 من قبل شركة تووت مقرها الأردن، و هو متخصص لمنتجي مقاطع الفيديو، و يتيح تبادل و تحميل و مشاركة و عرض مقاطع الفيديو، و يعتبر من اقوى المواقع الاجتماعية العربية في نشر و تحميل و مشاركة الفيديوهات، و يرشح كموقع بديل عربيا لموقع Youtube.
- 5/ اليوتوب النقي (naqatube.com): موقع يعمل على نشر و مشاركة مقاطع الفيديو الحالي من المحاذير الشرعية بين اعضائها، مكونا شبكة اجتماعية عربية (مجتمع النقاء) لمشاهدة الفيديوهات المحملة من قبل الاعضاء، و هو يقوم بجلب مقاطع الفيديو من موقع (يوتيوب) معتبرا نفسه بديلا شرعيا عن موقع youtube.
- 6/ شبكة عرب كرنش نت (arabcrunch.net): موقع اجتماعي بتقنية متخصصة، تضم بين أعضائها التقنيون و أصحاب الريادة من المستخدمين العرب، انطلق عام 2008، بمدونة احترافية باللغة الانجليزية تغطي المشاريع العربية التقنية و هي بذلك تقدم خدمة في دعم الابداع من خلال ربط و تشبيك الرياديين من الوطن العربي لديها عبر الموقع الاجتماعي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> خالد بن سليمان معتوق، اتجاهات استخدام قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعي، ( دراسة تحليلية )، 2013/2012، ص173.

ثامنا احصائيات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم :

1/ موقع فايسبوك " Facebook " :

\_\_ تتزايد كل عام نسبة المستخدمين لفايسبوك عالميا لتصل إلى 2.121 بليون عالميا سنة 2019.

\_\_ نسبة مستخدمي الهواتف المحمولة و الجهاز اللوحي لتطبيق فايسبوك تصل إلى 96% و عدد النشاط يوميا بلغ أكثر من 2.240 مليون مستخدم هذا العام.

2/ موقع يوتيوب " Youtube " :

\_\_ يوجد 9 مليار مستخدم ليوتيوب شهريا و أكثر من 30 مليون مستخدم يوميا.

\_\_ يوتيوب هو ثاني أكثر محركات البحث انتشارا في العالم.<sup>1</sup>

3/ موقع انستجرام " Instagram " :

\_\_ عدد المستخدمين النشطين أكثر من 800 مليون شهريا في 2018.

\_\_ عدد المستخدمين النشطين يوميا أكثر من 500 مليون.

\_\_ تتراوح أعمار معظم مستخدميه بين 18 و 28 سنة.

\_\_ 32% من مستخدميه طلبة جامعيين.

4/ موقع تويتر " Twitter " :

\_\_ بلغ عدد المستخدمين النشطين في تويتر أكثر من 326 مليون مستخدم نشط شهريا في العالم.

<sup>1</sup> احصائيات السوشيل ميديا لعام 2019، متوفر على الموقع الالكتروني: <https://www.dimofinf.net/blog/s/491> منشور يوم

2019/02/17 سا 11:00 ، الاطلاع يوم 2019/05/11 سا 08:08.

5/ موقع لينكد إن "Linked In" :

\_\_ يوجد أكثر من 610 مليون مستخدم حتى الآن.

\_\_ 260 مليون مستخدم للينكد إن يوميا.<sup>1</sup>

مواقع السوشيال ميديا من حيث عدد المستخدمين، الحسابات شهريا:

فيسبوك 2.196 مليار حساب ، يوتيوب 1.900 مليار ، واتس اب 1.500 مليار ، فيسبوك ماسنجر 1.300 مليار و انستجرام مليار حساب.

<sup>1</sup> احصائيات وسائل التواصل الاجتماعي 2018\_ كل ما تحتاج الى معرفته\_ محمد يوسف متوفر على الموقع الالكتروني :

<https://www.expandcart.com/ar/21383->

[-%D8%A7%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-](https://www.expandcart.com/ar/21383-%D8%A7%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-)

[-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-](https://www.expandcart.com/ar/21383-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-)

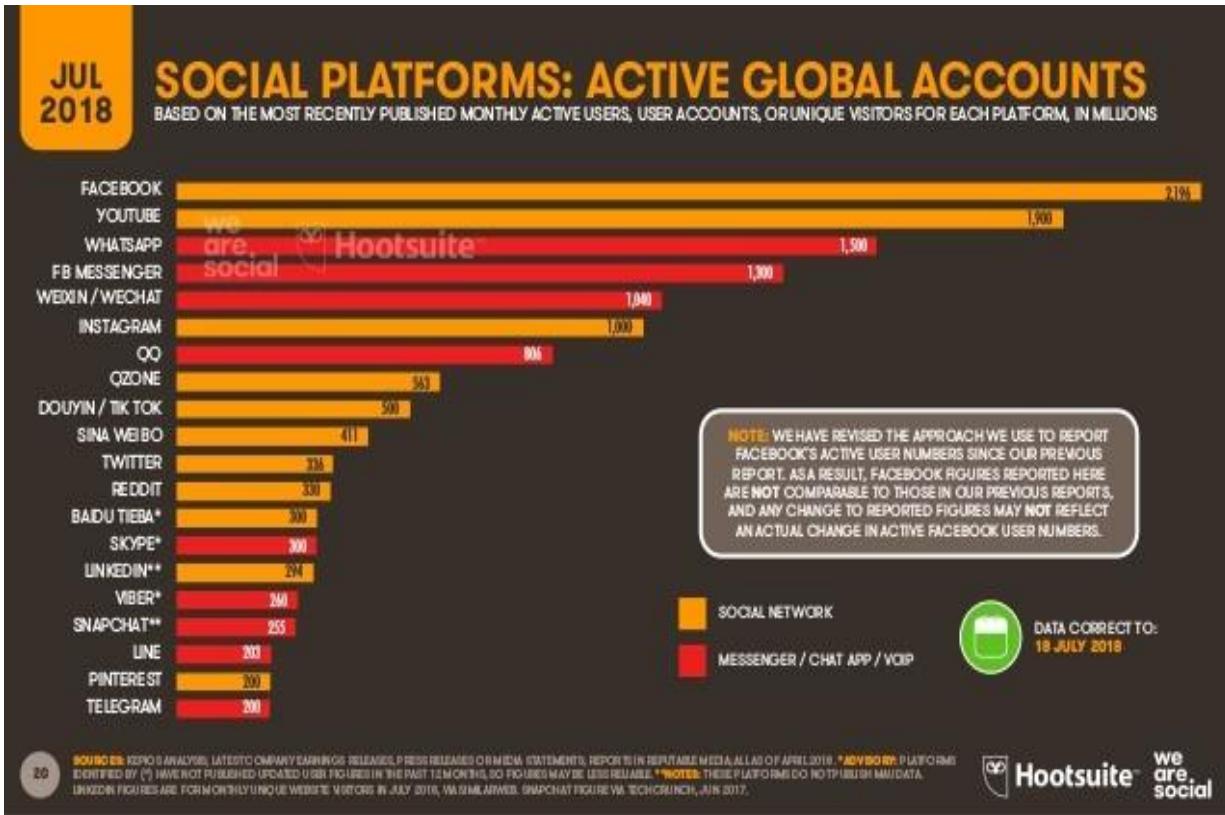
[-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-](https://www.expandcart.com/ar/21383-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-)

[-2018/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%89-](https://www.expandcart.com/ar/21383-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%89-2018/)

منشور يوم 2018/05/13، الاطلاع يوم 2019/05/11 سا 11.01.



صورة رقم (01): ترتيب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم سنة 2018.



1

## تاسعا احصائيات مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر:

احتلت الجزائر مرتبة متقدمة بين دول العالم من حيث زيادة عدد مستخدمي الانترنت و مواقع التواصل الاجتماعي عام 2018 بنحو 3,5 مليون مستخدم جديد، حسب التقرير السنوي الصادر عن منصة ادارة وسائل التواصل الاجتماعي " هوت سويت " .

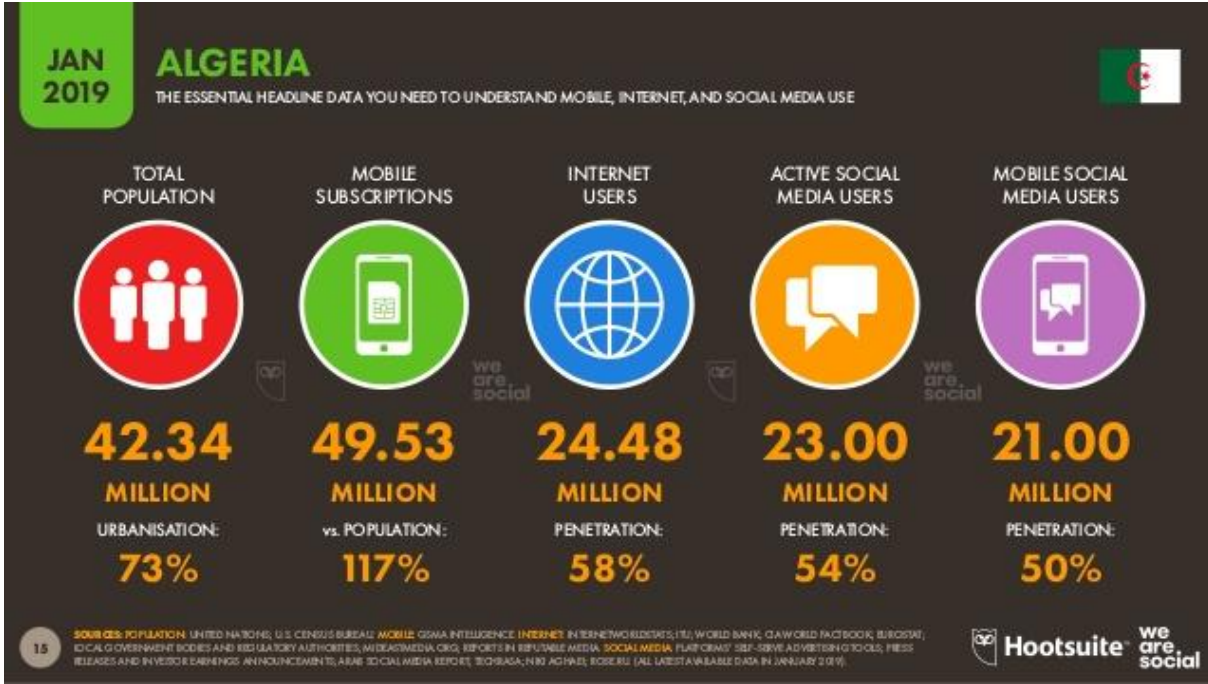
و أشار التقرير إلى أن الجزائر شهدت نموا ملحوظا في استخدام الانترنت و الهاتف المحمول و شبكات التواصل الاجتماعي في 2018 حيث احتلت المرتبة 20 عالميا من حيث نمو مستخدمي الانترنت أي بارتفاع

<sup>1</sup> Shereen Badr ازمة فيسبوك تؤثر بالسلب على نسبة التفاعل برغم الزيادة في معدل مستخدمي الانترنت في العالم، متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.linkedin.com/pulse/> -احصائيات-الدجيتال-في-الربع-الثالث-من-2018-تقرير-

، الزيارة يوم 2019/06/11 سا 15:20. [shereen-badr](mailto:shereen-badr)

قدره 17% مقارنة بعام 2017 و المرتبة 19 عالميا في زيادة عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بإرتفاع نسبهته 10.1%<sup>1</sup>

صورة رقم (02): استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر سنة 2019:



2

<sup>1</sup> هشام ح، الجزائر من بين أكثر الشعوب استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي، متوفر على الموقع الإلكتروني:

<http://www.elbilad.net> ، الاطلاع يوم 2019/05/18 سا 13:40.

<sup>2</sup> Digital Algeria 2019 متوفر على الموقع الإلكتروني : <https://fr.slideshare.net/DataReportal/digital-2019->

، منشور يوم 2019/02/03، الاطلاع يوم 2019/06/11 سا 15:10.

صورة رقم (03): مقارنة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر بين سنة 2018 و 2019:



1

<sup>1</sup> Digital Algeria 2019 ، متوفر على الموقع الالكتروني: <https://fr.slideshare.net/DataReportal/digital-2019->

، مرجع سابق، الاطلاع يوم 2019/06/11 سا 15:11. [algeria-january-2019-v01?fbclid=IwAR0Y](https://fr.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-)

## خلاصة الفصل

تناولنا في هذا الفصل شبكات التواصل الاجتماعي التي هي عبارة عن مواقع الكترونية على شبكة الانترنت تسمح للمستخدمين بالتواصل فيما بينهم و تبادل الآراء و الأفكار و التفاعل الالكتروني، هذه المواقع الالكترونية بدأت في الظهور مطلع التسعينيات مرت بمرحلتين في نشأتها من الويب 1.0 إلى الويب 2.0، حيث تطورت و تنوعت منها مواقع أجنبية و أخرى عربية، بالإضافة إلى أنها تمتاز بالعديد من الايجابيات و الخدمات التي جعلتها تلقى إقبالا كبيرا و يتزايد عدد مستخدميها كل سنة، لكنها لا تخلو من السلبيات الناجمة عن سوء استخدامها، و ختمنا الفصل بمجموعة من الاحصائيات التي توضع مدى الاقبال الواسع على استخدام هذه المواقع.

## الفصل الرابع: نظرة حول موقع فايسبوك

تمهيد

أولاً: تعريف موقع فايسبوك

ثانياً: نشأة موقع فايسبوك

ثالثاً: مميزات موقع فايسبوك

رابعاً: أهمية موقع فايسبوك

خامساً: إيجابيات موقع فايسبوك

سادساً: سلبيات موقع فايسبوك

سابعاً: دوافع استخدام موقع فايسبوك

ثامناً: إحصائيات موقع فايسبوك في العالم

تاسعاً: إحصائيات موقع فايسبوك في الجزائر

خلاصة الفصل

تمهيد:

من ابرز مواقع التواصل الاجتماعي الاكثر استخداما في العالم موقع فايسبوك الذي يسمح للمستخدمين بالتواصل بمختلف الاشكال كالمحادثات النصية أو الفيديو، كما يعتبر وسيلة لتناقل الأخبار و الأحداث في وقت قياسي، حيث قرب المسافات و جعل العالم قرية صغيرة، و من خلال هذا الفصل سنحاول التعرف على موقع فايسبوك و نشأته و أهم مميزاته و أهميته و إيجابياته و سلبياته و دوافع استخدامه و احصائيات مستخدميه في العالم عامة و في الجزائر خاصة.

أولا تعريف موقع الفاييسبوك:

هو موقع تواصل اجتماعي، يعمل على تكوين الأصدقاء و يساعدهم على تبادل المعلومات و الملفات و الصور الشخصية و مقاطع الفيديو و التعليق عليها و إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، و قد وصل عدد المشتركين فيه بعد 6 سنوات من إنشائه أكثر من 800 مليون مشترك من كافة أنحاء العالم.<sup>1</sup>

و عرف شيري كينكوف كيونت " Sherry Kinkoph Gunter " الباحث في مجال مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بأنه واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية يمثل مجتمع دولي على الانترنت، و هو مكان يتجمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور وشرطة الفيديو، و غيرها من المعلومات، و الاتصال بشكل عام مع الأصدقاء و العائلة و زملاء العمل و الدراسة و غيرهم، و يسعى الفيسبوك لخلق بيئة يمكن فيها للأفراد الدخول بانتظام لتتبع ما يفعل الأصدقاء و الزملاء، و تبادل الأنشطة الخاصة بهم، و التفاعل حول المصالح المشتركة أو الهوايات، و إرسال الرسائل و الانضمام إلى الجماعات و الشبكات الأخرى.<sup>2</sup>

كما يعرف على أنه موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي انه يتيح عبه للأشخاص العاديين و الاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه و أن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، و انشاء روابط تواصل مع الآخرين.<sup>3</sup>

كما يعد واحدا من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، و هو لا يمثل منتدى اجتماعي فقط، و انما اصبح قاعدة تكنولوجية سهلة، بإمكان أي شخص ان يفعل بواسطتها ما يشاء.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> العبيد الطيب عبد القادر احمد، فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام، مرجع سابق، ص 45.

<sup>2</sup> حسين محمود هنيبي، العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 88.

<sup>3</sup> كلثوم حمدي، ام الخير حمدي، وسائل الاعلام الاجتماعي كآلية لزيادة مداخيل الجمعيات الخيرية، مرجع سابق، ص 414.

<sup>4</sup> عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، دار الشروق للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2008، ص

### ثانيا نشأة موقع الفايسبوك:

أسس هذا الموقع مارك زاكربيرغ عام 2004 و هو أحد طلبة هارفارد، و ذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، و من ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الاخرى في أمريكا و بريطانيا و كندا، وليتطور الموقع و خصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات و الصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فايسبوك.

و قد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية و التواصل مع الأصدقاء و العائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية و منبر لعرض الأفكار السياسية و تكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها أكبر الأحزاب الفعلية على الأرض، و كذلك أصبح قناة تسويقية أساسية تعتمد على الآلاف من الشركات الكبيرة و الصغيرة للتواصل مع جمهورها، و كذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها و الترويج لكتابها، ليتعدى موقع الفيسبوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض،<sup>1</sup> حيث حقق القائمون على الموقع امكانات جديدة لهذه الشبكة و منها، اتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع فايسبوك، حيث تجاوزت حدود الولايات المتحدة الأمريكية الى كافة دول العالم.<sup>2</sup>

### ثالثا مميزات موقع الفايسبوك:

1/ الملف الشخصي (profile) : عند الإشتراك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صور، أمور مفصلة لك، و كلها معلومات مفيدة من أجل التواصل مع الآخرين.

2/ إضافة صديق (add friend) : و بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق و أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الإلكتروني.

3/ إنشاء مجموعة (groups) : تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة (سياسية، اجتماعية..) و بالإمكان جعل الإشتراك بالمجموعة حصريا للعائلة أو الأصدقاء.

4/ لوحة الحائط (wall) : هي مساحة مخصصة في الملف الشخصي لأي مستخدم، تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة للمستخدم، أو وضع منشورات على الحائط الشخصي المستخدم.

<sup>1</sup> علي حجازي ابراهيم، التكامل بين الاعلام التقليدي و الجديد، دار المعتر للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، 2017، ص 73.

<sup>2</sup> عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الانساني، دار الصفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2014، ص

5/ النكرة (pokes) : منها يتاح للمستخدمين إرسال نكرة افتراضية لإثارة إنتباه بعضهم، وهي عبارة عن إشعار يخبر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

6/ الصور (photos) : و هي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع و عرضها.

7/ الحالة (status) : هذه الخاصية تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم و ما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

8/ التغذية الإخبارية (newsfeed) : و التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي و كذلك الأحداث المرتقبة و أعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

9/ الهدايا (gifts) : هذه الميزة تتيح للمستخدمين ارسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

10/ السوق (market place) : و هو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مجانية حول شئ يريدون بيعه مثلا.

11/ إنشاء صفحة خاصة (page) : هذه الميزة تسمح للمستخدم بإنشاء صفحة خاصة به و تتيح له ترويج أفكار أو أحزاب من خلال أدوات لإدارة و تصميم الصفحة.

12/ التعليقات (facebook notes) : و هي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات و الصور التي يمكن تضمينها، و تمكن المستخدمين من جلب المدونات من مواقع أخرى التي تقدم خدمات التدوين.<sup>1</sup>

13/ FACEBOOK BETA : نسخة تجريبية من فايسبوك . عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكات محددة . كما يتم دمج سمتي Mini feed و Wall , و تم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب , كما تم بذل جهد بالغ من أجل التوصل إلى شكل أكثر تنظيما و بعد أن كانت حرية الانتقال إلى الإصدار الجديد متاحة للمستخدمين في بادئ الأمر, فإن فايسبوك بدأ في إحالة المستخدمين إلى هذه النسخة الجديدة اعتبارا من سبتمبر 2008.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> علي حجازي ابراهيم، التكامل بين الاعلام التقليدي و الجديد، مرجع سابق، ص 75.

<sup>2</sup> السعيد مبروك ابراهيم، التعايش الثقافي و تحديات العصر رؤية لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز تفاعل الثقافات في العصر الرقمي، مكتبة الوفاء القانونية، الطبعة الاولى، الاسكندرية، 2015، ص 152.



#### رابعا أهمية موقع فايسبوك:

اجتماعيا: أدت الانترنت للتأثير على الفكر الاجتماعي و التنظيمي للمجتمعات الحديثة وقد أثرت فيه بعمق، و أدى ذلك إلى بروز مفاهيم حول أسس التنظيمات من حيث البنية و القيادة و السيطرة و الاتصال و التكيف و الاستفادة من مواهب الجميع ، و غيرت المعطيات الموجودة في التنظيمات المجتمعية في نفس السياق تعتبر المجتمعات الافتراضية عامة و فايسبوك خاصة منصة اجتماعية أدت إلى التقريب بين فئات المجتمع الطبيعية و خلق مجتمعات أكثر انسجاما و تواصل بغض النظر عن الحالة الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية . و تستخدم الشبكات الاجتماعية بصفة عامة و فايسبوك بصفة خاصة لخلق العلاقات الاجتماعية أو لتوطيدها و الإبقاء عليها دائمة و كذلك يستخدم فايسبوك للتعبة الاجتماعية في إطلاق حملات من اجل التغيير الاجتماعي و تغيير السلوكيات الاجتماعية لمستخدمي هذه الشبكات و قد ظهر ما يطلق عليه بالحراك الوامض أو الحراك السريع و هي حركة سرية تتم على أرض الواقع أو على شبكة الانترنت و يتم التحضير لها في المجتمعات الافتراضية عامة و الشبكات الاجتماعية خاصة و يتم من خلالها لفت الانتباه إلى مشكل اجتماعي تقوم بتزويدك بمستجدات أصدقاؤك و معارفك أولا بأول.

اقتصاديا: عن طريق استخدام المعلومات الشخصية للمستخدمين يمكن توجيه الإشهار الخاص بالشركات المنتجة للخدمات الخاصة و كذا السلع الاستهلاكية و هذا ما يجعل الإشهار أكثر فاعلية ، فهو موجه حسب الرغبة أو حسب ميولات المتلقي للإشهار ، و يمكن معرفة هذه المعلومات عن رغباته عن طريق المعلومات التي تقوم بنشرها عبر هذه الشبكة الاجتماعية و كذا التطبيقات المواتية لذلك و هناك من يرى من المختصين أن التسويق الالكتروني على الشبكات الاجتماعية سيتحكم في مجال كبير من الويب في المستقبل كما أن استعمال المستخدمين لهذه الشبكة في هذا المجال يسمى بالمتجر الالكتروني فيإمكان المستخدم أن يقوم بإنشاء متجر الكتروني. ولأغراض تجارية يعرض فيها المستخدم سلع و خدمات للمستخدمين الآخرين و تلقي الطلبات و فتح مزادات الكترونية حول سلع مختلفة.

سياسيا: لقد تبين لرجال السياسة أهمية الشبكات الاجتماعية في الحياة السياسية لاسيما ذائعة الصيت مثل فايسبوك لمخاطبة كافة فئات المجتمع ومع تزايد حجم العضوية على الشبكات الاجتماعية فقد قام السياسيون باستغلال هذا المناخ لتمويل حملاتهم الانتخابية وكسب الأصوات و الدعم المتواصل و يوجد الآن ما يسمى بمدونات التسويق السياسي ، و نجدها متغلغلة و مؤثرة في توجيه الرأي و صناعة القرار.

ثقافيا: برزت الأهمية الثقافية للفايسبوك لما ظهر التفاعل داخل هذا النوع من المجتمعات و ذلك عندما سمح بالتعارف و التعريف بالثقافات الموجودة في الواقع التي تنتمي إليها أو يتبناها مستخدمو الشبكة الاجتماعية .

كما أن التفاعل الواقع داخل الفضاء الافتراضي عامة و المجتمعات المحلية الافتراضية قامت بخلق ثقافة جديدة و مميزة بعادات و أعراف جديدة تتماشى مع طبيعة هذا الفضاء.<sup>1</sup>

#### خامسا إيجابيات موقع فايسبوك:

- ❖ يساعد على التواصل من خلال قضاء الوقت مع الآخرين.
- ❖ يساعد على اكتشاف الأشخاص و الأفكار و المواهب و القدرات الشخصية.
- ❖ سرعة تبادل المعلومات و الأخبار.
- ❖ يمكن للشبكات المهنية و الشركات استخدامه للتواصل فيما بينها.
- ❖ الحصول على تغذية راجعة و آراء الناس في الخدمات أو المنتجات أو الأفكار المعروضة.<sup>2</sup>
- ❖ الفايسبوك يقدم منصة عبر الانترنت التي يكتب فيها المستخدمون صفحاتهم، وينتجون و يشاركون محتويات ومعلومات، ويتفاعلون مع من يعرفون و مع من لا يعرفون.
- ❖ الفايسبوك أداة تستخدم للتواصل الإنساني والفكري والأدبي والثقافي و الاجتماعي.
- ❖ يتخطى الفايسبوك الحدود الجغرافية، و الضرائب المالية ليجعل العالم كله بين يديك و ليجعلك تتعرف على حياة الشعوب و ما يفعلونه يوميا، لحظة بلحظة.
- ❖ يعد موقع الفايسبوك مركزا للعديد من التطبيقات أو البرامج الصغيرة التي تعمل من خلال الخدمة، حيث ينزل مستخدمو الموقع ما يزيد على 20 مليون تطبيق يوميا.
- ❖ الفايسبوك يعد مرآة ومنبرا لطرح الأفكار والأفعال و الإبداع والتعلم لشريحة كبيرة من البشر.
- ❖ الفايسبوك يمثل منصة قوية للتنظيم الاجتماعي والسياسي، والحشد للأحداث أو الأحزاب، و توزع المعلومات، و التعبير عن حرية الرأي، باعتباره طريقة فعالة للنشر الفوري للمعلومات لعدد كبير من الأفراد الذين لديهم اهتمام بنفس الموضوع أو القضية.
- ❖ الفايسبوك فرصة للاتصال بالدعاة وطلبة العلم والأدباء والإعلاميين والمؤثرين في المجتمع مباشرة دون وسائط.
- ❖ يتشارك الشباب على الفايسبوك، و يلعبون ألعاب الفيديو الجماعية، و يرسل بعضهم بعضا برسائل نصية بلا توقف، و يتبادلون الملفات لأهداف الدراسة أو العمل أو التسلية.

<sup>1</sup> مصطفى سعو و آخرون، تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري، مذكرة ماستر، تخصص تكنولوجيا الاعلام و المجتمع، جامعة قلمة، 2015/2016، ص 32، 33.

<sup>2</sup> محمد سيد ريان، الفايسبوك و الثورة المصرية، دار الجمهورية للصحافة، الطبعة الأولى، القاهرة، 2013، ص 18.

❖ مكنّ الفايسبوك من ربط التكنولوجيا بالسياسة، حيث أصبح مقصدا للعديد من المشتركين الذين وجدوا فيه متنفسا للتعبير عن آرائهم السياسية التي لا يستطيعون الجهر بها.<sup>1</sup>

### سادسا سلبيات موقع فايسبوك:

- \_ اهدار الوقت.
- \_ الإدمان ما يؤدي إلى العزلة الاجتماعية وفقد مهارة التواصل المباشر مع المجتمع.
- \_ الفايسبوك يؤدي إلى الكسل و التراخي.
- \_ الفايسبوك يؤثر على التحصيل الدراسي للطالب.<sup>2</sup>
- \_ انتحال الشخصيات: ما زالت عمليات انتحال شخصيات المشاهير تضرب أطنابها بقوة في الشبكة العنكبوتية، متخذة منها مكانا خصبا للتشويه والابتزاز وترويح الشائعات، وكسب المال، وحرف الحقائق عن مسارها.
- \_ الاعلانات الدعائية المزعجة: حيث تظهر الكير من البوستات الدعائية التي تدعو لكسب المال، و اخرى تدعوك لزيارة مكان معين، أصبحت تتكرر بطريقة مزعجة في المجموعات التي بها ما يزيد عن الألف عضو، و هذا شبيه بما يحدث في البريد الالكتروني، ألا و هو أن الشركات صاحبة الشأن تقوم بتوظيف عدد من الأشخاص مهمتهم الاولى و الاخيرة ارسال رسائل دعائية للمستخدمين.<sup>3</sup>
- \_ نشر مواد تحرض على العنف والكراهية والتمييز العنصري والرديلة، كما تعرض العديد من الأشخاص في عدة بلدان لمساءلات قضائية وأحكام بالسجن بسبب نشر مواد في الموقع أو التعرض لتهمة انتحال صفات وأسماء عامة.
- وتعرض الموقع للحظر في عدد من البلدان خلال فترات متفاوتة، وأيضا في العديد من إدارات العمل لمنع الموظفين من إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> بوعمر سهيلة، الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، مذكرة ماجستير في علم النفس، جامعة بسكرة، 2013/2014، ص 130.129.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 132.

<sup>3</sup> وائل مبارك خضر فضل الله، أثر فايسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، الطبعة الاولى، الخرطوم، 2012، ص 21.

<sup>4</sup> "فايسبوك" الفضاء الأزرق، متوفر على الموقع الالكتروني :

<https://www.aljazeera.net/encyclopedia/organizationsandstructures/2015/12/11/->

[/%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-](https://www.aljazeera.net/encyclopedia/organizationsandstructures/2015/12/11/-/%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-)

[/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B6%D8%A7%D8%A1-](https://www.aljazeera.net/encyclopedia/organizationsandstructures/2015/12/11/-/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B6%D8%A7%D8%A1-)

[/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B2%D8%B1%D9%82](https://www.aljazeera.net/encyclopedia/organizationsandstructures/2015/12/11/-/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B2%D8%B1%D9%82)، الاطلاع يوم 2019/06/14 سا 18:20.

\_\_ اضعاف العلاقات و المهرات الاجتماعية: و قد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد اللذين أدمنوا استخدام موقع فايسبوك و التواصل عبر مجتمع أو مجتمعات افتراضية، و قد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية، حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات و تشتيت الأسر بالطلاق أو الخيانات أو الانعزال.<sup>1</sup>

\_\_ انتهاك خصوصية المشتركين: حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون عبر حسابهم الشخصي كالصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية بمجرد نشرها، حتى لو اتخذ المشترك كل الاجراءات اللازمة للأمان، و كذلك التعليقات أو المشاركات يمكن أن تصل إلى الشخص الخطأ بطريقة أو بأخرى كأن يكون ذلك عن طريق أصدقاء الأصدقاء أو الاختراق.<sup>2</sup>

### سابعا دوافع استخدام فايسبوك:

\_\_ التعارف و الصداقة.

\_\_ انشاء شبكات للجهات و المؤسسات المختلفة.

\_\_ انشاء مجموعات اهتمام.

\_\_ انشاء صفحات خاصة بالأفراد و الجهات.

\_\_ استخدامات ترفيهية.

\_\_ الدعاية و الاعلان.<sup>3</sup>

\_\_ المشاكل الأسرية التي تنتج لدى الفرد نوع من الاضطرابات الاجتماعية لجعله يبحث عن البديل.

\_\_ عدم الاندماج المهني ( البطالة ) يؤدي الى عدم الاندماج الاجتماعي، مما يؤدي بالفرد الى تكوين علاقات اجتماعية في العالم الافتراضي.

\_\_ الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت و استغلاله بشكل سليم.

\_\_ التسويق و البحث عن الوظائف : يعتبر فايسبوك أداة تسويقية فعالة لانخفاض تكاليفه و سهولة الاتصال فيه داخل و خارج العمل كما يعمل على ربط أصحاب العمل بطالبي العمل.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> على خليل شقرة، الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2014، ص 69.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 71.

<sup>3</sup> خالد بن سليمان معتوق، اتجاهات استخدام قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 172.

<sup>4</sup> ليلى حسين، اتجاهات الطلبة نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ( فايسبوك ، تويتر)، مرجع سابق، ص 48.

ثامنا احصائيات مستخدمي فايسبوك في العالم:

\_ فايسبوك هو الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية في جميع أنحاء العالم حتى شهر أبريل 2018، حيث بلغ عدد مستخدميه 2.2 مليار مستخدم.

\_ أكثر صفحات المعجبين شهرة في عام 2018 كانت الفيسبوك (213 مليون)، سامسونج (159 مليون)، وكريستيانو رونالدو (122 مليون).

\_ تعمل مقاطع الفيديو على فايسبوك التي تتناسب مع الجوّال على زيادة الوعي بالعلامة التجارية بنسبة تصل إلى 67%.

\_ تتم مشاركة 1.3 مليون محتوى في كل دقيقة من كل يوم على فايسبوك.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> أحمد الزكي، أرقام و احصائيات في الساوشال ميديا من المهم أن تعرفها في 2019، النشر على الموقع الالكتروني: <https://socialgi.info/archives/608/>، يوم 23 يناير 2019، الاطلاع يوم 2019/05/08 سا 13:34.

صورة رقم (04): ترتيب الدول الأكثر استخداما لفايسبوك في العالم سنة 2019:



1.

<sup>1</sup> أحدث احصائيات مستخدمي فايسبوك حول العالم 2019، متوفر على الموقع الالكتروني:

<https://alkhaleejonline.net/%D8%A5%D9%86%D9%81%D9%88%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D9%81%D9%8A%D9%83/%D8%A5%D9%86%D9%81%D9%88%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D9%81%D9%8A%D9%83-%D8%A3%D8%AD%D8%AF%D8%AB-%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%8A-%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%AD%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-2019>

منشور يوم الجمعة، 08-03-2019 الساعة 14:05، الاطلاع يوم 2019/05/10، سا 14:05.

صورة رقم (05): مستخدمي فايسبوك في العالم سنة 2019:



1

### تاسعا احصائيات موقع فايسبوك في الجزائر:

كشفت الإحصائيات الأخيرة حول المجال الرقمي أن نصف المجتمع الجزائري مُتصل بالإنترنت، فمن أصل 41.66 مليون نسمة، 21 مليون منهم يستعملون الإنترنت وهي نفس النسبة للنشطين شهرياً على الفيسبوك، ونسبة 90 بالمائة منهم يتصفحون هذا الموقع من أجهزة الهاتف، وكذلك 61 بالمائة يدخلون الموقع بأسماء مُذكّرة و39 بالمائة منهم يدخلون بأسماء مؤنثة.

وكشف ترتيب لمنصة Alexa حول المواقع الأكثر زيارة من طرف الجزائريين، حيث حصل موقع يوتيوب على المركز الأول، ثم بعد ذلك غوغل 'النسخة الجزائرية'، ثم بعد ذلك موقع واد كنيس، يليه موقع غوغل مرّة أخرى، وجاء في المرتبة الخامسة موقع التواصل 'فيسبوك'، ثم 'ياهو' ثم 'غوغل' ثانية 'النسخة الفرنسية'، ويكيبيديا.

ومن خلال قائمة المواقع الأكثر زيارة، يظهر أن الأغلبية من الجزائريين مُهتمون بموقع 'غوغل' بالمقام الأول وهو

<sup>1</sup> أحمد خالد، احصائيات الفاييسبوك Facebook 2019، متوفر على الموقع الإلكتروني:

<https://www.vapulus.com/ar/2019-facebook-> ، الاطلاع يوم 2019/04/02 سا 20:45.

أمر بديهي كونه أشمل وأفضل محرك بحث والعديد يبدأ منه حين التصفح، موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" و«يوتيوب» لديهم نصيب، ومواقع الرياضة أيضاً حاضرة<sup>1</sup>.

صفحات الفايسبوك الأكثر متابعة في الجزائر:

- 1\_ أحلام مستغامي 12566274 متابع
  - 2\_ Ennahar Tv 12042474 متابع
  - 3\_ خديجة بن قنة 10468564 متابع
  - 4\_ Journal Eel Bilad 9280675 متابع
  - 5\_ Zinou Kds 861457 متابع
  - 6\_ Djezzy 6629610 متابع
  - 7\_ Ooredoo Algeria 6542508 متابع
  - 8\_ Maracana Foot 6529717 متابع
  - 9\_ Lotfi Dk 5926654 متابع
  - 10\_ الصفحة الرسمية لفضيلة الشيخ صالح بن عواد المغامسي 5905452 متابع
- "موقع الراسخون في العلم"<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد المطلب.ع، هذه هي المواقع التي يزورها الجزائريون عبر الإنترنت، متوفر على الموقع الإلكتروني:

<https://www.wakteldjazair.com/%D9%87%D8%B0%D9%87-%D9%87%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%8A-%D9%8A%D8%B2%D9%88%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A%D9%88%D9%88>

6/ منشور يوم 2018/02/10، الزيارة يوم 2019/06/13 سا 23:14.

<sup>2</sup> Facebook pages stats in Algeria,

<https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/algeria> 10/06/2019 à 21:26.



## خلاصة الفصل

تطرقنا من خلال هذا الفصل إلى التعريف بموقع فايسبوك الذي هو عبارة عن موقع للتواصل الاجتماعي يتيح لمستخدميه العديد من الخدمات التي ألغت الحدود الجغرافية بين القارات، حيث نشأ عام 2004 و لم يلقى رواجاً كبيراً في بداية ظهوره، لكن بعد تطور الموقع و تنوع خصائصه أصبح الأكثر شعبية في السنوات الأخيرة، فقد تنوعت و اختلفت الغايات في استخدامه، البعض يعتبره وسيلة للترفيه و البعض الآخر لمتابعة الأخبار و آخرون للإعلانات و التسويق، هذا من الناحية الايجابية، لكنه لا يخلو من السلبيات كالدعايات و تناقل الشائعات و انتحال الشخصيات و الابتزاز و غيرها..، و كان ختام فصلنا باحصائيات مستخدميه في العالم بصفة عامة و في الجزائر بصفة خاصة.

الفصل الخامس: الاطار التطبيقي

أولاً: تعريف مجتمع الدراسة

ثانياً: مجال الدراسة

ثالثاً: تحليل البيانات

رابعاً: نتائج الدراسة

خامساً: مناقشة النتائج

خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

## أولاً: تعريف مجتمع الدراسة

يقصد به جميع المفردات أو الوحدات الظاهرة تحت البحث فقد يكون المجتمع مكوناً من سكان مدينة أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما. أو مجموع العمال اللذين يعملون في شركة معينة.<sup>1</sup>

التعريف بمكان الدراسة:

### 1/ اتصالات الجزائر:

مؤسسة عمومية تأسست وفق قانون 03/2000 المؤرخ في 05 أغسطس أوت سنة 2000 المحدد للقواعد العامة للبريد بتاريخ 01 مارس (CNPE) والمواصلات، فضلاً عن اقرار المجلس الوطني لمساهمات الدولة 2001 الذي نص على انشاء مؤسسة اقتصادية أطلق عليها اسم " اتصالات الجزائر " .

أهدافها:

ثلاث أهداف اساسية يعتمد عليها مجمع اتصالات الجزائر هم:

- الجودة
- الفعالية
- نوعية الخدمات تقدر المساحة

و قد سمحت هذه الاهداف الثلاثة التي سطرتها اتصالات الجزائر ببقائها في الريادة و جعلها المتعامل رقم واحد في سوق الاتصالات بالجزائر.<sup>2</sup>

2/ محمد عبيدي:

مؤسسة اقتصادية ذات طابع خاص تأسست من طرف محمد عبيدي سنة 2001، مقره على الطريق الوطني رقم 26 بسدراتة بلخير ولاية قالمة، يقع على الشمال الشرقي للولاية بجوالي 06 كلم، تقدر المساحة الاجمالية للمجمع ب 22500 متر مربع، و قد تم البدء بهذا النشاط برأس مال قدره 115 مليار، حيث وفر 350 منصب عمل في المؤسسات الأربعة التي تضم:

— مطاحن القمح اللين ( مطاحن لحسن عبيدي ).

<sup>1</sup> محمد عبد العال النعيمي، طرق و مناهج البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2015، ص 77.

<sup>2</sup> معلومات مقدمة من موظف مكتب الاتصال، 2019/04/03 سا 11:44.

\_\_ وحدة لصناعة الاكياس البلاستيكية).

\_\_ مطاحن القمح اللين (Kimo) و مصبرات الطماطم الغذائية (Zimba).

نشاطات المؤسسة:

\_\_ توفير كل المتطلبات الصناعية التي يحتاجها الفرد في حياته اليومية.

\_\_ تنمية نشاط الولاية من الناحية الاقتصادية.

أهداف المؤسسة:

\_\_ تحقيق أكبر قدر من المبيعات، و بالتالي تحقيق أكبر ربح ممكن.

\_\_ الاستيلاء على أكبر حصة سوقية في الولاية.

\_\_ البقاء و النمو و الاستمرار.

\_\_ العمل على تحسين منتجاتها.

\_\_ تلبية الطلب المتزايد على منتجات المؤسسة.<sup>3</sup>

3/ بلدية قالمة:

عرف المشرع البلدية بموجب المادة الأولى من القانون رقم ( 90-08) المؤرخ في 17 أفريل 1990 بأنها

جماعة اقليمية أساسية تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي، و عرفها قانون البلدية لسنة 1967 بأنها

جماعة اقليمية سياسية و ادارية و اقتصادية و اجتماعية و ثقافية تتمتع بالخصائص التالية:

\_\_ توجد بينها و بين مواطنيها مصالح مشتركة مبنية على حقائق تاريخية و اقتصادية.

\_\_ البلدية مجموعة لا مركزية أنشئت وفقا للقانون و تتمتع بالشخصية المعنوية.

\_\_ البلدية مقاطعة ادارية للدولة مكلفة بضمان السير الحسن للمصالح العمومية البلدية.<sup>4</sup>

4/ مجمع عمر بن عمر:

<sup>3</sup> رجال حمدي، رئيس مصلحة الموارد البشرية، قالمة، مقابلة يوم 15/04/2019 سا 11:14.

<sup>4</sup> معلومات مقدمة من موظفة الامانة العامة، يوم 07/04/2019 سا 14:36.

مجمع عمر بن عمر مؤسسة اقتصادية خاصة تقع في الشمال الشرقي لولاية قلمة ببلدية الفجوج التي تبعد عن الولاية بحوالي 05 كلم، و قد انشأت من قبل الأب: "عمر بن عمر" ثم تولاها ابنه " محمد العيد بن عمر " ، بلغ رقم أعمالها 20 مليار دينار جزائري بقوة يد عاملة بلغت 1656 عامل حسب احصائيات سنة 2014، و التي تتكون اليوم من أربع وحدات وهي :

\_\_ مؤسسة مطاحن " عمر بن عمر " ببلدية الفجوج.

\_\_ مؤسسة العجائن " عمر بن عمر " ببلدية الفجوج.

\_\_ مؤسسة المصبرات " عمر بن عمر " ببلدية بوعاتي محمود.

\_\_ مؤسسة التنمية الفلاحية مشاتل صناعية " عمر بن عمر " ببلدية الفجوج.

جدول رقم (03) يوضح الوحدة الصناعية " بن عمر "

المنتج	نشاطها	التعريف بها	الوحدة
__ سميد ممتاز __ سميد عادي __ سميد ذو نوعية ريفية __ نخالة و بقية الطحين __ فرينة القمح الصلب	انتاج السميد بمختلف أنواعه من خلال اعتمادها على المنتج المحلي و معدات انتاج مستورد من المانيا و ايطاليا بقدرة انتاجية بلغت 700 طن.	بدأت نشاطها في جوان 2002، و هي مؤسسة ذات مسؤولية محدودة برقم أعمال 493786000 دج و بمساحة عقارية قدرت ب 70000 متر مربع.	مؤسسة مطاحن عمر بن عمر MAB

أهداف المجمع الصناعي " عمر بن عمر "

\_\_ تحقيق أكبر ربح ممكن من خلال الرفع في حجم المبيعات و الحفاظ على الزبائن الحاليين و جلب زبائن جدد.

\_\_ تحقيق ميزة تنافسية محلية و وطنية بهدف البقاء، النمو و الاستمرارية.

\_\_ توسيع المؤسسة و فتح وحدات جديدة لمنتجات جديدة تابعة لها، بهدف الاستيلاء على أكبر حصة سوقية ممكنة و المحافظة على ريادتها في السوق.

\_\_ العمل على تحسين جودة منتجاتها لكسب رضا الزبائن.

\_\_ تحسين مردودية المؤسسة في جميع النواحي، و العمل على تطوير منتجاتها.

\_\_ العمل على رفع نسبة صادراتها للحصول على حصص سوقية اقليمية و دولية.

\_\_ القضاء على البطالة من خلال توفير مناصب شغل.<sup>5</sup>

### مجال الدراسة:

**المجال المكاني:** المجال المكاني لدراستنا هو مؤسستين في القطاع العمومي هما: اتصالات الجزائر و بلدية قالمة، و مؤسستين في القطاع الخاص هما: المجمع الصناعي عمر بن عمر و محمد عبيدي، ذلك ان دراستنا تقوم على مقارنة استخدام فايسبوك اثناء الدوام و تأثيره على الأداء الوظيفي للموظفين في المؤسسات العمومية و المؤسسات الخاصة.

**المجال البشري:** المجال البشري لدراستنا هم الموظفون في إدارات المؤسسات الأربع.

**المجال الزمني:** بدأنا العمل في هذه الدراسة خلال الموسم الجامعي 2018/2019، حيث كانت البداية بالجانب النظري منذ منتصف شهر نوفمبر 2019، أما الجانب الميداني فقد بدأنا في اعداد الاستمارة و قمنا بتوزيعها في بداية شهر أفريل و تم استرجاعها في أواخر نفس الشهر.

### تحليل البيانات:

#### محور البيانات الشخصية

جدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع

المؤسسة	مؤسسة عمومية	مؤسسة خاصة	المجموع

<sup>5</sup> ابتسام آيت طالب، مسؤولة قسم الاتصال الداخلي، قالمة، مقابلة يوم 2019/04/10 سا 08:45.

النوع	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	
التكرار	10	18	16	14	58
النسبة	17,24%	31,03%	27,59%	24,14%	100%

يبين الجدول اعلاه توزيع أفراد العينة حسب النوع، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة في المؤسسات العمومية كانت 31,03% بتكرار 18 من نصيب الإناث أما الذكور يمثلون نسبة 17,24% ، في حين أن أعلى نسبة في المؤسسات الخاصة كانت 27,59% بتكرار 16 من نصيب الذكور، أما الإناث يمثلون نسبة 24,14% ، و يمكننا تفسير هذا إلى أن الإناث يفضلون الوظيف العمومي أكثر من الذكور و أنهم يقبلون براتب شهري متدني يلي رغباتهن عكس الذكور اللذين يطمحون للعمل في المؤسسات الخاصة بحكم الراتب الشهري المرتفع مقارنة بالمؤسسات العمومية و هذا لأن لديهم مسؤوليات أكثر.

جدول رقم (05) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية

المجموع	مؤسسة خاصة				مؤسسة عمومية				المؤسسة
	48 سنة فأكثر	من 38 إلى 48 سنة	من 28 إلى 38 سنة	من 18 إلى 28 سنة	48 سنة فأكثر	من 38 إلى 48 سنة	من 28 إلى 38 سنة	من 18 إلى 28 سنة	
58	13	11	4	3	10	15	2	1	التكرار
100%	22,41%	17,24%	6,9%	5,17%	17,24%	25,86%	3,45%	1,72%	النسبة

يبين الجدول اعلاه توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية، حيث كانت أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية من أعمارهم من 38 إلى 48 سنة بنسبة 25,86% بتكرار 15، تليها نسبة 17,24% بتكرار 10 أعمارهم 48 سنة فأكثر، تليها نسبة 3,45% بتكرار 2 أعمارهم من 28 إلى 38 سنة، و اخيرا نسبة 1,72% بتكرار 1 عمره من 18 إلى 28 سنة، أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة هي 22,41% بتكرار 13 أعمارهم 48 سنة فأكثر، تليها نسبة 17,24% بتكرار 11 أعمارهم من 38 إلى 48 سنة، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 أعمارهم من 28 إلى 38 سنة، و اخيرا نسبة 5,17% بتكرار 3 أعمارهم من 18 إلى 28 سنة.

جدول رقم (06) توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المؤسسة
	أكثر من 10 سنوات	من 5 إلى 10 سنوات	أقل من 5 سنوات	أكثر من 10 سنوات	من 5 إلى 10 سنوات	أقل من 5 سنوات	الخبرة المهنية
58	11	7	12	8	15	5	التكرار
%100	%18,96	%12,07	%20,68	%13,8	%25,86	%8,62	النسبة

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية، حيث كانت أعلى نسبة في المؤسسات العمومية هي 25,86% بتكرار 15 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات، تليها نسبة 13,8% بتكرار 8 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات، و أخيرا نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات، أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة هي 20,68% بتكرار 12 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات، تليها نسبة 18,96% بتكرار 11 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات، تليها نسبة 12,07% بتكرار 7 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات.

جدول رقم (07) توزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة

المجموع	مؤسسة خاصة	مؤسسة عمومية	نوع المؤسسة
58	30	28	التكرار
%100	%51,73	%48,27	النسبة

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة حيث أن عدد المبحوثين يمثل 58 مبحوث، 28 منها في المؤسسة العمومية بنسبة 48,27%، و 30 مبحوث في المؤسسة الخاصة بنسبة 51,73%.



المحور الأول : دوافع و عادات و أنماط إستخدام الموظفين للفيسبوك

جدول رقم (08): الاقدمية في استخدام فايسبوك

المتغيرات	مؤسسة عمومية			مؤسسة خاصة			المجموع
	أقل من 5 سنوات	من 5 إلى 10 سنوات	أكثر من 10 سنوات	أقل من 5 سنوات	من 5 إلى 10 سنوات	أكثر من 10 سنوات	
0_2 سنوات	2	3	/	3	2	3	13
	%3,45	%5,17	/	%5,17	%3,45	%5,17	%22,41
2_4 سنوات	3	4	/	1	1	1	10
	%5,17	%6,89	/	%1,72	%1,72	%1,72	%17,22
أكثر من 4 سنوات	/	8	8	8	4	7	35
	/	%13,8	%13,8	%13,8	%6,9	%12,07	%60,37
المجموع	5	15	8	12	7	11	58
	%8,62	%25,86	%13,8	%20,68	%12,07	%18,96	%100

التفسير: يبين الجدول أعلاه الأقدمية في استخدام فايسبوك، حيث كانت أعلى نسبة في المؤسسات العمومية هي 13,8% بتكرار 8 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات و أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك منذ أكثر من 4 سنوات، تليها نسبة 5,17% بتكرار 3 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات يستخدمون فايسبوك من 2 إلى 4 سنوات، تليها نفس النسبة 5,17% بتكرار 3 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون فايسبوك منذ أقل من سنتين.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة هي 13,8% بتكرار 8 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات يستخدمون فايسبوك منذ أكثر من 4 سنوات، تليها نسبة 12,07% بتكرار 7 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك منذ أكثر من 4 سنوات، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون فايسبوك منذ أكثر من 4 سنوات.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة كانت تشير إلى أن الموظفين يستخدمون فايسبوك منذ أكثر من 4 سنوات سواء في المؤسسات العمومية و الخاصة، و يمكن تفسير هذا للانتشار الواسع لاستخدام فايسبوك وطغيانه في كل مجالات الحياة.

جدول رقم (09): أيام استخدام فايسبوك

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	الخيارات
26	1	/	6	6	10	3	كل الأيام
%44,81	%1,72	/	%10,34	%10,34	%17,24	%5,17	
22	8	5	3	1	4	1	نهاية الأسبوع
%37,93	%13,8	%8,62	%5,17	%1,72	%6,9	%1,72	
10	2	2	3	1	1	1	بعض الأيام
%17,26	%3,45	%3,45	%5,2	%1,72	%1,72	%1,72	
58	11	7	12	8	15	5	المجموع
%100	%18,96	%12,07	%20,71	%13,78	%25,86	%8,61	

التفسير: يبين الجدول أعلاه الأيام المفضلة لاستخدام فايسبوك، و كانت الحصة الكبرى من نصيب 10 مبحوثين في المؤسسات العمومية ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات بنسبة 17,24% يستخدمون فايسبوك كل الأيام، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك كل الأيام، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون فايسبوك نهاية الأسبوع، و يمكننا القول ان الموظف الذي يمتلك خبرة ليس لديه ضغط في العمل و هذا ما يسمح له باستخدام فايسبوك اثناء الدوام.

أما في المؤسسات الخاصة فكانت أعلى نسبة 13,8% بتكرار 8 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك نهاية الأسبوع، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات يستخدمون فايسبوك كل الأيام، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون فايسبوك نهاية الأسبوع.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية يستخدمون فايسبوك كل الأيام و هذا ما يفسر حرية الموظفين و ضعف الرقابة في المؤسسات العمومية، عكس الموظفين في المؤسسات الخاصة التي تبين اجاباتهم أن معظمهم يستخدمون فايسبوك نهاية الأسبوع و هذا ما يفسر ان المؤسسات الخاصة تتميز بدرجة أكثر من الرقابة و الانضباط في العمل.

جدول رقم (10): الوقت المقتضي في الاستخدام

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	الخيارات
39	7	6	7	3	4	2	أقل من ساعتين
%49,97	%12,06	%10,34	%12,06	%5,17	%6,89	%3,45	
11	2	1	4	1	2	1	من 2 إلى 4 ساعات
%18,95	%3,45	%1,72	%6,89	%1,72	%3,45	%1,72	
18	2	/	1	4	9	2	أكثر من 4 ساعات
%31,03	%3,45	/	%1,72	%6,89	%15,52	%3,45	
58	11	7	12	8	15	5	المجموع
%100	%18,96	%12,06	%20,68	%13,79	%25,86	%8,62	

التفسير: يوضح الجدول أعلاه المدة المقتضية في استخدام فايسبوك، حيث كانت أعلى نسبة هي 15,52% من نصيب 9 مبحوثين في المؤسسات العمومية ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون فايسبوك لأكثر من 4 ساعات تليها نسبة 6,89% بتكرار 4 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك أكثر من 4

ساعات و نفس النسبة لذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون فايسبوك لأقل من ساعتين في اليوم، و يمكننا القول ان الموظف الذي يمتلك خبرة ليس عليه رقابة في العمل حيث غالبا ما يكون مسؤول مصلحة و هو من يراقب الموظفين، و هذا ما يسمح له باستخدام فايسبوك لوقت طويل.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أكبر نسبة 12,06 % بتكرار 7 تقاسمها ذوي خبرة أقل من 5 سنوات و أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك أقل من ساعتين في اليوم، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 لذوي خبرة من 5 حتى 10 سنوات يستخدمون فايسبوك أقل من ساعتين فقط في اليوم.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة للموظفين في المؤسسات العمومية يستخدمون فايسبوك لأكثر من 4 ساعات في اليوم، في حين أن أعلى نسبة للموظفين في المؤسسات الخاصة يستخدمون فايسبوك أقل من ساعتين فقط في اليوم، و هذا ما يفسر انشغال الموظفين في المؤسسات العمومية باستخدام فايسبوك لمدة طويلة بمعنى أكثر من نصف دوامهم في عكس الموظفين في المؤسسات الخاصة، حيث تقل مدة استخدامهم لفايسبوك ما يوضح أن الموظفين في المؤسسات الخاصة ليس لديهم وقت لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم(11): الوسيلة المستخدمة في تصفح فايسبوك

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	
3	/	/	1	1	1	/	الحاسوب المكتبي
%5,16	/	/	%1,72	%1,72	%1,72	/	
7	2	/	2	1	2	/	الحاسوب المحمول
%12,07	%3,45	/	%3,45	%1,72	%3,45	/	
45	8	7	9	5	11	5	الهاتف الذكي
%77,58	%13,79	%12,07	%15,52	%8,62	%18,96	%8,62	
3	1	/	/	1	1	/	كل الخيارات

%5,16	%1,72	/	/	%1,72	%1,72	/	
58	11	7	12	8	15	5	المجموع
%100	%18,96	%12,07	%23,25	%13,78	%25,85	%8.62	

التفسير: يوضح الجدول أعلاه الوسيلة المستخدمة في تصفح موقع فايسبوك، و كانت الحصة الكبرى من نصيب 11 مبحوث في المؤسسات العمومية بنسبة 18,96% يستخدمون الهاتف الذكي في تصفح فايسبوك، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 تقاسمها ذوي خبرة أقل من 5 سنوات و أكثر من 10 سنوات يستخدمون الهاتف الذكي في تصفح فايسبوك.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة 16,36% بتكرار 9 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات يستخدمون الهاتف الذكي في تصفح فايسبوك، تليها نسبة 13,79% بتكرار 8 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يستخدمون الهاتف الذكي في تصفح فايسبوك، تليها نسبة 12,07% بتكرار 7 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون الهاتف الذكي في تصفح فايسبوك.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى النسب سواء في المؤسسات العمومية أو المؤسسات الخاصة كانت تشير لإستخدام الهاتف الذكي في تصفح فايسبوك نظرا لصغر حجمه و سهولة حمله و تصفح فايسبوك في أي مكان و زمان.

جدول رقم (12): المكان المفضل في تصفح فايسبوك

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	الخيارات
38	9	7	9	2	6	5	البيت
65,52 %	%15,52	%12,07	%15,52	%3,45	%10,34	%8,62	
17	2	/	2	6	7	/	مكان العمل

29,31 %	%3,45	/	%3,45	%10,34	%12,07	/	
1	/	/	/	/	1	/	في الفضاء العمومي (مقاهي الانترنت، الأماكن العمومية)
%1,72	/	/	/	/	%1,72	/	
2	/	/	1	/	1	/	كل الخيارات
%3,45	/	/	%1,72	/	%1,72	/	
58	11	7	12	8	15	5	المجموع
%100	%18,96	%12,07	%20,69	%13,79	%25,85	%8,62	

التفسير: يوضح الجدول أعلاه المكان الذي يتصفح فيه الموظفون فايسبوك، حيث كانت أعلى نسبة في المؤسسات العمومية هي %12,07 بتكرار 7 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون فايسبوك في مكان العمل، تليها نسبة %10,34 بتكرار 6 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون فايسبوك في البيت و نفس النسبة لذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك في مكان العمل، و يمكننا القول ان الموظف الذي يمتلك خبرة غالبا ما يكون هو المسؤول و بالتالي يوزع المهام و الادوار على الموظفين و يكون لديه وقت فراغ لتصفح فايسبوك في مكان العمل.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة هي %15,52 بتكرار 9 تقاسمها ذوي خبرة أقل من 5 سنوات و أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك في البيت، تليها نسبة %12,07 بتكرار 7 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون فايسبوك في البيت، و نسبة %3,45 فقط بتكرار 2 لكل من ذوي خبرة أقل من 5 سنوات و أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك في مكان العمل.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا ان أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية يستخدمون فايسبوك في مكان العمل، في حين أن أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات خاصة يستخدمون فايسبوك في البيت، وهذا ما يفسر خيانة موظفي المؤسسات العمومية لمبادئ العمل و تضییع وقت العمل في تصفح فايسبوك عكس موظفي المؤسسات الخاصة اللذين يتميزون بالنشاط و روح مسؤولية أكثر.

جدول رقم (13): نوع الانترنت المستخدمة في تصفح فايسبوك

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	الخيارات
23	9	4	6	2	1	1	الانترنت المنزلية (ADSL)
%39,63	%15,51	%6,89	%10,34	%3,45	%1,72	%1,72	
20	1	1	3	6	5	4	الانترنت المحمولة (3g.4g)
%34,46	%1,72	%1,72	%5,17	%10,34	%8,62	%6,89	
15	1	2	3	/	9	/	كلا النوعين الانترنت المنزلية و المحمولة
%25,85	%1,72	%3,45	%5,17	/	%15,51	/	
58	11	7	12	8	15	5	المجموع
%100	%18,95	%12,06	%20,68	%13,79	%25,85	%8,61	

التفسير: يوضح الجدول أعلاه خط الانترنت المستخدم في تصفح فايسبوك، حيث أن أعلى نسبة في المؤسسات العمومية كانت 15,51% ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات بتكرار 9 يستخدمون كلا النوعين الانترنت المنزلية و المحمولة في تصفح فايسبوك، تليها نسبة 10,34% ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات تكرار 6 يستخدمون الانترنت المحمولة 3g.4g، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون الانترنت المحمولة في تصفح فايسبوك، تليها نسبة 6,89% بتكرار 4 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات يستخدمون الانترنت المحمولة 3g.4g في تصفح فايسبوك.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة 15,51% بتكرار 9 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يستخدمون الانترنت المنزلية (ADSL) في تصفح فايسبوك، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات

يستخدمون الانترنت المنزلية في تصفح فايسبوك، تليها نسبة 6,89% بتكرار 4 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون الانترنت المنزلية (ADSL) في تصفح فايسبوك.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة في المؤسسات العمومية يتصفحون فايسبوك من خلال كلى نوعي الانترنت المنزلية و المحمولة في حين أن أعلى نسبة في المؤسسات الخاصة يتصفحون فايسبوك من خلال خط الانترنت المنزلية (ADSL) و هذا ما يفسر أن الموظفين في المؤسسات العمومية يستخدمون فايسبوك أثناء الدوام و يسرقون من الجانب المهني وقتا لم يخصص لتصفح هذه المواقع و هذا ما يجعل الموظف ينشغل عن انجاز الاعمال الموكلة اليه و يهدر الكثير من الوقت المخصص للعمل، في حين أن أعلى نسبة للموظفين في المؤسسات الخاصة يتصفحون فايسبوك من خلال خط الانترنت المنزلية (ADSL) وهذا ما يفسر وجود قوانين و تعليمات صارمة بعدم استخدام فايسبوك أثناء الدوام و إنجاز الوظائف الموكلة اليهم في الوقت المناسب و عدم تضييعه في أمور اخرى.

جدول رقم (14): دوافع استخدام فايسبوك

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	الخيارات
28	8	3	4	4	6	3	دوافع معرفية
%48,25	%13,79	%5,17	%6,89	%6,89	%10,34	%5,17	
11	2	/	3	2	2	2	دوافع اجتماعية
%18,97	%3,45	/	%5,17	%3,45	%3,45	%3,45	
16	1	4	2	2	7	/	دوافع ترفيهية
%27,59	%1,72	%6,9	%3,45	%3,45	%12,07	/	



3	/	/	3	/	/	/	دوافع أخرى تذكر
%5,17	/	/	%5,17	/	/	/	
58	11	7	12	8	15	5	المجموع
%100	%18,96	%12,07	%20,68	%13,79	%25,86	%8,62	

التفسير: يوضح الجدول أعلاه دوافع استخدام فايسبوك، حيث أن أعلى نسبة في المؤسسات العمومية كانت %12,07 بتكرار 7 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون فايسبوك لدوافع ترفيهية، تليها نسبة %10,34 بتكرار 6 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون فايسبوك لدوافع معرفية، تليها نسبة %6,89 بتكرار 4 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك لدوافع معرفية.

أما في المؤسسات الخاصة فكانت أعلى نسبة %13,79 بتكرار 8 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك لدوافع معرفية، تليها نسبة %6,89 بتكرار 4 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات يستخدمون فايسبوك لدوافع معرفية، تليها نسبة %5,17 بتكرار 3 يستخدمونه لدوافع اجتماعية.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة في المؤسسات العمومية يستخدمون فايسبوك لدوافع ترفيهية، و ليس لأجل العمل، و هذا ما يفسر العمل الروتيني هو الذي يجعلهم يتجهون للترفيه عن أنفسهم، عكس الموظفون في المؤسسات الخاصة اللذين يستخدمون فايسبوك لدوافع معرفية حول وظائفهم و كيفية تأدية مهامهم بإمتياز بهدف الحصول على ترقية في السلم الوظيفي.

المحور 2: طرق قياس الأداء الوظيفي

جدول رقم(15): كيفية مساهمة فايسبوك في تحسين الأداء الوظيفي

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	الخيارات
4	/	1	3	/	/	/	زيادة انتاجية

%6,89	/	%1,72	%5,17	/	/	/	المؤسسة
15	1	1	1	4	6	2	زيادة الابداع
%25,84	%1,72	%1,72	%1,72	%6,89	%10,34	%3,45	الوظيفي
23	3	4	2	4	7	3	تأدية المهام
%39,64	%5,17	%6,89	%3,45	%6,89	%12,07	%5,17	بسرعة
16	7	1	6	/	2	/	تحقيق الميزة
%27,58	%12,07	%1,72	%10,34	/	%3,45	/	التنافسية
58	11	7	12	8	15	5	المجموع
%100	%18,95	%12,05	%20,68	%13,78	%25,86	%8,62	

التفسير: يوضح الجدول أعلاه مساهمة فايسبوك في تحسين الأداء الوظيفي للموظفين، حيث كانت أعلى نسبة في المؤسسات العمومية هي %12,07 بتكرار 7 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يساعدهم فايسبوك في تأدية المهام بسرعة، تليها نسبة %10,34 بتكرار 6 ذوي خبرو من 5 إلى 10 سنوات يساعدهم فايسبوك في زيادة الابداع الوظيفي، تليها نسبة %6,89 بتكرار 4 ذوي خبر أكثر من 10 سنوات يساعدهم فايسبوك في زيادة الابداع الوظيفي.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة %12,07 بتكرار 7 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يساهم فايسبوك في تحقيق الميزة التنافسية، تليها نسبة %10,34 بتكرار 6 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات يساعدهم فايسبوك في تحقيق الميزة التنافسية، تليها نسبة %6,89 بتكرار 4 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يساعدهم فايسبوك في تأدية المهام بسرعة.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية يساعدهم فايسبوك في تأدية المهام بسرعة و يمكننا تفسير اجاباتهم أن تواصلهم مع زملائهم في العمل يساعدهم في تناقل المعلومات فيما بينهم في الوقت المناسب، و هذا ما يساعدهم على تأدية المهام الموكلة إليهم بسرعة، في حين أن أعلى نسبة للموظفين في المؤسسات الخاصة كانت اجاباتهم تشير إلى أن فايسبوك يساهم في تحقيق الميزة التنافسية، و هذا ما يفسر سعي الموظفين في القطاع الخاص إلى تحقيق التفوق في المنافسة مع المؤسسات الأخرى.

جدول رقم (16): مدى مساعدة فايسبوك في تحقيق التعاون بين الموظفين

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	الخيارات
9	/	2	2	1	2	2	دائما
%15,52	/	%3,45	%3,45	%1,72	%3,45	%3,45	
23	5	3	8	3	3	1	أحيانا
%39,64	%8,62	%5,17	%13,79	%5,17	%5,17	%1,72	
26	6	2	2	4	10	2	نادرا
%44,82	%10,34	%3,45	%3,45	%6,89	%17,24	%3,45	
58	10	7	12	8	15	5	المجموع
%100	%18,96	%12,07	%20,68	%13,8	%25,86	%8,62	

التفسير: يبين الجدول استخدام الفايسبوك في تحقيق التعاون بين الموظفين في العمل، حيث كانت اعلى نسبة في المؤسسات العمومية هي 17.24% بتكرار 10 ذوي خبرة من 5 الى 10 سنوات نادرا ما يساعدهم فايسبوك في تحقيق التعاون مع زملائهم في العمل ، تليها نسبة 6,89% بتكرار 4 ذوي خبرة اكثر من 10 سنوات نادرا ما يساعدهم فايسبوك في تحقيق التعاون مع زملائهم في العمل ، ثم تاتي نسبة 5,17% بتكرار 3 تقاسمها ذوي خبرة من 5 الى 10 سنوات و اكثر من 10 سنوات يساعدهم فايسبوك أحيانا في تحقيق التعاون مع زملائهم في العمل.

أما في المؤسسات الخاصة نجد أعلى نسبة 13.79% بتكرار 8 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات يساعدهم فايسبوك أحيانا في تحقيق التعاون مع زملائهم في العمل، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات نادرا ما يساعدهم فايسبوك في تحقيق التعاون مع زملائهم في العمل، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يساعدهم فايسبوك في تحقيق التعاون مع زملائهم في العمل أحيانا فقط.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية نادرا ما يساعدهم فيسبوك في تحقيق التعاون مع زملائهم في العمل، و هذا ما يفسر استخدامهم للفيسبوك لأغراض شخصية ليس لها صلة بالوظيفة، في حين أن أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات الخاصة أحيانا ما يساعدهم الفيسبوك في تحقيق التعاون مع زملائهم في العمل و هذا ما يفسر ان استخدامهم للفيسبوك يكون في اطار العمل عكس الموظفين في المؤسسات العمومية.

جدول رقم (17): تأثير فيسبوك على انضباط الموظفين

المتغيرات	مؤسسة عمومية			مؤسسة خاصة			المجموع
	أقل من 5 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	
نعم	1	10	/	3	1	4	19
	%1,72	%17,24	/	%5,17	%1,72	%6,9	%32,75
لا	4	5	8	9	6	7	39
	%6,9	%8,62	%13,79	%15,52	%10,34	%12,06	%67,23
المجموع	5	15	8	12	7	11	58
	%8,62	%25,86	%13,79	%20,68	%12,06	%18,96	%100

التفسير: يوضح الجدول أعلاه تأثير فيسبوك على انضباط الموظفين في العمل، حيث كانت أعلى نسبة في المؤسسات العمومية هي 17,24% بتكرار 10 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات تشير إلى أن استخدامهم للفيسبوك أثناء الدوام يؤثر على انضباطهم في العمل، تليها نسبة 13,79% بتكرار 8 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات تشير إلى أن استخدامهم للفيسبوك لا يؤثر على انضباطهم في العمل.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أكبر نسبة كانت 15,52% بتكرار 9 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات تشير إلى أن فيسبوك لا يؤثر على انضباطهم في العمل، تليها نسبة 12,06% بتكرار 7 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات

تشير إلى أن فايسبوك لا يؤثر على انضباطهم في العمل، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات تشير إلى أن فايسبوك لا يؤثر على انضباطهم في العمل.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة في المؤسسات العمومية تشير إلى أن فايسبوك يؤثر بشكل كبير على انضباط الموظفين في العمل و هذا راجع إلى الاستخدام المفرط للفايسبوك أثناء الدوام مما يجعل الموظف غير مسؤول و لا يؤدي مهامه على أكمل وجه و في الوقت المناسب و بهذا يصبح حضوره كعدمه و كل هذا يؤثر سلبا على سيرورة العمل.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة تشير إلى أن فايسبوك لا يؤثر على انضباط الموظفين في العمل، و هذا راجع لندرة استخدامهم للفايسبوك أثناء الدوام بسبب انغماسهم في أداء المهام الموكلة اليهم بدقة و اتقان.

جدول رقم (18) : مدى تلبية فايسبوك لحاجات المواطنين بدقة و سرعة

المتغيرات	مؤسسة عمومية			مؤسسة خاصة			المجموع
	أقل من 5 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	
دائما	/	1	/	/	1	1	3
	/	%1,72	/	/	%1,72	%1,72	%5,16
أحيانا	2	5	2	8	2	6	25
	%3,45	%8,62	%3,45	%13,79	%3,45	%10,34	%43,1
نادرا	3	9	6	4	4	4	30
	%5,17	%15,52	%10,34	%6,9	%6,9	%6,9	51,73 %
المجموع	5	15	8	12	7	11	58
	%8,62	%25,85	%13,79	%20,69	%12,07	%18,96	%100

التفسير: يبين الجدول أعلاه مدى مساعدة فايسبوك للموظفين في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة، حيث كانت أعلى نسبة في المؤسسات العمومية هي 15,25% بتكرار 9 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات نادرا ما يساعدهم فايسبوك في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات نادرا ما يساعدهم فايسبوك في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات أحيانا ما يساعدهم فايسبوك في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة 13,79% بتكرار 8 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات يساعدهم فايسبوك أحيانا في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يساعدهم فايسبوك أحيانا في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 لكل الخبرات كانت اجاباتهم تشير إلى أنه نادرا ما يساعدهم فايسبوك في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية كانت اجاباتهم تشير بأنه نادرا ما يساعدهم فايسبوك في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة، و يمكننا تفسير هذا بأنهم لا يستخدمون فايسبوك أثناء الدوام للتواصل مع المواطنين و معرفة آرائهم و احتياجاتهم، بل يستخدمونه من أجل الدردشة و الترفيه، في حين أن أعلى نسبة في المؤسسات الخاصة كانت اجاباتهم تشير إلى أن فايسبوك يساعدهم أحيانا في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة و يمكننا تفسير هذا بأن الموظفين في المؤسسات الخاصة دائما ما يسعون لتشكيل صورة حسنة حول المؤسسة الخاصة بهم.

جدول رقم (19): مدى مساعدة فايسبوك في اقامة اتصالات فعالة بين الموظفين

المتغيرات	مؤسسة عمومية			مؤسسة خاصة			المجموع
	أقل من 5 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	
نعم	3	4	4	8	6	6	31
	5,17%	6,89%	6,89%	13,78%	10,34%	10,34%	53,41%
لا	2	11	4	4	5	1	27

%46.53	%8.62	%1,72	%6,89	%6,89	%18.96	%3,45	
58	11	7	12	8	15	5	المجموع
%100	%18,96	%12,06	%20,67	%13,78	%25,85	%8,62	

التفسير: يبين الجدول أعلاه مدى مساعدة فايسبوك في إقامة اتصالات فعالة بين الموظفين في العمل، حيث كانت أعلى نسبة في المؤسسات العمومية هي 18,96% بتكرار 11 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات أجابو أن فايسبوك لا يساعدهم في إقامة اتصالات فعالة بين الموظفين، تليها نسبة 6,89% بتكرار 4 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات كانت اجاباتهم بأن فايسبوك يساعدهم في إقامة اتصالات فعالة بين الموظفين.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة هي 13,78% بتكرار 8 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات تشير إلى أن فايسبوك يساعدهم في إقامة اتصالات فعالة بين الموظفين، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات تشير إلى أن فايسبوك يساعدهم في إقامة اتصالات فعالة بين الموظفين، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات كانت اجاباتهم تشير إلى أن فايسبوك لا يساعدهم في إقامة اتصالات فعالة بين الموظفين.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية لا يساعدهم فايسبوك في إقامة اتصالات فعالة فيما بينهم، و يمكننا تفسير هذا بأن الموظفين في المؤسسات العمومية قليلا ما يتواصلون فيما بينهم من أجل امور تخص العمل، بل استخدامهم لفايسبوك يكون من اجل الترفيه عن النفس و الدردشة في أمور شخصية، عكس الموظفين في المؤسسات الخاصة اللذين كانت اجاباتهم تشير إلى أن فايسبوك يساعدهم في إقامة اتصالات فعالة فيما بينهم، و ان كان استخدامهم لفايسبوك نادرا الا انهم يستخدمونه عند الضرورة و من أجل أمور لها علاقة بالعمل و التفوق و الريادة.

جدول رقم (20): مدى مساهمة فايسبوك في حل مشاكل العمل

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	الخيارات
3	/	1	/	1	1	/	دائما
5,16%	/	1,72%	/	1,72%	1,72%	/	
21	6	2	7	1	5	/	أحيانا
36,2%	10,34%	3,45%	12,07%	1,72%	8,62%	/	
34	5	4	5	6	9	5	نادرا
58,61%	18,62%	6,9%	8,62%	10,34%	15,51%	8,62%	
58	11	7	12	8	15	5	المجموع
100%	18,96%	12,07%	20,68%	13,78%	25,85%	8,62%	

التفسير: يبين الجدول أعلاه مدى مساهمة فايسبوك في حل مشاكل الموظفين في العمل، حيث كانت أعلى نسبة في المؤسسات العمومية هي 15,51% بتكرار 9 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات تشير إلى أن فايسبوك نادرا ما يساعدهم في حل مشاكلهم في العمل، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات نادرا ما يساعدهم فايسبوك في حل مشاكلهم في العمل، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات كانت اجاباتهم أن فايسبوك يساعدهم أحيانا في حل مشاكلهم في العمل.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة هي 12,07% بتكرار 7 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات يساعدهم فايسبوك أحيانا في حل مشاكلهم في العمل، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات أحيانا ما يساعدهم فايسبوك في حل مشاكلهم في العمل، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات وأكثر من 10 سنوات نادرا ما يساعدهم فايسبوك في حل مشاكلهم في العمل.



من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة في المؤسسات العمومية تشير إلى أن فايسبوك نادرا ما يساعد الموظفين في حل مشاكلهم في العمل، و يمكننا تفسير هذا لندرة استخدام فايسبوك في اطار العمل، بل يستخدمونه للترفيه فلا يمكن ان يساعدهم في حل مشاكلهم في العمل بل يزيد منها و يخلق مشاكل جديدة من خلال تناقل الشائعات مثلا بسبب سوء استخدامه، عكس الموظفين في المؤسسات الخاصة اللذين كانت اجاباتهم تشير إلى ان فايسبوك يساعدهم أحيانا في حل مشاكلهم في العمل و ذلك لأنهم يستخدمون فايسبوك في اطار العمل للحصول على معلومات أو توجيهات حول عملهم.

المحور 3: تأثير الفايسبوك على أدائك الوظيفي

جدول رقم (21): اوقات استخدام فايسبوك

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	الخيارات
11	/	3	3	2	2	1	حين أنتهي من تأدية المهام الموكلة إلي
%18,96	/	%5,17	%5,17	%3,45	%3,45	%1,72	
28	8	3	8	1	5	3	في وقت الفراغ
%48,26	%13,79	%5,17	%13,79	%1,72	%8,62	%5,17	
14	3	1	/	4	8	1	لمتابعة أخبار مهمة
%29,3	%5,17	%1,72	/	%6,9	%13,79	%1,72	
2	/	/	1	1	/	/	كل ما سبق
%3,45	/	/	%1,72	%1,72	/	/	
58	11	7	12	8	15	5	المجموع

%100	%18.96	%12,06	%20.68	%13.8	%25.86	%8,61	
------	--------	--------	--------	-------	--------	-------	--

التفسير: يوضح الجدول أعلاه أوقات استخدام فايسبوك أثناء الدوام، حيث كانت أكبر نسبة في المؤسسات العمومية ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات تقدر ب 13,79% بتكرار 8 يستخدمون فايسبوك أثناء الدوام لمتابعة أخبار مهمة، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمونه في وقت الفراغ، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك أثناء الدوام لمتابعة أخبار مهمة.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أكبر نسبة هي 13,79% بتكرار 8 تقاسمها الموظفون ذوي خبرة أقل من 5 سنوات و أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك في وقت الفراغ تليها نسبة 5,7% تقاسمها الموظفون ذوي خبرة أقل من 5 سنوات و من 5 إلى 10 سنوات و أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك عند الانتهاء من تأدية المهام الموكلة اليهم و متابعة الأخبار المهمة.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة لأوقات استخدام فايسبوك في المؤسسات العمومية تشير إلى أن الموظفين في المؤسسات العمومية يستخدمون فايسبوك لمتابعة أخبار مهمة و هذا ما يفسر اهمالهم لأعمالهم و تضييع وقتهم في تصفح فايسبوك، في حين أن أعلى نسبة للموظفين في المؤسسات الخاصة تشير إلى أن استخدامهم الموظفين لفايسبوك أثناء الدوام يكون في أوقات الفراغ عندما لا يكون لديهم عمل يقومون به و هذا ما يفسر وجود تعليمات صارمة بعدم الانشغال باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الدوام و استخدامها يكون فقط في وقت الفراغ للترفيه عن النفس.

جدول رقم (22): مدى استخدام فايسبوك

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	الخيارات
19	/	1	/	2	14	2	دائما
%32,76	/	%1,72	/	%3,45	%24,14	%3,45	
12	2	1	2	4	1	2	أحيانا
%20,69	%3,45	%1,72	%3,45	%6,9	%1,72	%3,45	
27	9	5	10	2	/	1	نادرا
%46,55	%15,52	%8,62	%17,24	%3,45	/	%1,72	
58	11	7	12	8	15	5	المجموع
%100	%18,96	%12,07	%20,69	%13,8	%25,86	%8,62	

التفسير: يوضح الجدول أعلاه مدى استخدام فايسبوك أثناء الدوام، حيث كانت أكبر نسبة في المؤسسات العمومية هي 20,14% ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات بتكرار 14 دائما ما يستخدمون فايسبوك أثناء الدوام، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يستخدمون فايسبوك أحيانا، تليها نسبة 3,45% بتكرار 2 تقاسمها الموظفون بكل الخبرات يستخدمون فايسبوك بصفة دائمة و أحيانا و نادرا.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة هي 17,24% ذوي خبرة أقل من 5 سنوات بتكرار 10 نادرا ما يستخدمون فايسبوك أثناء الدوام، تليها نسبة 15,52% بتكرار 9 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات نادرا ما يستخدمون فايسبوك أثناء الدوام، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات نادرا ما يستخدمون فايسبوك أثناء الدوام.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن الموظفون في المؤسسات العمومية يستخدمون فايسبوك أثناء الدوام بصفة دائمة و هذا ما يفسر ادماهم على استخدام فايسبوك في وقت دوامهم بدلا من انجاز الأعمال المؤكدة اليهم، في

حين أن الموظفون في المؤسسات الخاصة نادرا ما يستخدمون فايسبوك أثناء الدوام و هذا دليل على انشغالهم بأداء المهام المؤكدة اليهم و عدم اهدار وقتهم باستخدام فايسبوك الذي قد يعرقل من أداء المهام الوظيفية على أكمل وجه.

جدول رقم (23): وسيلة تصفح فايسبوك

المتغيرات	مؤسسة عمومية			مؤسسة خاصة			المجموع
	أقل من 5 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	
الهاتف الذكي	5	11	6	10	7	10	49
	%8,62	%18,96	%10,34	%17,24	%12,07	%17,24	%84,47
الحاسوب المكتبي	/	3	2	/	/	1	6
	/	%5,17	%3,45	/	/	%1,72	%10,34
الجهاز اللوحي	/	1	/	1	/	/	2
	/	%1,72	/	%1,72	/	/	%3,45
كل ما سبق	/	/	/	1	/	/	1
	/	/	/	%1,72	/	/	%1,72
المجموع	5	15	8	12	7	11	58
	%8,62	%25,85	%13,79	%20,68	%12,07	%18,96	%100

التفسير: يبين الجدول أعلاه الوسيلة المستخدمة في تصفح فايسبوك أثناء الدوام، حيث كانت أعلى نسبة في المؤسسات العمومية هي %18,96 بتكرار 11 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون الهاتف الذكي في تصفح فايسبوك، تليها نسبة %10,34 بتكرار 6 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يستخدمون الهاتف الذكي في

تصفح فايسبوك، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات يستخدمون الهاتف الذكي في تصفح فايسبوك، تليها نسبة 5,17% بتكرار 3 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون الحاسوب المكتبي في تصفح فايسبوك.

اما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة 17,24% بتكرار 10 تقاسمها ذوي خبرة أقل من 5 سنوات و أكثر من 10 سنوات يستخدمون الهاتف الذكي في تصفح فايسبوك، تليها نسبة 12,07% بتكرار 7 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يستخدمون الهاتف الذكي في تصفح فايسبوك، تليها نسبة 1,72% بتكرار 1 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يستخدمون الحاسوب المكتبي في تصفح فايسبوك.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة لوسيلة تصفح فايسبوك أثناء الدوام كانت من نصيب الهاتف الذكي سواء في المؤسسات العمومية أو الخاصة، و هذا باعتباره الوسيلة الأكثر سهولة في الاستخدام و صغر حجمه، كما يمكن الموظفين من الدخول و الخروج من فايسبوك بسرعة.

جدول رقم(24): كيفية التعامل مع المهام الوظيفية اليومية عند استخدام فايسبوك

المتغيرات	مؤسسة عمومية			مؤسسة خاصة			المجموع
	أقل من 5 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	
أتم تصفحي ثم أقوم بتأدية العمل	1	2	/	/	/	/	3
أبقى منهم كما في تصفح فايسبوك	/	2	/	/	/	/	2
أخرج من حسابي بصفة مؤقتة	/	6	4	/	/	1	11
	/	10,34%	6,9%	/	1,72%	18,96%	

42	10	7	12	4	5	4	أخرج من حسابي بصفة نهائية
72,42 %	17,24 %	12,07 %	20,69 %	6,9 %	8,62 %	6,9 %	
58	11	7	12	8	15	5	المجموع
100 %	18,96 %	12,07 %	20,68 %	13,8 %	25,86 %	8,62 %	

التفسير: يوضح الجدول أعلاه كيفية التعامل مع المهام الوظيفية اليومية عند استخدام فايسبوك، حيث كانت أعلى نسبة في المؤسسات العمومية هي 10,34% بتكرار 6 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يخرجون من حسابهم بصفة مؤقتة، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يخرجون من حسابهم بصفة نهائية، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يخرجون من حسابهم بصفة مؤقتة، و نفس النسبة 6,9% تقاسمها الموظفون ذوي خبرة أقل من 5 سنوات و أكثر من 10 سنوات يخرجون من حسابهم بصفة نهائية.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة هي 20,69% بتكرار 12 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات يخرجون من حسابهم بصفة نهائية، تليها نسبة 17,24% بتكرار 10 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات يخرجون من حسابهم بصفة نهائية، تليها نسبة 12,07% بتكرار 7 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات يخرجون من حسابهم بصفة نهائية.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة للموظفين في المؤسسات العمومية يخرجون من حسابهم بصفة مؤقتة عندما يأتيهم عمل طارئ، و هذا ما يفسر ادما أنهم على استخدام فايسبوك حيث يقومون بتأدية المهام المؤكدة اليهم بسرعة دون اتقان بهدف العودة لتصفح فايسبوك، في حين أن أغلب الموظفون في المؤسسات الخاصة يحرصون على أداء المهام المؤكدة اليهم بدقة و اتقان بدليل أنهم يخرجون بصفة نهائية من فايسبوك عندما يأتيهم عمل طارئ، و ذلك لتنمية مهارات و قدرات الأداء للحصول على ترقية و امتيازات لأن المؤسسات الخاصة تمتاز بدرجة أكثر من التحفيز عكس المؤسسات العمومية التي تتصف بالأعمال الروتينية و غياب الدعم المعنوي.

جدول رقم (25) : دوافع و اسباب كون بعض الزملاء في العمل هم أصدقاء في فايسبوك

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	
11	1	3	3	1	3	/	يساعدني في تأدية مهامي
%18,95	%1,72	%5,17	%5,17	%1,72	%5,17	/	
15	6	2	5	/	2	/	لتطوير العلاقات الوظيفية مع الموظفين
%25,86	%10,34	%3,45	%8,62	/	%3,45	/	
18	1	/	2	3	7	5	للمحافظة على العلاقات الشخصية التي تربطني بهم
%31,03	%1,72	/	%3,45	%5,17	%12,07	%8,62	
2	1	1	/	/	/	/	كل ما سبق
%3,45	%1,72	%1,72	/	/	/	/	
12	2	1	2	4	3	/	لا أملك أي صديق في فايسبوك من زملائي في
%20,69	%3,45	%1,72	%3,45	%6,9	%5,17	/	

العمل							
المجموع	58	11	7	12	8	15	5
	%100	%18,95	%12,07	%20,68	%13,79	%25,86	%8,62

التفسير: يوضح الجدول أعلاه دوافع و اسباب كون بعض الزملاء في العمل هم أصدقاء في فايسبوك، حيث كانت أعلى نسبة في المؤسسات العمومية هي 12,07% بتكرار 7 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات تشير إلى أن بعض الموظفين هم أصدقاء في فايسبوك وذلك للمحافظة على العلاقات الشخصية التي تربطهم، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات تشير إلى أن بعض الموظفين هم أصدقاء في فايسبوك وذلك للمحافظة على العلاقات الشخصية التي تربطهم، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات كانت اجاباتهم بأنهم لا يملكون أي صديق في فايسبوك من زملائهم في العمل.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة من اجابات المبحوثين هي 10,34% بتكرار 6 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات تشير إلى أن بعض الموظفين هم أصدقاء في فايسبوك و ذلك لتطوير العلاقات الوظيفية فيما بينهم، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات تشير إلى أن بعض الموظفين هم أصدقاء في فايسبوك و ذلك يساعدهم في تطوير العلاقات الوظيفية فيما بينهم، تليها نسبة 5,17% بتكرار 3 تقاسمها الموظفون ذوي خبرة أقل من 5 سنوات و من 5 إلى 10 سنوات تشير اجاباتهم إلى أن بعض الموظفين هم أصدقاء في فايسبوك لأنه يساعدهم في تأدية مهامهم.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية تشير إلى أنهم أصدقاء في فايسبوك، و ذلك لأنه يساعدهم في المحافظة على العلاقات الشخصية التي تربطهم، و هذا ما يفسر الاهمال الوظيفي لأنهم يتواصلون فيما بينهم من أجل الدردشة في أمور شخصية ليس لها علاقة بالعمل، عكس الموظفون في المؤسسات الخاصة التي تشير اجاباتهم ان بعضهم أصدقاء في فايسبوك من أجل تطوير العلاقات الوظيفية فيما بينهم، و هذا ما يفسر أن فايسبوك يساعدهم في تأدية المهام الموكلة اليهم و التعاون فيما بينهم من خلال تبادل المعلومات و الخبرات التي تساهم في تحسين ادائهم الوظيفي و هذا ما يبرر حرصهم على تأدية مهامهم بشكل جيد.



جدول رقم (26): تعامل المسؤول مع الموظف عند علمه باستخدامه لفيسبوك

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 إلى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	
20	4	1	3	2	10	/	ينصحني بالتقليل من استخدامه
%34,48	%6,9	%1,72	%5,17	%3,45	%17,24	/	
21	5	5	3	1	2	5	ينصحني بعدم استخدامه بتاتا
%36.2	%8,62	%8.62	%5,17	%1,72	%3,45	%8,62	
3	/	1	/	1	1	/	يوجهني شفها
%5.16	/	%1,72	/	%1,72	%1,72	/	
8	1	/	6	/	1	/	يقوم بإنذاري كتابيا
%13,78	%1,72	/	10.34%	/	%1,72	/	
6	1	/	/	4	1	/	يقوم بتقديم استفسار لي
%10,34	%1,72	/	/	%6,9	%1,72	/	
58	11	7	12	8	15	5	المجموع
%100	%18,96	%12,06	%20,68	%13,8	%25,85	%8,62	

التفسير: يبين الجدول أعلاه تعامل المسؤول مع الموظف عند علمه باستخدامه لفيسبوك أثناء الدوام، حيث كانت أعلى نسبة من اجابات الموظفين في المؤسسات العمومية هي %17,24 بتكرار 10 ذوي خبرة من 5

إلى 10 سنوات تشير إلى انه عند علم مسؤولهم باستخدامهم لفيسبوك فانه ينصحهم بالتقليل من استخدامه، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات تشير إلى أن مسؤولهم ينصحهم بعدم استخدام فيسبوك بتاتا أثناء الدوام، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات تشير إلى أنه عند علم مسؤولهم باستخدامهم لفيسبوك أثناء الدوام فانه يقوم بتقديم استفسارات لهم.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة من اجابات الموظفين هي 10,34% بتكرار 6 تشير إلى انه عند علم مسؤولهم باستخدامهم لفيسبوك أثناء الدوام فانه يقوم بإنذارهم كتابيا، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 تقاسمها ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات و أكثر من 10 سنوات تشير إلى انه عند علم مسؤولهم باستخدامهم لفيسبوك فانه ينصحهم بعدم استخدامه بتاتا، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 ينصحهم مسؤولهم بالتقليل من استخدامه.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا ان أعلى نسبة من اجابات الموظفين في المؤسسات العمومية عند علم مسؤولهم باستخدامهم لفيسبوك أثناء الدوام فانه ينصحهم بالتقليل من استخدامه، و هذا ما يفسر عدم وجود اجراءات صارمة تتخذ مع الموظف بل نصائح شفوية فقط، و هذا ما يجعل من الموظف لا يكثر عند استخدامه لفيسبوك لأنه متأكد انه لن يتم اتخاذ اجراءات عقابية له، عكس المؤسسات الخاصة التي كانت أعلى نسبة من اجابات الموظفين أن مسؤولهم في العمل يقوم بإنذارهم كتابيا عند علمه باستخدامهم لفيسبوك أثناء الدوام و هذا ما يفسر وجود اجراءات صارمة مع الموظفين، حيث تحرص المؤسسات الخاصة دائما على جودة الأداء و عدم تضييع الوقت في تصفح فيسبوك الذي يسبب الكسل و الخمول الوظيفي.

جدول رقم (27): مدى حدوث مجادلات بين الموظفين بسبب استخدام فايسبوك

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	الخيارات
/	/	/	/	/	/	/	دائما
/	/	/	/	/	/	/	
12	1	2	2	2	5	/	أحيانا
%20,7	%1,72	%3,45	%3,45	%3,45	%8,62	/	
46	10	5	10	6	10	5	نادرا
%79,3	%17,24	%8,62	%17,24	%10,34	%17,24	%8,62	
58	11	7	11	5	18	5	المجموع
%100	%18,96	%12,07	%20,69	%13,8	%25,86	%8,62	

التفسير: يبين الجدول أعلاه مدى حدوث مجادلات بين الموظفين بسبب استخدامهم لفايسبوك أثناء الدوام، حيث كانت أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية هي 17,24% بتكرار 10 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات نادرا ما يتجادلون بسبب استخدامهم لفايسبوك أثناء الدوام، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات نادرا ما يتجادلون بسبب استخدامهم لفايسبوك أثناء الدوام، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات أحيانا ما يتجادلون بسبب استخدامهم لفايسبوك أثناء الدوام.

أما في المؤسسات الخاصة كانت أعلى نسبة من الموظفين هي 17,24% بتكرار 10 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات وأكثر من 10 سنوات نادرا ما يتجادلون بسبب استخدامهم لفايسبوك أثناء الدوام، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات نادرا ما يتجادلون بسبب استخدامهم لفايسبوك أثناء الدوام.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة من الموظفين كانت اجاباتهم تشير إلى أنه نادرا ما يتجادلون بسبب استخدامهم لفيسبوك ، و يمكننا تفسير هذا إلى أن استخدام فايسبوك أثناء الدوام لا يؤثر على العلاقات بين الموظفين، بل يسودها جو من الاحترام و التقدير المتبادل.

جدول رقم (28): مدى حدوث مشاجرات بين الموظفين و المواطنين بسبب استخدام فايسبوك

المجموع	مؤسسة خاصة			مؤسسة عمومية			المتغيرات
	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	أكثر من 10 سنوات خبرة	من 5 حتى 10 سنوات خبرة	أقل من 5 سنوات خبرة	الخيارات
1	/	/	/	/	1	/	دائما
1,72%	/	/	/	/	1,72%	/	
22	1	3	2	4	12	/	أحيانا
20,69%	1,72%	5,17%	3,45%	6,9%	20,69%	/	
35	10	4	10	4	2	5	نادرا
77,59%	17,24%	6,9%	17,24%	6,9%	3,45%	8,62%	
58	11	7	12	8	15	5	المجموع
100%	18,96%	12,07%	20,69%	13,8%	25,86%	8,62%	

التفسير: يبين الجدول أعلاه مدى حدوث مشاجرات مع المواطنين بسبب استخدام الموظف لفيسبوك أثناء الدوام حيث كانت أعلى نسبة في المؤسسات العمومية هي 20,69% بتكرار 12 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات تشير إلى أنهم أحيانا ما يتشاجرون مع المواطنين بسبب استخدامهم لفيسبوك أثناء الدوام، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 ذوي خبرة أقل من 5 سنوات نادرا ما يتشاجرون مع المواطنين بسبب استخدامهم لفيسبوك أثناء

الدوام، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 ذوي خبرة أكثر من 10 سنوات احيانا ما يتشاجرون مع المواطنين بسبب استخدامهم لفيسبوك أثناء الدوام. أما في المؤسسات الخاصة كانت أكبر نسبة هي 17,24% بتكرار 10 بالتساوي بين الموظفين ذوي الخبرة أقل من 5 سنوات و أكثر من 10 سنوات نادرا ما يتشاجرون مع المواطنين بسبب استخدامهم لفيسبوك أثناء الدوام، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 ذوي خبرة من 5 إلى 10 سنوات نادرا ما يتشاجرون مع المواطنين بسبب استخدامهم لفيسبوك أثناء الدوام.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية أحيانا ما يتشاجرون مع المواطنين بسبب استخدامهم لفيسبوك أثناء الدوام، وهذا ما يفسر انغماسهم في استخدام فيسبوك أثناء الدوام و حين يطلب منهم المواطن خدمة ما يماطلون في تأديتها و هذا ما يجعل المواطن يشعر بالقلق لحد التشاجر مع الموظف، عكس الموظفين في المؤسسات الخاصة التي تشير اجاباتهم الى انهم نادرا ما يتشاجرون مع المواطنين، و يمكننا تفسير هذا لقلة استخدام الموظفين في المؤسسات الخاصة لفيسبوك أثناء الدوام، بالإضافة لأن التشاجر يؤثر سلبا على صورة الموظف داخليا و صورة المؤسسة الخاصة لدى الجمهور الخارجي.

العبارات: جدول رقم (29): العبارة رقم 01

المجموع	مؤسسة خاصة					مؤسسة عمومية					المتغيرات
	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارات
58	2	10	7	7	4	10	9	1	7	1	1 / بعد استخدامي للفيسبوك أثناء الدوام اصبح أدائي متدني.
100 %	3,45 %	17,24 %	12,07 %	12,07 %	6,9 %	17,24 %	15,52 %	1,72 %	12,07 %	1,72 %	

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين من المؤسسات العمومية غير موافقين تماما على أنهم بعد استخدامهم لفيسبوك أثناء الدوام أصبح أدائهم متدني بنسبة 17,24% بتكرار 10، تليها نسبة 15,52% بتكرار 9 غير موافقين، تليها نسبة 12,07% بتكرار 7 موافقين، في حين أن أغلب المبحوثين في المؤسسات الخاصة غير

موافقين على أنهم بعد استخدامهم لفيسبوك أثناء الدوام أصبح أداؤهم متدني بنسبة 17,24% بتكرار 10، تليها نسبة 12,07 بتكرار 7 محايدين، و نفس النسبة و التكرار موافقين.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن استخدام الموظفين لفيسبوك أثناء الدوام لا يؤثر على أدائهم الوظيفي و لا يعتبر عائقا في انجاز المهام الوظيفية.

جدول رقم (30): العبارة رقم 02

المجموع	مؤسسة خاصة					مؤسسة عمومية					المتغيرات
	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارات
58	1	5	9	11	4	5	9	1	6	7	2/ استخدام الفيسبوك أثناء الدوام يؤثر معنويا في الالتزام الوظيفي و الامام بالمهام
100 %	1,72 %	8,62 %	15,2 %	18,9 %	6,9 %	8,62 %	15,2 %	1,72 %	10,3 %	12,0 %	

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية غير موافقين على أن استخدام فيسبوك أثناء الدوام يؤثر معنويا في الالتزام الوظيفي و الامام بالمهام بنسبة 15,25% بتكرار 9، تليها نسبة 12,07% بتكرار 7 موافقين تماما، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 موافقين، و يمكننا تفسير هذا لعدم معرفتهم بأضرار استخدام فيسبوك أثناء الدوام بدليل أنهم يستخدمونه في أوقات عملهم و لا يؤثر على أعمالهم لأنهم لا يهتمون بجودة العمل، في حين أن أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات الخاصة موافقين على أن فيسبوك يؤثر معنويا في الالتزام الوظيفي و الامام بالمهام بنسبة 18,96% بتكرار 11 ، تليها نسبة 15,25% بتكرار 9 محايدين، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 غير موافقين، و يمكننا تفسير هذا على أن الموظفين في القطاع الخاص يدركون بأن فيسبوك يؤثر على جودة أدائهم لأعمالهم و يؤثر سلبا على السير الحسن للعمل.

جدول رقم (31): العبارة رقم 03

المجموع	مؤسسة خاصة					مؤسسة عمومية					المتغيرات
	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارات
58	5	6	15	4	/	7	12	5	4	/	3/ استخدامي لفايسبوك أثناء الدوام يجعلني أقرب للمواطنين و أحل مشاكلهم بسرعة
100 %	8,62 %	10,34 %	25,86 %	6,9 %	/	12,07 %	20,69 %	8,62 %	6,9 %	/	

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية غير موافقين على أن استخدامهم لفايسبوك أثناء الدوام يجعلهم أقرب للمواطنين و يحلون مشاكلهم بسرعة بنسبة 20,69% بتكرار 12، تليها نسبة 12,07% بتكرار 7 غير موافقين تماما، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 محايدين، ويمكننا تفسير هذا على أن الموظفين في المؤسسات العمومية لا يستخدمون فايسبوك في التواصل مع المواطنين، وهذا يوضح ان استخدامهم لفايسبوك لا يكون في اطار العمل لأن القطاع العمومي مهمته خدمة المواطنين، في حين أن أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات الخاصة هي 25,86% بتكرار 15 محايدين، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 غير موافقين، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 غير موافقين تماما.

جدول رقم(32): العبارة رقم 04

المتغيرات	مؤسسة عمومية					مؤسسة خاصة					المجموع
	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	
4/ يساهم	9	10	1	5	3	2	14	10	3	1	58
فيسبوك في تقليل الاحتكاك بالمواطنين	15,52 %	17,24 %	1,72 %	8,62 %	5,17 %	3,45 %	24,14 %	17,24 %	5,17 %	1,72 %	100 %

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية موافقين على أن فيسبوك يساهم في تقليل الاحتكاك بالمواطنين بنسبة 17,24% بتكرار 10، تليها نسبة 15,52% بتكرار 9 موافقين تماما، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 غير موافقين، كذلك الحال بالنسبة للمبحوثين في المؤسسات الخاصة حيث كانت أعلى نسبة تشير الى أنهم موافقين على أن فيسبوك يساهم في تقليل الاحتكاك بالمواطنين بنسبة 24,14% بتكرار 14، تليها نسبة 17,24% بتكرار 10 محايدين، تليها نسبة 5,17% بتكرار 3 غير موافقين.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن الموظفين في القطاع العمومي و الخاص يتفقون على أن فيسبوك يساهم في تقليل الاحتكاك بالمواطنين من خلال معرفة متطلباتهم اتجاهاتهم اذا كانت اجابية بالمحافظة عليها و تعديل الصورة اذا كانت سلبية و محاولة تلبية متطلباتهم دون الوصول لحد الاحتكاك سواء لفظي أو جسدي.

جدول رقم (33): العبارة رقم 05

المتغيرات	مؤسسة عمومية					مؤسسة خاصة					المجموع
	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	
العبارة											



58	1	2	9	16	2	3	8	9	4	4	5/ يعتبر فايسبوك عامل أساسي في التغلب على العقبات التي تحول دون خدمة المواطنين
100 %	1,72 %	3,45 %	15,5 %	27,5 %	3,45 %	5,17 %	13,79 %	15,52 %	6,9 %	6,9 %	

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية محايدون في اعتبار فايسبوك عامل أساسي في التغلب على العقبات التي تحول دون خدمة المواطنين بنسبة 15,52% بتكرار 9، تليها نسبة 13,79% بتكرار 8 غير موافقين، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 موافقين و موافقين تماما بالتساوي، في حين أن أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات الخاصة موافقين بنسبة 27,59% بتكرار 16، تليها نسبة 15,52% بتكرار 9 محايدون، و يمكننا تفسير هذا على أن الموظفين في المؤسسات الخاصة يلجئون لفايسبوك للضرورة كوسيلة اتصال مع المواطنين للتغلب على العقبات التي تحول دون خدمتهم.

جدول رقم (34): العبارة رقم 06

المجموع	مؤسسة خاصة					مؤسسة عمومية					المتغيرات
	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارات
58	5	11	7	5	2	12	8	6	/	2	6/ استخدام فايسبوك أثناء الدوام كان سببا في تأخر ترقبائي أو حرمانني منها
100 %	8,62 %	18,96 %	12,07 %	8,62 %	3,45 %	20,69 %	13,79 %	10,34 %	/	3,45 %	

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية غير موافقين تماما على أن استخدام فايسبوك أثناء الدوام كان سببا في تأخر ترقية أو حرمانهم منها بنسبة 20,69% بتكرار 12، تليها نسبة 13,79% بتكرار 8 غير موافقين، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 محايدين، و يمكننا تفسير هذا على أن المؤسسات العمومية تتصف بالتسيب نوعا ما و لا يتم معاقبة من يستخدم فايسبوك أثناء الدوام، في حين أن أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات الخاصة غير موافقين على أن استخدام فايسبوك أثناء الدوام كان سببا في تأخر ترقية أو حرمانهم منها بنسبة 18,96% بتكرار 11، تليها نسبة 12,07% بتكرار 7 محايدين، و يمكننا تفسير هذا لندرة استخدامهم لفايسبوك أثناء الدوام حيث تمتاز المؤسسات الخاصة بدرجة من التحفيز و بالتالي دائما ما يطمحون للترقية و لم يحدث أن كان فايسبوك سببا في تأخر ترقية أو حرمانهم منها.

جدول رقم (35): العبارة رقم 07

المتغيرات	مؤسسة عمومية					مؤسسة خاصة					المجموع
	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما	
7/ انغماس الموظفين في استخدام فايسبوك تسبب في تزايد شكاوى المواطنين	4	8	6	4	6	2	13	7	4	4	58
	6,9%	13,79%	10,34%	6,9%	10,34%	3,45%	22,41%	12,07%	6,9%	6,9%	100%

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية موافقين على أن انغماس الموظفين في استخدام فايسبوك تسبب في تزايد شكاوى المواطنين بنسبة 13,79% بتكرار 8، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 محايدين، تليها نفس النسبة و التكرار غير موافقين تماما، كذلك الأمر في المؤسسات الخاصة حيث كان معظم المبحوثين موافقين على أن انغماس الموظفين في استخدام فايسبوك تسبب في تزايد شكاوى المواطنين بنسبة 22,41% بتكرار 13، تليها نسبة 12,07% بتكرار 7 محايدين، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 غير موافقين و غير موافقين تماما.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن الموظفين في المؤسسات العمومية و المؤسسات الخاصة يتفقون على انغماس الموظفين في استخدام فايسبوك تسبب في تزايد شكاوى المواطنين، و بالتالي فهو يعرقل من أداء المهام في الوقت المناسب و على أكمل وجه و بالتالي يؤثر سلبا على صورة المؤسسة لدى الجمهور الخارجي.

جدول رقم (36): العبارة رقم 08

المجموع	مؤسسة خاصة					مؤسسة عمومية					المتغيرات
	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارات
58	5	3	10	9	3	9	8	5	3	3	/8 استخدامي لفايسبوك يسبب اضطرابات داخلية في مؤسستي
100 %	8,62 %	5,17 %	17,24 %	15,52 %	5,17 %	15,52 %	13,79 %	8,62 %	5,17 %	5,1 %7	

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية غير موافقين تماما على أن استخدامهم لفايسبوك يسبب اضطرابات داخلية في مؤسستهم بنسبة 15,52% بتكرار 9، تليها نسبة 13,79% بتكرار 8 غير موافقين، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 محايدين، وهذا ما يفسر أن الموظفين في المؤسسات العمومية لا يدركون بأن فايسبوك يؤثر سلبيا و يسبب اضطرابات داخل المؤسسة، في حين أن أغلب المبحوثين في المؤسسات الخاصة محايدين بنسبة 17,24% بتكرار 10، تليها نسبة 15,52% بتكرار 9 موافقين، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 غير موافقين تماما.

جدول رقم (37): العبارة رقم 09

المجموع	مؤسسة خاصة					مؤسسة عمومية					المتغيرات
	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارات
58	5	3	11	9	2	9	8	5	3	3	9/ يساهم في التنسيق بين الوظائف مع زملائك داخل مؤسستك
100 %	8,62 %	5,17 %	18,96 %	15,52 %	3,45 %	15,52 %	13,79 %	8,62 %	5,17 %	5,17 %	

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية غير موافقين تماما على فايسبوك يساهم في التنسيق بين الوظائف بين الزملاء في العمل بنسبة 15,52% بتكرار 9، تليها نسبة 13,79% بتكرار 8 غير موافقين، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 محايدين، و يمكننا تفسير هذا على أن استخدام الموظفين لفايسبوك في المؤسسات العمومية لا يكون في اطار العمل و لا يعتمدون عليه كوسيلة اتصال داخلي تساهم في التنسيق بين الوظائف مع الزملاء في العمل، في حين أن أعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات الخاصة محايدين بنسبة 18,96% بتكرار 11، تليها نسبة 15,52% بتكرار 9 موافقين، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 غير موافقين تماما.

جدول رقم (38): العبارة رقم 10

المجموع	مؤسسة خاصة					مؤسسة عمومية					المتغيرات
	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارات

58	/	1	9	17	3	2	7	3	12	4	/10
100	/	1,72	15,52	29,31	%5,17	3,45	12,07	5,17	20,69	6,9	استخدام فيسبوك
%		%	%	%		%	%	%	%	%	أثناء الدوام سبب في انتقال الشائعات بين الموظفين

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية موافقين على أن استخدام فيسبوك أثناء الدوام سبب في انتقال الشائعات بين الموظفين بنسبة 20,69% بتكرار 12، تليها نسبة 12,07% بتكرار 7 غير موافقين، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 موافقين تماما، كذلك الحال بالنسبة للموظفين في المؤسسات الخاصة حيث كانت أعلى نسبة هي 29,31% بتكرار 17 موافقين على أن استخدام فيسبوك أثناء الدوام سبب في انتقال الشائعات بين الموظفين، تليها نسبة 15,52% بتكرار 9 محايدين، تليها نسبة 5,7% بتكرار 3 موافقين تماما.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن أغلب الموظفين في المؤسسات العمومية يتفقون مع أغلب الموظفين في المؤسسات الخاصة على أن استخدام فيسبوك أثناء الدوام سبب في انتقال الشائعات بين الموظفين، حيث أن من سلبيات فيسبوك تناقل الشائعات و الأخبار المضللة و الخاطئة بين المستخدمين.

جدول رقم (39): العبارة رقم 11

المجموع	مؤسسة خاصة					مؤسسة عمومية					المتغيرات
	غير موافق	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارات
58	2	4	15	4	5	9	11	5	/	3	11/ لا يمكن

100	3,45	%6,9	25,86	%6,9	%8,62	15,52	18,96	8,62	/	5,17	الاستغناء
%	%		%			%	%	%		%	عن
											فايسبوك
											أثناء
											الدوام
											لأهميته
											الكبيرة في
											انجاز
											الأعمال

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية غير موافقين على انه لا يمكن الاستغناء عن فايسبوك أثناء الدوام لأهميته الكبيرة في انجاز الأعمال بنسبة 18,96% بتكرار 11، تليها نسبة 15,52% بتكرار 9 غير موافقين تماما، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 محايدين، و هذا يدل على أن الموظفين في المؤسسة العمومية لا يستخدمون فايسبوك أثناء الدوام في انجاز الأعمال و المهام الموكلة اليهم و لا يعتبرونه وسيلة مساعدة في انجاز المهام الوظيفية، في حين أن أغلب الموظفون في المؤسسات الخاصة محايدون بنسبة 25,86% بتكرار 15، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 موافقون تماما.

جدول رقم (40): العبارة رقم 12

المجموع	مؤسسة خاصة					مؤسسة عمومية					المتغيرات
	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارات
58	1	3	10	12	4	1	4	7	10	6	/12
											ادخال
100	1,72	%5,17	17,24	20,69	6,9	1,72	6,9	12,07	17,24	10,34	فايسبوك
%	%		%	%	%	%	%	%	%	%	في
											الوسائل
											الاتصالية
											للمؤسسة

											يحسن من صورتها لدى جمهورها الخارجي
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------------------------------------

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية موافقين على ان ادخال فايسبوك في الوسائل الاتصالية للمؤسسة يحسن من صورتها لدى جمهورها الخارجي بنسبة 17,24% بتكرار 10، تليها نسبة 12,07% بتكرار 7 محايدين، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 موافقين تماما، كذلك الأمر بالنسبة للموظفين في المؤسسات الخاصة حيث أن أغلب الموظفين موافقين بنسبة 20,69% بتكرار 12، تليها نسبة 17,24% بتكرار 10 محايدين، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 موافقين تماما.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن الموظفين في المؤسسات العمومية و الخاصة يتفقون على أن ادخال فايسبوك في الوسائل الاتصالية للمؤسسة يحسن من صورتها لدى جمهورها الخارجي، و ذلك من خلال التواصل معهم و معرفة آراءهم و اتجاهاتهم و أيضا تقديم المساعدات للمحتاجين منهم.

جدول رقم (41): العبارة رقم 13

المجموع	مؤسسة خاصة					مؤسسة عمومية					المتغيرات
	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارة
58	4	4	12	8	2	6	3	6	10	3	13/ لا يعاقبني مسؤولي لما يعلم باستخدامي لفائيسبوك أثناء الدوام
100 %	6,9 %	6,9 %	20,69 %	13,79 %	3,45 %	10,34 %	5,17 %	10,34 %	17,24 %	5,17 %	

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية موافقين على ان مسؤولهم لا يعاقبهم لما يعلم باستخدامهم لفائيسبوك بنسبة 17,24% بتكرار 10، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 بين محايدين و غير

موافقين تماما، و هذا ما يفسر حرية الموظفين في المؤسسات العمومية و عدم معاقبتهم عند استخدامهم لفايسبوك أثناء الدوام، في حين أن أغلب المبحوثين في المؤسسات الخاصة محايدين بنسبة 20,69% بتكرار 12، تليها نسبة 13,79% بتكرار 8 موافقين، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 بين غير موافقين و غير موافقين تماما.

جدول رقم (42): العبارة رقم 14

المجموع	مؤسسة خاصة					مؤسسة عمومية					المتغيرات
	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارات
58	2	1	12	9	6	6	8	6	6	2	14 / استخدام فايسبوك
100	3,45	1,72	20,69	15,52	10,34	10,34	13,79	10,34	10,3	3,45	يساهم في مواجهة أزمات المؤسسة
	%	%	%	%	%	%	%	%	%4	%	

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية غير موافقين على ان استخدام فايسبوك يساهم في مواجهة أزمات المؤسسة بنسبة 13,79% بتكرار 8، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 بالتساوي بين موافقين و محايدين و غير موافقين تماما، و هذا ما يفسر أن استخدام الموظفين لفايسبوك في المؤسسات العمومية لا يكون من أجل مواجهة أزمات المؤسسة بل يستخدمونه في أغراض أخرى خارجة عن نطاق العمل، في حين أن أعلى نسبة من المبحوثين في المؤسسات الخاصة محايدين بنسبة 20,69% بتكرار 12، تليها نسبة 15,52% بتكرار 9 موافقون، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 موافقون تماما.



جدول رقم (43): العبارة رقم 15

المجموع	مؤسسة خاصة					مؤسسة عمومية					المتغيرات
	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارات
58	/	3	4	15	8	3	4	3	10	8	/15 استخدامي
100 %	/	5,17 %	6,9 %	25,86 %	13,79 %	5,17 %	6,9 %	5,17 %	17,24 %	13,79 %	لفايسبوك لفترة قصيرة للترفيه يحسن من حالتهم النفسية و يقلل الضغوطات و يزيد من فاعليتي في العمل

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية موافقين على أن استخدامهم فايسبوك لفترة قصيرة للترفيه يحسن من حالتهم النفسية و يقلل الضغوطات و يزيد من فاعليتهم في العمل بنسبة 17,24% بتكرار 10، تليها نسبة 13,79% بتكرار 8 موافقين تماما، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 غير موافقين، كذلك الحال بالنسبة للمؤسسات الخاصة حيث كانت أعلى نسبة من المبحوثين موافقين على أن ان استخدامهم فايسبوك لفترة قصيرة للترفيه يحسن من حالتهم النفسية و يقلل الضغوطات و يزيد من فاعليتهم في العمل بنسبة 25,86% بتكرار 15، تليها نسبة 13,79% بتكرار 8 موافقين تماما، تليها نسبة 6,9% بتكرار 4 محايدين.

من خلال قراءتنا للجدول يتضح لنا أن الموظفين في المؤسسات يتفقون مع الموظفين في المؤسسات الخاصة على أن استخدامهم فايسبوك لفترة قصيرة للترفيه يحسن من حالتهم النفسية و يقلل الضغوطات و يزيد من فاعليتهم في العمل و هذا من الجوانب النفسية للمستخدم خاصة الموظف في مكان العمل الذي يحتاج لنوع من الترفيه الذي يخلصه من ضغط و تعب العمل الشاق و الروتيني في معظم الأحيان.

جدول رقم (44): العبارة رقم 16

المجموع	مؤسسة خاصة					مؤسسة عمومية					المتغيرات
	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارات
58	3	2	8	10	7	5	6	8	5	4	16/ يجب أن لا يعلم مسؤولي
100 %	5,17 %	3,45 %	13,79 %	17,24 %	12,07 %	8,62 %	10,34 %	13,79 %	8,62 %	6,9 %	باستخدامهم لفيسبوك أثناء الدوام

التفسير: أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين في المؤسسات العمومية محايدون فيما يخص علم مسؤولهم باستخدامهم لفيسبوك أثناء الدوام بنسبة 13,79% بتكرار 8، تليها نسبة 10,34% بتكرار 6 غير موافقين، تليها نسبة 8,62% بتكرار 5 بين موافقين و غير موافقين تماما، عكس المبحوثين في المؤسسات الخاصة الذين كانت معظم اجاباتهم بأنهم موافقين على أنه لا يجب أن يعلم مسؤولهم باستخدامهم لفيسبوك أثناء الدوام بنسبة 17,24% بتكرار 10، تليها نسبة 13,79% بتكرار 8 محايدون، و نسبة 12,07% بتكرار 7 موافقين تماما، و يمكننا تفسير هذا بوجود تعليمات صارمة بعدم استخدام فيسبوك أثناء الدوام و من يخالف هذه التعليمات يتعرض لعقوبات شديدة.

رابعاً نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج التساؤل الأول الذي تمت الاجابة عليه في المحور الأول، و الفرضية القائلة "هناك فروق في درجة استخدام فايسبوك و عادات و أنماط استخدامه لدى موظفي المؤسسات الجزائرية العمومية و الخاصة، و تختلف دوافع استخدامه بين دوافع اجتماعية و ترفيهية و حتى العملية منها". كالتالي:

أ/ أوجه التشابه:

1. يستخدم معظم الموظفين في المؤسسات العمومية و الخاصة فايسبوك منذ أكثر من 4 سنوات بنسبة 60,37%.

2. يستخدم غالبية الموظفين في المؤسسات العمومية و الخاصة الهاتف الذكي لتصفح فايسبوك بنسبة 77,58%.

ب/ أوجه الاختلاف:

1. يستخدم اعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية فايسبوك كل الأيام بنسبة 17,24%، أما اعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات الخاصة يستخدمون فايسبوك نهاية الأسبوع بنسبة 13,8%.

2. يستخدم اعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية فايسبوك أكثر من 4 ساعات في اليوم بنسبة 15,52%، أما اعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات الخاصة يستخدمون فايسبوك أقل من ساعتين في اليوم بنسبة 12,02%.

3. يستخدم اعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية فايسبوك في مكان العمل بنسبة 12,07%، في حين أن اعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات الخاصة يستخدمون فايسبوك في البيت بنسبة 15,52%.

4. يتصفح اعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية فايسبوك من خلال كلى نوعي الانترنت المنزلية و المحمولة بنسبة 15,51%، في حين أن اعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات الخاصة يتصفحون فايسبوك من خلال خط الانترنت المنزلية فقط بنسبة 15,51%.

5. يستخدم اعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية فايسبوك لدوافع ترفيهية بنسبة 12,07%، أما اعلى نسبة من الموظفون في المؤسسات الخاصة يستخدمون فايسبوك لدوافع معرفية بنسبة 13,79%.

من خلال ما سبق و بعد تحليل المحور الأول اجبنا على التساؤل الاول و أكدنا صحة الفرضية القائلة " هناك فروق في درجة استخدام فايسبوك و عادات و أنماط استخدامه لدى موظفي المؤسسات الجزائرية العمومية و الخاصة، و تختلف دوافع استخدامه بين دوافع اجتماعية و ترفيهية و حتى العملية منها".

ثانيا نتائج التساؤل الثاني الذي تمت الاجابة عليه في المحور الثاني، و الفرضية الثانية القائلة "توجد عدة طرق لقياس الأداء الوظيفي للموظفين في المؤسسات الجزائرية العمومية و الخاصة، من بينها مدى الانسجام و التعاون بين الموظفين و سرعة تلبية احتياجات المواطنين" كالتالي:

1. يساعد فايسبوك أغلب الموظفين في المؤسسات العمومية في تأدية المهام بسرعة بنسبة 12,07%، في حين أن أغلب الموظفين في المؤسسات الخاصة يساعدهم فايسبوك في تحقيق الميزة التنافسية بنسبة 12,07%.
2. اعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات العمومية نادرا ما يساعدهم فايسبوك في تحقيق التعاون مع زملائهم في العمل بنسبة 17,24%، في حين أن أغلب الموظفين في المؤسسات الخاصة أحيانا ما يساعدهم فايسبوك في تحقيق التعاون مع زملائهم في العمل بنسبة 13,79%.
3. يؤثر فايسبوك بشكل كبير على انضباط اغلب الموظفين في العمل في المؤسسات العمومية بنسبة 17,24%، في حين أنه لا يؤثر على انضباط اغلب الموظفين في العمل في المؤسسات الخاصة بنسبة 15,52%.
4. أغلبية الموظفين في المؤسسات العمومية نادرا ما يساعدهم فايسبوك في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة بنسبة 15,25%، في حين أن أغلبية الموظفين في المؤسسات الخاصة يساعدهم فايسبوك أحيانا في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة بنسبة 13,79%.
5. معظم الموظفين في المؤسسات العمومية لا يساعدهم فايسبوك في إقامة اتصالات فعالة فيما بينهم بنسبة 18,96%، في حين أن معظم الموظفين في المؤسسات الخاصة يساعدهم فايسبوك في إقامة اتصالات فعالة فيما بينهم بنسبة 13,78%.
6. غالبية الموظفين في المؤسسات العمومية نادرا ما يساعدهم فايسبوك في حل مشاكلهم في العمل بنسبة 15,51%، أما الموظفين في المؤسسات الخاصة يساعدهم فايسبوك أحيانا في حل مشاكلهم في العمل بنسبة 12,07%.

من خلال ما سبق و بعد تحليل المحور الثاني اجبنا على التساؤل الثاني و أكدنا صحة الفرضية القائلة "توجد عدة طرق لقياس الأداء الوظيفي للموظفين في المؤسسات الجزائرية العمومية و الخاصة، من بينها مدى الانسجام و التعاون بين الموظفين و سرعة تلبية احتياجات المواطنين.

ثالثا نتائج التساؤل الثالث و الذي تمت الاجابة عليه من خلال المحور الثالث و الفرضية القائلة "توجد فروق في تأثيرات فايسبوك على الأداء الوظيفي للموظفين، حيث يؤثر سلبا على الأداء الوظيفي للموظفين في المؤسسات العمومية اكثر من الخاصة".

أ/وجه التشابه:

1. يتفق معظم الموظفين في المؤسسات العمومية و الخاصة على ان الاستخدام فايسبوك أثناء الدوام سبب في تناقل الشائعات بين الموظفين.

2. يتفق معظم الموظفين في المؤسسات العمومية و الخاصة على ان ادخال فايسبوك في الوسائل الاتصالية للمؤسسة يحسن من صورتها لدى جمهورها الخارجي.

3. يتفق معظم الموظفين في المؤسسات العمومية و الخاصة على ان استخدام الموظفين فايسبوك لفترة قصيرة للترفيه يحسن من حالتهم النفسية و يقلل الضغوطات و يزيد من فاعليتهم في العمل.

4. يرى اغلبيه المبحوثين في المؤسسات العمومية و الخاصة ان انغماس الموظفين في استخدام فايسبوك تسبب في تزايد شكاوى المواطنين.

5. استخدام فايسبوك أثناء الدوام لا يؤدي إلى حدوث مجادلات بين الموظفين سواء في المؤسسات العمومية أو الخاصة بنسبة 79,3%.

ب/وجه الاختلاف:

1. يستخدم معظم الموظفين في المؤسسات العمومية فايسبوك أثناء الدوام لمتابعة أخبار مهمة بنسبة 13,79%، في حين أن معظم الموظفين في المؤسسات الخاصة يستخدمون فايسبوك أثناء الدوام في أوقات الفراغ عندما لا يكون لديهم عمل يقومون به بنسبة 13,79%.

2. يستخدم معظم الموظفون في المؤسسات العمومية فايسبوك بصفة دائمة أثناء الدوام بنسبة 20,14%، في حين أن معظم الموظفون في المؤسسات الخاصة نادرا ما يستخدمون فايسبوك أثناء الدوام 17,24%.

3. أغلب الموظفين في المؤسسات العمومية يخرجون من حسابهم بصفة مؤقتة عندما يأتيهم عمل طارئ بنسبة 10,34%، في حين أن أغلب الموظفين في المؤسسات الخاصة يخرجون بصفة نهائية من فايسبوك عندما يأتيهم عمل طارئ 20,69%.

4. معظم الموظفين أصدقاء في فايسبوك المؤسسات العمومية تشير إلى أنهم أصدقاء في فايسبوك لأنه يساعدهم في المحافظة على العلاقات الشخصية التي تربطهم بنسبة 12,07%، في حين أن معظم الموظفون في المؤسسات الخاصة أصدقاء في فايسبوك من أجل تطوير العلاقات الوظيفية فيما بينهم بنسبة 10,34%
5. عند علم المسؤول في المؤسسات العمومية باستخدام الموظفين لفايسبوك أثناء الدوام فانه ينصحهم بالتقليل من استخدامه بنسبة 17,24%، في حين أن المسؤول في المؤسسات الخاصة عند علمه باستخدام الموظفين لفايسبوك أثناء الدوام فإنه يقوم بانذارهم كتابيا بنسبة 10,34%.
6. استخدام الموظفين لفايسبوك أثناء الدوام في المؤسسات العمومية يسبب أحيانا مشاجرات مع المواطنين بنسبة 20,69%، في حين أن استخدام فايسبوك أثناء الدوام في المؤسسات الخاصة نادرا ما يسبب مشاجرات مع المواطنين بنسبة 17,24%.
7. أغلبية الموظفين في المؤسسات العمومية لا يساعدهم فايسبوك في التنسيق بين الوظائف بنسبة 15,52%، في حين أن أغلبية الموظفين في المؤسسات الخاصة يساعدهم فايسبوك في التنسيق بين الوظائف في العمل بنسبة 18,96%.
8. أغلب الموظفين في المؤسسات العمومية لا يساعدهم فايسبوك في انجاز الاعمال بنسبة 18,96%.
9. غالبية الموظفين في المؤسسات العمومية لا يساعدهم فايسبوك في مواجهة ازمت المؤسسة بنسبة 13,79%.
10. أغلب الموظفين في المؤسسات العمومية يساعدهم فايسبوك في تأدية المهام بسرعة بنسبة 12,07%، في حين أن أغلب الموظفين في المؤسسات الخاصة يساعدهم فايسبوك في تحقيق الميزة التنافسية بنسبة 12,07%.
11. يؤثر فايسبوك على انضباط اغلب الموظفين في المؤسسات العمومية بنسبة 17,24%، في حين انه لا يؤثر على انضباط اغلب الموظفين في المؤسسة الخاصة بنسبة 15,52%.
12. أغلب الموظفين في المؤسسات العمومية لا يساعدهم فايسبوك في تحقيق التعاون مع زملائهم في العمل بنسبة 17,24%، في حين أن أغلب الموظفين في المؤسسات الخاصة أحيانا ما يساعدهم فايسبوك في تحقيق التعاون مع الزملاء في العمل بنسبة 13,79%.

13. أغلب الموظفين في المؤسسات العمومية لا يساعدهم فايسبوك في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة بنسبة 15,25%، في حين أن اغلب الموظفين في المؤسسات الخاصة يساعدهم فايسبوك في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة بنسبة 13,79%.

14. معظم الموظفين في المؤسسات العمومية لا يساعدهم فايسبوك في اقامة اتصالات فعالة فيما بينهم بنسبة 18,96%، في حين أن معظم الموظفين في المؤسسات الخاصة يساعدهم فايسبوك في اقامة اتصالات فعالة فيما بينهم بنسبة 13,78%.

15. أغلبية الموظفين في المؤسسات العمومية لا يساعدهم فايسبوك في حل مشاكلهم في العمل بنسبة 15,51%، في حين أن اغلبية الموظفين في المؤسسات الخاصة يساعدهم فايسبوك في حل مشاكلهم في العمل بنسبة 12,07%.

16. معظم الموظفين في المؤسسات العمومية لا يعتمدون على فايسبوك كوسيلة اتصال مع المواطنين، في حين أن معظم الموظفين في المؤسسات الخاصة يعتمدون على فايسبوك كوسيلة اتصال مع المواطنين.

من خلال ما سبق و بعد تحليل المحور الثالث اجبنا على التساؤل الثالث و اكدنا صحة الفرضية القائلة "توجد فروق في تأثيرات فايسبوك على الأداء الوظيفي للموظفين، حيث يؤثر سلبا على الأداء الوظيفي للموظفين في المؤسسات العمومية اكثر من الخاصة".

#### خامسا مناقشة النتائج:

##### اولا: مناقشة النتائج من حيث توزيع الاستمارة

عند توزيعنا للاستمارة على المبحوثين لاحظنا أن هناك نوع من التخوف في البداية عند قرائهم لعنوان الاستمارة، و هذا ما قد يؤثر سلبا على مصداقية اجاباتهم، لكن بعد ان قمنا بتوضيحات بأن المعلومات سرية و تستخدم فقط للبحث العلمي، تم قبول الاستمارة و الاجابة عنها.

##### ثانيا: مناقشة النتائج في ضوء الأهداف.

من خلال النتائج التي توصلنا اليها من خلال الدراسة الميدانية، يمكننا القول اننا حققنا الاهداف التي كنا نسعى اليها حيث:

1. تعرفنا على ظاهرة استخدام فايسبوك اثناء الدوام من قبل الموظفين في المؤسسات العمومية و الخاصة، و قد توصلنا الى ان معظم الموظفين في المؤسسات العمومية اكثر استخداما لفايسبوك اثناء الدوام بصفة دائمة بنسبة 20,14% في حين ان اعلى نسبة من الموظفين في المؤسسات الخاصة نادرا ما يستخدمون فايسبوك اثناء الدوام بنسبة 17,24%.
2. تعرفنا على دوافع استخدام فايسبوك اثناء الدوام، حيث وجدنا ان اغلب الموظفين في المؤسسات العمومية يستخدمون فايسبوك اثناء الدوام لدوافع ترفيهية بنسبة 12,07%، في حين ان اغلب الموظفين في المؤسسات الخاصة يستخدمون فايسبوك لدوافع معرفية بنسبة 13,79%.
3. كما سلطنا الضوء على ادمان بعض الموظفين على استخدام فايسبوك اثناء الدوام، حيث توصلنا الى ان اغلب الموظفين في المؤسسات العمومية مدمنون على استخدام فايسبوك اثناء الدوام و ذلك انهم يستخدمونه لاكثر من 4 ساعات في اليوم بنسبة 15,52%، في حين ان اغلب الموظفين في المؤسسات الخاصة يستخدمون فايسبوك لاقل من ساعتين بنسبة 12,06%، اما في ما يخص ايام الاستخدام وجدنا ان معظم الموظفين في المؤسسات العمومية يستخدمون فايسبوك كل ايام الاسبوع بنسبة 17,24%، في حين ان معظم الموظفين في المؤسسات الخاصة يستخدمونه نهاية الاسبوع بنسبة 13,8%، بالاضافة لمكان استخدام فايسبوك وجدنا ان غالبية الموظفين في المؤسسات العمومية يستخدمون فايسبوك في مكان العمل بنسبة 12,07%، في حين ان غالبية الموظفين في المؤسسات الخاصة يستخدمون فايسبوك في البيت بنسبة 15,52%.
4. شخصنا ظاهرة استخدام الموظفين لفايسبوك اثناء الدوام و حاولنا استخلاص تأثيره على الأداء الوظيفي للموظفين، حيث توصلنا الى أن فايسبوك يؤثر على انضباط اغلب الموظفين في المؤسسات العمومية بنسبة 17,24%، في حين ان اغلب الموظفين في المؤسسات الخاصة لا يؤثر فايسبوك على انضباطهم في العمل بنسبة 15,52%، اما من ناحية مدى مساعدة فايسبوك في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة وجدنا ان اغلب الموظفين في المؤسسات العمومية نادرا ما



يساعدهم فايسبوك في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة بنسبة 15,52%، في حين ان اغلب الموظفين في المؤسسات الخاصة يساعدهم احيانا في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة بنسبة 13,79%، اما من ناحية تحقيق التعاون مع الزملاء وجدنا ان معظم الموظفين في المؤسسات العمومية نادرا ما يساعدهم فايسبوك في تحقيق التعاون بين الزملاء بنسبة 17,24%، في حين ان الموظفين في المؤسسات الخاصة يساعدهم احيانا بنسبة 13,79%، اما من ناحية تسبب استخدام فايسبوك في حدوث مشاجرات مع المواطنين و وجدنا ان اغلب الموظفين في المؤسسات العمومية احيانا ما يتشاجرون مع المواطنين بسبب استخدامهم لفايسبوك اثناء الدوام بنسبة 20,69%، في حين ان اغلب الموظفين في المؤسسات الخاصة نادرا ما يتشاجرون مع المواطنين بنسبة 17,24%.

### ثالثا: مناقشة النتائج المتوصل اليها مع نتائج الدراسات السابقة

#### 1/ أوجه التشابه:

\_\_ توصلت الدراسات السابقة الى ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي الى زيادة في مستوى العمل الجماعي، و هي نفس النتيجة التي توصلنا اليها في المؤسسات الخاصة حيث يساعد فايسبوك الموظفين في تحقيق التعاون مع زملائهم في العمل.

\_\_ توصلت الدراسات السابقة الى ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساعدهم في بناء علاقات مع الزملاء و تحسين العلاقات الاجتماعية، و هي نفس النتيجة التي توصلنا اليها في المؤسسات العمومية حيث يساعد فايسبوك الموظفين في المحافظة على العلاقات الشخصية التي تربطهم.

#### 2/ أوجه الاختلاف:

\_\_ توصلت الدراسات السابقة الى ان استخدام الموظف مواقع التواصل الاجتماعي يكون لأقل من ساعة في اليوم الواحد، في حين أننا في دراستنا توصلنا الى ان استخدام فايسبوك في المؤسسات العمومية يكون لأكثر من 4 ساعات، أما في المؤسسات الخاصة يكون لأقل من ساعتين.

\_\_ توصلت الدراسات السابقة الى ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تمكنهم من تلقي ملاحظات من زملائهم في العمل، في حين اننا توصلنا في دراستنا الى ان الموظفين في المؤسسات العمومية نادرا ما يساعدهم فايسبوك في تحقيق التعاون مع زملائهم في العمل.

\_\_ توصلت الدراسات السابقة الى ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لا تؤثر على العمل، في حين اننا توصلنا في دراستنا الى ان فايسبوك يؤثر على انضباط الموظفين في العمل في المؤسسات العمومية.

\_\_ توصلت الدراسات السابقة الى ان مواقع التواصل الاجتماعي لا تساهم في التواصل و تبادل المعلومات، في حين اننا في دراستنا توصلنا الى ان فايسبوك يساعد الموظفين في المؤسسات الخاصة في اقامة اتصالات فعالة فيما بينهم.

### 3/ الاضافة المقدمة للدراسات السابقة:

حاولنا تقديم اضافات للدراسات السابقة التي تم عرضها في الجانب المنهجي و تتمثل هذه الاضافات في مايلي:

\_\_ قمنا بالمقارنة بين عادات و انماط استخدام فايسبوك أثناء الدوام في المؤسسات العمومية و الخاصة، و مدى تأثيره على الأداء الوظيفي للموظفين في المؤسسات العمومية و الخاصة.

\_\_ قمنا بمعرفة الوسيلة الأكثر استخداما في تصفح فايسبوك من قبل الموظفين في المؤسسات العمومية و الخاصة.

خاتمة

من خلال دراستنا التي انطلقت من التساؤل المطروح في الاشكالية حول تأثير استخدام فايسبوك اثناء الدوام على الموظفين في المؤسسات الجزائرية العمومية و الخاصة، حيث حاولنا المقارنة بين استخدام فايسبوك اثناء الدوام و مدى تأثيره على الاداء الوظيفي للموظفين في المؤسسات العمومية و الخاصة، و توصلنا الى ان الموظفين في المؤسسات العمومية مدمنين على استخدام فايسبوك اثناء الدوام و هذا ما يؤثر سلبا على ادائهم الوظيفي و انضباطهم في العمل و مدى اتقانهم لأعمالهم و انجازها في الوقت المطلوب، في حين ان الموظفين في المؤسسات الخاصة نادرا ما يستخدمون فايسبوك اثناء الدوام، و انما استخدامهم يكون لدوافع معرفية تساعدهم في انجاز اعمالهم و تحقيق التعاون فيما بينهم او من اجل التواصل مع الجمهور الخارجي، و يمكننا القول ان هذا الفرق راجع لكون المؤسسات العمومية تتصف بنوع من التسبب و انعدام الرقابة في الكثير من الأحيان، في حين ان المؤسسات الخاصة تمتاز بدرجة أكثر من الرقابة و الانضباط في العمل.

قائمة

المراجع

قائمة المراجع:

المراجع العربية:

أولاً: المعاجم

(1) الدخيل عبد العزيز عبد الله ، معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية انجليزي عربي، دار المناهج للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2014.

ثانياً: الكتب

(2) ابراش ابراهيم ، المنهج العلمي و تطبيقاته، دار الشروق للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2009.

(3) الجبالي حمزة ، تنمية الاداء الوظيفي و الاداري، دار الاسرة للاعلام و دار عالم الثقافة للنشر، عمان، 2016.

(4) الحراحشة حسين محمد ، ادارة جودة الشاملة و الاداء الوظيفي، دار جليس الزمان، الطبعة الاولى، عمان، 2011.

(5) الحريري سرور محمد ، علم النفس الاداري، دار القلم للطباعة و النشر و التوزيع، الطبعة الاولى، بيروت، 2018.

(6) الخزاولة عقله مجلي عبد الله ، الصراع بين القيم الاجتماعية و القيم التنظيمية في الادارة التربوية، دار الحامد للنشر و التوزيع، دون طبعة، عمان، 2009.

(7) الدليمي حسن عصام ، البحث العلمي أسسه و مناهجه، دار الرضوان للنشرة و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2014.

(8) العزاوي رحيم يونس كرو ، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2008.

(9) العسكري عبود عبد الله ، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار النمير، الطبعة الأولى، دمشق، 2002.

(10) الصيرفي محمد ، قياس و تقويم اداء العاملين، مؤسسة حورس الدولية للطباعة و النشر و التوزيع، الطبعة الاولى، الاسكندرية، 2011.

(11) الطائي يوسف حجيم، العبادي هشام فوزي، مناهج البحث العلمي للبحوث الاعلامية و الادارية و الانسانية، دار الايام للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2016.

- (12) الطيب عبد القادر احمد العبيد ، فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام، دار البداية ناشرون و موزعون، الطبعة الأولى، عمان، 2017.
- (13) القرالة عصمت سليم ، الحكمانية في الأداء الوظيفي، دار جليس الزمان للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011.
- (14) الكلالده طاهر محمود ، استراتيجيات ادارة الموارد البشرية، دار عالم للثقافة، الطبعة الاولى، عمان، 2011.
- (15) المحاسنة ابراهيم محمد ، ادارة و تقييم الاداء الوظيفي بين النظرية و التطبيق، دار جرير، الطبعة الاولى، البحرين، 2013.
- (16) النعيمي محمد عبد العال ، طرق و مناهج البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2015.
- (17) بن ابراهيم الشاعر عبد الرحمان ، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الانساني، دار الصفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2014.
- (18) بن سمشة امال ، الأداء البشري بالإدارة المحلية، مركز الكتاب الاكاديمي، الطبعة الأولى، سوق أهراس، 2018.
- (19) بن مرسي احمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، دون طبعة، بن عكنون، 2003.
- (20) بوحوش عمار ، الذنبيات محمد محمود ، مناهج البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثامنة، بن عكنون، 2016.
- (21) حجازي ابراهيم علي ، التكامل بين الاعلام التقليدي و الجديد، دار المعتز للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، 2017.
- (22) خليفة ايهاب ، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، دار العربي للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، القاهرة، 2016.
- (23) خيرى اسامة ، مناهج البحث العلمي، دار الراية للنشر و التوزيع، عمان، 2016.
- (24) درويش محمود أحمد ، مناهج البحث في العلوم الانسانية، مؤسسة الأمة العربية للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2018.
- (25) دشلي كمال، منهجية البحث العلمي، مديرية الكتب و المطبوعات الجامعية، منشورات جامعة حماة، سوريا، 2016.
- (26) رفعت محمد مصطفى ، الرأي العام في الواقع الافتراضي بين قوة النشاط الالكتروني و حدود التعبئة الافتراضية، دار العربي للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2018.

- 27) سعيد عاشور نادية ، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر و التوزيع، قسنطينة، 2017.
- 28) سلوم جواد علي و آخرون، اساسيات و مناهج اختيار الفرضيات، تصميم التجارب، دار الرواد، الطبعة الأولى، الأردن، 2014.
- 29) سيد ريان محمد ، الفاييبوك و الثورة المصرية، دار الجمهورية للصحافة، الطبعة الأولى، القاهرة، 2013.
- 30) شقرة على خليل ، الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2014.
- 31) عاشور عبد العزيز رانده ، دور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الاعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية، المكتب العربي للمعارف، الطبعة الاولى، القاهرة، 2015.
- 32) عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، دار الشروق للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2008.
- 33) عبد الغفار فيصل محمد ، شبكات التواصل الاجتماعي، الجنادرية للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، الاردن، 2015.
- 34) عبد الله كريم فاروق ، الاستحسان و نماذج من تطبيقاته في الفقه الاسلامي، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع، بيروت، 2011.
- 35) عبد المجيد ابراهيم مروان ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2000.
- 36) عبد المومن علي معمر ، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية: الأساسيات و التقنيات و الأساليب، المجموعة العربية للتدريب و النشر، الطبعة الأولى، القاهرة، 2008.
- 37) عبد المنعم شعيب محمد ، إدارة المستشفيات: منظور تطبيقي: الإدارة المعاصرة: تقييم الأداء: الجودة الشاملة: اعتماد المستشفيات: الجزء السابع، دار النشر للجامعات، الطبعة الاولى، القاهرة، 2014.
- 38) عبيدات محمد ، منهجية البحث العلمي القواعد و المراحل و التطبيقات، دار وائل للطباعة و النشر، الطلعة الثانية، عمان، 1999.
- 39) عطوي فوزي و آخرون، الاساليب الحديثة لتقييم اداء العاملين في المصارف و تخطيط المسار الوظيفي، اتحاد المصارف العربية، دون طبعة، الاسكندرية، 1993.
- 40) عليان ربحي مصطفى ، مناهج و اساليب البحث العلمي بين النظرية و التطبيق، دار الصفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2000.



- 41) عوض صابر فاطمة ، أسس و مبادئ البحث العلمي، مكتبة و مطبعة الاشعاع الفنية، الطبعة الأولى، جامعة الاسكندرية، 2002.
- 42) فالخ صالح محمد ، ادارة الموارد البشرية مدخل تطبيقي، دار الحامد للنشر و التوزيع، الطبعة الثالثة، عمان، 2014.
- 43) قنديلجي عمار ، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 1995.
- 44) مبروك ابراهيم السعيد ، التعايش الثقافي و تحديات العصر رؤية لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز تفاعل الثقافات في العصر الرقمي، مكتبة الوفاء القانونية، الطبعة الاولى، الاسكندرية، 2015.
- 45) محجوب وجيه ، البحث العلمي و مناهجه، دار المناهج للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2005.
- 46) محمود المغربي محمد الفاتح ، ادارة الموارد البشرية، دار الجنان للنشر و التوزيع، دون طبعة، عمان، 2016.
- 47) مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الاميركية الناعمة، الطبعة الاولى، بيروت، 2016.
- 48) معيرش موسى ، المعرفة و البحث العلمي مدخل إلى المنهجية العامة، دار الكتاب الحديث للنشر و التوزيع، الطلعة الأولى، القاهرة، 2009.
- 49) نصر الله عمر ، مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها، دار وائل للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2019.
- 50) هتيمي حسين محمود، العلاقات العامة و شبكات التواصل الاجتماعي، دار اسامة للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2015.
- 51) وديع العززي، الاعلام الجديد مفاهيم و نظريات، دار المناهج للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2015.

#### ثالثا: الكتب المترجمة

- 52) Ravi , gupka، وسائل التواصل الاجتماعي و تأثيرها على المجتمع، ترجمة: عاصم سيد عبد الفتاح، ، المجموعة العربية للتدريب و النشر، الطبعة الاولى، القاهرة، 2017.

#### رابعاً: الدراسات و الرسائل الجامعية

- 53) الوافي الطاهر، التحفيز و أداء الممرضين، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة قسنطينة 2، 2013/2012.
- 54) بن باير حبيب و آخرون، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية،، مذكرة ماجستير، في إدارة الأعمال، جامعة وهران 2، 2015/2014.
- 55) بن سليمان معتوق خالد ، اتجاهات استخدام قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعي، ( دراسة تحليلية )، 2013/2012.
- 56) بوخونفة عبد الوهاب ، المدرسة، التلميذ والمعلم، تكنولوجيا الاعلام و الاتصال: التمثل و الاستخدامات، أطروحة دكتوراه، في الدولة في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2007/2006.
- 57) بوشبوط سارة، حسناوي خديجة، اثر الدورات التدريبية على اداء العاملين بالمكتبات الجامعية، مذكرة ماستر، تخصص علم المكتبات، جامعة قالمة، 2017/2016.
- 58) بو عمر سهيلة، الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، مذكرة ماجستير في علم النفس، جامعة بسكرة، 2014/2013.
- 59) حسين ليلي ، اتجاهات الطلبة نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ( فايسبوك ، تويتر)، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015/2014.
- 60) جمعة صبحي أبو راشد هتاف ، مبدأ المساواة في تولى الوظيفة العامة بين النظرية و التطبيق، دراسة مقارنة، مكتبة القانون و الاقتصاد، الطبعة الأولى، الرياض، 2014.
- 61) سعو مصطفى و آخرون، تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية للشباب الجزائري، مذكرة ماستر، تخصص تكنولوجيا الاعلام و المجتمع، جامعة قالمة، 2016/2015.
- 62) مداح يوسف ، فئات المؤسسات العمومية في الجزائر، مذكرة ماستر في القانون، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2016/2015.

#### خامساً: المجالات

- 63) مجلة البشائر الاقتصادية، بشار، العدد الثاني، 2015.
- 64) مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، غليزان، العدد الرابع، 2018.
- 65) مجلة بابل العلوم الانسانية، العراق، العدد 4، 2016.
- 66) مجلة جامعة تشرين، سوريا، العدد الأول، 2009.
- 67) مجلة جامعة دمشق، الأردن، العدد الأول + الثاني.

سادسا: مواقع الانترنت و المدونات

68)وائل مبارك خضر فضل الله، أثر فايسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، الطبعة الاولى، الخرطوم، 2012.

- (69) <https://www.academia.edu/29616133> ، 2019/01/10 سا 20:01.
- (70) <https://www.aljazeera.net> ، 2019/06/14 سا 18:20.
- (71) <https://alkhaleejonline.net> ، 2019/05/10 ، سا 14:05.
- (72) <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar> ، 2019/04/20 سا 08:19.
- (73) <http://www.arabrcrc.org/getattachment> ، 2019/01/03 سا 09:01.
- (74) <http://audience-studies.over-blog.com/article-32639333.html> ، 2019/05/20 سا 07:13.
- (75) <https://www.dimofinf.net/blog/s/491> ، 2019/05/11 سا 08:08.
- (76) <http://www.elbilad.net> ، 2019/05/18 سا 13:40.
- (77) <https://www.expandcart.com/ar> ، 2019/05/11 سا 11:01.
- (78) <https://fr.slideshare.net> ، 2019/06/11 سا 15:10.
- (79) <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/123651> ، 2019/01/12 سا 16:30.
- (80) <https://www.linkedin.com/pulse> ، 2019/06/11 سا 15:20.
- (81) <https://www.socialbakers.com> ، 2019/06/10 سا 21:26.
- (82) <https://socialgi.info/archives/608/> ، 2019/05/08 سا 13:34.
- (83) <https://www.vapulus.com/ar/2019-facebook-> ، 2019/02/01 سا 20:45.
- (84) <https://www.wakteldjazair.com> ، 2019/06/13 سا 23:14.
- (85) <https://ar.wikipedia.org/wiki> ، 2019/06/26 سا 00:13.

المراجع الأجنبية:

أولا: الرسائل و الدراسات الجامعية

- 86)John Jirah Mugaza, **The Impact of Social Media Use on the Productivity of Employees in Private Universities in Kenya: A Case Study of the United States International University**

**Africa** , A Research Project Report Submitted to the Chandaria School of Business in Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of Masters of Business Administration (MBA) , UNITED STATES INTERNATIONAL UNIVERSITY- AFRICA, 2018.

87) Mlle. NACERI SAFIA , Mlle. ALLAL NESRINE , **L'impact des réseaux sociaux sur l'image de marque d'une entreprise**, Mémoire de fin de Cycle Pour l'obtention du diplôme de master en Sciences Commerciales, Marketing, UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA, 2015/2016.

ثانيا: المجلات

88) African journal of business management, Volume 20, Issue 3, Ghana, 2017.

89) International Journal of Engineering Research and General Science, Volume 4, Issue 6, Sri Lanka, 2016.

90) Journal of Internet applications and management, Volume 9, Issue 1, Turkey, 2018.

91) Journal of marketing and consumer, Malaysia, 2018 .

92) International Journal of Computer Applications Technology and Research, Volume 5– Issue 2, India, 2016.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الإتصال و علم المكتبات

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

الموضوع:

تأثير استخدام فايسبوك أثناء الدوام على الأداء الوظيفي

للموظفين في المؤسسات الجزائرية

دراسة مقارنة بين المؤسسات العمومية و الخاصة

إشراف الأستاذ

\_ مبارك زودة

إعداد الطلبة:

\_ كردوسي صلاح الدين

\_ أومدور مهدي

\_ مراني مريم

ملاحظة: المعلومات الواردة في الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا في الغرض العلمي.

السنة الجامعية: 2018/2019

## البيانات الشخصية

1/ النوع:  ذكر  أنثى

2/ الفئة العمرية:

- من 18 إلى 28 سنة

- من 28 إلى 38 سنة

- من 38 إلى 48 سنة

- 48 سنة فأكثر

3/ الخبرة المهنية:

- أقل من 5 سنوات

- من 5 إلى 10 سنوات

- أكثر من 10 سنوات

4/ نوع المؤسسة  مؤسسة عمومية  مؤسسة خاصة

مؤسسة مختلطة (عمومية و خاصة)

5/ المؤسسة:

.....

المحور 1: دوافع و عادات و أنماط إستخدام الموظفين للفايسبوك

1/ منذ متى و أنت تستخدم موقع فايسبوك ؟

0\_\_2 سنوات

2\_\_4 سنوات

أكثر من 4 سنوات

2/ ماهي الأيام التي تستخدم فيها فايسبوك ؟

كل أيام الأسبوع  نهاية الأسبوع

بعض الأيام ( ثلاثاء . أربعاء . خميس ) .....

3/ لما تستخدم فايسبوك فكم من وقت تقضيه في الإستخدام ؟

أقل من ساعتين  من 2 إلى 4 ساعات

أكثر من 4 ساعات

4/ ماهي الوسيلة التي تستخدم منها فايسبوك ؟

الحاسوب المكتبي  الحاسوب المحمول  الهاتف الذكي

كل الخيارات

5/ ما المكان الذي تتصفح فيه حسابك في فايسبوك ؟

البيت

مكان العمل

في الفضاء العمومي (مقاهي الإنترنت، الأماكن العمومية،....)

كل الخيارات

6/ تستخدم فايسبوك من خلال خط إنترنت ؟

الإنترنت منزلية (ADSL)

الإنترنت المحمولة ( 3g.4g )

كلا النوعين الإنترنت منزلية و المحمولة



7/ لماذا تستخدم فيسبوك ؟

دوافع معرفية

دوافع إجتماعية

دوافع ترفيهية

دوافع أخرى تذكر.....

المحور 2 : طرق ومعايير قياس آدائك الوظيفي في مؤسستك

1/ كيف يساهم استخدامك للفيسبوك في تحسين ادائك الوظيفي؟

زيادة انتاجية المؤسسة

زيادة الابداع الوظيفي

تأدية المهام بسرعة

تحقيق الميزة التنافسية

2/ هل يساعدك استخدامك للفيسبوك في تحقيق التعاون مع زملائك في العمل؟

دائما

أحيانا

نادرا

3/ هل يؤثر الفيسبوك على انضباطك في العمل؟

نعم

لا

4/ هل يساعدك الفيسبوك في تلبية حاجات المواطنين بدقة و سرعة؟

دائما

أحيانا

نادرا

5/ هل يساعدك الفايسبوك في إقامة اتصالات فعالة مع زملائك في العمل؟

نعم

لا

6/ هل يساهم الفايسبوك في حل مشاكلك في العمل

دائما

أحيانا

نادرا

المحور 3 : تأثير الفايسبوك على آدائك الوظيفي

1/ أستخدم فيسبوك أثناء الدوام:

حين أنتهي من تأدية المهام الموكلة إلي

في وقت الفراغ.

لمتابعة أخبار مهمة.

كل ما سبق.

2/ إذا، تستخدم فيسبوك أثناء الدوام؟

دائما

أحيانا

نادرا

3/ من أي وسيلة تتصفح فيسبوك أثناء الدوام؟

الهاتف الذكي

الحاسوب المكتبي

الجهاز اللوحي

كل ما سبق

4/ لما تكون منهمكا في إستخدام فيسبوك ويأتيك عمل طارئ، فكيف تتصرف؟

أتم تصفحي ثم أقوم بتأدية هذا العمل

أبقى منهمكا في تصفح فيسبوك

أخرج من حسابي بصفة مؤقتة

أخرج من حسابي بصفة نهائية

5/ بعض من أصدقائي في فيسبوك هم زملائي في العمل، لأن ذلك:

يساعدني في تأدية مهامي.

لتطوير العلاقات الوظيفية مع الموظفين.

للمحافظة على العلاقات الشخصية التي تربطني بهم.

كل ما سبق.

لا أملك أي صديق في فيسبوك من زملائي في العمل.

6/ كيف يتعامل معك مسؤولك لما يعلم أنك تستخدم فيسبوك أثناء الدوام؟

ينصحنى بالتقليل من إستخدامه

ينصحنى بعدم إستخدامه بتاتا

يوبخني شفها

يقوم بإنذاري كتابيا

يقوم بتقديم إستفسار لي .

7/ هل سبق وأن تجادلت مع أحد من زملائك بسبب إستخدامك للفيسبوك أثناء الدوام؟

دائما

أحيانا

نادرا

8/ هل سبق وأن تشاجرت مع أحد المواطنين بسبب إستخدامك للفيسبوك أثناء الدوام؟

دائما

أحيانا

نادرا

العبرة	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
1- بعد إستخدامي للفايسبوك أثناء الدوام أصبح أدائي متدني.					
2- إستخدام الفاييسبوك أثناء الدوام يؤثر معنويا في الإلتزام الوظيفي و الإلمام بالمهام.					
3- إستخدام الفاييسبوك أثناء الدوام يجعلني أقرب للمواطنين و أحل مشاكلهم بسرعة.					
4- يساهم الفاييسبوك في تقليل الإحتكاك بالمواطنين					
5- يعتبر الفاييسبوك عامل أساسي في التغلب على العقبات التي تحول دون خدمة المواطنين.					

					6- إستخدام فايسبوك أثناء الدوام كان سببا في تأخر ترقياتي أو حرمانى منها.
					7- إنغماس الموظفين بإستخدام فايسبوك تسبب في تزايد شكاوى المواطنين
					8- إستخدامى للفايسبوك يسبب إضطرابات داخلية في مؤسستى
					9- يساهم الفايسبوك في التنسيق بين الوظائف مع زملاءك داخل مؤسستك.
					10- إستخدام الفايسبوك أثناء الدوام سبب في إنتقال الشائعات بين الموظفين.
					11- لا يمكن الإستغناء عن الفايسبوك أثناء الدوام لأهميته الكبيرة في إنجاز الأعمال.
					12- إدخال الفايسبوك في الوسائل الإتصالية للمؤسسة يحسن من صورتها لدى جمهورها الخارجى.
					13- لا يعاقبنى مسؤولى لما يعلم باستخدامى للفايسبوك أثناء الدوام.
					14- إستخدام الفايسبوك يساهم في مواجهة أزمات المؤسسة
					15- إستخدامى للفايسبوك لفترة قصيرة للترفيه يحسن من حالتك النفسية و يقلل الضغوطات ويزيد من فعاليتى في العمل.
					16- يجب أن لا يعلم مسؤولى بإستخدامى للفايسبوك أثناء الدوام.

**نبذة عن شركة اتصالات الجزائر**

وعيا منها بالتحديات التي يفرضها التطور المذهل الحاصل في تكنولوجيات الإعلام و الاتصال، باشرت الدولة الجزائرية منذ سنة 1999 بإصلاحات عميقة في قطاع البريد و المواصلات. و قد تجسدت هذه الإصلاحات في سن قانون جديد للقطاع في شهر أوت 2000. جاء هذا القانون لإنهاء احتكار الدولة على نشاطات البريد و المواصلات و كرس الفصل بين نشاطي التنظيم و استغلال و تسيير الشبكات. و تطبيقا لهذا المبدأ، تم إنشاء سلطة ضبط مستقلة إداريا و ماليا و متعاملين، أحدهما يتكفل بالنشاطات البريدية و الخدمات المالية البريدية متمثلة في مؤسسة " بريد الجزائر " و ثانيهما " بالاتصالات متمثلة في " اتصالات الجزائر

و في إطار فتح سوق الاتصالات للمنافسة تم في شهر جوان 2001 بيع رخصة لإقامة و استغلال شبكة للهاتف النقال و أستمتر تنفيذ برنامج فتح السوق للمنافسة ليشمل فروع أخرى، حيث تم بيع رخص تتعلق و شبكة الربط المحلي في المناطق الريفية. كما شمل فتح السوق كذلك الدارات الدولية VSAT بشبكات في 2003 و الربط المحلي في المناطق الحضرية في 2004. و بالتالي أصبحت سوق الاتصالات مفتوحة تماما في 2005، و ذلك في ظل احترام دقيق لمبدأ الشفافية و لقواعد المنافسة. و في نفس الوقت، تم الشروع في برنامج واسع النطاق يرمي على تأهيل مستوى المنشآت الأساسية اعتمادا على تدارك التأخر المتراكم

**أهدافها**

ثلاث أهداف أساسية يعتمد عليها مجمع اتصالات الجزائر سطرت إدارة مجمع اتصالات الجزائر في برنامجها منذ البداية ثلاث أهداف أساسية تقوم عليها الشركة وهما

**• الجودة****• الفعالية****• نوعية الخدمات**

وقد سمحت هذه الأهداف الثلاثة التي سطرته اتصالات الجزائر ببقائها في الريادة وجعلها المتعامل رقم واحد في سوق الاتصالات بالجزائر

**الإطار القانوني**

اتصالات الجزائر، مؤسسة عمومية ذات أسهم برأس مال تنشط في سوق الشبكة وخدمات SPA . الاتصالات السلكية و اللاسلكية بالجزائر . تأسست وفق قانون 03/2000 المؤرخ في 05 أغسطس أوت سنة 2000 المحدد للقواعد العامة للبريد بتاريخ 01 مارس (CNPE) و المواصلات ، فضلا عن قرار المجلس الوطني لمساهمات الدولة 2001 الذي نص على إنشاء مؤسسة عمومية إقتصادية أطلق عليها اسم " اتصالات الجزائر ". وفق هذا المرسوم الذي حدد نظام مؤسسة عمومية إقتصادية تحت صيغة قانونية لمؤسسة ذات أسهم براسمال اجتماعي دينار جزائري و المسجلة في المركز السجل التجاري يوم 11 ماي 2002 المقدر ب 0018083 B ب 50.000.000.000 دج . تحت رقم 02

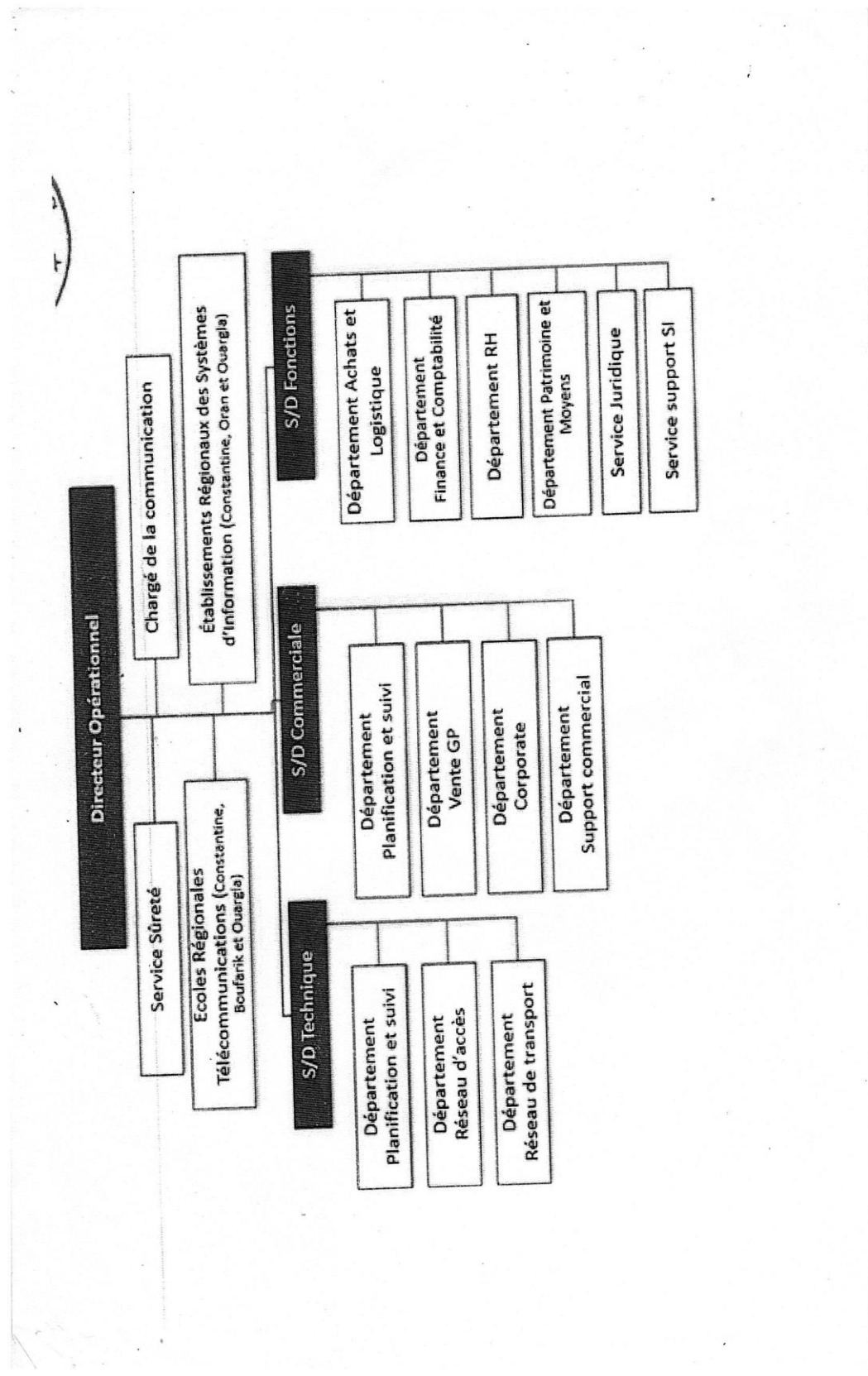
**قانون 03/2000 وميلاد اتصالات الجزائر**

نص القرار 2000/03 المؤرخ في 05 أوت 2000 عن استقلالية قطاع البريد و المواصلات حيث تم بموجب هذا القرار إنشاء مؤسسة بريد الجزائر والتي تكفلت بتسيير قطاع البريد، وكذلك مؤسسة اتصالات الجزائر التي حملت على عاتقها مسؤولية تطوير شبكة الاتصالات في الجزائر، إذ وبعد هذا القرار أصبحت اتصالات الجزائر مستقلة في تسييرها عن وزارة البريد هذه الأخيرة أوكلت لها مهمة المراقبة

لتصبح اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم برأس مال اجتماعي تنشط في مجال الاتصالات. بعد أزيد من عامين وبعد دراسات قامت بها وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال تبعت القرار 200/03، أضحت اتصالات الجزائر حقيقة جسدت سنة 2003

### **01 جانفي 2003 الانطلاقة الرسمية لمجمع اتصالات الجزائر**

كان على اتصالات الجزائر و إطاراتها الانتظار حتى الفاتح من جانفي سنة 2003 لكي تبدأ الشركة في إتمام مشوارها الذي بدأته منذ الاستقلال. لكن بروى مغايرة تماما لما كانت عليه قبل هذا التاريخ ، حيث أصبحت الشركة مستقلة في تسييرها على وزارة البريد، ومجبرة على إثبات وجودها في عالم ليرحم، فيه المنافسة شرسة البقاء فيها للأقوى والأجدر خاصة مع فتح سوق الاتصالات على المنافسة



T



**المطلب الأول: مفهوم البلدية:**

عرف المشرع البلدية بموجب المادة الأولى من القانون رقم (90-08) المؤرخ في 17:أفريل 1990 للتعليق بقانون البلدية : (( البلدية هي الجماعة الإقليمية الأساسية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.)) (وعرفها قانون البلدية لسنة 1967 بأنها: (( البلديّة هي الجماعة الإقليمية السياسية والإدارية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية الأساسية)). للبلدية مكانة مهمة في التنظيم الإداري للدولة الحديثة حيث تتمتع بخصائص عديدة منها:

- البلدية مجموعة إقليمية يوجد بين مواطنيها مصالح مشتركة مبنية على حقائق تاريخية واقتصادية.
- البلدية مجموعة لامركزية أنشئت وفقا للقانون وتتمتع بالشخصية المعنوية.
- البلدية مقاطعة إدارية للدولة مكلفة بضمان السير الحسن للمصالح العمومية البلدية.

ومن خلال ما سبق ذكره يتجلى لنا الدور الأساسي للتنظيم البلدي في الجزائر وعليه يجب الاطلاع على ماضي وواقع هذا التنظيم ومن أجل ذلك يجب دراسة المراحل التي مرت بها .

**المطلب الثاني: مراحل تطور نظام البلدية:****1- البلدية في المرحلة الاستعمارية (1830-1962) :**

كانت البلدية أداة لفرض الهيمنة وخدمة العنصر الأوروبي فالبلديات المختلطة كانت كما جاء في بيان الأسباب لقانون البلدية كان يديرها موظف من الإدارة الاستعمارية وهو متصرف المصالح المدنية يساعده موظفون جزائريون وهم القواد' وتساعد لجنة بلدية تتكون من أعضاء أوروبيين منتخبين وبعض الجزائريين المعينين وذلك ابتداء من 1919 إلى جانب البلديات المختلطة وجدت بعض البلديات ذات التصرف التام في المناطق التي يسكنها أغلبية أوروبية وهذه البلدية ما هي إلا أداة لخدمة الإدارة الفرنسية.

**2- البلدية في المرحلة الانتقالية (1962-1967) :**

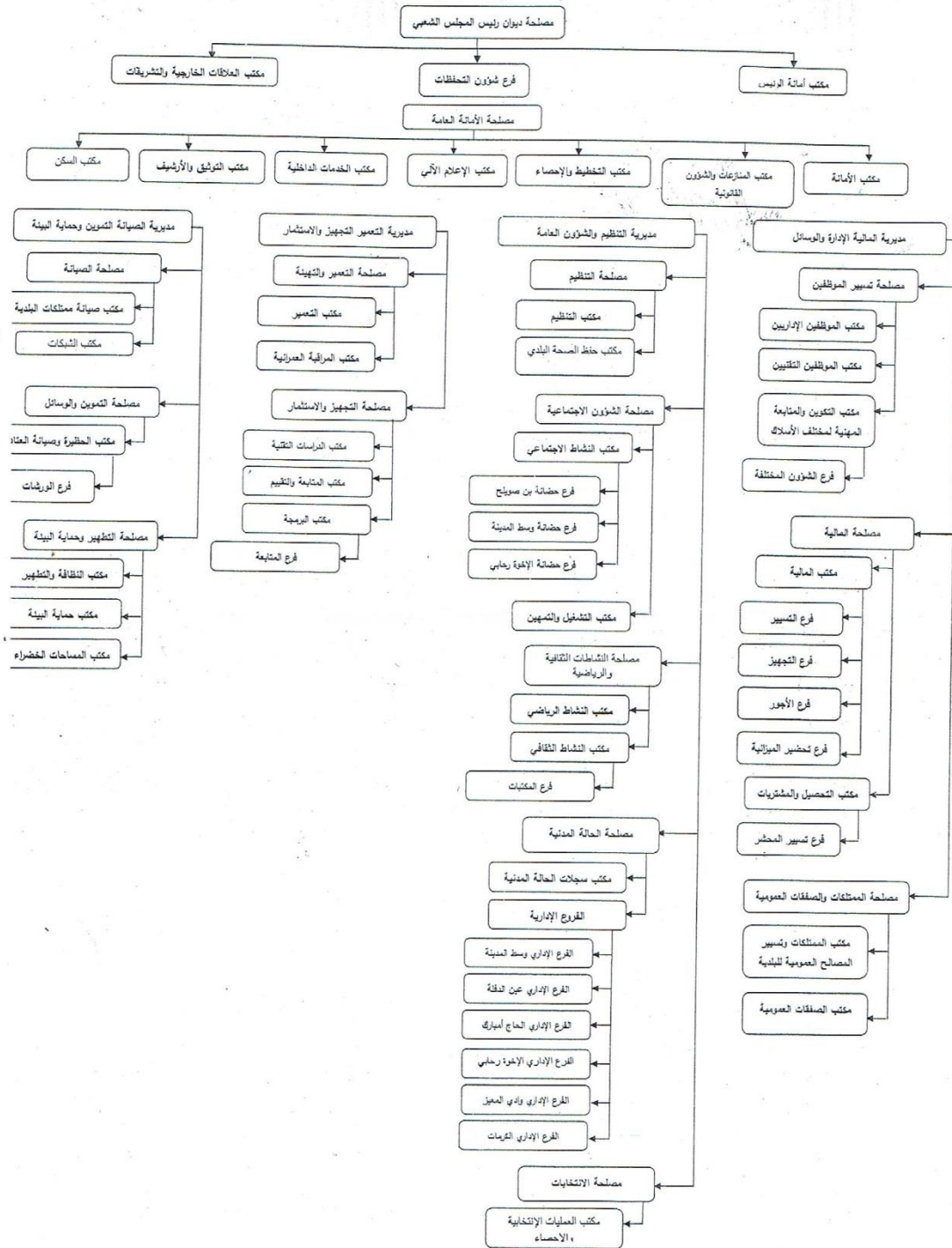
لقد فرض الفراغ الذي تركته الإدارة الفرنسية على السلطة آنذاك على إنشاء لجان تتولى مهمة تسيير شؤون البلدية يقودها رئيس عهدت إليه مهام رئيس البلدية، وكذلك قامت السلطة بتخفيض عدد البلديات ليصل إلى 676 وهذه المرحلة أطلق عليها مرحلة التجميع، أصبح متوسط عدد السكان 180 ألف ساكن بعد أن كان أثناء الاستعمار 1535 بلدية اصطفتها السلطة الفرنسية لفرض هيمنتها. وبهدف مساعدة البلديات على القيام بمهامها تم إنشاء لجان أخرى وهي لجنة التدخل الاقتصادي والاجتماعي ( CIES ) والمجلس البلدي لتنشيط القطاع الاشتراكي ( CCAS ) وتضم اللجنة الأولى ممثلين عن السكان وتقنيين ويتمثل دورهم في تقديم آراء حول مشروع الميزانية، وغير أن هذه اللجان لم يتم تنصيبها في كثير من المناطق، أما المجلس الثاني فقد كان يضم ممثلين من الإتحاد العام للعمال الجزائريين وممثلين عن الحزب وعن الجيش مهمته الأساسية هي: تنظيم ومتابعة المشاريع المسيرة ذاتيا.

**3- مرحلة التفكير في إنشاء قانون البلدية:**

لقد كان لدستور 1963 وميثاق الجزائر وميثاق طرابلس بالغ الأثر في إبراز مكانة البلدية على المستوى الرسمي والاعتراف بدورها الطلائعي وأهم الأسباب التي دفعت السلطة آنذاك إلى ضرورة الإسراع في التفكير وإصدار قانون للبلدية:

- خضوع البلديات أثناء الفترة الاستعمارية للنظام القانون الفرنسي مما أجبر السلطة إلى ضرورة التعجيل بإصلاح المؤسسات الموروثة ومنها البلدية.
- عدم مواكبة هذه النصوص لفلسفة الدولة المستقلة والتي تبنت الاتجاه الاشتراكي بحسب النصوص الرسمية.

الهيكل التنظيمي لبلدية قالمة



المبحث الأول: التعريف بمجمع محمد عبيدي:

المطلب الأول: تعريف المجمع وتطوره:

1-تعريف بمجمع محمد عبيدي بقالة:

مجمع عبيدي مؤسسة تأسست من طرف محمد عبيدي سنة 2001، مقره على الطريق الوطني رقم 26 بسدراتة بلخير ولاية قلمة، حيث أنه يقع على الشمال الشرقي للولاية بحوالي 06 كلم، يحدها من الشمال بلدية خنزارة، ومن الشرق أراضي زراعية، ومن الغرب بلدية بلخير، ومن الجنوب مدينة قلمة، وتقدر المساحة الإجمالية للمجمع ب 22500 متر مربع، وقد تم البدء في هذا النشاط برأس مال قدره 115 مليار، حيث وفر 350 منصب عمل في المؤسسات الأربعة و التي تضم:

- مطاحن القمح اللين (مطاحن لحسن عبيدي).
- وحدة لصناعة الأكياس البلاستيكية.
- مطاحن القمح اللين (kimo) و مصبرات الطماطم الغذائية (zimba).

2- تطور المجمع :

بعد الأبحاث و الدراسات التمهيدية لإعداد المشروع من بينها التركيز على المنطقة الجغرافية من الناحية الجيولوجية و دراسة إمكانية التمويل، و طبقا لهذه الدراسات قد تقرر إنشاء مجمع عبيدي، وتم انجاز المهام الخاصة من طرف عدة مهندسين محليين، وتم البدء في بناء أول وحدة (مطاحن لحسن عبيدي ) لرحي القمح اللين في ماي 2001، أما تاريخ بداية إنتاج هذا المشروع فكان في افريل 2002 حيث أن المساحة التي خصصت لهذه الوحدة هي 3500 متر مربع وتم بناء جزء منها ب 1000 متر مربع وتقدر طاقته الإنتاجية المثبتة ب 350 طن يوميا و العادية ب 320 طن.

و في بداية ماي 2007 بدأ في دراسة وحدة جديدة لصنع الأكياس المنسوجة البلاستيكية تحت اسم (kimo).

ومع مرور الوقت لاحظ صاحب المجمع أن الطلبات على الإنتاج في تزايد مستمر، وكان تسويق منتجاته بشكل جيد فقرر زيادة وحدة أخرى تابع للوحدة الأولى مطاحن لحسن عبيدي وذلك في أوت 2008 وتراوح مساحة هذا الفرع 7000 متر مربع.

ومع التطور الذي عرفته منتجات محمد عبيدي، وتزايد الطلب عليها، ظهرت فكرة فتح وحدة لصنع المصبرات الغذائية، وكان هذا في 2010 حيث تم البدء في الإنتاج أوت 2011 لصناعة الطماطم والمريسة، تحت تسمية هذه المنتجات ب (zimba) نسبة إلى المنطقة الجغرافية الموجود فيها المجمع.

مع العلم أن هذا المنتج تم البدء فيه باسم (zimba) التابع لوحدة مطاحن لحسن لعبيدي لكن كانت عبارة عن جزء صغير وإنتاج قليل إلى غاية فتح الوحدة الخاصة بالمصبرات الغذائية، وهي الآن تابعة لوحدة المصبرات الغذائية.

#### المطلب الثاني: طبيعة نشاط المجمع وأهدافه

1- من حيث النشاط: مجمع عبيدي هو قطب اقتصادي في ولاية قلمة يعتبر من أهم المؤسسات ذات

الطابع الخاص ويكمن نشاط هذه المؤسسة في:

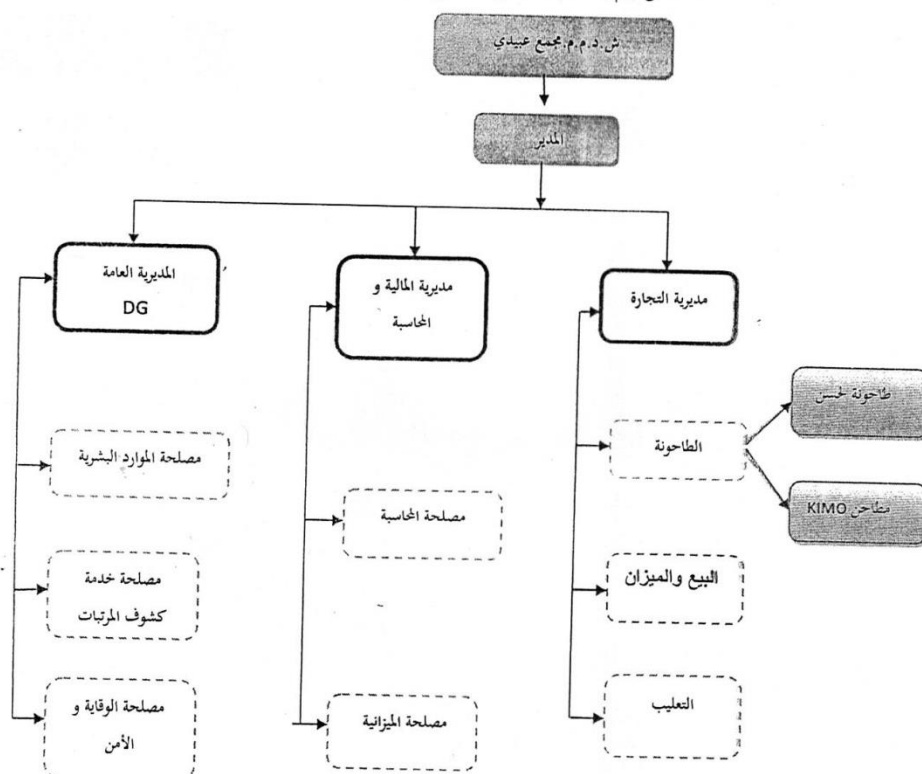
- توفير كل المتطلبات الصناعية التي يحتاجها الفرد في حياته اليومية.
- تنمية نشاط الولاية من الناحية الاقتصادية.

2- من حيث الأهداف: مجمع عبيدي يهدف إلى:

- تحقيق أكبر قدر ممكن من المبيعات، وبالتالي تحقق أكبر ربح ممكن.
- الاستيلاء على أكبر حصة سوقية في الولاية.
- البقاء والنمو والاستمرار.
- العمل على تحسين منتجاتها.
- تلبية الطلب المتزايد على منتجات المؤسسة.

عرض الهيكل التنظيمي:

الشكل رقم (1-2): هيكل تنظيمي لمؤسسة محمد عبيدي.



للصدر: وثائق داخلية لمؤسسة محمد عبيدي، بقالة.

### التعريف بالمجمع الصناعي "عمر بن عمر"

سننظر من خلال هذا المبحث لتعريف عام بالمجمع محل الدراسة وذلك من خلال التعريف على نشأته وجميع الوحدات التابعة له، كما سننوقف على الأهداف التي يسعى المجمع لتحقيقها ثم نتعرف على مكونات الهيكل التنظيمي للمجتمع.

#### المطلب الأول: لمحة تاريخية، أهداف والهيكل التنظيمي لمجمع الصناعي "عمر بن عمر"

سنقوم في هذا المطلب بتقديم كل من لمحة وأهداف والهيكل التنظيمي لمجمع "عمر بن عمر" بالتفصيل.

#### الفرع الأول: لمحة تاريخية عن المجمع الصناعي "عمر بن عمر".

تقع مؤسسة عمر بن عمر في الشمال الشرقي لولاية قالمة ببلدية الفجوج التي تبعد عن الولاية بحوالي 05 كلم، ولقد أنشأت من قبل الأب: "عمر بن عمر"، ثم بعد ان تولى ابنه "محمد العيد بن عمر" الإشراف عليها قام بتجديدها وإدخال تحديثات عليها، من خلال جلبه لمعدات وألات متطورة إيطالية وألمانية الصنع، بالإضافة إلى عمله على توسيع مساحة المؤسسة، ويعود أول تاريخ بداية المؤسسة إلى 1984 ومنذ ذلك الوقت وهي اخذة في التطوير حتى وقتنا الحالي، حيث بلغ رقم أعمالها 20 مليار دينار جزائري بقوة يد عاملة بلغت 1656 عامل وذلك حسب الاحصائيات المعلن عليها سنة 2014، وهي تتكون اليوم من اربع وحدات وهي:

- مؤسسة مطاحن "عمر بن عمر" ببلدية الفجوج.
- مؤسسة العجائن "عمر بن عمر" ببلدية الفجوج.
- مؤسسة المصبرات "عمر بن عمر" ببلدية بوعاتي محمود.
- مؤسسة التنمية الفلاحية مشاتل صناعية "عمر بن عمر" ببلدية الفجوج.

وفيما يلي جدول تفصيلي لكل هذه الوحدات التابعة للمجمع، حيث يشمل التعريف بكل وحدة نشاطها ومنتجاتها:

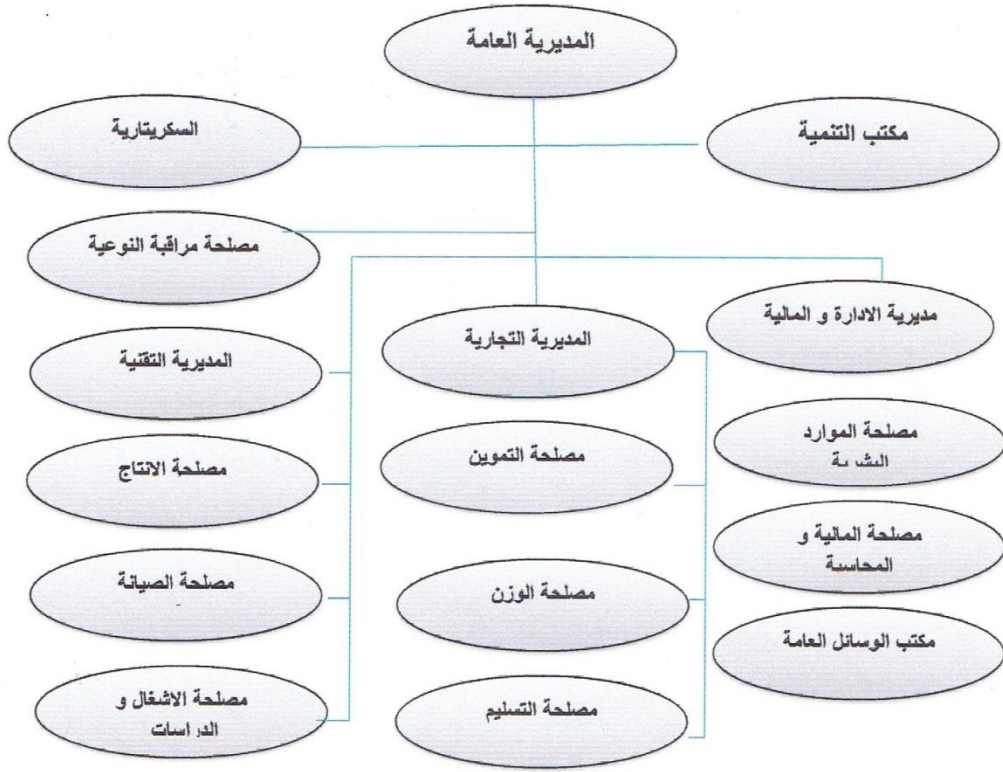
الوحدة	التعريف بها	نشاطها	المنتج
مؤسسة مطاحن عمر بن عمر MAB	بدأت نشاطها في جوان 2002، وهي مؤسسة ذات مسؤولية محدودة برقم اعمال: 4937846000 دج وبمساحة عقارية قدرت ب 70000 م <sup>2</sup> .	تختص بإنتاج السميد بمختلف أنواعه، من خلال اعتمادها على المنتج المحلي ومعدات إنتاج مستورد من ألمانيا وإيطاليا بقدره إنتاجية بلغت 700 طن.	- المنتج 01: السميد ال ممتاز - المنتج 02: السميد العادي - المنتج 03: السميد ذو النوعية الرفيعة - المنتج 04: النخالة وبقية الطحين - المنتج 05: فريضة القمح الصلب
مؤسسة مصبرات عمر بن عمر MAB	بدأت نشاطها في أوت 1986، وهي مؤسسة ذات مسؤولية محدودة برقم	تختص بإنتاج الطماطم والهريسة والمربى ومعدات	مصبرات معجون الطماطم في علب معدنية من حجم 1 أو ½ كغ.

### أهداف المجمع الصناعي " عمر بن عمر "

يسعى المجمع الصناعي "عمر بن عمر " إلى تحقيق مجموعة من الأهداف نلخص أهمها في :

- تحقيق أكبر ربح ممكن من خلال الرفع في حجم المبيعات و الحفاظ على الزبائن الحاليين و جلب زبائن جدد .
- تحقيق ميزة تنافسية محلية و وطنية بهدف البقاء ، النمو و الاستمرارية .
- توسيع المؤسسة و فتح وحدات جديدة لمنتجات جديدة تابعة لها ، بهدف الاستلاء على أكبر حصة سوقية ممكنة و المحافظة على ريادتها في السوق .
- العمل على تحسين جودة منتجاتها لكسب رضا الزبائن و التقليل من حدة المنافسة في مجال انتاجها .
- تحسين مردودية المؤسسة في جميع النواحي ، و العمل على تطوير منتجاتها .
- العمل على رفع نسب صادراتها إلى الخارج ،من خلال محاولاتها الحصول على حصص سوقية أقليمية و دولية .
- السعي نحو تلبية الطلب المتزايد للسوق الجزائرية على منتجاتها و المساهمة في القضاء على البطالة من خلال توفيرها لمناصب شغل و العمل على تحقيق التنمية المحلية .





## الفهرس العام

الصفحة	العناوين
	شكر
	إهداء
1	ملخص الدراسة
3	فهرس المحتويات
6	قائمة الجداول
8	قائمة الأشكال
8	قائمة الصور
	مقدمة
	الفصل الأول: الاجراءات المنهجية للدراسة
13	أولاً: اشكالية الدراسة و تساؤلاتها
15	ثانياً: أسباب، أهمية، أهداف الدراسة
16	ثالثاً: الدراسات السابقة
23	رابعاً: فرضيات الدراسة
23	خامساً: منهج الدراسة
26	سادساً: أدوات جمع البيانات
28	سابعاً: عينة الدراسة
28	ثامناً: تحديد المفاهيم
31	تاسعاً: صعوبات الدراسة
	الفصل الثاني: مدخل عام للأداء الوظيفي
33	تمهيد

33	أولاً: تعريف الأداء الوظيفي
34	ثانياً: عناصر الأداء الوظيفي
35	ثالثاً: العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي
36	رابعاً: محددات الأداء الوظيفي
37	خامساً: مبادئ الأداء الوظيفي
37	سادساً: أهمية الأداء الوظيفي
38	سابعاً: طرق تقييم الأداء الوظيفي
41	ثامناً: أهداف تقييم الأداء الوظيفي
45	تاسعاً: معوقات الأداء الوظيفي في المؤسسات العمومية
46	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي: تعريف، نشأة، أنواع، خصائص
48	تمهيد
48	أولاً: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
49	ثانياً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
50	ثالثاً: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
53	رابعاً: خدمات مواقع التواصل الاجتماعي
54	خامساً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
55	سادساً: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
57	سابعاً: مواقع التواصل الاجتماعي العربية
58	ثامناً: إحصائيات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم
60	تاسعاً: إحصائيات مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر
63	خلاصة الفصل
	الفصل الرابع: نظرة حول موقع فايسبوك

65	تمهيد
65	أولاً: تعريف موقع فايسبوك
66	ثانياً: نشأة موقع فايسبوك
66	ثالثاً: مميزات موقع فايسبوك
68	رابعاً: أهمية موقع فايسبوك
69	خامساً: ايجابيات موقع فايسبوك
70	سادساً: سلبيات موقع فايسبوك
71	سابعاً: دوافع استخدام موقع فايسبوك
72	ثامناً: احصائيات موقع فايسبوك في العالم
74	تاسعاً: احصائيات موقع فايسبوك في الجزائر
76	خلاصة الفصل
	الفصل الخامس: الاطار التطبيقي
78	أولاً: التعريف بمجتمع الدراسة
81	ثانياً: مجال الدراسة
81	ثالثاً: تحليل البيانات
126	رابعاً: نتائج الدراسة
130	خامساً: مناقشة النتائج
135	خاتمة
137	قائمة المراجع
	الملاحق
	الفهرس العام