

استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات الهيئات الرياضية
دراسة ميدانية مديرية الشباب والرياضة ولاية الوادي

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: .سمعي بصري

إشراف الأستاذ(ة)

إعداد الطالب (ة):

د. صالح دليّة

- بن رابحة وفاء

- جعفري محمد مولود

نوقشت المذكرة علنا يوم: 2023/06/05

أمام اللجنة المكونة من الأساتذة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	اللجنة
رئيسا	جامعة الشهيد حمة لخضر	أستاذ تعليم عالي	أ. د. رشيد خضير
مشرفا ومقررا	جامعة الشهيد حمة لخضر	أستاذ محاضر	د. صالح دليّة
مناقشا	جامعة الشهيد حمة لخضر	أستاذ محاضر	د. محمودي محمد البشير

السنة الجامعية : 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

شكر و عرفان

بادئ ذي بدء نحمد الله العلي العظيم الذي أحاطنا بروح المعية فتمسكنا بالعروة الوثقى التي لن نخيد بعدها عن الصراط المستقيم ابد , و نشكره على فضله فهو المعان و المستعان في ذلك وهو الذي وفقنا في انجاز هذا العمل.

ونتقدم بالشكر الجزيل مصدقا لقوله صلى الله عليه وسلم : " من استعاذكم بالله فاعنوه , ومن سألكم بالله فأعطوه , ومن دعاكم فاجيبوه , ومن صنع إليكم معروفا فكافئوه , فإن لم تجدوا ما تكافؤه فادعوا له حت تروا أنكم كفأتموه."

ما أعظم أن نقف في مثل هذا اليوم وقفة تقدير واحترام وقفة إخلاص و محبة إلى الذي علمنا معنى التفاؤل في أسوء الظروف ومنحنا الثقة في أنفسنا إلى من كان يقف دوما إلى جانبنا , إلى الدكتورة المشرفة " صالحى ديلة "

كما لا ننسى التقدم بخالص الشكر و التقدير الى كافة مسئولي و اطارت وعمال مديرية الرياضة والشباب بولاية الوادي محل الدراسة الميدانية .

وفي الخير نتقدم بالشكر الجزيل لكل من قدم لنا يد العون بشكل مباشر او غير مباشر عن قريب او بعيد خاصة أهالينا الكرام .

ونسال الله التوفيق لكل من ناضل في سبيل الرسالة النبيلة رسالة العلم و التوفيق لكل من كافح لبلوغ غاية سامية.

إلى كل هؤلاء و كل من تعذر علينا ذكرهم نهدي هذا العمل المتواضع و نتمنى أن يكون زادا نافعا

إهداء

باسم شعلة الإيمان وهداية الرحمان اهدي ثمره جهدي إلى :

من علمني أن الشرف ليس ذهباً يباهى به أو مالا يتميز به و إنما الشرف علما ينتفع منه و ينفع به , إلى قدوتي في الحياة الذي علمني دروس الحياة, إلى من غرس فيا نبل الأخلاق و النقاء و علمني أن بالصبر و الإرادة لا يبقى شيء مستحيل إلى فخري وسندي فداك قلبي.....بابا الغالي

إلى نبع الحب والحنان إلى نبع العطاء الذي لا مثيل له إلى من علمتني أن اتخذ من الفشل سلماً للنجاح ومن الهزيمة طريقاً للنصر ومن المرض فرصة للعبادة ومن الفقر وسيلة للكفاح, إلى التي أسرفت و لم تنتظر دوماً ثمن لعطائها إلى التي وضعت الجنة تحت أقدامها اهديكي قلبي النابض بحبك الفاضل اهديكي روحي و احلي الأمنيات إلى ماما الحبيبة .

إلى رفيقي وشريكي في الحياة إلى سندي في السراء والضراء إلى زوجي الغالي
إلى قرة عيني وروح قلبي أبنائي : الأميرين حيدر و معاذ وأميرتي الغالية نرجس
إلى نسور قلبي أخواني الغاليين : حمزة وسيف الإسلام .

إلى الشموع المضيئة اللواتي ساندنني في كل خطواتي و اللاتي قاسمنني دروب الحياة إلى أجمل باقة ورود أخواني : أسماء , أحلام , سارة , نور الإيمان .

إلى زوجة أخي الغالية مروة , إلى حمايتي التي وقفت بجاني وساعدتني بحمل عبئ أبنائي : خالتي سميرة وبناتها صبيحة, ليلي , ذكرى .

و إلى طيور الجنة: جومانة , رحاب , بهاء الدين , جوري , سيدرة المنتهى , ياسمين , سوار , رزان , والصغيرين الجميلين : جود عبد الله , و ادهم تاج الدين .

إلى رفيقة دربي التي سرت معها طريق العمل ورسمنا آمالنا على جدران من ذهب : موساوي الزهرة وابنها بن عزة محمد الكبير وأمها الغالية الحاجة مسعودة .

إلى زميلي الذي ساعدني في عناء المذكرة والعمل هشام مدلل وبناته إسراء وأريج .

إلى استاذتي الغالية : الدكتورة صالحي دليلة

إلى زملائي في المذكرة : جعفري محمد مولود .

وأخيراً إلى كل الذين أحببتهم وأحبوني و نقشت أحرف أسمائهم على جدران قلبي إلى كل من خطهم قلبي ولم يخطهم قلبي إلى كل من همهم أمري و أسعده نجاحي .

وفاء

إهداء

إلى من علمني النجاح و الصبر ... إلى من علمني الإقدام بدون انتظار
إلى من أحمل اسمه بكل افتخار وأرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار

والدي العزيز أبي بدر الدين ... حفظه الله .

إلى خالد الذكر، الذي وفاته المنية منذ ستة سنوات، وكان خير مثال لرب الأسرة،
والذي لم يتهاون يوم في توفير سبيل الخير والسعادة لي..

جدي (أبي) عز الدين ... رحمه الله

إلى من علموني و عانوا الصعاب لأصل إلى ما أنا فيه ... و حنانهم بلسم جراحي
وإلى ملائكتي في الحياة وإلى معنى الحب والحنان والتفاني وإلى بسملة الحياة وسر الوجود وإلى من كان دعائهم سر نجاحي
أغلى الحبايب

أمي الحبيبة رفيقة ... و... أمي الحبيبة (خالتي) سليمة

حفظهم الله .

إلى من كان دعائهم و حنانهم سر في نجاحي جدي زهور، حليلة حفظهم الله .

إلى إخوتي من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات والصعاب هاجر، نرجس، عبد الرحمان، عصام

إلى صاحب السيرة العطرة، والفكر المستنير عبي الرزاق حفظه الله

إلى جميع أفراد أسرتي العزيزة و الكبيرة كل باسمه أينما وجدوا.

إلى أصدقائي رفقاء دربي من داخل الجامعة و خارجها.

إلى زميلتي في المذكرة وفاء

إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة صالحية دليلة

إلى أساتذتنا الكرام الذين أناروا دروبنا بالعلم و المعرفة.

إليكم نهدي ثمرة هذا العمل المتواضع





قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
I	البسملة
II	شكر وعرفان
IV - III	الإهداء
VI	قائمة المحتويات
VIII	قائمة الجداول والأشكال
X	قائمة الملاحق
XI	ملخص الدراسة
المقدمة	
الفصل الأول	
أ - ب	مقدمة
1	1- إشكالية الدراسة
2	2- أسباب اختيار الموضوع
2	3- أهداف الدراسة
3	4- أهمية الدراسة
3	5- حدود الدراسة
3	6- صعوبات الدراسة
الجانب النظري	
الصفحة	الفصل الثاني : دور العلاقات العامة الرقمية و أدوارها في تحسين خدمات الهيئات الرياضية
06	تمهيد
07	المبحث الأول : العلاقات العامة الرقمية
07	المطلب الأول : ماهية العلاقات العامة الرقمية
08	المطلب الثاني : أهمية استخدام العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات والمنشآت الجزائرية
08	المطلب الثالث : استخدام العلاقات العامة الرقمية لمواقع التواصل الاجتماعي
09	المبحث الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي
09	المطلب الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
10	المطلب الثاني : مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

12	المطلب الثالث : أبرز مواقع التواصل الاجتماعي
13	المبحث الثالث : الهيئات الرياضية
13	المطلب الأول : ماهية الهيئات الرياضية
14	المطلب الثاني : أشكال الهيئات الرياضية
15	المطلب الثالث : أهمية تكنولوجيا المعلومات في الهيئات الرياضية
16	المبحث الرابع : الدراسات السابقة
20	خلاصة الفصل
الإطار الميداني	
الصفحة	الفصل الثالث : الإجراءات المنهجية والميدانية لمديرية الشباب والرياضة -ولاية الوادي
23	تمهيد
24	المبحث الأول : الدراسة الاستطلاعية
24	المطلب الأول : المجال المكاني والزمني
26	المطلب الثاني : ضبط متغيرات الدراسة
26	المطلب الثالث : تحديد مفاهيم الدراسة
27	المبحث الثاني : منهجية الدراسة و أدواتها
28	المطلب الأول : منهج الدراسة
29-28	المطلب الثاني : مجتمع وعينة الدراسة
29	المطلب الثالث : أدوات جمع البيانات
33	المبحث الثالث : الدراسة الميدانية
33	المطلب الأول : عرض النتائج و تحليلها
57	المطلب الثاني : الاستنتاج العام
58	المطلب الثالث : الاقتراحات والتوصيات
59	خلاصة الفصل
61	خاتمة
63	قائمة المراجع و المصادر
67	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
11	مواقع التواصل الاجتماعي و استخداماتها	(01)
31	حساب معامل ثبات ألفا كرونباخ	(02)
33	يبيّن توزيع المبحوثين حسب الجنس	(03)
33	يبيّن توزيع المبحوثين حسب السن	(04)
34	يبيّن توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي	(05)
34	يبيّن توزيع المبحوثين حسب أقدمية العمل	(06)
35	يبيّن توزيع المبحوثين حسب الوظيفة	(07)
35	يبيّن الأجهزة الذكية التي يعتمد عليها المبحوثين في وظيفة العلاقات العامة	(08)
36	يبيّن الوسائط الرقمية التي يستخدمها قسم العلاقات العامة في المديرية للتفاعل مع الجمهور	(09)
36	يبيّن مدى تغير نمط الاتصال داخل وخارج المديرية من جراء استخدام التكنولوجيا الحديثة	(10)
37	فيما يتمثل غير نمط الاتصال داخل وخارج المديرية من جراء استخدام التكنولوجيا الحديثة	(11)
37	يبيّن مدى استخدام إدارة المديرية مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العلاقات العامة الرقمية تجاه الجمهور	(12)
38	يبيّن مدى مساهمة العلاقات العامة في تحسين مستوى خدمات إدارة المديرية بمختلف مستوياتها	(13)
38	يبيّن تقييم نشاط العلاقات العامة للمديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	(14)
39	يبيّن مدى استخدام المبحوثين لواقع التواصل الاجتماعي	(15)
39	يبيّن أكثر المواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين	(16)
40	يبيّن مدى استخدام المبحوثين لحساباتهم الخاصة في مجال العمل داخل المديرية	(17)
40	يبيّن مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين	(18)
41	يبيّن مدى امتلاك إدارة المديرية لصفحات خاصة بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	(19)
41	يبيّن أهم المواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها إدارة المديرية في العمل	(20)
42	يبيّن وجود مشرف على الصفحة الخاصة بمديرية الشباب والرياضة	(21)

42	يبين دوافع استخدام عمال مديرية الشباب والرياضة لمواقع التواصل الاجتماعي	(22)
43	يبين أهم مجالات استخدام مواقع التواصل داخل إدارة المديرية	(23)
43	يبين مدى تلقي إدارة المديرية لرسائل من مستخدميها عبر صفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي	(24)
44	يبين كيفية الرد على رسائل الجمهور الخارجي من قبل إدارة المديرية	(25)
44	يبين طبيعة المنشورات التي تنشرها المديرية عبر صفحتها في مواقع التواصل الاجتماعي	(26)
45	يبين مدى التفاعل مع منشورات المديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	(27)
46	يبين مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في حالة وقوع المديرية في مشكلة أو أزمة ما	(28)
46	الاهداف التي تحققها المديرية جراء استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي	(29)
47	يبين مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات وصورة المديرية لدى جمهورها	(30)
47	يبين فيما تكمن هذه المساهمة في تحسين خدمات وصورة المديرية لدى جمهورها	(31)
48	يبين مدى الإضافة التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي في العمل داخل المديرية	(32)
48	فيما تكمن هذه الإضافة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي في العمل داخل المديرية	(33)
49	يبين مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لعمال مديرية الشباب والرياضة	(34)
49	يبين مدى سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لإدارة المديرية	(35)
50	يبين التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي التي تؤثر على صورة المديرية	(36)
50	الوسائط الرقمية التي تستخدم في قسم العلاقات العامة بالمديرية للتفاعل مع الجمهور وعلاقتها بمتغير الجنس	(37)
51	دور الوسائط الرقمية في تحسين الاتصال داخل المديرية وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي	(38)
52	ابرز المواقع التي تستخدمها المديرية وعلاقتها بمتغير الجنس	(39)
52	استخدام الحساب الشخصي للمبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في العمل وعلاقتها بمتغير الوظيفة	(40)
53	مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمديرية الشباب والرياضة وعلاقتها بمتغير الجنس	(40)
54	الأهداف التي تسعى مديريتك لتحقيقها من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمتغير الجنس	(42)
54	مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات وصورة المديرية لدى جمهورها وعلاقتها بمتغير السن	(43)

55	تلقي المديرية رسائل من مستخدميها عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمتغير الوظيفة	(44)
56	التفاعل مع منشورات المديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمتغير السن	(45)

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
(01)	الهيكل التنظيمي لمديرية الشباب و الرياضة ولاية الوادي	25

قائمة الملاحق

الرقم	العنوان	الصفحة
(01)	دليل استمارة استبيان	67
(02)	دليل مقابلة / مع السيد عبد الرحمان قديري مسؤول خلية الاعلام والاتصال بمديرية الشباب والرياضة -الوادي	73
(03)	الصفحة الرسمية لمديرية الشباب والرياضة -الوادي	75
(04)	طلب تسهيل مهمة	76

ملخص الدراسة

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على دور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات الهيئات الرياضية بما فيها (مديرية الشباب و الرياضة بالوادي), من خلال الاستفادة من شبكة الانترنت في تقديم خدمات اليكترونية عن طريق ما يسمى بالعلاقات العامة الرقمية , للتواصل مع الجمهور الخارجي باستخدام أدواتها,من بينها مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت من ابرز تطورات العصر و التي باتت تستخدم في العديد من مجالات العمل في مختلف المؤسسات و الهيئات الرياضية, و ذلك لتحقيق أهدافها الإستراتيجية. كذلك التعرف على واقع الهيئة الرياضية ومدى استفادتها من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي, وأكثر المواقع التي تعتمد عليها لعرض خدماتها بصورة جيدة للجمهور .

ولتحقيق ذلك اعتمدنا على منهج دراسة حالة لان الدراسة كانت تقتصر على حالة واحدة فقط وهي مديرية الشباب والرياضة لولاية الوادي , وتكون مجتمع عينة الدراسة عمال المديرية البالغ عددهم 52 عامل, مستخدمين الاستبيان كأداة للدراسة على عينة المسح الشامل التي بلغ عددها 52 موظف كما لجأنا لاستعمال المسح الشامل بدلا من المعاينة.واعتمدنا على الاستبيان كأداة رئيسية , وأداة المقابلة مع مسئول خلية الإعلام والاتصال بمديرية الشباب والرياضة بولاية الوادي .

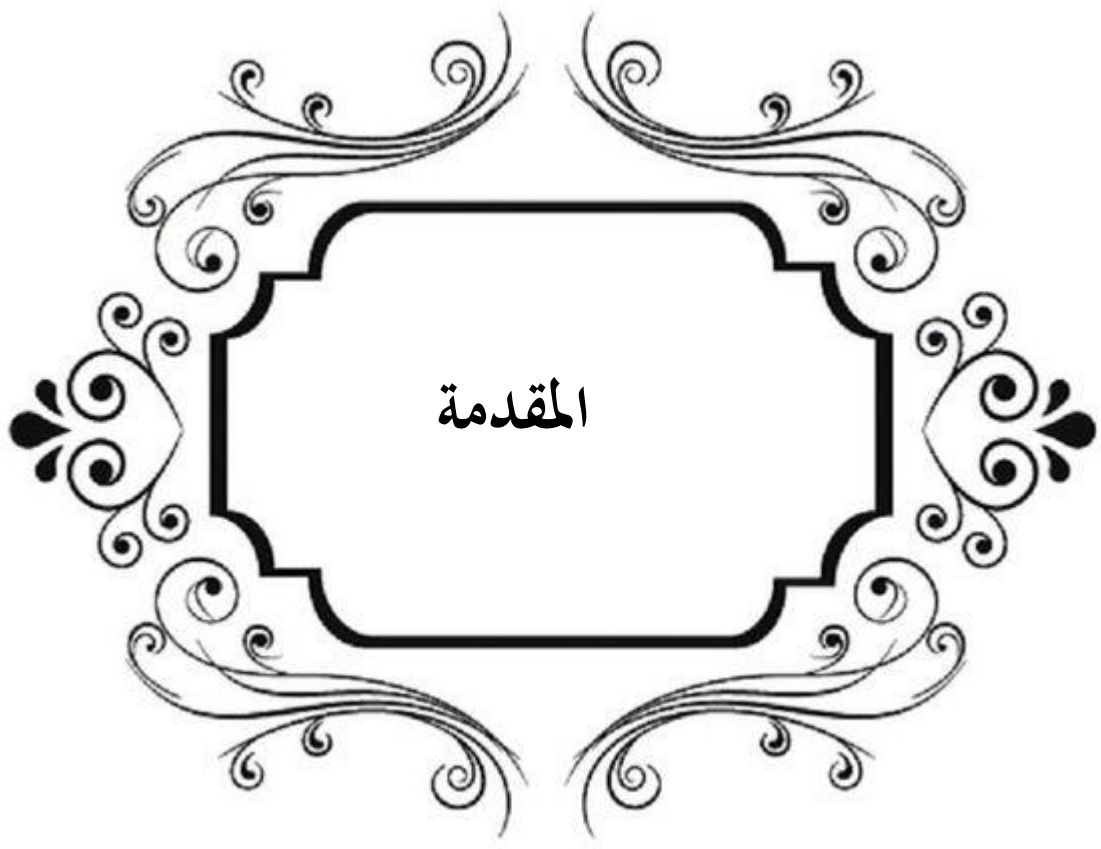
وكانت أهم نتائج الدراسة أن : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تحسين خدمات الهيئات الرياضية, كما ان الفاييسبوك من أكثر المواقع التواصل الاجتماعي استخداما داخل الهيئة.

Through This study ,we aim to identify the role of using social networking sites in improving the services of sports bodies , including the directorate of youth and sports in el oued state , by taking advantage of the internet in the old electronic services through the so-called digital public relations to communicate with the external public using its tools from among them are social networking sites , which have become one of the most prominent developments of the era, and which are now used in many areas of work in various institutions and sports bodies, in order to achieve their strategic goals and the sites they rely on most to present their services in a good way to the public.

To achieve this , we relied on a case study approach because the study was limited to one case , which is the directorate of youth and sports , el oued province . The study sample community consists of 52 workers of the directorate ,we also resorted to using a comprehensive survey instead of inspection , and we relied on the questionnaire as a basic tool, as well as the interview with the official of the media and communication cell in the directorate .youth and sports valley.

The most important results reached were that the use of social networking sites contributed to improving the services of sports bodies, just as face book is the most used site within the directorate

الكلمات المفتاحية : العلاقات العامة الرقمية , مواقع التواصل الاجتماعي , الهيئة الرياضية



مقدمة

مما لا شك فيه أصبح العالم اليوم يعيش ثورة تكنولوجية ومعرفية سريعة وهائلة غير مسبوقة في مجال وسائل الاتصال والمعلومات تتخطى الحواجز لتجعل من العالم قرية صغيرة فتحت أفقا واسعة أمام الأفراد للتفاعل فيما بينهم و لا شك أحدثها و أهمها ظهور شبكة الانترنت وانتشارها , حيث احدثت نقلة نوعية في كافة المجالات بما فيها الثقافية و الاقتصادية والاجتماعية ... فقد اصبح الناس يتواصلون مع بعضهم البعض بسهولة دون اعتبار لأي حواجز زمنية و عقبات جغرافية و ذلك لسهولة استخدامها كما فتحت افقا جديدة امام عدة مفاهيم ولعل من ابرزها مواقع التواصل الاجتماعية عبر الأنترنت التي تسمح بتناول المعلومات و البيانات بين مختلف الافراد و المؤسسات .

تعد مواقع التواصل الاجتماعي نوعا جديدا من انواع الاتصال الذي نشأ في بيئة الأنترنت و تكنولوجيا الوسائط المتعددة حيث تلعب دورا بارزا في عملية تحصيل و تحليل الاخبار و المعلومات و تبادلها على نطاق واسع, فهي تمتاز بسرعة تمرير المعلومة و التواصل مع جمهورها لذلك لجأت العديد من المؤسسات بمختلف القطاعات على الصعيدين العام والخاص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل احترافي من خلال صفحات رسمية موثقة و توظيفها في خدمة العلاقات العامة و التي ابرزت لنا العلاقات العامة الرقمية المتبلورة في انتقال ادارة العلاقات و التواصل مع الجمهور من المرحلة التقليدية الى المرحلة الحديثة التي تواكب عصر التكنولوجيا في خدمت المؤسسات بما فيها المؤسسات الرياضية التي لم تكن بعيدة عن مواكبة هذه التكنولوجيا بصفة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة , فاستغلت المؤسسة الرياضية الفضاءات الافتراضية لتكون دائمة التواصل حيث تسعى دوما الى تقديم احسن الخدمات الى الجمهور من خلال انشطتها الاتصالية المتعددة والتي تناسب جميع المراحل العمرية من اجل تحسين سمعتها و اقناع الجماهير حول نوعية خدماتها , خاصة موقع الفايسبوك الذي اصبحت ضروري في المؤسسات و لا يمكن الاستغناء عنه او اهماله لما يقدمه من خدمات مساعدة للمؤسسة عبر صفحاتها الخاصة , التي تعكس صورتها فهي مرآتها العاكسة لها.

لكن تطور المؤسسات الرياضية لن يتوقف عند هذا الحد سواء من ناحية الخدمات او من ناحية التواصل, بل اصبحت نجاح هذه المؤسسات يعتمد نجاحها بدرجة كبيرة على كفاءة ادارتها و طريقة تسيرها في شتى المجالات .

و من هذا المنطلق جاءت دراستنا هذه لمعرفة واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات الهيئات الرياضية ولقد اخترنا مديرية الشباب و الرياضة لولاية الوادي كنموذج لدراسة الميدانية .

و اعتمدنا في دراستنا على خطة منهجية وفقا لمبدأ إيمراد Emrad مقسمة إلى ثلاث جوانب رئيسية :

الجانب الأول تضمن الفصل الأول المقدمة و التي طرقتنا من خلالها الى اشكالية الدراسة التي تمحورت حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات الهيئات الرياضية و التي تندرج تحتها التساؤلات الفرعية , وكذلك اسباب اختيار الموضوع , أهمية و أهداف الدراسة و حدود الدراسة وفي الأخير صعوبات الدراسة .

أما الجانب النظري فتضمن الفصل الثاني تحت عنوان : العلاقات العامة الرقمية وأدواتها في تحسين خدمات الهيئات الرياضية و يحتوي على أربعة مباحث , المبحث الأول العلاقات العامة الرقمية تناولنا فيه ثلاث مطالب المطلب الأول ماهية العلاقات العامة الرقمية , المطلب الثاني أهمية استخدام العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات والمنشآت الرياضية , المطلب الثالث مميزات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات العامة الرقمية , أما المبحث الثاني تضمن مواقع التواصل الاجتماعي وهو بدوره يتكون من ثلاث مطالب , المطلب الأول ماهية مواقع التواصل الاجتماعي و المطلب الثاني مجالات استخدام مواقع التواصل , والمطلب الثالث أبرز وأهم مواقع التواصل الاجتماعي أما المبحث الثالث يحتوي على الهيئات الرياضية ويتكون من ثلاث مطالب , المطلب الأول ماهية الهيئات الرياضية و المطلب الثاني أشكال الهيئات الرياضية وأخيرا المطلب الثالث وتضمن أهمية تكنولوجيا المعلومات في الهيئات الرياضية و في المبحث الأخير تناولنا ثلاث دراسات سابقة تتوافق مع دراستنا في عدة جوانب.

أما الجانب التطبيقي فقد تضمن الفصل الثالث الذي جاء بعنوان الإطار المنهجي و الميداني لدراستنا وهو بدوره يتضمن ثلاث مباحث, المبحث الأول الدراسة الاستطلاعية والتي من خلالها تناولنا ثلاث مطالب المطلب الأول المجال المكاني والزمني و الذي طرقتنا فيه إلى بطاقة فنية عن مديرية الشباب والرياضة بولاية الوادي من تعريف وأهم المهام وهيكلها التنظيمي , أما المطلب الثاني فتضمن متغيرات الدراسة ليأتي المطلب الثالث و الذي يحتوي على مفاهيم الدراسة المبحث الثاني يحتوي على منهجية الدراسة وأدواتها المطلب الأول منهج الدراسة و المطلب الثاني مجتمع وعينة الدراسة أما المطلب الثالث تضمن أدوات جمع البيانات التي اعتمدناها في دراستنا , يأتي المبحث الثالث الدراسة الميدانية وتناولنا فيه ثلاث مطالب , المطلب الأول تحليل بيانات الدراسة , المطلب الثاني الاستنتاج العام و بعدها المطلب الثالث الاقتراحات والتوصيات و التي تم الخروج منها من خلال استنتاجاتنا لدراستنا .

1-الإشكالية

يعتبر الاتصال عملية مهمة للنشاط الإنساني باعتباره ضرورة اجتماعية للتعامل و التواصل بين الأفراد والجماعات التي لا يمكن أن تتطور وتستمر بدونها , فالاتصال عملية حيوية دخلت برامجه سائر مؤسسات المجتمع سواء اقتصادية أو اجتماعية أو خدمية كونه الوسيلة المثالية للحوار بين الأفراد العاملين داخل و خارج المؤسسة التي أصبح نجاحها في كثير من الأحيان مرتبط بمدى توظيفها للعديد من أشكال الاتصال المؤسسي, الذي يعتبر العصب الحساس في تسيير أي مؤسسة , يهدف إلى توضيح وتحسين صورة المؤسسة من اجل خلق جو الثقة والاستمرارية, ومع تزايد أعداد المؤسسات و التوسع الكبير في أحجامها ونشاطاتها ظهرت ضرورة لإقامة علاقات عامة مع جمهور المؤسسة, من خلال خلق وظيفة إدارية يطلق عليها العلاقات العامة.

حيث تعد وظيفة العلاقات العامة واحدة من أهم ركائز الاتصال في المؤسسات فهي تسعى دائما إلى إيجاد ذلك الرابط بينها وبين جماهيرها المختلفة ,باعتبارها جزء لا يتجزأ من نشاط المؤسسة بمختلف أنواعها وأشكالها سواء خدمية او إنتاجية, إذ أصبح نجاح الكثير من المؤسسات مرهون إلى حد كبير بقوة إدارة العلاقات العامة فيها , و في ظل التطورات التكنولوجية الواسعة طورت العلاقات العامة وسائلها و أصبحت تستخدم أدوات اليةكترونية في انجاز مهامها لتتجه نحو الممارسة اليةكترونية ليظهر لنا مصطلح العلاقات العامة الرقمية أو اليةكترونية التي أضافت بعدا آخر للعلاقات العامة التي أصبحت أكثر شمولية وأكثر تنوع مما يسمح لمسئوليها بالتواصل وإيصال معلوماتهم من خلال شبكة الانترنت والشبكات اليةكترونية, ومن أهم الوسائل الحديثة التي تعتمد عليها العلاقات العامة الرقمية, نجد الشبكات الاجتماعية أو مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر إحدى أدوات العلاقات العامة الرقمية باعتبارها الأكثر انتشارا و إقبالا وذلك بما تملكه من خصائص تميزها عن غيرها من المواقع ,وسائل اتصالية حديثة تستعمل لعدة أغراض فهي تشكل متغيرا من متغيرات تميز المؤسسة وأداة فعالة لتسويق صورتها وخدماتها.

حيث يستخدم المجتمع الجزائري مواقع التواصل الاجتماعي عموما وفئة الشباب خاصة باعتبار الشباب الأكثر استخداما لتكنولوجيا الاتصال وتفاعلا لهذه المواقع لهذا تسعى جل المؤسسات بما فيها المؤسسات والهيئات الرياضية باعتبارها كيان اجتماعي وثمره لجهود عضلي وفكري تهدف إلى التحسيس بضرورة ممارسة الأنشطة البدنية و الرياضية وتكوين وعي لدى أفراد المجتمع من خلال ما تقدمه من برامج وأنشطة رياضية و خلق جو من التواصل المستمر مع جمهورها والوجود الدائم عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي المتاحة, حيث تعتبر نشاطات العلاقات العامة اليةكترونية من الممارسات التي أولتها الهيئات الرياضة اهتماما واسعا بالاعتماد عليها في تكوين صورة ايجابية, وتوفير الخدمات باستخدام أساليب تتناسب مع متغيرات العصر.

لهذا يتزايد حضور العديد من المؤسسات الرياضية عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي, بالنظر إلى أهمية العلاقة بين الهيئة وجماهيرها مما جعل هذه الهيئات الرياضية بشتى أنواعها تولي اهتمام كبير لهذه الشبكات وتعتمد

عليها، غير أن درجة الاعتماد عليها وطريقة توظيفها لها، ومدى قدرتها على التعامل معها بالشكل الذي يحقق لها أهدافها يبقى أمرا يحتاج إلى البحث والدراسة، وهو ما سنحاول التطرق إليه من خلال دراسة ميدانية على عينة من الهيئات الرياضية، والمتمثلة في مديرية الشباب و الرياضة لولاية الوادي، من خلال البحث عن كيفية توظيف هذه الهيئة لمواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدماتها وجذب الشباب إليها، وتكوين صورة إيجابية عنها لدى محيطها، كل هذا من خلال طرح التساؤل الرئيس التالي:

كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات مديرية الشباب و الرياضة بولاية الوادي؟

ويندرج تحت هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية

- ✓ ما هي أشكال الاتصال المستخدمة في مديرية الشباب والرياضة بولاية الوادي ؟
- ✓ ماهي أهم المواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها مديرية الشباب والرياضة بولاية الوادي في تحسين خدماتها من اجل جذب الشباب اليها ؟
- ✓ ماهي مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمديرية الشباب والرياضة بولاية الوادي ؟
- ✓ ماهي الاشباكات التي تحققها مديرية الشباب والرياضة بولاية الوادي جراء استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

1- أسباب اختيار الموضوع :

- ✓ الرغبة في معرفة مدى استخدام مديرية الشباب والرياضة بولاية الوادي لمواقع التواصل الاجتماعي .
- ✓ قابلية الموضوع للدراسة من حيث الإمكانيات المادية و البشرية و الوقت المناسب
- ✓ معرفة اكتشاف اساليب العمل التي تميز هذه الهيئة والأهمية التي توليها لاستخدام هذه المواقع .
- ✓ اكتشاف أهم المواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في مديرية الشباب و الرياضة بولاية الوادي.

2- أهداف الدراسة

- ✓ معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات الهيئات الرياضية
- ✓ التعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على ميول الشباب الرياضي لها و مدى تفاعله مع الأنشطة المتاحة .
- ✓ معرفة الحالات التي تستخدم فيها المؤسسة لمواقع التواصل الاجتماعي .
- ✓ التعرف على أكثر المواقع التواصل الاجتماعي استخداما لتحسين خدماتها.
- ✓ الوقوف على واقع المؤسسة الرياضية ومدى استفادتها من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

4- أهمية الدراسة

مع أهمية وجود مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الفرد و التي أصبحت تساهم بشكل كبير في تزويد المجتمع عامة والشباب خاصة بالثقافة الرياضية من خلال إنشاء هيئات رياضية تعمل على استقطاب الشباب اليها من خلال تحسين خدمات هذه المؤسسات و التي تساهم في نظرت واتجاه الشباب الى ممارسة هذه الرياضات و الكشف عن مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي و المتمثلة في الفيسبوك و اليوتيوب وتويتر وغيرها على الشباب .

ان موضوع دراستنا هذا يعمل على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي و دوره في تحسين خدمات الهيئة الرياضية مديرية الشباب والرياضة لولاية الوادي وجذب الشباب اليها من خلال اعتمادها على تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

5-حدود الدراسة

الحدود البشرية: وهي التي تتعلق بالجانب البشري الذي أجريت عليه الدراسة و يشمل طاقم العامل بمديرية الشباب والرياضة على اختلاف مستوياتهم وأجناسهم و قدر عددهم ب : 52 عامل.

الحدود الزمانية: وهيا الفترة التي تم استغراقها لإنجاز دراستنا :

- 1- ضبط العنوان و مشكلة الدراسة وذلك ابتداء من 25 نوفمبر إلى غاية بداية جانفي 2023.
- 2- جمع اكبر عدد من المصادر والمراجع المتعلقة بدراستنا و صياغة الإطار النظري للدراسة. وذلك ابتداء من نهاية جانفي إلى غاية نهاية فيفري.
- 3- من 1 مارس بداية انجاز الجانب الميداني بزيارة أولية استطلاعية للمديرية الشباب والرياضة بولاية الوادي ولمعلومات شاملة عنها.

الحدود المكانية: ويقصد بها المكان الجغرافي الذي أنجزت فيه دراستنا والمتمثلة في مديرية الشباب والرياضة ولاية الوادي.

3- صعوبات الدراسة

- قلة المصادر و المراجع خاصة حول الهيئات الرياضية و علاقتها بمواقع التواصل الاجتماعي .
- صعوبة الاتصال بالمديرية احيانا وذلك لانشغالهم بأعمالهم ومهامهم.
- ضعف الشبكة وخاصة في الاقامة الجامعية.
- نقص الدراسات السابقة في هذا الموضوع .
- ضغوطات العمل و العائلة و كثرة مصاريف النقل
- وجود صعوبة في البداية بالتواصل و تزويدنا بالمعلومات مع عمال المديرية لعدم وجود المسئول الأول.



الفصل الثاني:

دور العلاقات العامة الرقمية و أدواتها في تحسين خدمات الهيئات الرياضية

تمهيد

المبحث الأول : العلاقات العامة الرقمية

المطلب الأول : مفهوم ونشأة العلاقات العامة الرقمية .

المطلب الثاني : أهمية استخدام العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات والمنشآت الرياضية الجزائرية .

المطلب الثالث : استخدام العلاقات العامة الرقمية لمواقع التواصل الاجتماعي .

المبحث الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي .

المطلب الثاني : مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث : أبرز مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث : الهيئة الرياضية

المطلب الأول : ماهية الهيئات الرياضية

المطلب الثاني : أشكال الهيئات الرياضية

المطلب الثالث : أهمية تكنولوجيا المعلومات في الهيئة الرياضية

المبحث الرابع : الدراسات السابقة

خلاصة الفصل

تمهيد

نشهد اليوم في ضل هذا التطور التكنولوجي الحاصل تطور العديد من المجالات من بينها العلاقات العامة التقليدية والتي اصبحت الان ما تسمى بالعلاقات العامة الرقمية, وذلك بعد دخول الرقمة لها واستخدامها للوسائل الحديثة, خاصة مواقع التواصل الاجتماعي والتي باتت ملاذ الكثير من الهيئات والمؤسسات كالهيئات الرياضية التي اصبحت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كأمر ضروري داخل المؤسسة وذلك لما تمتاز به من خصائص ومميزات تساعد في تسهيل الاتصال داخل وخارج المؤسسة بغية تحسين خدماتها .

ويهدف هذا الفصل الى توضيح مفهوم العلاقات العامة الرقمية وتاريخ نشأتها مع ابراز ماهية مواقع التواصل الاجتماعي ومجالات استخدامها, كما سلطنا الضوء على أهمية استخدامها في المؤسسات والمنشآت خاصة منها الهيئات الرياضية والتي ايضا تحدثنا على مفهومها و نشأتها وأهمية تكنولوجيا المعلومات بها.

المبحث الأول : العلاقات العامة الرقمية

المطلب الأول : ماهية العلاقات العامة الرقمية

1- مفهوم العلاقات العامة الرقمية:

إذا كانت **العلاقات العامة** هي " فن و علم إدارة الاتصال بين المنظمة و جماهيرها لتحقيق الفهم المتبادل", فإن **الرقمية** " تعني الوسائل الحديثة القائمة على النظم الرقمية و المستخدمة في عملية الاتصال بين المنظمة و الجمهور , و العلاقات العامة الرقمية تشير إلى تكامل العلاقات العامة و الوسائل الاتصالية الرقمية لتحقيق أهداف العلاقات العامة.¹"

من هنا يمكن **تعريف العلاقات العامة الرقمية** بأنها " تعد مصطلحا شاملا يتضمن التنظيم الفعال لتحقيق التواصل مع الجمهور بشكل أكثر فعالية معتمدة في ذلك على كافة أشكال التواصل الاستراتيجي عبر شبكة من الاتصالات الرقمية ".²

2- عوامل ظهور ونشأة العلاقات العامة الرقمية

مع تزايد أهمية شبكة الانترنت سواء في خصائصها الفنية كوسيلة اتصال أو في عدد مستخدميها أو مع تزايد عدد المواقع التي وصلت إلى 200 مليون موقع وصفحة ويب على محركات البحث المختلفة عام 1997 كما تجاوز عدد مستخدميها في 2016 , و لهذا كان من الضروري للعلاقات العامة ان تتطور و أن تتجه لاستغلال الانترنت كوسيلة للوصول إلى الناس و تلبية احتياجات عملائها .

انتشار الهواتف الذكية و أجهزة الكمبيوتر المحمولة التي أصبح عددها ضعف عدد سكان الأرض رغم محدودية استخدام العلاقات العامة الرقمية في البلاد العربية إلا أن بعض المبادرات الحديثة جاءت لنشر مفهومها, ومن ابرز هذه المبادرات تلك التي قامت بها شركة SPRK للعلاقات العامة و التي تعد من أولى الشركات التي تهتم بالعلاقات العامة الرقمية في مصر , حيث قامت بعمل مجلة اليكترونية تشرح العلاقات العامة بالعربي PR و تصب تركيزها على مفهوم العلاقات العامة الاليكترونية و كل ما يخصها , هذا بالإضافة لإطلاقهم لحملة اضغط علاقات عامة CLICK-PR التي تسعى لتسهيل عملية الحصول على خدمات العلاقات العامة الاليكترونية فكل ما عليك هو ان تسجل ما تريد لتحصل على خدمات العلاقات العامة التي تريد.³

¹ حاتم علي حيدر الصالحى : مقال علمي العلاقات العامة الرقمية : مراجعة نظرية للمفهوم و عوامل الظهور و التحديات , مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الاتصالية , المجلد 9, العدد 02 , اليمن , 2021 , ص53

² حنان احمد سليم : العلاقات العامة في عصر الإعلام الرقمي , دار الكتاب الحديث , ط1, مصر, 2019, ص 13

³ إسماعيل محمد عامر: العلاقات العامة والتطور الرقمي , مكتبة و مطبعة الوسيم الحديثة , ط 1 , غزة فلسطين , 2021, ص108

المطلب الثاني: أهمية استخدام العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات والمنشآت الجزائرية

تكمن أهمية استخدام العلاقات العامة الرقمية في المؤسسات و المنشآت في ما يلي:

- ✓ وظيفة العلاقات العامة الرقمية مواجهة أزمات المؤسسة بل و التنبؤ بهذه الأزمات قبل وقوعها فالانترنت تساهم في تحقيق هذا الأمر عبر المتابعة المستمرة لتوجهات و ردود الفعل المحيطة بالمؤسسة .
- ✓ المساهمة في تسويق صورة المؤسسة و تعزيز سمعتها على المستويين المحلي و الدولي خاصة في ظل تميز الانترنت بتخطيه للحواجز الجغرافية والثقافية .
- ✓ ترويج وتسويق خدمات ومنتجات المؤسسة ما يوفر جهدا ووقتا على دوائر العلاقات العامة و أقسام الإعلان و المبيعات في المؤسسات .⁴
- ✓ تصميم موقع المنظمة الاليكتروني ليمثل أداة جوهرية و حيوية للاتصال بجمهور المؤسسة و العالم الخارجي بشكل عام
- ✓ استخدام قواعد البيانات على الشبكة في الحصول على المعلومات والبيانات و الأخبار و الاستفادة منها في إعداد نشرات المؤسسة ومطوياتها و مطبوعاتها.
- ✓ إجراء البحوث عن طريق المقابلات عبر شبكة الانترنت بواسطة البريد الاليكتروني أو في موقع المؤسسة أو مجموعات الحوار في المنتديات , أو عبر التخاطب المكتوب و الاتصال التلفوني , وكل ذلك يتم بأقل التكاليف.⁵

المطلب الثالث : استخدام العلاقات العامة الرقمية لمواقع التواصل الاجتماعي

- مع تطور شبكة الانترنت و انتشارها بشكل واسع أصبح ممكنا إنشاء مجتمعات افتراضية (اليكترونية) جديدة و التي بإمكان سكان العالم اجمع أن يتشاركوا فيها ويتبادلوا فيها الآراء والمعلومات بدون أن يكون لديهم احتكاك أو اتصال مباشر⁶ .
- تشغل المواقع التواصل الاجتماعي حليا بشكل عام حيز مهما ضمن استراتيجية العلاقات العامة الرقمية فشبكات الفايسبوك و تويتر وجوجل بلس وماي سبايس و غيرها لا غنى عنها للتواصل مع الجماهير و عرض الخدمات والمحتويات لهم فالتحادث مع المشاركين في هذه الشبكات و التنافس معهم حول قضايا معينة يعد قيمة مضافة أساسية للمؤسسة.

⁴ أسماء زهري : مقال علمي فعاليات العلاقات العامة الرقمية في مجتمع سيفنتال , مجلة المعيار , مجلد 27 العدد 01, 2023 , ص 227

⁵ شفيق حسنين: الاعلام التفاعلي , دار فكر وفن , القاهرة , 2008 , ص 8

⁶ محمد لعقاب : المواطن الرقمي , منشورات الوطن اليوم , الجزائر 2011, ص 43

فهناك بعض القواعد الاساسية للاستفادة من خدمات المواقع التواصل الاجتماعي في مجال العلاقات العامة و تتمثل في :

- دعوة مستخدمين اخرين للانضمام الى مواقع المؤسسة الاجتماعية ودعوتهم للإعجاب بصفحة محتويات المؤسسة.
- دعوة المعجبين إلى الاشتراك في الرسالة الاخبارية للموقع.
- وضع وصلة (Url) الخاصة بموقع التواصل ك الفيسبوك و تويتر على صدر المنتجات التسويقية للمؤسسة .
- الترويج لموقع معين مثل :فيسبوك على جدران مواقع التواصل الاجتماعي الاخرى .
- استخدام موقع (Linked-in) المؤسسي الاحترافي كأداة مهمة للترويج لصورة المؤسسة وعرض خدماتها.⁷

المبحث الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الاول : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي :

تعرف **مواقع التواصل الاجتماعي** على أنها: " خدمات على الانترنت تمكن الأشخاص من التواصل الاجتماعي عبر الانترنت و قد يكون الدخول و المعلومات مقتصرين على مجموعات و أفراد معينين , أو يمكن مشاركتها على نطاق واسع مع العامة , لقد أصبح الربط الشبكي الاجتماعي مرادفا للربط الشبكي على الانترنت."⁸

و تعرف **مواقع التواصل الاجتماعي** Social Media Web بأنها " هي مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة ."⁹ كذلك يمكن تعريفها " بأنها منظومة من الشبكات الاليكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي اليكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهويات نفسها."¹⁰

⁷ يامين بودهان مخلوفي : التطبيقات الحديثة في مجال العلاقات العامة , دار المنظومة , ص354

⁸ Stella Cottrell& Neil Morris : مهارات التعلم أدوات التكنولوجيا العصرية , ترجمة د. هبة عجيبة , المجموعة العربية للتدريب و النشر , الطبعة الأولى , القاهرة ,

2016 , ص 256

⁹ خالد غسان , يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية , دار النفائس للنشر والتوزيع , الطبعة الأولى , الأردن , 2013 , ص 24

¹⁰ إسراء محمود عيسى البحيصي : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي للحملات الانتخابية , اطروحة ماجستير في العلوم السياسية من كلية الآداب والعلوم

الإنسانية , الأزهر غزة , 2019 , ص32

2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي :

إن أول من استخدم مصطلح مواقع التواصل هو الأنثروبولوجي BarnesJohn في عام 1954 وذلك للتعبير عنها من خلال علاقات الافراد , عندما أصبحت هذه الروابط و التفاعلات معقدة و سببت خلطا داخل الاتصالات , فمواقع التواصل الاجتماعي هي ممثلة للعلاقات القائمة دخل المجتمع .¹¹

وفي منتصف التسعينيات ظهرت مجموعة من الشبكات التواصل الاجتماعي مثل Classmates.com عام 1995 للربط زملاء الدراسة و مواقع SixDegrees.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص.¹²

لكن الانطلاقة الفعلية لمواقع التواصل الاجتماعية جاءت مع انطلاق مواقع الأصدقاء Feeindster و ماي سبايس (MySpace) و الفيس بوك (Facebook) , تعد هذه المواقع الثلاثة الأكثر شهرة بين مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت و يعتبر موقع Feeindster هو الأقدم حيث تم إطلاقه عام 2000م.¹³ ومع بداية عام 2005 ظهر موقع ماي سبايس الأمريكي الشهير الذي تفوق على جوجل في عدد مشاهدات صفحاته , ويعتبر هذا الموقع من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم و معه منافسه الشهير الفيسبوك و الذي كان قد بدا في الانتشار المتوازي مع ماي سبايس حتى قام فايسبوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين و هذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيسبوك بشكل كبير وعلى مستوى العالم ونجد بالتفوق على منافسه اللدود ماي سبايس عام 2008.¹⁴

المطلب الثاني : مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن إيضاح هذه الاستخدامات في ما يلي :

1- **مواقع التواصل الاجتماعي و التعليم :** أنشأت العديد من المدارس التعليمية حسابات خاصة لها عبر هذه المواقع المتنوعة كالفيسبوك مثلاً كإنشاء منتديات يتم من خلالها الربط بين المدرسين و التلاميذ وتعزيز العلاقة بينهم إضافة إلى ذلك فإن مواقع التواصل أصبحت وسيلة اتصال بين أولياء الطلبة و مدرسيهم أو الهيئات المكلفة بهم.¹⁵

¹¹Rissoan . Ronmain : les réseaux sociaux , 2em Edition . Eni , France.2011. p22

¹² ليلى احمد جرار: الفيس بوك و الشباب العربي , مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع , ط 1 , 2012 , ص 38-39

¹³ محمد العوض محمد : مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب العربي, دار الخليج للنشر والتوزيع , ط 1 , الاردن , 2020 , ص 19

¹⁴ ليلى احمد جرار : الفيسبوك والشباب العربي , المرجع نفسه , ص 38-39

¹⁵ خالد بن سليمان معتوق : اتجاهات قسم علم المعلومات بجامعة ام القرى لمواقع التواصل الاجتماعي , دراسة تحليلية , مجلة أعلم , العدد 12 , 2013 , جامعة ام القرى ,

2- مواقع التواصل الاجتماعي و التسويق : حيث أصبحت مختلف المؤسسات الاقتصادية تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعية ذلك من اجل الترويج و الدعاية لمختلف منتجاتها عن طريق الومضات الاشهارية المتنوعة كما أصبحت توفر المحيط الذي يقوم من خلاله بمختلف العمليات التسويقية.

3- مواقع التواصل الاجتماعي و العلاقات العامة: مؤسسات العلاقات العامة خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية رأت انتشار وسائل الإعلام الحديثة و خاصة الاجتماعية فرصة ذهبية لجملة علاقات عامة تفاعلية , لترويج لعملائها مع رصد استجابة الجماهير لحملاتها و لقد لاقت حملات العلاقات العامة التفاعلية رواجاً كبيراً و نتائج غير مسبوقه على مواقع التواصل .

4- مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الاستثمار والأعمال : تعد هذه المواقع ويلة تجمع بين الناس بتكلفة متواضعة مما يمكن أن يعود بالمنفعة على رجال الأعمال وأصحاب الأعمال الصغيرة الذين يتطلعون إلى توسعة دائرة اتصالاتهم, فمن الممكن أن تتحول هاته المواقع منبرا فعالا لإدارة علاقات الزبائن و بالخص لشركات التي تبيع لمنتجات و الخدمات.

5-تكوين العديد من الأصدقاء والاتصال مع العائلة : أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يكون من خلالها المستخدم أصدقاء وفقا لمعايير التي يختارها هو , وذلك لما تتيحه من خلال الاستمرارية في الاتصال الدائم والفوري مع مختلف أفراد العائلة والأصدقاء.¹⁶

جدول رقم (01) : مواقع التواصل الاجتماعي و استخداماتها

الموقع	العنوان الالكتروني	الاستخدام
لينكدين	www.linkedin.com	التعامل التجاري و العمل على الشبكة
فيسبوك	www.facebook.com	التعامل الاجتماعي و التجاري
تويتر	www.twitter.com	رسائل قصيرة جدا للجميع
يوتيوب	www.youtube.com	بث تسجيلات الفيديو
جوجل بلس	www.plus.google.com	تواصل بين الشركات بعضها البعض و بين الشركات و العملاء

المصدر: ¹⁷

¹⁶ مريم نريمان نورمان : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية , دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر , مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال , 2012/2011 , ص 67-68.

¹⁷ أحمد المغربي : التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي , دار الفجر للنشر و التوزيع , القاهرة, 2016, ص15.

المطلب الثالث : ابرز مواقع التواصل الاجتماعي

1. **موقع فيسبوك Face book**: ترجع فكرة نشأة الفايسبوك إلى صاحبه مارك زوكربيرغ حيث اخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت ليجمع زملائه في جامعة هارفارد الأمريكية , وأطلق هذا الموقع في عام 2004 و سرعان ما لقي راجا بين طلبة جامعة هارفارد و اكتسب شعبية واسعة بينهم الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لم الدخول .¹⁸

وأصبح موقع الفايسبوك من المواقع التي تحقق نموا متصاعدا حيث بلغ 25 مليون مستخدم في العام تقريبا , وبذلك ليس من الصعب إدراك كل هذا الاهتمام الذي يحظى به موقع الفايسبوك , ومن المحتمل جدا أن يصل إلى الشبكة الأولى إلى تحقيق مليار مستخدم فعال .¹⁹

حيث يعتبر الفايسبوك واحد من اهم مواقع التشبيك الاجتماعي و هو لا يمثل منتدى اجتماعي فقط و انما اصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان اي شخص ان يفعل بواسطتها ما يشاء.²⁰

2. **موقع التويتر Twitter**: في سنة 2006 ظهر الموقع الاجتماعي للتدوين المصغر microblogging يدعى twitter , حيث اتاحت شركة obvious الأمريكية استخدام هذه الخدمة العامة للناس في اكتوبر و اخذ الموقع بالانتشار , فهو يسمح بإرسال رسائل قصيرة مكونة من 140 حرف كحد اقصى تسمى بالتغريدات , واتخذ الموقع من العصفور رمزا له , و يقدر عدد مستخدميه لسنة 2015 ب 284 مليون مستخدم.²¹

3. **البريد الالكتروني Email**: يطلق مصطلح البريد الالكتروني بشكل عام على الطرق المختلفة لتبادل الرسائل الشخصية بين مستخدم كومبيوتر و آخر من خلال احد أنواع الربط الالكتروني للبيانات و بالرغم من وجود اختلافات كبيرة بين أنظمة البريد الالكتروني التي تقوم بتخزين البريد وإرساله إلا أن هذه الأنظمة في الواقع تعمل بأسلوب متشابه و تتسم بخصائص متقاربة و من فوائده أن تكاليفه زهيدة لأبعد حد و مهما كنت المسافة بين المرسل والمستقبل .²²

4. **اليوتيوب You Tube**: انطلق اليوتيوب في عام 2005 على يد كل من (شاد هيرلي و ستيف شين و جاويد كريم) وهو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة و

18 هارون جفال : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الجامعية الجزائرية , دراسة ميدانية بجامعة باتنة 1 , أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث , كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية , 2021/2022 , ص 167.

19 فاروق سيد حسن : الحدث على الانترنت , هلا للنشر و التوزيع , الجزائر , ط1, 2011, ص 200.

20 مريم نريمان نومان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية , مرجع سابق , ص 55.

21 أميرة معايش : مقال علمي حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة كفاءة الاتصال التسويقي -دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية في الجزائر , كلية العلوم الاقتصادية , جامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهري , مجلة دراسات اقتصادية , العدد 4 , المجلد 2, 2017 , ص 543.

22 عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوايفي : استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الاساسي في محافظة شمال الشرقية , رسالة ماجستير , جامعة نزوى بسلطنة عمان , 2015 , ص 26 .

مشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني , و يستخدم تقنية الادوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة و محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام و التلفزيون والموسيقى و الفيديوهات المنتجة من قبل الهواة , في أكتوبر 2006 أعلنت شركة Google الوصول إلى اتفاقية لشراء موقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي .²³

5. الانستغرام: وهو احد اشهر المواقع التواصل الاجتماعي و هو عبارة عن تطبيق يسمح للمستخدم بأخذ الصور واجراء التعديلات الرقمية و الافلاتر عليها حسب الرغبة ثم مشاركتها مع الأصدقاء بدا تطوير هذا الموقع عام 2010 بشكل خاص لأجهزة ابل iPhone IPAD بهدف تقديم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الاجهزة مع قائمة الاصدقاء الخاصة على مواقع التواصل و يبلغ عدد مشتركه الان اكثر من 30 مليون مشترك خلال عامين فقط من بدء استخدام الموقع .²⁴

المبحث الثالث : الهيئات الرياضية

المطلب الأول : ماهية الهيئة الرياضية :

1- تعريف الهيئة الرياضية :

يعرفها سلاك و بارنت على انها " تركيبة اجتماعية في قلب الصناعة الرياضية و تعتمد الهيئات الرياضية على تطبيق المعايير العلمية و موصفات الجودة في تطبيق كل عناصر الادارة على مشاريعها و برامجها ونشاطاتها وفقا لفلسفتها و هذا بهدف تحقيق الفاعلية و لكي تتميز بقدرتها على التكيف مع التغيير الدائم و التطور المتسارع الحاصل في كل مجالات الرياضة العالمية .²⁵

كذلك يعرفها مؤيد سعيد سالم بانها: " وحدات اجتماعية هادفة منسقة لا نشاطها بوعي ويتفاعل فيها الافراد ضمن حدود معينة واضحة نسبيا من اجل تحقيق اهداف مشتركة " .²⁶

2- نشأة و تطور الهيئة الرياضية

يعتمد تسيير النشاطات الرياضية وتطورها على هذه الهيئات و المنشآت الرياضية و الإمكانيات المتوفرة بها حيث يسهر على تسييرها إدارة متخصصة و كفؤة من اجل تحقيق الأهداف التي أنشئت من اجله هذه المنشآت , وتحقيق الاستفادة القصوى من هذه المنشآت الرياضية يتطلب مراعاة خاصة لتحقيق فعالية تسييرها من إتباع أسلوب إداري مخطط من الوظائف التسييرية , والإشراف على تطبيق كل النصوص و التعليمات الإدارية و الأخذ

²³ رافت مهتد عبد الرزاق : دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي , مذكرة ماجستير , جامعة البتراء الاردنية , 2013 , ص 14.

²⁴ رضا أمين : الإعلام الجديد , دار الفجر للنشر و التوزيع , القاهرة , ط 1 , مصر, 2015 , ص 121-122.

²⁵ Alain ferrand . Scott McCarthy : Marketing sport Organization M Building networks Relationship . 1st Ed . Rout ledge. New York . USA; 2009 . p15

²⁶ عبد الناصر قدرى و رضوان برجم : مقال علمي متطلبات تطبيق مؤشرات الحوكمة الرياضية داخل الهيئات الرياضية بالجزائر , مجلة افاق لعلم الاجتماع , المجلد 12 , العدد 02 , ديسمبر 2022 , ص 265.

بعين الاعتبار الجانب الاجتماعي للموارد البشرية التي تعمل من أجل رقي الرياضة وممارستها و إعطاء مكانة لائقة بها وسط المجتمع . وهذا ما ركزت عليه الدولة الجزائرية عند إشرافها على هذه المنشآت أو فيما فوضته لبعض أصحاب رؤوس الأموال أو المؤسسات الأخرى للإشراف وفق المتطلبات و المبادئ الرياضية , لما لمسّه المشرع الجزائري من أهمية بالغة للمنشآت الرياضية فقد خصص في القانون (رقم 10/04 المؤرخ في 14 أوت 2004) المتعلق بالتربية البدنية الرياضية فصلا خاصا لها حيث جاء الفصل 11 منه تحت عنوان التجهيزات و المنشآت الرياضية , وقد نصت المادة 81 منه على ما يلي : تسهر الدولة و الجماعات المحلية بعد استشارة الاتحادات الرياضية الوطنية المعنية على انجاز و تهيئة المنشآت الرياضية المتنوعة و المكيفة مع متطلبات مختلف أشكال التربية البدنية الرياضية طبقا للخريطة الوطنية للتنمية الرياضية و في إطار المخطط التوجيهي للرياضة و التجهيزات الرياضية الكبرى , وتطور الجماعات المحلية برامج انجاز منشآت قاعدية رياضية تربوية جوارية و ترفيهية.²⁷

المطلب الثاني : أشكال الهيئات الرياضية

تشتمل الهيئات الرياضية على هيئات حكومية و أخرى غير حكومية وهي :

1. الهيئات الرياضية الحكومية :

هي مؤسسات تفوضها الحكومة لا دارة و تسيير النشاطات الرياضية والبدنية مثل وزارة الشباب والرياضة , هيئات عامة للشباب والرياضة أو مؤسسات أخرى تعني بالقطاع الرياضي , وقد تندرج ضمنها وزارات التربية والتعليم كونها مسؤولة عن برامج تربية و تعليم الناشئين والشباب عبر مختلف مراحل التكوين العلمي²⁸, واعدادهم كمواطنين صالحين و ذلك عن طريق البرامج الرياضية التي تنفذ اهدافها كجزء من الاهداف العامة للدولة .²⁹

2. الهيئات الغير حكومية الخاصة :

تعتبر صاحبة الحصة الكبرى لممارسة النشاط البدني الرياضي في المجتمع لاختلافها و تعددها و انتشارها و تمثل الهيئة الرياضية الخاصة او الاهلية كل جماعة ذات تنظيم مستمر تتألف من اشخاص عدة طبعين او اعتباريين , فالهيئات الرياضية الخاصة هي وحدات تحمل طابع سوسيو ثقافي , صحي و ترويجي , و يجب كذلك ان نشير

²⁷ محمد نايت إبراهيم : السياسة العامة للدولة في إنشاء و تسيير المؤسسات الرياضية الخاصة كوسيلة للنهوض بالقطاع الرياضي , أطروحة دكتوراه في علوم في نظرية و منهجية التربية البدنية و الرياضية , تخصص الإدارة و التسيير الرياضي , جامعة الجزائر 3, 2021, ص 18

²⁸ رميساء قراري : مقال علمي أهمية الثقافة الرقمية في تطوير خدمات الهيئات الرياضية الحكومية وزارة الشباب والرياضة الجزائرية نموذج , كلية العلوم السياسة جامعة قسنطينة 3 , مجلة علوم الأداء الرياضي , ديسمبر 2020 , ص 54.

²⁹ احلام الفكي : تقنية وتقانة المعلومات و الاتصالات و دورها في تطوير الادارة الرياضية الحديثة , بحث لنيل درجة الماجستير في الادارة الرياضية , 2014 , جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا السودان , كلية الدراسات العليا للتربية البدنية و الرياضية , ص79.

الى انه مع المستجدات التي تشهدها الانظمة الاقتصادية و الانتقال الى نظام الرأسمالية , اصبحت تلك الهيئات ذات طبيعة اقتصادية بصفتها تجمع بين كثير من عوامل الانتاج بما فيها المادية و المعنوية .³⁰
وقد صنفت الهيئات الرياضية الخاصة الى :

- الجان الاولمبية
- الاتحادات الرياضية
- الاندية الرياضية
- مراكز الشباب والرياضة
- جمعيات الانشطة الرياضية³¹

المطلب الثالث : أهمية تكنولوجيا المعلومات في الهيئات الرياضية

✓ يعمل علي تزويد المؤسسات التربوية والتعليمية والأجهزة المعنية بالمعلومات حتى تقوم بدورها في التغذية الرجعية مما يساعد على استغلال تلك النتائج في تحسين العملية التعليمية .
✓ ويستخدم كذلك في الاتحادات لتخزين أسماء اللاعبين وترتيبهم وأرقامهم والأندية التي ينتمون إليها وحالة كل لاعب منهم ، وكذلك مواعيد السباقات الدولية والقارية ويتم كذلك استخدام الحاسب الآلي في الاتصال بشبكة الانترنت Enter Net للحصول على نتائج أو معلومات عن فرق معينة أو أرقام تم تسجيلها من قبل .
✓ يتم من الناحية الادارية و التنظيمية تسجيل كل مدرب و تاريخه ولعبته و انجازاته و تسجيل وحفظ جداول التدريب الاسبوعية و مواعيد بدء البطولات .
✓ لكن تجدر الاشارة الى انه على الرغم من التطور التقني لأنظمة المعلومات الا انها تبقى بحاجة الى قبول المستخدم لها ورضاه عنها , حت يقبل على استخدامها و الاستفادة منها , ومن هنا يأتي الاهتمام بمستخدمي نظم المعلومات الادارية المحسوبة و على المؤسسات السير في خطين متوازيين وهما الاهتمام بالجانب التكنولوجي و الاهتمام بالمستخدمين لتكنولوجيا المعلومات , اذ يجب مراعاة البعدين التكنولوجي و السلوكي معا .³²

³⁰ عبد الغني هرياجي : واقع و افاق التسويق الرياضي في الهيئات الرياضية الجزائرية , مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير , كلية العلوم الاقتصادية والتجارية , جامعة سطيف , 2017/2016 , ص 79.

³¹ عبد الغني هرياجي : مرجع نفسه , ص 79.

³² رميساء قراري : مقال علمي أهمية الثقافة الرقمية في تطوير خدمات الهيئات الرياضية الحكومية , المرجع سابق , ص 55.

المبحث الرابع : الدراسات السابقة

المطلب الاول: الدراسة الأولى

هي للباحثة رنا مروان العيسى بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الاردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين " . مذكرة لنيل شهادة ماجستير قسم الإعلام جامعة الشرق الأوسط, عمان الأردن , حزيران 2020.

تضمنت اشكالية دراستها : الى اي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الاردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين ؟
من منطلق هذه الاشكالية تمثلت الاسئلة الفرعية في :

- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الاردني؟
- ما اكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المدربون الرياضيون في التثقيف الرياضي لدى الشباب الاردني؟

- كيف يوظف المدربون الرياضيون لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الرياضية للشباب الاردني؟
- ما مستوى الثقافة الرياضية لدى الشباب الاردني ؟

منهج الدراسة وعينتها: استخدمت الدراسة المنهج الوصفي و تم اختيار العينة بالطريقة العشوائية البسيطة.

اداة الدراسة: كما اعتمدت الدراسة على اداة الاستبانة و التي تم توزيعها الكترونيا .

نتائج الدراسة :

- ان لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الاردني .
- يعتبر الفايسبوك و الانستغرام و اليوتوب هم اكثر المواقع استخداما من قبل المدربين الرياضيين حيث يشجعوا الشباب الاردني على ممارسة الرياضة عبر هذه المواقع و تغير المفاهيم الخاطئة المنتشرة حول بعض التمارين الرياضية , وتوضيح طرق اللعب الصحيحة التمارين داخل النادي الرياضي .
- اكتساب الشباب الاردني بدرجة متوسطة وعيا جيدا بأهمية الرياضة في حياتنا و المعرفة الجيدة لطريقة اللعب في النادي الرياضي.³³

³³ رنا مروان العيسى : دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين , رسالة مكملة للحصول على درجة الماجستير

في الإعلام , كلية الإعلام , جامعة الشرق الأوسط , الأردن حزيران 2020 .

التعليق على الدراسة

- تتشابه دراستنا مع هذه الدراسة في المتغير المستقل مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الوعي الرياضي , واداه جمع المعلومات اداة الاستبيان .
 - تختلف مع دراستنا في المنهج المستخدم , كما اعتمدت على العينة العشوائية البسيطة في حين استخدمنا العينة القصدية .
 - في دراستنا اعتمدنا على اداة المقابلة في حين هذه الدراسة تخلت عنها .
- الاستفادة من الدراسة :** استفدنا من هذه الدراسة كمرجع في جمع معلوماتنا حول المتغير المستقل مواقع التواصل الاجتماعي .

المطلب الثاني : الدراسة الثانية :

- تفعيل الية التكنولوجيا في تطبيق ادارة المعرفة في الهيئات الرياضية " دراسة ميدانية على العاملين بالنوادي الرياضية بولاية الجلفة / الجزائر د. عزوز محمد و د. يوسف بن عطية الثبيي. مقال علمي من مجلة علوم الاداء الرياضي المجلد3 العدد الخاص 1 سبتمبر 2021.
- تضمنت اشكالية الدراسة : ماهي سبل تفعيل اليات التكنولوجيا في تطبيق ادارة المعرفة في الهيئات الرياضية ؟ من خلال هذا التساؤل انطلق من فرضية مفادها :
- هناك طرق عديدة لتفعيل اليات التكنولوجيا في تطبيق ادارة المعرفة في الهيئات الرياضية .
- منهج وعينة الدراسة :** اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي , واختارا عينة عشوائية مكونة من 45 موظف من مجتمع دراسة بلغ 120 فرد.
- ادوات جمع المعلومات :** اعتمد الباحثان على اداة الاستبيان في جمع معلوماتهم.

نتائج الدراسة

- اعتماد الادارة العليا في المؤسسات الرياضية على ما يعرف اقتصاديات المعرفة هو من الحلول الجيدة والضرورية لتطوير هذه المؤسسات .
- هناك نقص واضح في تدريب و تكوين العاملين ميدان الدراسة على استعمالات تكنولوجيا المعلومات و كذا اليات ادارة المعرفة داخل المؤسسة الرياضية.³⁴

³⁴ محمد عزوز و يوسف بن عطية الثبيي : مقال علمي تفعيل آلية التكنولوجيا في تطبيق إدارة المعرفة في الهيئات الرياضية , دراسة ميدانية على العاملين بالنوادي الرياضية بولاية الجلفة , مجلة علوم الأداء الرياضي جامعة زيان عاشور , المجلد 3, العدد 1 سبتمبر 2021 , ص 77-88.

التعليق على الدراسة

تتشابه دراستنا مع هذه الدراسة في المتغير التابع الهيئات الرياضية واداة جمع المعلومات الاستبيان وتشترك دراستنا مع هذه الدراسة حول مدى استخدام تكنولوجيا في النوادي والهيئات الرياضية , ولكن الاختلاف في المتغير المستقل لهذه الدراسة كذلك اختيار المنهج المتبع وعينة الدراسة في حين تخلوا عن اداة المقابلة.

الاستفادة من الدراسة : استفدنا من هذه الدراسة كمرجع جمع المعلومات حول الهيئات الرياضية و كذلك استفدنا من منهجية تحليل النتائج ومناقشتها.

المطلب الثالث الدراسة الثالثة :

اهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين اداء الخدمات المقدمة " دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من طلبة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار للباحثين : سالمي سمير و مراد بومنقار مقال علمي من مجلة العلوم الانسانية المجلد33, عدد 3 , ديسمبر 2022.

تضمنت اشكالية الدراسة : ما هو دور واهمية شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك واليوتيوب) في تحسين الخدمة ؟

وتناولت هذه الاشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية :

- هل هناك دور ايجابي لوسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك , يوتيوب) على الخدمة المقدمة لطلبة قسم علم النفس بجامعة عنابة ؟
 - ماهي اهم الخدمات التي يقدمها قسم علم النفس بجامعة باجي مختار عنابة للطلبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك , اليوتيوب) .
 - ماهي المعوقات التي تواجه ادارة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار بعناية للاستخدام الامثل لشبكات التواصل الاجتماعي(فيسبوك, يوتيوب) بغرض تحسين الخدمة المقدمة للطلبة.
- منهج وعينة الدراسة :** استخدم الباحث المنهج الوصفي , كما اعتمد على العينة العشوائية الطبقية كما يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة قسم علم النفس البالغ عددهم 220.
- ادوات جمع البيانات:** المقابلة مع رئيس قسم علم النفس بجامعة باجي مختار وكذلك استمارة استبيان للطلبة كأداة رئيسية .³⁵

³⁵ سمير سالمي و مراد بومنقار : مقال علمي أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الخدمات المقدمة ,دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من طلبة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار, الجزائر , مجلة العلوم الإنسانية المجلد33, عدد 3 , ديسمبر 2022, ص 283-297

نتائج الدراسة :

هناك أهمية بارزة لمواقع التواصل الاجتماعي ف تقديم خدمات متميزة لطلاب قسم علم النفس بجامعة عنابة , غالبية العينة تملك التقنية و الادوات و المعرفة في استعمال مواقع التواصل الاجتماعي باحترافية مما سهل عليهم التأقلم بسرعة كبيرة عند طرح فكرة الاستعمال تلك المواقع كوسيط بين ادارة قسم علم النفس و الطلبة.

التعليق على الدراسة

تشابه دراستنا مع هذه الدراسة في المتغير المستقل مواقع التواصل الاجتماعي وادوات جمع المعلومات المقابلة والاستبيان وتختلف من ناحية المنهج واختيار العينة .

الاستفادة من الدراسة : استفدنا من هذه الدراسة كمرجع لتجميع معلوماتنا حول مواقع التواصل الاجتماعي و كاستنتاج عام حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمة والذي يتشابه مع دراستنا من حيث المضمون ومناقشة النتائج .

خلاصة الفصل

تم التعرض في هذا الفصل إلى مفهوم العلاقات العامة الرقمية و أهمية استخدامها في المؤسسات و المنشآت ثم انتقلنا إلى ماهية مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها في العلاقات العامة الرقمية و في الأخير تطرقنا إلى أهمية تكنولوجيا المعلومات في الهيئات الرياضية.

من خلال ما تم التطرق إليه في هذا الفصل توصلنا إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور فعال في خدمة العلاقات العامة الرقمية مما يساعد في تحقيق أهداف الهيئات و خاصة منها الهيئات الرياضية وذلك لتحقيق أهدافها الاستراتيجية.



الفصل الثالث

الدراسة المنهجية و الميدانية لمديرية الشباب و الرياضة -ولاية الوادي

تمهيد

المبحث الأول : الدراسة الاستطلاعية

المطلب الأول : المجال الزماني والمكاني

المطلب الثاني : ضبط متغيرات الدراسة

المطلب الثالث : تحديد مفاهيم الدراسة

المبحث الثاني : منهجية الدراسة

المطلب الأول : منهج الدراسة

المطلب الثاني : مجتمع و عينة الدراسة

المطلب الثالث : أدوات جمع البيانات

المبحث الثالث : الدراسة الميدانية

المطلب الأول : عرض وتحليل البيانات

المطلب الثاني : الاستنتاج العام

المطلب الثالث : الاقتراحات و التوصيات

خلاصة الفصل

خاتمة

تمهيد

تعد الدراسة الميدانية وسيلة هامة فهي أساس البحوث العلمية من اجل الإجابة على التساؤلات المطروحة حول الموضوع و الوصول إلى الحقائق الموجودة في مجتمع الدراسة وذلك عن طريق الميدان من خلال جمع أكبر عدد من المعطيات التي تخدم موضوع الدراسة و تحليلها لدعمها بالجانب النظري وتأكيد، فسنستطرد ، وفي هذا الفصل سنعرض الدراسة الاستطلاعية وذلك بإعطاء فكرة حول مجال الدراسة المكاني والزمني و البشري بالإضافة إلى الإجراءات المنهجية من خلال عرض منهج الدراسة وعينيتها والأدوات المستعملة في جمع المعلومات . فالهدف من الدراسة هو البرهنة على صحة تساؤلات و الوصول إلى الأهداف لذلك سنحاول نلم بجميع الإجراءات الميدانية قصد الوصول إلى أهداف التي يسعى إليها الباحث .

بعد دراستنا للجانب النظري سنحاول الانتقال إلى الجانب التطبيقي على أرض الميدان حت نعطي منهجية علمية دقيقة .

المبحث الأول : الدراسة الاستطلاعية

المطلب الأول : المجال المكاني و الزماني

أ- المجال المكاني : تم اختيار مديرية الشباب و الرياضة لولاية الوادي كمجال لدراستنا حيث تم توزيع استمارة استبيان على مختلف موظفي المديرية ومقابلة مع المكلف بمكتب العلاقات العامة بالمديرية وفيما يلي بطاقة تعريفية حول مديرية الشباب والرياضة .

✓ تعريف مديرية الشباب و الرياضة لولاية الوادي

هي مديرية ولائية تهتم بكل ما يتعلق من أنشطة شبابيه و رياضية و كذا المتابعة الميدانية للمؤسسة القطاعية إلى جانب التأطير البيداغوجي و التسيير الإداري .

✓ مرسوم إنشاء المديرية :

رقم 234-90 المؤرخ في 1990-07-28 الجريدة رقم 32

وتعتبر المديرية الشباب والرياضة مؤسسة ذات طابع خدماتي و ذلك نظرا للمساهمة الكبيرة لها في تنشيط الميدان الرياضي و الشبابي داخل مناطق الولاية وحتى من الخارج من خلال تبادل النشاطات مع الولايات الأخرى كتنظيم دورات مشتركة في مختلف الرياضات , وتعتمد المديرية في نشاطها على عدة مصالح تابعة لها وكل مصلحة متخصصة في مجال معين .

كما يركز نشاط مديرية الشباب والرياضة في متابعة النوادي الرياضية و الرباطات و تفعيل دورها في شتى المجالات وذلك بالمساهمة في الدعم المعنوي و المادي , وكذا متابعتها لأجل تحسين أداء النوادي الرياضية و كذا النشاطات الشبابية عموما والمتابعة الميدانية لها.

ومن أهم مهام مديرية الشباب والرياضة لولاية الوادي :

- تطوير مديرية الشباب و الرياضة للولاية و المؤسسات والهياكل و الأجهزة و لنشاطات التابعة لاختصاصها العامة في ميادين الشباب و الرياضة والتربية البدنية
- تطوير البرامج الاجتماعية التربوية و الترفيهية وحركة مبادلات الشباب و قضاء اهتم للتعويض و التنشيط ومتابعة تنفيذها.

- إعداد برامج الإعلام والاتصال و الإصغاء للشباب و تطويرها وتنظيمها.

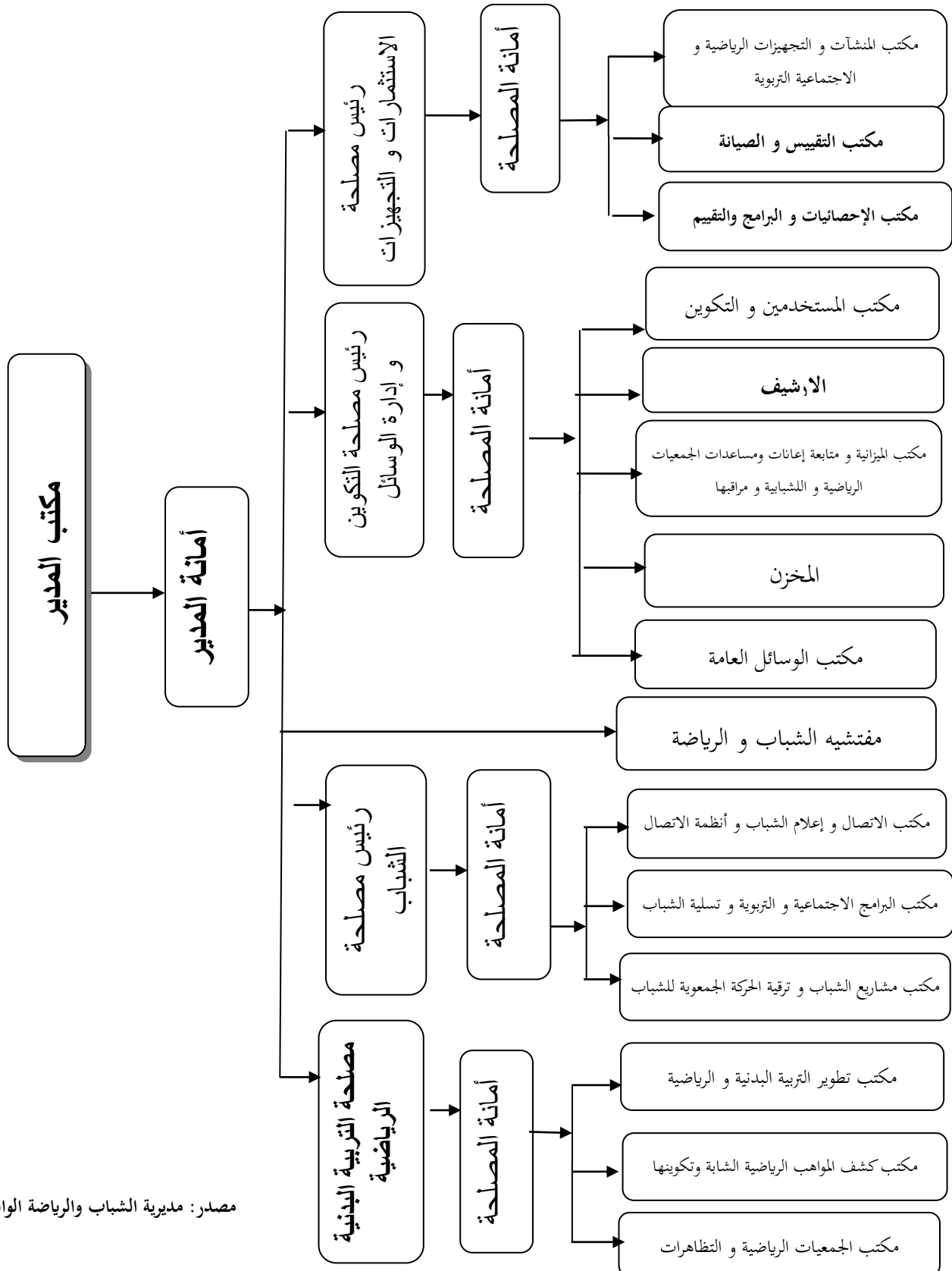
- تنفيذ البرامج الهادفة للاندماج الاجتماعي للشباب و المشاركة المتصفة بالمواطنة و ترقية مبادراتهم و كذا مكافحة الآفات الاجتماعية و العنف والتهميش .

- إعداد مخطط تطوير الرياضة للولاية بالتنسيق مع مجمل الهياكل و الهيئات المعنية.³⁶

³⁶ من أرشيف مديرية الشباب و الرياضة بولاية الوادي , (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية , مرسوم تنفيذي رقم 34506 مؤرخ 05 رمضان 1427 الموافق ل: 28 ديسمبر 2006, العدد 61, المادة 31 , ص31)

✓ الهيكل التنظيمي للمديرية

الشكل رقم (01) الهيكل التنظيمي لمديرية الشباب والرياضة ولاية الوادي



مصدر: مديرية الشباب والرياضة الوادي

ب-المجال الزمني :

يحدد الباحث منهجيا الفترة الزمنية التي نزل فيها إلى الميدان و في دراستنا قمنا بدراسة استطلاعية بمديرية الشباب والرياضة لولاية الوادي ابتداءً من 2023/12/25 إلى غاية 2023/04/10 إذ دامت 45 يوم حيث تم من خلالها التعرف على بعض الحقائق و المعلومات وبعد ذلك قمنا بتوزيع الاستمارة بتاريخ 26 أفريل 2023 وتم استرجاعه يوم : 27 أفريل 2023 , كذلك قمنا بإجراء مقابلة مع المكلف بالعلاقات العامة بمديرية الشباب و الرياضة بولاية الوادي يوم : 27 أفريل 2023

المطلب الثاني : ضبط متغيرات الدراسة

تتطلب الدراسة الميدانية من الباحث التحكم في كل الظروف المحيطة بالمشكلة بطريقة علمية و ذلك بضبط متغيرات الدراسة بدقة .

المتغير المستقل: هو ذاك المتغير الذي يؤثر على جميع المتغيرات الأخرى و لا يتأثر بها , كما انه الصفات الذي اختارها الباحث صفات قابلة للقياس الكمي أو الكيفي لتقوم بالتأثير على كل أو بعض المتغيرات الأخرى الموجودة في الدراسة العلمية و مرتبطة بعلاقة ما مع موضوع البحث.³⁷

والمتغير المستقل في بحثنا هو : مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير التابع : هي المتغيرات الناتجة من العمليات التي تعكس الأداء والسلوك, وعلى ذلك فان المتغير المستقل بينما الاستجابة تمثل المتغير التابع و الذي يلاحظه الباحث من خلال معالجته للظروف المحيطة بالتجربة³⁸.

المتغير التابع في دراستنا هو : الهيات الرياضية

المطلب الثالث : تحديد مفاهيم الدراسة

1-مواقع التواصل الاجتماعي

التعريف الاصطلاحي : تعرف على أنها: "مواقع تتشكل من خلال الانترنت , تسمح لمستخدميها بتقديم لمحة عن حياتهم العامة و إتاحة الفرصة لاتصال مع بقية المستخدمين و التعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال , وتختلف طبيعة التواصل من موقع لأخر³⁹ ".
وتعرف أيضا " هي منظومة من الشبكات الاليكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول ."⁴⁰

³⁷ مقال حول الفرق بين التغيرات و المتغيرات و المؤشرات : هدير عبد الحميد , <https://www.sanadkk.com/blog/tags> , 23/03/2023 , 20:30

³⁸ مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي, مؤسسة الوراق , طبعة 1 , عمان , الأردن , 2000 , ص134

³⁹ محمد الأمين احمد عبد مرزوك الجنابي: مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي , المركز الديمقراطي العربي للنشر , ط1 , 2020 , برلين امانيا , ص 56

التعريف الإجرائي : هي مواقع على شبكة الانترنت تستخدمها الهيئة الرياضية من اجل تحسين صورتها و خدماتها لتحفيز الشباب الرياضي إليها.

2- الخدمة

التعريف الاصطلاحي : " هي سلسلة من الأنشطة ذات طبيعة غير ملموسة في العادة , و لكن ليس ضروريا أن تحدث عن طريق التفاعل بين المستهلك و موظفي الخدمة ' أو السلع أو الأنظمة و التي يتم تقديمها كحلول مشكلة العميل ⁴¹ ."

التعريف الإجرائي : عبارة عن امتيازات و مساعدات وخدمات ممنوحة من طرف الهيئة الرياضية مديرية الشباب و الرياضة ولاية الوادي موجهة لمستخدمي صفحاتها .

3- الهيئة الرياضية

التعريف الاصطلاحي : " تعرف الهيئات الرياضية حسب دافت و روينز على أنها تكوين اجتماعي يرتبط بالقطاع الرياضي كمهنة و كصناعة بحيث تتحدد أهدافه وفقا للأنشطة التي تمارسها تلك المؤسسة و طبقا للأهداف تلك الأنشطة ⁴² ."

التعريف الإجرائي : عبارة عن هيئة رياضية أو كيان رياضي على الصعيد المحلي و او الحكومي كمديرية الشباب والرياضة و المركبات الرياضية ينشئها المجتمع لخدمة القطاع الرياضي من كافة الجوانب لتنظيم المؤسسة و أهدافها تعود بنفع لخدمة الشباب الرياضي.

4- **العلاقات العامة :** يعرفها جريزولد في نشرته الدورية أنباء العلاقات العامة على أنها " الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتعديل الاتجاهات و تحديد خطط وسياسات المؤسسة بما يتفق ومصلحة الجمهور و تنفيذ البرامج الهادفة إلى توطيد ثقة الجمهور مع المؤسسة وكسب رضاه وتفاهمه ⁴³ ."

5- العلاقات العامة الرقمية

التعريف الاصطلاحي: تعرفها جمعية العلاقات العامة الدولية و المعهد البريطاني للعلاقات العامة عل أنها : " قيام الإدارة المعنية بتوظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحديث و قنوات الإعلام الرقمي لتنفيذ أنشطتها و ذلك لإسهام في تحقيق أهداف المؤسسة مع الجمهور أو المجتمع ⁴⁴ ."

⁴⁰ فهد علي الطيار : مقال علمي شبكات التواصل الاجتماعي و اثرها على القيم لدى طلاب الجامعة , المجلة العربية للدراسات الامنية و التدريب , العدد 61 , 2014, ص 202.

⁴¹ هاني حامد الضمور: تسويق الخدمات , الطبعة 2, دار وائل للنشر و التوزيع , الاردن , 2014 , ص 17.

⁴² رميصاء قراري : أهمية الثقافة الرقمية في تطوير خدمات الهيئات الرياضية الحكومية , مرجع سابق , ص 52.

⁴³ عبد الناصر احمد جرادات , لبنان هاتف الشامي : اسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق , دار الباروزي العلمية للنشر و التوزيع , 2009 , عمان , ص 18.

⁴⁴ اسماعيل محمد عامر : العلاقات العامة و التطور الرقمي , مكتبة ومطبعة الوسيم الحديثة , ط 1, غزة فلسطين , 2021, ص 75.

التعريف الإجرائي : هي نشاط مرتبط بتحسين العملية الاتصالية تقوم به الهيئة الرياضية لتواصل مع الجمهور من خلال شبكات الانترنت بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي ومحركات البحث .

المبحث الثاني : منهجية الدراسة و أدواتها

المطلب الأول : منهج الدراسة

يعتبر المنهج العلمي من أساسيات البحث العلمي حيث لا يمكن للباحث أن يصل إلى الحقيقة في دراسته وبحثه إلا من خلال إتباع المنهج العلمي لبلوغ أهدافه .

يعرف **المنهج العلمي** على انه : "الأسلوب الذي يستخدمه الباحث في دراسة ظاهرة معينة و الذي من خلاله يتم تنظيم الأفكار المتنوعة بطريقة تمكنه من علاج مشكلة البحث . " ⁴⁵

وبما أن دراستنا تسعى إلى معرفة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين وتطوير خدمات الهيئات الرياضية اعتمدنا في دراستنا على **منهج دراسة حالة** والذي يعرف بأنه " يقوم على جمع البيانات و المعلومات كثيرة وشاملة حلى حالة فريدة واحدة , أو عدد محدود من الحالات و ذلك بهدف الوصول إلى فهم أعماق للظاهرة المدروسة و ما يشبهها من ظواهر , حيث تجمع البيانات عن الوضع الحالي للحالة المدروسة " ⁴⁶

اعتمدنا على منهج دراسة الحالة كمنهج باعتبار أن دراستنا تقتصر على حالة واحدة فقط وهي مديرية الشباب والرياضة لولاية الوادي و هذا الأمر كان يتطلب منا و صف دقيق و عميق لظاهرة المدروسة وهو ما يهدف إليه منهج دراسة الحالة الذي يعتبر من الدراسات الوصفية و التي تزود الباحث بمعلومات وبيانات كمية وكيفية عن عوامل تتعلق بالفرد ومؤسسة أو عدد قليل من الأفراد تتضمن بيانات جوانب شخصية ونفسية ...الخ. مما يمكن للباحث إجراء وصف تفصيلي متعلق للحالة موضوع الدراسة. ⁴⁷

المطلب الثاني : مجتمع وعينة الدراسة

✓ مجتمع الدراسة

تعتبر تحديد مجتمع البحث خطوة رئيسة يجب إتباعها قبل تحديد العينة وذلك لوجود اختلاف بين مجتمع البحث و العينة .

يعرف مجتمع الدراسة بأنه " المجتمع الإحصائي الذي تجرى عليه الدراسة و يشمل كل أنواع المفردات مثل الأشخاص الشوارع " ⁴⁸

⁴⁵ محمد سرحان علي المومودي : مناهج البحث العلمي , دار الكتب للنشر , طبعة 3 , صنعاء , 2019, ص 35

⁴⁶ ربحي مصطفى غليان : البحث العلمي أسسه مناهجه و أساليبه وإجراءاته , بيت الأفكار الدولية ' الأردن , ص 51

⁴⁷ عبد الباسط محمد حسين : البحث العلمي أسسه مناهجه و أساليبه إجراءاته , بيت الأفكار الدولية , الاردن , ص 51

⁴⁸ محمد سرحان علي المومودي : مناهج البحث العلمي, مرجع نفسه ,ص 158

ويشمل مجتمع الدراسة في بحثنا جميع عمال مديرية الشباب والرياضة لولاية الوادي والمكونة من 52 عامل .

✓ عينة الدراسة

إن اختيار العينة المناسبة للدراسة من العناصر المهمة في بداية فصلنا الميداني حيث يقصد بها "مجموعة من الوحدات المستخرجة من مجتمع بحثي واحد , و التي تتوفر على تلك المتغيرات التي يريد الباحث أن يدرسها".⁴⁹ وانطلاقا من موضوع دراستنا المتمثل في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات الهيئات الرياضية - مديرية الشباب و الرياضة بولاية الوادي تم الاعتماد على عينة المسح الشامل الذي يعرف على انه : " طريقة جمع البيانات و المعلومات من جميع العناصر والمفردات مجتمع الدراسة بأساليب مختلفة ."⁵⁰ وهي ممثلة لجميع أفراد مجتمع البحث من موظفي مديرية الشباب والرياضة ولاية الوادي والمقدر عددهم 52 عامل , ونظرا لصغر حجم مجتمع بحثنا و المتكون من كافة موظفين الإداريين لمديرية الشباب و الرياضة لولاية الوادي و الذين يستخدمون وسائل اتصالية رقمية ومواقع التواصل الاجتماعي في عملهم لجأنا لاستعمال المسح الشامل بدلا من المعاينة , ويتم من خلال دراسة كافة مفردات مجتمع الدراسة . وقد تم توزيع الاستمارة على 47 فردا في حين أنا باقي العمال غير موجودين بحجة عطل الأمومة والعطل الاستثنائية وعددهم 5 عمال. (الملحق 01)

المطلب الثالث : أدوات جمع البيانات

وبما أنا طبيعة موضوعنا تتطلب منا الاستعانة بأكثر من أداة منهجية , لهذا اعتمدنا على أدوات جمع البيانات التالية :

1- استمارة استبيان :

يعتبر الاستبيان أكثر الأدوات جمع البيانات استخداما و ذلك لإمكانيتها في جمع المعلومات من خلال موضوع معين من عدد كبير من الأفراد المجتمعين أو غير المجتمعين . فهو " أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق و التوصل إلى الوقائع و التعرف على الظروف و دراسة المواقف و الاتجاهات وهو أكثر الأدوات استخداما ."⁵¹ بناء على تساؤلاتنا اعتمدنا بصفة أساسية على الاستمارة كاداة بحثية في الحصول على البيانات اللازمة و في هذا الإطار قمنا بتوزيع استمارة استبيان على عينة الدراسة يوم 26 افريل 2023 على الساعة العاشرة صباحا

⁴⁹ سعد الحاج بن جخلد : العينة و المعاينة , دار البداية ناشرون و موزعون , عمان , 2019, ص14

⁵⁰ ربحي مصطفى عليان , عثمان محمد غنيم : مناهج واساليب البحث العلمي (النظرية و التطبيق) , دار الصفاء للنشر و التوزيع , عمان , 2000 , ص 138

⁵¹ رجاء وحيد دويدري : البحث العلمي اساسياته النظرية و ممارسته العلمية , ط1 , دار الفكر المعاصر , دمشق , 2000 , ص 335

على مستوى مديرية الشباب والرياضة بولاية الوادي و تضمنت الاستمارة أربع محاور رئيسية مع البيانات الشخصية :

المحور الأول : أشكال الاتصال المستخدمة في مديرية الشباب والرياضة ولاية الوادي تضمنت سبع أسئلة .

المحور الثاني : أهم المواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المديرية في تحسين خدمات مديرية الشباب والرياضة من اجل جذب الشباب إليها , وتضمنت سبع أسئلة

المحور الثالث: مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمديرية الشباب والرياضة بولاية الوادي , وتضمنت ست أسئلة

المحور الرابع: الاشباع التي تحققها المديرية جراء استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي , وتضمنت ست أسئلة .

وكانت الأسئلة متنوعة منها المفتوحة وأخرى مغلقة لإعطاء المبحوث الحرية في الإجابة . **الخصائص السيكومترية لأدوات الدراسة :**

بعدما تمت صياغة الاستبيان في شكله الأولي لابد من اخضاعه لاختباري الصدق و الثبات.

الصدق : يعرفه كاتل بمعناه الواسع باعتباره قدرة الاختبار على التنبؤ ببعض الوظائف أو أشكال السلوك المحدد و المستقلة عن الاختبار , والتي تعد محكا لصدق الدرجة , فيضيف أسلوب النظر إلى المحك من بعدين مستقلين : الأول التجريد في المقابل العينات و الثاني الطبيعة في مقابل التخليق .⁵²

الصدق الظاهري : هو اختبار يتضمن فقرات يبدو أنها على صلة بالمتغير الذي يقاس , فبعد إتمام و تنظيم أسئلة الاستمارة تم عرضها على عدد من أساتذة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي قصد تحكيمها و تعديلها و الأساتذة هم الدكتور قدة حمزة , و الدكتور عبد الكريم شين , الدكتور هابة طارق ,

و قد تم الأخذ بعين الاعتبار لملاحظاتهم و قمنا بتصحيحها مع الأستاذة المشرفة و إخراجها و طباعتها في شكلها النهائي , وقمنا بعدها بتوزيعها على عينة الدراسة .

الثبات : هو ضمان الحصول على نفس النتائج تقريبا إذا أعيد تطبيق الاستبيان أكثر من مرة على نفس المجموعة من الأفراد تحت ظروف مماثلة , أو مدى الاتساق في الإجابة من قبل مستجيب الاستبانة نفسها إذا طبقت عدة مرات خفي نفس الظروف.⁵³

⁵² أحمد بن عبد الله العطاس : دلالات الصدق والثبات لاختبار مستويات التفكير الهندسي في ضوء نموذج (فان هيل) لطلاب الصف الثاني ثانوي في مدينة مكة المكرمة , بحث

تكميلي للحصول على درجة الماجستير في علم النفس , الفصل الثاني , المملكة العربية السعودية , ص 22.

⁵³ أحمد بن عبد الله العطاس : المرجع نفسه , ص 6.

والمقصود منه هو مدى حصول الباحث على نفس النتائج أو نتائج متقاربة في حال ما اذا كرر البحث في ظروف مشابهة باستخدام الاداة نفسها, وفي هذا البحث تم قياس ثبات أداة البحث باستخدام معامل الارتباط ألفا كرونباخ, والذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى (0.60) فأكثر حيث كانت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي :

الجدول رقم (2) : معامل ثبات ألفا كرونباخ

عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	الاستبيان ككل
35	0.823	

المصدر: مخرجات برنامج Microsoft Excel 2010 من انجاز الطلبة

يتضح من خلال النتائج الموضحة في الجدول أن قيمة ألفا كرونباخ كانت مرتفعة في كل المحاور, وقد بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان 0.823 و هو معامل ثبات مرتفع, وعليه يكون المقياس قابل للتوزيع.

تصميم الدراسة و المعالجة الاحصائية :

لمعالجة البيانات تم استخدام برنامجي SPSS , Microsoft Excel . ويعتبران هذان الاخيران من أكثر البرامج استخداما في مجال تحليل البيانات الخاصة بالأبحاث والدراسات الانسانية لذا تم الاعتماد عليهما في معالجة البيانات المتحصل عليها من خلال تفريغ الاستبيان وقد تمثلت المعالجات في :

– التكرارات و النسب المئوية لتحليل اجابات افراد عينة الدراسة والتعرف على اتجاهاتهم نحو أسئلة وعبارات أداة الدراسة.

– معامل الثبات ” ألفا كرونباخ ” للوقوف على مدى ثبات الاستبيان.

ولحساب معامل الثبات ألفا كرونباخ تم اتباع الطريقة التالية :

1. المرحلة الاولى حساب المتوسط الحسابي للأجوبة ثم نحسب التباين لكل سؤال.

2. المرحلة الثانية حساب مجموع الاجوبة على كل سؤال و تكوين سلسلة جديدة ثم نحسب متوسط حسابها و التباين الخاص بها.

$$3. \text{ ثم تطبيق معادلة ألفا كرونباخ التي هي كالآتي : } \alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k a_i^2}{a_x^2} \right)$$

$$\alpha = \frac{35}{35-1} \left(1 - \frac{\text{مجموع التباينات الجزئية للـ 35 سؤال}}{\text{التباين الكلي}} \right)$$

$$\alpha = \frac{35}{35-1} \left(1 - \left(\frac{2881.617}{14396.23} \right) \right)$$

$$\alpha = 0.823$$

2-المقابلة :

تعتبر من أدوات البحث العلمي والتي تعرف على أنها " أداة من أدوات البحث العلمي والحصول على المعلومات و التفسير في عدة مجالات كالعلاج النفسي و الاستطلاعات الرأي و العلاقات العامة والصحافة . و المقابلة حوار بين الباحث و صاحب الحالة المراد الحصول على المعلومات منه ذلك للكشف عن أبعاد المشكلة و إيجاد تفسير لنتائج معينة و هي تتسم بالمواجهة وجها لوجه وهي أسلوب البحث المفضل في الحالات التي لا يتوفر لها أداة بحث أخرى".⁵⁴

وقد اعتمدنا على المقابلة الغير المقننة وهي " استخدام أسئلة محددة مسبقا و بالتأكيد الباحث لديه فهم حول الموضوع و لكن ليس لديه قائمة أسئلة معدة مسبقا, وتتميز بالمرونة . "⁵⁵ أين قمنا بتوجيه أسئلة عريضة في اي ترتيب ما نراه مناسب و يرجع اختيارنا لهذا النوع من المقابلة بحكم أنها تتيح لنا الحرية والمرونة في إدارة المقابلة بطريقة تسمح لنا بالتعرف على المبحوث .

وقد أجرينا مقابلة مع مسئول خلية الإعلام والاتصال المكلف بمكتب العلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة ولاية الوادي السيد : قديري عبد الرحمان , يوم: 2023/04/27 (الملحق 02)

⁵⁴ حاتم ابو زائدة : مناهج البحث العلمي , مركز أبحاث المستقبل , ط2 , 2018 , ص 135.

⁵⁵ <https://maawsou3a.blogspot.com>, أنواع المقابلة , 23/03/2023 , 11:45

المبحث الثاني : تحليل وعرض نتائج الدراسة الميدانية

المطلب الأول : عرض وتحليل البيانات

محور البيانات الشخصية

الجدول رقم (03) : يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	31	%66.0
أنثى	16	%34.0
المجموع	47	%100.0

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

يبين لنا من خلال الجدول رقم (03) أن نسبة الذكور تقدر ب: 66 % , أما نسبة الإناث فتقدر ب : 34 % من مجموع المبحوثين داخل مديرية الشباب والرياضة. من هنا نستنتج أن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث و هذا راجع إلى طبيعة العمل في مديرية الشباب و الرياضة الذي يتطلب خبرة في المجال الرياضي و الاستعداد للعمل في المظاهرات الرياضية و التي تتطلب الوقوف الذكوري أكثر.

الجدول رقم (04) : يبين توزيع العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة المئوية
20 - 29 سنة	5	%10.6
30 - 39 سنة	20	%42.6
40 - 49 سنة	16	%34.0
50 فما فوق	6	%12.8
المجموع	47	%100.0

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات spss

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (04) أن الفئة العمرية الأكثر انتشارا في مديرية الشباب والرياضة تتراوح بين 30 إلى 39 سنة و التي تقدر بالنسبة 42 % , تليها نسبة 34 % التي تشير إلى الفئة العمرية من 40 إلى 49 سنة , ثم تليها نسبة 12.8 % التي تمثل الفئة من 50 فما فوق , ثم تأتي في الأخير نسبة 10.6 % بالنسبة للفئة من 20 إلى 29.

من هنا نلاحظ أن الفئة العمرية المسيطرة في مديرية الشباب والرياضة هي فئة الشباب باعتبار أن فئة الشباب هي الفئة المسيطرة في المجتمع الجزائري كما أن هذه الفئة هي الأكثر قابلية للعمل لما تتميز به من نشاط و حيوية و الابتكار في العمل وهو ما يعكس بالإيجاب على المديرية في تحقيق أهدافها .

الجدول رقم (05) : يبين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
جامعي	40	85.1%
ثانوي	7	14.9%
متوسط	0	0.0%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (05) الذي يمثل توزيع العينة حسب المستوى التعليمي أن العاملين بمديرية الشباب والرياضة ذو مستوى جامعي بالنسبة 85.1% أي ما يعادل 40 عامل , ثم تليها بنسبة ضئيلة 14.9% , ما يعادل 7 بالنسبة للفئة المستوى الثانوي أما فئة المستوى المتوسط فهي منعدمة. وعليه نستنتج أن مديرية الشباب والرياضة تعتمد على توظيف الإطارات الجامعية , فالمستوى التعليمي العالي حين ان التحصيل العلمي له علاقة مباشرة بالأداء الوظيفي خاصة على الجانب المعرفي لمهامه على احسن وجه, فهو يساهم في إدراك العامل جيدا لعمله التي تنعكس إيجابا على أدائهم في المديرية وذلك أن الكفاءة العلمية لها دور كبير في نجاح أو فشل أي مديرية.

الجدول رقم (06) : يبين توزيع العينة حسب أقدمية العمل

الأقدمية في العمل	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	12	25.5%
من 5 – 9 سنوات	5	10.6%
من 10-14 سنة	14	29.8%
15 سنة فما فوق	16	34.0%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (06) أن نسبة العاملين الأكثر خبرة و الاقدمية في العمل يمثلون نسبة 34.0% هم الفئة 15 سنة فما فوق بمعدل 16 عامل , ثم تليهم نسبة 29.8% و الذي يمثلون فئة من 10 إلى 14 سنة بمعدل 14 عامل, ثم تأتي نسبة 25.5% وهم فئة الأقل من 5 سنوات بمعدل 12 عامل , في حين نجد نسبة 10.6% فئة من 5 إلى 9 سنوات بمعدل 5 عمال .

من هنا نستنتج أن الأفراد البالغين 15 سنة فما فوق هم الأكثر خبرة ولديهم دراية جيدة في تسيير شؤون المديرية وهذا مؤشر ايجابي لعمال الإدارة عن طريق نقل مجال الخبرة في الوظيفة الادارية للموظفين الجدد او الاقل منهم خبرة من اجل تطوير مهاراتهم واكتسابهم قدرات ادارية تمكنهم من تجاوز الصعوبات التي قد تواجههم في مساهمهم المهني .

الجدول رقم (07) : يبين توزيع العينة حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
مدير	0	0%
رئيس مصلحة	4	8.5%
رئيس مكتب	7	14.9%
موظف	36	76.6%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات spss

يتبين لنا خلال الجدول رقم (07) أن أغلبية عمال المديرية هم موظفون بنسبة 76.6% بمعدل 36 عامل , ثم يأتي بعدها رؤساء المكاتب بنسبة 14.9% بمعدل 7 عمال , فيما نجد نسبة 8.5% بالنسبة لرؤساء المصالح البالغ عددهم 4 , فيما نجد غياب المدير وذلك لعدم استلامه لاستمارة دراستنا بحجة تواجده في عطلة استثنائية.

من هنا نستنتج أن أغلبية عمال مديرية الشباب والرياضة هم موظفون عاديون بمختلف مستوياتهم التعليمية و المهنية وهذا راجع لطبيعة الوظيفة لكونها مؤسسة إدارية .

المحور الأول : أشكال الاتصال المستخدمة في مديرية الشباب والرياضة ولاية الوادي

الجدول رقم (08) : يبين الأجهزة الذكية التي يعتمد عليها العينة في وظيفة العلاقات العامة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الأجهزة اللوحية	2	4.3%
الهواتف الذكية	18	38.3%
الكمبيوتر	27	57.4%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (08) يتبين لنا أن أغلبية إجابات العينة حول الأجهزة الذكية التي يعتمدون عليها في وظيفة العلاقات العامة في المديرية كانت إجاباتهم بنسبة 57.4% جهاز الكمبيوتر بمعدل تكرار 27 , فيما تأتي الهواتف الذكية بنسبة 38.3% بمعدل تكرار 18 , ثم تأتي الأجهزة اللوحية بنسبة 4.3% .

نستنتج من هذه النتائج أن جهاز الكمبيوتر يعتبر جهاز أساسي ومهم في تنفيذ المديرية لمهامها, فنجد اغلب العمال يعتمدون في عملهم على الكمبيوتر كذلك يعتمدون على الهواتف الذكية بشكل ملحوظ.

الجدول رقم (09) : يبين الوسائط الرقمية التي يستخدمها قسم العلاقات العامة في المديرية للتفاعل مع الجمهور

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الموقع الالكتروني	22	46.8%
البريد الالكتروني	10	21.3%
مواقع التواصل الاجتماعي	15	31.9%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (09) : يتضح لنا ان اكثر الوسائط الرقمية المعتمدة في قسم العلاقات العامة الرقمية بمديرية الشباب و الرياضة هي الموقع الالكتروني بنسبة 46.8% ما يعادل 22 عامل , في حين نجد مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 31.9% ما يعادل 15 عامل , ليأتي البريد الالكتروني في المرتبة الاخيرة بنسبة 21.3% ما يعادل 10 عمال.

نستنتج من هنا ان أغلبية عمال المديرية يصرحون بان لديهم موقع اليكتروني خاص بالمديرية على مستوى قسم العلاقات العامة و هذا يعود الى توفر الانترنت في كل مؤسسة الذي يعتبر الواجهة الممثلة للمديرية والناطق باسمها لاحتوائها على صفحات الكترونية فهو حلقة وصل بين المديرية وجمهورها الداخلي و الخارجي وكل هذا لسهولة تفاعلها .

الجدول رقم (10) : يبين مدى تغير نمط الاتصال داخل وخارج المديرية من جراء استخدام التكنولوجيا الحديثة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	47	100.0%
لا	0	0.0%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (10) : يتضح لنا ان كل العينة ترى بنسبة 100% ما يعادل 47 عامل ان استخدام التكنولوجيا غير من نمط الاتصال داخل وخارج المديرية في حين لا يوجد اي عامل معترض. نستنتج من هذه النتائج ان استخدام التكنولوجيا الحديثة اصبح يلعب دور كبير في ادارة المديرية فهي تؤثر بشكل كبير على عمل العلاقات العامة والتي اصبحت احدى الوسائل المستحدثة للتواصل الداخلي و الخارجي.

الجدول رقم (11) : فيما يتمثل غير نمط الاتصال داخل وخارج المديرية من جراء استخدام التكنولوجيا الحديثة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
سهولة ومرونة الاتصال داخل وخارج المديرية	34	72.3%
تسهيل القيام بمختلف المهام	7	14.9%
خلق فضاءات للحوار والنقاش	/	/
إيصال المعلومة في وقت قياسي لأكبر عدد من الجماهير	6	12.8%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (11) : يتبين لنا أن بنسبة 72.3% ما يعادل 34 عامل يرون ان هذال التغير يتمثل في سهولة و مرونة الاتصال داخل وخارج المديرية , ليأتي بعدها تسهيل القيام بمختلف المهام بنسبة 14.9% ما يعادل 7 عمال, في حين نجد 12.8% ما يعادل 6 عمال كانت اجابتهم ايصال المعلومة في وقت قياسي لأكبر عدد من الجماهير, لنجد خلق فضاءات للحوار والنقاش بنسبة منعدمة .

نستنتج من خلال هذه النتائج ان اغلبية العمال ترى ان سهولة ومرونة الاتصال داخل وخارج المديرية ساهم بشكل كبير في تغير نمط الاتصال وهذا راجع لكون ان ما يميز التكنولوجيا الحديثة هو تسهيل المهام و الانشطة داخل المديرية من خلال وسائلها المتطورة.

الجدول رقم (12) : يبين مدى استخدام إدارة المديرية مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العلاقات العامة الرقمية تجاه الجمهور

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	46	97.9%
لا	1	2.1%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (12) : ان معظم تصريحات المبحوثين بنعم حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العلاقات العامة الرقمية في المديرية تجاه الجمهور بنسبة 97.9% ما يعادل 46 عامل , في حين نجد تصريحات لا بنسبة 2.1% ما يعادل عامل واحد.

نستنتج من خلال هذه النتائج ان العلاقات العامة الرقمية تطورت بتطور الوسائل التكنولوجية حيث اصبحت تشكل علما منفصل عن العلاقات التقليدية حيث تعتمد المديرية بشكل كبير على تفعيل العلاقات العامة من اجل التواصل الجيد مع جمهورها باعتبار ان قسم العلاقات العامة هو المرآة العاكسة لصورة المؤسسة امام جمهورها الذي تسعى دوما الى اكتسابه من خلال ما تقدمه من خدمات.

الجدول رقم (13) : يبين مدى مساهمة العلاقات العامة في تحسين مستوى خدمات إدارة المديرية بمختلف مستوياتها

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	46	97.9%
لا	1	2.1%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (13) : يتضح لنا ان اغلب المبحوثين كانت اجابتهم بنعم بنسبة 97.9% ما يعادل 46 عامل حول مساهمة العلاقات العامة في تحسين خدمات ادارة المديرية بمختلف مستوياتها , في حين نجد اجابات لا بنسبة 2.1% ما يعادل عامل واحد.

من هنا نستنتج ان دور العلاقات العامة الرقمية ساهمت بنسبة كبيرة في تحسين خدمات ادارة المديرية وذلك راجح الى حرص العمال و بذلمهم جهد من اجل تكوين صورة جيدة عن المديرية وترسيخها في اذهان الجمهور من خلال ما يقدمه قسم العلاقات العامة الرقمية من صدق و وضوح لكل ما تنشره, بالاعتماد على وسائل تكنولوجيا سهلة ومرنة.

الجدول رقم (14) : يبين تقييم نشاط العلاقات العامة للمديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
جيدة	34	72.3%
متوسطة	13	27.7%
ضعيفة	0	0.0%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (14) يتضح لنا ان بنسبة 72.3% ما يعادل 34 عامل يصرحون بتفوق نشاط العلاقات العامة للمديرية عبر مواقع التوصل بنسبة جيد, في حين نجد نسبة 27.7% ما يعادل 13 عامل يرون بانها متوسطة النشاط , أما احتمال الضعف فهي منعدمة .

من هنا نستنتج بان نسبة نشاط العلاقات العامة في مديريةية الشباب والرياضة للمديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جيدة و ذلك يعود للتطور الهائل الذي تشهده معظم ادارات المؤسسات خاصة مع دخول الرقمنة في المؤسسات اصبح مهم لصيرورة العمل من خلال ما يقدمه هذا المكتب لتسهيل العمل وسرعة انجاز المهام و تزويد المؤسسة بمعطيات ومعلومات خارجية.

المحور الثاني : أهم المواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المديرية في تحسين خدمات مديرية الشباب والرياضة من اجل جذب الشباب إليها

الجدول رقم (15) : يبين مدى استخدام المبحوثين لواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	46	97.9%
لا	1	2.1%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (15) : يتضح لنا أنه يتم استعمال مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 97.9% أي ما يعادل 46 عامل , في حين نجد نسبة 2.1% ما يعادل عامل واحد لا يستخدم هذه المواقع. نستنتج من هذه النتائج أن معظم العمال يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة وذلك لمعرفةهم بأهميتها وسرعتها في تداول المعلومة , فهي وسيلة تستقطب العديد من الافراد والمؤسسات من اجل الاستفادة من خدماتها , وهي أداة تواصل مع الآخرين حول مختلف المواضيع.

الجدول رقم (16) : يبين أكثر المواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الفايسبوك	45	95.7%
الانستقرام	2	4.3%
تويتر	0	0.0%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (16): يتضح لنا أن النسبة الأكبر هي العمال الذين يستخدمون موقع الفايسبوك و ذلك بنسبة 95.7% ما يعادل 45 عامل , فيما نجد 4.3% يستخدمون الانستقرام ما يعادل عاملين , لنجد انعدام استخدام موقع تويتر .

نستنتج من هذه النتائج أن موقع الفايسبوك هو أكثر المواقع التي يستعملها عمال مديرية الشباب والرياضة وذلك راجع لانتشاره السريع بين الأفراد وشهرته الواسعة وسهولة استخدامه حيث يعتبر أكثر المواقع التواصل الاجتماعي شهرة .

الجدول رقم (17) : يبين مدى استخدام المبحوثين لحساباتهم الخاصة في مجال العمل داخل المديرية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	21	44.7%
نادرا	10	21.3%
لا أستعمله ابدا	16	34.0%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (17): يتضح لنا أن نسبة 44.7% ما يعادل 21 عامل يستعملون حساباتهم الخاصة دائما في مجال العمل داخل المديرية , في حين نجد أن هناك عمال لا يستعملون حساباتهم الخاصة في العمل بنسبة 34.0% ما يعادل 16 عامل , وهناك من نادرا ما يستعمله بنسبة 21.3% ما يعادل 10 عمال . من خلال هذه النتائج نستنتج أن عمال المديرية يستخدمون حسابهم الخاص عبر الفيسبوك في مجال عملهم وذلك من اجل تقليص العمل وريح الوقت والتواصل داخل المديرية بشكل أسرع وتبادل معلوماتهم في وقت وجيز .

الجدول رقم (18) : يبين مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الاطلاع على آخر مستجدات الرياضة	23	48.9%
الاطلاع على أخبار مختلف الهيئات الرياضية الأخرى	4	8.5%
التواصل مع الزملاء	8	17.0%
نشر أنشطة المؤسسة ونتائجها	10	21.3%
الاطلاع على أخبار المديرية	2	4.3%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (18): أن أغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من اجل الاطلاع على آخر المستجدات الرياضية بنسبة 48.9% ما يعادل 23 عامل , في حين نجد نسبة 21.3% ما يعادل 10 عمال من اجل نشر أنشطة المؤسسة و نتائجها , تليها نسبة 17.0% ما يعادل 8 عمال يستخدمون مواقع التواصل من اجل التواصل مع الزملاء , أما الاطلاع على أخبار مختلف الهيئات

الرياضية الأخرى فكانت بنسبة 8.5% أي ما يعادل 4 عمال , في حين نجد الاطلاع على أخبار المديرية بلغت نسبة 4.3% ما يعادل عاملين .

من خلال هذه النتائج نستنتج أن أغلبية عمال مديرية الشباب والرياضة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للاطلاع على آخر المستجدات الرياضية وذلك لأهمية هذه المواقع في تسهيل نقل ونشر أهم الأخبار العالمية والمحلية الرياضية فهي وسيلة إعلامية جماهيرية تفاعلية سريعة.

الجدول رقم (19) : يبين مدى امتلاك إدارة المديرية لصفحات خاصة بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	47	100.0%
لا	0	0.0%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (19) أن كل عمال مديرية الشباب والرياضة بنسبة 100% يؤكدون بأن مديريتهم تمتلك صفحة خاصة بالمديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
منه نستنتج الأهمية البالغة التي توليها مديرية الشباب والرياضة في استخدام مواقع التواصل من خلال صفحتها الخاصة وتوظيفها في خدمة العلاقات العامة الرقمية من المرحلة التقليدية الى المرحلة الحديثة ,وذلك من اجل التواصل مع الجمهور الخارجي وإعطاء صورة جيدة للمديرية .

الجدول رقم (20) : يبين أهم المواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها إدارة المديرية في العمل

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الفايسبوك	44	93.6%
التويتر	2	4.3%
الانستقرام	1	2.1%
قناة في اليوتيوب	0	0.0%
المجموع	47	100.0%

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (20) أن معظم إجابات عمال مديرية الشباب والرياضة تتمثل في أن موقع الفاسيبوك هو أهم موقع تعتمد عليه المديرية بنسبة 93.6% , في حين نجد 4.3% يرون بأن المديرية تستخدم موقع التويتر , تليها نسبة 2.1% يرون أن المديرية تستخدم الانستقرام في حين سجلنا نسبة منعدمة بالنسبة لقناة اليوتيوب .

من هنا نستنتج أن مديرية الشباب والرياضة تعتمد على استخدام موقع الفايسبوك أكثر من غيره من المواقع وذلك راجح لشعبية موقع الفاسيبيوك و لسهولة استخدامه ونظرا لكثرة مستخدميه حيث صرح لنا مسئول خلية الإعلام والاتصال بمديرية الشباب والرياضة بولاية الوادي السيد : انه بلغ عدد مستخدمي ومتبعي صفحة الفايسبوك الخاصة بالمديرية 8.5 آلاف مستخدم ومتابع⁵⁶.

الجدول رقم (21) : يبين وجود مشرف على الصفحة الخاصة بمديرية الشباب والرياضة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	47	%100.0
لا	/	/
المجموع	47	%100.0

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (21) أن بنسبة 100% يوجد مشرف على صفحة مديرية الشباب والرياضة. لهذا نستنتج من خلال هذه النتيجة ان مديرية الشباب و الرياضة تمتلك مسئول خاص بصفحتها و هذا ما صرح به مسئول خلية الاعلام والاتصال بالمديرية بمقابلة أجريناها معه السيد عبد الرحمان قديري : انه يوجد مشرف لصفحة على موقع الفايسبوك و هو المسئول على كل ما ينشر فيها حيث تعتبر همزة وصل بين إدارة المديرية و جمهورها الخارجي .⁵⁷

المحور الثالث : مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمديرية الشباب والرياضة بولاية الوادي

الجدول رقم (22) : يبين دوافع استخدام إدارة مديرية الشباب والرياضة لمواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دوافع مهنية	41	%87.2
دوافع شخصية	3	%6.4
دوافع تكنولوجية	3	%6.4
المجموع	47	%100.0

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

⁵⁶ قديري عبد الرحمان: مسئول خلية الإعلام و الاتصال , مديرية الشباب و الرياضة , ولاية الوادي , 2023/04/27 , 10:15

⁵⁷ قديري عبد الرحمان : مرجع نفسه.

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (22) أن أغلبية العمال بنسبة 87.2 % ما يعادل 41 عامل يرون أن دوافع استخدام إدارة مديرية الشباب والرياضة لمواقع التواصل الاجتماعي هي دوافع مهنية , في حين نجد كل من الدوافع الشخصية و التكنولوجية جاءت بنسبة 6.4 % ما يعادل 6 عمال .

نستنتج أن عمال المديرية يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي داخل المديرية لأغراض مهنية تخدم مصالحهم كسب معارف جديدة و تقديم خدمات للمستفيدين وتبادل المهام داخل وخارج المديرية بسرعة ودون جهد .

الجدول رقم (23) : يبين أهم مجالات استخدام مواقع التواصل داخل إدارة المديرية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
التواصل بين المديرية و جمهورها	38	80.9%
التعريف بالمستجدات وآخر التطورات	5	10.6%
انجاز المهام والأوامر	4	8.5%
التواصل بين إدارة المؤسسة و عمالها	0	0.0%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (23) : يتبين لنا أن أهم مجال يستخدم في مديرية الشباب و الرياضة لشبكات التواصل الاجتماعي تتمثل في التواصل بين المديرية و جمهورها بنسبة قدرت ب 80.9% ما يعادل 38 عامل , تليها نسبة 10.6% ما يعادل 5 عمال الذين صرحوا بان المديرية تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من اجل التعريف بالمستجدات و آخر التطورات , في حين نجد 8.5% ما يعادل 4 عمال إلى تصريح بإنجاز المهام والأوامر , أما الاحتمال التواصل بين إدارة المؤسسة وعمالها منعدمة .

في ضوء هذه النتائج نستنتج أن هناك عدة مجالات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمديرية الشباب والرياضة لكنها تعتمد بشكل كبير على التواصل مع الجمهور الخارجي من اجل استقطاب اكبر عدد ممكن من الشباب الرياضي .

الجدول رقم (24) : يبين مدى تلقي إدارة المديرية لرسائل من مستخدميها عبر صفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	43	91.5
لا	4	8.5
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (24) يتضح لنا ان ادارة مديرية الشباب و الرياضة تتلقى رسائل من مستخدميها بنسبة 91.5% ما يعادل 43 عامل , في حين نجد احتمال لا تتلقى المديرية رسائل بنسبة 8.5% ما يعادل 4 عمال .

نستنتج من خلال هذه النتائج ان مديرية الشباب و الرياضة تتلقى رسائل من مستخدميها بشكل يومي وهذا ما صرح بهم سؤول خلية الإعلام والاتصال بمديرية الشباب والرياضة : تصلنا رسائل يومية من قبل متابعي صفحة الفايسبوك الخاصة بالمديرية متنوعة من اقتراحات وشكاوي⁵⁸

الجدول رقم (25): يبين كيفية الرد على رسائل الجمهور الخارجي من قبل إدارة المديرية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
فوري	39	83.0%
لا يتم الرد عليها	1	2.1%
يتم تأجيلها لوقت اخر	7	14.9%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (25) يتضح لنا ان بنسبة 83.0% ما يعادل 39 عامل يتم الرد على الرسائل بشكل فوري , في حين نجد 14.9% ما يعادل 7 عمال يرون ان الرد على رسائل يتم تأجيله لوقت اخر, ثم يأتي احتمال لا يتم الرد عليها بنسبة ضئيلة 2.1% ما يعادل عامل واحد.

من هنا نستنتج ان معظم الرسائل التي تتلاقاها المديرية من طرف جمهورها الخارجي ترد عليها بشكل فوري وذلك من خلال تخصيص وقت معين لرد على تساؤلاتهم و انشغالهم لإعطاء مصداقية أكثر تجاه جمهورهم في اطار المنافسات مع المديريات الاخرى .

الجدول رقم (26): يبين طبيعة المنشورات التي تنشرها المديرية عبر صفحاتها في مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
منشورات نصية	46	97.9%
الصور	1	2.1%
مقاطع فيديو	0	0.0%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

⁵⁸ قدير عبد الرحمان : مسؤول خلية الاعلام و الاتصال بمديرية الشباب و الرياضة , 2023/04/27 , 10:20

من خلال الجدول رقم (26) : يتضح لنا أن المنشورات النصية التي تنشرها المديرية عبر صفحتها في مواقع التواصل الاجتماعي تصدر الإجابات من قبل المبحوثين بنسبة 97.9% ما يعادل 46 عامل , لتأتي الصور بنسبة 2.1% ما يعادل 1 عامل , في حين نجد أن مقاطع الفيديو منعدمة .

من خلال هذه النتائج يتضح لنا أن مديرية الشباب والرياضة تهتم بالمنشورات النصية من خلال ما تنشره عبر صفحاتها في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بفضل ميزة هذه المواقع التي تمتاز بالنشر خاصة موقع الفايسبوك الذي يتيح للمستخدمين نشر النصوص و الإعلانات التي بدورها قد تتلقى تفاعلا من قبل مستخدميها.

الجدول رقم (27): يبين مدى التفاعل مع منشورات المديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	35	74.5%
أحيانا	12	25.5%
نادرا	/	/
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (27): يتضح لنا أن 74.5% أي ما يعادل 35 عامل يصرحون بأن هناك دائما تفاعل لمنشورات التي تنشرها المديرية من قبل جمهورها , في حين نجد 25.5% ما يعادل 12 عامل يرون أنه أحيانا ما يتم التفاعل لمنشورات المديرية , لنجد الاقتراح نادرا منعدم .

من هنا نستنتج أن هناك تفاعل كبير مع منشورات التي تنشرها المديرية عبر صفحتها على الفيسبوك بحكم أن جميع المستخدمين يمتلكون حسابات الفايسبوك خاصة من خلال استخدامهم لوسائل حديثة كالهواتف الذكية وهو ما يسهل عملية الاطلاع على المنشورات و التفاعل معها كوضع علامة الإعجاب أو التعليق حول منشور ما يتعلق بصفحة المديرية . حيث حسب ما صرح به مسؤول صفحة الفايسبوك بمديرية الشباب والرياضة مسؤول خلية الاعلام والاتصال : بلغ عدد الإعجاب بالصفحة 6.1 إعجاب⁵⁹

⁵⁹ قدير عبد الرحمان : مسؤول خلية الاعلام والاتصال 2023/04/27 , 10:28

الجدول رقم (28): يبين مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في حالة وقوع المديرية في مشكلة أو أزمة ما

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	27	57.4%
لا	20	42.6%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (28): أن اغلب عمال مديرية الشباب والرياضة بولاية الوادي بنسبة 57.4% يرون بان المديرية تلجا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لحل أزماتها في حين نجد 42.6 % يرون بان المديرية لا تلجا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

من هنا يمكن أن نفسر بان مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في حل أزمات و مشاكل المديرية من خلال نشر منشورات ايجابية عبر صفحتها في الفيسبوك وتقديم محتوى جيد مستخدما اساليب إقناعيه لمواجهة اي تنافس خارجي وهذا يعود الى وعي و فطنة المكلف بالعلاقات العامة بمديرية الشباب والرياضة للخروج من هذه المشاكل وربط صلة قوية بالجمهور من خلال صدق ما ينشره .

المحور الرابع : الاشباكات التي تحققها المديرية جراء استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (29): الأهداف التي تحققها المديرية جراء استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
تلبية احتياجات الجمهور الرياضي	32	68.1%
فتح فضاءات رياضية للشباب	3	6.4%
تقديم صورة حسنة عن المديرية	9	19.1%
استقطاب أكبر عدد من الشباب	3	6.4%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (29) : يتضح لنا أن الأهداف التي تحققها المديرية جراء استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي تكمن في تلبية احتياجات الجمهور الرياضي بنسبة 68.1% ما يعادل 32 عامل , ثم تليها تقديم صورة حسنة عن المديرية بنسبة 19.1% ما يعادل 9 عمال , في حين نجد كل من فتح فضاءات رياضية للشباب و استقطاب أكبر عدد من الشباب بنسبة 6.4 % ما يعادل 3 عمال لكل منهما.

نستنتج من خلال هذه النتائج أن الأهداف التي تحققها المديرية من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي تكمن في تلبية احتياجات الجمهور الرياضي من خلال الاهتمام بجميع مطالب الجمهور ومحاولة تحقيقها بما يتناسب مع طبيعة خدماتها , من اجل استقطاب اكبر عدد ممكن من الشباب الرياضي للتفاعل معها وهذا هو هدف الذي تسعى المديرية لتحقيقه.

الجدول رقم (30): يبين مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات وصورة المديرية لدى جمهورها

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	46	97.9%
لا	1	2.1%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (30) : أن كل عمال المديرية بنسبة 97.9% يقرون بان مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تحسين خدمات و صورة المديرية لدى جماهيرها , في حين نجد 2.1% وهي فئة قليلة ترى بان مواقع التواصل الاجتماعي لا تساهم في تحسين خدمات وصورة المديرية . من هنا نستنتج أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور مهم في المساهمة في تحسين خدمات مديرية الشباب و الرياضة من خلال التفاعل بين المديرية و جمهورها و ذلك من خلال ما تقدمه من خدمات تجعل الجمهور يشعر بانتمائه لهذه المديرية كالرد على رسائلهم و انشغالهم و الاستماع لمطالبهم .

الجدول رقم (31): إذا كانت الإجابة بنعم , فيما يكمن ذلك

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نشر منشورات تظهر صدق المديرية تجاه جمهورها	35	74.5%
إظهار الخدمات المميزة و التنافسية التي تقدمها المديرية	6	12.8%
إبراز الأنشطة ذات الطابع الرياضي الانساني	6	12.8%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (31) يتضح لنا مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين صورة المديرية من خلال نشر منشورات تظهر صدق المديرية تجاه جمهورها بنسبة 74.5% ما يعادل 35 عامل , ثم تأتي كل من إظهار الخدمات المميزة و التنافسية التي تقدمها المديرية و إبراز الأنشطة ذات الطابع الرياضي الإنساني بنسبة 12.8% ما يعادل 6 لكل منهما .

من خلال هذه النتائج نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في تحسين خدمات مديرية الشباب والرياضة حيث فتحت مجال واسع من خلال ما تنشره عبر صفحاتها ليجتمع فيها الجميع للتفاعل و اعطاء الجمهور حقه في التعبير عن رغباته و احتياجاته الرياضية لذلك تسعى لاستعراض أهم خدماتها ,و تحسين سمعتها من خلال مصداقية المنشورات وتقديم معلومات صادقة وواقعية عن المديرية.

الجدول رقم (32): يبين مدى الإضافة التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي في العمل داخل المديرية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	46	97.9
لا	1	2.1
المجموع	47	%100.0

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (32) : نجد أغلبية اجابات العينة تقر بان نسبة 97.9% ما يعادل 46 عامل مواقع التواصل الاجتماعي قدم اضافة في العمل بالنسبة لإدارة المديرية .

نستنتج من خلال هذه النتائج ان هناك اضافات جديدة على الصعيد الاداري داخل المديرية من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك راجع لتطور الهائل الذي تشهده هذه المواقع و التي اعطت الفرصة لترويج خدمات المديرية لتقابلها راي الجمهور وتقبله لهذه الخدمات بسرعة فائقة .

الجدول رقم (33): إذا كانت الإجابة بنعم فيما يكمن ذلك :

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
في طبيعة البرامج الرياضية	25	%53.2
تنافس بين المديريات المجاورة	3	%6.4
مواكبة الإدارة الرياضية مع التطور الرقمي	17	%36.2
خلق أفاق رياضية جديدة	2	%4.3
المجموع	47	%100.0

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (33) : يتبين لنا ان مواقع التواصل الاجتماعي اضافة جديدة للعمل في المديرية في طبيعة البرامج الرياضية بنسبة 53.2% ما يعادل 25 عامل , تليها مواكبة الادارة الرياضية مع التطور الرقمي بنسبة 36.2% ما يعادل 17 عامل , ثم تأتي تنافس بين المديريات المجاورة بنسبة 6.4% ما يعادل 3 عمال , لتأتي في الاخير خلق افاق رياضية جديدة بنسبة 4.3% ما يعادل عاملين .

على ضوء هذه النتائج نستنتج ان مواقع التواصل الاجتماعي اضافت نمطا جديدا وقويا على الصعيد الرياضي من خلال ما تقدمه المديرية من نشر برامج رياضية هادفة والتي اصبحت بإمكان جمهورها ان يعطي رايه حول هذه المواضيع و البرامج بكل حرية .

الجدول رقم (34): يبين مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لعمال مديرية الشباب والرياضة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	47	100.0%
لا	0	0.0%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (34) يتضح لنا ان كل العينة اقرت بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 100% ما يعادل 47 عامل .

نستنتج من هذه النتائج ان لمواقع التواصل الاجتماعي اهمية كبيرة في ادارة المديرية باعتبارها من وسيلة اعلامية جديدة تمكن المديرية ان تبقى على معرفة مستمرة بالواقع في جميع انحاء العالم وقدرتها على نقل الاخبار كما تفتح المجال للتواصل بين المؤسسة وجمهورها كما تتيح فرصة التعرف على الجمهور المتابع من خلال معرفة عدد المعجبين و منتمين لصفحة .

الجدول رقم (35): يبين مدى سلبية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لإدارة المديرية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	25	53.2%
لا	22	46.8%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (35) : يتضح لنا أن 53.2% ما يعادل 25 عامل يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي لها سلبية قد تؤثر على صورة المديرية , فين نجد 46.8% ما يعادل 22 عامل يقرون بعدم وجود سلبية لمواقع التواصل التي من شأنها أن تؤثر بمكانة المديرية .

وعليه نستنتج أن إجابات العينة متقاربة نوعا ما فمنهم من يرى أن هناك سلبية لمواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على صورة ومكانة المديرية وذلك لوجود بعض الافراد لا يعرفون كيف يستخدمون هذه

المواقع بطريقة ايجابية , ومنهم من يرى ان سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي لا تنقص من قيمة وصورة المديرية

الجدول رقم (36): يبين التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي التي تؤثر على صورة المديرية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
التأثير على مصداقية المنشورات	32	68.1%
التأثير على صورة المديرية	8	17.0%
التأثير على طبيعة البرامج الرياضية	/	/
ضعف ونقص خبرة مكلفو بالعلاقات العامة	7	14.9%
المجموع	47	100.0%

المصدر : من إعداد الطالبين من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (36) : يتضح لنا أكثر سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي التي تؤثر على صورة المديرية هي التأثير على مصداقية المنشورات بنسبة 68.1% , تليها التأثير على صورة المديرية بنسبة 17.0% , بعدها نجد ضعف ونقص خبرة مكلفو بالعلاقات العامة ثم نجد التأثير على طبيعة البرامج منعدمة .

على ضوء هذه النتائج نستنتج أن لمواقع التواصل الاجتماعي عدة سلبيات تؤثر على صورة المديرية من خلال التأثير على مصداقية المنشورات , فحسب ما قاله لنا مسئول خلية الإعلام والاتصال السيد قديري أن هناك سلبيات لمواقع التواصل على المديرية من خلال ما نشره من منشورات تخص الجانب الرياضي لنجد تعليقات سلبية وسخرية من قبل الجمهور الخارجي تجعلنا نشعر بتقليل الجمهور الخارجي لما نقدمه⁶⁰ ملحق (02) ,

الجدول (37): الوسائط الرقمية التي تستخدم في قسم العلاقات العامة بالمديرية للتفاعل مع الجمهور وعلاقتها بمتغير الجنس

الاحتمالات	ذكور		إناث		المجموع	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
الموقع الالكتروني	11	35.48%	7	43.75%	18	38.30%
البريد الالكتروني	6	19.35%	5	31.25%	11	24.40%
مواقع التواصل الاجتماعي	14	45.17%	4	25%	18	38.30%
المجموع	31	100%	16	100%	47	100%

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

⁶⁰ قديري عبد الرحمان : مسئول خلية الإعلام والاتصال, 2023/04/27, 10:30

من خلال الجدول رقم(37) :و الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس حول أكثر الوسائط الرقمية التي تستخدم في قسم العلاقات العامة من اجل التفاعل مع الجمهور نجد مواقع التواصل الاجتماعي قدرت بنسبة 38.30% وهذا ما أكدته نسبة الذكور 45.17% و الإناث 25% , في حين نجد نسبة العمال الذين أجابوا الموقع الالكتروني بنسبة تقدر ب38.30% وهذا ما أكدته الذكور بنسبة 35.48% و الإناث 43.75% , ليأتي في المرتبة الأخيرة البريد الالكتروني بنسبة 24.40% من خلال ما أكدته الذكور بنسبة 19.35% و الإناث بنسبة 31.25%.

من خلال هذه النتائج يمكن أن نفسر بان استخدام الوسائط الالكترونية في قسم العلاقات العامة يتقاسم ما بين المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي لما تملكه من خصائص عديدة ومتنوعة تتميز عن البريد الالكتروني , وقد اظهر عمال المديرية ضرورة ممارسة العلاقات العامة الرقمية و اعتمادا على وسائلها التكنولوجية كونها سهلة ومرنة ,ولديهم قناعات بان استخدام مواقع التواصل في مجال العلاقات العامة ستكون له ايجابية كبيرة وعديدة .

الجدول (38) : دور الوسائط الرقمية في تحسين الاتصال داخل المديرية وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي

النسبة	المجموع	المستوى التعليمي				الاحتمالات
		ثانوي		جامعي		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
95.75	45	%100	9	%94.73	36	نعم
04.25	2	%0	0	%5.26	2	لا
%100	47	%100	9	%100	38	المجموع

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (38) يتضح لنا دور الوسائط الرقمية في تحسين الاتصال داخل المديرية حيث نجد إجابات المبحوثين بنعم قدرت بنسبة 95.75% وهذا ما أكدته المتغير الجامعي بنسبة 94.73% و متغير ثانوي بنسبة 100% , في حين نجد أن الإجابات ب لا قدرت بنسبة 4.25% وهذا ما أكدته متغير جامعي 5.26% ومتغير ثانوي بنسبة 0%.

في ضوء هذه النتائج يمكن أن نفسر بان الوسائط الرقمية تلعب دور مهم في تحسين الاتصال داخل المديرية فهي من اهم وانجح الوسائل التي تعمل عليها في نقل الافكار والمعلومات وتبادل الخبرات و تجربة افكار جديدة و تساعد على التواصل فيما بينهم .

الجدول رقم (39): ابرز المواقع التي تستخدمها المديرية وعلاقتها بمتغير الجنس

النسبة	المجموع	حسب متغير الجنس				الاحتمالات
		إناث		ذكور		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%63.82	30	%43.75	7	%74.19	23	الفايسبوك
%06.38	3	%12.50	2	%3.2	1	التويتر
%17.02	8	%31.25	5	%9.67	3	الانستغرام
%12.76	6	%12.50	2	%12.90	4	قناة اليوتيوب
%100	47	%100	16	%100	31	المجموع

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (39) يتبين لنا أن أهم المواقع التي تستخدمها المديرية هو موقع الفايسبوك بنسبة %63.82 وهذا ما أكدته الذكور بنسبة %74.19 والإناث بنسبة %43.75 , تليه موقع الانستغرام بنسبة %17.02 وهذا ما أكدته الذكور بنسبة %9.67 والإناث بنسبة %31.25, ثم تليه قناة اليوتيوب بنسبة %12.76 وهذا ما أكدته الذكور بنسبة %12.90 والإناث بنسبة %12.50, ليأتي موقع التويتر في المرتبة الأخيرة بنسبة %6.38 من خلال ما أكدته الذكور بنسبة %3.02 والإناث بنسبة %12.50

من خلال هذه النتائج نفسر أن اغلب عمال مديرية الشباب والرياضة يعتمدون على موقع الفايسبوك بدرجة كبيرة فهي الشبكة الأكثر استعمالا , كونه يساعد على متابعة مشاركات الجمهور و رصدها من خلالها , و تكوين علاقات شخصية تعود بالنفع على ادائهم الوظيفي كإدارة العلاقة مع الجمهور و رصد اتجاهاتهم و اجراء الاستطلاعات الاليكترونية .

الجدول رقم (40) : استخدام الحساب الشخصي للمبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في العمل وعلاقتها بمتغير الوظيفة

النسبة	المجموع	حسب متغير الوظيفة						الاحتمالات
		موظف		رئيس مكتب		رئيس مصلحة		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%97.88	46	%100	40	%80	4	%100	2	نعم
%2.12	1	%0	0	%20	1	%0	0	لا
%100	47	%100	40	%100	5	%100	2	المجموع

المصدر : من إعداد الطلبة من مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (40) : يتضح لنا أن استخدام الحساب الشخصي للمبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في العمل نجد إجابات بنعم قدرت بنسبة %97.88 و هذا ما أكدته رئيس المصلحة بنسبة

100% و رئيس مكتب بنسبة 80% وموظف بنسبة 100% , في حين نجد إجابات بلا قدرت بنسبة 2.12% من خلال ما أكدده رئيس المصلحة بنسبة 0% و رئيس المكتب بنسبة 20% و موظف ب 0%.
من هنا يمكن أن نفسر بان اغلب العمال يستخدمون حساباتهم الخاصة في العمل للحصول على المعلومات و التواصل فيما بينهم و تبادل المعلومات بين الموظفين حيث يلجئون الى حفظ و استرجاع ملفاتهم في حين التواصل داخل وخارج المديرية .

جدول رقم (41) مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمديرية الشباب والرياضة وعلاقتها بمتغير الجنس

النسبة	المجموع	حسب متغير الجنس				الاحتمالات
		إناث		ذكور		
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%87.24	41	%93.75	15	%83.88	26	التواصل بين المديرية و جمهورها
%6.38	3	%0	0	%9.67	3	التعريف بالمستجدات وآخر التطورات
%6.38	3	%6.25	1	%6.45	2	إنجاز المهام والأوامر
%100	47	%100	16	%100	31	المجموع

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (41) : يتضح لنا أن مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمديرية الشباب والرياضة كانت إجابات المبحوثين حول التواصل بين المديرية و جمهورها بسبة قدرت 87.24% هذا ما أكدده الذكور بنسبة 83.88% و الإناث بنسبة 93.75% , في حين نجد التعريف بالمستجدات و آخر التطورات قدرت نسبتها ب 6.38% من خلال ما أكدده الذكور بنسبة 9.67% و الإناث 0% , لتأتي انجاز المهام والأوامر بنسبة 6.38% من خلال ما أكدده الذكور بنسبة 6.45% و الإناث 6.25%.

من خلال هذه النتائج يمكن أن نفسر ان اغلب الموظفون يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من اجل التواصل مع الجمهور الخارجي عن طريق صفحة الفايسبوك الخاصة بيهم , حيث يعتبر الفايسبوك نموذج جيد لكل المؤسسات لما تحتويه تطبيقات كنشر النصوص و الصور والفيديوهات و خاصية التفاعل و هذا عكس بعض المواقع الاخرى الذي يعتبر محدود التطبيقات.

جدول رقم (42) : الأهداف التي تسعى مديريتك لتحقيقها من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمتغير الجنس

النسبة	المجموع	حسب متغير الجنس				الاحتمالات
		إناث		ذكور		
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
%61.72	29	%56.25	9	%64.51	20	تلبية احتياجات الجمهور الرياضي
%10.63	5	%0	0	%16.13	5	فتح فضاءات رياضية للشباب
%21.27	10	%43.75	7	%09.68	3	تقديم صورة حسنة عن المديرية
%6.38	3	%0	0	%9.68	3	استقطاب اكبر عدد من الشباب
%100	47	%100	16	%100	31	المجموع

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (42) : يتضح لنا أن الأهداف التي تسعى المديرية لتحقيقها من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي نجد أن إجابات تلبية احتياجات الجمهور الرياضي بلغت نسبة 61.72% وهذا ما أكده الذكور بنسبة 64.51% و الإناث بنسبة 56.25% , لتأتي إجابات تقديم صورة حسنة عن المديرية بنسبة 21.27% من خلال ما أكده الذكور بنسبة 9.68% والإناث 43.75% , في حين نجد إجابات فتح فضاءات رياضية للشباب بنسبة 10.63% وهذا ما أكده الذكور بنسبة 16.13% و الإناث 0% , لتأتي في الأخير إجابات استقطاب أكبر عدد من الشباب بنسبة 6.38% من خلال ما أكده الذكور بنسبة 9.68% و الإناث 0%.

من خلال هذه النتائج يمكن أن نفسر أن الأهداف الرئيسية التي تسعى المديرية الى تحقيقها هيا تلبية احتياجات الجمهور الرياضي من خلال تقديم خدمات مفتوحة للتعبير عن افكارهم و آرائهم سواء على الصور او المنشورات النصية عبر صفحاتها و التعليقات و ردود الافعال الجماهير فهي تنمي الروح الانتماء بين المديرية و جمهورها.

جدول رقم (43) : مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات وصورة المديرية لدى جمهورها وعلاقتها بمتغير السن

النسبة %	المجموع	حسب متغير السن								الاحتمالات
		50 فما فوق		49 – 40		39 – 30		29-20		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
97.87 %	46	%100	5	93.75 %	15	%100	17	%100	9	نعم
02.13 %	1	%0	0	%6.25	1	% 0	0	0	0	لا
%100	47	%100	5	%100	16	%100	17	%100	9	المجموع

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (43) : والذي يمثل توزيع أفراد المجتمع حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات المديرية لدى جمهورها تمثلت في اغلب التصريحات بنعم بنسبة 97.87% وهذا ما كدت له فئة من 20 إلى 30 سنة بنسبة مقدرة 100% , وفئة من 30 إلى 39 سنة بنسبة 100%, في حين نجد فئة من 40 إلى 49 سنة قدرت نسبتها ب 93.75% , تليها فئة 50 سنة فما فوق بنسبة 100% , بعدها تأتي تصريحات لا بنسبة مقدرة 02.13% و هذا ما تؤكد فئة من 20 إلى 30 سنن وفئة من 30 إلى 39 سنة و فئة 50 سنة فما فوق بنسبة تقدر ب0% , في حين نجد فئة 40 إلى 49 سنة بلغت نسبتها 6.25% من خلال هذه النتائج نفسر أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل فعال في تحسين صورة و خدمات المديرية فهو وسيلة فعالة للتعريف بالمديرية واهم نشاطاتها و ذلك راجع إلى موقع الفايسبوك الذي تعتمد عليه المديرية بشكل كبير عبر صفحتها الخاصة وذلك من خلال تفعيل نشاطها لنشر خدماتها وامتيازاتها التي تخدم الجمهور الرياضي لتعزيز صورتها ومكانتها .

الجدول رقم (44) تلقى المديرية رسائل من مستخدميها عبر صفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمتغير الوظيفة

الاحتمالات	حسب متغير الوظيفة						النسبة %	المجموع
	رئيس مصلحة		رئيس مكتب		موظف			
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
نعم	2	%100	4	%80	37	%77.50	43	%91.48
لا	0	%0	1	%20	3	%22.5	4	%8.52
المجموع	2	%100	5	%100	40	%100	47	%100

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (44) يتضح لنا المديرية تتلقى رسائل من مستخدميها عبر صفحتها على مواقع التواصل بنسبة 91.48% وهذا ما أكدته متغير رئيس المصلحة بنسبة 100% رئيس مكتب بنسبة 80% متغير الموظف بنسبة 77.50% , فيما نجد الإجابة بلا بلغت نسبتها 8.52% وهو ما أكدته رئيس المصلحة بنسبة 0% ورئيس المكتب بنسبة 20% و نجد الموظف بنسبة 22.5%.

من هنا نستنتج أن مديرية الشباب والرياضة تتلقى رسائل من مستخدميها عبر مواقع التواصل وهذا يدل على أن هناك تفاعل كبير من قبل جمهورها من خلال إرسال كل ما يريد معرفته في حين تقبل المديرية لهذه الرسائل من خلال تقبل آرائهم و احتياجاتهم و محاولة الوقوف عليها

الجدول رقم (45) التفاعل مع منشورات المديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمتغير السن

النسبة %	المجموع	حسب متغير السن								الاحتمالات
		50 فما فوق		49 – 40		39 – 30		29-20		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%78.72	37	%40	2	%87.5	14	%82.35	14	%77.77	7	نعم
%21.27	10	%60	3	%12.5	2	%17.64	3	%22.22	2	لا
%100	47	%100	5	%100	16	%100	17	%100	9	المجموع

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (45) يتضح لنا أن هناك تفاعل كبير مع منشورات المديرية عبر مواقع التواصل بنسبة %78.72 وهذا ما أكدته متغير السن من 29-20 سنة بنسبة %77.77 ومتغير السن 39-30 سنة بنسبة %82.35 ليأتي متغير السن 49-40 سنة بنسبة %87.50 ومتغير السن 50 سنة فما فوق بنسبة %40 , في حين نجد إجابات ب : لا بلغت نسبتها 21.27 % من خلال ما أكدته متغير السن من 29-20 سنة بنسبة %22.22 ويليها متغير السن من 39-30 سنة بنسبة %17.64, ثم متغير السن من 49-40 سنة بنسبة %12.5 , ليأتي متغير السن من 50 سنة فما فوق بنسبة %60.

من خلال هذه النتائج نفسر أن هناك تفاعل كبير على منشورات مديرية الشباب والرياضة من قبل جمهورها وهذا ما يدل على حرص المديرية على نشر منشوراتها بطريقة منتظمة ومتنوعة ذات مغزى مفيد وتحرص على إيصاله لأكثر عدد من المستهدفين من خلال تلقي الإعجابات و التعليق و مشاركة مقاطع الفيديو . حيث بلغ عدد معجبين بالصفحة و التفاعل معها حسب تصريح رئيس خلية الإعلام والاتصال السيد : عبد الرحمان قديري هناك 6.1 الآلاف معجب .⁶¹

⁶¹ عبد الرحمان قديري , مسئول خلية الإعلام والاتصال , 2023/04/27 , 10:33

المطلب الثاني :الاستنتاج العام للدراسة :

تتمثل أهم النتائج التي توصلت إليها دراستنا فيما يلي :

- أكدت الدراسة أن أكثر الأجهزة الذكية استخداما في وظيفة العلاقات العامة هي الكمبيوتر.
- كشفت الدراسة أن مديرية الشباب و الرياضة بالوادي تستخدم الموقع الإلكتروني كوسائط رقمية للتفاعل مع الجمهور.
- أكدت الدراسة أن الوسائط الرقمية تساعد في تحسين الاتصال داخل المديرية.
- كشفت الدراسة أن استخدام التكنولوجيا الحديثة أدى إلى تغير نمط الاتصال داخل وخارج المديرية , وقد تمثل هذا التغير في سهولة ومرونة الاتصال داخل وخارج المديرية.
- توصلت الدراسة أن إدارة المديرية تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العلاقات العامة الرقمية تجاه الجمهور.
- تبين من الدراسة أن العلاقات العامة تساهم في تحسين مستوى خدمات إدارة المديرية بمختلف مستوياتها.
- تبين من الدراسة أن نشاط العلاقات العامة للمديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جيد.
- أغلبية العاملين في مديرية الشباب و الرياضة بالوادي يمتلكون حساب شخصي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما الفيسبوك باعتباره موقع التواصل الأكثر استخدام في المؤسسة.
- أكدت الدراسة أن العاملين بالمؤسسة دائما ما يستخدمون حسابهم الشخصي على مواقع التواصل الاجتماعي في العمل و ذلك للاطلاع على آخر مستجدات الرياضة.
- كشفت الدراسة أن مديرية الشباب و الرياضة بالوادي تمتلك صفحة خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما الفيسبوك و أيضا امتلكها لمشرف خاص لهذه الصفحة.
- كشفت الدراسة أن دوافع استخدام مديرية الشباب و الرياضة بالوادي لمواقع التواصل الاجتماعي هي دوافع مهنية.
- كما تبين في الدراسة أن مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمديرية الشباب و الرياضة بالوادي هي التواصل بين المديرية و جمهورها.
- توصلت الدراسة أن مديرية الشباب و الرياضة بالوادي تتلقى رسائل من مستخدميها عبر صفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي و أيضا يتم الرد عليها بشكل فوري.
- تبين من الدراسة أن أكثر المنشورات التي تعتمد عليها مديرية الشباب و الرياضة بالوادي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في المنشورات النصية بالدرجة الأولى , كما توصلت الدراسة أنه دائما ما يتم التفاعل مع هذه المنشورات.

- تبين في الدراسة أنه في حالة وقوع المديرية في مشكلة أو أزمة تلجأ لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمساهمة في إيجاد حل.
- أكدت الدراسة أن من الأهداف التي تسعى المديرية لتحقيقها من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي هي تلبية احتياجات الجمهور الرياضي.
- توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تحسين خدمات وصورة المديرية لدى جمهورها وذلك بنشر منشورات تظهر صدق المديرية تجاه جمهورها.
- أكدت الدراسة أن استخدام المديرية لمواقع التواصل الاجتماعي قدم لها إضافة في العمل و خاصة في طبيعة البرامج الرياضية.
- تبين من الدراسة أن لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية بالغة في المديرية و ذلك بسبب التطور التكنولوجي الحاصل.
- تبين من الدراسة أن هناك بعض السلبيات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المديرية و التي من أبرزها التأثير على مصداقية المنشورات.

المطلب الثالث: الاقتراحات والتوصيات

بعد الاطلاع على أهم النتائج التي توصلت إليها دراستنا فإننا نوصي و نقترح ما يلي :

- على مديرية الشباب و رياضة بالوادي ان تهتم بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى غير الفيسبوك و ذلك بسبب تعدد و انتشار و اقبال الناس لهذه المواقع.
- ضرورة وضع أكثر من مشرف للصفحة و ذلك لمواكبة الرسائل الكثيرة.
- ضرورة انشاء مكتب علاقات عامة رقمية و توظيف عمال مختصين في هذا المجال.
- ضرورة الاستفادة من خاصية الترويج الموجودة في الصفحات و ذلك للوصول عدد أكبر من الجماهير.
- ضرورة الاهتمام بتنويع المنشورات.

خلاصة الفصل

في هذا الفصل قمنا بالتطرق إلى الدراسة الميدانية التي أجريت على مديرية الشباب والرياضة بالوادي, ثم بعدها تطرقنا إلى منهج الدراسة ومتغيراتها, بعدها إلى مجتمع الدراسة وعينة الدراسة, من ثمة إلى الأداة المستعملة في جمع البيانات والمعلومات التي تخدم بحثنا, ثم الخصائص السيكومترية ثم كيفية تصميم الدراسة ووسائل المعالجة الإحصائية المستعملة في هذا البحث و في الأخير اشرنا إلى بعض الاقتراحات والتوصيات



خاتمة

ان اختيارنا لموضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات الهيئات الرياضية و اختيار اجراء دراسة ميدانية بمديرية الشباب و رياضة بالوادي كان بسبب ما تتمتع به مواقع التواصل الاجتماعي من خصائص و مميزات حيث اصبحت هذه الاخيرة ملاذ الكثير من المؤسسات بمختلف انواعها بما فيهم الهيئات الرياضية و التي اصبحت تعتمد عليها بشكل كبير و ذلك لتحسين الاتصال الداخلي و الخارجي للمؤسسة و من هذا المنطلق نرى ان مواقع التواصل الاجتماعي اصبحت لها مكانة داخل المؤسسة و لم يعد يمكن الاستغناء عليها و ذلك لأهميتها في العديد من المجالات و خاصة العلاقات العامة الرقمية مما يساهم في تحقيق أهدافها.

نحن نعرف ان التكنولوجيا لا تزال بطيئة التطور في الجزائر الا ان العديد من المؤسسات تحاول مواكبة التطور العالمي من بينها مديرية الشباب و الرياضة بالوادي و التي اصبحت تدرك اهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي داخل المؤسسة و ذلك لتحقيق أهدافها، فلم تعد مواقع التواصل الاجتماعي مقتصرة على الاستخدام الفردي فقط و انما اصبحت اشمل من ذلك.

و بالنظر الى نتائج الدراسة الميدانية يمكننا القول أن مديرية الشباب و رياضة بالوادي تعتمد أكثر على موقع فيسبوك من بين العديد من مواقع التواصل الاجتماعي الاخرى و ذلك لأنه يعتبر اكثر المواقع استخداما في الجزائر بل و في العالم كله و لهذا فان مديرية الشباب و الرياضة بالوادي تستخدمه خاصة في مجال العلاقات العامة و ذلك لتحسين صورتها و لتوطيد العلاقة بين المؤسسة و عملاءها و كذلك بين جمهورها و هذا ما يخلق جو من الثقة بينهم و يعتبر من اسباب لضمان استمرارية المؤسسة و خاصة في ظل اشتداد التنافس بين المؤسسات.

و في الأخير نؤكد على اهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسات عامة و في مديرية الشباب و رياضة بالوادي خاصة و ذلك لمواكبة التطور الحاصل في العالم , و التي اصبحت ضرورية و لا يمكن الاستغناء عنها او اهمالها لما تقدمه من خدمات مساعدة للمؤسسة , هذا و تبقى مواقع التواصل الاجتماعي في تطور مستمر يوما بعد يوم و على كل مؤسسة مواكبة هذا التطور, و هذا ان دل على شيء فإنما يدل على ضرورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسات.



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع

أولا : الكتب العربية

1. إبراهيم مروان عبد المجيد : أسس البحث العلمي, مؤسسة الوراق , طبعة 1 , عمان , الأردن , 2000.
2. أبو زائدة حاتم : مناهج البحث العلمي , مركز أبحاث المستقبل , ط2 , 2018 .
3. الجنابي محمد الأمين احمد عبد مرزوك : مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي , المركز الديمقراطي العربي للنشر , ط1 , 2020 , برلين ألمانيا.
4. الضمور هاني حامد : تسويق الخدمات , الطبعة 2, دار وائل للنشر و التوزيع , الأردن , 2014.
5. د. المحمودي محمد سرحان علي : مناهج البحث العلمي, دار الكتب , الطبعة 3, اليمن , 2019.
6. د. المغربي أحمد : التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي , دار الفجر للنشر و التوزيع , القاهرة , 2016.
7. بن جخلد سعد الحاج : العينة والمعاينة , دار البداية ناشرون و موزعون , عمان , 2019.
8. بودهان مخلوفي يامين : التطبيقات الحديثة في مجال العلاقات العامة , دار المنظومة.
9. جرادات عبد الناصر احمد, لبنان هاتف الشامي : أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق , دار الباروزي العلمية للنشر و التوزيع , 2009 , عمان .
10. جزار احمد ليلي : الفايسبوك والشباب العربي , مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع , ط1 , 2012.
11. حسنين شفيق : الإعلام التفاعلي , دار فكر وفن , القاهرة , 2008.
12. دويدري وحيد رجاء : البحث العلمي أساسياته النظرية و ممارسته العلمية , ط1 , دار الفكر المعاصر , دمشق , 2000.
13. رضا أمين , 2015.
14. سليم حنان احمد : العلاقات العامة في عصر الإعلام الرقمي , دار الكتاب الحديث , ط1 , مصر , 2019.
15. سيد حسن فاروق : الحدث على الانترنت , هلا للنشر و التوزيع , الجيزة , ط2011, ص 200.
16. عبد الباسط محمد حسين : البحث العلمي أسسه مناهجه و أساليبه إجراءاته , بيت الأفكار الدولية , الأردن.
17. عليان ربحي مصطفى , البحث العلمي أسسه مناهجه و أساليبه إجراءاته , بيت الأفكار الدولية ' الأردن.
18. عليان ربحي مصطفى, عثمان محمد غنيم : مناهج وأساليب البحث العلمي (النظرية و التطبيق) , دار الصفاء للنشر و التوزيع , عمان , 2000.
19. د. غسان خالد, المقدادي يوسف : ثورة الشبكات الاجتماعية , دار النفائس للنشر والتوزيع , الطبعة الأولى , الأردن , 2013.
20. لعقاب محمد : المواطن الرقمي , منشورات الوطن اليوم , الجزائر 2011.
21. محمد العوض محمد : مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب العربي, دار الخليج للنشر والتوزيع , ط1 , الأردن , 2020.
22. د. محمد عامر إسماعيل : العلاقات العامة والتطور الرقمي , مكتبة و مطبعة الوسيم الحديثة , ط1 , غزة فلسطين , 2021.
23. Stella Cottrell & Neil Morris : مهارات التعلم أدوات التكنولوجيا العصرية , ترجمة د. هبة عجيبة , المجموعة العربية للتدريب و النشر , الطبعة الأولى , القاهرة , 2016.

ثانيا : الكتب الأجنبية

24. Alain ferrand . Scott McCarthy ; Marketing sport Organization M Building networks Relationship . 1st Ed . Rutledge. New York . USA ; 2009
25. DeRissoan . Ronmain . les réseaux sociaux . 2em Edition . Eni . France. 2011.

ثالثا : المقالات العلمية

26. د. الصالحى حاتم علي حيدر: العلاقات العامة الرقمية : مراجعة نظرية للمفهوم و عوامل الظهور و التحديات , مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الاتصالية , اليمن , 2021.
27. الطيار فهد علي : شبكات التواصل الاجتماعي و أثرها على القيم لدى طلاب الجامعة , المجلة العربية للدراسات الأمنية و التدريب , العدد 61 , 2014.
28. د.زهري أسماء : مقال علمي فعاليات العلاقات العامة الرقمية في مجتمع سيفبتال , مجلة المعيار , مجلد 27 العدد 01, 2023.
29. سالي سمير و بومنقار مراد : مقال علمي أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين أداء الخدمات المقدمة , دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من طلبة قسم علم النفس بجامعة باجي مختار , الجزائر , مجلة العلوم الإنسانية المجلد 33, عدد 3 , ديسمبر 2022.
30. عزوز محمد و بن عطية الثبيي يوسف : مقال علمي تفعيل آلية التكنولوجيا في تطبيق إدارة المعرفة في الهيئات الرياضية , دراسة ميدانية على العاملين بالنوادي الرياضية بولاية الجلفة , مجلة علوم الأداء الرياضي جامعة زيان عاشور , المجلد 3, العدد 1 سبتمبر 2021 .
31. د.قراري رميساء : أهمية الثقافة الرقمية في تطوير خدمات الهيئات الرياضية الحكومية , وزارة الشباب والرياضة الجزائرية 1 نموذج , مجلة علوم الأداء الرياضي , جامعة محمد الشريف مساعديه –سوق أهراس , ديسمبر 2020.
32. د. قدرى عبد الناصر, د. رضوان برجم : مقال علمي متطلبات تطبيق مؤشرات الحوكمة الرياضية داخل الهيئات الرياضية بالجزائر , مجلة أفق لعلم الاجتماع , المجلد 12 , العدد 02 , ديسمبر 2022 .
33. معايش أميرة : مقال علمي حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة كفاءة الاتصال التسويقي – دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية في الجزائر , كلية العلوم الاقتصادية , جامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهري , مجلة دراسات اقتصادية , العدد 4 , المجلد 2, 2017
34. معتوق خالد بن سليمان : مقال علمي اتجاهات قسم علم المعلومات بجامعة أم القرى لمواقع التواصل الاجتماعي , دراسة تحليلية , مجلة أعلم , العدد 12, 2013 , جامعة أم القرى , السعودية .

رابعا : الأطروحات ورسائل الماجستير

35. البحيصي إسراء محمود عيسى : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياسي للحملات الانتخابية , أطروحة ماجستير في العلوم السياسية من كلية الآداب والعلوم الإنسانية , الأزهر غزة , 2019.
36. الصوافي عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد : استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية , رسالة ماجستير , جامعة نزوى بسلطنة عمان , 2015.
37. العطاس أحمد بن عبد الله: دلالات الصدق والثبات لاختبار مستويات التفكير الهندسي في ضوء نموذج(فان هيل) لطلاب الصف الثاني ثانوي في مدينة مكة المكرمة , بحث تكميلي للحصول على درجة الماجستير في علم النفس , الفصل الثاني , المملكة العربية السعودية .
38. العيسى مروان رنا : دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر المدرسين الرياضيين , رسالة مكملة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام , كلية الإعلام , جامعة الشرق الأوسط , الأردن حزيران 2020 .
39. الفكي أحلام : تقنية وتقانة المعلومات و الاتصالات و دورها في تطوير الإدارة الرياضية الحديثة , بحث لنيل درجة الماجستير في الإدارة الرياضية , 2014 , جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا السودان , كلية الدراسات العليا للتربية البدنية و الرياضية.
40. جفال هارون : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات الجامعية الجزائرية , دراسة ميدانية بجامعة باتنة 1 , أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث , كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية , 2021 / 2022 .

41. عبد الرزاق رأفت مهند , دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي , مذكرة ماجستير , جامعة البتراء الأردنية , 2013.

42. نايت براهيم محمد: السياسة العامة للدولة في إنشاء و تسيير المؤسسات الرياضية الخاصة كوسيلة للنهوض بالقطاع الرياضي , أطروحة دكتوراه في علوم في نظرية و منهجية التربية البدنية و الرياضية , تخصص الإدارة و التسيير الرياضي , جامعة الجزائر 3 , 2021.

43. نומר مريم ناريمان : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية , دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايستوك في الجزائر , مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال , 2012/2011 .

44. هرباجي عبد الغني : واقع و آفاق التسويق الرياضي في الهيئات الرياضية الجزائرية , مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير , كلية العلوم الاقتصادية والتجارية , جامعة سطيف , 2017/2016.

الجريدة الرسمية

45. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية , مرسوم تنفيذي رقم 34506 مؤرخ 05 رمضان 1427 الموافق ل: 28 ديسمبر 2006, العدد 61, المادة 3.

خامسا : المواقع الالكترونية

- <https://maawsou3a.blogspot.com> , أنواع المقابلة , 23/03/2023 , 11:45.
- <https://www.sanadkk.com/blog/tags> , هدير عبد الحميد , مقال حول الفرق بين المتغيرات و التغيرات و المؤشرات : هدير عبد الحميد , 23/03/2023 , 20:30

سادسا: المقابلات

46. قديري عبد الرحمان : مستول خلية الإعلام والاتصال , مديرية الشباب والرياضة , ولاية الوادي 2023/04/23



جامعة حمى لخضر - الوادي

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة بحث بعنوان

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات الهيئات الرياضية

دراسة ميدانية حول مديرية الشباب والرياضة لولاية الوادي

في إطار إعداد مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : سمعي بصري

تحت إشراف الدكتورة

إعداد الطلبة

- صالحى دليلا

- بن رابحة وفاء

- جعفري محمد مولود

نضع بين أيديكم استبيان لبحث أكاديمى بعنوان :

"استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات الهيئات الرياضية "

نرجو منكم الإجابة على أسئلتها بكل موضوعية , ونتعهد لكم بالمحافظة على سرية

المعلومات و أن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمى .

** تقبلوا منا جزيل الشكر و فائق الاحترام **

السنة الجامعية : 2023/2022

1. البيانات الشخصية

1. الجنس

☐ ذكر ☐ أنثى

2. السن

☐ 20 - 29 سنة ☐ 30 - 39 سنة ☐ 40 - 49 سنة ☐ 50 فما فوق

3. المستوى التعليمي

☐ جامعي ☐ ثانوي ☐ متوسط

4. الاقدمية في العمل

☐ اقل من 5 سنوات ☐ من 5 - 9 سنوات ☐ من 10 - 14 سنة ☐ 15 سنة فما فوق

5. الوظيفة

☐ مدير ☐ رئيس مصلحة ☐ رئيس مكتب ☐ موظف

المحور الأول: أشكال الاتصال المستخدمة في مديرية الشباب والرياضة ولاية الوادي

1. ما هي الأجهزة الذكية التي تعتمدون عليها في وظيفة العلاقات العامة ؟

☐ الأجهزة اللوحية ☐ الهواتف الذكية ☐ الكمبيوتر

أخرى :

2. ما هي الوسائط الرقمية التي يستخدمها قسم العلاقات العامة في مديريتكم للتفاعل مع الجمهور؟

☐ الموقع الإلكتروني ☐ البريد الإلكتروني ☐ مواقع التواصل الاجتماعي

أخرى تذكر.....

3. هل تساعد الوسائط الرقمية في تحسين الاتصال داخل المديرية ؟

☐ نعم ☐ لا

هل استخدام التكنولوجيا الحديثة أدى إلى تغير نمط الاتصال داخل وخارج المديرية ؟

☐ نعم ☐ لا

إذا كانت نعم فيما يتمثل هذا التغيير :

☐

- سهولة ومرونة الاتصال داخل وخارج المديرية

☐

- تسهيل القيام بمختلف المهام

☐

- خلق فضاءات للحوار والنقاش

☐

- إيصال المعلومة في وقت قياسي لأكبر عدد من الجماهير

4. هل تستخدم إدارة مديريتكم مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العلاقات العامة الرقمية تجاه الجمهور ؟

☐

لا

☐

نعم

5. هل تساهم العلاقات العامة في تحسين مستوى خدمات إدارة المديرية بمختلف مستوياتها؟

☐

لا

☐

نعم

6. كيف تقيم نشاط العلاقات العامة للمديرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

☐

ضعيفة

☐

متوسطة

☐

جيدة

المحور الثاني : أهم المواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المديرية في تحسين خدمات مديرية الشباب

والرياضة من اجل جذب الشباب إليها

7. هل لديك حساب شخصي في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

☐

لا

☐

نعم

8. إذا كانت إجابتك بنعم : ما هو موقع التواصل الاجتماعي الذي تستخدمه ؟

☐

- الفايسبوك

☐

- الانستقرام

☐

- تويتر

..... أخرى تذكر :

9. هل تستخدم حسابك الشخصي على مواقع التواصل الاجتماعي في العمل؟

☐

لا أستعمله ابدا

☐

نادرا

☐

دائما

10. فيما تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي ؟

☐
☐
☐
☐
☐

- الإطلاع على آخر مستجدات الرياضة
- الاطلاع على أخبار مختلف الهيئات الرياضية الأخرى
- التواصل مع الزملاء
- نشر أنشطة المؤسسة ونتائجها
- الاطلاع على أخبار المديرية

10. هل تمتلك مديريتكم صفحة خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

☐

لا

☐

نعم

11. ما هو موقع التواصل الاجتماعي الذي تستخدمه مديريتكم ؟

☐

- التويتر

☐

- الفيسبوك

☐

- قناة في اليوتيوب

☐

- الانستقرام

..... آخري تذكر

12. هل هناك مشرف على هذه الصفحة؟

☐

لا

☐

نعم

المحور الثالث: مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمديرية الشباب والرياضة بولاية الوادي

13. ما دوافع استخدام مديريتكم لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

☐

دوافع تكنولوجية

☐

دوافع شخصية

☐

دوافع مهنية

14. ما هي مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمديريتكم ؟

☐

- التواصل بين المديرية و جمهورها

☐

- التعريف بالمستجدات وآخر التطورات

☐

- انجاز المهام والأوامر

☐

- التواصل بين إدارة المؤسسة و عمالها

15. هل تتلقى مديريتكم رسائل من مستخدميها عبر صفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي ؟

☐

لا

☐

نعم

- إذا كانت نعم هل يتم الرد عليها بشكل :

☐
☐
☐

- فوري
- لا يتم الرد عليها
- يتم تأجيلها لوقت آخر

- ما نوع الرسائل التي تصلكم:.....

16. ما نوع المنشورات التي تنشرها مديريتكم عبر صفحتها في شبكات التواصل الاجتماعي ؟

☐
☐
☐

- منشورات نصية
- الصور
- مقاطع فيديو

- أخرى تذكر

17. هل يتم التفاعل مع منشوراتكم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

18. في حالة وقوع مديريتكم في مشكلة أو أزمة هل تلجأ لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمساهمة في

إيجاد حل ؟

☐ نعم ☐ لا

المحور الرابع: الاشباكات التي تحققها المديرية جراء استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي

19. ما هي الأهداف التي تسعى مديريتكم لتحقيقها من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

☐
☐
☐
☐

- تلبية احتياجات الجمهور الرياضي
- فتح فضاءات رياضية للشباب
- تقديم صورة حسنة عن المديرية
- استقطاب أكبر عدد من الشباب

- أخرى تذكر :

20. هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تحسين خدمات وصورة المديرية لدى جمهورها ؟

☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة بنعم , فيما يكمن ذلك ؟

☐

- نشر منشورات تظهر صدق المديرية تجاه جمهورها

- اظهار الخدمات المميزة و التنافسية التي تقدمها المديرية
- ابراز الانشطة ذات الطابع الرياضي الانساني
- أخرى تذكر

21. هل ترى أن استخدام مديريتكم لمواقع التواصل الاجتماعي قدم لها إضافة في العمل ؟

نعم	لا
-----	----

إذا كانت الإجابة بنعم فيما يكمن ذلك :

- في طبيعة البرامج الرياضية
- تنافس بين المديريات المجاورة
- مواكبة الإدارة الرياضية مع التطور الرقمي
- خلق أفاق رياضية جديدة
- أخرى تذكر :

22. هل تشعرون بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في مديريتكم ؟

نعم	لا
-----	----

إذا كان نعم فيما تكمن :

23. هل ترى أن هناك سلبات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مديريتكم؟.

نعم	لا
-----	----

إذا كانت نعم فيما تتمثل:

- التأثير على مصداقية المنشورات
- التأثير على صورة المديرية
- التأثير على طبيعة البرامج الرياضية
- ضعف ونقص خبرة مكلفو بالعلاقات العامة
- أخرى تذكر :

24. في ظل هذا التطورات الحاصلة في مواقع التواصل الاجتماعي كيف ترى مستقبل العمل في مديريتكم ؟

جامعة حمى لخضر - الوادي
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

دليل مقابلة

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين خدمات الهيئات الرياضية
دراسة ميدانية حول مديرية الشباب والرياضة لولاية الوادي

في إطار إعداد مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص : سمعي بصري

تحت إشراف الدكتورة

- صالحى دليلا

إعداد الطلبة

- بن رابحة وفاء
- جعفري محمد مولود

السنة الجامعية 2023/2022

مقابلة مع مسئول خلية الإعلام والاتصال مكتب العلاقات العامة السيد: قديري عبد الرحمان مهندس دولة في الاحصاء اجريت المقابلة : بتاريخ 27 افريل 2023 على الساعة 10:05 صباحا .

سؤال 1: هل لديكم مكتب مكلف بالعلاقات العامة ؟

الجواب 1: يوجد مكتب خلية الإعلام والاتصال بمديرية الشباب والرياضة وله نفس مهام العلاقات العامة .

سؤال 2: ما هي المهام المكلف بيها مكتب العلاقات العامة في المديرية ؟

الجواب 2: مهامها متعددة فهي حلقة وصل بين المديرية وعمالها وبينها وبين جمهورها الخارجي . كذلك هي المكلفة بتسيير المواقع الخاصة بالمديرية .

سؤال 3: هل تستخدم إدارة المديرية المواقع الالكترونية في مجال العمل؟

الجواب 3: نعم تستخدم المديرية المواقع الالكترونية.

سؤال 4: ما هي أكثر المواقع التي تعتمد عليها المديرية في العمل؟

جواب 4: نعتد بشكل كبير على صفحة الفاسيبوك فهي واجهة المديرية ووسيلة اتصال مع جمهورنا حيث بلغ عدد متابعينا عبر صفحة الفاسيبوك 8.2 مليون متابع . كما نعتد على البريد الالكتروني:

djs39.doleances@gmail.com

سؤال 6: ما طبيعة المنشورات التي تنشرونها عبر صفحتكم الخاصة في الفاسيبوك؟

جواب 6: نشر منشورات نصية و نعتد على ملصقات صورية.

سؤال 7: هل هناك تفاعل مع المنشورات التي تنشرونها من قبل الجمهور؟

الجواب 7: نعم هناك تفاعل كبير من قبل الجمهور حيث بلغ عدد الإعجاب بالصفحة 6.1 مليون معجب

سؤال 8: ما هي مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لإدارة المديرية؟

جواب 8: هناك مجالات عديدة أهمها التواصل مع الجمهور لاستقطاب أكبر عدد من الجماهير

سؤال 10: هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تحسين خدماتكم وصورتكم لدى جمهوركم ؟

الجواب 10: نعم ساهمت في تحسن خدماتنا من خلال عرضها للجمهور يقابله تفاعل كبير من خلال التعليقات والرسائل التي تصلنا من خلالها نستطيع معرفة ما يريده لتلبية احتياجاته .

سؤال 11: هل هناك سلبات لمواقع التواصل الاجتماعي قد تؤثر على صورة المديرية ؟

الجواب 11: نعم هناك سلبات في بعض الحالات تصلنا تعليقات السخرية و التقليل من منشوراتنا .



مديرية الشباب والرياضة-الوادي

6.1K likes · 8.2K followers

Message

Liked

...

Posts

About

Videos

More ▾

Details

i Page · Public figure

📞 032 13 89 21

✉ djs39.doleances@gmail.com

... See مديرية's About info

مديرية الشباب والرياضة-الوادي's posts



الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد - حمه لخضر- الوادي



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

إلى السيد(ة): مدير الشباب والرياضة
لولاية الوادي

الموضوع : طلب تسهيل مهمة

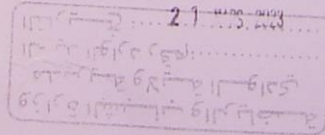
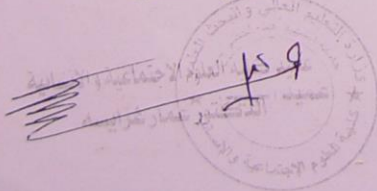
تحية طيبة وبعد...

يشرفني أن أقدم بطلي هذا المتضمن تسهيل مهمة للطلابين: جعفري محمد مولود ، بن رابحة وفاء
المتدرسين بالسنة الثانية ماستر تخصص سمعي بصري ، وذلك للقيام بزيارة ميدانية إلى مؤسستكم، من أجل
استكمال انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص سمعي بصري .

تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام

الوادي في: 2023/03/20

عميد الكلية



الأحمد لله