

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## الاستهلال

قال تعالى :

{ إِنَّا فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ  
وَالنَّهَارِ آيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ (190) الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ  
قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ  
السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَرًا إِطْلَآءَ سُبْحَانَكَ  
فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ )  
صدق الله العظيم

سورة آل عمران الآيتين (190-191)

# الإهداء

تتناثر الأوراق والورود عبر الفصول إجلالاً لحضرتكم ، ، ،  
وتتنمق الكلمات تعبيراً ، ، ، وتتموسق نغماً لوجودكم بيننا ، ، ،  
أهدي هذا البحث المتواضع  
إلى أنشودة الحنان ونبع العطاء والسخاء من سهرت علي راحتي  
إليك يا من تسكن الجنة تحت أقدامها  
،،، أمي الحبيبة ،،،  
إلى من علمني معنى الحياة والوفاء  
إلى الذي كان دائم الإرشاد والتوجيه  
،،، والدي العزيز ،،،  
إلى من أفخر بهم وأعتز بوجودهم ، من أينعوا زهوراً في حديقة حياتي لتتم  
سعادتي بهم  
..... إخواني وأخواتي . زملائي وزميلاتي... .  
إلى القلوب الصادقة والوجوه المشرقة، إلى الذين أتمني لهم كل خير ونجاح في حياتهم...  
... الأساتذة الأجلاء ...

# شكر و تقدير

يقول صلى الله عليه وسلم : " من لا ي شكر الناس لا يشكر الله " من هذا الحديث نتوج إلى الله تبارك وتعالى بالحمد و الثناء و الشكر كما يحب ويرضاه على أن وفقنا في إنجاز هذا العمل على ما فيه من ضعف البشر و قصر النظر وأما ما كان فيه من صواب فهو من فضله سبحانه وتعالى وعليه فله الحمد والشكر ونسأل العفو والغفران. لذا نشكر العلي ا لقدير الذي رزقنا من العلم ما لم نكن نعلم وأعطانا من القوة والمقدرة ما نحتاج للوصول إلى هذا المستوى وإتمام عملنا المتواضع.

وشكر خاص جدًا جدًا إلى الأستاذ المشرف " صالح موسى " على قبول الإشراف علينا، والذي لم يبخل علينا بالتوصية و الإرشاد. كما أتوجه بالشكر الجزيل لكل من الأساتذة:

-الدكتور يوسف عثمان يوسف

-الدكتور معاوية مصطفى بابكر

-الدكتور المهدي سليمان المهدي

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى شركة الكهرباء السودانية للتوليد الحراري وأخص بالشكر المهندس أحمد الماحي والأستاذة انتصار الحاج على حسن تعاونهم ومساعدتهم وألف شكر لهم لدعمهما لنا في إنجاز عملنا .و كل من ساهم من قريب أو من بعيد لإتمام هذا العمل المتواضع وكل من ساعدني وشجعني على إتمام هذا العمل.

**المستخلص**

عنوان هذه الدراسة هو توظيف موقع الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية لشركات الكهرباء - دراسة حالة على الشركة السودانية للتوليد الحراري المحدودة 2015-2016

يسعى هذا البحث للإجابة على عدة تساؤلات أهمها : كيف يمكن الاستفادة من خصائص موقع الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية للشركة السودانية للتوليد الحراري ؟ إلى أي مدى استطاعت صفحة شركة الكهرباء للتوليد الحراري في موقع الفيسبوك خلق صورة ذهنية جيدة من خلال المعلومات التي تقدمها؟ ، ويهدف هذا البحث إلى توضيح تأثير الفيسبوك على المجتمع والشركات بالإضافة إلى الاستخدام الأمثل لخصائص موقع الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية وتحديد نقاط الضعف والقوة في صفحة شركة الكهرباء للتوليد الحراري على الفيسبوك من أجل تحقيق الغرض الأساسي منها وهو التأثير الإيجابي على الجمهور .

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهجين الوصفي التحليلي والتاريخي واعتمد الباحث على استمارة الخبراء بجانب أدوات المقابلة والملاحظة . ويعتبر مجتمع البحث هو جمهور صفحة الفيسبوك لشركة الكهرباء للتوليد الحراري ، واستخدم الباحث عينة قصديه تضم أكاديميين وإعلاميين و ممارسي العلاقات العامة في شركة الكهرباء السودانية للتوليد الحراري بالإضافة إلى متخصصين في مواقع التواصل الاجتماعي .

شمل البحث أربعة فصول ، تناول الفصل الأول الإطار المنهجي للبحث والفصل الثاني تكنولوجيا الاتصال ، والفصل الثالث الصورة الذهنية ، والفصل الأخير الدراسة الميدانية

توصل الباحث إلى عدد من النتائج أهمها : أن صفحة شركة التوليد الحراري تكون صورة ذهنية ذاتية (تركز على الجمهور الداخلي) فعلية (تقدم معلومات عن السلوك الفعلي للمؤسسة ) ، وأن الوسائط المتعددة المستخدمة في الصفحة بشكل عام تخدم صورة الشركة الذهنية ، والمنشورات المصحوبة بالصور والفيديوهات تعتبر أكثر تأثيراً في توصيل الرسالة .

وتوصل الباحث إلى عدد من التوصيات أهمها أنه يجب الاستفادة من خاصية الروابط في تقديم معلومات متكاملة عن الكهرباء وخدماتها ، واستخدام أساليب أخرى لجذب الجمهور للشركة وزيادة تفاعلهم مثل المسابقات ، يجب الاستفادة من خاصية التفاعلية التي يقدمها موقع الفيسبوك بشكل أفضل مع جمهور الصفحة .

**المستخلص باللغة الإنجليزية (abstract)**

This research studies the function of the facebook website in promoting the mental image of the electricity companies in Sudan :a case study of the Sudanese Thermal Power Generating Company Ltd (2015-2016) .

the study is trying to answer the following questions : how can the Sudanese Thermal Power Generating Company Ltd make use of the facebook website in promoting its mental image ?,to what extent could facebook page of thermal power generating company create a favorable mental image through information provides?.

the study also aims to exploring the negative and positive effect of the Company's functioning on its public .

the researcher uses in this study the historical and analytical methodologies : the interview for the expert , the questioners and the participant observation technology .

the researcher population is formed of the people use the Sudanese Thermal Power Generating Company Ltd page on facebook .

the researcher used a purpose sample composed of academics expert and practitioners of public relations in the Sudanese thermal power generating company in addition to the specialists on the social communication sites.

the research composed four section , the first section detailed the research methodology, the second section treated communication technology the third section dealt with the study of the mental image and the final section contend the field study .

the researcher reached a number of results the most important among them : the facebook page of Sudanese thermal power generating Company creates an image that focused on the inertial public of the Company , the research

also showed that the Company's facebook page promotes the Company's favorable by the use of the publications and videos .

the researcher reached a number of recommendations the most important among them : that the Sudanese Thermal Power Generating Company Ltd should make use of the links that provide the public with all information they need for the use of electricity , The interactive feature offered by the facebook must be exploited in the best way with the visitors of the facebook page .

## فهرست الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
أ	الاستهلال
ب	الإهداء
ج	الشكر والتقدير
د	المستخلص
و	Abstract
ح	فهرست الموضوعات
ي	قائمة الجداول
ن	قائمة الأشكال
<b>الفصل الأول</b> <b>الإطار المنهجي للدراسة</b>	
1	المقدمة
2	مشكلة البحث
2	الأهمية
2	التساؤلات
3	الأهداف
3	المنهج المستخدم
4	الأدوات المستخدمة
4	الإطار الزمني والمكاني
5	مجتمع البحث
5	عينة البحث
5	المصطلحات
6	الدراسات السابقة
<b>الفصل الثاني</b> <b>تكنولوجيا الاتصال</b>	
10	المبحث الأول: تكنولوجيا الاتصال ( المفهوم والتطور)
24	المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي.
36	المبحث الثالث : موقع الفيسبوك .
<b>الفصل الثالث</b> <b>الصورة الذهنية</b>	
43	المبحث الأول: مفهوم وأهمية الصورة الذهنية .



53	المبحث الثاني: الصورة الذهنية في العلاقات العامة
64	المبحث الثالث: تكوين الصورة الذهنية
<b>الفصل الرابع</b> <b>الدراسة الميدانية</b>	
74	ولاً : شركات الكهرباء وصفحة الفيسبوك لشركة الكهرباء للتوليد الحراري
83	ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة .
88	ثالثاً: عرض بيانات المبحوثين
140	رابعاً: تفسير النتائج
156	خامساً: النتائج
157	سادساً: التوصيات
159	المصادر والمراجع
168	الملاحق

## قائمة الجداول

الصفحة	الجدول	
30	جدول (1-2) يوضح الآثار الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي.	.1
88	الجدول (1-4) التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير النوع	.2
89	الجدول (2-4) التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير العمر	
90	الجدول (3-4): التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير المؤهل الأكاديمي	.3
91	الجدول (4-4): التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير المهنة	.4
92	الجدول (5-4): يسهل التعرف على انتماء الصفحة لشركة الحراري من خلال الاسم	.5
93	الجدول (6-4) يسهل إيجاد اسم الصفحة من خلال استخدام خدمة البحث في موقع الفيسبوك	.6
94	الجدول (7-4) اللغة المستخدمة في كتابة الاسم ساعدت في انتشار الصفحة	.7
95	الجدول (8-4) : تساعد صورة الغلاف الحالية في تحسين الصورة الذهنية لشركة التوليد الحراري	.8
96	الجدول (9-4) : وضوح صورة الغلاف عالي الجودة	.9
97	الجدول (10-4) : ألوان صورة الغلاف واضحة	.10
98	الجدول (11-4): تساعد صورة الصفحة الحالية في تحسين الصورة الذهنية التوليد الحراري :-	.11
99	الجدول (12-4): ألوان صورة الصفحة واضحة	.12
100	الجدول (13-4) : اللغة المستخدمة في كتابة التعريف تساعد في توصيل الرسالة بصورة واضحة	.13
101	الجدول (14-4): العبارات المستخدمة في التعريف واضحة المعنى	.14

102	الجدول (4-15): تعريف الصفحة يحتوي على المعلومات الكافية	.15
103	الجدول (4-16): المعلومات التي تقدمها الصفحة تركز على الجمهور الداخلي وموظفين الكهرباء بشكل عام أي تكون صورة ذاتية	.16
104	الجدول (4-17) : تقدم الصفحة معلومات عن الأهداف التي تسعى لتحقيقها وخططها وبرامجها أي أنها تكون صورة مستقبلية	.17
105	الجدول (4-18): تقدم معلومات عن الخطط المرتبطة بالأهداف والسلوك الفعلي للمنظمة أي تكون صورة فعلية	.18
106	الجدول (4-19): محتوى المنشورات يقوم على الأحداث المتوقعة التي يمكن أن تعيشها أو تشارك في صنعها	.19
107	الجدول (4-20): تستخدم الصفحة أسلوب التشويق والانتباه	.20
108	الجدول (4-21): تستخدم الصفحة أسلوب التكرار للمواضيع المهمة	.21
109	الجدول (4-22): تضمين الرسالة على عدد من فنون التعبير	.22
110	الجدول (4-23): تستخدم الصفحة أسلوب الإيجاز بشكل إيجابي	.23
111	الجدول (4-24): اشتمال الرسالة علي أدلة تزيد من فاعليتها	.24
112	الجدول (4-25): لمنشورات المصحوبة بصور تعتبر أكثر تأثيراً في توصيل الرسالة	.25
113	الجدول (4-26): تستخدم الصفحة الصور بشكل دوري وكافي	.26
114	الجدول (4-27): الصور المستخدمة في الصفحة ذات جودة عالية	.27
115	الجدول (4-28): المنشورات المصحوبة بفيديوهات تعتبر أكثر تأثيراً في توصيل الرسالة	.28
116	الجدول (4-29): الفيديوهات المستخدمة في الصفحة ذات جودة عالية	.29
117	الجدول (4-30) :- تستخدم الفيديوهات في الصفحة بشكل دوري وكافي	.30
118	الجدول (4-31): الوسائط المتعددة المستخدمة في الصفحة بشكل عام تخدم تحسين الصورة الذهنية	.31
119	الجدول (4-32) :- تستخدم الصفحة روابط من صفحات شركات الكهرباء الأخرى حتى يوفر معلومات متكاملة	.32

120	الجدول (4-33) :-تستخدم روابط من الموقع الإلكتروني الرسمي لشركة الكهرباء للتوليد الحراري	.33
121	الجدول (4-34) :- تستخدم روابط من مواقع أخرى لكل ما يتعلق بشركة الكهرباء للتوليد الحراري	.34
122	الجدول (4-35) :- توضيح منشورات الصفحة سبب انفصال الكهرباء المتكرر في الفترة السابقة	.35
123	الجدول (4-36) :- تعرض الصفحة جداول توضح انفصال التيار الكهربائي المبرمج	.36
124	الجدول (4-37) :- توضيح تكاليف خدمات الكهرباء	.37
125	الجدول (4-38) :- تحتوي الصفحة على إعلانات الوظائف في شركة الكهرباء للتوليد الحراري	.38
126	الجدول (4-39) :- تحتوي الصفحة على إعلانات عطاءات شركة الكهرباء للتوليد الحراري	.39
127	الجدول (4-40) :- تحتوي الصفحة على مسابقات	.40
128	الجدول (4-41) :- يتفاعل الجمهور مع المنشورات بشكل جيد من خلال خاصية الإعجاب	.41
129	الجدول (4-42) :- يتفاعل الجمهور مع المنشورات بشكل جيد من خلال خاصية التعليق	.42
130	الجدول (4-43):- يتفاعل الجمهور مع المنشورات بشكل جيد من خلال خاصية المشاركة	.43
131	الجدول (4-44):- نسبة تفاعل الجمهور من خلال الخاصيات المتاحة (الإعجاب ، التعليق ، المشاركة ) يتناسب بشكل عام مع عدد أعضاء الصفحة	.44
132	الجدول (4-45) :- يستجيب مشرف الصفحة لكل تعليقات و تفاعلات الجمهور	.45
133	الجدول (4-46) :- يستجيب مشرف الصفحة بأنسب طريقة متاحة	.46

134	الجدول (4-47): - يستجيب مشرف الصفحة في وقت كافي	.47
135	الجدول (4-48): - أدت صفحة شركة التوليد الحراري إلى زيادة المعلومات المتعلقة بالكهرباء بشكل إيجابي	.48
136	الجدول (4-49) :- أدت منشورات الصفحة إلى تصحيح انطباعات الجمهور عن المؤسسة	.49
137	الجدول (4-50): - أدت الصفحة إلى زيادة ثقة الجمهور بالمؤسسة	.50
138	الجدول (4-51) :- تغيير موقف المتلقي تجاه الشركة إيجابياً حتى يكون مع سياسات الشركة	.51
139	الجدول (4-52): - تغيير موقف المتلقي تجاه الشركة سلبياً حتى يكون ضد سياسات الشركة	.52
140	الجدول (4-53) اسم الصفحة	.53
141	الجدول (4-54) صورة الغلاف	.54
142	الجدول (4-55) الصورة الشخصية (صورة الصفحة )	.55
143	الجدول (4-56) تعريف الصفحة	.56
144	الجدول (4-57) محتوى المنشورات	.57
145	الجدول (4-58) أسلوب صياغة منشورات الصفحة	.58
146	الجدول (4-59) الوسائط المتعددة	.59
147	الجدول (4-60) الروابط المستخدمة	.60
148	الجدول (4-61) قضايا الكهرباء التي تهم الجمهور	.61
149	الجدول (4-62) معلومات ذات قيمة مضافة	.62
150	الجدول (4-63) تفاعل الجمهور	.63
151	الجدول (4-64) استجابة مشرف الصفحة لتفاعل الجمهور	.64
152	الجدول (4-65) تأثير مضمون الصفحة	.65

## قائمة الأشكال

الصفحة	الشكل	
65	الشكل (1-3)العوامل التي ترسم انطباع الموظفين عن الشركة	1.
66	الشكل (2-3) عوامل تكوين الصورة الذهنية للجمهور الخارجي	2.
88	الشكل (1-4)التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير النوع	3.
89	الشكل (2-4)التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير العمر	4.
90	الشكل (3-4)التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير المؤهل الأكاديمي	5.
91	الشكل (4-4)التوزيع التكراري لأفراد عينه الدراسة وفق متغير المهنة	6.
92	الشكل (5-4): يسهل التعرف على انتماء الصفحة لشركة الحراري من خلال الاسم	7.
93	الشكل (6-4) يسهل إيجاد اسم الصفحة من خلال استخدام خدمة البحث في موقع الفيسبوك	8.
94	الشكل (7-4) اللغة المستخدمة في كتابة الاسم ساعدت في انتشار الصفحة	9.
95	الشكل (8-4): تساعد صورة الغلاف الحالية في تحسين الصورة الذهنية لشركة التوليد الحراري	10.
96	الشكل (9-4) : وضوح صورة الغلاف عالي الجودة	11.
97	الشكل (10-4) : ألوان صورة الغلاف واضحة	12.
98	الشكل (11-4): تساعد صورة الصفحة الحالية في تحسين الصورة الذهنية التوليد الحراري	13.
99	الشكل (13-4) : ألوان صورة الصفحة واضحة	14.
100	الشكل (14-4) : اللغة المستخدمة في كتابة التعريف تساعد في توصيل الرسالة بصورة واضحة	15.
101	الشكل (15-4) : العبارات المستخدمة في التعريف واضحة المعنى	16.
102	الشكل (16-4): تعريف الصفحة يحتوي على المعلومات الكافية	17.
103	الشكل (17-4): المعلومات التي تقدمها الصفحة تركز على الجمهور الداخلي وموظفين الكهرياء بشكل عام أي تكون صورة ذاتية	18.

104	الشكل (4-18): تقدم الصفحة معلومات عن الأهداف التي تسعى لتحقيقها وخطتها وبرامجها أي أنها تكون صورة مستقبلية	19.
105	الشكل (4-19): تقدم معلومات عن الخطط المرتبطة بالأهداف والسلوك الفعلي للمنظمة أي تكون صورة فعلية	20.
106	الشكل (4-20): محتوى المنشورات يقوم على الأحداث المتوقعة التي يمكن أن تعيشها أو تشارك في صنعها	21.
107	الشكل (4-21): تستخدم الصفحة أسلوب التشويق والانتباه	22.
108	الشكل (4-22): تستخدم الصفحة أسلوب التكرار للمواضيع المهمة	23.
109	الشكل (4-23): تضمين الرسالة على عدد من فنون التعبير	24.
110	الشكل (4-24): تستخدم الصفحة أسلوب الإيجاز بشكل إيجابي	25.
111	الشكل (4-25): اشتمال الرسالة على أدلة تزيد من فاعليتها	26.
112	الشكل (4-26): لمنشورات المصحوبة بصور تعتبر أكثر تأثيراً في توصيل الرسالة	27.
113	الشكل (4-27): تستخدم الصفحة الصور بشكل دوري وكافي	28.
114	الشكل (4-28): الصور المستخدمة في الصفحة ذات جودة عالية	29.
115	الشكل (4-29): لمنشورات المصحوبة بفيديوهات تعتبر أكثر تأثيراً في توصيل الرسالة	30.
116	الشكل (4-30): الفيديوهات المستخدمة في الصفحة ذات جودة عالية	31.
117	الشكل (4-31):- الشكل (4-31):- تستخدم الفيديوهات في الصفحة بشكل دوري وكافي:-	32.
118	الشكل (4-32): الوسائط المتعددة المستخدمة في الصفحة بشكل عام تخدم تحسين الصورة الذهنية	33.
119	الشكل (4-33):- تستخدم الصفحة روابط من صفحات شركات الكهرباء الأخرى حتى يوفر معلومات متكاملة	34.
120	الشكل (4-34)تستخدم روابط من الموقع الإلكتروني الرسمي لشركة الكهرباء للتوليد الحراري	35.
121	الشكل (4-35):- تستخدم روابط من مواقع أخرى لكل ما يتعلق بشركة الكهرباء للتوليد الحراري	36.
122	الشكل (4-36):- توضيح منشورات الصفحة سبب انفصال الكهرباء المتكرر في الفترة السابقة	37.
123	الشكل (4-37):- تعرض الصفحة جداول توضح انفصال التيار الكهربائي المبرمج	38.

124	الشكل (4-38) : توضيح تكاليف خدمات الكهرباء	39.
125	الشكل (4-39) : تحتوي الصفحة على إعلانات الوظائف في شركة الكهرباء للتوليد الحراري	40.
126	الشكل (4-40) : تحتوي الصفحة على إعلانات عطاءات شركة الكهرباء للتوليد الحراري	41.
127	الشكل (4-41) :- تحتوي الصفحة على مسابقات	42.
128	الشكل (4-42) :- يتفاعل الجمهور مع المنشورات بشكل جيد من خلال خاصية الإعجاب	43.
129	الشكل (4-43) :- يتفاعل الجمهور مع المنشورات بشكل جيد من خلال خاصية التعليق	44.
130	الشكل (4-44):- يتفاعل الجمهور مع المنشورات بشكل جيد من خلال خاصية المشاركة	45.
131	الشكل (4-45):- نسبة تفاعل الجمهور من خلال الخاصيات المتاحة (الإعجاب ، التعليق ، المشاركة ) يتناسب بشكل عام مع عدد أعضاء الصفحة	46.
132	الشكل (4-46) :- يستجيب مشرف الصفحة لكل تعليقات و تفاعلات الجمهور	47.
133	الشكل (4-47) :- يستجيب مشرف الصفحة بأنسب طريقة متاحة	48.
134	الشكل (4-48):- يستجيب مشرف الصفحة في وقت كافي	49.
135	الشكل (4-49):- أدت صفحة شركة التوليد الحراري إلى زيادة المعلومات المتعلقة بالكهرباء بشكل إيجابي	50.
136	الشكل (4-50) :- أدت منشورات الصفحة إلى تصحيح انطباعات الجمهور عن المؤسسة	51.
137	الشكل (4-51):- أدت الصفحة إلى زيادة ثقة الجمهور بالمؤسسة	52.
138	الشكل (4-52) :- تغيير موقف المتلقي تجاه الشركة إيجابياً حتى يكون مع سياسات الشركة	53.
139	الشكل (4-53):- تغيير موقف المتلقي تجاه الشركة سلبياً حتى يكون ضد سياسات الشركة	54.