



جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي
الميدان: علوم الإنسانية
الشعبة: علوم الإعلام والاتصال
التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة
من إعداد الطلبة:
إبراهيم شعيب/عبد الكريم شعيب
بغـوان:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحسين الاتصال
الإداري.
-دراسة ميدانية مديرية الشباب والرياضة ورقلة-

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

2025/06/02

أمام لجنة المناقشة المكونة من الأساتذة:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
حمایمی محرز	أستاذ التعليم العالي	جامعة ورقلة	رئيسا
غوتي زياني	أستاذ محاضر أ	جامعة ورقلة	مشرفا ومقرا
طرابلسي أمينة	أستاذ محاضر ب	جامعة ورقلة	مناقشا

الموسم الجامعي: 2024-2025



جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي
الميدان: علوم الإنسانية
الشعبة: علوم الإعلام والاتصال
التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة
من إعداد الطلبة:
إبراهيم شعيب/عبد الكريم شعيب
بغـوان:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحسين الاتصال
الإداري.
-دراسة ميدانية مديرية الشباب والرياضة ورقلة-

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

2025/06/02

أمام لجنة المناقشة المكونة من الأساتذة:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
حمایمی محرز	أستاذ التعليم العالي	جامعة ورقلة	رئيسا
غوتي زياني	أستاذ محاضر أ	جامعة ورقلة	مشرفا ومقرا
طرابلسي أمينة	أستاذ محاضر ب	جامعة ورقلة	مناقشا

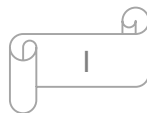
الموسم الجامعي: 2024-2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

عبرته مقطورة بحثنا بكثير من المطبات التي جعلتها تدير الدفة وتخرج عن المسار
ومع ذلك حاولنا أن نتخطاها بثبات بفضل من الله
ومنه إلى أبوي وأختي وعائلتي وأصدقائي فلقد كانوا بمثابة العند والسند في
سبيل استكمال البحث.
ولا ينبغي أن أنسى الأستاذ "زياني عوتي" فلقد كان له الدور الأكبر في مساندي
ومدي بالمعلومات القيمة
أهدي لكم مذكرة تخرجي... داعيا المولى عز وجل أن يطيل في أعماركم
ويرزقكم بالخير.

إبراهيم شعيب



الإهداء

أهدي ثمرة جهدي ...

إلى روح أبي الطاهر.

إلى من أثارته دربي وأمانتني بالصلاة والدعاء أمني الحبيبة حفظها ورعاها الله.

إلى زوجتي وأبنائي.

إلى إخواني وأخواتي وعائلاتهم تقديرا واحتراما.

إلى كل عائلتي الكبيرة بأفرادها حفظهم الله ورعاهم.

إلى كل من جمعني بهم دروب الأخوة، المحبة والصدقة من بعيد أو قريب.

إلى كل من ساعدني في هذا العمل المتواضع من بعيد أو قريب.

"عبد الكريم شعيب"



شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على خير خلق الله، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

نتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى كل من ساهم في إنجاح هذا العمل، ووقف بجانبنا طوال مسيرتنا الجامعية.

نخص بالشكر والامتنان لأستاذنا المشرف "زياني غوتي" على توجيهاته القيمة، وصبره وتفانيه في مساعدتنا طوال فترة إعداد هذه المذكرة. كما لا يفوتنا أن نشكر جميع الأساتذة الذين درسونا وقدموا لنا من علمهم وخبرتهم.

كما نود أن نتوجه بالشكر لجميع العاملين بمديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة من أعلى الهرم إلى الأسفل على دعمهم المتواصل، وتشجيعهم المستمر، ومساندتهم لنا في كل خطوة من خطوات هذه الدراسة.

ولا ننسى زملائنا وأصدقائنا الذين كانوا سنداً لنا، وشاركونا لحظات التعب والاجتهاد.

جزاكم الله عنا كل خير، وجعل ما قدمتم في ميزان حسناتكم.



فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
ا	إهداء.
ا	إهداء.
اا	شكر وتقدير.
أ	فهرس المحتويات.
ج	قائمة الجداول.
د	قائمة الاشكال.
هـ	قائمة الملاحق.
و	ملخص الدراسة.
15	مقدمة.
الفصل الاول: الإطار المنهجي.	
18	تمهيد الفصل.
19	الإشكالية.
20	فرضيات الدراسة.
20	أهداف الدراسة.
21	أهمية الدراسة.
21	أسباب اختيار الموضوع.
21	الدراسات السابقة.
27	منهج الدراسة.
27	حدود الدراسة.
28	صعوبات الدراسة.
28	مصطلحات الدراسة.
33	المقرب النظري للدراسة.
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي.	
42	تمهيد الفصل.
43	الطريقة والأدوات.

43	المجتمع والعينة.
43	تقديم المؤسسة
43	التعريف بالمديرية
44	التطور التاريخي للمديرية
44	بطاقة فنية للمديرية
45	الهيكل التنظيمي للمديرية
45	شرح الهيكل التنظيمي للمديرية
47	نشاطات المديرية
47	أهداف المديرية
48	عينة الدراسة
48	أداة الدراسة
48	النتائج والمناقشة
48	عرض وتحليل النتائج
69	الاستنتاج الإجمالي لنتائج الدراسة
70	الاقتراحات والتوصيات
71	خلاصة الفصل
73	خاتمة
75	قائمة المصادر والمراجع
78	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	صفحة
01	جدول البطاقة الفنية حول مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة.	44
02	عدد الاستثمارات الموزعة والمسترجعة.	48
03	أكثر مواقع تواصل الاجتماعي استخداما في المؤسسة.	48
04	مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المردودية لدى المؤسسة.	50
05	الموقع الأكثر جذبا في المؤسسة.	51
06	مساعدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الزملاء داخل المؤسسة.	52
07	مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المهارات التواصلية.	54
08	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الانفتاح على مجتمعات أخرى.	55
09	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومساعدتها في تسهيل عملية التواصل الاجتماعي.	56
10	طبيعة العلاقات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	57
11	مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين صداقات جديدة.	59
12	مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز صداقات قديمة.	60
13	نتائج استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل.	61
14	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحقيق أهداف المؤسسة بشكل مميز.	62
15	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة جودة النشاط في العمل.	64
16	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واكتساب مهارات أكثر أثناء العمل.	65
17	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحسين السرعة في إنجاز العمل.	66
18	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على الشخصية في العمل.	68

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	يمثل الهيكل التنظيمي لمديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة.	45
02	يمثل أكثر مواقع تواصل الاجتماعي استخداما في المؤسسة.	49
03	يمثل مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المردودية لدى المؤسسة.	50
04	يمثل الموقع الأكثر جذبا في المؤسسة.	51
05	يمثل مساعدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الزملاء داخل المؤسسة.	53
06	يمثل مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المهارات التواصلية.	54
07	يمثل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الانفتاح على مجتمعات أخرى.	55
08	يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومساعدتها في تسهيل عملية التواصل الاجتماعي.	56
09	يمثل طبيعة العلاقات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	58
10	يمثل مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين صداقات جديدة.	59
11	يمثل مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز صداقات قديمة.	60
12	يمثل نتائج استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل.	61
13	يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحقيق أهداف المؤسسة بشكل مميز.	63
14	يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة جودة النشاط في العمل.	64
15	يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واكتساب مهارات أكثر أثناء العمل.	65
16	يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحسين السرعة في إنجاز العمل.	67
17	يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على الشخصية في العمل.	68

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
01	الصفحة الرئيسية للاستبيان.	78
02	المحور الأول للاستبيان (استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة).	79
03	المحور الثاني للاستبيان (الاستخدامات التي تساهم في خلق الروابط الاجتماعية).	80
04	المحور الثالث للاستبيان (مساهمة استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل نشاطات العمل).	81

المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الاتصال الإداري داخل مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة في سياق التحولات الرقمية المتسارعة، وما تفرضه من تحديات على الأداء مستوى الإداري والتواصل التنظيمي. وفرص لتحقيق أهداف الدراسة، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، والاستعانة بأداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة عشوائية قوامها 40 موظفا من داخل المديرية، مع تحليل البيانات باستخدام البرنامج SPSS.

وقد انطلقت الدراسة من إشكالية مفادها: كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الاتصال الإداري في مديرية الشباب والرياضة بولاية ورقلة؟

أظهرت النتائج أن منصتي فيسبوك وواتساب تمثلان الوسيلتين الأكثر استخداما في السياق الإداري، نظرا لسهولة استخدامهما وانتشارهما الواسع. كما كشفت النتائج عن موقف إيجابي عام تجاه هذه الأدوات، يقابله تحفظ محدود لدى بعض الموظفين، ما يستدعي التعمق في دراسة أسباب هذا التردد، التي قد ترتبط بضعف الكفاءة الرقمية أو مخاوف متعلقة بالخصوصية وأمن البيانات.

كما بينت الدراسة أن مستوى الاستخدام الحالي يصنف في فئة "المتوسط"، وهو ما يشير إلى إمكانية تحسينه من خلال تعزيز التكوين المهني في المجال الرقمي، تطوير البنية التحتية الرقمية، ووضع أطر تنظم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في السياق الإداري.

الكلمات المفتاحية:

مواقع التواصل الاجتماعي، الاتصال الإداري، مديرية الشباب والرياضة، الكفاءة الرقمية.

Abstract:

This study aims to analyze the role of social media in improving administrative communication within the Directorate of Youth and Sports of the Wilaya of Ouargla, in the context of rapid digital transformations and the challenges they pose to administrative performance and organizational communication. To achieve the study's objectives, a descriptive and analytical approach was adopted, and a questionnaire was used as a data collection tool from a random sample of 40 employees within the directorate. The data was analyzed using the SPSS software.

The study was based on the central research question: How do social media platforms contribute to enhancing administrative communication within the Directorate of Youth and Sports in Ouargla?

The findings revealed that Facebook and WhatsApp are the most widely used platforms for administrative purposes, due to their ease of use and widespread availability. The results also indicated a generally positive attitude toward the use of these tools, although some reservations were noted among a minority of employees. These concerns may be linked to limited digital competencies or issues related to privacy and data security, warranting further investigation.

Furthermore, the study found that the current level of use is classified as moderate, suggesting a significant potential for improvement through: enhancing professional training in the digital field, developing the digital infrastructure, and establishing clear regulatory frameworks to govern the use of social media in administrative contexts.

Keywords:

Social media platforms, Administrative communication, Directorate of Youth and Sports, Digital competency.

مقدمة

مقدمة

يشهد العالم في السنوات الأخيرة تحولات جوهرية في طبيعة الاتصال والتواصل، مدفوعة بالتطور المتسارع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبروز ما يعرف بوسائل التواصل الاجتماعي كعنصر فاعل ومحوري في الحياة اليومية للأفراد والمؤسسات على حد سواء. فقد ساهمت هذه الوسائل، بما تتسم به من سرعة في نقل المعلومات، وسهولة الوصول، وتعدد وسائط الاتصال، في إعادة تشكيل أساليب التفاعل والتواصل، بحيث لم تعد مقصورة على الأطر التقليدية أو النمطية، بل أصبحت فضاءات رقمية مفتوحة توفر إمكانيات هائلة للتبادل المعرفي والمعلوماتي الفوري.

لقد تحولت وسائل التواصل الاجتماعي من مجرد أدوات تستخدم للترفيه والتواصل الشخصي، إلى منصات ديناميكية ومؤثرة في مختلف مناحي الحياة، بما في ذلك المجال الإداري، حيث باتت الإدارات العمومية تعتمد بشكل متزايد على هذه الوسائل في تسيير أعمالها وتحسين مستوى أدائها. ويعود ذلك إلى ما توفره هذه الوسائل من إمكانيات كبيرة في تبسيط الإجراءات، تسريع عمليات اتخاذ القرار، تعزيز الشفافية، وتوسيع قاعدة المشاركة والتفاعل مع مختلف الفاعلين من موظفين ومواطنين ومؤسسات أخرى.

ومن بين أبرز وسائل التواصل الاجتماعي التي أثبتت فعاليتها في السياق الإداري نذكر: واتساب، البريد الإلكتروني، تيليجرام، إضافة إلى تطبيقات التراسل الفوري المختلفة. فهذه الأدوات، بحكم سهولة استخدامها وشيوعها الواسع، ساهمت في كسر الحواجز الزمانية والمكانية، وسمحت بإنشاء قنوات اتصال أكثر انسيابية وسرعة داخل المؤسسة وخارجها. كما أنها مكنت من الاستجابة الفورية للمستجدات، وتيسير العمل الجماعي عن بعد، ومتابعة الأنشطة اليومية بكفاءة أعلى.

وفي هذا السياق، يتشكل الإطار النظري للدراسة من خلال تناول المفاهيم المركزية المرتبطة بالإدارة الإلكترونية، الاتصال التنظيمي، والرقمنة، إضافة إلى تحليل دور وسائل التواصل الاجتماعي كآليات حديثة في دعم وظائف الإدارة وتطوير أدائها. كما سيتم استعراض الأدبيات والنماذج النظرية التي تناولت العلاقة بين التكنولوجيا الرقمية وفعالية الأداء الإداري.

أما الإطار التطبيقي للدراسة، فيتمثل في تحليل واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي داخل مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة، باعتبارها وحدة إدارية محلية تمثل عينة ميدانية قابلة للفحص والتقييم. وسيتم ذلك من خلال استبيان موجه إلى موظفي المديرية، وتحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS بغرض استخلاص النتائج وتقديم اقتراحات عملية قابلة للتنفيذ.

في هذا الإطار، يزداد الاهتمام الأكاديمي والمؤسسي بدراسة كيفية استثمار هذه الوسائل الرقمية في تطوير الإدارة العمومية، وتحقيق أهدافها الاستراتيجية، خصوصا في ظل التحولات الرقمية الكبرى التي تشهدها المجتمعات الحديثة. وقد أصبحت الرقمنة في صميم النقاشات المتعلقة بإصلاح القطاع العمومي، وتحسين نوعية الخدمات العمومية، والتفاعل الإيجابي مع المواطنين، وتكريس مبادئ الحكم الرشيد.

وفي الجزائر، وكغيرها من الدول التي تسعى إلى مواكبة التطورات التكنولوجية، شرعت العديد من الإدارات والمؤسسات العمومية في إدماج وسائل التواصل الاجتماعي ضمن منظومتها الاتصالية والإدارية، مستفيدة من الإمكانيات التي تتيحها هذه الأدوات في مجالات متعددة. وقد تم ذلك في إطار رؤية شاملة تستهدف التحول الرقمي، من خلال تحديث البنية التحتية الرقمية، وتكوين الموارد البشرية، وتكييف الأنظمة الإدارية مع متطلبات العصر الرقمي.

ومن بين المؤسسات التي تحظى بأهمية خاصة في هذا السياق، نجد مديريات الشباب والرياضة، التي تعد هياكل حكومية محلية تعنى بتسيير الشأن الرياضي والشبابي على مستوى الولايات. وتتمثل مهام هذه المديريات في تنفيذ السياسات العمومية الخاصة بقطاعي الشباب والرياضة، تنظيم الأنشطة ذات الصلة، دعم الجمعيات والمبادرات الشبانية، وتطوير المرافق والمنشآت الرياضية. وبالتالي، فإن تحسين أدائها الإداري له انعكاسات مباشرة على جودة الخدمات المقدمة للفئة الشبابية، وعلى مدى نجاعة البرامج التنموية الموجهة لها.

وفي هذا السياق، تبرز مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة كنموذج قابل للدراسة والتحليل، بالنظر إلى طبيعة نشاطها، وحجم التفاعل اليومي مع مختلف الأطراف، من إداريين، مدربين، شباب، وجمعيات. ويُعد توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في هذه المديرية مؤشرا على مدى وعي المؤسسة بأهمية الرقمنة، ورغبتها في التحديث ومواكبة المتغيرات. ولذلك، من المهم دراسة مدى فعالية هذه الوسائل في تحسين الأداء الإداري، وتحديد نقاط القوة والضعف، واقتراح حلول عملية لتعزيز استخدامها بشكل منظم وفعال.

وتهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التحول الإداري داخل مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة، من خلال تحليل واقع استخدامها، والكشف عن الفرص المتاحة لتطويرها، والتحديات التي قد تعيق تحقيق أقصى استفادة منها. كما تسعى إلى إبراز العلاقة الوثيقة بين استخدام هذه الوسائل وتحقيق مبادئ الإدارة الحديثة، القائمة على الشفافية، التشاركية، والمساءلة، والتي تُعد من الركائز الأساسية لأي إصلاح إداري ناجح.

إن أهمية هذا الموضوع تنبع من كونه يلامس تقاطعات متعددة بين التكنولوجيا والإدارة، ويركز على قطاع حيوي وحساس في المجتمع، هو قطاع الشباب والرياضة، الذي يُعد رافعة استراتيجية للتنمية.

كما أن تحليل أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الإدارة العمومية يفتح المجال أمام مزيد من الأبحاث حول كيفية بناء نموذج إداري أكثر مرونة، تفاعلاً ونجاعة، بما يتماشى مع تحديات العصر الرقمي ومتطلباته المتزايدة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

تمهيد:

يشكل الإطار النظري للدراسة جزءاً لا يتجزأ من البحث العلمي، حيث يعد عنصراً رئيسياً في البحث وعلى أساسه تبنى الدراسة، فهو يضم: الإشكالية وفرضيات إضافة إلى أسباب اختيار موضوع الدراسة منها الموضوعية والذاتية، وكذا نشير إلى أهمية الموضوع والأهداف المراد تحقيقها، كما لا ننسى المفاهيم الأساسية والدراسات السابقة، والمقاربات النظرية التي تخدم موضوع الدراسة، فمن خلال هذه العناصر المهمة في خطوات البحث يتضح للباحث الإطار العام لموضوع دراسته ويسهل عليه استئناف بحثه.

1. الإشكالية

تعتبر التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت الشبكة العنكبوتية في كافة أنحاء العالم وربطت جميع أجزاء المترامية جاعلة منه قرية صغيرة مكنت المجتمعات والشعوب من التعارف والتقارب وتبادل الأفكار والآراء والخبرات، كما فتحت المجال لكل مستخدم من الاستفادة من الوسائط المتعددة الجديدة والخدمات التي توفرها هذه الأخيرة.

لقد أدت الشبكة الأم (الانترنت) إلى ظهور العديد من المواقع التي كان لها تأثيرها في المجتمعات خلال التاريخ الاتصال الرقمي، الذي ظهر منذ منتصف التسعينات، ففي كل مرحلة زمنية تظهر مواقع على شبكة الانترنت يكون لها استخداماتها الخاصة المؤثرة على مستخدميها والتي قد سخرت لغايات وأهداف لم يكن يقصد مخترعيها أن تكون، ومن هذه المواقع من أخذ بريقا ولا يزال ومنها ما كان له وجود في المجتمع في فترة ما تم انطفئ هذا الوجود، ومن هذه المواقع التي لا يزال بريقها مستمرا شبكات التواصل الاجتماعي والتي اقتحمت عدة مجالات في الاتصال الذي يعتبر أداة اجتماعية وضرورة حتمية لمختلف التفاعلات التي تربط الإنسان بغيره من خلال التفاهم والتحاور بين الأفراد والجماعات، والاتصال وسيلة من الوسائل التي تستخدم لتحقيق الأهداف، ومن أنواعه الاتصال الإداري الذي يرى العديد من الباحثين في المجال أنه أحد العناصر الهامة والفعالة في سير العمل في المؤسسة وتتأسقه وتكامله بغية تحقيق أهدافه، كما يشير آخرون إلى أن الكفاءة الإنتاجية ترتبط إلى حد كبير بمدى فعالية الاتصال داخل المؤسسة ونجاحته، إذ أن وجود اتصال سليم وفعال بات ضرورة ملحة للإدارة يتسنى من خلاله للعاملين تبادل مشترك للحقائق أو الأفكار أو الآراء أو المعلومات مما يتطلب عرضا واستقبالا يؤدي إلى التفاهم بين كافة العناصر بغض النظر عن وجود أو عدم وجود انسجام ضمني فهو عملية تفاعل معلوماتي هادف.

وبالعودة إلى مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت من أبرز سمات الحياة اليومية، وأداة أساسية في التواصل والتأثير على المستويين الفردي والمؤسسي، لقد تجاوزت هذه المنصات دورها التقليدي كوسائل للترفيه أو التواصل الاجتماعي، لتصبح أدوات استراتيجية فعالة في إدارة الاتصال داخل المؤسسات، بما في ذلك المؤسسات الحكومية التي تشهد تحولا رقميا متزايدا.

وفي هذا السياق، تعد مديرية الشباب والرياضة من المؤسسات الحيوية في المجتمع، حيث تتولى مسؤولية وضع وتنفيذ السياسات والبرامج الهادفة إلى تنمية قدرات الشباب، وتعزيز مشاركتهم المجتمعية، وتطوير البنية التحتية للأنشطة الرياضية والثقافية، ومن أجل تنفيذ هذه المهام بكفاءة، فإن الحاجة إلى نظام اتصال إداري فعال وسلس يعد أمرا أساسيا.

ولإشارة فقد سعينا من خلال هذه الدراسة إلى تبيان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الاتصال الإداري، وبناء على ما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية:

- كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الاتصال الإداري في مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة؟

وللإجابة على الإشكالية المطروحة سابقا نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي مختلف استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة؟
- ماهي الاستخدامات التي تساهم في خلق الروابط الاجتماعية في المديرية؟
- كيف تساهم استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل نشاطات العمل في المديرية؟

2. فرضيات الدراسة:

وكإجابات مبدئية للأسئلة المطروحة وضعنا مجموعة من الفرضيات التي سنحاول من خلال دراستنا التحقق من مدى صحتها أو خطئها وهي كالتالي:

- من استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة (واتساب، ايميل.....).
- يسهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في خلق روابط اجتماعية في المديرية.
- يساهم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل نشاطات العمل في المديرية.

3. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح جملة من النقاط نوجزها فيما يلي:

- التعرف على واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي داخل مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة، ومدى حضورها في الممارسات الإدارية اليومية.
- تحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الاتصال الإداري الداخلي (بين الموظفين والإدارات) والخارجي (بين المديرية والجمهور).
- قياس اتجاهات وآراء الموظفين حول فعالية هذه الوسائل في تسهيل التواصل، رفع كفاءة الأداء، وتقليل الإجراءات البيروقراطية.
- تحديد المنصات الأكثر استخداما وانتشارا في الوسط الإداري محل الدراسة، ومدى توافقها مع أهداف الاتصال الإداري للمؤسسة.

- اقتراح توصيات عملية لتحسين وتفعيل استخدام هذه الوسائل بما يعزز كفاءة الاتصال الإداري ويخدم أهداف المؤسسة بشكل أفضل.

4. أهمية الدراسة:

تمثلت أهمية دراستنا في:

- مساهمة الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بموضوع الاتصال الإداري، من خلال تسليط الضوء على دور وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات حديثة في دعم الفعالية التنظيمية، وتعزيز التفاعل الداخلي والخارجي داخل المؤسسات العمومية.
- توفر الدراسة أرضية معرفية يمكن الاستناد إليها في تطوير سياسات واستراتيجيات اتصال أكثر فاعلية داخل مديرية الشباب والرياضة ومؤسسات مماثلة، من خلال فهم واقع الاستخدام الحالي لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديد نقاط القوة والضعف في هذا المجال.
- تتبع من كونها تستند إلى دراسة ميدانية بولاية ورقلة، ما يمنح نتائجها صلة وثيقة بالواقع المحلي، ويتيح الفرصة للمسؤولين وصناع القرار لفهم ممارسات الاتصال الرقمي في مؤسساتهم واتخاذ خطوات عملية لتحسينها.
- تساعد في توجيه المؤسسات نحو استغلال إمكانات الوسائل الرقمية بطرق أكثر تنظيماً وفعالية، خاصة في ظل التحديات التي تواجه الإدارة التقليدية من حيث البطء، والبيروقراطية، ونقص التفاعل اللحظي.

5. أسباب اختيار الموضوع:

إن الأسباب الدافعة لاختيارنا للموضوع محل البحث من غيره تتمثل في:

- الاهتمام الشخصي بموضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحسين الاتصال الإداري.
- الدور الكبير الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تحسينها للاتصال الإداري المؤسسي.
- كيفية التواصل بين موظفي المؤسسة باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة.

6. الدراسات السابقة:

أ- الدراسة الأولى:

أعدت الدراسة من قبل الباحثة حنان بنت شعشوع الشهري، تحت عنوان "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية (الفايس بوك وتويتر نموذجا)"، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز بجدة على عينة مكونة من (150) طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية.

بدورها حاولت الباحثة الإجابة على الإشكالية التالية:

- كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي (الفاسبوك) على العلاقات الاجتماعية؟

النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

توصلت الباحثة في دراستها إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع وأشارت أيضا إلى أن الطالبات استقدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانيا.

كما تبين أيضا أن لاستخدام الفيسبوك وتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية، وأشارت نتائج الباحثة أيضا إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات كما توجد علاقة ارتباطية موجبة بين متغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

1. تسليط الضوء على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي: وذلك من خلال إبراز دور وسائل التواصل الاجتماعي كأدوات حديثة ومؤثرة في مجالات مختلفة.
2. استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات: الاعتماد على الاستبيان لاستقصاء آراء العينة حول موضوع الدراسة.
3. وجود إشكالية واضحة: الانطلاق من إشكالية مركزية، مما يعكس المنهج العلمي في معالجة الموضوع.
4. تحليل النتائج ميدانيا: تم تحليل البيانات بطريقة منهجية للوصول إلى نتائج ملموسة.

5. الإشارة إلى الأثر الإيجابي والسلبي: مناقشتها للجوانب الإيجابية والسلبية المرتبطة باستخدام وسائل التواصل.

أوجه الاختلاف مع دراستنا:

رغم اشتراك هذه الدراسة ودراستنا في تناول لدور وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن هناك اختلافات جوهرية في الموضوع، المنهج، والنتائج، تعكس خصوصية كل دراسة وسياقها. فمن حيث المجال المعرفي، ركزت الدراسة على البعد الاجتماعي، من خلال تحليل تأثير هذه الوسائل، خاصة الفيسبوك وتويتر، على طبيعة العلاقات الاجتماعية لدى طالبات جامعة الملك عبد العزيز بمدينة جدة. في المقابل، تتناول دراستنا الجانب الإداري، حيث ركزت على كيفية مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الاتصال الإداري داخل مؤسسة حكومية محلية، وهي مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة.

أما من حيث البيئة الميدانية، فقد أجريت هذه الدراسة في سياق أكاديمي سعودي، وشملت عينة قصدية من 150 طالبة، بينما أجريت دراستنا في سياق إداري جزائري، وشملت عينة من الموظفين (40 موظفاً) تم اختيارهم عشوائياً، ويعكس ذلك اختلافاً في نوعية العينة، وطريقة اختيارها، وكذلك في طبيعة المبحوثين وبيئة استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.

كما يبرز اختلاف في المنهج المعتمد، إذ استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي، وهو أكثر ارتباطاً بالبحوث السوسولوجية الميدانية التي تركز على الفئات الاجتماعية وسلوكها، بينما اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي مع تحليل إحصائي عبر برنامج SPSS.

ومن حيث نتائج البحث، فقد ركزت الدراسة على الأسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفيسبوك وتويتر، والآثار الناتجة عنها، سواء كانت إيجابية أو سلبية، دون التطرق المباشر إلى تحسين الأداء المؤسسي أو التنظيمي، بينما تظهر دراستنا أن مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في السياق الإداري يصنف على أنه متوسط، مع وجود مواقف إيجابية تقابلها بعض التحفظات بسبب ضعف الكفاءة الرقمية أو مخاوف متعلقة بالخصوصية، كما أوصت بضرورة تطوير البنية التحتية الرقمية والتكوين المهني.

بالتالي، يمكن القول إن الدراسة تهدف إلى فهم أبعاد اجتماعية وسلوكية مرتبطة باستخدام وسائل التواصل. وهذا يعكس تنوعاً في الأهداف وعمقاً في تناول ظاهرة التواصل الاجتماعي، كل من زاويته الخاصة، أما دراستنا فتهدف إلى تحقيق تطوير إداري وتنظيمي عبر الرقمنة.

ب-دراسة الثانية:

أعدت الدراسة من قبل الباحثتان بن بيه فتيحة وبوضيبا فاطمة، لدراسة المعنونة بـ "دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة فعالية الاتصال لدى المؤسسة الإعلامية"، دراسة ميدانية صفحة فيسبوك إذاعة أدرار .

هدفت هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، إذ كان من أبرزها توضيح دور مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد موقع "فيسبوك"، من خلال دراسة واقع استخدام صفحة فيسبوك الخاصة بإذاعة الجزائر من أدرار، باعتبارها وسيلة للتواصل مع الجمهور ودعمًا لعمل المؤسسة الإعلامية، وكذا إبراز مدى فعالية "فيسبوك" كأداة إعلامية واتصالية تساهم في تعزيز وتطوير الإعلام المحلي، وتقديم البحث كمرجع يمكن الاستفادة منه في دراسات لاحقة، بما يثري مجال التخصص، وأيضًا التعرف على الأهداف والتطلعات التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها عبر استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وتسلط الضوء على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال دراسة حالة إذاعة الجزائر من أدرار كنموذج للإعلام المحلي في الجزائر. إضافة إلى محاولتهن الإجابة على الإشكالية التالية:

- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة فعالية الاتصال داخل المؤسسة الإعلامية؟

النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى إبراز مدى أهمية وضرورة مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الفرد اليومية، باعتبارها وسيلة اتصال حديثة تمتاز بالفعالية والسرعة في نقل ونشر المعلومات والأخبار بين أفراد المجتمع. كما بينت نتائج الدراسة أن صفحة الفيسبوك الخاصة بإذاعة الجزائر من أدرار تشهد إقبالًا متزايدًا، مما يدل على الدور الهام الذي تلعبه هذه المنصة في دعم الإعلام المحلي وتطويره، كما أكدت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أداة لا غنى عنها في العصر الحالي، لما توفره من خدمات فعالة وسريعة الانتشار على مستوى العالم بأسره.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

1- إبراز أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات: إذ سلطت الدراسة الضوء على القيمة المتزايدة لوسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تواصل فعالة داخل المؤسسات، سواء كانت إدارية أو إعلامية.

- 2- اعتماد منهج علمي ميداني: الاعتماد على أساليب بحث ميدانية، باستخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات وتحليلها، مع توظيف أسلوب التحليل الوصفي.
 - 3- الاهتمام بتقييم فعالية الاتصال الرقمي: اهتمت الدراسة بتحليل مدى فعالية الوسائل الرقمية في تعزيز التواصل داخل المؤسسة، سواء مع الموظفين أو مع الجمهور.
 - 4- الإشارة إلى الحاجة إلى التطوير والتحسين: أشارت الدراسة إلى وجود جوانب يمكن تحسينها، مثل: التكوين الرقمي، وضبط الأطر التنظيمية، أو تحسين المحتوى الاتصالي.
- أوجه الاختلاف مع دراستنا:

رغم التقاء الدراسة مع دراستنا في تناول أثر وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن هناك اختلافات جوهرية على عدة مستويات، تعكس تنوع الأهداف والسياقات والمجالات التي تنتمي إليها كل دراسة. ففي المجال المعرفي، فتتنمي الدراسة إلى مجال الإعلام والاتصال، حيث تسلط الضوء على استخدام صفحة فيسبوك الخاصة بإذاعة الجزائر من أدرار كأداة لتعزيز التفاعل مع الجمهور ودعم الإعلام المحلي، أما بالنسبة لدراستنا فتتنمي إلى الحقل الإداري، وتركز على تحسين الاتصال الداخلي داخل مؤسسة حكومية محلية، هي مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة.

أما في طبيعة المؤسسة المدروسة، فإن الدراسة تتناول مؤسسة إعلامية وظيفتها الأساسية التفاعل مع الجمهور، وتقديم المحتوى الإعلامي عبر وسائل رقمية، أما في دراستنا فتتعلق بمؤسسة ذات طابع إداري داخلي يركز على العلاقة بين الموظفين ومستوى الكفاءة التنظيمية.

ومن بين نقاط الاختلاف البارزة أيضا، المنصات الرقمية محل الدراسة، إذ ركزت الدراسة حصريا على فيسبوك، باعتباره أداة اتصالية جماهيرية تساعد الإذاعة في تحقيق أهدافها الإعلامي، أما في دراستنا تم التركيز على منصتي فيسبوك وواتساب نظرا لشيوعهما في المحيط الإداري.

كما تختلف من حيث زاوية المعالجة، إذ تهتم الدراسة الإعلامية بفاعلية الاتصال الخارجي ودرجة تفاعل الجمهور مع المحتوى الإعلامي المنشور عبر الصفحة الرسمية للمؤسسة، أما في دراستنا (الإدارية) فسعينا إلى تحليل مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الداخلي والتفاعل بين الموظفين.

وعلى مستوى الإشكالية والنتائج، فبحنت الدراسة مدى فعالية مواقع التواصل، خصوصا فيسبوك، في تعزيز الدور الاتصالي للإذاعة، وقدمت تصورا أوسع لدور الإعلام المحلي في العصر الرقمي، مع الإشارة إلى أهمية الاستفادة من الدراسة كمصدر لبحوث مستقبلية، أما في دراستنا فانطلقت من تساؤل حول مدى مساهمة هذه الوسائل في تحسين الاتصال الإداري، وتوصلت إلى أن الاستخدام لا يزال متوسطا، مع ضرورة تطوير الكفاءة الرقمية وتوفير بنية تحتية مناسبة.

أخيراً، يبرز الاختلاف في الهدف النهائي من كل دراسة، إذ تسعى الدراسة إلى دعم وتطوير الوظيفة الاتصالية والإعلامية، مما يعكس طبيعة كل قطاع والرهانات المرتبطة به في ظل التحولات الرقمية المتسارعة. بينما تركز دراستنا على تحسين الكفاءة التنظيمية والإدارية داخل المؤسسة.

ت- الدراسة الثالثة:

أعدت الدراسة من قبل الباحثان جبار فوزية وميشان نورة لدراسة المعنونة بـ "وسائط التواصل الاجتماعي ودورها في العملية الإشهارية (الفايسبوك نموذجاً)" دراسة ميدانية بمحلات التجارية بمدينة تيارت.

هدفت الدراسة إلى معرفة كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفاييسبوك نموذج في عملية الإشهارية لدى عينة من بائعي مدينة تيارت. وذلك انطلاقاً من عملية البحث في كيفية استخدام الفاييسبوك لترويج السلع، وكما اعتمدت هذه الدراسة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات باختيارهم للعينة العشوائية القصدية وهذا لملائمته لطبيعة الدراسة، حيث بلغ عددها 50 مفردة متمثلة في البائعين أصحاب المحلات التجارية في مدينة تيارت، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الملائم لطبيعة الدراسة التي استوجب من خلالها معرفة كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك نموذجاً) للعملية الإشهارية لدى عينة الدراسة، إذ حاولت الباحثان الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هو دور وسائط التواصل الاجتماعي (فايسبوك) في العملية الإشهارية؟

النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

وجود مجموعة من النتائج التي تمثلت في أن أكبر نسبة مستخدمين لمواقع الفاييسبوك في العملية الإشهارية هي الفئات العمرية التي يتراوح سنها من 25 إلى 30 سنة. وأن الفاييسبوك هو أحسن الوسائل التي تسهل عملية الاختيار أو الانتقاء بالنسبة للأشخاص الذين لا يجدون وقتاً للتسوق.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

1- استكشاف فعالية مواقع التواصل الاجتماعي: إذ اشتركت الدراسة ودراستنا في كونهما تسعيان إلى دراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة منصة فيسبوك، في تطوير وتحسين وظائف مؤسسات مختلفة، سواء كانت إدارية أو تجارية.

- 2- الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي: اعتماد الدراسة نفس المنهج العلمي، وهو المنهج الوصفي التحليلي، ما يدل على رغبتها في فهم الواقع المدروس وتحليله بدقة، دون الاكتفاء بوصفه فقط.
- 3- استخدام أداة الاستبيان: اعتماد الدراسة على أداة الاستبيان لجمع البيانات، مما يعزز من مصداقية النتائج ويوفر معلومات ميدانية دقيقة حول آراء وتوجهات الفئة المستهدفة.
- 4- الانطلاق من إشكالية واقعية: انطلاق الدراسة من إشكالية محددة تتعلق بدور وسائل التواصل في جانب معين من نشاط المؤسسة، مما يعكس رغبة الباحث في تقديم حلول تطبيقية.

أوجه الاختلاف مع دراستنا:

- 1- اختلاف المجال المؤسسي: تدور الدراسة حول القطاع التجاري، وتحديدًا دور الفيسبوك في العملية الإشهارية والترويجية عند بائعي المحلات، أما دراستنا فتتناول مؤسسة إدارية حكومية (مديرية الشباب والرياضة)، وترتكز على تحسين الاتصال الداخلي والتنظيمي.
- 2- اختلاف الهدف المركزي للدراسة: الدراسة التجارية تهدف إلى فهم كيفية استغلال فيسبوك لأغراض تسويقية وإشهارية، بينما الدراسة الإدارية تسعى إلى تحسين الأداء الاتصالي والتنظيمي الداخلي للمؤسسة.
- 3- اختلاف طبيعة العينة ومجال تطبيقها: تضم الدراسة 50 بائعًا من أصحاب المحلات التجارية في مدينة تيارت، ما يعكس اختلافًا في البيئة المهنية والسياق الاجتماعي للدراسة، أما عينة دراستنا فهي مكونة من 40 موظفًا إداريًا داخل مؤسسة حكومية في ورقلة.
- 4- منصة الدراسة وأسلوب استخدامها: اقتصرت الدراسة على فيسبوك فقط في الاستخدام التجاري والإشهاري، أما دراستنا ركزت على فيسبوك وواتساب في الاستخدام الإداري والتنسيقي.

7. منهج الدراسة:

نظرا لطبيعة الدراسة والأهداف المسطرة في الكشف عن دور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الإداري في مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة، انتهجنا في دراستنا المنهج الوصفي التحليلي هو الأنسب لدراسة الموضوع وحل الإشكالية، إذ يهتم هذا المنهج بوصف وتحليل نتائج الدراسة من أجل التعبير عنها كميا وكيفيا، وتحليل العلاقات الاجتماعية بين موظفي المديرية، وقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات أما المعالجة الإحصائية للبيانات فكانت باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

8. حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة في:

أ- الحدود المكانية:

تم تطبيق هذه الدراسة بمديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة، والتي تتبنى فكرة تحسين الاتصال الإداري باستخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي.

ب- الحدود الزمنية:

فترة التريص كانت من 01 مارس إلى 29 أبريل 2025.

9. صعوبات الدراسة:

تمثلت أهم الصعوبات فيما يلي:

- صعوبة حصر المفاهيم الخاصة بالموضوع نظرا لأن الموضوع واسع.
- صعوبة توزيع استمارة الاستبيان.
- صعوبة تصميم وإعداد استمارة استبيانات.
- صعوبة التعامل مع تحليل البيانات خاصة في برنامج SPSS.

10. مصطلحات الدراسة:

أ- الدور:

لغة: جمع أدوار المرة، الحركة، عودة الشيء حيث كان أو إلى ما كان عليه.¹

اصطلاحا: هو النموذج يتركز حول بعض الحقوق والواجبات ويرتبط بوضع محدد لمكانة داخل الجماعة

أو موقف اجتماعي معين،² ويتحدد دور الشخص في أي موقف عن طريق مجموعة توقعات يعتنقها الآخرون كما يعتنقها الشخص نفسه، فهو نماذج سلوكية متبادلة ومكتسبة بين الأفراد.³

التعريف الإجرائي:

هو عبارة عن نموذج أو نماذج تتركز حول حقوق أو واجبات الموظفين في المؤسسة مرتبطة بوضع تحدده مكانة الموظف داخل المؤسسة، وكذا موقفه الاجتماعي، ويحدد دور الموظف في المؤسسة وموقفه من خلال مجموعة توقعات يتبناها الزملاء في المؤسسة كما يتبناها هو أيضا، فهي نماذج سلوكية متبادلة ومكتسبة بين موظفي المؤسسة.

¹ المنجد الأبيدي (بيروت: دار المشرق، ط 5، 1987)، ص 451.

² غيث محمد عاطف، قاموس علم الاجتماع (الإسكندرية، مصر: دار المعرفة الجامعية، 2006)، ص 358.

³ بدوي أحمد زكي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية (بيروت: مكتبة لبنان، 1993)، ص 395.

ب- الاستخدام:

لغة: سؤال للخدمة أو اتخاذ الخادم.

سؤال: استخدمه إذا سأله أو يخدمه أو يتخذه خادما.

اصطلاحا: يعرفها "يافيس فرنسوا لوكوياديك" أنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في مجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينها يصبح الاستعمال متكررا ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام.⁴

التعريف الإجرائي: يعتبر نشاط اجتماعي متحول إلى نشاط شخصي في المجتمع المؤسساتي وهذا بفضل التكرار والأقدمية هذا ما يجعل استعمالات الموظفين المتكررة واندماجها في ممارسات وعادات العاملين في المؤسسة يدفعنا للقول على أنها استخدامات في المؤسسة.

ت- مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرف مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي بأنه منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن تم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول أو جمعه مع أصدقائه.⁵

كما تعرف على أنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت تتيح فرصة لتواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم، وفق مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء ويتم هذا كله عن طريق خدمات التواصل المباشر، وبالتالي فهي تعرف على أنها خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية (Profile) عامة خلال نظام محدد.

وتعرف أيضا على أنها تركيبة اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من أفراد وجماعات أو مؤسسات وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا، كطبيعة الاجتماعية أو المعتقدات التي ينتمي إليها الشخص أو الفرد.⁶

⁴ عبد الله ياسر نعيم، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالإغتراب السياسي لدى الشباب في الجامعات الفلسطينية (عمان: دار الراهبة للنشر والتوزيع، 2017)، ص 63.

⁵ الطيار فهد بن علي، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة، تويتر نموذج (الرياض: المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، 2013)، ص 202.

⁶ هيتي حسين محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي (الأردن: دار أسامة للنشر، 2015)، ص 82-83.

ويعرفها "المقدادي" في كتابه "ثروة الشبكات الاجتماعية" على أنها مواقع التواصل الاجتماعي (**Social Media Web**) هي مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها بسهولة أو المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام.⁷

التعريف الإجرائي:

وبالتالي فمواقع التواصل الاجتماعي هي مصطلح يطلق على مواقع مجتمعة على شبكة الانترنت لها خاصية إتاحة الفرص للتواصل وتبادل المعلومات والتعارف والتقارب بين عمال الإدارة في بيئة تنظيمية افتراضية ضمن موقع أو نظام معين يجمعهم ويساعدهم في تحقيق أهدافهم وأهداف المؤسسة التي ينتمون إليها وهذا باختلاف اهتماماتهم وميولاتهم من موظف لأخر، وكذا اختلاف هذه المواقع حسب مسمياتها المتعددة (فيسبوك، واتساب، إيميل...).

ث - الإدارة:

وتعني أدار الشيء أي تعاطاه ومنه فالمدبر هو الذي يتولى النظر في الشيء.⁸

إدارة (اسم) من فعل دار، يدير، فالفاعل هنا هو مدير، ومفعوله دار، نقصد أن المدير هو المسئول عن تولي أو تعاطي أو تحمل المسؤولية في تدبير الأمر والنظر فيه من حيث التخطيط والتنظيم.⁹

لقد أشار "دراكر" أن الإدارة مهنة واحتراف، والإدارة شيء مستقل عن الملكية أو السلطة، فهي وظيفة موضوعية ينبغي أن تكون مبنية على أساس متين من مسؤولية الأداء والالتزام به، وهي احتراف، وعمل تخصصي ونظام، كما تعرف الإدارة بأنها فرع من العلوم الاجتماعية هي عملية تخطيط وتنظيم للمشاريع التجارية بهدف تحقيق أهداف معينة، ويشير "بيتر دراكر" وهو أحد الشخصيات الإدارية أن الإدارة هي القوة المحركة للعمل وهدفها الأساسي هو الابتكار والتسويق معا، أي هي مهنة واحتراف في نفس الوقت.¹⁰

التعريف الإجرائي:

⁷ المقدادي خالد غسان يوسف، ثروة الشبكات الاجتماعية (الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع، ط 1، 2013)، ص 24.

⁸ الخفاجي نعيمة عباس، الهيئي صلاح الدين، تحليل أسس الإدارة العامة (منظور معاصر) (الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009)، ص 18.

⁹ المساعدة ماجد عبد المهدي وآخرون، مبادئ علم الإدارة (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2016)، ص 138.

¹⁰ الخفاجي نعيمة عباس، الهيئي صلاح الدين، المرجع السابق، ص 18.

هي وظيفة تنفذ من خلالها الأعمال وهذا بإشراف مسؤول أيا كانت رتبته عن طريق موظفين باستخدام التخطيط والتنظيم والرقابة والتوجيه لغرض تحقيق الأهداف الشخصية والجماعية للمؤسسة بكفاءة وفعالية متناهية مع مراعاة حاجات واشباعات الموظفين والتأثير الداخلي والخارجي المحيط بالمؤسسة.

ج- الاتصال الإداري:

الاتصالات هي تفاعلات أو تعامل طرفين أو أكثر في موقف معين لتبادل المعلومات بهدف تحقيق تأثير معين لدى أي أو كل من الطرفين، أو هي تبادل رسائل بين أطراف مختلفين باستخدام وسائل قنوات للتوصيل، الاتصالات عملية تأثير متبادل بين طرفين أو أكثر بهدف كل منهما للسيطرة على سلوك الآخر.¹¹

ولا شك بأن هناك اتفاقا تاما على ضرورة وجود نظام الاتصال فعال في المؤسسة، لكن هناك اختلافا في تحديد تعريف دقيق للاتصال، فقد عرف الاتصال على أنه:

- تبادل المعلومات وإرسال المعاني، وهذا جوهر عمل المؤسسة.
- الاتصال هو نقل وإدراك الأفكار والمعلومات والمشاعر والمعاني بين الأفراد والمجموعات.

لكن عرف "كونتزر" وزملائه فن الاتصال على أنه:

إرسال وتحويل للمعلومات من المرسل إلى المستقبل مع ضرورة فهم المعلومات من قبل المستقبل (المستلم).

أما "مكفارلاند" فعرف الاتصال بالصورة التالية:

الاتصال بشكل واسع عملية تفاعل ذات مغزى بين الأفراد، تستخدم كلمة الاتصال بمعاني متعددة تتدرج من التفاعل بين الأفراد إلى استخدام شبكات الاتصال التكنولوجية، بل وحتى وسائل المواصلات المتقدمة والمتطورة، ويؤكد ذلك أيضا على أن الاتصال يحدث عندما يتبادل الأفراد المعلومات، أي عندما يتبادلون الرسائل فيما بينهم.¹²

يعرف الاتصال في إطار علم اجتماع بأنه: "عملية تفاعل بين طرفين، وضرورة من ضروريات استمرارية الحياة الاجتماعية لتحقيق التكامل الاجتماعي"¹³.

¹¹ السلمي علي، إدارة الموارد البشرية (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، مكتبة الإدارة الجديدة، 1996)، ص 321.

¹² الصديقي سلوى عثمان، بدوي هناء حافظ، أبعاد العملية الاتصالية (مصر: المكتب الجامعي الحديث، 1999)، ص 10.

¹³ الصديقي سلوى عثمان، بدوي هناء حافظ، المرجع السابق، ص 11.

تعني عملية الاتصال "إبصال المعلومات والفهم وذلك بغرض إيجاد التغيير المطلوب في سلوك الآخرين، ولذلك فهي عملية تتكون على الأقل من مرسل واحد ومستقبل واحد، فترسل المعلومات والفهم من المرسل إلى المستقبل، ثم رد إلى المرسل المعرفة بما أحدثته من أثر في المستقبل"، كما تعني أيضا الوسائل المستخدمة لنقل البيانات خلال دورة المعلومات (التسجيل، التوبيب، التخزين، الاسترجاع، الاستخدام).¹⁴

التعريف الإجرائي:

هو عبارة عن تفاعلات ومبادلات وتعامل بين موظفين أو أكثر في مواقف معينة يتبناها الطرفين وهذا لتبادل المعلومات وخلق تأثير من أي طرف كان باستخدام وسائل التواصل تظهر من خلالها سيطرة سلوك موظف على آخر، وهذا بوجود نظام اتصالي فعال في المؤسسة شريطة أن يتم فهم المعلومات من قبل المستقبل، مع مراعاة الرتبة والمسؤولية والهرم الإداري في العملية الاتصالية بين موظفي المؤسسة لتحقيق أهدافها.

ح- الكفاءة الرقمية:

هي أحدي متطلبات التحول الرقمي وهي مهارات تعتمد على استخدام الحاسوب واستخدام شبكة الإنترنت وتتميز بالشمولية والتفاعلية والتكاملية والتنوع والمرونة والتحديث المستمر، وهي توفر الوقت والجهد والتكلفة وتصل للمتعم من أي مكان وفي أي وقت لتتصل بمهاراته وتطورها من خلال التعاون والمشاركة التي أتاحتها أدوات وخدمات الإنترنت.

وتعرف بأنها: امتلاك الفرد للمهارات والخبرات والقدرة العلمية، والتعلم الذاتي عند استخدامه للتكنولوجيا الحديثة، والتي تتطلب امتلاكه الثقافة المعلوماتية، الثقافة الإعلامية، ثقافة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تعكس الاستخدام الفاعل، كما يعرفها (غروزينياك، ميرشان، بونتيني) (**Gruszczynska, Merchant, Pountney**) بأنها مجموعة من المهارات التي يمتلكها الفرد للوصول إلى شبكة الانترنت، لإيجاد وإدارة وتحرير المعلومات الرقمية، والانخراط مع المعلومات على الانترنت واتصالات الشبكة.¹⁵

التعريف الإجرائي:

¹⁴ العجلوني موسى طه، إدارة المعلومات والسجلات الطبية (عمان: إدارة الأعمال، ط 1، 1989)، ص 56.

¹⁵ الفحطاني خالد ناصر، مدى توافر الكفاءة الرقمية للذكاء الاصطناعي لدى طلاب كلية التربية جامعة تبوك (جامعة طنطا: مجلة كلية التربية، المجلد 90، أبريل 2023)، ص 494.

هي قدرة الأفراد على استخدام التكنولوجيا الرقمية بفعالية وكفاءة لأداء المهام، التواصل، حل المشكلات، وتطوير الذات في البيئة الرقمية. وتشمل:

- المهارات التقنية (استخدام الأجهزة، البرمجيات، وتطبيقات الويب).
- مهارات التواصل الرقمي.
- الوعي بالأمن السيبراني.
- التفكير النقدي في البيئة الرقمية.

فبالتالي كلما زادت الكفاءة الرقمية لدى الموظفين الإداريين، زادت فاعلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين الاتصال الإداري.

11. المقترح النظري للدراسة:

أ- نظرية الاستخدامات والإشباع:

• مفهومها:

وفق نظرية الاستخدامات والإشباع يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال بهدف الحصول على نتائج خاصة هي الإشباع.

وقد اهتمت أدبيات نظرية الاستخدامات والإشباع بالتمييز بين الإشباع التي يبحث عنها فالإشباع والإشباع المتحققة للجمهور الذي يبحث عنه الفرد ليس بالضرورة هو الإشباع الذي يتحقق بالفعل، كما أن هذين النوعين من الإشباع يؤثران في بعضهما، وقد أثبتت دراسات أن الجمهور يختار وسيلة معينة لإشباع حاجات معينة، فالكتب تلبى حاجة الحصول على المعلومات، والتلفزيون يلبي أكثر حاجة التسلية.

كما يرى "سوانسون" إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباع المتحققة، فبرامج الأخبار والبرامج الثقافية والوثائقية يمكن أن تلبى إشباع الحصول على المعلومات، وبرامج الترفيه والمنوعات والدراما والمسلسلات يمكن أن تلبى إشباع الهروب من المشكلات والاسترخاء والتنفيس وتخفيف التوتر والقلق.

وقد قسم "لوارنس وينر" الإشباع إلى قسمين رئيسيين:

- أ- إشباع المحتوى وتنتج عن التعرض لوسائل الاتصال وتنقسم بدورها إلى:
 - 1- إشباع توجيهية: وتتضمن الحصول على المعلومات، وتأكيد الذات، ومراقبة البيئة.
 - 2- إشباع اجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بمنظومة علاقاته الاجتماعية.

ب- إشباعات العملية وتنتج عن عملية الاتصال نفسها واختيار وسيلة معينة ولا ترتبط بمضمون الوسيلة.¹⁶

- فروض النظرية:

قامت نظرية الاستخدامات والإشباعات على عدد من الفروض العلمية التي أخضعتها دراسات المتخصصين للبحث والتحليل. ولعل الفروض الخمسة التي ذكرها (كارتز وزملاؤه) هي من أفضل ما ذكر في التراكم النظري، ويمكن تلخيصها في الآتي:

- أن الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يبحث عنها الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار المضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليس العكس.
- يستطيع الجمهور أن يحدد حاجاته ودوافعه، ومن ثم يختار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.¹⁷

- الانتقادات الموجهة للنظرية:

وجه باحثون مجموعة من الانتقادات لنظرية الاستخدامات والإشباعات من أبرزها:

- 1- لا تصلح النظرية للتعميم لأن الاستخدامات والإشباعات من وسائل الاتصال تختلف باختلاف الثقافات وباختلاف العوامل السكانية.
- 2- لا تستطيع النظرية تفسير السلوك الاتصالي بدقة فالمحتوى الاتصالي يحقق وظائف لبعض الأفراد في حين يسبب اختلالاً وظيفياً لأفراد آخرين.
- 3- هناك مشكلة تتعلق ببحوث الإشباع التي تركز على المحتوى حيث أنها تقوم بالنسبة إليهم على افتراض أن المضمون يشبع حاجات معينة لدى الجمهور رغم أن هذه المواد قد لا تكون هامة أو لا تشبع احتياجاً معيناً لدى الجمهور.
- 4- وصف بعض النقاد نظرية الاستخدامات والإشباعات بأنها مدخل فردي مما يصعب ربطها بالبناءات الاجتماعية الأكبر.

¹⁶ الحاج كمال، نظريات الإعلام والاتصال (الجمهورية العربية السورية: من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020)، ص 102.

¹⁷ البشر محمد بن مسعود، نظرية التأثير الإعلامي (الرياض: مكتبة العبيكان للنشر، ط 1، 1435 هـ)، ص 135.

- 5- يعتقد بعض النقاد أن النظرية يشوبها غموض في بعض عناصرها ومحدداتها، ويصفون النظرية أنها مجرد أسلوب لجمع البيانات.
- 6- تعاملت النظرية مع فئات عامة من المضمون في حين يعد اختلاف نوع المحتوى مؤثرا إلى حد بعيد في النتائج.
- 7- يمكن أن يكون لمصطلح الوظيفية الذي تترجمه نظرية الاستخدامات والإشباع أكثر من معنى فقد يعني هدفا أو نتيجة أو توقع أو مطلب، مما يؤدي إلى مزيد من الالتباس في مفاهيم النظرية ذاتها، وفي أهدافها.
- 8- قد لا تصلح النظرية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ووسائلها.
- 9- قد يحدث تداخل بين وظائف وسائل الإعلام، ووظائف الأجهزة والمؤسسات الأخرى في المجتمع.¹⁸

• إسقاط على موضوع الدراسة:

من خلال دراستنا للموضوع تبين أن نظرية الاستخدامات والإشباع تفترض أن الموظف في المديرية يختار الوسيلة الاتصالية المناسبة التي تلبي احتياجاته ودوافعه، فهي تركز على ما يفعله الموظف بالوسيلة وليس بما تفعله الوسيلة به، فالموظفون ومدير مديرية الشباب والرياضة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق إشباع معينة تتعلق بالاتصال الإداري، مثل:

- تسريع تداول المعلومات.
- تسهيل التنسيق بين الإدارات.
- تحسين التفاعل بين الموظفين.
- تعزيز الشفافية الإدارية.
- تقوية العلاقات الاجتماعية بينهم.

ومن أنواع الإشباع التي تحققها وسائل التواصل الاجتماعي في السياق الإداري نذكر منها:

- الإشباع المعلوماتي: الوصول السريع إلى التوجيهات والتعليمات والقرارات الإدارية.
- الإشباع الوظيفي: تسهيل تنفيذ المهام من خلال مجموعات العمل (واتساب، فيسبوك، تليغرام).
- الإشباع التفاعلي: المشاركة في النقاشات، التعبير عن الآراء، والتفاعل الفوري مع الإدارة.
- الإشباع التنظيمي: تحسين التنسيق الداخلي وزيادة الانسجام بين الإدارات المختلفة.
- الإشباع الزمني: اختصار الوقت المستغرق في نقل الرسائل الإدارية.

¹⁸ الحاج كمال، المرجع السابق، ص 103.

أما بالنسبة لدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال الإداري فهي كالاتي:

- رغبة في السرعة والمرونة مقارنة بالوسائل التقليدية.
- الحاجة إلى الوضوح والتوثيق (عبر الرسائل المكتوبة).
- السعي نحو التواصل المستمر والفوري.

وبالوصول إلى النتائج المتوقعة من تطبيق النظرية على موضوع الدراسة نجد أنه إذا فعلت وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة استراتيجية في مديرية الشباب والرياضة، فإن ذلك يؤدي إلى:

- تحسين مستوى الاتصال الإداري بشكل عام.
- زيادة رضا الموظفين عن أدوات الاتصال المتاحة.
- تعزيز ثقافة العمل الجماعي والمشاركة.
- رفع مستوى الكفاءة الإدارية واتخاذ القرار.
- محاولة حل مشكلات التواصل البيروقراطي.

وبالتالي نظرية الاستخدامات والإشباع تتيح لنا **فهم كيف ولماذا** يلجأ العاملون في المجال الإداري إلى وسائل التواصل الاجتماعي، فبدلاً من النظر إليها كوسائل ترفيه فقط، يظهر دورها الوظيفي والإداري كأداة اتصال فعالة تلبي احتياجات حقيقية داخل بيئة العمل.

ب- نظرية البنائية الوظيفية:

• مفهومها:

شغلت البنائية الوظيفية حيزاً كبيراً في أدبيات علماء الاجتماع خاصة في بدايات القرن العشرين، واحتلت مكانة مرموقة بين نظرياته وهي تعتبر من بين النظريات الكبرى التي حاولت تقديم تفسيرات شاملة وواسعة النطاق تنطبق على مختلف المجتمعات والتي تركز مقولة أن الواقع الاجتماعي يرتبط بظروف الحياة التي يعيشها الفرد بكل تعقيداتها وأبعادها، ومن ثم فإن هذه النظرية بمختلف تفرعاتها قد ساهمت في فهم المجتمع وحركيته وما ينطوي عليه من أنساق.

إن المقصود بالبنائية الوظيفية هو كل البحوث والدراسات التي يتمحور اهتمامها في شكل أو بناء أي وحدة، أو يكون محور الاهتمام هو الوظائف التي تؤديها الوحدة في إطار البناء العام للوحدات أو البناء الكلي.

والبنائية الوظيفية تركز على الوظائف والأدوار التي تقوم بها الوحدات المكونة للكل، فمثلا إذا أردنا تطبيق مصطلح البناء على المجتمع فإننا نقول البناء الاجتماعي المراد به مجموعة العلاقات الاجتماعية المتباينة التي تتكامل وتتسق من خلال الأدوار الاجتماعية، أما الوظيفة فالمقصود بها الدور الذي يسهم به الجزء في الكل.¹⁹

ويعرف البعض النظرية البنائية الوظيفية بأنها رؤية سوسيولوجية تهدف إلى تحليل ودراسة بنى المجتمع من ناحية والوظائف التي تقوم بها هذه البنى من ناحية أخرى.²⁰

وينظر أصحاب الاتجاه البنائي الوظيفي، وعلى رأسهم "تالكوت برسونز"، إلى المجتمع باعتباره نسقا اجتماعيا مترابطا داخليا، ينجز كل جزء من أجزائه أو مكون من مكوناته وظيفة محددة، بحيث أن كل خلل أو تغيير في وظيفة إحدى مكوناته ينجر عنه تغيير في باقي أجزاء النسق.²¹

• فروض النظرية:

- **يقوم الاتجاه البنائي الوظيفي على فرضية مؤداها:** المجتمع هو نسق مؤلف من مجموعة نظم اجتماعية، وأنماط محددة للاتصال، إن النظم الاجتماعية خاضعة لتنظيم محدد، وأنماط الفعل الاجتماعي مبنية في هيكل خاص بها.²²
- **المجتمع:** نظام، يتألف من عدد من الأجزاء المترابطة، أي كل يتضمن أجزاء يعتمد كل منها على الآخر، ويهتم الاتجاه الوظيفي بدراسة العلاقة بين هذه الأجزاء وبين المجتمع ككل، الكل يكون قبل الأجزاء، ولا يمكن فهم أي جزء منفردا، مثال: المؤسسات القانونية، المعتقدات الثقافية لا تفهم إلا بإرجاعها للكل.
- إن فهم الجزء بإرجاعه للكل، لأن الجزء يقوم بوظيفة المحافظة على توازن الكل والعلاقة بين الأجزاء والكل علاقة وظيفية.
- الاعتماد المتبادل بين الأجزاء هو اعتماد متبادل وظيفي، والتساند فيما بينها هذا ما يعمل على المحافظة على الكل وتدعيمه.

¹⁹ معن خليل، نظريات معاصرة في علم الاجتماع (عمان-الأردن: دار الشروق، 1997)، ص 157-158.

²⁰ حجازي أكرم، موجز في النظريات الاجتماعية التقليدية والمعاصرة (دراسة) (الجمهورية اليمنية: جامعة تعز، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، 1996)، ص 35.

²¹ عبد المعطي عبد الباسط، الهواري عادل مختار، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع (الإسكندرية: دار المعرفة، 1986)، ص 99.

²² محمد علي محمد، تاريخ علم الاجتماع: الرواد والاتجاهات المعاصرة (الإسكندرية-مصر: دار المعرفة الجامعية، 1983)، ص 444-445.

- العلم الطبيعي وخاصة علم الأحياء هو المثل الأعلى للوظيفية (المماثلة العضوية)، فنظرة الوظيفية للمجتمع مستمدة من النظرة العضوية لأجزاء الكائن الحي.²³

• الانتقادات الموجهة للنظرية:

إن النظرية البنائية الوظيفية تعرضت لأوجه نقد عديدة وأهمها هو إهمالها لمشاكل التغيير الاجتماعي، أو كيف ولماذا يحدث هذا التغيير.

قد يكون أهم نقد وجه إلى نظرية البنائية الوظيفية وخاصة "يارسونز"، باعتباره أشهر ممثلي النظرية الوظيفية المعاصرين، هو ذلك النقد الذي وجهه عالم الاجتماع الأمريكي "رايت ميلز" في كتابه (التصورات السوسولوجية)، فقد رأى أن "يارسونز" قد حول كل أبنية المجتمع إلى مجالات رمزية، وهو بهذه الكيفية يقدم تبريرا أخلاقيا لاستمرارية ذوي السلطة في المجتمع في التحكم فيه، ويضفي على حكمهم صفة المشروعية.

إن تأكيد "يارسونز" على فكرة التوازن عن طريق الخضوع للمعايير السائدة والمشاركة بين الناس، إنما هو تحذير من أي تمرد أو محاولة لتغيير الأوضاع القائمة، كما أن افتراض أن هناك قيما ومعايير مشتركة بين جميع الأفراد لا يستند إلى أي أدلة إمبريقية.²⁴

وقد إنهم "يارسونز" بأنه تقبل الأسطورة الأمريكية التي تحت على الثبات الاجتماعي أكثر من اهتمامه بقضايا التغيير الاجتماعي.²⁵

كما ينتقد "يويوف" عالم الاجتماع الروسي النظريات الوظيفية على أساس أنها تصور المجتمع على أنه نظام أبدي لا يعرف التطور والانتقال إلى وضع جديد، كما أنه يفسر الحياة الاجتماعية بمناهات من الجدل المدرسي الكلامي والتصورات القيمية البعيدة والمنفصلة عن الحياة الواقعية.

كما إن نقد "يارسونز" على أساس أنه يقرر أن بواعث وأهداف الأفعال الاجتماعية لا تحددها الأسباب المادية، بل تحددها سيكولوجية الأفراد بوصفهم ممثلين يقومون بأدوار محددة لهم من قبل أن تحددها القيم التي يعتبرها مطلقة وأبدية، لأن مصدرها هو مجال غير حسي أو تجريبي، أي أنه يضفي عليهم صفة

²³ غربي علي، علم الاجتماع الثنائيات النظرية: التقليدية - محدثة (جامعة منتوري قسنطينة-الجزائر: مخرج علم الاجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2000)، ص 96-97.

²⁴ الملاح أمل إبراهيم، البنائية الوظيفية (بوابة روز اليوسف، [11 أوت 2013، 07:53])،

<http://www.rosaelyoussef.com/news/42865>

²⁵ الحوات علي، النظرية الاجتماعية "اتجاهات أساسية" (فاليما مالطا: منشورات إلجا ELGA، 1989)، ص 104.

الألوهية، وهنا يتفق "يارسونز" مع كل من يبررون للسلطة حكمها في كل زمان بادعاء أنها ممثلة لإرادة الله.²⁶

يؤخذ على الاتجاه البنائي الوظيفي أنه أحادي النظرة، بمعنى أنه لا يرى ويبحث في النسق الاجتماعي إلا أبعاد التوازن والوظائف وتحقيق الأهداف، فلا يهتم بتحليل أبعاد أخرى مثل أبعاد التغيير والاضطراب والأمراض والمشكلات الاجتماعية.

انصب التركيز على الجوانب الثابتة من النسق الاجتماعي، والأبعاد الثقافية للنسق كانت أكثر استخداماً في التفسير من غيرها من مكونات النسق.

أهمل جانب الصراع الاجتماعي، والذي هو عنصر أساسي في فهم تغير وتطور المجتمعات الإنسانية الصناعية والنامية.²⁷

وأهم نقد وجه لـ "يارسونز" بأنه استخدم مصطلحات علم النفس كالدوافع، الشخصية حيث وصفت نظريته بأنها ذات طابع سيكولوجي أكثر منه سوسيولوجي.²⁸

• إسقاط على موضوع الدراسة:

لإسقاط نظرية البنائية الوظيفية على موضوع دراستنا، يمكننا بناء التحليل كما يلي:

❖ مواقع التواصل الاجتماعي كعنصر وظيفي:

في إطار البنائية الوظيفية، يمكن النظر إلى مواقع التواصل الاجتماعي (مثل الفيسبوك، الواتساب، تيليجرام...) كـ "بنى حديثة" ضمن النظام الإداري في مؤسسات كمدريات الشباب والرياضة، وتؤدي وظائف معينة في هذا السياق، منها:

➤ وظيفة الاتصال:

- تسهل تبادل المعلومات والأوامر بين الموظفين والمديرين بسرعة وفعالية.
- تقلل من الفجوة بين الإدارة العليا والميدانية.

➤ وظيفة التنسيق:

- تنظم العمل الإداري وتتيح متابعة النشاطات الميدانية والفعاليات الشبابية لحظياً.

²⁶ الملاح أمل إبراهيم، المرجع نفسه.

²⁷ الحوات علي، المرجع نفسه، ص 104.

²⁸ الفوال صلاح مصطفى، معالم الفكر السوسيولوجي المعاصر (القاهرة: دار الفكر العربي، 1982)، ص 166.

- تسهل توحيد الرؤية وتوزيع المهام بين الأقسام.

➤ وظيفة الدعم الرمزي:

- تعزز صورة المديرية لدى الجمهور وتروج لبرامجها وأنشطتها.

- تعمل كقناة لبناء الهوية التنظيمية.

❖ أهمية استخدام مواقع التواصل في البنية الإدارية:

وفقا للوظيفة، فإن استخدام وسائل التواصل:

- يحقق التكيف: مع التغيرات التكنولوجية والاجتماعية التي يعيشها المجتمع والمؤسسة.

- يدعم الاستقرار الإداري: من خلال تحسين جودة الاتصال وتقليل سوء الفهم.

- يساهم في الاندماج البنوي: بربط مختلف الأقسام والموظفين بوسائل رقمية موحدة.

❖ الاختلال الوظيفي: إن وجد وفق "روبرت ميرتون"، أي عنصر قد يؤدي إلى اختلال وظيفي، ومن هنا:

الاستخدام السيئ أو العشوائي لهذه الوسائل، مثل: (الرسائل غير الرسمية أو الإشاعات) قد يؤدي إلى اضطراب إداري.

غياب سياسة واضحة لاستخدام هذه الأدوات قد يسبب تضاربا في الاتصال الرسمي.

❖ الاستنتاج

من منظور البنائية الوظيفية، يمكن اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي:

- أدوات بنوية جديدة في النظام الإداري.

- تساهم في تعزيز وظائف الاتصال، التنسيق، والاندماج داخل المديرية.

- لكن فعاليتها مشروطة بوجود إطار تنظيمي واضح يضبط استخدامها لتحقيق التوازن والاستقرار الإداري.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

تمهيد

بعد تناولنا في الفصل السابق الإطار المنهجي لمتغيرات مواقع التواصل الاجتماعي والاتصال الإداري، سيتم في هذا الفصل الإجابة على تساؤلات البحث من خلال تحليل محاور الاستبيان المعتمد عليه في الدراسة كأداة لجمع البيانات، ومن ثم دراستها وتحليلها وتفسيرها مستعينين في ذلك ببرنامج SPSS وتفسير النتائج في إطار اختبار فرضيات الدراسة والخروج بجملة من الاقتراحات والتوصيات. وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى عنصرين إثنين:

- الطريقة والأدوات.
- النتائج والمناقشات.

1. الطريقة والأدوات

يتناول هذا المبحث وصفا للإجراءات التي تم إتباعها في تنفيذ الدراسة، من العينة، وصولا إلى طريقة إعداد أداة الدراسة (الاستبيان) والتأكد من صدقها وثباتها وبيان إجراءات الدراسة، والمعالجات الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل البيانات.

أولاً: المجتمع والعينة

1- مجتمع الدراسة:

أ/ تقديم المؤسسة:

إن العلم في تطور مستمر منذ نشأة البشرية فهو حافل بالإنجازات العظيمة والاكتشافات العلمية والمتبع للتطور السريع الذي يغزو عالمنا المعاصر نجد أن التكنولوجيا هي رائد هذا التطور الذي يساير خطوات التقدم والرقي في شتى المجالات ولاسيما مجال المعلوماتي، باعتبارها حتمية وتتجسد هذه الحتمية في الدور الفعال الذي يلعبه الحاسوب في المؤسسات الاقتصادية فهو الذي انتزع تفكير جميع المؤسسات والأفراد التي تسعى جاهدة إلى توفير أحسن الخدمات ومسايرة التطورات ولتحقيق ذلك كان لا بد من توفير برامج تواكب التكنولوجيا.

وقد كانت المؤسسات الاقتصادية والإدارية على رأسهم مديرية الشباب والرياضة السباقة في مواكبة هذا التطور التكنولوجي، إذ تقع هذه المؤسسة في وسط مدينة ورقلة بجانب بلدية ورقلة يحدها شرقا المدرسة الابتدائية عائشة نواصر، غربا المديرية الفرعية للتعمير والبناء، أما شمالا ساحة 27 فبراير 1962 (بلدية ورقلة) وجنوبا سكنات خاصة.

تعتبر الدراسة التمهيدية مرحلة أساسية وضرورية لإنجاز قاعدة معطيات متكاملة، حيث تركز فيها على جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات الخاصة بالنظام الموجود في المصلحة المعنية بالدراسة، وذلك من خلال متابعة سير المعلومات ودراسة تامة للوثائق والمناصب، ومن ثمة تقديم نقد يلخص مصاعب النظام الموجود، مما يسهل في اقتراح حلول ممكنة لهذه المصاعب، وتتم هذه الدراسة بإتباع الخطوات التالية:


ب/ التعريف بمديرية الشباب والرياضة:

لقطاع الشباب والرياضة بولاية ورقلة مكانة مميزة لدى السلطات المحلية وذلك من خلال العمل الجاد الذي يقدمه مستخدميه وكذا الإطارات الشبانية والرياضية لفائدة الشريحة الشبانية والحركة الجموعية لاسيما من حيث المنجزات الهيكلية والنشاطات المنظمة وكذلك التكفل بكل انشغالات الشباب وطموحاته حسب توجيهات الوصاية والتوصيات السلطات المحلية ليبقى القطاع دوما في تطور.

ت/ تطور التاريخي:

في سنة 1962 إلى غاية 1979 كانت المؤسسة باسم مديرية الشباب والرياضة والسياحة، وفي سنة 1980 أصبحت المديرية مصلحة مستقلة بذاتها تابعة لقسم استثمار الموارد البشرية باسم مصلحة الشباب والرياضة وبموجب المرسوم الوزاري رقم: 23490 الصادرة بتاريخ: 28 جويلية 1990 الذي ينص على إنشاء مديرية ترقية الشباب والرياضة إلى غاية سنة 1994 إذ أصبحت المديرية مستقلة تحمل اسم الشباب والرياضة وبموجب المرسوم رقم: 93/283 الصادر بتاريخ: 1993/11/23 ثم تلاه صدور المرسوم رقم: 06/345 المؤرخ في: 2006/09/28 الذي يحدد قواعد تنظيم مديريات الشباب والرياضة للولاية وسيرها.

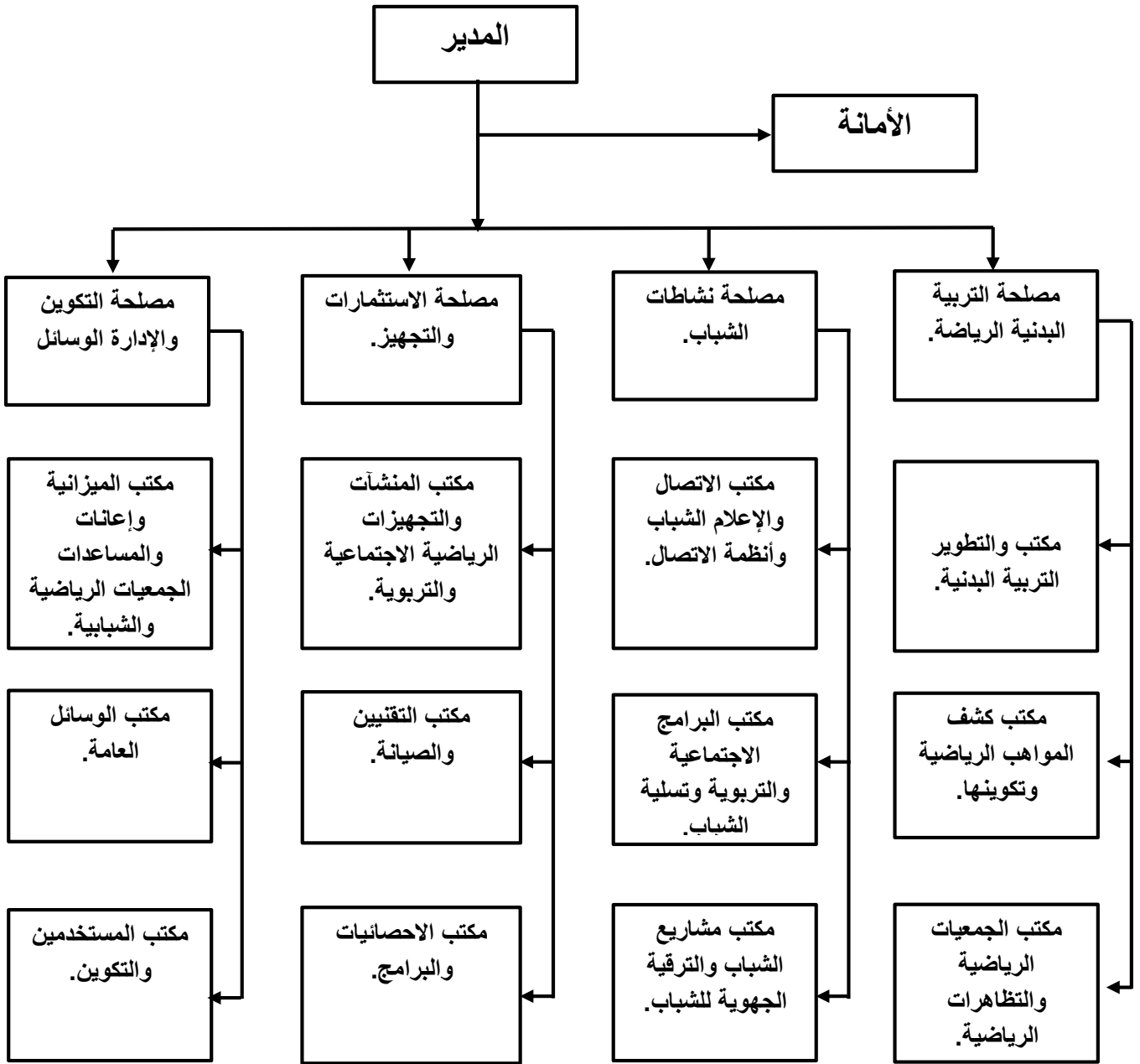
ث/ بطاقة فنية حول مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة:

	رمز المؤسسة
029-70-38-75	رقم الهاتف الخاص بالمديرية
http://www.mjs.gov.dz	الموقع الالكتروني
djsouargla@mjs.gov.dz	البريد الالكتروني
مديرية الشباب والرياضة - ورقلة.	صفحة الفايسبوك
شارع الأمير عبد القادر - ورقلة.	الموقع الرئيسي

الجدول رقم (01): جدول البطاقة الفنية حول مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة

المصدر: بناء على العمل الميداني للطلبيين.

ج/ الهيكل التنظيمي لمديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة:



الشكل رقم(01): الهيكل التنظيمي لمديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة.

المصدر: بناء على العمل الميداني للطلابين.

ح/ شرح الهيكل التنظيمي لمديرية الشباب والرياضة ورقلة:

- **المدير:** هو المسؤول الذي يدير المديرية ويقوم بالسهر على تسيير شؤونها.
- **الأمانة:** هي المشرفة على التسيير الجيد لمصالح المديرية.
- **المصالح:** مقسمة إداريا إلى (04) مصالح:

✓ مصلحة التربية البدنية والرياضة:

- تقوم بالإلمام بكل ما يخص النوادي والرابطات الرياضية وهي تحتوي على 03 مكاتب:
- مكتب الجمعيات الرياضية والتظاهرات الرياضية.
 - مكتب كشف المواهب الشابة وتكوينها.
 - مكتب التربية البدنية والرياضة.

✓ مصلحة نشاطات الشباب:

تقوم هذه المصلحة بمتابعة المشاريع الشبانية والاصغاء إلى تطلعاتهم وتحتوي هذه المصلحة على 03 مكاتب:

- مكتب مشاريع الشباب وترقية الحركة الجمعوية للشباب.
- مكتب الاتصال وإعلام الشباب وأنظمة الاتصال.
- مكتب البرامج الاجتماعية والتربوية وتسليية الشباب.

✓ مصلحة الاستثمارات والتجهيزات:

مهام هذه المصلحة متابعة البرامج التنموية المسجلة لفائدة قطاع الشباب والرياضة وهي تحتوي على 03 مكاتب:

- مكتب المنشآت والتجهيزات الرياضية والاجتماعية والتربوية.
- مكتب التقييس والصيانة.
- مكتب الاحصائيات والبرامج.

✓ مصلحة التكوين والإدارة الوسائل:

إذ تحتوي على 03 مكاتب وهي:

- مكتب الميزانية وإعانات والمساعدات الجمعيات الرياضية والشبابية.
- مكتب الوسائل العامة.

- مكتب المستخدمين والتكوين: وهو المكتب المعني بالدراسة من مهامه ضمان تسيير المستخدمين ومسك الملفات الإدارية ومتابعة المسار المهني للموظف منذ التعيين إلى غاية الاستقالة أو الإحالة على التقاعد أو الوفاة:

- ضمان حقوق الموظف في الترقية في الدرجات وفي الرتب.
- إعداد المخطط السنوي لتسيير الموارد البشرية والمصادقة عليه من طرف مصالح الوظيفة العمومية.
- إعداد جداول الترقية وقوائم التأهيل.
- الإعلان عن مسابقة التوظيف والامتحانات المهنية وتحديد تعداد المناصب المالية خلال السنة.
- متابعة تطبيق النصوص القانونية لتسيير الموارد البشرية ووضعيات الموظفين.

- إعداد حصيلة الشغل السنوية.
- إعداد استمارات التقييم السنوي للموظفين.
- إعداد رزنامة العطل السنوية ومتابعتها.
- ضمان تحسين المستوى المهني للموظفين طبقا للقوانين الاساسية الخاصة لكل سلك.
- ضمان اجتماعات اللجان المتساوية الأعضاء.

خ/ نشاطات مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة:

- تطوير البرامج الاجتماعية التربوية والترفيهية وترقية الحركة الجموعية للشباب والرياضة، وكذا هياكلها وتطويرها وتنشيطها.
- تنفيذ البرامج الهادفة للاندماج الاجتماعي للشباب، والمشاركة المتصفة بالمواطنة وترقية مبادرتهم وكذا مكافحة الآفات الاجتماعية والعنف، والتهميش بالاتصال مع المصالح والهيئات المعنية للولاية.
- ضمان متابعة برامج الاستثمار وإنجاز الهياكل الأساسية، وكذا تقييمها وتصديقها وصيانتها وحفظها.
- وضع تنظيمات وأقطاب انتقاء المواهب الرياضية الشابة وتوجيهها وتكوينها وتطوير هذه التنظيمات والأقطاب ومتابعتها وترقية الممارسات الرياضية التنموية.
- إعداد مخطط تطوير الرياضة للولاية بالتنسيق مع مجمل الهياكل والهيئات المعنية.
- تنفيذ برامج ترقية وتعميم التربية البدنية والرياضة لاسيما في الوسط التربوي والتكوين وإعادة التربية والوقاية بالاتصال مع المصالح والهيئات المعنية للولاية.
- إعداد برامج الإعلام والاتصال والإصغاء للشباب وتطويرها وتنشيطها.
- السهر على تطبيق التنظيم المتعلق بسير المؤسسات وهيئات الشباب والرياضة الموجودة في الولاية واستغلالها وتسييرها.
- مساعدة الحركة الجموعية في التكفل بأهداف الاستراتيجية الوطنية لتطوير التربية البدنية والرياضية والسهر على تطوير صيغ الشراكة في هذا المجال.

د/ أهداف مديرية الشباب لولاية ورقلة:

- النهوض بالشباب رياضيا واجتماعيا وثقافيا.
- دعم القيم الاخلاقية والروحية والرياضية والاجتماعية.
- تقديم المساعدات التقنية للشباب لإنجاز مشاريعهم.
- وضع في متناول الشباب المعلومات التي من شأنها أن توجههم وتسهل في ادماجهم في الميادين الاجتماعية والثقافية.
- تطوير النشاطات الجوارية والمساهمة في ترقية الحركة الجموعية في أوساط الشباب ومرافقتها.
- تنظيم الأعمال العامة والتربية الصحيحة والاصغاء النفسي لفائدة الشباب.

- تنظيم نشاطات الهواء الطلق والسياحة التربوية للشباب وتشجيعها.

2- عينة الدراسة:

إن اختيار العينة المناسبة للبحث من العناصر الأساسية والمهمة في بداية العمل الميداني، وبناء على أهداف الدراسة تم تحديد عينة من 40 موظف في المؤسسة محل الدراسة (عينة عشوائية)، حيث تم توزيع 40 استبانة، والجدول أدناه يوضح ذلك:

عدد الاستثمارات الموزعة	عدد الاستثمارات المسترجعة	عدد الاستثمارات الغير مسترجعة	عدد الاستثمارات الملغية	عدد الاستثمارات الصالحة للتحليل
40	00	00	00	40

الجدول رقم(02): عدد الاستثمارات الموزعة والمسترجعة

المصدر: بناء على العمل الميداني للطلابين.

ثانيا: أداة الدراسة

• الاستبيان:

يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الشائعة الاستعمال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث وقد استخدمنا أسلوب الاستبيان كأداة رئيسية في البحث، فحاولنا ربط الاستثمارة بإشكالية وفروض الدراسة، كما وتم الأخذ بعين الاعتبار في تصميمه الدقة والقواعد اللازمة لصياغة أسئلته.

وتم تقسيم استمارة الاستبيان كما هي مبينة في ملاحق الدراسة.

II. النتائج والمناقشات.

أولاً: عرض وتحليل النتائج.

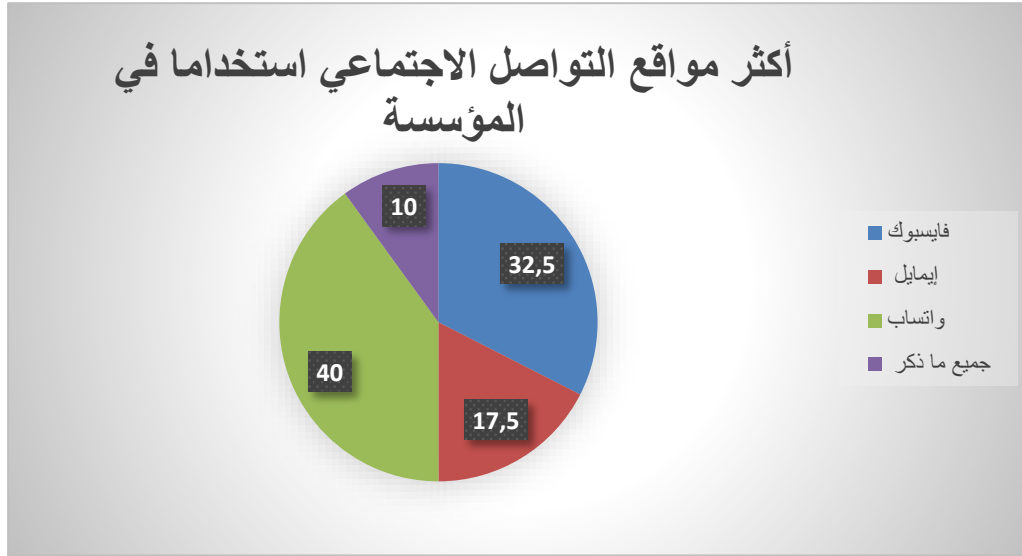
إن المعلومات والمعطيات المتحصل عليها من خلال أجوبة الأفراد في العينة لا تكون فاعلة وذات أهمية إن لم تخضع إلى التحليل والدراسة، ومن تم تساعد على استخلاص النتائج.

1- ما هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي الذي تستخدمه في عملك بالمؤسسة؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
32,5	13	فايسبوك
17,5	7	إيميل
40,0	16	واتساب

10,0	4	جميع ما ذكر
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 03: أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً في المؤسسة.



الشكل رقم 02: يمثل مواقع تواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً في المؤسسة.

تحليل وتفسير الجدول:

يتضح من هلال الجدول الذي يعرض توزيع استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية (فيسبوك، إيميل، واتساب، جميع ما ذكر) من قبل عينة مكونة من 40 شخصاً، ويوضح التكرار والنسبة المئوية لكل وسيلة. إليك تحليل النتائج:

التحليل الكمي:

- واتساب هو الوسيلة الأكثر استخداماً بنسبة 40% (16 من أصل 40).
- يليه فيسبوك بنسبة 32.5% (13 شخصاً).
- ثم الإيميل بنسبة 17.5% (7 أشخاص).
- وأخيراً، "جميع ما ذكر" بنسبة 10% (4 أشخاص).

التحليل النوعي:

- تشير النتائج إلى أن واتساب وفيسبوك هما الوسيلتان المفضلتان للتواصل، مما يعكس شعبية تطبيقات التواصل الاجتماعي الفورية، في حين أن استخدام الإيميل أقل نسبياً، مما قد يشير إلى تفضيل وسائل أكثر سرعة وتفاعلية.
- فئة "جميع ما ذكر" تُظهر أن هناك من يستخدم أكثر من وسيلة، لكن نسبتهم منخفضة، ما قد يدل على تركيز الأفراد على وسيلة واحدة مفضلة.

استنتاج:

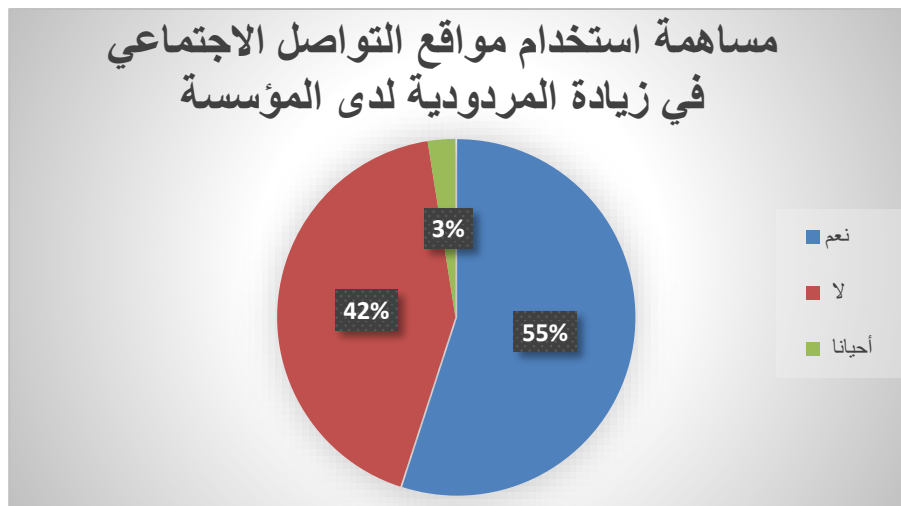
من الواضح أن التطبيقات الحديثة مثل واتساب وفيسبوك تعد الوسائل الرئيسية للتواصل، ما قد يفسر بسهولة استخدامها وتوافرها الواسع، هذه النتائج مفيدة لصانعي السياسات التعليمية أو التسويقية الذين يبنون استخدام وسائل الاتصال هذه للوصول إلى جمهور معين.

2- هل يساهم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر والواتساب) في زيادة المردودية لدى

المؤسسة؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
55,0	22	نعم
42,5	17	لا
2,5	01	أحيانا
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 04: مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المردودية لدى المؤسسة.



الشكل رقم 03: يمثل مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المردودية لدى المؤسسة.

تحليل وتفسير الجدول:

يعرض هذا الجدول آراء عينة مكونة من 40 فردا حول سؤال مغلق (غالبا متعلق بممارسة أو رأي معين) بأجوبة: "نعم"، "لا"، و"أحيانا"، مع التكرار والنسبة المئوية لكل إجابة.

التحليل الكمي:

"نعم": 22 فرداً، بنسبة 55% - وهي النسبة الأكبر.
 "لا": 17 فرداً، بنسبة 42.5% - نسبة مرتفعة نسبياً، أما "أحياناً": فرد واحد فقط، بنسبة 2.5% - تمثل أقلية نادرة.

التحليل النوعي:

- أغلبية العينة (أكثر من النصف) تؤيد أو تمارس السلوك أو الرأي المطروح في السؤال (الإجابة بـ "نعم")، نسبة كبيرة أيضاً (42.5%) ترفض أو لا تمارس ذلك.
- قلة قليلة (2.5%) تقع في منطقة وسطى (أحياناً)، ما قد يعكس الحيرة أو التذبذب.

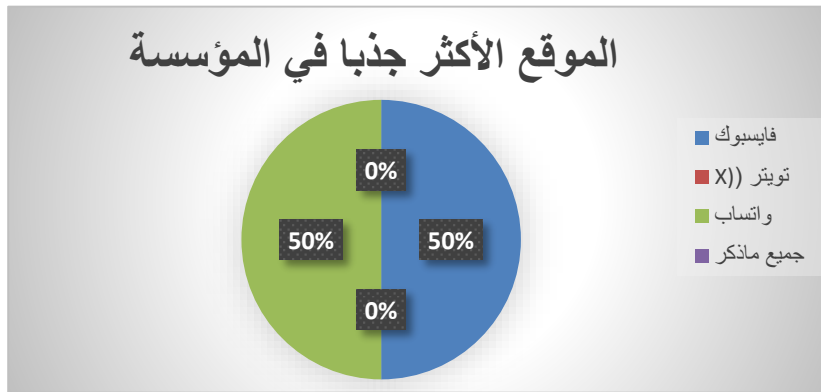
الاستنتاج:

- يمكن اعتبار أن هناك انقساماً نسبياً في الرأي، لكن الكفة تميل إلى الموافقة، ضعف فئة "أحياناً" يدل على أن أغلب المستجيبين لديهم موقف واضح (إما مؤيد أو معارض)، مما يسهل تفسير النتائج وتوجيه التوصيات.

3- ما هي الموقع الأكثر جذباً لك في المؤسسة؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
50,0	20	فايسبوك
00,0	0	تويتر (X)
50,0	20	واتساب
00,0	0	جميع ما ذكر
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 05: الموقع الأكثر جذباً في المؤسسة.



الشكل رقم 04: الموقع الأكثر جذباً في المؤسسة.

تحليل وتفسير الجدول:

الجدول يعرض تكرار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، واتساب، جميع ما ذكر) من قبل عينة مكونة من 40 فرداً، ويوضح النسب المئوية والتكرارات لكل وسيلة.

التحليل الكمي:

- فيسبوك: 20 فرداً يستخدمونه، بنسبة 50.0%
- واتساب: كذلك 20 فرداً، بنسبة 50.0%
- تويتر: لم يستخدم إطلاقاً، بنسبة 0.0%
- جميع ما ذكر: لم يختره أحد، بنسبة 0.0%

التحليل النوعي:

- الاستخدام متساو تماماً بين فيسبوك وواتساب، مما يدل على أن هاتين الوسيلتين هما الأكثر تفضيلاً لدى أفراد العينة.
- عدم وجود أي مستخدم لتويتر يوحي إما بعدم انتشاره بين الفئة المستهدفة أو بعدم توافقه مع اهتماماتهم أو طبيعة استخدامهم.
- عدم اختيار "جميع ما ذكر" يعزز فكرة أن الأفراد يميلون لاستخدام وسيلة واحدة رئيسية، دون تنوع في الوسائل.

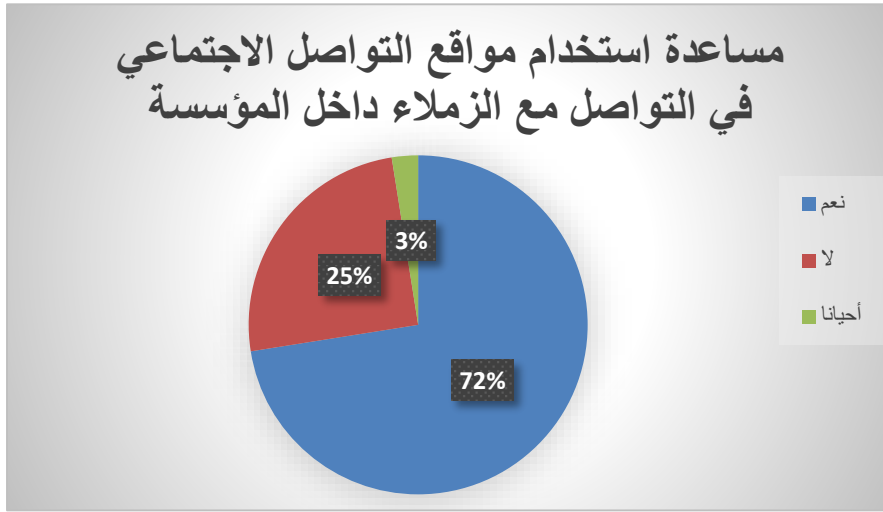
الاستنتاج:

يمكن القول إن فيسبوك وواتساب هما الوسيلتان المهيمنتان للتواصل الاجتماعي في هذه العينة. هذه النتيجة قد تكون مفيدة جداً عند اختيار منصة للوصول إلى هذا الجمهور، خاصة في الحملات الإعلامية أو التعليمية. غياب تويتر كمصدر للتواصل يشير إلى ضرورة دراسة أسباب عدم استخدامه، خاصة إذا كان ذلك مخالفاً لاتجاهات أوسع.

4- هل يساعدك استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع زملائك في العمل داخل المؤسسة؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
72,5	29	نعم
25,0	10	لا
2,5	01	أحياناً
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 06: مساعدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الزملاء داخل المؤسسة.
تحليل وتفسير الجدول:



الشكل رقم 05: يمثل مساعدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع الزملاء داخل المؤسسة.

الجدول يوضح استجابات عينة مكونة من 40 فردا على سؤال مغلق بثلاثة خيارات: "نعم"، "لا"، "أحيانا"، ويوضح تكرار كل إجابة ونسبتها المئوية.

التحليل الكمي:

- "نعم": 29 فردا، بنسبة 72.5% - وهي النسبة الأكبر بوضوح.

- "لا": 10 أفراد، بنسبة 25.0%.

- "أحيانا": فرد واحد فقط، بنسبة 2.5%.

التحليل النوعي:

- الغالبية العظمى (ما يقارب ثلاثة أرباع العينة) وافقت أو تؤيد مضمون السؤال، مما يشير إلى ميل قوي نحو الموافقة أو الممارسة.

- نسبة "لا" تمثل ربع العينة تقريبا، وهي نسبة غير قليلة لكنها أقل بكثير من الموافقة.

نسبة "أحيانا" شبه معدومة، مما يدل على أن معظم الأفراد يتخذون موقفا واضحا دون تردد.

الاستنتاج:

توجد قناعة أو ممارسة قوية تجاه محتوى السؤال المطروح.

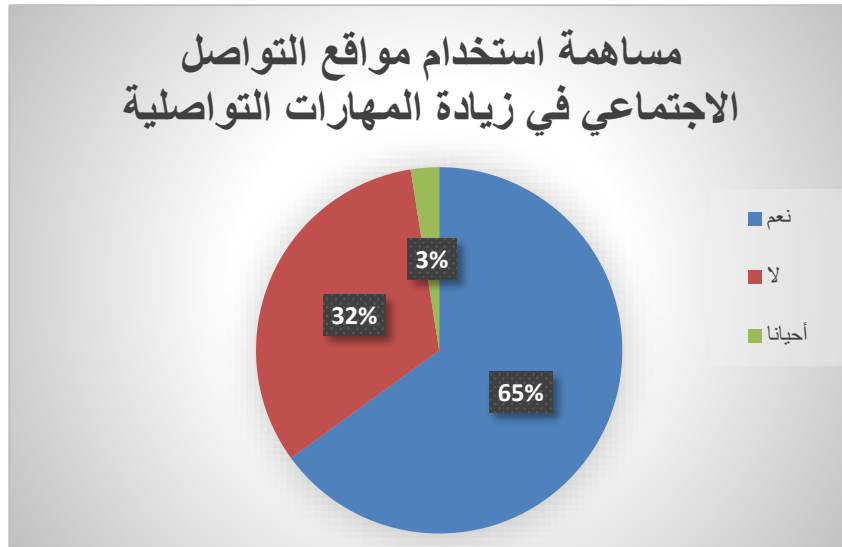
النتيجة تعكس وضوحاً في الآراء، وهو ما يسهل على صناع القرار أو الباحثين بناء استنتاجات أو خطط اعتمادا على رأي الأغلبية.

من المفيد معرفة طبيعة السؤال لتحديد هل هذا التوجه يعد إيجابيا أو سلبيا.

5- هل يساهم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، منصة X، والواتساب) في زيادة مهاراتك التواصلية؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
65,0	26	نعم
32,5	13	لا
2,5	01	أحيانا
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 07: مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المهارات التواصلية.



الشكل رقم 06: يمثل مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المهارات التواصلية.

تحليل وتفسير الجدول:

يعرض هذا الجدول نتائج استبيان لعينة مكونة من 40 فردًا، أجابوا عن سؤال مغلق بثلاثة خيارات: "نعم"، "لا"، "أحيانا"، مع توضيح التكرار والنسبة المئوية لكل إجابة.

التحليل الكمي:

- "نعم": 26 فردًا، بنسبة 65.0%.
- "لا": 13 فردًا، بنسبة 32.5%.
- "أحيانا": فرد واحد فقط، بنسبة 2.5%.

التحليل النوعي:

- الأغلبية (حوالي الثلثين) اختارت "نعم"، مما يدل على وجود اتجاه إيجابي أو ممارسة شائعة بين أفراد العينة تجاه مضمون السؤال.
- نسبة "لا" تعد مرتفعة نسبياً (أكثر من الربع)، ما يشير إلى وجود رأي معارض لدى شريحة معتبرة.
- خيار "أحياناً" نادر الاستخدام، ما يدل على أن الأفراد غالباً ما يتبنون مواقف واضحة وثابتة.

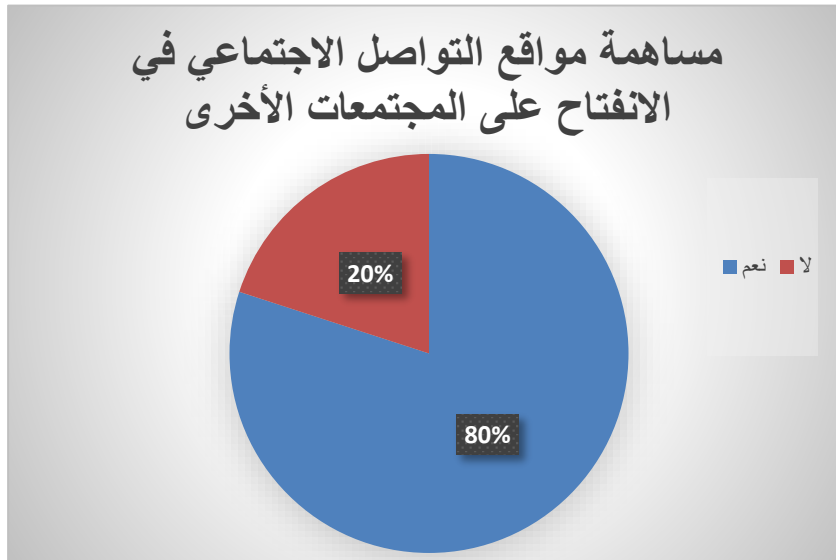
الاستنتاج:

التوجه العام إيجابي، لكنه لا يخفي وجود أقلية معتبرة تحمل رأياً مخالفاً، وتعد هذه النتيجة مفيدة لتوجيه السياسات أو التدخلات المستقبلية، حيث يمكن الاعتماد على الأغلبية، مع مراعاة معالجة أسباب الرفض لدى النسبة المعارضة، ومن المفيد أيضاً معرفة طبيعة السؤال بدقة لتحليل الأثر الاجتماعي أو التربوي الناتج عن هذه النتائج.

6- هل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في انفتاحك على المجتمعات الأخرى؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
80,0	32	نعم
20,0	8	لا
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 08: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الانفتاح على مجتمعات أخرى.



الشكل رقم 07: يمثل مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الانفتاح على مجتمعات أخرى.

تحليل وتفسير الجدول:

الجدول يوضح نتائج استبيان لعينة مكونة من 40 فرداً حول سؤال مغلق بإجابتين فقط: "نعم" و"لا"، مع بيان التكرار والنسبة المئوية.

التحليل الكمي:

- "نعم": 32 فرداً، بنسبة 80.0%.
- "لا": 8 أفراد، بنسبة 20.0%.

التحليل النوعي:

نسبة كبيرة جداً من العينة (أربعة أخماسها) اختارت "نعم"، ما يشير إلى وجود تأييد قوي أو ممارسة واسعة لما يتعلق به السؤال.

بالمقابل، نسبة "لا" منخفضة نسبياً، لكنها ليست معدومة، مما يعني وجود أقلية معارضة أو غير متفقة.

الاستنتاج:

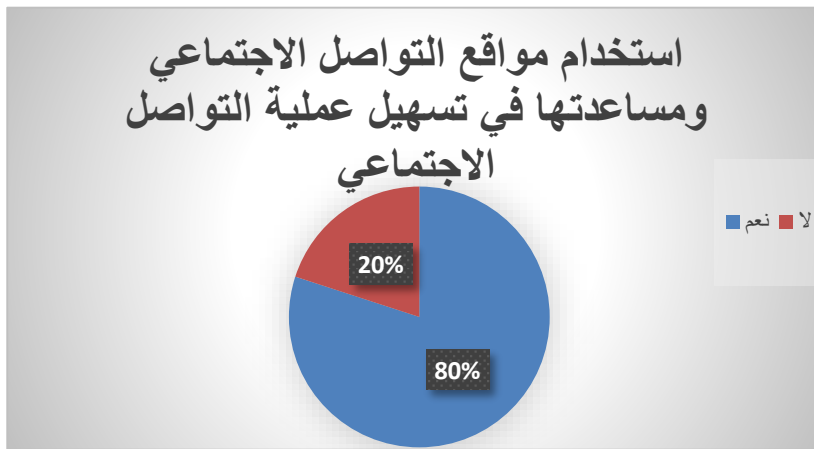
الاتجاه العام إيجابي أو موافق بدرجة عالية، ويمكن الاعتماد على هذه النتيجة في دعم قرارات أو سياسات مستقبلية متعلقة بموضوع السؤال.

مع ذلك، فإن وجود نسبة 20% غير موافقة يدعو إلى تحليل أسباب الرفض، ربما لتحسين الفهم أو تعزيز القبول مستقبلاً.

7- هل تساعدك استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل عملية التواصل الاجتماعي؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
80,0	32	نعم
20,0	8	لا
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 09: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومساعدتها في تسهيل عملية التواصل الاجتماعي.



الشكل رقم 08: يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومساعدتها في تسهيل عملية التواصل

اجتماعي.

تحليل وتفسير الجدول:

يعرض هذا الجدول نتائج استبيان مكون من 40 مشاركاً، طرح عليهم سؤال بإجابتيين محتملتين: "نعم" و"لا"، وتم تسجيل عدد الإجابات والنسبة المئوية لكل منها.

التحليل الكمي:

- "نعم": 32 فرداً، بنسبة 80.0%.
- "لا": 8 أفراد، بنسبة 20.0%.

التحليل النوعي:

النسبة الكبيرة للإجابة بـ "نعم" (80%) تشير إلى وجود اتفاق واسع أو موافقة قوية بين أغلبية أفراد العينة على مضمون السؤال.

النسبة الأقل (20%) اختارت "لا"، وهي تمثل أقلية لكنها قد تكون ذات دلالة مهمة، خاصة إن كان موضوع السؤال مثيراً للجدل أو متنوع التوجهات.

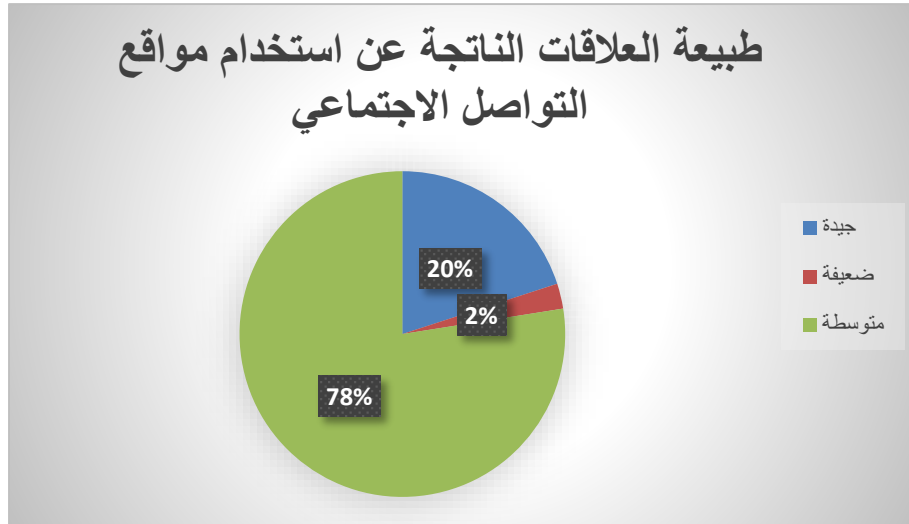
الاستنتاج:

النتائج توضح اتجاهها عاماً وواضحاً نحو الموافقة أو الدعم، ويمكن اعتبار هذه النتيجة مؤشراً قوياً على نجاح فكرة، أو تقبل ممارسة معينة، أو رضا عن خدمة أو سلوك معين، يستحسن دراسة الأسباب المحتملة لرفض الـ 20% المتبقية، لمعالجة التحديات أو الاعتراضات.

8- ما طبيعة العلاقات الاجتماعية الناتجة عن استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
20,0	8	جيدة
2,5	1	ضعيفة
77,5	31	متوسطة
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 10: طبيعة العلاقات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.



الشكل رقم 09: يمثل طبيعة العلاقات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

تحليل وتفسير الجدول:

الجدول يعرض تقييم المشاركين (عددهم 40) لمستوى معين (قد يكون أداء، خدمة، تجربة، أو محتوى) بثلاث فئات: جيدة، متوسطة، ضعيفة، ويوضح عدد التكرارات والنسب المئوية لكل فئة.

التحليل الكمي:

- متوسطة: (31 فردا) 77.5%.
- جيدة: (8 أفراد) 20.0%.
- ضعيفة: (1 فرد فقط) 2.5%.

التفسير:

الغالبية العظمى من العينة قيمت المستوى بأنه "متوسط"، ما يشير إلى أن الرضا العام موجود لكنه ليس مرتفعا.

نسبة من ترى المستوى "جيدا" ليست قليلة (20%)، وهو مؤشر على وجود رضا جزئي أو حالات إيجابية محددة.

تقييم "ضعيف" نادر جدا، مما يدل على قلة من غير الراضين بشدة.

الاستنتاج:

يستدل من النتائج أن المستوى العام يعد مقبولا لكنه يحتاج إلى تحسين للارتقاء من "متوسط" إلى "جيد".

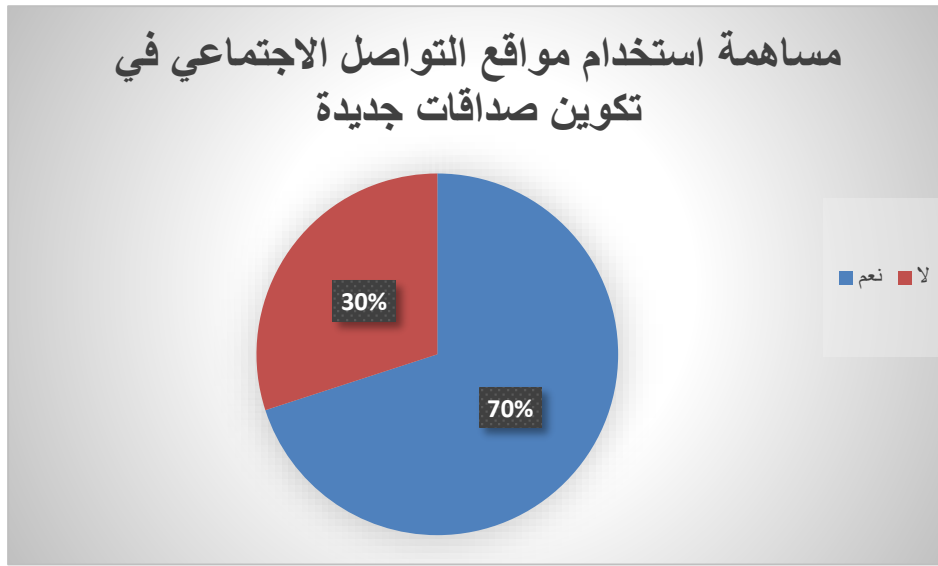
وجود نسبة كبيرة في فئة "متوسط" قد يعني أن المشاركين لديهم ملاحظات أو تطلعات لمستوى أعلى.

ينصح بالتركيز على تحسين الجوانب التي تمنع التقييم من الوصول إلى "جيد" أو "ممتاز".

9- هل يساهم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في تكوين صداقات جديدة؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
70,0	28	نعم
30,0	14	لا
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 11: مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين صداقات جديدة.



الشكل رقم 10: يمثل مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين صداقات جديدة.

تحليل وتفسير الجدول:

يعرض الجدول نتائج استبيان لعينة مكونة من 40 مشاركا طرح عليهم سؤال بإجابتيين: "نعم" و"لا".

التحليل الكمي:

- "نعم": 28 فردا بنسبة 70.0%.

- "لا": 14 فردا بنسبة 30.0%.

التحليل النوعي:

نسبة كبيرة من المشاركين (70%) وافقوا أو أيدوا مضمون السؤال، مما يعكس اتجاهًا إيجابيًا عامًا لدى أغلبية العينة.

بينما 30% أجابوا بـ"لا"، وهي نسبة ليست ضئيلة وتشير إلى وجود رأي معارض أو متحفظ يستحق النظر والتحليل.

الاستنتاج:

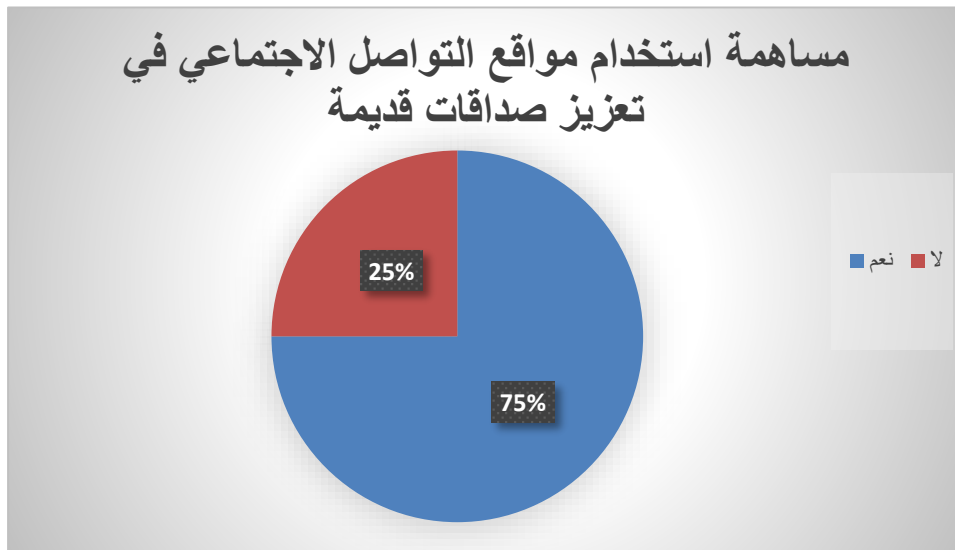
الاتجاه العام يميل بوضوح نحو الإيجاب أو القبول، مما يدعم أي قرار أو توجه مبني على مضمون السؤال.

ومع ذلك، فإن وجود 30% رافضين أو غير موافقين يدل على أنه لا يزال هناك فجوة في التقبل أو التفاعل، وربما تحتاج إلى معالجة أو تواصل أفضل مع هذه الفئة.

10- هل يساهم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز صداقات قديمة لديك؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
75,0	30	نعم
25,0	10	لا
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 12: مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز صداقات قديمة.



الشكل رقم 11: يمثل مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز صداقات قديمة.

تحليل وتفسير الجدول:

يشير الجدول إلى نتائج استبيان أجري على عينة مكونة من 40 فرداً، وتمت الإجابة عن سؤال مغلق بخيارين هما "نعم" و"لا". جاءت النتائج على النحو التالي:

التحليل الكمي:

- "نعم": عددها 30 فرداً، وتمثل 75.0% من العينة.
- "لا": عددها 10 أفراد، وتمثل 25.0% من العينة، الفارق بين النسبتين هو 50 نقطة مئوية، وهو فارق كبير نسبياً.

التحليل النوعي:

وجود تأييد قوي: تشير النسبة العالية (3 من كل 4 أفراد) إلى إجماع واضح نسبياً حول موضوع السؤال. هذا يعكس مستوى عالٍ من الرضا أو القبول أو القناعة لدى المشاركين.

قلة المعارضة: نسبة المعارضين (25%) تظل موجودة ولكنها ليست مؤثرة مقارنةً بنسبة التأييد. ومع ذلك، لا يجب إغفالها، إذ قد تحتوي على مؤشرات لمشكلات أو احتياجات لم تتم تليينها.

فرصة للتمكين أو التوسيع: يمكن الاستفادة من هذه النتائج في تعزيز القرار أو السياسة المتعلقة بالسؤال، مع تخصيص مساحة لفهم دوافع المعارضين بهدف تحسين الشمولية.

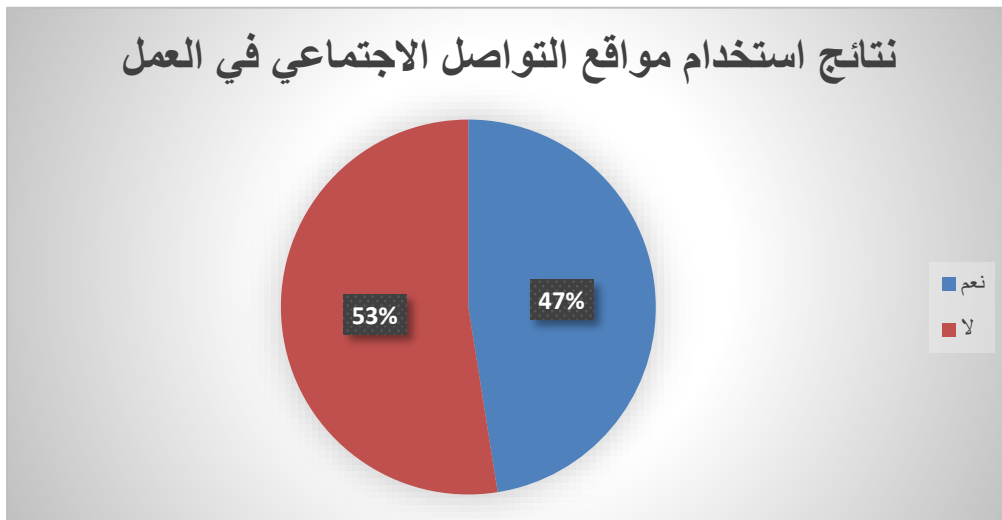
الاستنتاج:

تدل النتائج على موافقة واضحة وقوية من قبل غالبية المشاركين، مما يعكس توجهها إيجابياً عاماً نحو الفكرة أو الإجراء محل السؤال. ومع ذلك، فإن وجود ربع العينة في خانة الراضين يتطلب اهتماماً بتحليل الأسباب ومراعاتها في الخطط المستقبلية لضمان استدامة التأييد وتوسيع قاعدة الرضا.

11- هل تحقق نتائج جيدة عند استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في عملك؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
47,5	19	نعم
52,5	21	لا
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 13: نتائج استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل.



الشكل رقم 12: يمثل نتائج استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل.

تحليل وتفسير الجدول:

يوضح هذا الجدول نتائج استبيان شمل 40 فرداً، طُرح عليهم سؤال مغلق بخياري "نعم" و"لا"، وجاءت

النتائج كالتالي:

التحليل الكمي:

- "نعم": أجاب بها 19 فرداً، ما يمثل 47.5% من العينة.

- "لا": أجاب بها 21 فرداً، ما يمثل 52.5% من العينة.

الفارق بين النسبتين: 5 نقاط مئوية فقط.

التحليل النوعي:

انقسام شبه متساو: تظهر النتائج وجود تقارب شديد بين المستجيبين المؤيدين والمعارضين، هذا يدل على أن الرأي العام منقسم بشكل واضح بشأن القضية المطروحة.

غياب إجماع: نسبة الرفض أعلى قليلاً من الموافقة، ما يشير إلى ميل طفيف نحو عدم القبول أو عدم القناعة. ومع ذلك، لا يمكن اتخاذ قرار حاسم بالاعتماد فقط على هذه النتيجة دون استكشاف الأسباب الكامنة وراء كل إجابة.

الحاجة إلى دراسة أعمق: بسبب التقارب في الآراء، يوصى بإجراء مقابلات نوعية أو طرح أسئلة مفتوحة لفهم الدوافع الحقيقية وراء الموافقة أو الرفض، هذا سيساعد في تحسين القرار أو تعديل الفكرة بما يتناسب مع تطلعات الأغلبية.

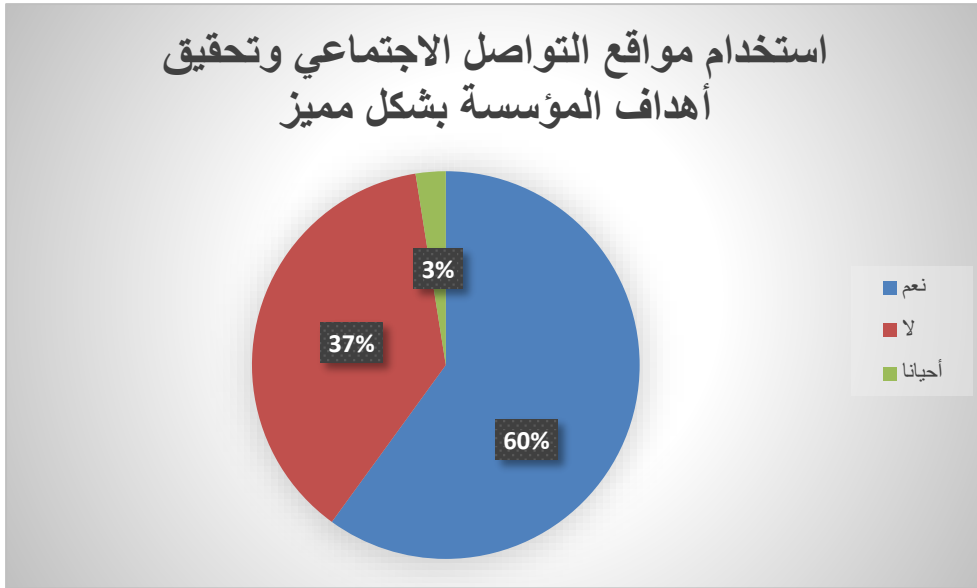
الاستنتاج:

تشير النتائج إلى وجود انقسام في الآراء بين المشاركين، مع ميل بسيط للرفض. ينصح بعدم الاكتفاء بهذه البيانات الكمية فقط، بل الرجوع إلى مصادر أو أدوات نوعية إضافية لتحليل خلفيات الإجابات بهدف اتخاذ قرار مدروس وشامل.

12- هل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يجعل المؤسسة تحقق أهدافها بشكل مميز؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
60,0	24	نعم
37,5	15	لا
2,5	01	أحياناً
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 14: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحقيق أهداف المؤسسة بشكل مميز.



الشكل رقم 13: يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحقيق أهداف المؤسسة بشكل مميز.

تحليل وتفسير الجدول:

الجدول يعرض نتائج استبيان شمل 40 مشاركاً حول مسألة تم التعبير عنها بإجابات متعددة (نعم، لا، أحياناً). النتائج كما يلي:

التحليل الكمي:

- "نعم": 24 مشاركاً بنسبة 60.0%.
- "لا": 15 مشاركاً بنسبة 37.5%، أما "أحياناً": مشارك واحد فقط بنسبة 2.5%.

التحليل النوعي:

- (الغالبية تؤيد) 60%، تشير النسبة إلى وجود اتفاق واضح من قبل أغلبية المشاركين مع الموضوع المطروح، هذا يعكس مستوى مرتفعاً من القبول أو الاقتناع.
- (معارضة لا يستهان بها) 37.5%، بالرغم من أن النسبة أقل من المؤيدين، إلا أنها لا تزال تمثل جزءاً مهماً من العينة، هذا يستدعي النظر في أسباب الرفض أو التحفظ، التي قد تعكس مشكلات في التنفيذ أو القناعة.
- نسبة ("أحياناً" ضعيفة جداً) 2.5%، تدل على أن معظم المشاركين لديهم موقف ثابت وواضح، سواء بالإيجاب أو السلب، هذا يشير إلى أن القضية المطروحة لا تحتمل التردد أو أن المشاركين يفهمونها بشكل كافٍ لاتخاذ موقف.

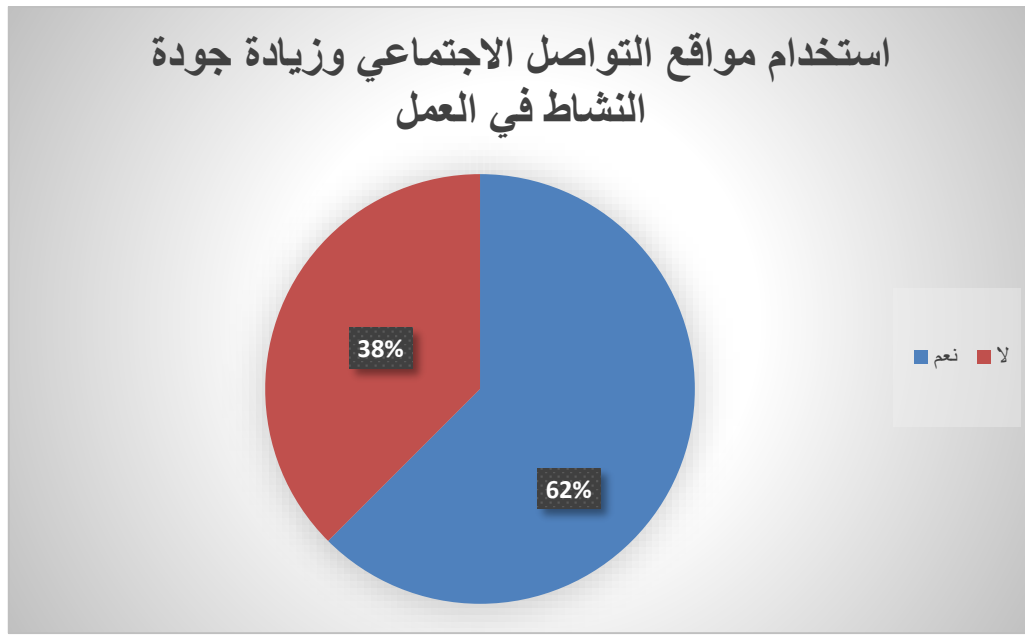
الاستنتاج:

يتبين من النتائج أن هناك تأييداً قوياً نسبياً من قبل أغلب المشاركين، مع وجود أقلية تعارض، وقلة قليلة جداً متذبذبة. لذا يمكن الاستنتاج أن الموقف العام يميل إلى القبول، لكن من الضروري النظر في تحسينات أو تفسيرات إضافية قد تقلل من نسبة المعارضين.

13- هل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يزيد من جودة نشاطك في العمل؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
62,5	25	نعم
37,5	15	لا
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 15: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة جودة النشاط في العمل.



الشكل رقم 14: يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة جودة النشاط في العمل.

يشير هذا الجدول إلى نتائج استبيان شمل 40 مشاركا، وتوزعت الإجابات على خيارين: "نعم" و"لا"، وجاءت النتائج على النحو التالي:

التحليل الكمي:

- عدد الذين أجابوا بـ "نعم" هو 25 مشاركا، ما يمثل 62.5% من العينة.
- عدد الذين أجابوا بـ "لا" هو 15 مشاركا، ما يعادل 37.5%.
- الفارق بين الإجابتين هو 10 مشاركين، أي ما نسبته 25%.

التحليل النوعي:

غلبة الموافقة: يتضح من النسب أن هناك توجهها إيجابيا عاما لدى المشاركين نحو الفكرة أو الظاهرة محل السؤال، حيث تجاوزت نسبة "نعم" حاجز الأغلبية البسيطة.

وجود نسبة رفض معتبرة: على الرغم من تفوق الموافقة، فإن أكثر من ثلث المشاركين لا يوافقون، مما يعكس تنوعاً في وجهات النظر ويشير إلى احتمال وجود تحفظات أو مشكلات ينبغي استكشافها.

قابلية التأثير: النسبة المرتفعة نسبياً للموافقين قد تشجع على تعزيز هذا الاتجاه، مع إمكانية إقناع نسبة من المعارضين في حال معالجة أسباب الرفض.

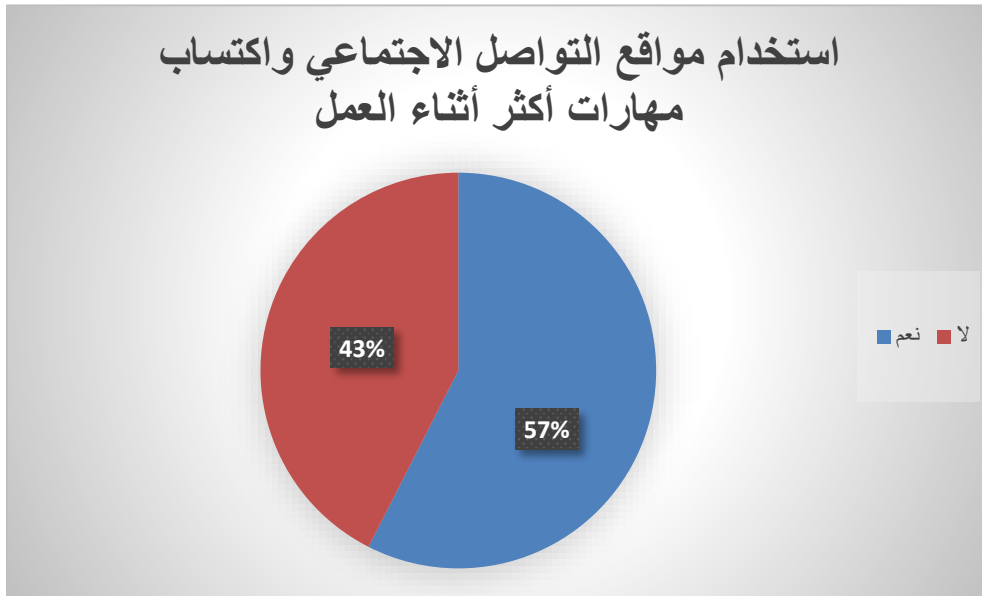
الاستنتاج:

تميل النتائج إلى الإيجابية والتأييد، حيث أن الغالبية النسبية تؤيد موضوع السؤال. ومع ذلك، فإن نسبة المعارضين لا تزال مهمة، مما يستدعي فهم أسباب الرفض والعمل على معالجتها للوصول إلى توافق أوسع في المستقبل.

14- هل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يكسبك مهارات أكثر في عملية التواصل أثناء العمل؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
57,5	23	نعم
42,5	17	لا
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 16: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واكتساب مهارات أكثر أثناء العمل.



الشكل رقم 15: يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واكتساب مهارات أكثر أثناء العمل.

يشير هذا الجدول إلى نتائج استبيان شمل 40 مشاركاً، توزعوا بين خيارين: "نعم" و"لا"، ويمكن تحليل وتفسير النتائج كما يلي:

التحليل الكمي:

- 23 مشاركا (أي 57.5%) أجابوا بـ"نعم".
 - 17 مشاركا (أي 42.5%) أجابوا بـ"لا".
- الفارق بين الإجابتين هو 6 أفراد، أي 15%، مما يعكس تفوقاً ملحوظاً لخيار "نعم".

التحليل النوعي:

غلبة التأييد: تظهر النتيجة أن الأغلبية النسبية من المشاركين تؤيد أو توافق على الموضوع محل السؤال، ما قد يدل على وجود قناعة أو رضا عام لدى هذه الفئة.

وجود معارضة معتبرة: على الرغم من تفوق "نعم"، فإن نسبة "لا" لا تزال تمثل جزءاً كبيراً (أكثر من الثلث)، مما يشير إلى أن هناك وجهات نظر مخالفة يجب أخذها بعين الاعتبار، خاصة في القرارات التي تتطلب توافقاً واسعاً.

إمكانية الانقسام في حال توسعة العينة: إذا تم توسيع حجم العينة، قد تتغير النتائج، مما يشير إلى أهمية الحذر في تعميم النتائج على مجتمع أوسع دون تأكيد.

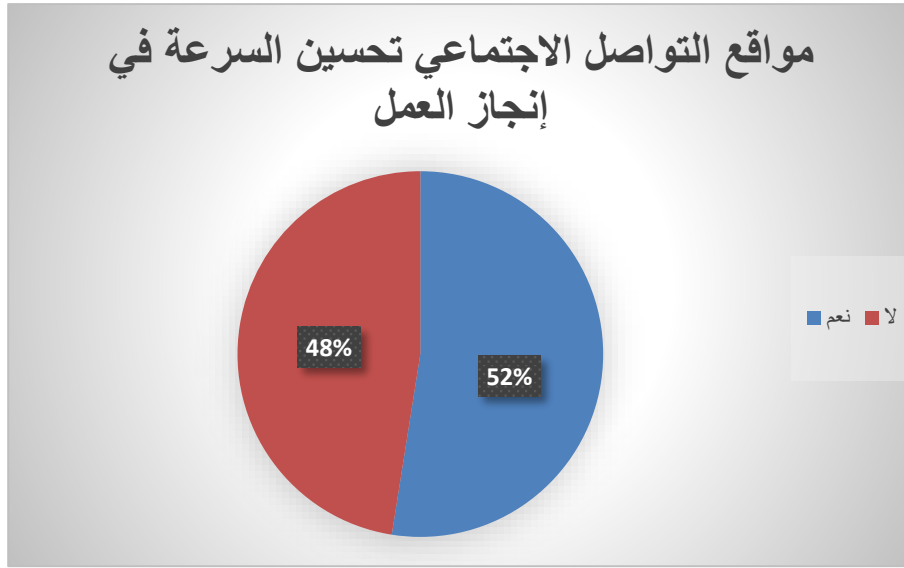
الاستنتاج:

تعكس النتائج اتجاهها إيجابياً نسبياً نحو الموافقة، مع وجود معارضة لا يمكن تجاهلها، هذا التفاوت يبرز أهمية تعزيز عوامل القبول ومعالجة أسباب الرفض لفهم الصورة بشكل أكثر شمولاً.

15- هل ساهم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في تحسين سرعتك في إنجاز العمل في المؤسسة؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
52,5	21	نعم
47,5	19	لا
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 17: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحسين السرعة في إنجاز العمل.



الشكل رقم 16: يمثل مواقع التواصل الاجتماعي وتحسين السرعة في إنجاز العمل.

تحليل وتفسير الجدول:

يشير الجدول إلى نتائج استبيان شارك فيه 40 فردا حول سؤال معين بنعم أو لا. يمكن تحليل النتائج نوعيا كما يلي:

التحليل الكمي:

- 21 فردا (بنسبة 52.5%) أجابوا بـ"نعم".
- 19 فردا (بنسبة 47.5%) أجابوا بـ"لا".

الفرق بين الإجابتين ضئيل جدا (فقط شخصان)، مما يشير إلى تقارب ملحوظ في وجهات النظر.

التحليل النوعي:

انقسام شبه متوازن: تظهر النتائج تباينا واضحا في الرأي بين المشاركين، ما يدل على أن الموضوع محل السؤال يؤثر جدلا أو يحمل أبعادا مختلفة تفهم بشكل متنوع من قبل الأفراد.

غلبة طفيفة للموافقة: رغم تقارب النسب، إلا أن وجود أغلبية بسيطة لصالح "نعم" قد يشير إلى ميل عام نحو التأييد أو القبول، لكنه ليس حاسماً بما يكفي لاتخاذ قرار بناء عليه دون التعمق أكثر.

أهمية المزيد من التحليل: هذه النتيجة تحتم جمع بيانات إضافية أو إجراء مقابلات نوعية لفهم خلفيات الإجابات، وتحديد العوامل التي تدفع البعض للموافقة أو الرفض.

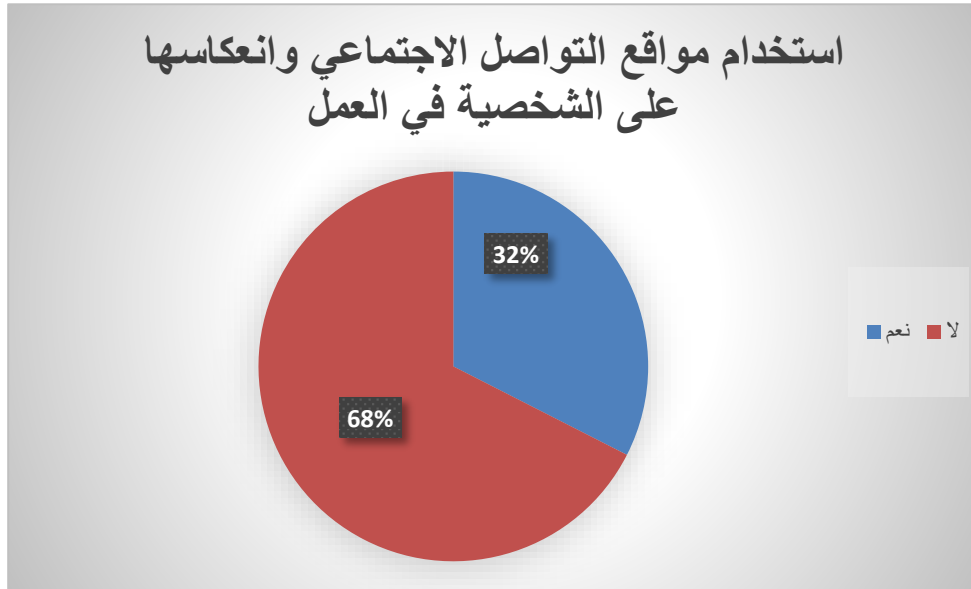
الاستنتاج:

النتائج تعكس توازنا نسبيا في المواقف، مع وجود ميل طفيف نحو القبول، ويوصى بمزيد من التحليل لفهم وجهات النظر المختلفة وتعزيز الجوانب التي قد تقنع الراضين.

16- هل كان انعكس استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي على شخصيتك في العمل؟

النسبة المئوية (%)	التكرار	
32,5	13	نعم
67,5	27	لا
100,0	40	المجموع

الجدول رقم 18: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على الشخصية في العمل.



الشكل رقم 17: يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على الشخصية في العمل.

تحليل وتفسير الجدول:

يوضح الجدول نتائج استبيان لعينة مكونة من 40 فردا أجابوا عن سؤال بإجابتين محتملتين: "نعم" و"لا".

التحليل الكمي:

- "لا": 27 (مشاركا) 67.5%.

- "نعم": 13 (مشاركا) 32.5%.

التحليل النوعي:

تشير نتائج الجدول إلى أن غالبية المشاركين (بنسبة 67.5%) أجابوا بـ"لا"، مقابل 32.5% أجابوا بـ"نعم". هذا التوزيع يعكس وجود تحفظ واضح أو عدم اقتناع من قبل معظم أفراد العينة تجاه الفكرة أو الموضوع محل السؤال.

يمكن تفسير هذا الرفض العالي من خلال عدد من العوامل النوعية المحتملة، ومنها:

- ضعف الثقة أو القناعة بالفكرة المطروحة، إما بسبب غموضها أو ضعف الترويج لها.
- قصور في التوعية أو التواصل مع الفئة المستهدفة، ما أدى إلى فهم غير مكتمل أو سلبي.
- خبرات سابقة سلبية ترتبط بالسؤال المطروح، مما عزز الرفض أو التردد لدى المشاركين.
- تأثير الضغوط الاجتماعية أو الثقافية التي قد تجعل المشاركين يميلون إلى الرفض كموقف أكثر تحفظاً أو أماناً.

في المقابل، نسبة من أجابوا بـ"نعم" (32.5%) تشير إلى وجود نواة داعمة للفكرة، لكنها لا تزال محدودة وتحتاج إلى تعزيز الثقة وبناء أرضية صلبة من خلال الحوار، والتوعية، وإشراك الجمهور بشكل أوسع.

التفسير:

أغلب المشاركين (حوالي الثلثين) أجابوا بـ"لا"، مما يشير إلى وجود رفض أو عدم موافقة واضحة تجاه القضية أو الفكرة المطروحة في السؤال.

بينما أجاب أقل من الثلث بـ"نعم"، وهو ما يعكس أن الدعم أو القبول محدود نسبياً.

الاستنتاج:

تعكس نتائج الجدول وجود رفض أو عدم تأييد واضح من غالبية أفراد العينة للفكرة أو الموضوع المطروح، حيث بلغت نسبة "لا" 67.5% مقابل 32.5% فقط أجابوا بـ"نعم". ويشير ذلك إلى أن هناك موقفاً سلبياً أو متحفظاً عاماً لدى المشاركين، مما يستدعي إعادة النظر في طريقة طرح الفكرة، وتحليل أسباب الرفض بعمق، والعمل على تحسين التواصل وزيادة التوعية في المستقبل.

ثانياً: الاستنتاج الإجمالي لنتائج الدراسة

من خلال تحليل نتائج الدراسة المتعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحسين الاتصال الإداري في مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة، يتبين أن هناك توجهاً عاماً إيجابياً لدى أغلب

المشاركين نحو تبني هذه الوسائل كأدوات فعالة للتواصل الإداري، خاصة في ظل الانتشار الواسع وسهولة الاستخدام التي تميز منصتي فيسبوك وواتساب مقارنة بمنصات أخرى مثل تويتر، التي غابت تقريباً عن استخدامات العينة المدروسة.

وقد أظهرت المعطيات أن معظم المستجيبين يمتلكون مواقف واضحة إزاء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، سواء بالقبول أو الرفض، مع ضعف ملحوظ في فئة "أحياناً"، وهو ما يسهل تفسير النتائج ويعزز من موثوقيتها في بناء سياسات أو قرارات مستندة إليها، كما عكست النتائج وجود انقسام نسبي في الرأي، إلا أن الكفة تميل بوضوح نحو التأييد، مما يشير إلى أن الفئة الداعمة يمكن أن تشكل قاعدة قوية لأي مشروع أو سياسة مستقبلية تسعى لتوظيف هذه الوسائل في تعزيز الاتصال الإداري.

ورغم هذا التوجه الإيجابي، فإن نسبة غير قليلة عبرت عن عدم تأييدها، ما يستدعي الوقوف على أسباب الرفض وتحليلها بعمق، سواء كانت مرتبطة بمخاوف تتعلق بالخصوصية، أو نقص الكفاءة الرقمية، أو غياب إطار تنظيمي واضح، وهذا يبرز الحاجة إلى دعم وتطوير ثقافة مؤسسية رقمية شاملة تراعي مختلف الآراء وتعمل على تقليص الفجوة في التقبل والتفاعل.

وتشير بعض النتائج إلى أن المستوى العام لاستخدام هذه الوسائل يعد مقبولاً، لكنه لم يرتق بعد إلى مستوى "جيد" أو "ممتاز"، ما يدل على وجود هامش للتحسين، سواء من حيث البنية التحتية الرقمية، أو التكوين المتخصص للموظفين، أو اعتماد سياسات أكثر انفتاحاً وتفاعلاً مع الجمهور عبر هذه المنصات.

وبناء على ذلك، يمكن القول إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مديرية الشباب والرياضة يمثل فرصة واعدة لتحسين فعالية الاتصال الإداري وتعزيز التفاعل بين الموظفين والمواطنين، بشرط أن يتم هذا الاستخدام ضمن إطار منظم ومدعوم بخطط واضحة للتكوين، والتحسيس، والتقييم المستمر للأثر.

الاقتراحات:

- توسيع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي رسمياً، وتوفير تدريبات لموظفي الإدارة.
- تكامل قنوات الاتصال الرسمية مع الرقمية.

التوصيات:

- تبني سياسة اتصال رقمي شاملة، والاستفادة من تفاعل الجمهور.
- متابعة التحليل الإحصائي لصفحات التواصل، والتنسيق مع الهيئات الأخرى، والاهتمام بالأمن السيبراني والخصوصية.

خلاصة الفصل:

أظهرت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي، وبالأخص فيسبوك وواتساب، تعد الوسائل الأكثر استخداماً وانتشاراً لدى موظفي مديرية الشباب والرياضة بورقلة، وهو ما يعكس توجهاً إيجابياً نحو اعتمادها في تحسين الاتصال الإداري، وقد بينت البيانات وجود ميل عام للموافقة على فعاليتها، مقابل نسبة أقل أبدت رفضاً أو تحفظاً، ما يبرز ضرورة مراعاة هذا التفاوت في صياغة السياسات.

كما أكدت النتائج أن الاستخدام الحالي لهذه الوسائل يُقَيِّم كـمستوى "متوسط"، مما يدل على وجود رغبة في التطوير، والحاجة إلى تحسين التكوين والدعم التقني والتنظيمي، وبالرغم من الاتجاه الإيجابي العام، فإن غياب بعض المنصات مثل تويتر ووجود نسبة رافضة، يفرضان تحليلاً أعمق لأسباب العزوف أو الرفض.

يمكن اعتبار نتائج هذا الفصل قاعدة صلبة لصياغة تدخلات عملية تعزز توظيف وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال ومدروس، بما يسهم في تطوير منظومة الاتصال الإداري وتحقيق أهداف المؤسسة بشكل أكثر تفاعلاً وشفافية.

خاتمة

في ختام هذه المذكرة التي تناولت موضوع "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحسين الاتصال الإداري في مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة"، توصلنا إلى جملة من النتائج والملاحظات التي تؤكد أهمية إدماج الوسائط الرقمية الحديثة ضمن آليات العمل الإداري، خاصة في ظل التحولات التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها العالم، والانفتاح المتزايد على أدوات الاتصال الرقمي.

لقد بينت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها فيسبوك، واتساب، أصبحت تشكل وسيلة فعالة لتحسين جودة الاتصال الداخلي والخارجي داخل المؤسسات، وذلك من خلال تسهيل تبادل المعلومات بين الموظفين، وتقصير الزمن اللازم لتمرير القرارات الإدارية، بالإضافة إلى تحسين التفاعل مع المواطنين والمستفيدين من خدمات المديرية.

كما أبرزت النتائج الميدانية أن هناك وعياً متزايداً لدى موظفي مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة بأهمية هذه الوسائل، غير أن الاستخدام الفعلي لها ما يزال محدوداً نوعاً ما ويحتاج إلى تأطير إداري وتقني من خلال سياسات واضحة، وتكوين مستمر، وبنى تحتية رقمية تدعم الاستخدام الآمن والفعال لها.

انطلاقاً من هذه المعطيات، توصي الدراسة بضرورة وضع إطار تنظيمي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الإدارة، وتكثيف برامج التكوين والتدريب الرقمي لفائدة الموظفين، إضافة إلى ترقية الثقافة التنظيمية القائمة على الانفتاح والشفافية والتفاعل السريع.

وفي الختام، يمكن القول إن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل فرصة حقيقية لتحسين الاتصال الإداري في المؤسسات العمومية، بشرط توظيفها بطريقة منهجية ومدروسة، بما يخدم الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة ويرتقي بجودة خدماتها، وهو ما يتطلب تضامراً جهود إدارية، تقنية وبشرية لتحقيق هذا التحول الرقمي المنشود.

قائمة
المصادر
والمراجع

❖ أولاً: المعاجم والقواميس.

- 1- أحمد، زكي، بدوي. معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. بيروت: مكتبة لبنان، 1993.
- 2- محمد، عاطف، غيث. قاموس علم الاجتماع. الإسكندرية-مصر: دار المعرفة الجامعية، 2006.
- 3- المنجد الأبجدي. بيروت: دار المشرق، ط 5، 1987.

❖ ثانياً: الكتب.

- 1- حسين، محمود، هيتي. العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. الأردن: دار أسامة للنشر، 2015.
- 2- خالد، غسان، يوسف، المقدادي. ثورة الشبكات الاجتماعية. الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013.
- 3- سلوى، عثمان، الصديقي. هناء، حافظ، بدوي. أبعاد العملية الاتصالية. مصر: المكتب الجامعي الحديث، 1999.
- 4- صلاح، مصطفى، الفوال. معالم الفكر السوسيولوجي المعاصر. القاهرة: دار الفكر العربي، 1982.
- 5- علي، السلمي. إدارة الموارد البشرية. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، مكتبة الإدارة الجديدة، 1996.
- 6- عبد الباسط، عبد المعطي. عادل، مختار، الهواري. النظرية المعاصر في علم الاجتماع. الإسكندرية: دار المعرفة، 1986.
- 7- علي، الحوات. النظرية الاجتماعية "اتجاهات أساسية". فاليتا-مالطا: منشورات إجا ELGA، 1989.
- 8- ماجد، عبد المهدي، المساعدة. وآخرون. مبادئ علم الإدارة. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2016.
- 9- محمد، بن مسعود، البشر. نظرية التأثير الإعلامي. الرياض: مكتبة العبيكان للنشر، ط 1، 1435 هـ.

10- محمد، علي، محمد. تاريخ علم الاجتماع: الرواد والاتجاهات المعاصرة. الإسكندرية-مصر: دار المعرفة الجامعية، 1983.

11- معن، خليل. نظريات معاصرة في علم الاجتماع. عمان-الأردن: دار الشروق، 1997.

12- موسى، طه، العجلوني. إدارة المعلومات والسجلات الطبية. عمان: إدارة الأعمال، ط 1، 1989.

13- نعيمة، عباس، الخفاجي. صلاح الدين، الهيبي، تحليل أسس الإدارة العامة (منظور معاصر). الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009.

14- ياسر، نعيم، عبد الله. استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالإغتراب السياسي لدى الشباب في الجامعات الفلسطينية. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، 2017.

❖ ثالثا: الرسائل الجامعية.

1- أكرم، حجازي. موجز في النظريات الاجتماعية التقليدية والمعاصرة (دراسة). الجمهورية اليمنية: جامعة تعز، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، 1996.

2- علي، غربي. علم الاجتماع الثنائيات النظرية: التقليدية - محدثة. جامعة منتوري قسنطينة-الجزائر: مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، 2000.

3- كمال، الحاج. نظريات الإعلام والاتصال. الجمهورية العربية السورية: من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020.

❖ رابعا: المجلات.

1- خالد، ناصر، القحطاني. مدى توافر الكفاءة الرقمية للذكاء الاصطناعي لدى طلاب كلية التربية جامعة تبوك. جامعة طنطا: مجلة كلية التربية، المجلد 90، أبريل 2023.

2- فهد، بن علي، الطيار. شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة "تويتر نموذجا". الرياض: المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، 2013.

❖ خامسا: مواقع الإلكترونية.

1- أمل، إبراهيم، الملاح. البنائية الوظيفية. بوابة روز اليوسف، [11 أوت 2013، 07:53]، [/http://www.rosaelyoussef.com/news/42865](http://www.rosaelyoussef.com/news/42865)

قائمة
الملاحق

الملحقة رقم 01: الصفحة الرئيسية للاستبيان.



جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



السلام عليكم ورحمة الله وبركاته....

سيدي الكريم، سيدتي الفاضلة....

بشرفني أن أتقدم إلى سيادتكم بهذه الاستمارة لجمع المعلومات لأغراض البحث العلمي فيما يخص موضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحسين الاتصال الإداري، في مؤسسة مديرية الشباب والرياضة - ورقلة - والتي تدخل ضمن متطلبات تحضير شهادة الماستر في العلوم الإعلام والاتصال تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، كما أعلمكم أن المعطيات والإجابات المقدمة من طرفكم تحظى بأهمية علمية بالغة ولا تستخدم إلا لأغراض الدراسة العلمية فقط.

كما نتوقع مساهمتكم بالإجابة على الورقة وبصراحة تامة.

لكم منا خالص الشكر والتقدير.

تحت إشراف الأستاذ:

زياتي غوتي

من إعداد الطلبة:

- إبراهيم شعيب.
- عبد الكريم شعيب.

الموسم الجامعي: 2025/2024.

الملحقة رقم 02: المحور الأول للاستبيان (استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة).

المحور الأول: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في مديرية الشباب والرياضة لولاية ورقلة.

- 1- ما هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي الذي تستخدمه في عملك بالمؤسسة؟
 فيسبوك إيميل واتساب جميع ما ذكر
- 2- هل يساهم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر (X)، الواتساب) في زيادة المردودية لدى المؤسسة؟
 نعم لا أحيانا
- 3- ما هي الموقع الأكثر جذبًا لك في المؤسسة؟
 فيسبوك تويتر (X) الواتساب جميع ما ذكر
- 4- هل يساعدك استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع زملائك في العمل داخل المؤسسة؟
 نعم لا أحيانا
- 5- هل يساهم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، منصة (X)، الواتساب) في زيادة مهاراتك التواصلية؟
 نعم لا أحيانا

الملحقة رقم 03: المحور الثاني للاستبيان (الاستخدامات التي تساهم في خلق الروابط الاجتماعية).

المحور الثاني: الاستخدامات التي تساهم في خلق الروابط الاجتماعية.

6- هل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يساهم على انفتاحك على مجتمعات أخرى؟

نعم لا

7- هل تساعدك استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل عملية التواصل الاجتماعي؟

نعم لا

8- ما طبيعة العلاقات الاجتماعية الناتجة عن استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

جيدة متوسطة ضعيفة

9- هل يساهم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في تكوين صداقات جديدة؟

نعم لا

10- هل يساهم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز صداقات قديمة لديك؟

نعم لا

قائمة الملاحق

الملحقة رقم 04: المحور الثالث للاستبيان (مساهمة استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل نشاطات العمل).

المحور الثالث: مساهمة استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في تسهيل نشاطات العمل.

- 11- هل تحقق نتائج جيدة عند استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في عملك؟
نعم لا
- 12- هل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي جعل عملية الاتصال في المؤسسة سهلا وسريعا؟
نعم لا
- 13- هل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يجعل المؤسسة تحقق أهدافها بشكل مميز؟
نعم لا أحيانا
- 14- هل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يزيد من جودة نشاطك في العمل؟
نعم لا
- 15- هل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يكسبك مهارات أكثر في عملية التواصل أثناء العمل؟
نعم لا
- 16- هل ساهم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في تحسين سرعتك في انجاز العمل في المؤسسة؟
نعم لا
- 17- هل كان انعكس استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي على شخصيتك في العمل؟
نعم لا