

استخدام ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في تقيم المسؤولية  
الاجتماعية للمؤسسة (تحليل محتوى الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية  
لأرباب العمل المواطنين على الفيسبوك)

Public relations practitioners' use of social networking sites in valuing  
corporate social responsibility (Content analysis of the official page of the  
Algerian Confederation of Employers Citizens on Facebook.)

ط.د براكيتية سعاد<sup>1\*</sup>، أ.د صوالحية الزهرة<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة باجي مختار عنابة، مخبر أبحاث ودراسات في الاتصال (الجزائر)، souad.braktia@univ-annaba.org

<sup>2</sup> جامعة باجي مختار عنابة، (الجزائر)، zoypa23@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2023/06/18

تاريخ الاستلام: 2022/06/21

**ملخص:**

نسعى من خلال هاته الدراسة إلى تحديد أبعاد ومبادئ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة المثمّنة من طرف ممارسي العلاقات العامة بالكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين، ومعرفة المواضيع المدعّمة لها من طرف أعضائها، والتي نستخلصها من منشوراتها بصفحتها الرسمية على الفيسبوك، كونه أكثر وسائل التواصل الاجتماعي ولوجا من طرف الجمهور واستخداما من طرف المؤسسات الجزائرية بشتى أنواعها، وبالتالي نتوصل إلى مدى فاعليته وإسهامه في تقيم المسؤولية الاجتماعية للكونفدرالية، والتحقق من كفاية الاعتماد عليه من طرف ممارسي العلاقات العامة بالكونفدرالية أو ضرورة تدعيمه بوسائل وتقنيات أخرى.

كلمات مفتاحية: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، العلاقات العامة، مواقع التواصل الاجتماعي.

**Abstract:**

Through this study, we seek to determine the dimensions and principles of social responsibility for the institution valued by public relations practitioners in the Algerian Confederation of Employers Citizens, and to know the topics supported by its members, which we extract from its publications on its official page on Facebook, being the most accessible social media The public and its use by the Algerian institutions of all kinds; and thus we reach the extent of its effectiveness and its contribution to valuing the social

responsibility of the Confederation, and verifying the adequacy of reliance on it by the practitioners of public relations in the Confederation or the necessity of strengthening it by other means and techniques.

Enter your abstract here (an abstract is a brief, comprehensive summary of the contents of the article).Enter your abstract here (an abstract is a brief, comprehensive summary of the contents of the article).

**Keywords:** Corporate Social Responsibility;Public relations; Social Media.

## 1. مقدمة:

تعد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة من بين المفاهيم المرنة والواسعة، نظرا لاختلاف الباحثين الأكاديميين والقائمين عليها في المؤسسات من حيث التخصص والمرجعيات الفكرية، كما تعتبر من بين المجالات ذات الأبعاد العديدة والمختلفة، فهي تتسع وتضيق حسب النسق الذي يتبناها سواء بالدراسة أو الممارسة، ويقع الاختلاف أيضا داخل المؤسسة في حد ذاتها، وذلك حسب القسم المنوط بها، غير أن قسم العلاقات العامة يمارس مسؤولية اجتماعية تجاه جميع الأطراف لأنه يمثل حلقة الوصل والنواة التي تجمع مسؤوليات كل الأقسام، والجمهور الخارجي للمؤسسة، وكذا المحيط والبيئة.

ويعمل ممارس العلاقات العامة على تثمين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة عن طريق وضع مخططات وبرامج تدمج في الاستراتيجيات الكبرى للمؤسسة، ويسعى في ذلك بواسطة البحث والاتصال بكل من له علاقة بتعزيز هذا الجانب من داخل وخارج المؤسسة، ونظرا لاتساع أنشطة المؤسسات وكثافة المهام وزيادة العبء على ممارسي العلاقات العامة، أصبح لزاما البحث عن طرق جديدة للعمل الجماعي والتعاون بين أكثر من مؤسسة.

ومنه ظهرت تكتلات تحت عدة مسميات (منظمات، نقابات، كونفدراليات، إتحاديات...)، يشرف عليها أرباب العمل بمساعدة وتدعيم مختصين في مجال الاتصال والعلاقات العامة، الهدف منها مناقشة الوضع العام الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي، على جميع الأصعدة محلية، وطنية وعالمية، تمارس مهامها مرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية من بينها الكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين،

التي قدمت العديد من الجهود في مجال التنمية المستدامة، وتعزيز الاقتصاد الوطني، كما تعمل المنظمة على تشجيع المستثمرين من الشباب المقاولين وسيدات الأعمال من النساء.

ونظرا للظروف التي عاشتها الجزائر جراء الأزمة العالمية كوفيد 19، والأزمة الاقتصادية الناتجة عن الإنزلاقات الخطيرة التي وقع فيها بعض المستثمرين خلال السنوات الأخيرة، بادرت الكونفدرالية بالعديد من الدراسات والحملات التحسيسية لإعادة الثقة في الاستثمار، فأضحينا نشاهد عملا نقابيا مختلفا عن التقليدي، حيث تعمل انطلاقا من كونها شريكا اجتماعيا للحكومة الجزائرية، تحت مجموعة من المبادئ والالتزامات حددتها مسبقا، ومن بينها تقديم ما أطلقت عليه مسعى "الكتاب الأبيض" الذي سلمته لرئيس الجمهورية بتاريخ 06 مارس 2022، وروج له القائمون على العلاقات العامة كثيرا بصفتها الرسمية على الفايسبوك كسابقة في مجال منظمات أرباب العمل الجزائريين تقر من خلاله، أن بنوده ليست شكاوى أو مطالب نقابية أو مسعى للحصول على مزايا، بل خارطة طريق للمصلحة العامة والتنمية المستدامة هدفها السعي لتحقيق الأمن والسيادة الغذائية، الأمن الرقمي والأمن الطاقوي، وفقا لمبادئ المسؤولية الاجتماعية مواطنة، حوكمة وترشيد .

وتعد الصفحة الرسمية للكونفدرالية على الفايسبوك هي الواجهة الأكثر ولوجا والأسرع في الوصول إلى المتابعين، والأسهل في إيصال المعلومة والأيسر للترويج لما تقوم به في مجال المسؤولية الاجتماعية، وهذا ما يدفعنا لطرح الإشكالية الآتية: هل أدى استخدام الفايسبوك من طرف ممارسي العلاقات العامة للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين دورا إيجابيا وفعالا في تثمين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة؟ ويندرج تحت هذا التساؤل أسئلة فرعية تتمثل في:

1- ما طبيعة المواضيع التي يتم نشرها عبر الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب

العمل المواطنين على الفايسبوك؟ وما مدى ارتباطها بأبعاد المسؤولية الاجتماعية؟

2- ماهي الدعائم الميدانية والإلكترونية التي اعتمدها ممارسو العلاقات العامة لتعزيز ما يتم

نشره على الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين؟

للإجابة على التساؤلات، من الضروري الانطلاق مما تتوصل له باحثون وخبراء في مجال

المسؤولية الاجتماعية والعلاقات العامة كجانب نظري نستند عليه في تحليل محتوى الصفحة

الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك كمايلي:

## 2. تثمين ممارسي العلاقات العامة لأبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:

تعرف العلاقات العامة على أنها ذلك النشاط الذي تقوم به المنظمة لتخطيط،تنظيم،توجيه ومراقبة علاقتها النظرية والعملية بالبيئة المباشرة بهدف إقامة واستمرار التفاهم والثقة المتبادلة بينها وبين تلك البيئة. (Samuel Deep، 1978 ، صفحة 04) وتعنى العلاقات العامة بمهمة الاتصال بين المؤسسة وجمهورها بهدف إيجاد صلات ودية تقوم على الفهم المتبادل بينهما وذلك على أساس من الصدق، الصراحة والأمانة.(فهبي محمد العدوي، 2011، صفحة 38)، ومن وظائف العلاقات العامة رعاية مصالح الجمهور الداخلي والخارجي والعمل على تحقيق الصالح العام للمجتمع قبل تحقيق مصلحة المؤسسة وهذا مؤشر للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والعمل على رفاهية المجتمع قبل أهدافها الذاتية.(عبد الناصر جرادات، لبنان هاتف الشامى، 2009، صفحة 25).

فالمسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة بالمؤسسة لا تتوقف عند استيفاء توقعات المجتمع الأخلاقية،القانونية والتسويقية ولا تقتصر على بعض المبادرات الفردية ذات البعد الإنساني تسعى من خلالها المؤسسة إلى تنميق صورتها الذهنية لدى الجمهور، بل تتجاوز ذلك إلى مجموعة شاملة من الاستراتيجيات الهادفة المدعمة بمخططات وبرامج تدمج في جميع عملياتها وأنشطتها ومراحل اتخاذ القرارات التي تدعمها وتكافئها الإدارة العليا، لذا عرفها كل من K.Davis et R.Blomstron بأنها: "التزام المؤسسة بأن تضمن إيجاد توازن بين تحقيق الأرباح الاقتصادية المطلوبة والفوائد الاجتماعية المترتبة عن هذه القرارات".(كمال برباوي، 2012، صفحة 88)

### 1.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:

يجمع ممارسو العلاقات العامة على الأبعاد الآتية نظرا لارتباطها بمهامهم وبرامج عملهم وتمثل في: البعد الإنساني والبيئي: ويشتمل على عدة عناصر من بينها حقوق الإنسان، التي تعزز مبدأ العدالة الاجتماعية والصحية من خلال حماية المستهلك وحماية الأطفال من المنتجات المؤثرة سلبا على العقل والصحة، تكافؤ الفرص كتوظيف ذوي الاحتياجات الخاصة والظروف الاجتماعية الصعبة، تحسين ظروف العمل وحماية الأطفال والمسنين من الاستغلال الوظيفي، محاربة التمييز العنصري والجنسي، المساعدات والمبادرات الخيرية، الحملات التوعوية والتحسيسية، إضافة إلى حماية البيئة من التلوث، صيانة الموارد الطبيعية وحفظها من التلف، التخلص الصحي من المنتجات المستهلكة وبقياء المواد الكيماوية المستخدمة في التصنيع... (منصور عبد القادر منصور وآخرون، 2019، صفحة 133)

**البعد الاقتصادي:** يقتضي التركيز على النواحي الاقتصادية التي تتعلق بالمنظمة ومحيطها البيئي والاجتماعي، وفيه اتجاهان متكاملان، مسؤولية تشمل ما يستوفي حقوق المؤسسة ويغطي مصاريفها ومخرجاتها بمدخلات محفزة، واتجاه يتعلق بالمسؤولية تجاه المجتمع من حيث الإسهام في توفير مناصب العمل، تحفيز العمال بالمنح والعلاوات، توفير التجهيزات والظروف الملائمة لتطوير العمل، المساهمة في الإقلاع بالاقصاد العام والتنمية المستدامة للدولة ككل... (رضا فولي عثمان ثابت حسن، 2019، صفحة 35)

**البعد الأخلاقي و الاجتماعي:** تتمحور أنشطته حول الاهتمام بكل ما يتعلق بالقيم الاجتماعية والثقافية للمجتمع كالتعاون، التعايش، التكافل، إحياء المناسبات الدينية والثقافية، الاهتمام بالموروث والتراث التاريخي، نشر قيم المحبة والتصالح والمجاملة، التحسيس بأهمية لغة الحوار وتبادل الآراء، الإنصاف والعدالة الاجتماعية، الصدق والشفافية والنزاهة، وكثيرة هي المبادئ القيمة والأخلاقية التي يزخر بها المجتمع الجزائري خاصة. (خيرة بن يمينة، فاطمة الزهراء بن يمينة، 2019، صفحة 323)

**البعد القانوني:** الأصل فيه احترام النصوص القانونية والتنظيمية الصادرة من السلطات التشريعية، إضافة إلى احترام ضبطية النظام العام كالسكينة، الأمن، الصحة العمومية والحفاظ على المحيط والبيئة والأخلاق العامة فيما يتعلق بأنشطة المؤسسة وعلاقتها بالمحيط الاجتماعي والبيئي، (أبو بكر خوالد، خيرالدين بوزرب، 2019، صفحة 368) وفي ذلك إلزام لا طواعية، ثم توسع البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية مع ظهور المنظمات النقابية الخاصة بأرباب العمل، فتعززت فكرة الشراكة الاجتماعية في صنع القرار بين المجتمع المدني والسلطات العليا للبلاد، وأصبحت منظمات أرباب العمل تسهم باقتراحاتها في تعديل النصوص التشريعية والتنظيمية بما يتوافق مع المصلحة العامة.

## 2.2 أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تهمين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:

ترتبط شبكات التواصل الاجتماعي بالمجتمع وشبكة الأنترنت بهدف التواصل، وتعرف على أنها: مواقع إلكترونية تم تأسيسها من طرف شركات عالمية مختصة في تقنيات وبرمجيات التواصل الاجتماعي، توفر لمستخدميها خدمات متعددة الخيارات، مثل المحادثة الفورية، الرسائل الخاصة، البريد الإلكتروني، الفيديو، التدوين الخطي والصوتي والمرئي، مع سهولة مشاركتها مع الغير. (مبارك ريان، 2017، صفحة 78)، ووفقا لموقع الإحصاءات العالمي STATISTA، فإن الفاييسبوك يعد أكبر وأشهر الشبكات استخداما لعام 2022، وهو تطبيق أمريكي مملوك لشركة فاييسبوك، يمتلك ما يفوق 2.89 مليار مستخدم نشط، بعد إعلان شركة فاييسبوك عن تغيير اسمها إلى META. (Dr. Horst Stipp، 2022)

استخدام ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في تثمين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

تحليل محتوى الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك

توفر مواقع التواصل الاجتماعي استخدام عدة تطبيقات في تنفيذ عمليات الاتصال من فرد لفرد، فرد لمجموعة وبين المجموعات، كما تسهل توزيع البيانات الخاصة والعامة، وتبادل الأدوار في التلقي والإرسال بكل أريحية، فهي تساعد ممارس العلاقات العامة على تقديم المعلومات الكاملة والفورية، وتمكنه من متابعة وسائل الإعلام وبناء العلاقة معها، كما تهيئ له عمليات إجراء البحوث العلمية والاستطلاعية والتواصل مع الخبراء والأكاديميين في مجال المسؤولية الاجتماعية، كما تساهم في ترشيد وحوكمة اتخاذ القرارات بأقل جهد، تكلفة، وأسرع وقت وبأجدي وسائل التنفيذ والمتابعة، كما تفعل بناء العلاقة مع الجماهير والوصول إليهم، وبالتالي يستطيع إبراز دور المؤسسة في خدمة المجتمع والاهتمام بمتطلباته وحاجياته عن طريق الحوار التفاعلي. (خيرت معوض محمد، 2009، الصفحات 39-40)

لهذا فاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح خيارا استراتيجيا لمضمون المؤسسة الذي يعبر عن الخدمة الاجتماعية وإسهام العلاقات العامة في مسؤوليتها تجاه المجتمع، وهو ما سيتم توضيحه من خلال تحليل محتوى الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك بإدارة فريق عمل من ممارسي العلاقات العامة متخصصون في المسؤولية المجتمعية.

### 3. تحليل محتوى الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين:

سميت الصفحة باسم المنظمة المؤسسة وهو "الكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين"، وتاريخ إنشائها 12 أكتوبر 2020، وهي منظمة غير حكومية @CAPCALgerie كما جاء في ديباقتها، تجمع الشركات المنتجة التي تمثل جميع قطاعات النشاط كالصناعة، الخدمات والتجارة، وتتم متابعة صفحتها على الفايسبوك بواسطة 31743 من الأشخاص، ومواقيت عمل، من الأحد إلى الخميس من الساعة 08:00 صباحا إلى 17:00 مساء، ماعدا يومي الجمعة والسبت.

اعتمدت الكونفدرالية رمزاً على صفحتها في شكل ملصق على خلفية ملف الصفحة الرسمية للكونفدرالية على الفايسبوك وهو عبارة عن الأحرف الأولى من اسم المنظمة باللغة الفرنسية CAPC ممزوج بين اللون الأبيض والذهبي، حرف A يأخذ شكل مقام الشهيد، الخلفية باللون الأزرق وتحت الرمز مكتوب بالفرنسية CONFEDERATION ALGERIENNE DU PATRONAT CITYEN وشعارها على ملصق وضع كصورة للغلاف بخلفية زرقاء «Ensemble au service de L'ECONOMIE Nationale» وتحت اسم المنظمة بالفرنسية، كما فعلت الكونفدرالية علامة التوثيق الزرقاء التي تضمن إستمراريتها وسهولة متابعتها، دعمت الصفحة بروابط إلكترونية أخرى تتمثل في موقع

إلكتروني، رقم هاتف وبريد إلكتروني، وواتسآب، صفحات فرعية وحسابات على الفايسبوك تغطي كامل التراب الوطني، هذا بالنسبة للوصف العام للصفحة. (الكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين، 2020) التي سنقوم بتحليلها والبحث في مضامينها عن كل ما له علاقة بتثمين المسؤولية الاجتماعية وتعزيز أبعادها ومبادئها وفقا للعناصر الآتية:

### 1.3 منهج وأدوات الدراسة:

أ- المنهج المستخدم: فحوى هاته الدراسة هو تحليل محتوى مجموعة من المنشورات في مجال زمني مستمر بين نقطة انطلاق ونقطة انتهاء، بحيث يتم مسح عينة المنشورات الإلكترونية على صفحة الفايسبوك للكونفدرالية خلال الفترة المحددة بثلاثة أشهر تبدأ من 01 جانفي 2022 وتنتهي في 31 مارس 2022، ينتهي البحث إلى الدراسات المسحية، ويستخدم مصطلح المسح "للتعبير والدلالة عن النظرة الفاحصة أو الملاحظة الهادفة للأشياء، والبحث المسحي يسعى إلى جمع بيانات من أفراد المجتمع لمحاولة تحديد الحالة الراهنة للمجتمع في متغير معين أو متغيرات معينة". (عبد اليمين بوداود، 2010، صفحة 99)

والدراسة المسحية تعد من الأبحاث الوصفية، لذا فمنهج الدراسة هو المنهج الوصفي ويعرف بأنه: "وصف منظم ودقيق للحقائق في ميدان من ميادين المعرفة المختلفة بطريقة موضوعية وصحيحة". (عبد اليمين بوداود، 2010، صفحة 88)، والمنهج الوصفي: "هو منهج علمي يقوم أساسا على وصف الظاهرة أو الموضوع محل البحث والدراسة، على أن تكون عملية الوصف تعني بالضرورة تتبع هذا الموضوع ومحاولة الوقوف على أدق جزئياته وتفصيله". (أحمد عياد، 2009، صفحة 61)

ب- أدوات جمع البيانات: هناك اختلاف في اعتبار تحليل المحتوى منهجا أو أداة أو تقنية، فالباحث الأكاديمي يوسف تمار عرفه كمايلي: " تحليل المحتوى تقنية بحث، ومن هذا المنطلق وجب استعماله من خلفية إمبريقية محضة، تساعد الباحث فيما بعد على إعطاء الأبعاد التي يريدها والتي من خلالها يمكنه الإجابة عن إشكالية بحثه". (يوسف تمار، 2007، صفحة 08)، والباحث صلاح الدين شروخ تحدث عنه مرة كمنهج وعرفه كمايلي: تحليل المحتوى على غاية من الأهمية لذا يرقى إلى مصاف المناهج الأخرى ويستقل بذاته، ومرة ك "أداة من أدوات البحث العلمي، والتحليل رد الشيء إلى عناصره المكونة له مادية كانت أو معنوية..."، و عرفه أيضا على أنه: "أسلوب البحث لوصف المحتوى الظاهر للاتصال، وصفا موضوعيا منظما وكيميا". (صلاح الدين شروخ، 2003، صفحة 48 و160)

وللخروج من كل هاته الاختلافات يمكن استخدام تحليل المحتوى في هاته الدراسة كتقنية مدعمة بأداة استمارة تحليل محتوى مقننة في شكل عناصر تتعلق بفئات المنشورات قيد الدراسة، المذكورة في عنصر فئات التحليل، وتم بناؤها اعتمادا على المراجع النظرية من جهة وما تحتويه المنشورات من عناصر تخدم الموضوع، من جهة أخرى حيث تم التعديل في العديد من الوحدات بناء على ما هو موجود فعليا على الصفحة الرسمية للكونفدرالية.

ج-مجتمع الدراسة: يقصد بمجتمع البحث في تحليل المحتوى "مجموعة الوحدات التي يستقي منها الباحث عينة الدراسة."، (يوسف تمار، 2007، صفحة 12) وفي هاته الدراسة مجتمع الدراسة المتاح هو مجموع المنشورات التي يتم طرحها على مستوى صفحة الفايسبوك الرسمية للكونفدرالية CAPC والتي سنستخلص منها كل ما يتعلق بتثمين المسؤولية الاجتماعية في أبعادها ومبادئها.

د-عينة الدراسة : تتمثل العينة في " المعايينة التي تساعدنا في دراسة المجتمع عبر دراسة عدد محدود من وحداته على أساس أنها تتماثل معه في خصائصه"، (يوسف تمار، 2007، صفحة 14) وفي هاته الدراسة وحدات المجتمع المتمثلة في المنشورات على صفحة الكونفدرالية تشمل خصوصيات المجتمع الأصلي لمادة البحث خاصة فيما يتعلق بأبعاد ومبادئ المسؤولية الاجتماعية، وقد حددنا عينة قصدية بمجال زمني يتمثل في الثلاثي الأول من سنة 2022، وهو مجال كاف يتم الاعتماد عليه في كل الحصائل سواء الأكاديمية أو العملية. وتعرف العينة القصدية بأنها العينة العمدية، وفيها " يتعمد الباحث أن تتكون العينة من وحدات بعينها لتوفر خصوصيات في هذه الوحدات يجعلها تمثل تمثيلا صحيحا للمجتمع الأصلي، فقد يختار الباحث مناطق محددة يرى أنها تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية لمجتمع البحث"، (ابراهيم ابراش، 2008، صفحة 253)، وعدد وحدات العينة المختارة: 128 منشور.

ه-وحدات التحليل: يعتمد الباحثون على أنواع عديدة من وحدات التحليل حسب طبيعة الدراسة وأهدافها ومن هذه الوحدات: وحدة الكلمة، وحدة العبارة، وحدة الفكرة، وحدة الفقرة، وحدة الموضوع، وحدة اللقطة، وحدة المقطع، وحدة الزمن، وكلها وحدات يمكن استخدامها مع مضامين تقليدية سواء كانت ورقية، سمعية أو بصرية، غير أن تحليل المحتوى الإلكتروني للفايسبوك تحديدا يتطلب وحدة تحليل تناسب الفضاء المدروس والمادة فحوى التحليل والأنسب لهاته الدراسة هي "وحدة المنشور" وهو نوع من الوحدات التي تستند على مادة متمزج فيها خصائص الوحدات السابقة الذكر.



و-فئات التحليل: التفيئة هي تصنيف المادة محل تحليل المحتوى حسب مضمونها وبناء على أهداف الدراسة، بحيث يسهم هذا التصنيف إسهما مهمما في التحليل العلمي مهما كان نوعه، ويقال أنالتفيئة: "نصف الطريق إلى الحقيقة" لذا من الواجب أن تكون الفئات محددة تحديدا واضحا، جامعا مانعا لكل تفاصيل المادة المراد تحليلها ما استطاع الباحث لذلك سبيلا.(عمار بوحوش وآخرون، 2019، صفحة 156)، وتم تحديد خمس تصنيفات من الفئات تناسب هذه الدراسة هي: -فئات الزمن وفيها الوحدات الآتية: عدد مرات النشر في اليوم، انتظام النشر على مدار الأيام، و-فئات الشكل: طبيعة المادة المستخدمة، اللغة المستخدمة، الإخراج الفني (القوالب)، مدعومات إلكترونية)، ثم -فئات المضمون: فئة المواضيع، أبعاد المسؤولية الاجتماعية، مبادئ المسؤولية الاجتماعية، ثم فئات المصدر: الفاعل، مصدر المعلومة، الاتجاه ،وأخيرا فئات الجمهور ووحداتها تتمثل في: الجمهور المستهدف، المتفاعلون، عدد تفاعلات الجمهور، عدد تعليقات الجمهور، إعادة مشاركة المنشور من طرف الجمهور.

### 2.3.تفريغ البيانات وتحليلها: تم تفريغ البيانات وفقا للجداول الآتية:

الجدول 01-عدد مرات النشر في اليوم (فئات الزمن):

عدد مرات النشر	التكرارات	النسبة %
مرة واحدة في اليوم	21	16.40 %
مرتين في اليوم	36	28.12 %
أكثر من مرتين في اليوم	71	55.46 %
المجموع	128	100 %

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

يوضح الجدول عدد مرات النشر في اليوم، وقد وصلت نسبة النشر لأكثر من مرتين 55.46 %، ومنه نستنتج أن الاعتماد على صفحة الفايسبوك مكثف، مما يبقي التواصل مع الجماهير وطيدا، فكثافة النشر تزيد من كثافة التعرض والولوج للصفحة.

الجدول 02-انتظام النشر على مدار الأيام(فئات الزمن):

الأيام	التكرار	النسبة %
كل يوم	98	76.56 %
يوم بعد يوم	3	2.34 %
بعد يومين	8	6.25 %
بعد أكثر من يومين	19	14.84 %
المجموع	128	100 %

استخدام ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في تامين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

تحليل محتوى الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

يوضح الجدول نسب انتظام النشر على مدار الأيام، والملاحظ أن النشر كل يوم تبلغ نسبته 76.56% وهي الأعلى، كما أن النشر على فترات متباعدة يدعم بالتكثيف في نفس اليوم كما يبين ذلك الجدول الأول، ومنه نستنتج أن العلاقة بين الكونفدرالية والجمهور متواصلة ومكثفة، مما يساعد على ترسيخ الصورة الذهنية والتعود على مشاهدة منشوراتها.

الجدول 03-طبيعة المادة المستخدمة (فئات الشكل):

النسبة%	التكرارات	طبيعة المادة المستخدمة
53.90%	69	نص مكتوب+صور
14.06%	18	نص مكتوب+مزيج من أكثر من مادتين.
9.37%	12	نص مكتوب+ فيديوهات
8.59%	11	نص مكتوب+ملصق تعبيرى
7.81%	10	ملصق تعبيرى
6.25%	8	نص مكتوب
100%	128	المجموع

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

يبين الجدول طبيعة المادة المنشورة ونجد أن استخدام النص المكتوب مع الصور هو الأكثر بروزا بنسبة 53.90%، ومنه نستنتج أن ممارسي العلاقات العامة يعتمدون على الهاتف النقال لاختصار الوقت والجهد والتكلفة وفي ذلك ترشيد وأنية لوصول المعلومة للجمهور.

الجدول 04-اللغة المستخدمة(فئات الشكل):

النسبة%	التكرارات	اللغة المستخدمة
89.06%	114	العربية+الفرنسية
8.59%	11	العربية
2.34%	3	فرنسية
100%	128	المجموع

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

في الجدول تم إسقاط باقي اللغات لأنها غير مستخدمة نهائيا، وما يلاحظ أن نسبة 89.06% من المزج بين اللغة العربية والفرنسية وهي الأعلى، فرغم أن اللغة العالمية هي الإنجليزية واللغة الرسمية هي العربية، إلا أن الفرنسية غالبية على صفحة الكونفدرالية، وكذا العديد من صفحات المؤسسات الاقتصادية ويرجع ذلك للتبعية الاقتصادية التي خلفها الاستعمار الفرنسي، والتكوين الأكاديمي.

الجدول 05-الإخراج الفني –القوالب-(فئات الشكل):

النسبة %	التكرارات	الإخراج الفني
24.21%	31	تقرير
23.20%	29	خبر
17.96%	23	إعلان
17.96%	23	مداخلة
7.81%	10	مقال صحفي
5.46%	7	حوار صحفي
3.90%	5	تهنئة
100%	128	المجموع

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

تنشر الصفحة قوالب متنوعة منها التقارير التي تصل نسبتها 24.21 %، ومواضيعها متنوعة كالتقارير عن اجتماعات، مؤتمرات، قرارات، مقابلات شراكة، منتديات كمنتدى الأعمال القانوني 07 مارس 2022، ثم الأخبار والإعلانات ثم المداخلات والتي نسبتها تصل إلى 17.96% التي تركز أغلبها على الأمن الغذائي، حيث تم نشر 9 منشورات بتاريخ 26 مارس 2022 كلها حول مداخلات بعنوان "السيادة الغذائية".

الجدول 06-مدعمات إلكترونية(فئات الشكل):

النسبة %	التكرارات	المدعمات الإلكترونية
64.13%	118	صفحات فرعية وحسابات على الفايسبوك
21.73%	40	موقع إلكتروني
7.06%	13	يوتيوب وفيديوهات على مواقع التواصل الاجتماعي
3.26%	6	قناة إذاعية
2.71%	5	تقنية التحاضر عن بعد
1.08%	2	رقم هاتف
100%	184	المجموع

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

تمثل الصفحات الفرعية وحسابات الفايسبوك 64.13% النسبة الأعلى كمدعمات إلكترونية، أما المواقع الإلكترونية تمثل نسبة 21.73 % وتشتمل مواقع منظمات أخرى ومواقع إعلامية، حيث تحيل الصفحة المتابعين لها لمشاهدة التفاصيل بهاته المواقع، ومنه نستنتج أن تدعيم الصفحة يضمن متابعتها بطرق أخرى وفي ذلك إثراء لإبراز الكونفدرالية أكثر، وانفتاح على البيئة الإعلامية والإلكترونية.

استخدام ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في تثمين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

تحليل محتوى الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك

#### الجدول 07-فئة الموضوع(فئات المضمون)

النسبة%	التكرارات	المواضيع
15.89%	72	تحليل قضايا وأزمات ومواجهة تحديات ورهانات اقتصادية
14.34%	65	الإنعاش والإصلاح الاقتصادي ودفع عجلة التنمية المستدامة.
10.81%	49	الأمن الغذائي
09.05%	41	الشراكة الاقتصادية محلية ودولية وتشجيع الاستثمار الأجنبي.
8.60%	39	اقتراح تعديل وتحسين التشريعات والتنظيمات والإجراءات المرتبطة بالاستثمار المحلي والدولي.
8.38%	38	مناقشة تنوع بدائل التمويل استشراف المشاريع الطاقوية وتشجيع الاستثمار في مجال الرقمنة
4.49%	35	استعادة الثقة في الاستثمار والمستثمرين.
7.72%	25	السبق في مجال تأسيس مشروع الكتاب الأبيض
3.97%	18	دعم المؤسسات الناشئة وتشجيع قطاع الاستثمار
3.75%	17	الاهتمام بالمجال البيئي وجمالية المحيط.
3.53%	16	الحرص على تنفيذ تدابير الوقاية من كوفيد19.
3.31%	15	تشجيع البحث العلمي
1.54%	7	محاربة البطالة
1.32%	6	إحياء المناسبات الوطنية والمحلية والأعياد الدينية والثقافية.
1.10%	5	تعزيز دور المرأة في الاستثمار
1.10%	5	أعمال خيرية ومساعدات اجتماعية
100%	453	المجموع

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

في الجدول مواضيع عديدة مستخرجة من المنشورات وتمثل التي تتحدث عن الرهانات وتحليل القضايا الاقتصادية النسبة الأعلى 15.89% ويلمها مواضيع الإنعاش والإصلاح الاقتصادي والأمن الغذائي، كالدراسات المعمقة التي أجريت بمعية باحثين أكاديميين وخبراء، بتاريخ 26 مارس 2022، كما يلفت الانتباه الاهتمام بإعادة الثقة للاستثمار والمستثمرين، ويعد الكتاب الأبيض سبقا للكونفدرالية كقوة اقتراح فاعلة اقتصاديا واجتماعيا وتم التطرق له في 25 منشورا خلال 3 أشهر.

ومن بين مظاهر تعزيز دور المرأة كمساهمة في عجلة التنمية وإن كانت النسبة قليلة 1.10%. الأمسية الأكاديمية التي احتضنها مقر المكتب الجهوي وهران للكونفدرالية بتاريخ 24 مارس 2022، وفيما يتعلق بالبطالة ما جاء في منشور يحيل متابعي الصفحة إلى حوار تلفزي بعنوان "الפורوم الاقتصادي" 10 مارس 2022 تطرق فيه رئيس الكونفدرالية لضرورة تحقيق هدف 50 مؤسسة لكل ألف نسمة وركز على اقتراح استحداث 250 ألف مؤسسة سنويا وفقا لمعايير دولية كاستراتيجية لمحاربة البطالة.

الجدول 08-أبعاد المسؤولية الاجتماعية(فئات المضمون):

الأبعاد	التكرارات	النسبة %
البعد الاقتصادي	95	29.96%
البعد الاستراتيجي	76	23.97%
البعد الأخلاقي والاجتماعي	47	14.82%
البعد الإنساني والبيئي	36	11.35%
البعد القانوني	28	8.83%
البعد العلمي والثقافي	21	6.62%
البعد النقابي	14	4.41%
المجموع	317	100%

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

يأخذ البعد الاقتصادي النسبة الأكبر 29.96 %، ويليه البعد الاستراتيجي الذي يتمثل في السعي للنقاش والإسهام في تدعيم قرارات الدولة ومرافقتها المثمنة للمسؤولية الاجتماعية والاقتصادية تجاه الاستثمار والمواطنة في مخططاتها واستراتيجياتها الكبرى مثل السعي لدعم استراتيجية كبرى للأمن الغذائي والأمن الرقمي والأمن الطاقوي. وبالنسبة للبعد العلمي فإن الكونفدرالية تقوم بدراسات علمية وعملية تقوم على تكميم ووصف الواقع مع اختتام الدراسات باقتراح حلول واقعية للوضع الاقتصادي الراهن و"الكتاب الأبيض" يعد حوصلة مبدئية قابلة للإثراء من طرف الفاعلين والخبراء والأكاديميين.

الجدول 09-مبادئ المسؤولية الاجتماعية(فئات المضمون)

المبادئ	التكرارات	النسبة %
التعاون	70	10.15%
الحوكمة	68	9.86%
المواطنة	62	8.99%
التحسيس والتوعية	62	8.99%
تعزيز الانتماء والولاء للمنظمة	62	8.99%
الالتزام	58	8.41%
التحفيز	57	8.27%
الترشيد	57	8.27%
التشاور	55	7.98%
التميز	36	5.22%
المصداقية والشفافية والموضوعية	24	3.48%
التعايش	19	2.75%
تكافؤ الفرص	17	2.46%
المساواة والعدالة الاجتماعية	13	1.88%

استخدام ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في تثمين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

تحليل محتوى الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك

المنافسة الشريفة	11	1.59%
التضامن	10	1.45%
المجاملة	8	1.16%
المجموع	689	100%

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

يغلب مبدأ التعاون بنسبة 10.15 %، إلا أن النسب متقاربة، ويظهر التضامن في تقديم المساعدات، والتدعيم المعنوي للمؤسسات الناشئة. ومن المبادرات التي تجمع مبدأي التضامن والمواطنة ما قام به فرع سكيكدة بالتعاون مع شركة Synclor المتمثل في تقديم 20000 لتر من ماء جافيل لمديرية الشؤون الدينية و5000 لتر لصالح القطاع الصحي لولاية سكيكدة. منشور 30 مارس 2022 .

الجدول 10-الفاعل (فئات المصدر)

الفاعل	التكرارات	النسبة%
المكتب المركزي للكونفدرالية	80	62.5%
منظمات خاصة محلية ودولية	29	22.65%
المكاتب المحلية للكونفدرالية	10	7.81%
منظمات حكومية وسياسيون	9	7.20%
المجموع	128	100%

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

أنشطة المكتب المركزي تفوق باقي الفاعلين ونسبتها 62.50 %، ومن بين المنظمات الحكومية الفاعلة وزارة الثقافة والفنون الجزائرية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وقامت المكاتب الفرعية في الكثير من المرات بمبادرات إنسانية تهمينا للمسؤولية الاجتماعية، خاصة فيما يتعلق بإجراءات الوقاية من كوفيد19، ونستنتج أن صفحة الكونفدرالية ليست فاعلا دائما بل تعتمد على أطراف أخرى بنسب متفاوتة في تفعيل أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

الجدول 11-مصدر المعلومات (فئات المصدر):

مصدر المعلومة	التكرارات	النسبة
صفحة الكونفدرالية المركزية	63	49.21%
موقع إلكتروني	23	17.96%
صفحة فرعية للكونفدرالية	11	8.59%
قناة إذاعية	9	7.03%
قناة تلفزيونية	8	6.25%
معارض وطنية ودولية	8	6.25%

وكالة أنباء	4	3.12%
صحافة مطبوعة	1	0.78%
صفحات رسمية لمنظمات حكومية أو خاصة	1	0.78%
المجموع	128	100%

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

تحوز الصفحة الرسمية للكونفدرالية النسبة الأكبر كمصدر للمعلومة، وتليها المواقع الإلكترونية التي تشمل على صفحات الصحافة الإلكترونية مثل: Journal Liberté-Algérie; Reporters; Elmassa; ALGERIE PRESSE SERVICE ومنظمات دولية كمجموعة أكسفورد للأعمال ومنتدى الفضاء المتوسطي، كما تتعامل الصفحة كثيرا مع وسائل الإعلام التقليدية من صحافة مطبوعة، تلفزيون، إذاعة، وتشارك في المعارض، ومنه نستنتج أن صفحة الكونفدرالية تكون أحيانا ناقلة للمعلومة وفي الغالب مصدرا لها.

الجدول 12-الاتجاه(فئات المصدر)

الاتجاه	التكرارات	النسبة%
التفاوض	68	53.12%
الإقناع	48	37.50%
التعاطف	10	7.81%
التعصب	2	1.56%
المجموع	128	100%

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

التفاوض غالب على توجه الصفحة، فالهدف من الصفحة هو الحوار المسؤول اجتماعيا بنسبة 53.12%، ثم يليه الإقناع، ثم التعاطف فإضافة للمواقف المتبناة من طرف الكونفدرالية فيما يتعلق بالحرص على التكفل ببعض شرائح المجتمع، تبنت فكرة تدعيم الشباب المستثمر، والتعصب بنسبة أقل ظهر في منشورين، استخدمت فيهما عبارات "يجب" و"شدد" لكن سياق النص لا يعني أن التعصب سلبي، فبعض المواضيع تتطلب تشديد على مطالبها وأهدافها كمضاعفة الفرص واثمين بعض المطالب.

الجدول 13-الجمهور المستهدف(فئات الجمهور)

الجمهور المستهدف	التكرارات	النسبة%
أرباب عمل وموردون	96	17.71%
منظمات حكومية وسياسيون	88	16.23%
خبراء	82	15.12%
الإعلام	77	14.20%

استخدام ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في تثمين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

تحليل محتوى الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك

مجتمع محلي	63	11.62%
مجتمع دولي	51	9.40%
الطلبة	50	9.22%
سيدات الأعمال	35	6.45%
المجموع	542	100%

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

الجمهور المستهدف ليس فقط ما يظهر علنا، لكن ما وراء ذلك جمهور غير مباشر كمؤسسات الدولة وأرباب العمل وغيرهم، والذين يمكن استنتاجهم من طبيعة خطاب المنشور ومن المتفاعلين، ومن الصور أيضا، والنسب ليست متباعدة لكن الغالب ممن تستهدفهم المنشورات هم أرباب العمل والموردون بنسبة 17.71% ثم المنظمات الحكومية والسياسيون. ويلمح الخبراء، ومنه نستنتج أن جمهور الصفحة الذي تستهدف التفاوض معه مخصص غالبا، خاصة أرباب العمل ومؤسسات الدولة.

الجدول 14-المتفاعلون(فئات الجمهور)

المتفاعل	التكرارات	النسبة%
مواطنون	104	28.72%
أرباب عمل	104	28.72%
منظمات خاصة وطنية ودولية	61	16.85%
سياسيون ومنظمات حكومية	45	12.43%
سيدات أعمال	25	6.90%
جمعيات	23	6.35%
المجموع	362	100%

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

نستنتج المتفاعلين من طبيعة المنشور، من خانة المتفاعلين، من الصور، التصريح أو التلميح بالمتفاعلين في المنشور كعبارة "بحضور، تحت إشراف، لقاء بين"، وغيرها من عبارات توجي بوجود فئة معينة من المتفاعلين، وقد تساوت شريحتا المواطنين وأرباب العمل في حيازة النسبة الأعلى وهي 28.72% ثم تلتها منظمات خاصة وطنية ودولية وباقي الشرائح، ومنه نستنتج أن للصفحة جمهورا خاصا بها، ولا نستطيع الجزم بأن فئة المواطنين لا تنتمي لأعضاء الكونفدرالية لأنهم يستخدمون حساباتهم الشخصية.

الجدول 15-عدد تفاعلات الجمهور(فئات الجمهور)

التفاعل	التكرارات	النسبة%
من 1 إلى 20	69	53.90%
من 21 إلى 40	30	23.43%



من 41 إلى 60	12	9.37%
من 61 إلى 80	4	3.12%
من 81 إلى 100	4	3.12%
من 101 فما أكثر	9	7.20%
المجموع	128	100%

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

رغم العدد الكبير من متابعي الصفحة وهو 31743 متابع، إلا أن عدد التفاعلات قليل فمن 1 إلى 10 تفاعلات وصلت النسبة 53.90%، ومن 11 إلى 20 تفاعل وصلت إلى 23.43% وهي الأعلى في الجدول، لكن في المقابل من المنشورات ما وصل عدد التفاعلات فيها إلى أكثر من مائة وواحد بنسبة 7.20%، ومن بينها المتعلقة بالشركات الدولية، كمنشور 30 مارس 2022 الذي ينقل خبر استقبال رئيسة الحكومة التونسية لرئيس الكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل رفقة رئيس الاتحاد التونسي للصناعة والتجارة والحرف، ونستنتج أن طبيعة المواضيع واهتمامات المتابعين تلعب دورا في عدد التفاعلات.

الجدول 16- عدد تعليقات الجمهور (فئات الجمهور)

التعليقات	التكرارات	النسبة%
من 1 إلى 10	119	92.96%
من 11 إلى 20	5	3.90%
من 21 فما أكثر	4	3.12%
المجموع	128	100%

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

عدد التعليقات قليل فمن 1 إلى 10 معلقين وصلت النسبة 86.71% وهي الأعلى، ونستنتج أن المتابعين على كثرتهم يفضلون المرور على المنشورات دون تعليق، وقد تعود أسباب ذلك إلى كثرة الانشغالات أو تفضيل الصمت، فحسب نظرية دوامة الصمت لـ Elisabeth NoelleNeumann أن الرغبة في الحديث حول القضايا تتأثر بتوجه أغلبية أفراد الرأي العام حولها، ويفضل الفرد عدم الخوض في التعبير عن رأيه مالم يعرف رأي الآخرين أو إذا اختلف رأيه عنهم. (عبد المنعم رقا، 2021، صفحة 55)

الجدول 17- عدد مرات مشاركة المنشور من طرف الجمهور (فئات الجمهور)

عدد مرات المشاركة	التكرارات	النسبة%
من 1 إلى 10	118	94.40%
من 11 إلى 20	6	4.68%
من 21 فما أكثر	4	3.12%
المجموع	128	100%

المصدر: الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك.

استخدام ممارسي العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في تثمين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.

تحليل محتوى الصفحة الرسمية للكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين على الفايسبوك

العمل على إعادة مشاركة المنشور من طرف المتابعين مدعم آخر لتفاعلهم ورغبتهم في زيادة متابعي الصفحة، لكن النسبة ضئيلة فمن 1 إلى 10 مشاركات نسبتها الأكبر في الجدول وهي 94.40%، أي أن أغلبية المنشورات لا تعاد مشاركتها بالقدر الذي يساعد على انتشارها، ومنه نستنتج أن هدف ممارسي العلاقات العامة من الصفحة ليس زيادة عدد متابعيها بقدر ما تهتم بتوثيق أعمال الكونفدرالية.

#### 4. خاتمة:

استخدم ممارسو العلاقات العامة بالكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين في استراتيجيتهم التنموية لمجال المسؤولية الاجتماعية العديد من الأساليب والدعائم، كما استعانوا بتقنيات وقنوات اتصالية، إلا أن كل هاته الجهود ما كانت لتبرز لولا الاستعانة بتكنولوجيات الاتصال الحديثة كاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها صفحة الفايسبوك بما فيها الصفحة الرسمية والصفحات الفرعية وحسابات الفايسبوك لفروعها وأعضائها، إضافة إلى دعائم إلكترونية أخرى كاليوتيوب والمواقع الإلكترونية لها ومنظمات شريكة لها وللإعلام الإلكتروني، ووسائل الإعلام التقليدي وأرقام هواتف و ماسنجر وواتساب...إلخ

ومن الدعائم الميدانية التي اعتمدها الكونفدرالية الجزائرية لأرباب العمل المواطنين إصدار "الكتاب الأبيض" بنسخة ورقية وإلكترونية ويحتوي محاور بناء معالم استراتيجية وطنية للإقلاع الاقتصادي وهي وثيقة مفتوحة للإثراء والنقاش من طرف جميع الفواعل الاقتصادية، يقدم حلولاً شاملة وقطاعية مفصلة واستشرافية للمستقبل التنموي المستدام والشامل.

وبرزت أبعاد جديدة للمسؤولية الاجتماعية للكونفدرالية على صفحتها الرسمية على الفايسبوك بالإضافة إلى الأبعاد المعروفة، كالبعد الاستراتيجي والبعد العلمي والذين كانا متضمنين في باقي الأبعاد ضمن العديد من الأبحاث في مجال المسؤولية الاجتماعية وأحيانا غائبة تماما، وركزت الكونفدرالية كثيرا على الهدف الاستراتيجي لمقترحات أعضائها وخبرائها في الكتاب الأبيض وهو تحقيق السيادة الاقتصادية، عبر الأمن الغذائي، الأمن الرقمي والأمن الطاقوي.

يعترف للكونفدرالية بأنها تمثل "قوة اقتراح ميدانية" تسعى لتقديم وجهات نظر أعضائها للسلطات العمومية كلما اقتضى الوضع مع نشرها والترويج لها بالصفحة وباقي الدعائم، بإسهام ممارسي العلاقات العامة، فعلى خلاف جميع الأطراف من الشركاء الاجتماعيين الذين يقدمون تشخيصا للوضع القائم الاقتصادي والاجتماعي بالاتفاق عليه، عملت الكونفدرالية على تقديم حلول

علمية وعملية لتثمين الإيجابيات وتصحيح الأخطاء، وفي ذلك احترافية كبيرة في ممارسة أنشطة العلاقات العامة المثمّنة لاستراتيجية المؤسسة في برامج المسؤولية الاجتماعية.

كما قدم ممارسو العلاقات العامة بالتنسيق مع الأطراف الفاعلة للكونفدرالية مقترحات متكاملة وشاملة لبناء منظومة قانونية وتنظيمية اقتصادية، في ظل مناخ وبيئة أعمال ملائمة وجذابة لتفادي أي تجاوزات مستقبلية، وخصصوا حيزا هاما ومحوريا للحوكمة الاقتصادية والتسيير الراشد والشفافية تجنبا لإهدار الطاقات والقدرات، اتضحت معالمها في العديد من منشورات صفحتها على الفايسبوك، ومن بين الرهانات والتحديات التي عززتها منشورات صفحة الكونفدرالية ضرورة تحقيق إنشاء 50 مؤسسة لكل ألف نسمة، وقد اقترح أعضاؤها على الجهات الوصية استحداث 250 ألف مؤسسة سنويا لبلوغ الأهداف الاقتصادية وفقا للمعايير الدولية، وأكدوا بعد الدراسات التي قاموا بها بالتنسيق مع خبراء ومتخصصين في المجال الاقتصادي أن الجزائر تمتلك كل القدرات لتحقيق ذلك.

رغم الاعتراف الذي تضمنته منشورات صفحة الكونفدرالية على الفايسبوك، بأن تحميل مسؤولية الأزمة الاقتصادية ليس للدولة فحسب بل للمؤسسات الاقتصادية أيضا، تبقى اجتهاداتها نظرية ما لم يتبعها إرادة مشتركة للتنفيذ، المتابعة، التقييم والتقييم، فالمسؤولية الاجتماعية وفقا لما تم نشره بالصفحة الرسمية للكونفدرالية حبيسة خطوط عريضة، إن وفقت المؤسسات لتحقيقها تحقق معها كل ما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المواطن البسيط الذي يرفع سقف توقعاته كنتيجة الوعود المقدمة، لكن الواقع لا زال يؤرقه: ضعف القدرة الشرائية، ضبابية مستقبلية، التضخم.

ورغم النتائج الإيجابية حول دور الفايسبوك في تثمين المسؤولية الاجتماعية للكونفدرالية، إلا أن الاهتمام برجع الصدى ضئيل جدا وعدد متابعي الصفحة لم يصل بعد إلى مصاف الصفحات الكبرى، لذا من بين التوصيات التي نخرج بها ضرورة الترويج أكثر للصفحة حتى تصل إلى الأغلبية العظمى من المواطنين ولنعكس تسمية الكونفدرالية، كما من الضروري الاهتمام أكثر بالمبادرات الخيرية والتحفيزية والأنشطة الشعبية، فلتحقيق مبدأ العدالة الاجتماعية، التكافل والتضامن وجب تبني أبعاد المسؤولية الاجتماعية بمنظور الفرد البسيط من المجتمع بنفس الدرجة لمنظور رب العمل.

## 5. قائمة المراجع:

- 1- أبو بكر خوالد، خير الدين بوزرب، (2019)، خصوصية المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية: دراسة بنك الكويت الوطني)، الكتاب الجماعي: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، ط1، ص368، برلين، ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
- 2- ابراهيم ابراش، (2008)، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، عمان، الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 3- أحمد عياد، (2009)، مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 4- يوسف تمار، (2007)، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، الجزائر: مؤسسة الفسيلا للطباعة والنشر والتوزيع.
- 5- كمال برباوي، (2 جويلية 2012)، التأصيل النظري للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، العدد 02، ص 88.
- 6- مبارك ريان، (جوان 2017)، ممارسة العلاقات العامة عبر الشبكات الاجتماعية، دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لمؤسسة موبيليس على موقع الفايسبوك، مجلة تاريخ العلوم، العدد 08، ص 78.
- 7- منصور عبد القادر منصور و آخرون، (2019)، المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، الكتاب الجماعي: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، مرجع سابق.
- 8- عبد المنعم رقاظ (30 ديسمبر 2021)، تشكيل الوسم لقضايا الرأي العام المتداولة بين إمكانية التمثيل وخطر التضليل، قراءة نقدية في آليات عمل تويتر من منظور دوامة الصمت، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 03، العدد 02، ص 55.
- 9- عبد الناصر جرادات، لبنان هاتف الشامي، (2009)، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 10- عمار بوحوش وآخرون، (2019)، كتاب جماعي منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، برلين، ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي.
- 11- فهمي محمد العدوي، (2011)، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، (ط01)، عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 12- صلاح الدين شروخ، (2003)، منهجية البحث العلمي للجامعيين، الجزائر: دار العلوم للنشر والتوزيع.
- 13- رضا فولي عثمان ثابت حسن، (2019)، التطورات العلمية والأطر النظرية للمسؤولية الاجتماعية، الكتاب الجماعي: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، مرجع سابق.
- 14- خيرة بن يمينه، فاطمة الزهراء بن يمينه، (2019) التدقيق الاجتماعي كآلية لتفعيل المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة، منير بن دريدي و مجموعة من المؤلفين، الكتاب الجماعي: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، مرجع سابق.

- 15- خيرت معوض محمد،(أكتوبر 2009)،المسؤولية الإعلامية للعلاقات العامة عبر الانترنت ،دراسة على المؤسسات الربحية وغير الربحية في مصر والإمارات ،مجلة جامعة الشارقة،العدد 03، ص39،40 .
- 16-Samuel Deep. (1978 ). Human relations in management. London: colier macmlian publishers.
- 17- <https://www.statista.com/>; Dr. Horst Stipp Janvier 2022, (Consulté le 22Avril 2022).
- 18- <https://www.facebook.com/CAPCAAlgerie>; (Consulté le 01Janvier 2022).