



جامعة عين شمس
كلية الآداب
قسم علوم الاتصال والإعلام

دواتع استخدام منتديات الانترنت بين المؤسسات العاملة في مصر وجماهيرها

دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الآداب من قسم علوم الاتصال والإعلام

إمداد
إيمان سيد أحمد السيد

المعيدة بقسم علوم الاتصال والإعلام – كلية الآداب – جامعة عين شمس

إشراف

أ.د/ سلوى العوادلى
الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان- كلية الإعلام - جامعة القاهرة

إشراف مشارك

د/ سلوى سليمان
الأستاذ المساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام – كلية الآداب – جامعة عين شمس

جامعة عين شمس
كلية الآداب

رسالة ماجستير

اسم الطالب: إيمان سيد أحمد السيد
عنوان الرسالة: "د الواقع استخدام منتديات الإنترنط بين المؤسسات العاملة في مصر وجمهيرها"

اسم الدرجة (ماجستير)

لجنة الإشراف:

١ - الاسم: أ.د/ سلوى العوادلي

الوظيفة: أستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

٢ - الاسم: د/ سلوى سليمان عبد الحميد

الوظيفة: أستاذ مساعد بقسم علوم الاتصال والإعلام-كلية الآداب-جامعة عين شمس

تاريخ البحث: ٢٠١٥ / ١١ / ١٥
الدراسات العليا

أجيزت الرسالة بتاريخ

٢٠١٥ / /

موافقة مجلس الجامعة

٢٠١٥ / /

ختم الإجازة

٢٠١٥ / /

موافقة مجلس الكلية

٢٠١٥ / /

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(وَاصْبِرْ لِحُكْمِ رَبِّكَ فَإِنَّكَ بِأَغْيِنَنَا وَسَبِّحْ بِحَمْدِ
رَبِّكَ حِينَ تَقُومُ)

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ
(سُورَةُ الطُّورِ: الْآيَةُ ٤٨)

شكر وتقدير

الحمد لله حمداً كثيراً طليباً مباركاً، أشكر الله مولاً وحاتقي الذي منْ عَلَى يَدِهِمِ هَذَا الْعَمَلِ
الْمُوَاضِعُ مَعَ رَحْمَتِهِ أَنْ يَنْقُلَهُ إِلَيَّ وَيَجْعَلَهُ خَالِصاً لِرَحْمَتِهِ الْكَرِيمِ ..

وَإِنَّمَا يَفْضُلُ الْاعْتَرَافُ بِالْجَمِيلِ وَتَقْدِيمُ الشُّكْرِ وَالْمُهَانَةِ لِأَصْحَابِ الْمَعْرُوفِ فَإِنْ أَنْقَمْتُ بِالشُّكْرِ
الْجَزِيلِ وَالْكَلَاءِ الْعَظِيمِ لِكُلِّ مَنْ سَادَ فِي إِنْجَاحِ هَذِهِ الرِّسَالَةِ وَأَخْصَنْتُ بِالشُّكْرِ :

الاستاذة الدكتورة/ سلوى العوافلي استاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة القاهرة والمشتركة
على الرسالة، فلها ملئي خالص الشكر على ما قدمته لي من عون ونصحيمات قيمة طوال فترة
الدراسة وكانت الأكثر دراية وفهمآ ل موضوع الدراسة وخطورتها المنهجية، وأشكر لها وتقها الذي
منحه لي رهم كلها أهالها، فقد تعلمت من عطها الرهبر أشياء كثيرة، كما أضافت لشخصيتي
بعداً جديداً

كما أتقدم بالشكر والتقدير لاستاذى القاضية الدكتورة/ سلوى سليمان الاستاذ المساعد بالقسم
والشرف المشارك على الرسالة على ما قدمته لي طوال فترة الدراسة من دعم وتشجيع ونصحيمه قلم
لبيح على يوماً يعلمها وتقها، وكانت يوماً معن لحظة بلحظة ، وكانت ولازالت اليد الداعية التي
لذ من لذى لقليل أى سعف أواجهها .. جزاها الله عني كل خير .

ولاشك إلا أن لحنى حباً وتقديراً وعرفاناً بالجميل لتقف الطيب لاستاذى الدكتور/ هبة شاهين
استاذ الإعلام بالقسم لما قطعه معن طوال فترة الدراسة وتقها بمحاسن الإخراج هذه الرسالة إلى
الدور ، فهي شخصية تعلمت منها الكثير على الجانب الانساني والأسرار على بلوغ الهدف رهم
المسعويات وأشكرها على تفضلها بقول ملائكة هذه الرسالة وإزالتها بالتصح والتوجهات التي
ساعدت في إخراجها بالفضل مسورة .

والقلم باسم أيات التكير والتغير الدكتور / محمد عزيز الاستاذ المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة على حسنه الإنساني في معاملة الباحثين وحسن استقبالهم ولغافته يقول ملائكة هذه الرسالة «إله ليسرني أن استزيد من حله ومالحظاته قيمة».

والقلم باسم أيات التكير والتغير أستاذ الفاضل الدكتور / السيد بهيسن استاذ الإعلام بالقسم والتي حالت الظروف دون استمراره في الإشراف على هذه الرسالة، ولكنه لم يدخل طي بعثته ومالحظاته، فله من خالص التكير والتغير لما قدمه لي من عنون ونوجوه «أراء بنا» ساهمت في إخراج الرسالة بصورة جيدة وذلك منذ بداية تسجيلي لرسالة وطني الانتهاء منها.

والقلم شكرى الوافر لكل من مدلى به العون من أسرة قسم علوم الاتصال والإعلام، وأخص بالذكر أستاذى العالية وقوتى الدكتور / مى همنة هن أنس دورها «أيتها أروى من نفعى للعمل بالرسالة» وإنجازها مدنى أن كانت فكرة و حتى اللحظة الحالية، فقد اسافت إلى من عصها ولاقتها وأدخلتها.

و شكرى موصول إلى د/ رضا فحصاوى لغافتها بمراجعة ملخص الدراسة باللغة الانجليزية ، و داديهما المطهاط ، و سبقاتى وأخواتى الداليات من الهيئة المعاونة أ/ شيرين العزفى أستاذة عبدالعليم ، أ/ شيماء عز الدين ، أ/ سمر صبرى ، على ما قدموا لي من دعم و تشجيع تجذر كلامى عن وصف ما فحصه معنى ، كما أوجه بالشكر إلى أسرة مرتضى ، أ/ رانيا خضرى ، و/ هنان الليثى ، أ/ محمد عزيز ، أ/ ليثا أحمد ، وأحمد حسنى لمساهمتهم الباختة عند تطبيق الدراسة الميدانية.

كما القلم يوافر أيات التكير إلى سبقتى وأختي العالية مريم عادل لما قدمه لي من عنون و تشجيع دائم و مطهاط مطرال فلز الرسالة، سبقتى دواماً نعم الأخت والصديقة ورفقة الدرب .

ولا يفوتنى أن أشير عائنتى الثانية من أخير عضو وحتى أسرفها وهي عائنة لغافى التي لم تفهمها أى اسماء عبد الشافى على ما قدمه لي من اهتمام وحسن استقبال للإنجاز هذه الرسالة، بكل كلمات التكير والتغير لن تفهمكم حكم .. حراككم الله عزى كل خير .. وادعو الله أن يخرج توبكم ويسعد حفظكم ويوفركم إلى كل الخير إن شاء الله ...

ولا يسعني إلا أن أخوض حجاً وتقديراً واعزاً إلى أسرتي الطفالية التي تحملتني طفلاً فلذاً إعداد الرسالة، كل الشكر والعرفان إلى أمي العبيبة لما تحملته هي طفلاً فلذاً دراستي هنا المدرسة وهي الآن، قدمت نهل لوالدي يوماً في تشخيص ومساهمتي على التفرق، ولم تتحققها طفلاً فلها المسحبة عن موافقة دورها في مساندتي والدعاء لي الإنعام رسالة العاجست، أطلال الله التي في صورها وألم شفاهها على خير .. وأرجو أن تصاحبني إنما فحصت يوماً في حقها لظروف العمل والدراسة.

كل الشكر والتقدير لآخر الكفر وأمسى الصغرى سحر سيده لما قدمته لي من دعم مذهل في تطبيق الرسالة، ولما تحمله وتحمله على من أعباء ومسؤوليات الحياة حتى الفرج لاكمال الرسالة فهو رمز العطاء والتضحية. كما التوجه بالشكر إلى الحق وسندى في الحياة ألمد سيد لما يقدمه لي من دعم مذهل، وتشجيعه الدائم لي طوال حياتي .

إلى من سكن روحه، وأظهر له ما هو أجمل من الجبال رفيف العصر حسنين قولاً وجوهك في حهانى
لما استطاعت الدار هذه الرسالة، فقد نشرت لي كل سبل الدعم المادي والمعنوي وتحصلت فئران
لتشعى الكثرة.

إلى من شغل الصغار وهم على عاتقه تربيش، وشلله الكبير إلى أن أصل إلى أعلى المراتب، من أعمل اسمه بكل فخر أبي الحبيب .. لازلت أختر دعواتك لي هي شارة العباس التي تشغل في روحي الأصوات والمعتبرة.. كم تمنيت أن تكون معن ليلى ثمرة تفكك وتفلاشك، ونفن كل ثني يائشك تشر بي، فما لاذ فيه اليوم هو منك ولائشك، واتمنى أن تكون فخور بي، وأكون قد غسلت بالآخر وصبايك لي بآن أتقدم يوماً في جميع مسوات دراستي.

أولاً : فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
٢	مقدمة الدراسة
٥٨-٥	الفصل الأول : الإطار المنهجى للدراسة
٥	تمهيد
٥	أولاً: تحديد مشكلة الدراسة
٥	ثانياً: أهمية الدراسة
٦	ثالثاً: أهداف الدراسة
٧	رابعاً: استعراض التراث العلمى فى موضوع الدراسة:
٨	المحور الأول : وسائل الإعلام الاجتماعى والمؤسسات
٢٢	المحور الثاني : الدراسات التى تناولت منتديات الانترنت والمؤسسات
٣٩	التعليق على التراث العلمى
٤٠	الاستفادة من الدراسات السابقة
٤١	خامساً: تساؤلات وفرضيات الدراسة
٤٥	سادساً: نوع الدراسة
٤٦	سابعاً: منهج الدراسة
٤٦	ثامناً: مجتمع وعينة الدراسة
٥١	تاسعاً: أداة جمع البيانات
٥٣	عاشرًا : التعريفات الإجرائية للدراسة
٥٤	حادي عشر : إجراءات الصدق والثبات
٥٥	ثاني عشر : المعالجة الإحصائية للبيانات
٥٦	ثالث عشر : المقاييس التجميعية للدراسة
٥٧	رابع عشر : صعوبات الدراسة
٥٨	الخلاصة
-٦٠ ١٠٥	الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة (نموذج قبول التكنولوجيا ونظرية الاستخدامات والإشباعات)
٦٠	تمهيد

تابع فهرس الموضوعات

٦٠	أولاً: نموذج قبول التكنولوجيا TAM :
٦٢	نشأة النموذج
٦٣	المرجعية النظرية التي بُنيَ عليها نموذج قبول التكنولوجيا TAM - نظرية الفعل المسبب Theory of Reasoned Action (TRA)
٦٥	فرض نموذج قبول التكنولوجيا وال العلاقات السببية بين مكوناته
٦٨	أوجه التشابه و الاختلاف بين النموذج TAM والنظرية TRA
٧٠	متغيرات نموذج قبول التكنولوجيا (الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة):
٧١	الخلفية النظرية للفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة
٧٢	النظريات والنماذج التي تناولت أهمية الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة في التنبؤ بسلوك المستخدم
٧٤	مراحل تطور نموذج قبول التكنولوجيا TAM
٨٣	الإنتقادات التي وجهت إلى نموذج قبول التكنولوجيا
٨٥	التطوير المقترن من الباحثة لنموذج قبول التكنولوجيا
٨٧	ثانياً : نظرية الاستخدامات والإشبعات:
٨٨	نشأة نظرية الاستخدامات والإشبعات ومراحل تطورها
٩٠	الأهداف الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشبعات
٩٠	فرض مدخل الاستخدامات والإشبعات
٩٢	الأبعاد الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشبعات
٩٨	تطبيق مدخل الاستخدامات والإشبعات على استخدامات الإنترنٌت
١٠٠	د الواقع استخدام الجمهور للإنترنت بتطبيقاته المختلفة
١٠٢	مفهوم الجمهور النشط في بيئه الإنترنٌت
١٠٢	مدخل الاستخدامات والإشبعات ووسائل الإعلام الإجتماعية Social Media
١٠٥	الخلاصة
-١٠٨	الفصل الثالث : التسويق عبر الوسائل الإجتماعية وصفحات منتديات المؤسسات عبر الفيس بوك
١٤٠	
-١٠٨	المبحث الأول: التسويق عبر الوسائل الإجتماعية:
١٢٥	

تابع فهرس الموضوعات

١٠٨	تمهيد
١٠٨	ما هي وسائل الإعلام الإجتماعية Social Media
١٠٩	تعريف وسائل الإعلام الإجتماعية
١١١	تاريخ نشأة وتطور الوسائل الإجتماعية
١١٢	التسويق عبر الوسائل الإجتماعية Social media marketing
١١٤	فوائد ومميزات الوسائل الإجتماعية للمنظمات والمسوقين
١١٥	التحديات التي تواجه الشركات أو المسوفون عند استخدام الوسائل الإجتماعية
١١٥	خصائص جمهور (مستهلكين) الوسائل الإجتماعية
١١٧	أدوات أو أشكال أو تطبيقات وسائل الإعلام الإجتماعية
١٤٠-١٢٧	المبحث الثاني : صفحات منتديات المؤسسات عبر الفيس بوك :
١٢٧	تمهيد
١٢٧	خصائص مستخدمي الفيس بوك
١٢٨	أهم مزايا الفيس بوك
١٣٠	صفحات منتديات المؤسسات على الفيس بوك
١٣٠	تعريف صفحات منتديات المؤسسات على الفيس بوك
١٣١	السمات الشكلية لصفحات منتديات المؤسسات أو العلامات التجارية الرسمية على الفيس بوك
١٣٥	فوائد صفحات منتديات الأعمال على الفيس بوك للمؤسسات
١٣٧	كيفية التخطيط والإعداد لإنشاء صفحات منتديات الأعمال الرسمية على الفيس بوك
١٣٧	خطوات تأسيس صفحة منتدى مؤسسة ناجحة على الفيس بوك
١٤٠	الخلاصة
١٦٤-١٤٢	الفصل الرابع: نتائج الدراسة التحليلية
١٤٢	تمهيد
١٤٢	أولاً: توصيف الشكل العام لصفحات منتديات المؤسسات محل الدراسة:
١٤٢	١. طبيعة نشاط المؤسسة
١٤٤	٢. معلومات أساسية عن المؤسسة Basic Info, About
١٤٥	٣. اللغة المستخدمة في صفحات منتديات المؤسسات محل الدراسة
١٤٦	٤. الوسائل التفاعلية في صفحة منتدى المؤسسة

تابع فهرس الموضوعات

١٤٧	٥. محتويات صفحات منتديات المؤسسات محل الدراسة
١٥٠	٦. وضوح شخصية القائم على إدارة صفحة منتدى المؤسسة
١٥١	٧. المسؤول عن وضع أو نشر الموضوعات داخل المنتدى:
١٥٢	٨. مدى وجود الإعلانات الإذاعية للمؤسسة داخل منتادها على الفيس بوك :
١٥٢	ثانياً : تحليل مضمون المنشورات أو الموضوعات Posts التي نُشرت على الصفحة الرئيسية Wall or Timeline لمنتديات المؤسسات محل الدراسة:
١٥٣	١. مضمون المنشور : Post
١٥٣	أ. نوع مضمون المنشور post
١٥٦	ب. القوالب المستخدمة في المنشور post
١٥٨	٢. تفاعل الجمهور مع المنشور post
١٦١	٣. اللغة المستخدمة في المنشورات محل الدراسة
١٦٢	٤. الجمهور المستهدف من المنشورات عينة الدراسة
١٦٣	٥. رد فعل الأدمين نحو التعليقات الواردة على المنشور
١٦٤	الخلاصة
٢٠١-١٦٦	الفصل الخامس : نتائج المقابلات المعمقة مع القائمين على المنتديات محل الدراسة
١٦٦	تمهيد
١٦٦	١. مقابلة جمعية رسالة للأعمال الخيرية
١٧٣	٢. مقابلة شركة ناس تريندس NAS Trends للملابس
١٧٨	٣. مقابلة شركة فودافون مصر
١٨٦	٤. مقابلة شركة دانيت مصر
١٩١	٥. مقابلة شركة سونى مصر
١٩٥	٦. مقابلة شركة دوبيزل
٢٠١	الخلاصة
٢٥٧-٢٠٤	الفصل السادس : نتائج الدراسة الميدانية
٢٣٣-٢٠٤	المبحث الأول: نتائج الدراسة الميدانية:
٢٠٤	تمهيد

٢٠٤	تصنيف عينة الدراسة
٢٠٤	أولاً : معدل استخدام المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي فيس بوك Facebook
٢٠٥	ثانياً : طبيعة نشاط المؤسسات التي يشترك الجمهور المصري - عينة الدراسة - بمنتدياتها على الفيس بوك
٢٠٧	ثالثاً : معدل زيارة أو استخدام الجمهور لصفحات منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٠٨	رابعاً : مصادر معرفة الجمهور - عينة الدراسة - بصفحات منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٠٩	خامساً: الوسائل التي يفضل الجمهور - عينة الدراسة - استخدامها في التواصل مع المؤسسات
٢١٠	سادساً: دافع استخدام الجمهور - عينة الدراسة - لصفحات منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢١٤	سابعاً: العناصر التي تجذب انتباه الجمهور عينة الدراسة في منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢١٥	ثامناً : اهتمام الجمهور بالمعلومات الأساسية Basic info, About المتاحة داخل الصفحات عن نشأة المؤسسة وتطوره
٢١٦	تاسعاً: تفاعل الجمهور عينة الدراسة مع صفحات المؤسسات على الفيس بوك
٢١٩	عاشرأ : درجة التفاعلية داخل منتديات المؤسسات التي تزيد من درجة تعرض الجمهور لها
٢٢٣	حادي عشر : متغيرات قبول استخدام منتديات المؤسسات على الفيس بوك وفقاً لنموذج قبول التكنولوجيا (ولنمودج الذي اعدته الباحثة استناداً على نموذج قبول التكنولوجيا)
٢٢٩	ثاني عشر: تقييم الجمهور عينة الدراسة لمنتديات المؤسسات عبر الفيس بوك كوسيلة للتواصل مع المؤسسات
٢٣١	ثالث عشر: الصعوبات التي تواجه الجمهور عند استخدام صفحات منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٣٢	رابع عشر : مقترحات الجمهور عينة الدراسة لتطوير صفحات منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٣٣	الخلاصة
٢٥٨-٢٣٥	المبحث الثاني: نتائج الدراسة في إطار الفروض
٢٧٣-٢٦٠	الفصل السابع : الخلاصة
	مناقشة أهم نتائج الدراسة و توصياتها
٢٦٠	أولاً: مناقشة أهم نتائج الدراسة التحليلية والميدانية (الخاصة بالجمهور)
٢٦٥	ثانياً : مناقشة أهم نتائج المقابلة المعمقة مع المسؤولين عن منتديات المؤسسات عينة الدراسة
٢٦٨	ثالثاً : مناقشة نتائج اختبار فروض الدراسة
٢٧٢	التوصيات
٢٧٥	مصادر الدراسة
٢٩٨	ملحق الدراسة

ثانياً : فهرس جداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول
٥٠	جدول رقم (١) خصائص الجمهور المصري عينة الدراسة الميدانية
٥٣	جدول رقم (٢) التعريفات النظرية والإجرائية للمصطلحات المستخدمة في الدراسة
٥٦	جدول رقم (٣) المقاييس التجميعية الخاصة باستماراة الاستقصاء
٨٣	جدول رقم (٤) تطبيق نموذج قبول التكنولوجيا على مختلف الأنظمة التكنولوجية والدول والمحبوثين
١٢٤	جدول رقم (٥) استخدامات ومزايا وعيوب وسائل الإعلام الاجتماعي المختلفة
١٤٢	جدول رقم (٦) طبيعة نشاط المؤسسة
١٤٣	جدول رقم (٧) تصنیف أنشطة المؤسسات الهدافة للربح
١٤٤	جدول رقم (٨) معلومات عن المؤسسة
١٤٥	جدول رقم (٩) اللغة المستخدمة في صفحات منتديات المؤسسات محل الدراسة
١٤٦	جدول رقم (١٠) الوسائل التفاعلية في صفحة منتدى المؤسسة
١٤٧	جدول رقم (١١) محتويات منتديات المؤسسات محل الدراسة
١٥٠	جدول رقم (١٢) وضوح شخصية القائم على إدارة صفحة منتدى المؤسسة
١٥٠	جدول رقم (١٣) درجة وضوح شخصية الأدمين
١٥١	جدول رقم (١٤) من يضع وينشر موضوعات داخل المنتدى
١٥٢	جدول رقم (١٥) مدى وجود نسخة من الإعلانات الإذاعية داخل المنتدى
١٥٣	جدول رقم (١٦) نوع مضمون المنشور post
١٥٦	جدول رقم (١٧) القوالب المستخدمة في المنشور post
١٥٨	جدول رقم (١٨) المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لعدد الإعجاب والتعليقات والمشاركة
١٥٩	جدول رقم (١٩) مستويات تفاعل الجمهور مع المنشورات عينة التحليل وفقاً لعدد الإعجابات Like
١٥٩	جدول رقم (٢٠) مستويات تفاعل الجمهور مع المنشورات عينة التحليل وفقاً لمستوى التعليقات Comment
١٦٠	جدول رقم (٢١) مستويات تفاعل الجمهور مع المنشورات عينة التحليل وفقاً لمستوى المشاركة Share
١٦١	جدول رقم (٢٢) اللغة المستخدمة في المنشورات محل الدراسة
١٦٢	جدول رقم (٢٣) الجمهور المستهدف من المنشور

تابع فهرس الجداول

١٦٣	جدول رقم (٢٤) رد فعل الأدمى نحو التعليقات الواردة على المنشور
٢٠٤	جدول رقم (٢٥) مدى استخدام المبحوثين لموقع التواصل الاجتماعي فيس بوك Facebook
٢٠٥	جدول رقم (٢٦) معدل الاستخدام اليومي لموقع الفيس بوك لدى المبحوثين عينة الدراسة
٢٠٦	جدول رقم (٢٧) صفحات منتديات المؤسسات التي يشترك بها الجمهور المصري
٢٠٧	جدول رقم (٢٨) معدل زيارة أو استخدام الجمهور لصفحات منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٠٨	جدول رقم (٢٩) مصادر معرفة الجمهور - عينة الدراسة - بصفحات منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٠٩	جدول رقم (٣٠) الوسائل التي يفضل الجمهور - عينة الدراسة - استخدامها في التواصل مع المؤسسات
٢١١	جدول رقم (٣١) دوافع استخدام الجمهور - عينة الدراسة - لصفحات منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢١٤	جدول رقم (٣٢) العناصر التي تجذب انتباه الجمهور عينة الدراسة في صفحات منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢١٥	جدول رقم (٣٣) اهتمام الجمهور بالإطلاع على المعلومات الأساسية Basic info, About المتاحة داخل الصفحات عن نشأة المؤسسة
٢١٦	جدول رقم (٣٤) المعلومات الأساسية الخاصة بالمؤسسة التي يهتم بها الجمهور
٢١٧	جدول رقم (٣٥) حرص الجمهور عينة الدراسة على التفاعل مع صفحات منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢١٨	جدول رقم (٣٦) طرق أو أشكال تفاعل الجمهور مع صفحات منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٢٠	جدول رقم (٣٧) مدى تشجيع أدمى Admin منتديات المؤسسات للجمهور للتفاعل مع الموضوعات المنشورة على صفحة المنتدى
٢٢١	جدول رقم (٣٨) الأساليب التفاعلية التي تزيد من درجة تعرّض الجمهور لمنتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٢٤	جدول رقم (٣٩) الفوائد المتحققة "المدركة" من منتديات المؤسسات لدى الجمهور عينة الدراسة
٢٢٦	جدول رقم (٤٠) اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو سهولة استخدام منتديات المؤسسات
٢٢٨	جدول رقم (٤١) اتجاهات الجمهور عينة الدراسة نحو صفحات منتديات المؤسسات على الفيس بوك كوسيلة للتواصل
٢٣٠	جدول رقم (٤٢) تقييم الجمهور عينة الدراسة لمنتديات المؤسسات عبر الفيس بوك كوسيلة للتواصل مع المؤسسات
٢٣١	جدول رقم (٤٣) الصعوبات التي تواجه الجمهور عند استخدام منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٣٦	جدول رقم (٤٤) توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير الفائدة المدركة

تابع فهرس الجداول

٢٣٦	جدول رقم (٤) توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير معدل الاستخدام
٢٣٦	جدول رقم (٤) الإرتباط بين الفائدة المدركة من منتديات المؤسسات ومعدل استخدام الجمهور لها
٢٣٧	جدول رقم (٤) الفروق بين الذكور والإإناث في تحقق الفائدة المدركة من استخدام منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٣٨	جدول رقم (٤٨) الفروق بين المبحوثين وفقاً لمتغير السن في الفائدة المدركة من استخدام منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٣٨	جدول رقم (٤٩) الفروق بين المبحوثين وفقاً لمتغير السن في الفائدة المدركة من استخدام منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٣٩	جدول رقم (٥٠) توزيع العينة وفقاً لمتغير الاتجاه نحو منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٤٠	جدول رقم (٥١) الإرتباط بين الفائدة المدركة من استخدام منتديات المؤسسات واتجاه الجمهور نحو هذه المنتديات
٢٤١	جدول رقم (٥٢) الفروق بين الذكور والإإناث في اتجاههم نحو منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٤١	جدول رقم (٥٣) الفروق بين المبحوثين وفقاً لمتغير السن في الاتجاه نحو منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٤٢	جدول رقم (٥٤) الفروق بين المبحوثين وفقاً لمتغير التعليم في الاتجاه نحو منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٤٣	جدول رقم (٥٥) توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير سهولة الاستخدام المدركة
٢٤٤	جدول رقم (٥٦) الإرتباط بين سهولة استخدام منتديات المؤسسات واتجاهات الجمهور نحو هذه المنتديات
٢٤٤	جدول رقم (٥٧) تأثير الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة على اتجاه المبحوثين نحو منتديات المؤسسات
٢٤٥	جدول رقم (٥٨) الإختلافات بين المبحوثين حسب سهولة الاستخدام في درجة الفائدة المدركة
٢٤٥	جدول رقم (٥٩) الإرتباط بين سهولة استخدام منتديات المؤسسات والفائدة المتحققة منها
٢٤٦	جدول رقم (٦٠) العلاقة بين الفائدة المدركة من منتديات المؤسسات على الفيس بوك وسهولة استخدامها
٢٤٦	جدول رقم (٦١) عزل متغير النوع عن العلاقة بين الفائدة المدركة من منتديات المؤسسات و سهولة استخدامها
٢٤٧	جدول رقم (٦٢) عزل متغير السن عن العلاقة بين الفائدة المدركة من منتديات المؤسسات و سهولة استخدامها
٢٤٧	جدول رقم (٦٣) عزل متغير التعليم عن العلاقة بين الفائدة المدركة من منتديات المؤسسات و سهولة استخدامها
٢٤٨	جدول رقم (٦٤) الإرتباط بين سهولة استخدام منتديات المؤسسات ومعدل استخدام الجمهور لهذه المنتديات

٢٤٩	جدول رقم (٦٥) توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير الدوافع النفعية المعلوماتية
٢٤٩	جدول رقم (٦٦) توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير الدوافع الإقتصادية
٢٥٠	جدول رقم (٦٧) توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير الدوافع الإجتماعية
٢٥٠	جدول رقم (٦٨) توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير دوافع التعزيزات الإجتماعية
٢٥١	جدول رقم (٦٩) الفروق بين الذكور والإإناث في دوافع استخدام منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٥٢	جدول رقم (٧٠) الفروق بين المبحوثين وفقاً لمتغير السن في دوافع استخدام منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٥٣	جدول رقم (٧١) الفرق بين المبحوثين وفقاً لمتغير مستوى التعليم في دوافع استخدام منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٥٤	جدول رقم (٧٢) توزيع مفردات العينة وفقاً لمتغير درجة التفاعلية
٢٥٤	جدول رقم (٧٣) الارتباط بين درجة التفاعلية داخل منتديات المؤسسات ومعدل استخدام الجمهور لها
٢٥٥	جدول رقم (٧٤) الفروق بين الذكور والإإناث في درجة حرصهم على التفاعل والمشاركة مع منتديات المؤسسات على الفيس بوك
٢٥٦	جدول رقم (٧٥) الفروق بين المبحوثين وفقاً لمتغير السن في درجة حرصهم على التفاعل والمشاركة مع منتديات المؤسسات
٢٥٦	جدول رقم (٧٦) الفروق بين المبحوثين وفقاً لمتغير التعليم في درجة حرصهم على التفاعل والمشاركة مع منتديات المؤسسات
٢٥٧	جدول رقم (٧٧) العلاقة بين الفائدة المدركة لمنتديات المؤسسات على الفيس بوك ودرجة حرص المبحوثين على التفاعل والمشاركة معها

ثالثاً : فهرس الأشكال

رقم الصفحة	الشكل
٦٢	شكل رقم (١) المثير والاستجابة عند تقبل استخدام نظام تكنولوجى جديد
٦٤	شكل رقم (٢) نظرية الفعل المسبب TRA
٦٦	شكل رقم (٣) نموذج قبول التكنولوجيا (TAM)
٨٦	شكل رقم (٤) العوامل التي تؤثر على عملية تقبل استخدام منتديات المؤسسات عبر الفيس بوك
٩٧	شكل رقم (٥) نموذج Rayburn و Palmgreen لمدخل القيمة المتوقعة للإشباعات المدركة والمتحققة من وسائل الإعلام