

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

-جامعة قاصدي مرباح ورقلة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

الميدان : علوم الإعلام والاتصال

تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة

من إعداد الطلبة :

بن نونة تاج الدين

بوموس موسى

عنوان المذكرة :

رقمنة الفومات الإخبارية عبر الإعلام الاجتماعي

دراسة تحليلية لعينة من منشورات مجموعة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة ورقلة
عبر الفيسبوك خلال الفترة الممتدة من 2021/03/08 إلى 2021/04/01 .

اللجنة المقترحة لتقييم المذكرة مكونة من السادة:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
		جامعة قاصدي مرباح ورقلة	رئيسا
آمال عساسي	أستاذ مساعد -أ-	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مشرفا ومقررا
		جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2020

بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(قَالَ لَهُ مُوسَى هَلْ أَتَيْتَكَ عَلَىٰ أَنْ يُعَلِّمَ مِمَّا عُلِّمْتَ رُشْدًا)

صدق (الذَّكَرُ الْعَظِيمُ)

الآية 66 من سورة الكهف

شكرا واسرافات

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم
"من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم

بعد شكر الله سبحانه وتعالى على توفيقه لنا لإتمام هذا العمل المتواضع تتقدم بجزيل الشكر إلى من شرفتنا بإشرافها على هذه المذكرة الأستاذة آمال عساسي التي لن تكفي حروف هذه المذكرة لإيفائها حقها بصبرها الكبير علينا وتوجيهاتها العلمية التي لا تقدر بثمن والتي ساهمت بشكل كبير في إتمام هذا العمل، والشكر إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل راجين أن يخدم هذا العمل البحث العلمي.

أعضاء المذكرة

إِهْدَاء

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله وكفى و الصلاة على الحبيب المصطفى أهدي
هذا العمل المتواضع إلى

أغلى ما في الوجود إلى رمز العطف و الوجود أمي
الحبيبة و إلى الفاضل أبي الغالي و إلى شموع حياتي
أخوتي

" ياسمين، آلاء الرحمان وجمال الدين و عبد الوهاب "
إلى ينابيع الصدق الصافي ...

إلى من معهم سعدت وفي دروب الحياة الحلوة و تحية
كبيرة إلى زملاء المشوار الدراسي و المشوار الجامعي
وإلى من كان عوناً لي في إنجاز هذا العمل.

تاج الدين

إِهْدَاء

بسم الله الرحمن الرحيم

إلى كل من علمني حرفا في هذه الدنيا الفانية
إلى الروح أبي الزكية الطاهرة، إلى روح أمي العزيزة
الغالية

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل
وأخص بذلك أبناء أخوتي رتاج، خديجة، نجيب، مهدي
و نسأل الله عزو جل أن يجعل هذا العمل نبراسا لكل
طالب علم.

موسى

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة للتعرف على كيفية رقمنة الخدمات الادارية عبر الاعلام الاجتماعي ومدى نجاعة هذه الخدمة الرقمية في التقليل من الصعوبات والجهد الذي كان يبذل عبر الأساليب التقليدية للاتصال الاداري بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، وذلك من خلال اختيار عينة من منشورات صفحة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية عبر الفيسبوك (08 منشورات) خلال الفترة الممتدة من 08 مارس 2021 إلى 01 أبريل 2021.

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المستندة على منهج المسح كما تم استخدام أسلوب التحليل الكمي و النوعي، كما اعتمدنا على أسلوب تحليل المحتوى ليتوافق مع طبيعة الدراسة.

أدوات البحث والتقصي: تم الاستعانة بأداتي الملاحظة العلمية واستمارة تحليل المحتوى لرصد أهم الدلالات التي تحملها المنشورات، لينتهي جهد تحليلنا للتوصل للنتائج التالية:

1- خدمات القسم الإداري من خلال صفحة الفيس بوك قد ساهمت بشكل كبير في التقليل من تكاليف الإعلان الورقي حيث يكاد ينعدم أساسا، وتقليص وقت وصول المعلومة، وبالتالي تحقق الكلية مشروع صفر ورقة من ناحية الاستهلاك.

2- تتباين نسبة التفاعل مع المنشورات من قبل المتابعين حسب طبعة المنشورات خلال الفترة محل الدراسة، ولكن في المجمل لا يمكن القول أن تفاعل المتابعين مع المنشورات هو تفاعل مرتفع إذا ما تمت مقارنته بالعدد الإجمالي لمتابعي الصفحة، كما أن عدد متابعي الصفحة في منحي تصاعدي حيث بلغ عدد متابعيها اليوم 2021/06/01 حوالي 13.401 ألف متابع.

3 - من بين الأساليب التي تبنتها إدارة الكلية في منشورات الصفحة نجد منها الوسائط المتعددة كالنص، الصورة والفيديو، إذ إعتمدت إدارة الكلية على الصورة من خلال عرض الإعلانات الكتابية المصورة، ونشر

الفديوهات بنسب أقل نظرا لفترة الدراسة هذه السنة، كما تتميز منشوراتها بالرسمية بإستخدام اللغة العربية الفصحى كأسلوب يعكس تحفيز منشورات الصفحة.

4 - تراوحت منشورات صفحة كلية العلوم الاجتماعية والانسانية بين إعلانات متفرقة لعرض النقاط وطعون الطلبة، و منشورات ذات طبيعة إعلامية و إرشادية تحذيرية.

Study summary:

This study aims to identify how to digitize administrative services through social media at the Faculty of Humanities and Social Sciences at the University of Kasdi Merbah, Ouargla, by selecting a sample from the publications of the Faculty of Human Sciences page And social media via Facebook (08 posts) during the period from March 08, 2021 to April 1, 2021.

This study is considered one of the descriptive studies based on the survey method.

Research and investigation tools: The scientific observation tools and the content analysis form were used to monitor the most important implications of the publications

Finally we conclude to the following results:

- 1– The services of the administrative department through the Facebook page have contributed significantly to reducing the costs of paper, and reducing the time for information access.
- 2– The rate of interaction with publications by followers varies according to the nature of the publications during the period of this study.
- 3– Among the methods adopted by the college administration in the page's publications, we find multimedia, such as text, image and video
- 4– The extent to which the college administration is characterized by the speed of the process of updating its publications on a daily basis across the page, and it is evident by the number of publications published on the page, which number in peak days is approximately 7–8 publications during the working period when every new thing related to the administration and the student must be taught, Given the speed of the Internet flow at the university.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر وتقدير
	الإهداء
	ملخص الدراسة (باللغتين العربية والانجليزية)
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الملاحق
أب	مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

2	1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
4	2. أسباب اختيار موضوع الدراسة
5	3. أهمية الدراسة و أهدافها
6	4. مفاهيم الدراسة
10	5. الدراسات السابقة
15	6. الإجراءات المنهجية للدراسة
15	1.6. نوع الدراسة ومنهجها
17	2.6. أدوات جمع البيانات
17	3.6. مجتمع الدراسة والعينة
18	4.6. مجالات الدراسة
18	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: رقمنة الخدمات الادارية عبر الاعلام الاجتماعي

29	تمهيد الفصل
31	1. بطاقة تقنية لصفحة مجموعة إدارة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
34	2. التحليل والتفسير

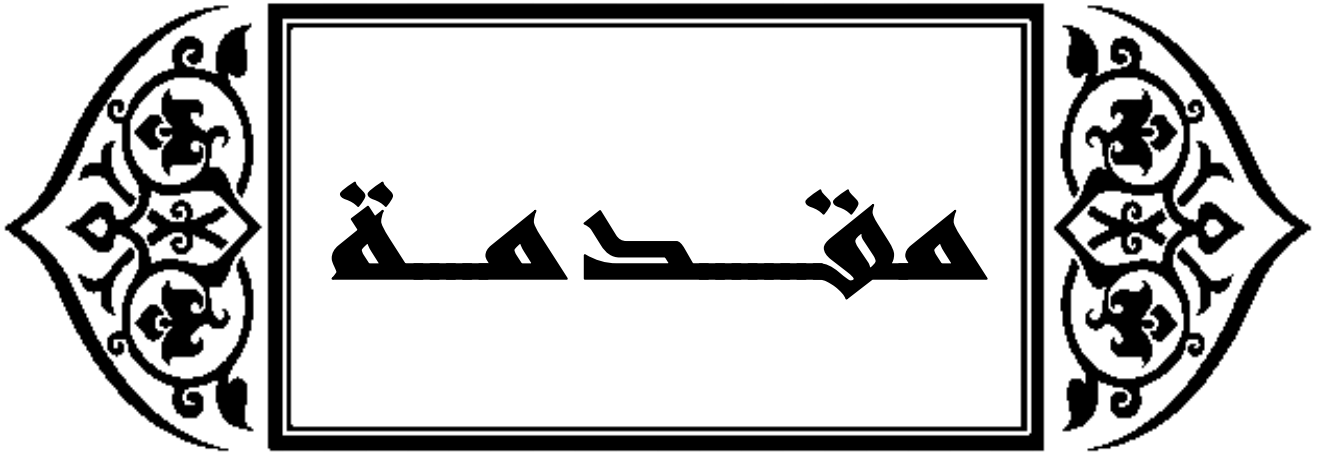
34	1.2. تحليل البيانات الخاصة بفئات الشكل (كيف قيل ؟)
38	2.2. تحليل البيانات الخاصة بفئات الموضوع (ماذا قيل؟)
43	3. استخلاص وتفسير النتائج العامة للدراسة
48	4. تحليل واستخلاص النتائج حسب تساؤلات الدراسة
54	خاتمة
56	قائمة المصادر والمراجع
61	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
25	الجدول رقم 01: نتيجة الصدق الظاهري للاستمارة (صدق المحكمين)	01
34	الجدول رقم 02: تحليل فئة زمن النشر	02
35	الجدول رقم 03: تحليل فئة الوسائط المتعددة المستخدمة	03
35	الجدول رقم 04: تحليل فئة لون خلفية المنشورات	04
36	الجدول رقم 05: تحليل فئة لغة المنشورات	05
37	الجدول رقم 06: تحليل فئة لغة/لهجة التعليقات والردود	06
38	الجدول رقم 07: تحليل فئة نوع المواضيع المنشورة	07
39	الجدول رقم 08: تحليل فئة طبيعة المضامين	08
39	الجدول رقم 09: تحليل فئة نوع التفاعل مع المنشورات	09
40	الجدول رقم 10: تحليل فئة نسبة الردود على المنشورات	10
41	الجدول رقم 11: تحليل فئة نسبة مشاركة المنشورات	11
41	الجدول رقم 12: تحليل فئة مصدر المعلومات	12

فهرس الملاحق

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
61	الملحق رقم 01: استمارة تحليل محتوى	01
74	الملحق رقم 02: جدول للأساتذة المحكمين	02
74	الملحق رقم 03: صورة لصفحة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية عبر الفيسبوك	03
75	الملحق رقم 04: بعض منشورات الصفحة محل التحليل	04



مقدمة :

يعتبر الاتصال أحد الدعائم التي تساهم في إنسجام المجتمع وتماسكه وهو الركيزة الأساسية في كل مجتمع. فالإنسان مارس الاتصال منذ القدم كوسيلة لنقل وإستقبال وتبادل المعلومات، بل وطوره بتطور مختلف الوسائل، وأحدثت تكنولوجيا الاتصال ثورة في العالم بحيث مكنت الانسان بالتواصل مع الآخرين في كل مكان وزمان بإستخدامه مواقع سهلت عليه عملية التنقل دون دفع تكاليف باهظة وأصبح بإستطاعته المشاركة في الأراء والتفاعل معها.

أستخدمت التكنولوجيا من قبل العديد من الأفراد في مختلف القطاعات ولعل أهمها إدارة المؤسسات الحكومية خاصة قطاع التعليم إذ سهلت على العملية التعليمية وكانت نقطة الوصل بين الإدارة والطالب والإدارة والأستاذ ونتج عنه مايسمى بالإدارة الإلكترونية؛ التي تهدف إلى تحويل العمل الإداري التقليدي من إدارة يدوية الى إدارة تستخدم الحاسوب بإعتماد نظم معلوماتية قوية تساعد في إتخاذ القرار الإداري بأسرع وقت وبتكاليف أقل، ودخلت الإدارة الإلكترونية عالم المواقع بإنشاء صفحات خاصة بالمؤسسة التابعة لجهاتها والجامعة إتبع ذلك وقامت بإنشاء صفحة وكل كلية لها صفحة خاصة بها.

هذا ما نجده من خلال صفحة كلية العلوم الاجتماعية والانسانية لجامعة قاصدي مرباح ورقلة التي تنشر مختلف المواضيع التي تهتم وتخص الطالب بالدرجة الأولى في إيصال المعلومات بمختلف جوانبها وتوصل الاعلانات الهامة من جداول توزيع الزمني ونقاط الإختبار وإعلام الطلبة بكل جديد.

ولذلك تطرقنا في هذه الدراسة للبحث في كيفية تطبيق رقمنة الخدمات الإدارية عبر الإعلام الإجتماعي من خلال دراسة تحليلية لعينة من منشورات صفحة كلية العلوم الاجتماعية والانسانية بجامعة ورقلة عبر الفيسبوك لمعرفة نسبة المشاهدة للمنشورات وعدد المنشورات في اليوم الواحد لذلك فقد إعتدنا على خطة

مقسمة كالاتي:

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة : ومن خلاله تم التطرق إلى :

أولاً : موضوع الدراسة : ويتناول الإشكالية وتساؤلاتها، أسباب إختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة.

ثانياً : الإطار المفاهيمي للدراسة : أين تم التطرق من خلاله إلى تعريف المفاهيم التي تعبر عن المتغيرات الأساسية للدراسة.

ثالثاً : الإجراءات المنهجية للدراسة : من خلاله تعرضنا إلى منهج الدراسة، أدوات جمع البيانات، مجتمع الدراسة والعينة، مجالات الدراسة.

الفصل الثاني : رقمنة الخدمات الإدارية عبر الإعلام الإجتماعي وفيه نجد :

أولاً : بطاقة تقنية لصفحة مجموعة إدارة كلية العلوم الاجتماعية والانسانية : أين تم التعريف بالصفحة وكيف تم إنشاؤها وما الغرض منها.

ثانياً : التحليل و التفسير : ويحتوي على عرض وتحليل نتائج فئات الشكل والمحتوى لصفحة كلية العلوم الاجتماعية والانسانية .

ثالثاً : نتائج العامة للدراسة: وفيه تم التطرق إلى:

أولاً: مناقشة النتائج العامة والجزئية على ضوء تساؤلات الدراسة لتأكيد مدى الصدق العلمي للتساؤلات الموجهة للدراسة.

كما أرفقت الدراسة بخاتمة شملت إطارا نظريا يفتح المجال لإجراء بحوث أخرى من طرف باحثين في مجال الرقمنة الإدارية.

المفصل الأول

1. إشكالية الدراسة و تساؤلاتها .
2. أسباب اختيار موضوع الدراسة.
3. أهمية الدراسة و أهدافها .
4. مفاهيم الدراسة .
5. الدراسات السابقة .
6. الإجراءات المنهجية للدراسة .

1- إشكالية الدراسة :

يعد الإتصال العصب الرئيسي للحياة الإجتماعية، فبدون إتصال يظهر التفكك وعدم التناسق مما يتسبب لا محالة في انهيار أعظم وأقوى الأنظمة، مهما كانت قوة دفاعاتها، فهو من الأنشطة الحيوية والمحرك الفعلي لتفاعل المجتمعات وسببا في تحرك عجلة تنميتها وتطورها.

سيما في عصرنا الحالي الذي شهد ثورة هائلة في جل المجالات العلمية والتكنولوجية التي أحدثت تغييرات في الحياة اليومية للإنسان وأصبحت من الركائز الجوهرية التي يعتمد عليها في إحداث التنمية الإقتصادية والإجتماعية كما ساهم في تطور الفعل الاتصالي الذي أعاد تشكيل نفسه ليتوافق مع التطورات الحاصلة في المجتمعات، أي من اتصال ذو خط واحد إلى اتصال تفاعلي ذو اتجاهين متبادلين إن لم نقل اتجاهات متعددة تتصل في نفس اللحظة وتتفاعل بذاتها، دون توقف يسمح بتقييم هذا النشاط الاتصالي.

ضمن ذات السياق انسحب هذا التطور ليشمل مجالات اتصالية متعددة في المجتمع، لعل من بينها الأنشطة الادارية المؤسساتية، والتي انتقلت من كونها نشاط اتصالي بيروقراطي يركز فقط على قرارات شفوية تعزز بمحتويات ورقية بحتة تستغرق وقتا طويلا من الفاعلين حتى تصل جميع الرسائل الاتصالية للجهات المستقبلية إلى نشاط تفاعلي تتخذ فيه القرارات الادارية وتطبق وتقيم كذلك افتراضيا دون الحاجة للحضور الجسدي للفاعلين الاتصاليين.

و لم تكن وسائل الإعلام و الإتصال بمعزل عن هذا التطور التكنولوجي الحاصل بل شهدت هي الأخرى تطورات في مجال تكنولوجياتها جعلت منها تتعدى ذلك الحيز الذي يجعل منها مجرد وسيلة اتصال للترفيه إلى وسيلة ضرورية، يستخدمها العاملون في مختلف القطاعات داخل الإدارة المؤسسات بعد أن حققت الكثير من الفوائد للعمل المؤسسي عموما والإداري خصوصا حيث سهلت له الكثير من العوائق والصعوبات التي كان سببها الأساسي الأساليب والتقنيات الإدارية التقليدية.

لم يقتصر الإتصال المؤسسي على الإتصالات الرسمية وغير الرسمية فقط بل امتد للبحث في آليات تفعيل الإتصال مع الجمهور الخارجي والداخلي في آن واحد دون اللجوء لخطط منفصلة مثلما كان العهد سابقا في الإدارة التقليدية، وبهذا اختصر زمن التخطيط والبحث الذي كان يثقل كاهل أصحاب القرار في المؤسسات قبلا لينحصر الأمر في مجرد نقرة ونشر وإعلام إلكتروني تفاعلي.

لهذا لجأت جميع الدول إلى تطوير وتسريع وتحسين مردودية أداء الخدمات بعدما تم إدراج البرمجة المعلوماتية أو الرقمنة داخل المؤسسات مما انعكس على الإدارات داخلها و التي تحول الكثير منها إلى استخدام تكنولوجيات وسائل الاتصال خاصة مواقع التواصل الاجتماعي في عملية نشاطها الإداري لأنها تمثل أفضل الطرق لتلبية حاجات الجمهور ورغباتهم عن طريق تحسين وتفعيل الخدمات لهم، من أجل ضمان استمرارية العلاقة و التواصل بين المؤسسة الإدارية و المتلقين خاصة في الحالات الطارئة و الاستثنائية التي تحيل دون التواصل مع بعضهم بالشكل المباشر، خاصة في ظل الجائحة التي عرفها العالم والمعروفة بجائحة كورونا التي أدت لشل الحركة بجل المرافق والمؤسسات المالية و الخدماتية ومؤسسات النقل و التعليم و مراكز البحث العلمي والجامعات.

ومن بين المؤسسات التي سعت لتفعيل الاتصال الافتراضي التفاعلي مع جمهورها الخارجي نجد المؤسسات التابعة لوزارة التعليم العالي والتي عملت على تقديم خدمات تعليمية على غرار جامعة قاصدي مرباح ورقلة التي كانت السبابة لبعث قنوات الاتصال التي انقطعت بفعل الظروف التي واكبت الجائحة بين الجامعة وجمهورها سواء الداخلي من إداريين وأساتذة أو خارجي من طلبة ومؤسسات مماثلة.

تعتبر صفحة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية لجامعة قاصدي مرباح ورقلة عبر الفيس بوك من الوسائل المهمة التي تعتمدها الإدارة في رقمنة الخدمات الإدارية التي تخص الكلية وتسهيل الوصول لها من قبل الطلبة و الأساتذة، إذ تكمن أهميتها في اختزالها للإجراءات الإدارية التقليدية من نشر أهم المستجدات عبر الصفحة بدلا من لوح الاعلانات، وكذا نشر التعليمات إلكترونيا بدلا من تسليمها ورقيا.

وبالتالي اختزال زمن تقديم الخدمات الادارية وتقليل تكاليف طباعة ونشر الاعلانات الورقية والجهد المبذول بين الانتقال من الكلية للوح الاعلانات لرؤيتها.

ونظرا لما تتخلل هذه العملية من آليات افتراضية، شغلنا هذه الظاهرة للبحث في طبيعتها والكيفيات التي تكفل استمراريتها، وتضمن التفاعلية بين الجامعة ممثلة في إدارة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية وبين جمهورها من أساتذة، إداريين وطلبة عبر صفحتها بالفيسبوك.

وتأسيساً على ما سبق جاءت الدراسة الحالية لتوضح:

- كيف تمت رقمنة إدارة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية عبر الفيسبوك في تحسين الخدمات الإدارية ؟

وحتى يمكننا بسط الاشكالية و الاجابة على التساؤل المحوري أعلاه ارتأينا تفكيكه لتساؤلات فرعية:

1-ما هي أنواع المنشورات و طبيعة المضامين التي تم نشرها من قبل ادارة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية عبر صفحتها بالفيسبوك؟

2-ماهي المصادر التي تعتمد عليها إدارة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية من خلال منشوراتها عبر صفحتها بالفيسبوك؟

3-ما نسبة تفاعل ومشاركة المتابعين لمنشورات صفحة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ؟

4-ما سرعة تحديث ادارة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية لمنشوراتها عبر صفحتها في الفيسبوك؟

5 - ما هي أهم الأساليب التفاعلية التي تبنتها إدارة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لتقديم خدماتها للطلبة والاساتذة؟

6- كيف ساهمت الخدمات الإدارية التفاعلية عبر الصفحة في التقليل من تكاليف الوقت والإعلان الورقي؟

2. أسباب اختيار موضوع الدراسة:

من بين أهم أسباب اختيار موضوع هذه الدراسة:

- الميل الشخصي لمواضيع متعلقة بالرقمنة وكذا مواصلة لمسار بحثنا في الاتصال المؤسساتي والادارة وتطور طرق الاتصال بها (مذكرة الليسانس كانت حول الاتصال الرسمي وغير الرسمي)
- البحث في آليات تسمح بتطوير الخدمات الادارية بعيدا عن المعاملات الورقية التي تأخذ وقتا وجهدا
- الظروف التي عاشتها البلاد جراء جائحة كورونا وما تسببت به من انقطاع في شتى المجالات والرغبة في تسليط الضوء على طرق أخرى للاتصال الاداري.
- تطوير مهارتنا في مجال البحث الكيفي وذلك من خلال تطبيق تحليل المحتوى في موضوع يتعلق بالخدمات الادارية.

3. أهمية الدراسة و أهدافها:

- تتبع أهمية موضوع الدراسة من أهمية رقمنة الادارة بشكل عام وادارة الخدمات الادارية الجامعية بشكل خاص مما يسمح ويسهل تحسين الخدمات الادارية وتفعيل الاتصال بين مختلف الشركاء الاتصاليين للادارة من طلبة واساتذة وحتى عمال اداريين، وقد تم معالجة الموضوع بطريقة مستجدة بعيدا عن سؤال الجمهور الخارجي حول مدى جودة الخدمات الادارية المقدمة إلكترونيا.
- بل البحث في طبيعة هذه الخدمات والكيفية التي ساهمت فيها ادارة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية في تحسين خدماتها وايصالها في زمن تعذر فيه الاتصال بينها وبين الجمهور الخارجي، و هو ما يضيف على الموضوع جانبا من الأهمية العلمية والنظرية نظرا لكونه موضوع جديد من ناحية التناول بهذا الأسلوب البحثي، مما يساهم في إضافة معارف قد تكون قابلة للتعميم على صفحات مشابهة.

كما لا يمكن إغفال أهمية الموضوع من الناحية الاجتماعية، باعتبار أنه يتطرق لآلية استحدثتها الظروف الاستثنائية داخل المجتمعات ككل وفي مختلف القطاعات الحيوية كقطاع التعليم العالي.

كما أن للموضوع أهمية أخرى بالنسبة لإدارة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية لجامعة قاصدي مرباح ورقلة باعتبارها الجهة التي تساهم في نشر ورقمنة خدماتها الادارية مما يتيح للطلبة و الأساتذة الاستفادة من خدماتها إلكترونيا دون تكبد عناء التنقل.

كما أن نتائج دراستنا تعمل على توضيح مواطن الخلل والمميزات الايجابية التي منحتها الرقمنة للخدمات الادارية المقدمة من كلية العلوم الانسانية والاجتماعية .

• أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة من الناحية النظرية، إلى التوصل لتطبيق تحليل المحتوى على موضوع يتعلق بالخدمات التي تقدمها الادارة بدلا من اللجوء للأساليب المعتادة من استجواب للجمهور حول طبيعة الخدمات المقدمة والتي قد لاتفي الموضوع حقه.

أما من الناحية الميدانية، فيمكن تلخيص أهداف الدراسة في:

- الكشف عن الكيفية التي ساهمت الخدمات الإدارية التفاعلية عبر الصفحة في التقليل من تكاليف الوقت والإعلان الورقي.

- التعرف على نسبة تفاعل المتابعين مع منشورات صفحة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

-البحث عن أهم الاساليب التفاعلية التي تبنتها إدارة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية لتقديم خدماتها للطلبة والاساتذة.

-معرفة أنواع المنشورات و طباعة المضامين التي تم نشرها من قبل ادارة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية عبر صفحتها بالفيسبوك.

4. مفاهيم الدراسة :

1- الرقمنة :

لغة : عرفها القاموس الموسوعي للمعلومات و التوثيق على انها عملية إلكترونية أو رقمية، سواء من خلال الوثيقة أو شيء مادي أو من خلال إرشادات إلكترونية تناظرية.¹

إصطلاحا : هي عملية التي يتم عن طريقها تحويل المعلومات من شكلها التقليدي الحالي إلى شكل رقمي

سواء كانت هذه المعلومات صور أو بيانات نصية أو ملف صوتي أو أي شكل آخر.²

وتعرف الرقمنة على أنها عملية إستنساخ رقمية، تمكن من تحويل الوثيقة مهما كان نوعها ووعائها إلى سلسلة رقمية، و يواكب هذا العمل التقني عمل فكري و مكتبي لتنظيم ما بعد المعلومات، من أجل فهرستها و جدولتها و تمثيل مختو النص المرقمن³

المفهوم الإجرائي: الرقمنة هي عملية تحويل مصادر المعلومات و الوثائق و تقديم الخدمات الإدارية على

إختلاف أشكالها من الشكل الورقي الذي يدركه إلى شكل مقروء بواسطة تقنيات الحاسبات الآلية عبر

النظام الثنائي .

¹ Serage caclay et all : dictionnaire encyclopedique de linformation et de la documentation. Amsterdam natlan .2001.p431

² سماح زينهم ،عبد الجواد : المكتبات و الأرشيفات الرقمنة "التخطيط و البناء و الإدارة ،شركة ناس للطباعة ،ص46.

³ عبد المالك بن سبتي ، إبتسام سعدي: معوقات تطبيق مشاريع الرقمنة بالمكتبات الجامعية الجزائرية " المكتبات الجامعية لولاية قسنطينة العدد 43 سبتمبر جامعة قسنطينة 2 ،الجزائر، 2016، ص09.

2 . الخدمات الادارية :

1.2 . الخدمة/الخدمات:

عرفها Amstrong et Kotler أنها نشاط أو منفعة تقدمها طرف إلى طرف آخر وتكون في الأساس

غير ملموسة ولا يترتب عليها أي ملكية فتقديم الخدمة قد يكون مرتبطا بمنتج مادة أو لا يكون¹.

يمكن تعريف الخدمة كذلك بأنها نشاط أو سلسلة من الأنشطة التي تكون ذات طبيعة غير ملموسة بدرجة

أكبر أو أقل، تتم عند التفاعل بين الزبون ومقدم الخدمة و/ أو باستخدام موارد أو منتجات أو أنظمة مقدم

الخدمة، وقد يكون هذا النشاط استشارة طبية أو محاضرة، أو عملا محاسبيا أو صيانة ... الخ.²

والخدمة هي نشاط معروض للتبادل مثله مثل السلعة لكنه غير محسوس حيث لا يمكن لمسه، أو شمه،

أو تذوقه، أو رؤيته، أو سماعه، والخدمة تؤثر على أحاسيسنا وتحدد قيمتنا وثقافتنا.³

كما يمكننا تعريف الخدمة على أنها عملية تتركز على الإنسان، وعلى المعلومة وتتطلب تنفيذها تحقيق

علاقة متبادلة مع المستهلك، ويركز هذا التعريف على ثلاثة عناصر أساسية تتمثل في :

1 الخدمة تتحقق من خلال العلاقة المباشرة بين المنتج والمستهلك.

2 هناك عملية تحويل من حالة لأخرى.

3 لا تظهر الخدمة إلا من خلال تأثيرها على الواقع: الإنسان، المعلومة أو السلعة⁴

2-2-تعريف الادارة :

¹عباس بشير العلاق : تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال، دار الوراق، الأردن، 2012،ص130

² نجم عبود نجم: الجودة الإلكترونية - المراجعة وأبعاد التطور- ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العربي الأول "إدامة التميز والتنافسية في مؤسسات القطاع العام والخاص" ، عمان، الأردن، 2008.

³ وسيلة حمداوي : الجودة ميزة تنافسية في البنوك التجارية، مديرية النشر لجامعة قلمة، الجزائر، 2009،ص 19 .

⁴ وسيلة حمداوي : المرجع نفسه، ص21

اختلف رجال الفكر الإداري في تحديد مفهوم الإدارة رغم اتفاقهم على أنها الوظيفة والنشاط (مجموعة من الاختصاصات والسلطات والواجبات والمسئوليات التي تناط بالعامل التي تسند إليه الوظيفة)

فالإدارة كممارسة هي استخدام الفعال والكفؤ للموارد { البشرية - الإدارية - الآلية - المعلوماتية - الوقت - وغيرها } من خلال العمليات الإدارية { التخطيط - التنظيم - التوجيه - التنسيق - الرقابة لتحقيق الاهداف¹

ويعرفها Apley أبلبي مجلة جمعية الإدارة الأمريكية : بأنها الإدارة هي تنفيذ العمال عن طريق مجهودات اشخاص آخرين، ومسئوليتها التخطيط والرقابة

تعريف خليل الشماع في كتابه مبادئ الإدارة: تعرف الإدارة بأنها عملية التخطيط واتخاذ القرار، والتنظيم والقيادة والتحفيز والرقابة التي تمارس في حصول المنظمة على الموارد البشرية والإدارية والآلية والمعلوماتية ومزجها وتوحيدها وتحويلها إلى مخرجات بكفاءة عالية²

التعريف الإجرائي للخدمات الإدارية :

مما سبق يمكن تعريف الخدمات الإدارية إجرائياً على أنها مختلف النشاطات و الخدمات التي تقدمها الإدارات العمومية والهيئات الإدارية للمواطنين وتتخذ الخدمة الإدارية شكل من أشكال النشاطات التي تقدمها الإدارة لزيائنها حيث يمكن ان تأخذ شكل خدمات محددة اوغير محددة والتي تستند في ادائها بشكل اساسي على الموارد البشرية المدعومة بتكنولوجيات الاتصال المناسبة.

3-الإتصال الإداري : هي تفاعلات أو تعامل طرفين أو أكثر في موقف معين لتبادل المعلومات بهدف تحقيق تأثير معين لدى أي من الطرفين .

¹ عادل حسن : الإدارة ، مؤسسة شباب الجامعة ، القاهرة، 1980، ص16

² خليل محمد حسن الشماع : مبادئ الإدارة ، ط3، دار المسيرة للنشر والتوزيع،، عمان، 2002، ص13

التعريف الإجرائي للإتصال الإداري :

هي عملية كشف العناصر الضرورية و الدقيقة التي من خلال علاقة المؤسسة بين مختلف الأفراد الداخلية كالعمال ، الموظفين و الخارجية كالموردين ، الزبائن ، البنوك .

4-الإعلام الجديد :

تتعدد مداخل النظر في مفهوم الإعلام الجديد و تطور و سائله في سياقات تاريخية و تكنولوجية مختلفة. Pavlik جون بافلك يراه من خلال مدخلي الثورة الرقمية و الإنترنت و ما يليهما من تطبيقات، أما Davis ديفيس و Owen أوين فيريا انطلاقتهم من خلال مجموعة من الأشكال الإعلامية الجديدة التي غيرت تماما نموذج الإعلام التقليدي. كما بيني Gitelman غيتلمان و Pingree بنغري نظرتهم للإعلام الجديد على مبدأ الحالة الإنتقالية للإعلام¹

ظهر مصطلح الإعلام الجديد Media New ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبيث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة، و الراديو، و التلفزة و ذلك بفعل التطور الكبير في إنتاج و توزيع المضامين الإعلامية²

3أما قاموس التكنولوجيا الرفيعة Dictionary Tech-High فيعرف الإعلام الجديد بشكل مختصر و يصفه بأنه " اندماج الكومبيوتر وشبكات الكومبيوتر والوسائط المتعددة"

وبحسب ليستر " :Lester الاعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكومبيوتر والوسائل التقليدية للاعلام، الطباعة، والتصوير الفوتوغرافي والصوت، والفيديو³.

¹ عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد. المفاهيم و الوسائل و التطبيقات 1ط، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان ، 2008 ، ص29

² شفيق حسنين : الإعلام الجديد الإعلام البديل تكنولوجيات جديدة في عصر مما بعد التفاعلية، ط 1 ، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة ، 2010، ص55

³ Paul Martin Lester , California State University :

التعريف الاجرائي للاعلام الجديد :

يتمثل في شبكات مواقع فعالة عبر الانترنت تساهم في تسهيل عملية التواصل بين الافراد من جهة وبين المؤسسات التي ينتمون اليها من جهة اخرى كما تمكنهم من تبادل الأفكار والمعلومات والاراء وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.ونقصد به في دراستنا مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص موقع الفيسبوك.

<http://commfaculty.fullerton.edu/lester/curriculum/newmedia.html>, consulté le

03/04/2021 a 17H 10 min

5- الدراسات السابقة:

تعتبر مرحلة أو خطوة جمع المعلومات الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع ركيزة البحوث ومنبعها لها وعلى هذا الأساس تم فحص بعض الدراسات أو المذكرات التي تصب في إطار دراستنا من أجل الحصول على البيانات و المعلومات المتعلقة بموضوع البحث، ومن ثم القيام بدراستها بشكل جيد، ثم تحليلها بالطرق العلمية و المنهجية المستخدمة في البحث العلمي، و بعد ذلك تحديد مدى تشابه و الإختلاف فيما بينها و بين فرضيات البحث العلمي المقدم

1.5. الدراسة الأولى: أعدت من طرف الباحثين : بنشوري عيسى و الداوي الشيخ بعنوان : تسويق

الخدمات الإدارية عبر الإعلام الاجتماعي¹

سعت الدراسة للتفصيل في الأثر الذي يتيح استخدامه شبكات التواصل الاجتماعي لتفعيل خدمات قسم الاقتصاد من خلال التأثير على الكفاءة والفعالية الكلية لإدارة القسم وكذا التأثير على ثقة الطلبة اتجاه خدمات القسم؛ وحاول الباحثان الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي : إلى أي مدى يمكن أن تساهم صفحة قسم الاقتصاد في تفعيل و تحسين الخدمات الإدارية الرسمية للقسم ؟

وطرحت خلالها الفرضيات التالية :

- تساهم الخدمات الإدارية التفاعلية عبر الصفحة في تقليل تكاليف الوقت والإعلان الورقي

¹ عيسى بنشوري ، الشيخ الداوي: تسويق الخدمات الإدارية عبر الإعلام الاجتماعي ، صفحة طلبة قسم الاقتصاد

بجامعة تبسة نموذجا

- تمنح الصفحة مجالاً للحوار والتفاعل والحيوية مع الطلبة مما يساهم في تحسين خدمات القسم بتقليل

"حجم" و"زمن تصحيح" الأخطاء الاملائية

-تكتسب الصفحة ثقة الطلبة من خلال غناها بالمعلومات المتعلقة بهم والمحتفظ بها عبر الزمن

وخلصت الدراسة الى الاجابة على الفروض الثلاث بالايجاب.

2.5. الدراسة الثانية: أعدت من طرف الباحث سعد محمد عوض فلاح المطيري بعنوان : "

دور الإدارة الجامعية في مواجهة مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى

طلبة جامعة الكويت¹

استهدفت الدراسة البحث عن دور الادارة الجامعية في مواجهة مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي على

الأمن القومي. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال تطبيق استبيان على عينة من

طلبة جامعة الكويت قوامها 300 مفردة.

وحاول الباحث الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي : مآدور الإدارة الجامعية في مواجهة مخاطر

شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى شباب الجامعي ؟

و إندرجت تساؤلات فرعية نذكر منها :

1-ما دور الإدارة الجامعية مع طلبة جامعة الكويت؟

2-ما الأسس الفكرية والمنهجية للأمن الفكري؟

3-ما طبيعة مخاطر شبكات التواصل الأجتماعي علي الأمن الفكري لدى طلبة جامعة الكويت

4-ما واقع انتشار الأمن الفكري لدي طلبة جامعة الكويت؟

¹.سعد محمد عوض فلاح المطيري : "دور الإدارة الجامعية في مواجهة مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن

الفكري لدى طلبة الكويت " مجلة كلية التربية - جامعة عين الشمس 615 العدد 43-الجزء 4-2019

5- ما متطلبات تعزيز الأمن الفكري لدى طلبة جامعة الكويت للوقاية من مخاطر شبكات

التواصل الإجتماعي؟

وتوصلت الدراسة للنتائج التالية: أن الإدارة تتيح الفرص المتساوية لكل الطالب للمشاركة في الأنشطة الطلابية، وتهتم الإدارة بالفعاليات التي تعمل علي توعية وحماية الطالب من المخاطر، كما توفر لهم متطلبات تنفيذ الأنشطة التوعوية للطالب كما أنها تعمل علي نبذ أي سلوك يقع تحت دائرة التعصب الإجتماعي أو القبلي، الفكري وانها تهتم الإدارة بمقترحات وشكاوي الطالب التي تهدد أمنهم الفكري داخل الهيئة

-وجود علاقة دالة إحصائيا بين واقع انتشار الأمن الفكري لدى طلبة جامعة الكويت وطبيعة

مخاطر شبكات التواصل الإجتماعي

-وجود علاقة دالة احصائيا بين متطلبات تعزيز الأمن الفكري لدى طلبة جامعة الكويت وطبيعة

مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي

3.5. الدراسة الثالثة:أعدت من طرف الباحثين : بودالي محمد و بوشنب موسى بعنوان :"

رقمنة الإدارة كأسلوب لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر " -الإدارة الجبائية نموذجاً-¹

تناول البحث اعتماد الإدارة الإلكترونية في أعمالها ومعاملاتها مع الافراد و المنظمات على الوسائل الإلكترونية و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لاسيما منها شبكة الانترنت، وسائل الإعلام الآلي و الفاكس و غيرها، وذلك من أجل السرعة في تنفيذ و تخفيض التكاليف، وحاولو إبراز دور الرقمنة في تطوير و تحسين الخدمة العمومية وذلك بالإسقاط على الإدارة الجبائية في الجزائر.

¹ محمد بودالي ، موسى بوشنب : "رقمنة الإدارة كأسلوب لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر -الإدارة الجبائية نموذجاً-

محاولين الإجابة التساؤل التالي : إلى أي مدى يمكن لرقمنة الإدارة الجبائية أن تحسن من جودة الخدمات المقدمة للمكلفين بالضريبة ؟ و التساؤلات التالية:

-ماهي أهم التدابير التنظيمية و الإجراءات الإلكترونية التي إستحدثتها الإدارة الجبائية لتحسين الخدمات المقدمة للمكلفين؟

-هل الإجراءات الإلكترونية المستحدثة تصب في صالح الإدارة أم في صالح المكلف بالضريبة ؟

لنتوصل الدراسة لرصد النتائج التالية:

-هدفت الحكومة من وراء رقمنة المكلفين إلى توسيع الوعاء الجبائي و تخفيض عمليات الغش، الشيء الذي سيؤدي إلى تعظيم عائدات الخزينة وهذا يصب في مصلحة الإدارة الجبائية .

-تهدف رقمنة الإدارة من خلال التصريح الإلكتروني و كذا المواقع الإلكترونية إلى تقليل معاناة المكلفين و تحسين جودة الخدمة و هذا يصب في مصلحة المكلف.

4.5. الدراسة الرابعة:أعدت من طرف الباحثين: راجي لخضر و لكل عائشة بعنوان : " الإدارة

الإلكترونية كآلية من آليات التنمية الإدارية "¹ و من أجل إدارة قوية تستلزم وجود بنية تحتية قوية و سريعة و آمنة توصلت الدراسة لتسجيل التوصيات التالية:

-تبسيط الإجراءات المعقدة التي تؤخر عملية التحول نحو الإدارة الإلكترونية

-تأسيس بنية تحتية حديثة للاتصالات و المعلومات على مستوى الدولة

-نشر الثقافة الإلكترونية بدءا من التدريس كيفية استعمال الحاسوب الآلي

¹.راجي لخضر ، لكل عائشة: " الإدارة الإلكترونية كآلية من آليات التنمية الإدارية " مجلة الدراسات القانونية و السياسية العدد 03 جانفي 2016.

التعقيب على الدراسات السابقة:

1- أوجه الشبه :

تتشابه دراستنا مع الدراسة الأولى من ناحية زاوية البحث وكذا بعض تساؤلات الدراسة. كما استخدمت الدراسة الحالية و الدراسة الثانية نفس المنهج ألا وهو المنهج الوصفي التحليلي.

2- أوجه الاختلاف:

تختلف دراستنا عن الدراسة الأولى من ناحية المنهج وطريقة البحث بينما تختلف عن الدراسة الثانية من ناحية طبيعة التحليل حيث أن دراستنا ركزت على تحليل منشورات صفحة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية عبر الفيسبوك بينما الدراسة الثانية ركزت على تحليل تفاعل جمهور صفحة الاقتصاد محل تلك الدراسة. اختلفت كذلك دراستنا عن الدراسة الثالثة والرابعة من ناحية المنهج حيث ركزنا على دراسة الحالة بدلا من تحليل المحتوى.

3- أوجه استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

منحتنا الدراسات السابقة دفعا للبحث في الموضوع، كما مهدت لنا طريقة المعالجة والتعرف على بعض المصطلحات المفتاحية في دراستنا على غرار: الرقمنة، الاعلام الاجتماعي، والادارة الالكترونية. كما ساهمت تلك الدراسات في تزويدنا بمؤشرات سمحت لنا بصبط فئات ووحدات التحليل في دراستنا الحالية.

6. الإجراءات المنهجية للدراسة :

1.6. نوع الدراسة ومنهجها:

• نوع الدراسة :

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ذات البعد التحليلي، المستندة على منهج المسح باستخدام أسلوب التحليل الكمي والنوعي للبيانات، و هذه الأخيرة لا تقتصر على مجرد جمع البيانات الإحصائية و إنما يعتمد مجالها إلى تصنيف البيانات و الحقائق و تفسيرها و تحليلها تحليلا شاملا و استخلاص النتائج و الدلالات المفيدة¹ .

• منهج الدراسة :

المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو منهج المسح المعتمد على أسلوب التحليل الكمي والنوعي للبيانات، كما سيتم الاعتماد في هذه الدراسة على أسلوب تحليل المضمون.

2.6. أدوات جمع البيانات:

• الملاحظة العلمية أو المنظمة: يعتبر هذا النوع امتدادا طبيعيا للملاحظة البسيطة إذ يصمم طبقا لخطة موضوعية و يستخدم الكثير من الأدوات و الإجراءات التجريبية و تهدف الملاحظة العلمية إلى تحقيق فرض علمي محدد، كما توجه للكشف عن تفاصيل الظواهر و العلاقات التي تتواجد بينها بطريقة ضمنية غير ظاهرة أو بينها و بين الظواهر الأخرى.

¹ -أحمد عظمي: منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2009، ص11

• تحليل المضمون :

هو أداة للملاحظة و تحليل سلوك الإتصال العلني للقائمين بالإتصال¹، وهو وسيلة و أداة ميدانية تمكن من جمع المعلومات و المعطيات و البيانات الميدانية المتعلقة قيد البحث و الدراسة، و يستخدم في البحث الاجتماعي للمعالجة و إستنتاج النصوص المكتوبة و الأشرطة الصوتية و الأفلام.....إلخ²

و يعرفه بيرسون : بأنه عبارة عن طريقة البحث يتم تطبيقها من أجل الوصول إلى وصف كمي هادف و منظم لمستوى أسلوب الإتصال³

• استمارة التحليل:

تم الاعتماد على استمارة التحليل أو استمارة الوسائط المتعددة وفقا لما تقتضيه نوع دراستنا القائمة على تحليل المحتوى الالكتروني لبعض منشورات صفحة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، كما تسمى كذلك بـ Grille d'analyse فهي عبارة عن إطار محدد لتسجيل المعلومات التي يبحث عنها الباحث، إذ يتم تصميمها بما يتفق و أغراض التحليل، وتعبّر كليا عن رموز الوثيقة الواحدة، التي تشمل فئات التصنيف و وحدات القياس بالإضافة الى البيانات الاولية عن وثيقة المحتوى⁴.

بناء على ما سبق قمنا بتقسيم استمارة التحليل للأجزاء التالية:

الجزء الأول: يتضمن ورقة التقديم التي تتضمن عنوان الدراسة، طبيعتها، الفترة الزمنية الخاصة بها، اسم الباحثين والأستاذة المشرفة و المطلوب من المحكمين.

¹ ريتشارد ، دونهيو لويس ثورب:تحليل مضمون الإعلام، ط1 ، ترجمة محمد الجوهري ، أربد قدسية للنشر بيروت 1992،ص10

² أحمد عياد: مدخل إلى منهجية البحث الاجتماعي ،ط2،ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ص،250،2007

³ محمد بن عمر : المدخل مناهج تحليل المحتوى و تطبيقاته على مناهج البحث،جامعة الملك عبد العزيز ،جدة ، ص04

⁴ - يوسف تمار : أصول تحليل المضمون وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، 2018، ص166

الجزء الثاني: تم عرض تساؤلات الدراسة و أهم أهدافها

الجزء الثالث: تم عرض فئات التحليل بكل مؤشراتها أمام كل منها رمز يحمل رقما يحال تفسيره للجزء الموالي .

الجزء الرابع: عبارة عن خريطة تفسير الرموز السابقة الذكر في الجزء السابق ويتضمن هذا التفسير تعريفات إجرائية كذلك لكل عنصر .

الجزء الخامس: خصص لملاحظات المحكمين.

1. وحدات التحليل:

تمثل وحدة التحليل في أبسط تعريفاتها هي ما يتم حسابه فعلا أثناء التحليل، أي تعبر عن الوسيلة القياسية التي يتبناها الباحث عند تحليله للمضمون قصد قياس مدى تواجد أو عدم تواجد مكونات الفئة¹. وهي أصغر عنصر في تقنية تحليل المضمون ويمكننا استخراج وحدات التحليل من مشكلة الدراسة و أهدافها.

وفي دراستنا هذه تم الاعتماد على **وحدة الموضوع** وهي الأنسب لطبيعة الفئات التي تم اختيارها للدراسة التحليلية، إضافة لكونها من أكبر الوحدات المعمول بها في دراسات تحليل المضمون الاعلامي، فإنها عبارة عن مجموعة من المعاني التي تصب في اتجاه مقصد واحد، وفي تحليل المضمون يمكن أن يكون الموضوع معبرا عن الفئة ووحدة في نفس الوقت.

حيث يتم تطبيقها من خلال الوقوف على موضوع أو الفكرة التي وردت في المنشورات محل التحليل عبر صفحة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية بالفيديوك.

1 - يوسف تمار: المرجع السابق ، ص 151.

2. فئات التحليل: تعتبر هذه المرحلة مهمة في تحليل المحتوى، فهي ترتبط بمفهوم التجزئة، أي تحويل الكل إلى أجزاء ذات خصائص و أوزان ومحددات مشتركة ومتشابهة بناء على محددات سبق الاتفاق حولها، وتعتبر بمثابة جيوب يضع فيها الباحث كل ما يقابله من وحدات تحليل تجتمع فيها هذه الصفات أو الأوزان¹.

تطبيقاً لما سبق في دراستنا هذه فإنه تم الاعتماد على فئات تحليل تباينت بين:

فئات ماذا قيل؟ وفئات كيف قيل؟ وبالرغم من صعوبة تطبيق هذه الأخيرة على المحتوى الإلكتروني عكس المحتوى الورقي فإننا اجتهدنا اعتماداً على الدراسات السابقة وكذا تطبيقنا لأداة الملاحظة لتتوصل في الأخير إلى ضبط الفئات التالية على أن يتم تفصيلها بالتعريفات الإجرائية ضمن الملاحق في الشق المتعلق باستمارة التحليل:

بالنسبة لفئات **ماذا قيل** (فئات المضمون):

- فئة نوع المواضيع
- فئة طبيعة المضامين
- فئة الأهداف
- فئة نوع التفاعل مع المنشورات
- فئة نسبة التفاعل مع المنشورات (الردود)
- فئة نسبة مشاركة المنشورات
- فئة مصدر المعلومات

بالنسبة لفئات **كيف قيل** (فئات الشكل):

¹ - محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، دار الشروق، جدة، 2007، ص112

- فئة زمن النشر
- فئة الوسائط المتعددة
- فئة لون الخلفية
- فئة لغة المنشورات
- فئة لغة التعليقات

3. الخصائص السيكومترية لأداة التحليل:

ونعني به الصدق والثبات لاستمارة تحليل المحتوى، أي اختبار مدى قابلية الأداة لتحليل المحتوى المعني بالدراسة وفقا لأهدافها.

وحتى نتوصل للبيانات اللازمة لبناء شبكة التحليل وضبط أهم فئاتها في صورتها النهائية اعتمدنا على الاجراءات التالية:

- مراجعة التراث العلمي للدراسة من دراسات سابقة ومشابهة -إن وجدت- والاستفادة من خبرتهم

السابقة في تحليل محتوى مشابه لمحتوى دراستنا

- الاستعانة بالخبرات التي تلقيناها على مستوى التدرج من ليسانس إلى الماستر في مجال المنهجية

وتحليل المحتوى

- الملاحظة الوصفية المكثفة للمحتوى محل التحليل ومتابعة المستجدات به

- بعد استكمال بناء جميع أجزاء الأداة تم عرضها على ثلاثة من الأساتذة المحكمين¹

¹ - الأستاذة: مسعودة بايوسف، الأستاذ: قندوز عبد القادر، الأستاذ: كاوجة محمد الصغير من جامعة قاصدي مرياح ورقلة-الجزائر.

1.3. الصدق:

يعبر في أبسط معانيه أن يقيس الاختبار فعلا ما يفترض أن يقيسه، أما مفهومه الواسع فيعني أن يرتبط بقابلية تكرار التجارب والاكتشافات العلمية، ولا يتحقق الصدق إلا بمعايينة أدوات التحليل والتحقق من مدى قدرتها على قياس ماتسعى الدراسة لقياسه¹ و في جميع الظروف.

1.1.3. الصدق الظاهري (صدق المحكمين):

وذلك من خلال معرفة مدى قابلية الاستمارة لقياس ما وضعت لأجله، حيث طلبنا من الخبراء من أساتذة في التخصص (تم عرض هويتهم في الملاحق والهامش) تحكيم الفئات ومؤشراتها وعناصرها إن وجدت، وتقدير مدى قياسها كما تبدو ظاهريا للأهداف التي تم عرضها عليهم مع تساؤلات الدراسة) أنظر الملحق رقم 01 من هذه الدراسة) وهذا للتحقق من:

- صدق المفاهيم؛ أي مدى تطابق الأداة والمفهوم الذي تحمله و ما طبيعة العلاقة بين الأداة وماتسعى الدراسة لتحليله؟.
 - صدق التعريفات؛ مدى تطابق التعريفات الاجرائية التي وضعت في القياس مع ما تسعى الاداة لقياسه؟، وهل يمكن ان تقاس تلك التعريفات بالاداة المختارة؟.
 - صدق المظهر؛ مدى توافق الفهم في المظهر بالشكل النهائي لاستمارة التحليل.
- وتم التوصل لشبه اتفاق بين المحكمين فيما يخص التعديلات المطلوبة وذلك كما يختصره الجدول الموالي:

¹ - منال هلال لمزاهرة: بحوث الاعلام، دار كنوز المعرفة، عمان-الأردن ، 2011، ص56

الجدول رقم 01: نتيجة الصدق الظاهري للاستمارة (صدق المحكمين)

رقم الفئة في الاستمارة	الاتفاق	الاختلاف	التعديلات المقترحة	الفئات المحذوفة / المعدلة
5-1	/	/	تضمينها في مربع واحد لكل فئة	5+4+3+2+1
5-1	تم التفاق عليها كاملة	/	/	/
12-6	7-6		-اقتراح محدد كمي يترجم العبارات التالية: نسبة مرتفعة- نسبة منخفضة ومتوسطة في الفئة 10	

2.1.3. صدق الاتساق الداخلي (صدق المحتوى):

وهو أبسط أشكال الصدق حيث يتم التأكد من أن محتوى استمارة التحليل وفئاتها يقيس أبعاد الدراسة ويتوافق مع أهدافها.

2.3. الثبات (ثبات التحليل):

حيث قمنا بإعادة تحليل محتوى منشورات صفحة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية وذلك في فترات متباعدة، وقد توصلنا لادخال بعض التعديلات بالشق المتعلق بالبيانات الأولية في الاستمارة وكذا بعض عناصر فئة ماذا قيل؟ حيث تم حذف فئة الاتجاه و فئة الفاعلين باعتبارهما لا تخدمان أهداف الدراسة.

3.6 . مجتمع الدراسة و العينة :

- **مجتمع الدراسة :** تتطلب مرحلة تحديد مجتمع الدراسة و العينة من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث ككل و سيرورته بإتباع خطوات البحث العلمي و كذا كفاءة النتائج، فمجتمع الدراسة هو مجموع المنشورات على صفحة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية لجامعة قاصدي مرباح ورقلة-الجزائر خلال الفترة الممتدة من: 8مارس 2021 إلى 01 أفريل 2021.

- **عينة الدراسة :**

لقد إعتدنا في دراستنا على العينة القصدية التي تعرف بأسماء عدة مثل العينة العمدية أو العينة النمطية التي يقوم بها الباحث بأختبار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة لأن هذا ما يخدم أهداف دراستنا.

حجم العينة في هذه الدراسة يقدر بثمانية (08) منشورات أرعة منها (04) منها حظيت بأكثر تفاعل و أربعة (04) منشورات كانت ذات أقل تفاعل من قبل معجبي الصفحة من طلبة وأساتذة و إداريين.

4.6 . مجالات الدراسة :

- **المجال المكاني :** وينقسم هذا المجال لمجال افتراضي وواقعي:

الواقعي : إدارة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية جامعة قاصدي مرباح ورقلة

الإفتراضي : صفحة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية-جامعة ورقلة الصفحة الرسمية عبر موقع الفيسبوك

- **المجال الزمني :** إمتدت الدراسة بشقيها المنهجي و التطبيقي على المجالات الزمنية التالية:

-من منتصف شهر جانفي إلى شهر فيفري 2021: حيث تمت الموافقة على المواضيع

-من شهر فيفري إلى غاية شهر مارس 2021: تم البحث فيه على الدراسات السابقة وعمل بحث

بيبليوغرافي على المراجع التي قد تساعدنا في ضبط الاطار المنهجي وكذا وضع خطة مناسبة لإنطلاق

البحث

-من شهر مارس إلى شهر أفريل 2021: تم ضبط فيه الاطار المنهجي، وبناء استمارة أولية للتحليل

وتطبيقها على عينة من المجتمع الكلي للدراسة التحليلية.

-من شهر أفريل إلى شهر ماي 2021: تم عرض الاستمارة على المحكمين، كما تم تطبيق الأداة بعد

التحكيم على المحتوى المختار.

• **المجال الموضوعي:** إقتصر البحث على صفحة الكلية العلوم الاجتماعية والانسانية لجامعة قاصدي

مرباح ورقلة التي تنشر مختلف المواضيع التي تهتم وتخص الطالب بالدرجة الأولى في إيصال المعلومات

بمختلف جوانبها وتوصل الاعلانات الهامة من جداول توزيع الزمني ونقاط الإختبار .

المفصل الثاني

رقمنة الخدمات الإدارية عبر الاعلام الاجتماعي

تمهيد:

بعد تعرضنا في الفصل الأول لبعض المفاهيم النظرية للدراسة وكذا للإطار المنهجي لها، لمعرفة مدى استخدام قطاع الرقمنة ووسائل الاعلام الاجتماعي ومساهمتهما في تطوير العمل الإداري وذلك بعد التعريف بهما إجرائياً، نأتي الآن إلى اسقاط هذه الخطوات المنهجية على الجانب التطبيقي بهدف معرفة مدى التطور في استخدام تكنولوجيا المعلومات التي تعتمد على عملية الرقمنة والدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمات الادارية، حيث ساهمت هذه الأخيرة في تحسين الخدمة العمومية في وقت قصير و بجودة عالية.

ولهذا تم إختيار صفحة كلية العلوم الانسانية و الإجتماعية لجامعة قاصدي مرباح بورقلة لتطبيق الدراسة عليها، حيث تم تطبيق الجانب المنهجي على عينة الدراسة التحليلية المتمثلة في منشورات لمجموعة ادارة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية لجامعة ورقلة عبر الفيسبوك والمقدر عددها ب 8 منشورات خلال الفترة الممتدة من 08مارس 2021 إلى 01 أبريل 2021

1-بطاقة تقنية لصفحة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية بجامعة قاصدي مرباح ورقلة :

صفحة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية لجامعة قاصدي مرباح بورقلة على موقع الفيسبوك هي صفحة انشئت من قبل عمادة الكلية بتاريخ 11/06/2018 من قبل نائب العميد والمكلف بالدراسات البيداغوجية السيد محمد صالي وهو مدير تحريرها والوحيد المسؤول هعن ماينشر بها حيث يبلغ عدد متابعي الصفحة حوال 12783 ألف الى غاية يوم 03/03/2021 ، إذ انه من مهام الصفحة تكمن في تسويق الانشطة والخدمات الادارية الخاصة بالكلية نحو الطلبة و الاساتذة وكذلك العاملين الاداريين بالكلية وإعلامهم بأهم المستجدات التي تخص اقسام الكلية من تاريخ إجراء الامتحانات الى تحديد رزنامتها وبداية السنة الجامعية وموعد نهايتها وتاريخ العطل، فمن اهم اهداف الصفحة إنشاء فضاء إلكتروني تواصل بين الطلبة وإدارة الكلية يتم طرح من خلاله كل ما يخص الطلبة من اجل خلق بيئة رقمية تواصلية بين الكلية و زبائننا لتسهيل عملية التواصل بينهم بأقل جهد ووقت ممكن، وتقريب ادارة الكلية من الطلبة و الاساتذة خاصة في الحالات التي يتعذر فيها التواصل بالشكل مباشر .

وقد أوضح نائب العميد المكلف بالدراسات البيداغوجية ومدير صفحة كلية العلوم الإنسانية أن الصفحة تمثل أهم طرق التسويق الإداري وأنجعها حاليا إذ يعود سبب إنشائها الى الفترة التي كان فيها موقع الجامعة يعاني من تذبذب في الولوج إليه .

2- نشأة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية¹ :

افتتحت في البداية في السنة الجامعية 2010/2011 وكانت بشكل قسم للعلوم الانسانية والاجتماعية لتضم الشعب التالية: ميدان العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال و شعبة الفلسفة. وهو تابع جغرافيا لجامعة قاصدي مرباح ورقلة الواقعة ب: طريق غرداية - ورقلة ص ب رقم 511 ، ليتم فيما بعد ترفيقها من قسم إلى كلية تنتمي لها مختلف الشعب المذكورة سابقا لتتطور لتصبح أقساما.

¹2 .<https://fshs.univ->

[ouargla.dz/index.php/ar/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%82%D8%B3%D8%A7%D9%85/2014-02-02-10-35-29.html](https://fshs.univ-ouargla.dz/index.php/ar/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%82%D8%B3%D8%A7%D9%85/2014-02-02-10-35-29.html)

2. التحليل والتفسير.

1.2. عرض و تحليل نتائج فئات الشكل و الموضوع لصفحة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

- تحليل البيانات الخاصة بفئات الشكل:

الجدول رقم 02: تحليل فئة زمن النشر

الخيارات	التكرار	النسبة %
صباحا	03	37.5%
مساء	03	37.5%
ليلا	02	25%
المجموع	8	100

التعليق:

يشير الجدول رقم 02 لتحليل فئة زمن نشر المواضيع محل التحليل خلال فترة الدراسة، حيث تبين بأن أكبر نسب احتلها النشر صباحا ومساء وذلك بنسبة متساوية قدرت بـ: 37.5% بينما قدرت الفترة الليلية بأقل نسبة 25%

الجدول رقم 03: تحليل فئة الوسائط المتعددة المستخدمة

الخيارات	التكرار	النسبة %
رابط إلكتروني	02	22.22%
صورة	06	67%
فيديو	01	11.11%
المجموع	09	100%

التعليق:

يعبر الجدول رقم 03 عن تحليل فئة الوسائط المتعددة المعتمد عليها في منشورات صفحة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية خلال فترة الدراسة والتحليل، حيث بينت الاحصائيات الكمية بأن أكثر من نصف المنشورات قد أعتمد فيها على الصور بنسبة تقدر بـ: 67% بينما احتلت فئة الرابط الالكتروني والفيديو أقل النسب لم تصل حتى ل50% من عدد المنشورات. إذ تراوحت بين 22.22% و 11.11%.

الجدول رقم 04: تحليل فئة لون خلفية المنشورات

الخيارات	التكرار	النسبة %
حارة	02	25%
باردة	05	42%
حيادية	04	33.33%
المجموع	12	100%

التعليق:

من خلال الجدول أعلاه رقم 04 والمتعلق بتحليل فئة عناصر الابرار المتمثلة في الألوان المعتمدة في منشورات عينة الدراسة، تبين أن أكبر نسبة ظهرت للألوان الباردة بنسبة 42% بينما الألوان الحيادية كانت بنسبة مقاربة 33.33% لتصدر الألوان الحارة أقل نسبة 25% .

الجدول رقم 05: تحليل فئة لغة المنشورات

النسبة %	التكرار	الخيارات
100%	08	عربية فصحي
00%	00	عامية
00%	00	أجنبية
100%	08	المجموع

التعليق:

يعبر الجدول رقم 05 عن تحليل فئة لغة المنشورات أو اللغة التي اعتمد عليها القارئون على صفحة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية في خطابهم مع الطلبة أو الأساتذة من خلال المنشورات، حيث تبين بعد التحليل بأن اللغة العربية الفصحى احتلت النسبة الكاملة 100% في مقابل اللهجة العامية و اللغات الأجنبية (فرنسية / انجليزية).

الجدول رقم 06: تحليل فئة لغة/لهجة التعليقات والردود

النسبة %	التكرار	الخيارات
32%	167	عربية فصحي
68%	359	عامية
00%	00	أجنبية
100%	526	المجموع

التعليق:

يمثل الجدول رقم 06 تحليل فئة لغة التعليقات سواء من قبل المتابعين للصفحة أو القائمين عليها في الردود، وقد توصلنا إلى نتيجة مفادها أن اللغة السائدة في التعليقات هي اللهجة العامية بنسبة 68% بينما جاء ترتيب اللغة العربية الفصحى في المرتبة الثانية وتمثل تقريبا نصف نسبة التي ظهرت بها اللهجة العامية أي ما يقدر بـ32%، ولا يوجد أثر للغات الأجنبية في التعليقات من ناحية التداول إلا من خلال أسماء المستخدمين.

• تحليل البيانات الخاصة بفئات الموضوع :

الجدول رقم 07: تحليل فئة نوع المواضيع المنشورة

الخيارات	التكرار	النسبة %
عرض نقاط وطعون	03	38%
اعلانات متفرقة	03	38%
استئناف / انتهاء الدراسة	00	00%
جدول توزيع الحصص والقاعات	02	25%
المجموع	08	100%

التعليق:

يعبر الجدول أعلاه (رقم 07) عن تحليل فئة نوع المواضيع المنشورة إذ نلاحظ أن المنشورات المتعلقة بعرض نقاط وطعون والمنشورات الاعلانات المتفرقة قد ظهرا بشكل متساو وبنسبة تقدر بـ 38%، بينما جاءت المواضيع المتعلقة بجدول توزيع الحصص و القاعات ثانيا بنسبة 25% من اجمالي المنشورات في الفترة محل الدراسة في الوقت الذي لم نشهد اي منشور خاص باستئناف/ انتهاء الدراسة.

الجدول رقم 08: تحليل فئة طبيعة المضامين

الخيارات	التكرار	النسبة %
معلومات تحذيرية	02	18.18%
معلومات اعلامية	07	64%
معلومات ارشادية	02	18.18%
المجموع	11	100%

التعليق:

يشير الجدول رقم 08 لتحليل فئة طبيعة المضامين، وبعد التحليل تبين أن المعلومات الاعلامية التي تضمنتها منشورات صفحة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية قد شكلت غالبية المنشورات في الفترة محل الدراسة بنسبة كبيرة قدرت بـ 64% جاءت بعدها كل من المعلومات التحذيرية و الإرشادية بنسبة متساوية قدرت بـ 18.18%

الجدول رقم 09: تحليل فئة نوع التفاعل مع المنشورات

الخيارات	التكرار	النسبة %
التعليق	07	32%
الاعجاب/ عدم الاعجاب	08	36.36%
مشاركة المنشور	07	32%
المجموع	22	100%

التعليق:

يمثل الجدول أعلاه رقم 09 تحليل فئة نوع التفاعل مع المنشورات، حيث تبين بعد تحليل عينة المنشورات خلال فترة الدراسة إلى أن نسبة التعبير عن الاعجاب احتلت نبة أعلى من التعليقات والمشاركة وذلك بنسبة 36.36% مقارنة مع نسبة متساوية ومقاربة لكل من خيار التعليق أو المشاركة بنسبة 32%.

الجدول رقم 10: تحليل فئة نسبة الردود على المنشورات

الخيارات	التكرار	النسبة %	الدرجة
01	04	57.14%	عالية
02	01	14.28%	منخفضة
03	02	29%	متوسطة
/	07	100%	المجموع

التعليق:

من خلال الجدول رقم (10) والذي يعبر عن تحليل فئة نسبة الردود على المنشورات يتبين أن النسبة الاعلى للردود على المنشورات هي الردود التي تتراوح بين 0 و 50 رد بنسبة تقدر بـ 57.14% بينما تحتل الردود التي تتراوح بين 100رد فما فوق نسبة أقل وقد احتلت درجة متوسطة في الترتيب بينما احتلت المرتبة المنخفضة الردود التي تتراوح بين 50 رد إلى 100 رد وذلك بنسبة قدرت بـ 14.28%، وهي نسبة منخفضة جدا مقارنة مع نسب الردود في الفئتين السابقتين.

الجدول رقم 11: تحليل فئة نسبة مشاركة المنشورات

الدرجة	النسبة %	التكرار	الخيارات	
عالية	100%	07] 150-0 [01
منخفضة	00%	00] 100-50 [02
منخفضة	00%	00] 100- فما أكثر [03
	100%	07	المجموع	/

التعليق:

يمثل الجدول رقم 11 أعلاه تحليل فئة نسبة ودرجة مشاركة المنشورات من قبل الطلبة، و نلاحظ من خلاله أن أكبر نسبة من حيث مشاركة المنشورات احتلتها الفئة من 0 إلى 50 مشاركة بنسبة 100% وقد احتلت المرتبة الأولى بينما كانت كل من الفئتين سواء الفئة التي تتراوح بين 50 إلى 100 مشاركة و فئة 100 فما أكثر بنسبة 00% لكلاهما .

الجدول رقم 12: تحليل فئة مصدر المعلومات

النسبة %	التكرار	الخيارات
88%	07	موقع الجامعة/الكلية
00%	00	موقع بروغرس
00%	00	منصة موودل للدروس على الخط
12%	01	مواقع أخرى
100%	08	المجموع

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول (12) والذي يمثل تحليل فئة مصدر المعلومات أن غالبية منشورات صفحة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية كان مصدرها موقع الجامعة أو إدارة الكلية و ذلك بنسبة كبيرة بلغت 88% بينما ظهرت المواقع الأخرى بنسبة منخفضة قدرت بـ 13% في الوقت لم نشاهد منشورات خاصة لا بموقع بروغراس ولا مودل للدروس في الفترة محل الدراسة .

إستخلاص وتفسير النتائج العامة للدراسة :

✓ يمكننا تفسير نسب الجدول رقم 02، بأن القائمين على المنصة أو الصفحة عبر منصة الفيسبوك يلجون الموقع خلال فترة الدوام أي صباحا أو مساء وهذا يرجع بالدرجة الأولى لسرعة تدفق الأنترنت بالجامعة خلافا لسرعتها المتذبذبة بالمنزل، وهذا ما يفسر النشر صباحا ومساء، إضافة لهذا فإن الطابع الاستعجالي للمواضيع المنشورة تحتم عليهم النشر في أنه دون تأجيل للفترة الليلية

✓ يمكننا تفسير النسب المتباعدة كما بينته احصائيات الجدول رقم 05 أن الفترة الزمنية محل الدراسة كانت فترة بداية دراسة لدفعة ونهاية لسداسي، ولم يكن هناك داع لمنشورات بها روابط لنقاط أو طعون أو حتى داع لفيديوات تشرح طريقة الالتحاق بمقاعد الدراسة وغيرها من الفيديوهات التوضيحية الارشادية التي اعتادت الصفحة نشرها للطلبة، بل الاكتفاء بعرض صور توضيحية فقط .

✓ يمكننا تفسير نتائج الجدول رقم 04 بأن القائمين على المنصة لم يولوا اهتماما كبيرا بإبراز المواضيع وذلك بالاعتماد على الألوان الحارة بكثرة بل تم التركيز أكثر على الألوان الباردة والحيادية، ولعل ذلك يرجع لرغبتهم في إعطاء المواضيع جانبا من الرسمية والجدية والوضوح وبعث الأمل في نفوس الطلبة من خلال اعتماد اللون الأزرق والأخضر بكثرة.

كما أنهم لم يتوصلوا لتصميم خاص بالكلية بل اعتمدوا على الخلفيات التي أتاحتها إدارة الفيسبوك لمختلف المنشورات والتي أغلبها تظهر فيها الألوان الباردة والحيادية بكثرة. ولم يظهر أثر للألوان الحارة إلا في الصور المتعلقة بالاحتفال بعيد المرأة بحكم ديكور الاحتفال والقاعة التي تم بها الاحتفال والتكريم.

✓ يمكننا تفسير الاعتماد الكلي على اللغة العربية الفصحى حسب ما أظهرته نتائج الجدول رقم 05 لأنها لغة الخطاب الرسمية بالجامعة كما أنها اللغة المفهومة لدى الأوساط الطلابية والأساتذة، ولم يتم اعتماد اللغة الاجنبية على اعتبار أن الطلبة والأساتذة كلهم يتقنون ويفهمون اللغة العربية ولا يوجد من هو أجنبي حتى يتم ترجمة الخطاب له، يعني فكرة الاشتراك في الإطار الدلالي اللغوي محققة وبالتالي تكون المنشورات مفهومة للجميع ويتحقق التواصل بين الطرفين الادارة وجمهورها؛ كما أن القائمين على الصفحة أرادوا أن يكون الخطاب رسميا ذي طابع إداري علمي بحت لهذا لم تدخل اللهجة العامية في المنشورات محل الدراسة.

✓ يمكننا من خلال نتائج الجدول رقم 06 وانطلاقا من مؤشرات الدراسة والملاحظة بالمشاركة للفضاء الافتراضي الذي يدور فيه الحوار والتعليق على المنشورات أن نفسر التفاوت الكبير في النسب إلى أن معظم من يعلقون باللهجة العامية من الطلبة ويجدون أن هذه اللغة تعبر فعلا عن ما يريدون توصيله خاصة وأن جل التعليقات عبارة عن حوار بين الطلبة أنفسهم وكان أغلبها ذو طابع سلبي اتجاه منشورات المداولات بسبب التأخير في الكشف عن نقاط الطلبة، ولا يكون القائمون على الصفحة طرفا فيها إلا في أحيان نادرة أين يظهر رد الادارة باللغة العربية الفصحى، كما تظهر اللغة العربية الفصحى في بعض التعليقات لحسابات تابعة لأساتذة أو إداريين من القائمين على الصفحة الذين إلتزموا بتوحيد لغة الخطاب مع الطلبة سواء في المنشورات أو التعليقات (أنظر نتائج الجدول رقم 05 من الدراسة الحالية) في الوقت الذي غابت فيها الردود باللغة الأجنبية بشكل نهائي.

✓ يمكننا تفسير النتائج الظاهرة في الجدول رقم 07 سيما انعدام أي منشورات تتعلق باستئناف الدراسة أو انتهائها لالتزام الإدارة برزنامة وزارية محددة وعلى إثرها فترة العينة محل التحليل الممتدة من الثامن مارس على غاية الفاتح من شهر أفريل تعتبر فترة عرض النتائج والطعون وهي فترة لاحقة بعد استئناف الدراسة وقبل فترة انتهائها أو توزيع القاعات للإمتحانات .

✓ يمكننا تفسير النتائج الظاهرة في الجدول رقم 08 إلى أن الفترة محل الدراسة شهدت معلومات ذات طابع إعلامي بشكل مكثف باعتبارها فترة طعون وعرض النقاط(أنظر نتائج الجدول رقم 07 من هذه الدراسة) تضمنت إعلانات متفرقة بالإضافة إلى أنها فترة امتحانات تضمن خلالها بعض المنشورات التوجيهية للطلبة فيما يخص توزيع القاعات.

✓ يمكننا تفسير النتائج المدونة بالجدول رقم 09 إلى أن التقارب في النسب يعود لتقارب التفاعل ونوعه، كما أن الطلبة ونظرا لطبيعة المستخدم الالكتروني المتمسم بالسرعة والرغبة في الاطلاع على المستجدات بشكل سريع فهم يفضلون التعبير عن آرائهم حيال المنشورات بالنقر السريع على زر الاعجاب و إن كان الموضوع يهمهم من ناحية التخصص ونشر نقاط أو ناحية روابط الطعون فهم يواصلون التفاعل إلى أبعد من الاعجاب بل إلى التعليق ومشاركة المنشور مع الزملاء، وذلك سعيا للتفاعل وخلق مجتمع افتراضي أين يمكن للطلبة والاداريين من التفاعل في الزمن الحقيقي (Real time)¹. وبالتالي يميلون لأن يصبحوا متابعين دائمين للصفحة وكل ما يرد بها من مستجدات والتقليل من الاتصال الميداني ويصبحون أثر ارتباطا بالصفحة.

1 -Lisette de Vries, Sonja Gensler & Peter S.H. Leeflang : **Popularity of Brand Posts on Brand Fan Pages** : An Investigation of the Effects of Social Media Marketing; Journal of Interactive Marketing; Volume 26; Elsevier Inc.; 2012; PP: 83-91.

✓ يمكننا تفسير انخفاض رتبة ونسبة التعليق على المنشورات حسب نتائج الجدول رقم 10 وفقا للمدى الذي تم تحديده (50) إلى كون الطلبة يفضلون إبداء الإعجاب السريع على المنشورات حتى يبقون على اتصال دائم بمستجدات المنشور وليس لديهم الوقت للتعليق في حينه (أنظر نتائج الجدول رقم 09 من الدراسة الحالية)، كما أن الصفحة لا تعتمد على الإعلان الممول في عملية الترويج لمنشوراتها حتى تصل إلى أكبر عدد من المشتركين كما هو الحال بالنسبة لصفحات الفيسبوك الأخرى، كما أن القائمون على الصفحة لا يردون بشكل دائم على التعليقات إلا إن اقتضت الضرورة لذلك.

✓ يمكننا تفسير نتائج الجدول رقم 11 والذي يمثل توزيع نسبة مشاركة الطلبة للمنشورات التي تنشرها إدارة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية عبر صفحتها في الفيسبوك خلال فترة الدراسة إلى أن الطلبة يفضلون بدلا من مشاركة المنشور التعليق عليه (أنظر نتائج الجدول رقم 09) كما أنهم يشيرون لأصدقائهم من خلال كتابة أسمائهم في التعليقات حتى ينتبهوا للمنشورات التي حظيت باهتمامهم أو تهمهم، كما خلصت ملاحظتنا المستمرة للصفحة محل الدراسة أنها لم تشهد منشورا يفوق عدد مشاركاته الـ 50 مشاركة خلال الفترة محل الدراسة والممتدة من 8 مارس إلى غاية 1 أبريل بالرغم من أنها فترة شهدت تفاعلا كبيرا من قبل المتابعين بالمقارنة مع الفترات الأخرى وهذا راجع كما وسبق أن قلنا إلى طبيعة الصفحة لأنها خاصة فقط بالكلية و الدراسة وبسبب قلة عدد متابعيها الذي يؤثر عن نسبة التفاعل.

✓ يمكننا تفسير النتائج الموضحة في (الجدول رقم 12) إلى أن فترة الدراسة الممتدة من 08 مارس إلى 01 أبريل تعتبر فترة إعلام بمستجدات الدراسة (أنظر نتائج الجدول رقم 08 من هذه الدراسة) كما أن المواضيع المتناولة بالمنشورات تتعلق أساسا بروابط أو اعلانات متفرقة حول الطعون ونقاط (أنظر نتائج الجدول رقم 07 من هذه الدراسة) التي يكون مصدرها موقع الجامعة أو موقع الكلية التابع للجامعة وقد يكون عبارة عن منشور إعلامي لطلبة محددین قصد الاتصال بالادارة في أقرب الآجال.

إستخلاص النتائج حسب تساؤلات الدراسة :

-فيما يخص الإجابة على التساؤل الفرعي الأول:

1- كيف ساهمت الخدمات الإدارية التفاعلية عبر الصفحة في التقليل من تكاليف الوقت والإعلان الورقي؟

ساهمت الخدمات المقدمة من الهيئة الإدارية المسؤولة على منصة الكلية عبر موقع الفيسبوك بشكل كبير في التقليل من تكاليف الإعلان الورقي حيث يكاد ينعدم؛ وكذا ساهمت في تقليص وقت وصول المعلومة وعدم ضياعها إذ مكنت شبكات التواصل الاجتماعي الكلية من تعريف شريحة واسعة من الطلبة لخدماتها.

-فيما يخص الإجابة على التساؤل الفرعي الثاني:

2. ما هي أهم الأساليب التفاعلية التي تبنتها إدارة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لتقديم خدماتها للطلبة والاساتذة؟

أوضحت نتائج الدراسة أن من بين الأساليب التفاعلية التي تبنتها إدارة كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية في منشورات الصفحة محل الدراسة نجد منها الوسائط المتعددة كالنص، الصورة والفيديو بحيث شكلت الصورة النسبة الأكبر من حيث التوظيف كأسلوب للإبراز إذ إعتمدت إدارة الكلية على الصورة من خلال عرض الإعلانات الكتابية المصورة وكذلك من خلال إرفاقها في معظم المنشورات الكتابية من أجل توضيح العناوين وجذب الانتباه، يليها مباشرة بعد ذلك الروابط و الفيديوهات بنسب أقل بحكم أن الفترة محل الدراسة كانت فترة بداية دراسة لدفعة ونهاية لسداسي، بالإضافة الى إعتتماد إدارة الكلية على الألوان الباردة في منشورات صفحتها من أجل إعطاء المواضيع جانبا من الجدية و الوضوح مع إرفاقها ببعض الألوان الحارة من أجل الإبراز.

-فيما يخص الإجابة على التساؤل الفرعي الثالث:

3- ما سرعة تحديث إدارة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية لمنشوراتها عبر صفحتها في الفيسبوك؟

بينت الدراسة المدى الذي تتسم به إدارة الكلية في سرعة عملية التحديث لمنشوراتها بصفة يومية عبر صفحتها على الفيس بوك، و يتضح ذلك من خلال عدد المنشورات التي ينشرها القائمون على الصفحة محل الدراسة والتي يصل عددها في أيام الذروة قرابة 7 إلى 8 منشورات كحد أقصى بالتحديد في فترة الدوام أي صباحا ومساء ما يفسر التحديث الآني للمنشورات ذات الطابع الإستعجالي دون تأخير واعتماد القائمون بالصفحة على فترة الدوام نظرا لسرعة تدفق الإنترنت بالجامعة.

-فيما يخص الإجابة على التساؤل الفرعي الرابع:

4- ما نسبة تفاعل ومشاركة المتابعين لمنشورات صفحة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ؟

أسفرت نتائج الدراسة إلى أن نسبة التفاعل مع المنشورات من قبل المتابعين يتباين حسب تباين وطبيعة المنشورات خلال الفترة محل الدراسة، ولكن في المجمل لا يمكن القول أن تفاعل المتابعين مع المنشورات هو تفاعل مرتفع إذا ما تمت مقارنته بالعدد الإجمالي لمتابعي الصفحة، خاصة وإن القائمين على الصفحة لا يستخدمون الإعلان الممول في عملية الترويج لمنشوراتها حتى تصل إلى أكبر عدد من المشتركين كما هو الحال بالنسبة لصفحات الفيسبوك الأخرى، لكن هذا لا يلغي وجود تفاعل ذو منحنى تصاعدي نتيجة زيادة عدد متابعي الصفحة باستمرار بحيث بلغ عدد متابعيها إلى غاية يوم 01/06/2021 حوالي 13.401 متابع بعدما كان عدد متابعيها في السابق خلال الفترة محل الدراسة أي من 08 مارس إلى غاية 01 أبريل حوالي 12.783 وبالتالي كانت الزيادات خلال 04 أشهر قد بلغت 618 متابع ليكون بذلك العدد الإجمالي لمتابعي الصفحة قد يفوق عدد طلبة الكلية مما يؤكد أن متابعي الصفحة لا يقتصر فقط على طلبة الكلية.

-فيما يخص الإجابة على التساؤل الفرعي الخامس:

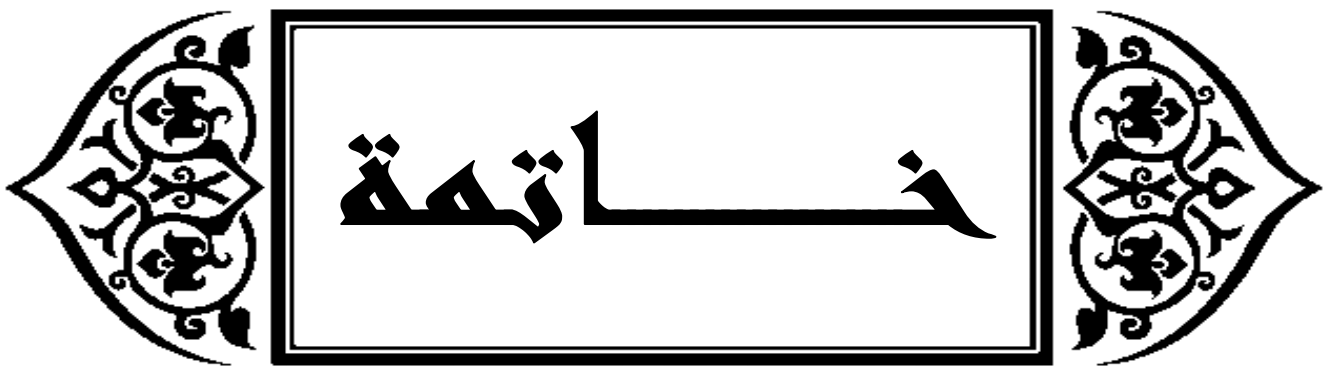
5- ماهي المصادر التي تعتمد عليها إدارة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية من خلال منشوراتها عبر صفحتها بالفيسبوك؟

اعتمدت منشورات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية خلال فترة الدراسة على الموقع الرسمي للكلية والذي هو تابع في النطاق لموقع جامعة قاصدي مرباح ورقلة عبر الانترنت، كما اعتمدت كذلك على مصادر أخرى كوثائق تابعة للكلية أو إعلانات ذات طبيعة ورقية تم نسخها وعرضها إلكترونياً.

-فيما يخص الإجابة على التساؤل الفرعي السادس:


6- ما هي أنواع المنشورات و طبيعة المضامين التي تم نشرها من قبل ادارة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية عبر صفحتها بالفيسبوك؟

بينت نتائج الدراسة لصفحة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية عبر الفيسبوك إحتوائها على عدة أنواع من المنشورات، بحيث كانت أغلب هذه المنشورات عبارة عن إعلانات متفرقة بالاضافة لعرض نقاط وطعون بنسب متساوية في الفترة محل الدراسة تليهما بنسبة أقل منشورات خاصة بتوزيع الحصص و القاعات والتي عادة ما تكون في أوقات محددة كبداية السنة الدراسية أو في فترة الامتحانات وقد أكدت نتائج الدراسة أيضا أن أغلب المضامين المنشورة في الصفحة محل الدراسة كانت عبارة ذات طبيعة إعلامية مع إحتواء الصفحة على منشورات أخرى والتي كانت في طبيعتها إرشادية وتحذيرية في فترات مختلفة.

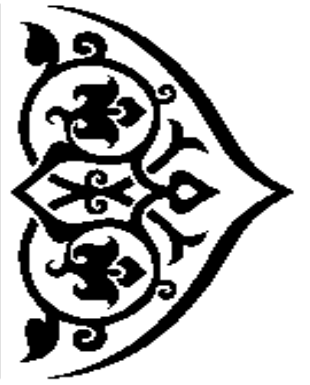


خاتمة :

نستخلص في الأخير أن حقيقة ما وصلنا إليه من تطور تكنولوجي جعلنا ننتقل من مرحلة التعامل الورقي إلى مرحلة أصبحت فيها الرقمنة من الضروريات الملحة في الإدارة بمختلف أشكالها، حيث أصبح بالإمكان أن توصل خدمة أو تقرير أو أي شيء متعلق بالمعاملات الإدارية يكون من مكانك دون الانتقال وأيضاً بكبسة زر، نعم هذه حقيقة ماوصلنا إليه أو بالأحرى ما أوصلتنا له التكنولوجية التي جعلت الإدارة الكلاسيكية إدارة مرقمنة أختصرت فيها العديد من الأشياء " الجهد، الوقت، المال " وعلى هذا فالإدارة المرقمنة هي القاعدة الأساسية للإدارة المعاصرة و إعتبرها كتقنية حديثة في مجال الخدمة العمومية التي يرتكز عليها القائمين لتبني أي مشروع قد يساهم في تحقيق الأهداف و تحسين الخدمة العمومية، بالنظر إلى البيئة و المحيط وثقافة المجتمع و إمكانيات المادية و البشرية .



فائمة المراجع



قائمة والمراجع:

الكتب باللغة العربية:

1. بدر ريتشارد، دونهيو لويس ثورب، تحليل مضمون الإعلام، ط1، ترجمة محمد الجوهري، أريد قدسية للنشر بيروت 1992
2. بدري رجا وحيد : البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العلمية، دار الفكر للطباعة، دمشق، 1421هـ
3. تمار يوسف : أصول تحليل المضمون وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2018
4. حسن عادل، الإدارة، ط1، القاهرة، مؤسسة شباب الجامعة، 1980
5. حسنين شفيق، الإعلام الجديد الإعلام البديل تكنولوجيايات جديدة في عصر مما بعد التفاعلية، ط، 1 القاهرة : دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع، 2010
6. حمداوي وسيلة، الجودة ميزة تنافسية في البنوك التجارية، مديرية النشر لجامعة قالمة، الجزائر، 2009
7. الشماع خليل محمد حسن - مبادئ الإدارة - الطبعة الثالثة - عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع 2002
8. صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد: المفاهيم و الوسائل و التطبيقات 1ط، عمان: دار الشروق للنشر و التوزيع، 2008
9. عبد الحميد محمد: تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، دار الشروق، جدة، 2007
10. عبيدات ذوقان و آخرون : البحث العلمي مفهومه و أدواته و أساليبه، ط6، دار الفكر للطباعة، عمان، 1418هـ-1998م

قائمة المراجع

11. العساف صالح بن حمد : المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، دار الزهراء، الرياض،

1431هـ-2010م

12. عظمي أحمد: منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال, ديوان

المطبوعات الجامعية, الجزائر 2009

13. العلاق بشير عباس، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال، دار الوراق، الأردن، 2012

14. عياد أحمد : مدخل إلى منهجية البحث الاجتماعي، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،

2007

15. غرايبه، غدزي و آخرون : أساليب البحث العلمي في العلوم الإجتماعية و الإنسانية، الجامعة

الأردنية، الأردن، نشر بدعم من الجامعة الأردنية، 1977

16. محمد محمد الهادي : أساليب إعداد و توثيق البحوث العلمية، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، موقع

دار الكتب الجزائرية، 1990

17. مزاهرة منال هلال: بحوث الاعلام، دار كنوز المعرفة، عمان-الأردن، 2001

الكتب باللغة الأجنبية:

18. Paul Martin Lester , California State University Serage caclay et
all.dictionnaire encyclopedique de linformation et de la documentation
amsterdam natlan .2001.

المجلات والدوريات:

19. بن سبتي عبد المالك سعيدي، إبتسام (2016)، معوقات تطبيق مشاريع الرقمنة بالمكتبات

الجامعية الجزائرية " المكتبات الجامعية لولاية قسنطينة العدد 43 سبتمبر جامعة قسنطينة 2،

الجزائر

20. عوض فلاح المطيري سعد محمد: "دور الإدارة الجامعية في مواجهة مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري لدى طلبة الكويت" مجلة كلية التربية - جامعة عين الشمس 615 العدد 43-الجزء 4- 2019

21. لخضر رايح، لكل عائشة " الإدارة الإلكترونية كآلية من آليات التنمية الإدارية " مجلة الدراسات القانونية و السياسية - العدد 03 جانفي 2016،

22. Lisette de Vries, Sonja Gensler & Peter S.H. Leeflang : **Popularity of Brand Posts on Brand Fan Pages : An Investigation of the Effects of Social Media Marketing**; Journal of Interactive Marketing; Volume 26; Elsevier Inc.; 2012

المذكرات والرسائل العلمية:

23. بن عمر محمد : المدخل مناهج تحليل المحتوى و تطبيقاته على مناهج البحث، جامعة الملك عبد العزيز، جدة .

24. بنشوري عيسى ،الداوي الشيخ : تسويق الخدمات الإدارية عبر الإعلام الاجتماعي، صفحة طلبة قسم الاقتصاد بجامعة تبسة نموذجاً

25. بودالي محمد ، بوشنب موسى : "رقمنة الإدارة كأسلوب لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر - الإدارة الجبائية نموذجاً-

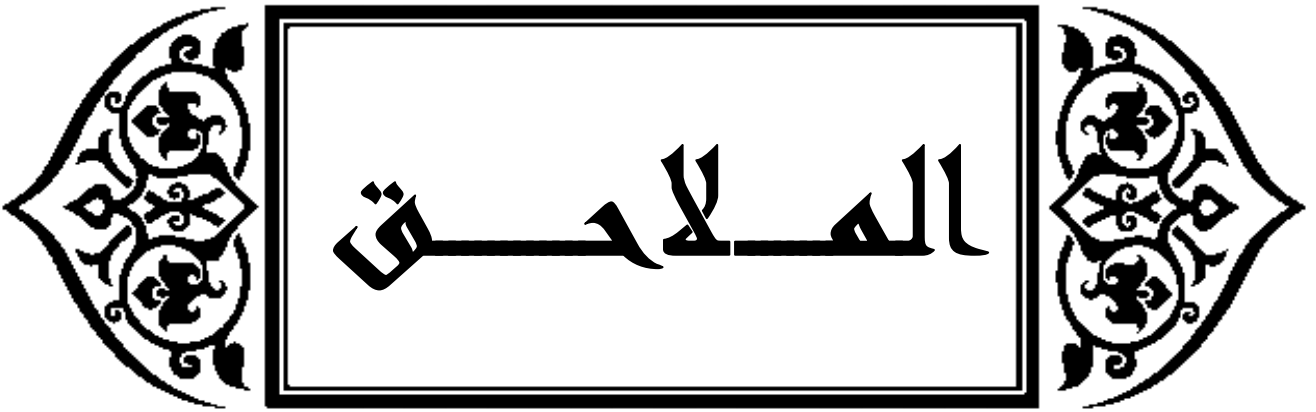
26. نجم عبود نجم، الجودة الإلكترونية - المراجعة وأبعاد التطور - ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العربي الأول "إدامة التميز والتنافسية في مؤسسات القطاع العام والخاص" ، عمان، الأردن.

المواقع الالكترونية :

1. <http://commfaculty.fullerton.edu/lester/curriculum/newmedia.html>,
consulté le

03/04/2021 à 17H 10 min

2 .<https://fshs.univ-ouargla.dz/index.php/ar/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%82%D8%B3%D8%A7%D9%85/2014-02-02-10-35-29.html>



الإستمارة الموجهة للتحكيم:



جامعة قاصدي مرباح ورقلة

قسم: علوم الاعلام والاتصال

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

الأستاذ الكريم:

الدرجة العلمية:

استمارة للتحكيم

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته:

أستاذي الكريم يشرفني أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان والذي يمثل استمارة بهدف جمع البيانات لمذكرة ماستر LMD حول "رقمنة الخدمات الادارية عبر الاعلام الاجتماعي" ونظرا لما تتمتعون به من خبرة ودراية، نرجوا تحكيم هذا النموذج الأولي والذي يضم أسئلة الاستبيان المزمع تطبيقه على عينة من مجتمع الدراسة، راجين منكم التكرم بقراءتها وإعطاء الاقتراحات اللازمة وتحديد رأيكم فيها .

وهذه بعض المعلومات للاسترشاد بها في التحكيم

التساؤل المحوري للدراسة: كيف ساهمت رقمنة إدارة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية عبر الفيسبوك

في تحسين الخدمات الإدارية ؟

التساؤلات الفرعية للدراسة:

وحتى يمكننا بسط الاشكالية و الاجابة على التساؤل المحوري أعلاه ارتأينا تفكيكه لتساؤلات فرعية:

1- كيف ساهمت الخدمات الإدارية التفاعلية عبر الصفحة في التقليل من تكاليف الوقت والإعلان

الورقي؟

2 - ما هي أهم الأساليب التفاعلية التي تبنتها إدارة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لتقديم خدماتها

للطلبة والاساتذة؟

3-ما سرعة تحديث ادارة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية لمنشوراتها عبر صفحتها في الفيسبوك؟

4-ما نسبة تفاعل ومشاركة المتابعين لمنشورات صفحة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ؟

5-ماهي المصادر التي تعتمد عليها إدارة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية من خلال منشوراتها عبر

صفحتها بالفيسبوك؟

6-ما هي أنواع المنشورات و طبيعة المضامين التي تم نشرها من قبل ادارة كلية العلوم الانسانية و

الاجتماعية عبر صفحتها بالفيسبوك؟

التعريفات الاجرائية المعتمدة من خلال هذه الدراسة:

تعريف الرقمنة: الرقمنة هي عملية تحويل مصادر المعلومات والوثائق وتقديم الخدمات الادارية

على اختلاف اشكالها من الشكل الورقي الذي يدركه إلى شكل مقروء بواسطة تقنيات الحاسبات

الالية عبر النظام الثنائي.

تعريف الخدمات الإدارية : تعد مختلف النشاطات و الخدمات التي تقدمها الادارات العمومية

والهيئات الادارية للمواطنين وتتخذ الخدمة الادارية شكل من اشكال النشاطات التي تقدمها الادارة

لزيائنها حيث يمكن ان تأخذ شكل خدمات محددة اوغير محددة والتي تستند في ادائها بشكل

اساسي على الموارد البشرية المدعومة بتكنولوجيات الاتصال المناسبة.

تعريف الإعلام الإجتماعي : هو مختلف قنوات الاتصال الحديثة والمتطورة الموصولة بشبكة الانترنت والتي تساعد على النشر والإعلان والتسويق للخدمات المختلفة والمتنوعة من قبل مختلف شرائح وفئات المجتمع والمنظمات.

التعريفات الإجرائية للفئات :

تم تحديد فئات تحليل المضمون بعد قراءة ... منشور لصفحة كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية لي الفيسبوك، كما تم وضع التعريفات الإجرائية والمنهجية خاصة بكل فئة من فئات تحليل المضمون حتى يسهل عملية عدّها وقياسها وضبطها وفي مايلي عرض لهذه الفئات.

تعريف فئات تحليل المضمون : هي مجموعة من الفصائل و التصنيفات يقوم الباحث بإعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه وصدق التحليل لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية و الشمول وربما إمكانية التحليل وإستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسر .

اولا : فئات الشكل

1- فئة زمن النشر:

وهي الفئة التي تعنى بتحديد الاوقات التي يتم فيها تقديم الخدمات الادارية عبر منشورات الصفحة الرسمية لكلية العلوم الانسانية و الاجتماعية تتضمن هذه الفئة 3 فئات:

* صباحا: وهي الفترة الممتدة منذ بداية توقيت الدراسة إلى غاية الواحدة زوالا

* مساء: وهي الفترة الممتدة من واحدة زوالا إلى الخامسة مساء

* ليلا : بعد العشاء

2- فئة الوسائط المتعددة:

الملاحق

وهي الفئة التي تتضمن عدة وسائط تم دمج عناصرها كالنص، الصورة، الفيديو والروابط من قبل

الصفحة محل الدراسة وتتضمن هذه الفئة: رابط إلكتروني، صورة، فيديو

* **رابط إلكتروني** : تتمثل في الروابط التي تستعملها الصفحة محل الدراسة كروابط خاصة بموقع

الجامعة أو روابط موقع بروغراس رأو روابط من مواقع أخرى (يوتوب)

* **صورة** : تكون مرفقة مع منشور كتابي فتكون صورة في شكل إعلان أو تعليمة عليها ختم

الكلية أو صورة تتضمن عنوان المنشور معدلة بتطبيقات تعديل الصور

* **فيديو** : الفيديوهات التي تقوم صفحة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بنشرها أو مشاركتها

إما تكون فيديوهات مسجلة أو عن طريق البث مباشر

3-فئة لون الخلفية:

وهي الفئة التي تحدد طبيعة الألوان والابراز الخاص بخلفية منشورات الصفحة الرسمية لكلية

العلوم الانسانية و الاجتماعية حيث تتضمن هذه الفئة: حارة، باردة، حيادية

* **حارة**: يطلق عليها الألوان الحارة أو الدافئة أو الساخنة، لأنها تميل إلى الضوء وألوان النار

ومصدر الحرارة

* **باردة**: هي الالوان التي تميل إلى العتمة أو الدكائنة وسميت بالباردة نظرا لارتباطها بالفضاء

العاتم وعمق مياه البحر وانتشار الليل

* **حيادي**: هي الالوان التي لاتتنمي للألوان الحارة ولا الالوان الباردة (أبيض، أسود)

4-فئة لغة المنشورات:

هي الفئة التي تحدد نوع وطبيعة اللغات المستعملة في منشورات صفحة كلية العلوم الانسانية و

الاجتماعية وتضم هذه الفئة 3 فئات هي : عربية فصحي، عامية، اجنبية

* **عربية فصحي:** وهي لغة القرآن الكريم واللغة الاكاديمية الرسمية في الجامعات والمعاهد

ومؤسسات التربية

* **عامية:** هي لغة التخاطب في الاماكن الغير رسمية أو الإدارية كالمنزل والشارع بحيث تكتب

بالحروف العربية أو اللاتينية

* **اجنبية:** هي اللغات الغير رسمية في الجزائر كالإنجليزية و الفرنسية

5- فئة لغة التعليقات:

وتتضمن هذه الفئة اللغة التي بموجبها يتم التفاعل بها عبر التعليقات الخاصة بمنشورات صفحة

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية حيث تضم 3 فئات وهي: عربية فصحي، عامية، أجنبية

ثانيا: فئات المضمون

6- **فئة نوع المواضيع:** ويقصد بها أنواع أو طبيعة المواضيع التي تناولتها الصفحة الرسمية

لكلية العلوم الانسانية و الاجتماعية وتعد هذه الفئة من أكثر الفئات استخداما في بحوث الإعلام

والاتصال إذ أنها تجيب على السؤال (ماذا قدم أو ما طبيعة الموضوع أو نوع الخدمة المقدمة)

وعلى هذا الأساس تضم هذه الفئة 4 فئات وهي :

* **عرض نقاط وطعون:** وهي الخدمة التي تقدمها الصفحة من خلال عرضها لنقاط الطلبة

الخاصة بالاعمال الموجهة أو نقاط الامتحان الرسمي أو الاستدراكي عبر منشوراتها مع امكانية

قبول الطعن في هته النقاط وموعد الطعون

* **اعلانات متفرقة:** وهي الاعلانات التي تعرضها الصفحة و تذييعها لمتابعيها من طلبة واساتذة

واداريين بغرض افادتهم بمستجدات أو تذكيرهم بالمواعيد

* **استئناف/ انتهاء الدراسة:** هي المواعيد التي تنشرها الصفحة بغرض معرفة تاريخ استئناف أو

انتهاء الدراسة

* جدول توزيع الحصص والقاعات: وهي الخدمة المقدمة للطلبة و الاساتذة عبر الصفحة مكل

الدراسة بغرض تحديد برنامج الدراسة من توزيع للحصص و القاعات

7- فئة طبيعة المضامين:

وهي الفئة التي تحدد نوع المضامين و المعلومات التي تنشرها صفحة كلية العلوم الانسانية و

الإجتماعية حيث تتضمن هذه الفئة:

* معلومات تحذيرية: وهي المنشورات التي تنشرها الصفحة تتضمن تتضمن مفردات تحذيرية

كتأخر عن ارسال الاعمال أو تأخر عن ارجاع الكتب المستعارة أو التحاق الطلبة بمقاعد الدراسة

* معلومات اعلامية: تتضمن المنشورات التي يتم عن طريقها اعلام متبعي الصفحة محل

الدراسة باهم المستجدات كمواعيد العطل و الامتحانات ومشاريع الدكتوراه وتعليق الانشطة

البيداغوجية أو أسباب التأخر في نشر نقاط الاعمال الموجهة و اعلام الاساتذة بالتحضيرات

لاجتماعات بيداغوجية.

* معلومات إرشادية: تتضمن المعلومات التي بموجبها يتم ارشاد الطلبة خاصة الجدد بقاعات

الدراسة ومكان التسجيلات البيداغوجية ومصالح الادارة وارشادهم عبر الروابط إلى موقع الجامعة

أو بروغراس

8-فئة نوع التفاعل مع المنشورات:

يقصد بها الكيفية التي تفاعل بها المتابعون مع منشورات صفحة كلية العلوم الانسانية و

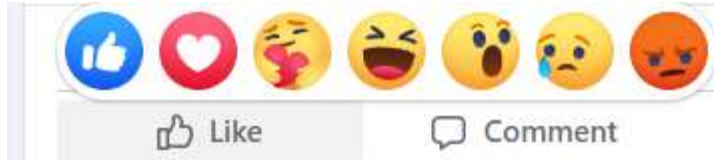
الاجتماعية وتتضمن هذه الفئة:

الملاحق

*التفاعل بالاعجاب أو عدمه : هذا النوع من التفاعل يتضمن 7 عناصر تتيح للمتفاعل التعبير

من خلالها على رأيه في المنشور وهي كالتالي : أعجبني، أحببته، أدمعه، أضحكني، وأو

(فاجئني)، أجزني، أغضبني



* التفاعل بالتعليق : تتيح صفحة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية 3 انماط من التفاعل في

التعليقات وذلك ب: التفاعل بالنص، بالصورة، بالاييموجي

* التفاعل بالمشاركة: وهي امكانية مشاركة المنشورات التي تنشرها صفحة كلية العلوم الانسانية

و الاجتماعية على حسابك الشخصي أو في مجموعات الفيس بوك و المسنجر

9- فئة نسبة الردود على المنشورات :

يقصد بها البحث في نسبة ردود المتفاعلين مع المنشورات وتراوحت بين الرد بنسبة مرتفعة أو

منخفضة أو متوسطة.

10- فئة نسبة مشاركة المنشورات : يقصد بهذه الفئة مدى مشاركة المتابعين لمنشورات صفحة

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية وتتضمن 3 عناصر أو فئات وهي :

* مشاركة قوية

* مشاركة متوسطة

* مشاركة محدودة

الملاحق

11- فئة مصدر المعلومات : تعتبر هذه الفئة المنبع الرئيسي للمنشورات المقدمة في الصفحة

محل الدراسة وبالتالي نستطيع من خلالها تحديد المصادر التي يقوم بها القائم بالإتصال في

عرض الخدمات عبر الصفحة محل الدراسة وتتضمن هذه الفئة 4 فئات هم :

*موقع الجامعة: وهو الموقع الرسمي التابع لجامعة قاصدي مرباح بورقلة

*موقع بروغراس: وهو الموقع الرسمي و الوطني التابع لوزارة التعليم العالي

*موقع موودل للدروس على الخط: وهي منصة و أرضية للتعلم عن بعد بإمكان الاساتذة

والطلبة الولوج بها بعد التسجيل تتيح للطلبة تلقي الدروس ووضع الاساتذة لها

* مواقع أخرى.

شاكرين ومقدرين حسن تعاونكم سلفا.



❖ فئات و وحدات الشكل :

1. فئة زمن النشر : 1 2 3
2. فئة الوسائط المتعددة : 4 5 6
3. فئة لون الخلفية : 7 8 9
4. فئة لغة المنشورات : 10 11 12
5. فئة لغة التعليقات : 13 14 15

❖ فئات المضمون :

6. فئة نوع المواضيع : 16 17 18 19
7. فئة طبيعة المضامين : 20 21 22
8. فئة نوع التفاعل مع المنشورات : 23 24 25
9. فئة نسبة التفاعل مع المنشورات (الردود) : 26 27 28
10. فئة نسبة مشاركة المنشورات : 29 30 31
11. فئة مصدر المعلومات : 32 33 34 35

دليل استمارة تحليل المضمون

❖ البيانات الأولية :

فئات و وحدات الشكل :

1. زمن النشر:

✓ المربع 1: صباحا

✓ المربع 2: مساءا

✓ المربع 3 : ليلا

2. فئة الوسائط المتعددة المستخدمة :

✓ المربع 4 : رابط الكتروني

✓ المربع 5 : صورة.

✓ المربع 6: فيديو .

3. فئة لون الخلفية :

✓ المربع 7 : حارة .

✓ المربع 8 : باردة .

✓ المربع 9: حيادية

4. فئة لغة المنشورات :

✓ المربع 10 : عربية فصحي .

✓ المربع 11 : عامية.

✓ المربع 12 : اجنبية(فرنسية/انجليزية) .

5. فئة لغة التعليقات :

✓ المربع 13 : عربية فصحي .

✓ المربع 14 : عامية.

✓ المربع 15 : اجنبية(فرنسية/انجليزية) .

فئات المضمون :

6. فئة نوع المواضيع:

- ✓ المربع 16 : عرض نقاط وطعون.
 - ✓ المربع 17 : اعلانات متفرقة .
 - ✓ المربع 18 : استئناف /انتهاء الدراسة .
 - ✓ المربع 19:جدول توزيع الحصص والقاعات
- 7.فئة طبيعة المضامين: .
- ✓ المربع 20 : معلومات تحذيرية
 - ✓ المربع 21 : معلومات اعلامية
 - ✓ المربع 22 : معلومات ارشادية
8. فئة نوع التفاعل مع المنشورات:
- ✓ المربع 23 : التعليق
 - ✓ المربع 24 : الاعجاب/عدم الاعجاب
 - ✓ المربع 25 : مشاركة المنشور
9. فئة نسبة التفاعل مع المنشورات(الردود) :
- ✓ المربع 26 : مرتفعة
 - ✓ المربع 27 : متوسطة
 - ✓ المربع 28 : منخفضة
10. فئة نسبة مشاركة المنشورات :
- ✓ المربع 29 : قوية
 - ✓ المربع 30 : متوسطة
 - ✓ المربع 31 : محدودة
- 11.فئة مصدر المعلومات :
- ✓ المربع 32 : موقع الجامعة/الكلية .
 - ✓ المربع 33 : موقع بروغرس
 - ✓ المربع 34 : موقع موودل للدروس على الخط
 - ✓ المربع 35 : مواقع اخرى

الجدول رقم 13: الأساتذة المحكمين

اسم ولقب الأستاذ المحكم	الجامعة التي ينتمي إليها
أ/ كاوجة محمد الصغير	جامعة قاصدي مرباح ورقلة
أ/ بايوسف مسعودة	جامعة قاصدي مرباح ورقلة
أ/ قندوز عبد القادر	جامعة قاصدي مرباح ورقلة

ملحق رقم 3 : صورة لصفحة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية عبر الفيسبوك



كلية العلوم الانسانية
و الاجتماعية -
جامعة ورقلة
الصفحة الرسمية

Établissement
d'enseignement
supérieur

J'aime déjà

Accéder au groupe

Hâmël, Boumedienne,
Aymen et 13 364 autres pe...

ملحق رقم 04 : بعض من المنشورات في الصفحة الكلية :

