

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحديث الأنشطة التسويقية

- موقع الفيس بوك نموذجاً -

أ. نهار خالد بن الوليد

طالب دكتوراه

جامعة وهران 2- الجزائر

د. صديقي النعاس

أستاذ محاضر

جامعة الجلفة-الجزائر

الملخص:

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الاخيرة على شبكة الإنترنت , كونهما من أهم نتائج التطور الحاصل في وسائل الاتصال والاعلام , وهي منتشرة على الصعيد العالمي بشكل كبير واستغلت من طرف الافراد والمؤسسات في جميع الميادين الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية وكذلك تقديم الخدمات والبرامج , بالإضافة الى تكوين صداقات وغيرها من النشاطات الاجتماعية المتنوعة لذلك وجب على جميع الافراد و المؤسسات استغلالها أفضل استغلال و الاستفادة من مزاياها وتجنب عيوبها, ان هذه المواقع ساهمت بشكل كبير في تطوير و تحديث الأنشطة التسويقية للمؤسسات مثل الترويج و الاعلان للمنتجات و الخدمات الذي يؤدي الى ترسيخ العلامة التجارية للمؤسسات , وسهولة التواصل مع الزبائن و سرعة نشر المعلومات و التفاعل معهم من خلال معرفة حاجاتهم و رغباتهم فهم يستطيعون الاتصال بالمؤسسة في أي وقت والحصول على المعلومات و المنتجات في أي مكان كونها وسائل مجانية وغير مكلفة للمؤسسة و الزبون.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي , التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي , موقع الفيس بوك

Abstract :

The social networking sites have emerged recently on the Internet, being one of the most important results of the evolution in the means of communication and media, which are scattered globally dramatically, and exploited by individuals and institutions in all spheres of society and the cultural, political and economic, as well as providing services and programs, in addition to making friends and various other social activities so it shall be to all individuals and institutions tapped the best use and benefit from the advantages and avoid disadvantages, These sites significantly contributed to the development and modernization of the marketing activities of institutions such as the promotion and advertising of products and services, which leads to the consolidation of the brand enterprises, and easily communicate with customers and speed the dissemination of information and interact with them by knowing their needs and desires. They can contact the organization at any time and access to information and products anywhere, being free and inexpensive of the institution and the customer means.

key words: Social networking sites, marketing through social networking sites, Facebook site.

مقدمة:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أدوات اتصالية تستعمل لعدة أغراض وتحقيق عدة أهداف سواءا للأفراد أو المؤسسات , فلقد استغلت بعض المؤسسات هذه المواقع الخاصة بالتواصل الاجتماعي للأفراد في أغراض أخرى مثل التعريف بالمؤسسة والتعريف بنشاطها وتقديم وعرض خدماتها, و تلبية طلبات زبائنها وتسهيل عملية الاتصال والحوار بينهم, اذن هذه المواقع اصبح تلعب دور ووظيفة التسويق في المؤسسات مهما كان نوع نشاطها .

ويعد الفيس بوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي التي عرفت انتشارا واسعا في الوسط الاجتماعي من خلال تعدد استخداماته من الناحية الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية , كما يوفر واجهة سهلة الفهم , وهو مايسمح له باجتذاب الاشخاص من جميع الاعمار , وهو سهل الادارة وغني بأدوات المساعدة بالنسبة الى الاشخاص الاقل معرفة تقنية , والذي يمكنهم الاستفادة بشكل كامل من تشكيلة الاعدادات و الخيارات ومن مرونة المنصة في تشارك الاشياء والنشاط على الموقع.

الاشكالية: من خلال ماسق يمكن طرح الاشكالية التالية:

ماهو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير واستحداث الأنشطة التسويقية؟

أهمية و أهداف الدراسة: من خلال هذه الدراسة نطمح لتحقيق مجموعة من الاهداف وهي :

- التعرف على مفهوم مواقع التواصل الاجتماعيو مختلف استخداماتها.
- معرفة موقع الفيس بوك من خلال المفهوم وطريق الاستخدام و المزايا و العيوب.
- اظهار عملية التسويق عبر الفيس بوك و كيفية استغلاله من طرف مختلف المؤسسات.

منهجية الدراسة: اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج التحليلي الوصفي من خلال جمع البيانات والمعلومات حول موضوع الدراسة, من مختلف المصادر مثل المراجع والمذكرات والمقالات ومواقع الانترنت.

المحور الاول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

أولا: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :هي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص و التواصل مع أصدقائهم و معارفهم¹ , كما تعد أسلوب تواصل اجتماعي يسهل عملية انشاء وتبادل المعلومات والمحتويات بين الافراد والمجموعات من الافراد والمنظمات وهي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت تسمح بتبادل الصور

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، الطبعة الاولى، 2013، ص 24

والفيديو والملفات الاخرى²، فهيم منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستهلكين بإنشاء حسابات خاصة بهم، ومن ثم ربطهم بنظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين يندمجون في بيئة مجتمعية افتراضية يجمعهم وفقاً للاهتمامات أو انتماءاتهم (جامعة - بلد - صحافة - شركة...), بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. وتتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين وشبكات الإعلاميين⁴، فهي منظومة اتصالية يزداد تطورها بشكل مستمر، ويظهر في المواقع الاجتماعية النشر والتدوين والقراءة والمشاركة والاستماع والبحث والطباعة والكتابة والردود وتبادل المعلومات⁵، من خلال التعريف السابقة نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي هي أدوات متنوعة ومختلفة عن طريق شبكة الإنترنت، يمكن من خلالها إنشاء صفحات للأشخاص والمؤسسات من أجل تبادل المعلومات والأفكار والاهتمامات البحثية وتدعيم العلاقات الاجتماعية والصداقات فهناك العديد من هذه المواقع لكن أشهرها: الفيس بوك والتويتر واليوتوب والانستغرام.

ثانياً : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي : ومن بين خصائص مواقع التواصل الاجتماعي مايلي :

- التعرف بالذات : الخطوة الأولى للدخول إلى المواقع الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات وملفات شخصية⁶.
- الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية⁷.

²حري عبد الناصر , مقال بعنوان التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر, دراسة تحليلية لتعاملي الهاتف النقال, ص3 متوفر على الانترنت.

³ وائل مبارك خضر فضال الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، المكتبة الوطنية، الخرطوم، السودان، الطبعة الأولى 2011، ص9

⁴ سعود صالح كاتب , مقال بعنوان : الاعلام الجديد وقضايا المجتمع :التحديات والفرص, المؤتمر العالمي الثاني للاعلام لاسلامي , 15-13 ديسمبر 2011, ص 13 , متوفر على الانترنت

⁵Vala Ali Rohani, Ow Siew Hock , **On Social Network Web Sites: Definition, Features, Architectures And Analysis Tools**, Journal Of Advances In Computer Research, Volume 1 , Issue 2/2010 , P 42.

⁶هناك عبد الحكيم , شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت واثرها في العملية التعليمية في الجامعات العراقية , المجلة العراقية لتكنولوجيا المعلومات المجلد السابع, العدد الاول/2015, ص8.

⁷مدين عمران التميمي , موقف أساتذة الجامعات العراقية إزاء دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ظاهرة الإرهاب , مجلة آداب المستنصرية , العدد 75 / 2016 , الجامعة المستنصرية , العراق , ص8

- الوصول⁸.
- العالمية: حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، ببساطة وسهولة⁹، كما يمكن قراءة وسماع آخر الاخبار العالمية والمحلية¹⁰.
- سهولة الاستخدام : فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة لحروف وبساطة اللغة، الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.¹¹
- الحادثة : توفر هذه المواقع المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.¹²
- التفاعلية : لقد سعت المواقع الاجتماعية منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان استمراريتها والتطور و الانفتاح.¹³
- الاهتمام : هي شبكات تبني من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى، سوق المال، السياسة .
الصحة والشؤون الخارجية وغيره، كما أنها جذابة للتفاعل والاتصالات، ورفع مخاوف الخصوصية والأمن.¹⁴
- الانفتاح : معظم خدمات مواقع التواصل الاجتماعي مفتوحة للردود والفعل والمشاركة ،
كما أنها تشجع التصويت، والتعليقات، وتبادل المعلومات ،
ونادراتها تجد أيعوا افتقارها ماذلك الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه¹⁵.

ثالثا : مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في الوطن العربي: ان الجدول التالي يوضح احصائيات حول مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في الوطن العربي¹⁶:

⁸ سلسلة دراسات يصدرها مركز الدراسات الاستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز. الاصدار 39 ، المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، 2012 ، متوفر على الانترنت

⁹ نادية بنورقلة، مقال بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الحلفة، -www.univ-djelfa.dz/revues/dirassat/index_htm.../Makall1_12.pdf ص4

¹⁰ فندوشي حمزة ، آثار استخدام الجمهور الرياضي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي ، بحث متمحور للبعد الثقافي الاجتماعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في فرع الإعلام والاتصال الرياضي، معهد التربية الرياضية و البدنية، جامعة الجزائر 03، الموسم الجامعي 2014/2015 ، ص102.

¹¹ نادية بنورقلة، مرجع سبق ذكره، ص 4

¹² خالد غسان المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص 26، 27.

¹³ حسنين سعيد محمد الفتلاوي ، خلف كرميكيو شالتميمي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تربية الشباب ولويالات اصلاح السياسات لدى أساتذة الجامعات ، مجلة الباحث الاعلامي . المجلد: 30 الاصدار: 1995 – 2015/8005 ، ص103

¹⁴ Alessandro Acquisti. Ralph Gross .Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook Pre-proceedings version. Privacy Enhancing Technologies Workshop (PET), 2006.p01.www.heinz.cmu.edu.

¹⁵ Antony Mayfield.what is social media?an e-book.www.iCrossing.com/ebooks

¹⁶ www.arabsmis.ae/assets/frontend/images/ASMISArabicReport.pdf

الجدول رقم (01) مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في الوطن العربي

مواقع التواصل الاجتماعي	الفايس بوك	الواتس آب	اليوتوب	الانستغرام	التويتير
العالم العربي	87%	84%	39%	34%	32%

المصدر : تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، التقرير الأول 2015، ص21، متوفر على الانترنت www.arabsmis.ae/assets/frontend/images/ASMISArabicReport.pdf

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن الموقع الأكثر استخداما ورواجا في الوطن العربي هو الفايس بوك بنسبة 87 بالمئة، نظرا للخصائص والاستخدامات المختلفة التي يتمتع بها يليه بعد ذلك الواتس آب بنسبة 84 بالمئة ثم اليوتوب والانستغرام والتويتير بنسبة 39 و 34 و 32 بالمئة على التوالي، أما الجدول التالي يوضح احصائيات حول مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في الجزائر:

الجدول رقم (02) مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في الجزائر

مواقع التواصل الاجتماعي	الفايس بوك	الواتس آب	اليوتوب	جوجل +	التويتير
الجزائر	92%	93%	22%	27%	23%

المصدر : تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، التقرير الأول سنة 2015، ص21، مرجع سبق ذكره

يظهر هذا الجدول مواقع التواصل الأكثر استخداما وانتشارا في الجزائر، حيث يحتل موقع الواتس آب المرتبة الاولى بنسبة 93 بالمئة، ثم يليه الفايس بوك بنسبة 92 بالمئة وموقع جوجل بلس والتويتير واليوتوب على التوالي بنسب 27 و 23 و 22 بالمئة.

الخبر الثاني: مفاهيم حول موقع الفايس بوك

أولا : تعريف موقع الفايس بوك*
يعد من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي تظهر تفهيدا للعقد من القرن الواحد والعشرين نمو مواقع التواصل الاجتماعي، والذي يتمتع بيقه وضع صفحة شخصية تحدد هوية الشخص، ويتم التواصو التعارف مع جميع المشتركين في هذا الموقع لقلل المعارف والأخبار، وتكوين الرؤى والتوجهات ونقيود أو حدود¹⁷، ومؤسس الموقع "مارك زكربيرج" أطلق الموقع في الرابع من فبراير 2004، حين كان طالبا في "جامعة هارفارد" وكان الموقع في البداية مخصصا فقط للطلبة في "جامعة هارفارد" لكن تم تطويره

* مصطلح "فيسبوك" facebook، في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة مع معينة أو مجموعة. ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية بعضهم حتى يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة. الموجودين في نفس الكلية.

¹⁷ ساميا أحمد شناوي، محمد خليل عباس، مقال بعنوان استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) وعلاقتها بتوافق النفسيلدى المراهقين، جامعة، المجلد 81

العدد 2-2014، 118-75، ص76، متوفر على الانترنت

لاحقاً يسمح لطلبة الجامعات بشكل عام بالاشتراك في الموقع من ثم تم السماح ليشمل طلبة المدارس الثانوية وأي شخص يتعدى عمره 13 سنة¹⁸، ويرى مخترع الفيس بوك أنه هو حركة اجتماعية Social Movement وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الإلكتروني ويحل محله، وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية، وبالتالي فإن يوصف بكونه "دليل سكان العالم" وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم، ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكاناً أكثر انفتاحاً¹⁹، أن من يتأمل شبكة الفيسبوك فسيفاجأ بهذا الكم من الاتصالات والتشبيكات بين البشر في العالم كله من شرقه وغربه، وتجد لدى كل شخص عشرات الأصدقاء من شتى أنحاء العالم، ولدى كل شخص صفحة خاصة به يتصرف فيها كما يريد وهو ما يطرح لدى الشباب رغبة لا تقاوم في إظهار ذاته كما يود فهو يفكر كيف يجعل صورته متفردة وغريبة، وكيف يضع في صفحته أشياء غريبة تختلف عن غيره ليشدا انتباه الآخرين فهو ما دام صاحب موقع إن جاز التعبير، فله أن يفعل فيه ما يشاء يكتب على الحائط الخاص به ويدعو أصدقاءه للكتابة والتعليق²⁰، يوفر الفيسبوك واجهة سهلة الفهم، وهو ما يسمح له باجتذاب الأشخاص من جميع الأعمار، وهو سهل الإدارة وغني بأدوات المساعدة بالنسبة إلى الأشخاص الأقل معرفة تقنية، والذي يمكنهم الاستفادة بشكل كامل من تشكيلة الإعدادات والخيارات ومن مرونة المنصة في تشارك الأشياء والنشاط على الموقع، إن موقع الفيس بوك يعمل بمنهجية رقمية جديدة على بلورة رأي أعضائه بتلك الاحتياجات والمطالب المتميزة نسبياً عبر عضوية مفتوحة دائماً²¹، وبلغ عدد مستخدمي الفيس بوك النشطين في العالم إلى غاية جويلية 2011 حوالي 800 مليون مستخدم، وتشير الإحصائيات أن 11% من سكان العالم يملكون حساب في "الفيس بوك"، يدخل 50% إلى الفيس بوك يومياً، ومتوسط عدد الأصدقاء للمستخدم الواحد 130 و 80 وتشير الإحصائيات أنه 20 مليون تطبيق يسجل يوميا في الفيس بوك وخلال 60 ثانية فقط²².

ثانياً: نمو وتطور موقع الفيس بوك: شهد موقع الفيسبوك نمواً سريعاً ففي شهر كانون الثاني من عام 2010، أعلن مسؤول الموقع "مارك زوكربيرغ" أن الفيسبوك قد جمع 400 مليون مستخدم، ولا بد هنا من الأخذ

¹⁸ وائل مبارك خضر فضال الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية، الخرطوم، السودان، الطبعة الأولى 2011، ص 12

¹⁹ صادق عباس، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن طبعة 2008 ص 15.

²⁰ السيد، أمينة وهبة عبد العال، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الإحصائي والمكتبة، المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في الفترة ما بين 5-7 يوليو وحلوان مصر 2009، ص 18.

²¹ محمد عطوان، زهير خضير عباس، مواقع التواصل الاجتماعي والوظائف السياسية والاجتماعية المفترضة مجلة مركز المستنصرية للدراسات العربية والدولية، الإصدار: 2015/ 50، الجامعة المستنصرية، العراق، ص 312

²² جوستين ليفي، ترجمة أحمد حيدر، التسويق عبر الفيسبوك - تعلم كيف تصمم حملتك التسويقية القادمة، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى 2011، ص 32

بالحسبان أن "مارك زوكربيرغ" كان قد أعلن في أيلول من عام 2009 وصول الموقع إلى 300 مليون مستخدم، وقبل ذلك بوقت ليس طويلا أي في تموز من عام 2009، أعلن عبر مدونة الفيسبوك أن الشبكة قد تجاوزت حاجز 250 مليون مستخدم منذ إطلاق الموقع في شباط من عام 2004، أي أن الشبكة الاجتماعية، وفي نحو الشهرين فقط، قد جمعت خمسين مليون مستخدم جديد. ولوضع هذا الرقم في إطار أكثر تحديدا بعد، لا بد من الإشارة إلى أن "مارك زوكربيرغ" قد أعلن في نيسان من عام 2009، أن الموقع قد تجاوز المائتي مليون مستخدم. وقد استغرق هذا النمو من 200 إلى 250 مليون مستخدم، نحو التسعين يوما، في حين لم يستغرق النمو من 250 إلى 300 مليون مستخدم أكثر من ستين يوماً. وهو معدل نمو يبلغ 833 ألف مستخدم في اليوم. ولوضع هذا الرقم في إطار أدق، فإنه يعني دخول 35 ألف مستخدم كل ساعة، أو 578 كل دقيقة. وتضع بعض التقديرات معدل النمو للموقع عند 750 ألف مستخدم جديد في اليوم. في كل مرة يتجاوز فيها الفيسبوك عتبة نمو معينة، نجده يحقق ذلك في وقت قياسي مقارنة بالإنجازات السابقة. لنأخذ نماذج النمو الزمني في الجدول رقم (03) الذي يوضح نمو الموقع من خلال الزيادة الحاصلة في عدد المشتركين به، فبين عامي 2008 و 2009، زاد نمو الفيسبوك بمقدار 157% جاذبا 208 مليون مستخدم. وفي أيلول من عام 2009، كان الفيسبوك يستقبل نحو 300 مليون مستخدم في الشهر مما جعله رابع أكبر موقع في العالم في حينها، ولم يكن يفوقه من المواقع الأخرى سوى غوغل ومايكروسوفت وياهو²³، ويبين الجدول التالي تطور ونمو موقع الفيس بوك عبر الزمن²⁴:

الجدول رقم (03) تطور نمو موقع الفيس بوك

الشهر	السنة	عدد المستخدمين للموقع
شباط	2004	انطلاق الموقع
كانون الأول	2004	1,000,000 مليون مستخدم فعال
كانون الأول	2005	5,500,000 مليون مستخدم فعال
كانون الأول	2006	12,000,000 مليون مستخدم فعال
نيسان	2007	20,000,000 مليون مستخدم فعال
تشرين الأول	2007	50,000,000 مليون مستخدم فعال
آب	2008	100,000,000 مليون مستخدم فعال
كانون الثاني	2009	150,000,000 مليون مستخدم فعال
شباط	2009	175,000,000 مليون مستخدم فعال
نيسان	2009	200,000,000 مليون مستخدم فعال
تموز	2009	250,000,000 مليون مستخدم فعال
أيلول	2009	300,000,000 مليون مستخدم فعال
كانون الثاني	2010	400,000,000 مليون مستخدم فعال
تموز	2011	800,000,000 مليون مستخدم فعال

²³ جوستن ليفي، مرجع سبق ذكره، ص 29-30.

²⁴ مؤيد نصيف جاسم سعدي، فلسفة التواصل في موقع الفيس بوك، دار ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، الطبعة الأولى، 2016، ص 159

المصدر : مؤيد نصيف جاسم سعدي, مرجع سبق ذكره , ص 166

إن استخدام الفيسبو كيشار كونفعالية فيا محادثا تو بمضو نالكثير من وقتهم في ذلك وقد أدلى برينان سوليز، الزعيم الفكري، والمدون المؤلف المعروف، بالمعلومات التالية²⁵:

1- أكثر من خمسة مليار اتدقيقة تعرف على الفيسبو ك كل يوم (على مستوى العالم).

2- يقوم 30 مليون مستخدم بتحديث حالتهم مرة في اليوم على الأقل.

3- يعبر 8 ملايين مستخدم كل يوم عن إعجابهم عبر إحدى صفحات المعجبين.

4- يقوم 120 مليون مستخدم بتسجيل الدخول إلى حساباتهم في الفيسبو ك كل يوم.

5- في كل شهر يتم تحميل مليار صورة إلى موقع فيس بوك.

6- في كل شهر يتم تحميل 10 ملايين مقطع فيديو.

7- في كل أسبوع يتم مشاركة مليار عنصر اجتماعي.

8- يوجد على الفيسبو ك 45 مليون مجموعة للمستخدمين الفعالين.

9- يلج 30 مليون مستخدم كل يوم إلى الفيسبو ك بواسطة أجهزة الهاتف النقال.

الخو ر الثالث: الاستخدامات التسويقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي "موقع الفيس بوك كنموذج"

أولا : مفهوم التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي: يعرف التسويق الإلكتروني على انه استخدام الانترنت والتقنيات الرقمية المرتبطة به في تحقيق الأهداف التسويقية وتدعيم مفهوم التسويق الحديث²⁶, وهو ايضا تعامل تسويقي قائم على تفاعل أطراف التبادل الكترونيًا بدلا من الاتصال المادي المباشر. بما في ذلك عملية بيع وشراء السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت²⁷, ان التسويق عبر المواقع هو من أهم طرق التسويق وأداة هامة لدفع المشترين للانخراط في عملية الشراء , والصفحة الاولى يجب أن تخصص لمعلومات دقيقة ومحددة وتستهدف جمهورا محددًا , وهي حتما ستظهر في أكثر من وسيلة نشر الكترونية , وتحتاج لكتابة الصفحة الاولى كمقدمة الكتاب , تحوي العناوين الرئيسية لما ستقدمه على الصفحات الاخرى , وتعرف بالمضمون , وهذه الصفحة تقود الى الخطوة

²⁵ جوستن ليفي، مرجع سبق ذكره ، ص 31.

²⁶ محمد عبد العظيم أبو نجما، التسويق الإلكتروني آلية تواصل جديدة للعامل، دار الجامعة، الإسكندرية، مصر، الطبعة الاولى 2008، ص 34-35

²⁷ نوري منير، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الاولى ، 2014، ص 85.

التالية , عندما تستأثر باهتمام جمهورك , حاول أن تثير فيه الرغبة لمعرفة ماتعرضه وماتقدمه له كي يتهيأ رجال المبيعات للقيام بالخطوة الثالثة , وهي ترغيبه بالشراء والاقدام عليه , بالاستشارة لصفحة الشراء الالكترونية²⁸.

ثانيا :أسباب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة للتسويق: تتمثل الدوافع لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة تسويق فيما يلي²⁹:

- الإعلانات غير مكلفة على وسائل التواصل الاجتماعي، من منتجات وعلامات تجارية وأحداث وغيرها.
- استهداف مباشر للمتعاملين المناسبين.
- استهداف شريحة واسعة من المتعاملين.
- سرعة إيصال الرسالة.

وهناك من يعتبر الفوائد التسويقية لإستخدام الشبكات الاجتماعية بالشكل التالي³⁰ :

- التعريف بموقعك على الشبكات العنكبوتية وزيادة الحركة عليه تصحيح المفاهيم عن المنظمة
- بناء وتحسين سمعة المنظمة لدى العملاء
- زيادة المبيعات
- التعريف بالمنتج وبناء اسم تجاري
- استنباط كفاءات جديدة والتعرف على الموظفين من خلال مواقعهم وصفحاتهم
- أداة فاعلة للعلاقات العامة ونشر أخبار الشركة
- الإنشار الواسع بدون معوقات وتنوع شرائح المستخدمين
- مرونة الاستخدام: يمكن اختيار الأداة المناسبة وفقا للحاجة مثل فيسبوك أو تويتر أو لينكدان أو غيرها.
- الشبكات الاجتماعية صديقة للبيئة: التسويق عبرها لا يستلزم قطعاً للأشجار أو تلويثا للبيئة واستخدام المحروقات كما هو الحال في التسويق التقليدي.

ثالثا : مزايا ومعوقات نجاح التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي

أ/مزايا التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي :ومن أهم هذه المزايا هي³¹:

²⁸ ديفيد ميرمان سكوت , القواعد الجديدة للتسويق والعلاقات العامة , ترجمة ديب القيس , دار الكتاب العربي , بيروت , لبنان , 2009 , ص 246

²⁹ تقرير وسائل التواصل الاجتماعي للعالم العربي , التقرير الأول 2015 , ص 59 , متوفر على الانترنت

www.arabsmis.ae/assets/frontend/images/ASMISArabicReport.pdf

³⁰ سعود صالح كاتب , مرجع سبق ذكره , ص 47.48

³¹ حري عبد الناصر , مرجع سبق ذكره , ص 7

1. الزبون يتكلم (بيدي رايه) : اصبح الزبائن عبر شبكات التواصل الاجتماعي شركاء فعليين للحوار الدائر على الانترنت فيما يخص منتجات وخدمات المؤسسات .
 2. الزبون يستمع (يستقبل الرسائل الاعلانية) : يكون الزبائن على اطلاع دائم بما يحدث بالمؤسسة (المنتجات و الخدمات) حتى ولم يشارك هؤلاء الزبائن بتعليقاتهم ومداحلاتهم الا انهم يستقبلون كل ما تنشره المؤسسة على شبكات التواصل الاجتماعي .
 3. الزبون يثق بالمؤسسة : من ضمن مزايا التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي نجد عنصر الثقة التي يكتسبها الزبائن من خلال هذا الاسلوب الجديد في التسويق ..
وهناك بعض الخصائص التي تتمتع بها هذه المواقع التي تجعلها وسيلة تسويقية فعالة بالنسبة للمؤسسة والزبون وهي³² :
 4. تسهل هذه المواقع إمكانية المقارنة بين أكثر من موقع عرض نفس السلعة لحين الحصول على السعر الأكثر تنافساً.
 5. التسوق عبر الإعلام الاجتماعي لا يتطلب مغادرة متر لكأو تحمل نفقات انتقالاً ووقود السيارة، بل انكفي كثير من الأحيان بتجديد العديد من السلع التي لا تتوفر في المتاجر المحلية.
 6. سهولة المفاضلة بين المنتجات لتوفر جميع المعلومات عنها وميزاتها وإمكانية معرفة آراء الآخرين فيها.
- ب/ معوقات نجاح التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: من أهم معوقات نجاح التسويق عبر هذه المواقع مايلي³³:
- عدم مقدرة فريق التسويق خاصة :
 - التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي منها مدير و صفحات الموقع على الإنصات إلى العملاء والتواصل المستمر معهم.
 - الاعتقاد أنهم مهمة التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي قاصرة على قسم التسويق فقط.
 - افتقار بعض الموظفين لمهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
 - عدم التحديد الدقيق لعدد أدوات و وسائل المستخدمة للتسويق والتفاعل مع العملاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - التركيز على عدد محدود من مواقع التواصل الاجتماعي ونحوها: مثل فيس بوك وتويتر ويوتيوب.
- رابعا : كيفية التسويق عبر موقع الفيس بوك :
- أ/ ملاحظات هامة عند انشاء حساب أو موقع اجتماعي لمؤسسة ما : من أهم الملاحظات التي يجب التقيد بها عند انشاء حساب لمنظمة ما عبر هذه المواقع مايلي³⁴ :

³² علي عبد الهادي عبد الامير، اتجاهات اساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الالكتروني ازاء الازمات الامنية ، مجلة الباحث الاعلامي ، المجلد: 32 الاصدار: 2016/ 1995 ، جامعة بغداد ، العراق.

³³ محمد محمد فراج عبد السمیع، دراسة بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، مصر، 2012، ص 19، متوفر على الانترنت

- أهمية تحديد اسم وحدة للمنظمة لاستخدامه على شبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك إعداد رابط موحد * URL وذلك لسهولة الوصول إلى صفحات المنظمة على شبكات التواصل الاجتماعي.
- أهمية دمج حسابات شبكات التواصل الاجتماعي مع بعضها البعض.
- إن من أهم المنظمات التي نجحت في استخدام التكتيك الثاني، وهو تسجيل قناة اليوتيوب كعلامة تجارية، هي: United way World wide ، ومنظمة Boys and Girls club of America ، وكذلك منظمة America Jewish World service.
- لا بد من تحديد موقع المنظمة على موقع "فورسكوير"؛ لأنه سيسهل من عملية الوصول إلى المنظمة والتعرف عليها.
- تعتبر منظمة: The National Wildlife Federation من أهم المنظمات التي نجحت في استخدام صفحة مسجلة ومعتمدة على موقع "فورسكوير".
- من الأفضل تحديد خلفية موحدة وتصميم معين يرتبط بنشاط المنظمة على موقع "تويتر"، ومن المنظمات المهمة التي نجحت في استخدام هذا التكتيك هي: Highveld Horse Car Unit
- أهمية الاستعانة بمصمم جرافيك لتصميم صور وشعارات للمنظمة ونشرها على موقع "الفيس بوك"، ومن المنظمات التي نجحت في استخدام هذا التكتيك هي: The Foundation For Jewish.
- إن سرعة الاستجابة والرد على التعليقات، والأنشطة الخاصة التي يتم نشرها من الداعمين والمتابعين، أمر في غاية الأهمية، والآلية الأفضل في ذلك هي عمل تنبيهات عند حدوث أي نشاط على الصفحة الخاصة بالمنظمة، ومن المواقع التي نجحت في استخدام هذا التكتيك هو موقع: MediaFeedia.com
- إن وضع أيقونات للإعجاب ومشاركة المحتوى الذي تضيفه المنظمة على مواقعها، شيء مهم للغاية؛ حيث يساهم في زيادة التواصل، وتوضيح أهداف المنظمة، وزيادة عدد الداعمين والزائرين للصفحات، مع ضرورة تحديد وضبط من له حق عملية المشاركة للمحتوى الذي يتم إضافته على صفحات المنظمة.
- ب/ خطوات انشاء صفحة على موقع الفيس بوك لمؤسسة ما: هناك مراحل و خطوات تمر بها عملية التسويق عبر موقع الفيس بوك ويمكن ذكرها في النقاط التالية³⁵:

³⁴Beth Kanter ،Chad Norman ،Melanie Mathos. **101 Social Media Tactics for Nonprofits :A Field Guide**. Edition. kingdom of Saudi Arabia –jddah 2012.p5

URL* هو اختصار Uniform Resource locator وهو رابط مختصر لصفحة المنظمة على شبكات التواصل الاجتماعي، يجب وضعه على الموقع الإلكتروني للمنظمة، والمُدونة الخاصة بها؛ تسهياً على الزائرين، والداعمين، والمتابعين، للوصول للمنظمة ومتابعة أنشطتها على صفحات ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

³⁵جوستن ليفي، مرجع سبق ذكره، ص 72

1- **اطلب صفحتك على الفيس بوك:** أول خطوة تقوم بها هي طلب صفحتك على فايسبوك وتصنيفها وإنشاؤها. ومن أسهل الطرق لإنجاز ذلك أن تبحث عن صفحة منشأة مسبقا في فايسبوك وتذهب إلى أسفل الصفحة في الزاوية اليسرى، حيث ستلاحظ وجود رابط يقول إنشاء صفحة ، انقر على هذا الرابط للبدء بالعملية، سينتقل بك هذا الرابط إلى صفحة إنشاء صفحة جديدة في الفيس بوك ، اختر أفضل الفئات لتدرج صفحتك تحتها، وحدد ما إذا كنت تريد تصنيفها كأعمال محلية أم علامة أم منتج أم منظمة أم فنان أم فرقة أم شخصية عامة. وبناء على الخيار الذي تتخذه، سيكون عليك اختيار مستوى آخر من التصنيف ، لإنشاء صفحة على فايسبوك عليك أن تختار فئة التصنيف الأكثر ملاءمة لعلامتك أو الخدمة التي تقدمها أو لشخصك ، بعد ذلك قم بإدخال اسم مؤسستك. تأكد من كتابة الاسم كما تریده أن يظهر على صفحة الفيس بوك، إذ لا يمكنك تغيير الاسم بعد الانتهاء، وسيكون الخيار الوحيد أمامك هو حذف الصفحة وإعادة كل شيء من جديد، وبعد أن تكون قد اخترت الاسم وأدخلته بعناية سيكون عليك تأكيد أنك مفوض بإنشاء هذه الصفحة وذلك من خلال تقديم توقيع إلكتروني.

2- **إعداد الخيارات:** مرة أخرى، وكما في الحسابات الشخصية، يح لك الفيس بوك بالتحكم بالكثير من الإعدادات ، فأمض بعض الوقت في الاطلاع على كل من الأقسام المتوفرة وتطبيق ما ترغب به من خلالها.

3- **تحميل شعارك:** بما أن الصفحة معدة كتوسعة لعلامتك على الفيس بوك، فإنك ستحتاج إلى استخدام شعارك التجاري كصورة للمفك الافتراضي ، عدل حجم شعارك بحيث يظهر كاملا في النسخة المصغرة التي سينشئها الفيس بوك، سيتم عرض هذه الصورة المصغرة إلى جانب جميع تحديثات الحالة الخاصة بك، وبالتالي فإنك بحاجة إلى إظهار كامل شعارك إن أمكن.

4- **أضف علامة تبويب للملاحظات:** إذا كانت لشركتك مدونة، يمكنك سحب مداخلات آر أس أس عبر أداة الملاحظات ، أما إذا لم يكن لشركتك مدونة فعليك أولا اتخاذ بعض الخطوات لتغيير ذلك، بعد ذلك سيكون بإمكانك أن تسحب أي مداخلات آر أس أس قد تكون لدى شركتك، مثل قسم الأخبار التجارية على موقعك.

5- **تحميل الصور:** هل لديك صور لمكاتب شركتك أو لموظفيها أو لأي شيء آخر متعلق بشركتك؟ قم بإنشاء مجموعة من ألبومات الصور وحمل الصور ليرهاا الجمع. وتذكر أنك لا تؤسس حضور؛ تعاونيا لعلامتك على فايسبوك فقط، بل إنك تحاول أيضا أنسنة لعلامتك. من أسهل الطرق للقيام بذلك أن تظهر الأشخاص والمكاتب الحقيقية التي تساعد شركتك على العمل اليومي، إضافة إلى ذلك إذا كانت المكاتب لديك منفردة، فلربما تكون هذه مناسبة لتغيير بعض الأشياء، إذا كانت لديك صور لمنتجاتك، وخاصة في حالة استخدام، أو لقطات من برمجية تسوق لها، أنشئ ألبوما لها أيضا. يمكنك وضع توصيف موجز على كل صورة أو لقطة، وبالتالي فإن هذه طريقة جيدة للاستمرار في إعلام الناس الذين يحط لهم الرحال على صفحتك قبل أن تحاول

نقلهم إلى موقعك على الانترنت أو إلى صفحة أخرى.

6- **تحميل مقاطع الفيديو:** هل لديك شهادات زبائن أو عروض منتجات أو مقاطع فيديو لما يجري وراء الكواليس لديك أو إعلانات تجارية لك أو مقابلات؟ قم بتفعيل علامة تبويب الفيديو وحمل كل ما سبق إلى صفحتك على الفيس بوك ولإنصاف، فإنه من الهام أن تأخذ في الحسبان أن تحميل مقاطع الفيديو هو عملية أطول بكثير من تحميل الصور. لكنه شكل آخر رائع من أشكال الوسائط التي يمكنك مشاركتها مع زبائنك الحاليين والمستقبليين ومعجبيك، بل وموظفيك أيضا.

7- **إعداد باب المناسبات:** إذا كانت شركتك ترعى مناسبات معينة أو تجري ورشات عمل على الوب أو تعقد اجتماعات أو تقوم بأي نشاطات أخرى سواء أكانت على الإنترنت أم في الواقع، فعليك أن تنشئ مناسبة داخل الفيس بوك لتضمن تصيف صفحتك على الفيس بوك على أنها منظم المناسبة، سيسمح ذلك للمستخدمين على فايسبوك بالتسجيل في المناسبة ومشاركتها في قنواتهم الإخبارية للمساعدة على توسيع مجال الحدث.

8- **استكشف التطبيقات المتاحة:** ثمة مجموعة من التطبيقات التي يمكنك استخدامها، والتي تساعدك على تخصيص صفحتك على الفيس بوك، فإذا كان لديك مطعم، ستجد تطبيقات مثل أوبن تيبيل وزاغات يمكنك إدراجها ضمن صفحتك.

9- **تفعيل باب المناقشات:** للمساعدة على تغذية الوسط الاجتماعي لديك يقدم لك فايسبوك ميزة المناقشات التي يمكنك تفعيلها وإضافتها إلى صفحتك وهذه الأداة في جوهرها هي لوحة منتدى مخصصة تحويها صفحتك على الفيس بوك، وهي طريقه رائعة للانطلاق بالمحادثات ومتابعتها وتقديم المعلومات فيها، وللتفاعل مع زبائنك الحاليين والمستقبليين ومع معجبيك. ويمكنك بالطبع التفاعل معهم مباشرة عبر حائط فايسبوك، ولكن ميزة المناقشات تسمح لك (وللآخرين) بطرح الأسئلة التي يمكن لمن تبقى من الأعضاء المشاركة فيها. فإذا لم يكن لديك مسبقا منتدى في مكان آخر على الانترنت، فأمامك الآن طريقة رائعة للانطلاق بالمحادثات.

10- **نشر صفحتك:** أخيرا، وليس آخرا، تحتاج إلى نشر صفحتك على الفيس بوك بعد أن تكون قد حضرت الإعدادات والتطبيقات، لا تقلق إذا لم يكن عملك مكتملا، فليس هذا هو المطلوب. فإذا قمت بالانتظار حتى يصبح كل شيء تاما من صفحتك على الفيس بوك، إلى موقعك على الانترنت، إلى مدونتك، إلى منتجك أو أي شيء آخر، فإنك لن تتوصل أبدا إلى نشر أي شيء. وستعلق في دائرة من التعديلات الأبدية، محاولا دائما إيجاد شيء غير صحيح يحتاج إلى تعديل.

الخاتمة:

أن التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعد تقنية و آلية سريعة و سهلة وغير مكلفة لنشر أفكار وخدمات ومنتجات المؤسسات مهما اختلف مجال نشاطها، فهي تؤدي الى زيادة المبيعات و الاتصال الفوري بالمستهلكين

والمعاملين وتوفير الخدمات المتنوعة وتلبية الرغبات والحاجات , لكن هذه المواقع لا تخلو من العيوب من الجانب التسويقي لها فمثلا هناك بعض المؤسسات لاتستخدم الانترنت في نشاطاتها, ومن الجانب الاخر هناك متعاملين ومستهلكين ايضا لا يستخدمون هذه المواقع ولا يهتمون بها , بالاضافة الى اختراق المواقع من طرف بعض الاشخاص وتشويه سمعة المؤسسة والمنتج , مما يؤدي الى فقدان الثقة بينها وبين جمهورها ومن بين الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على الاستخدامات التسويقية و الاعمال التجارية مايلي³⁶ :

7. يعتقد أن لدى وسائل التواصل الاجتماعي بعض الآثار السلبية على العمل مثل عدم دقة المعلومات من أجل التخطيط ووضع الاستراتيجيات من قبل الشركات. وتظهر هذه الشكوك غالباً في منطقة بلاد الشام وفي بعض الأسواق في شمال أفريقيا.

8. تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي في جميع الأسواق وخصوصاً في منطقة دول مجلس التعاون سلاحاً ذو حدين، ففي حال لم يتم عرض أو تسليط الضوء على المحتوى المناسب أو إبلاغ الزبون عنه فقد يؤدي ذلك إلى خطر تشويه سمعة الشركة.

9. كما أن وجود منتجات مقلدة وعلامات تجارية وشركات تستغل المتعامل، قد تؤثر سلباً على سمعة الشركة ويؤدي إلى انعدام الثقة بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي للأعمال التجارية.

10. وينظر إلى غياب التواصل بين الموظفين على أنه ضار بنمو الأعمال التجارية ويؤثر على علاقات العمل بين الموظفين.

ومن أجل نجاح الاستراتيجية التسويقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لابد من تقديم أسس النجاح لهذه وهي مايلي³⁷:

- القناعة التامة للإدارة العليا
 - التسويق وفقاً لخطط استراتيجية.
 - تأهيل وتدريب فريق التسويق
 - تنويع الأدوار التسويقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
 - تنوع المعلومات المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
 - التركيز على العملاء
 - قائمة المصادر و المراجع: أولاً بالعربية
- أ/الكتب :

³⁶ تقرير وسائل التواصل الاجتماعي اجتماعياً للعالم العربي، التقرير الأول 2015 ص 63، متوفر على الانترنت

³⁷ محمد فراج عبد السمیع، مرجع سبق ذكره، ص 17

- 1- جوستينيلفي . التسويق عبر الفيسبوك - تعلم كيفية تصميم حملتك التسويقية القادمة - ترجمة أحمد حيدر , الدار العربية للعلوم ناشرون , بيروت , لبنان , الطبعة الاولى 2011.
- 2- خالد غسان يوسف المقدادي , ثورة الشبكات الاجتماعية , دار النفائس للنشر , الأردن , الطبعة الاولى , 2013.
- 3- ديفيد ميرمان سكوت , القواعد الجديدة للتسويق والعلاقات العامة , ترجمة ديب القيس , دار الكتاب العربي , بيروت , لبنان , 2009 .
- 4- صادق عباس , الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات , دار الشروق للنشر والتوزيع , عمان , الاردن طبعة 2008 .
- 5- احمد عبد العظيم أبو نجح , التسويق الالكتروني آلية تواصل جديدة للعملاء , دار الجامعة , الإسكندرية , مصر , الطبعة الاولى 2008.
- 6- مؤيد نصيف جاسم سعدي , فلسفة التواصل في موقع الفيس بوك , دار ألفا للوثائق , قسنطينة , الجزائر , الطبعة الاولى , 2016.
- 7- وائل مبار كخضر فضال الله , أثر الفيسبو ك على المجتمع , المكتبة الوطنية , الخرطوم , السودان , الطبعة الاولى 2011.
- 8- نوري منير , التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني , ديوان المطبوعات الجامعية , الجزائر , الطبعة الاولى , 2014.

ب/ الأطروحات :

- 9- فدوشي حمزة , آثار استخدام الجمهور الرياضي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي , بحث متمحور للبعد الثقافي الاجتماعي , مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في فرع الإعلام والاتصال الرياضي , معهد التربية الرياضية و البدنية , جامعة الجزائر 03 , الموسم الجامعي 2014/2015 .
- 10- مريم بناريمان نوما , استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبو ك في الجزائر , م. اجستير , قسم العلوم الإنسانية , جامعة الحاج لخضر , باتنة , الجزائر 2011/2012 ص 48

ج/ المقالات و المداخلات :

- 11- خري عبد الناصر , مقال بعنوان التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر , دراسة تحليلية لمعاملتي الهاتف النقال , متوفر على الانترنت .
- 12- زاهر رامي , مقال بعنوان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي , مجلة التربية , ع 15 , جامعة عمان الأهلية , عمان , 2003.
- 13- سامية أحمد شناوي , محمد خليل عباس . مقال بعنوان استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) وعلاقتها بالتوافق النفسي لدى المراهقين , جامعة , المجلد 81 العدد 2-2014 , 75-118 , ص 76 , متوفر على الانترنت .
- 14- سعود صالح كاتب , مقال بعنوان : الاعلام الجديد وقضايا المجتمع : التحديات والفرص , المؤتمر العالمي الثاني للاعلام اسلامي , 15-13 ديسمبر 2011 , متوفر على الانترنت .
- 15- سلسلة دراسات يصدرها مركز الدراسات الاستراتيجية , جامعة الملك عبد العزيز . الاصدار 39

- المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية, 2012, متوفر على الانترنت
- 16- السيد, أمينة وهبة عبد العال, الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الإحصائي والمكتبة, المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في الفترة ما بين 5-7 يوليو و حلوان مصر 2009.
- 17- حسين سعيد محمد الفتلاوي, خلف فكر بمكيو شالتميمي, دور مواقع التواصل الاجتماعي في تريبأولويات إصلاح السياسات لدى أساتذة الجامعات, مجلة الباحث الاعلامي. المجلد: 30 الاصدار: 1995 – 2015/8005.
- 18- محمد عطوان, زهير خضير عباس, مواقع التواصل الاجتماعي و الوظائف السياسية و الاجتماعية المفترضة مجلة مركز المستنصرية للدراسات العربية والدولية, الاصدار: 50/ 2015, الجامعة المستنصرية, العراق.
- 19- علي عبد الهادي عبد الامير, اتجاهات اساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الالكتروني ازاء الازمات الامنية, مجلة الباحث الاعلامي, المجلد: 32 الاصدار: 1995 / 2016, جامعة بغداد, العراق.
- 20- محمد محمد فراج عبد السميع, دراسة بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي, كلية السياحة والفنادق, جامعة الفيوم, مصر, 2012, متوفر على الانترنت.
- 21- نادية بنور قلة, مقال بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي, جامعة الجلفة, متوفر على الموقع:
- www.univ-djelfa.dz/revues/dirassat/index_htm.../Makal11_12.pdf
- 22- مدين عمران التميمي, موقف أساتذة الجامعات العراقية إزاء دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ظاهرة الإرهاب, مجلة آداب المستنصرية, العدد 75 / 2016, الجامعة المستنصرية, العراق,
- 23- هناء عبد الحكيم, شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت وآثارها في العملية التعليمية في الجامعات العراقية, المجلة العراقية لتكنولوجيا المعلومات المجلد السابع, العدد الاول / 2015

ثانيا الأجنبيّة :

- 24- Beth Kanter, Chad Norman, Melanie Mathos. 101 Social Media Tactics for Nonprofits :A Field Guide. Edition. kingdom of Saudi Arabia –jddah 2012.
- 25- Alessandro Acquisti. Ralph Gross . Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook Pre-proceedings version. Privacy Enhancing Technologies Workshop (PET), 2006 www.heinz.cmu.edu
- 26- Antony Mayfield. what is social media? an e-book. www.iCrossing.com/ebooks
- 27- Vala Ali Rohani, Ow Siew Hock, On Social Network Web Sites: Definition, Features, Architectures And Analysis Tools, Journal Of Advances In Computer Research, Volume 1 , Issue 2/2010 .

المواقع الالكترونية :

- 28- www.arabsmis.ae