



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة  
كلية العلوم الإجتماعية والعلوم الإنسانية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة بعنوان

فاعلية العلاقات العامة التفاعلية عبر الفيسبوك في إدارة الخدمة البيداغوجية في  
الجامعة الجزائرية

دراسة تحليلية لعينة من منشورات صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة 20  
أوت 1955 سكيكدة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال  
وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

- د.سلمى بن مليط

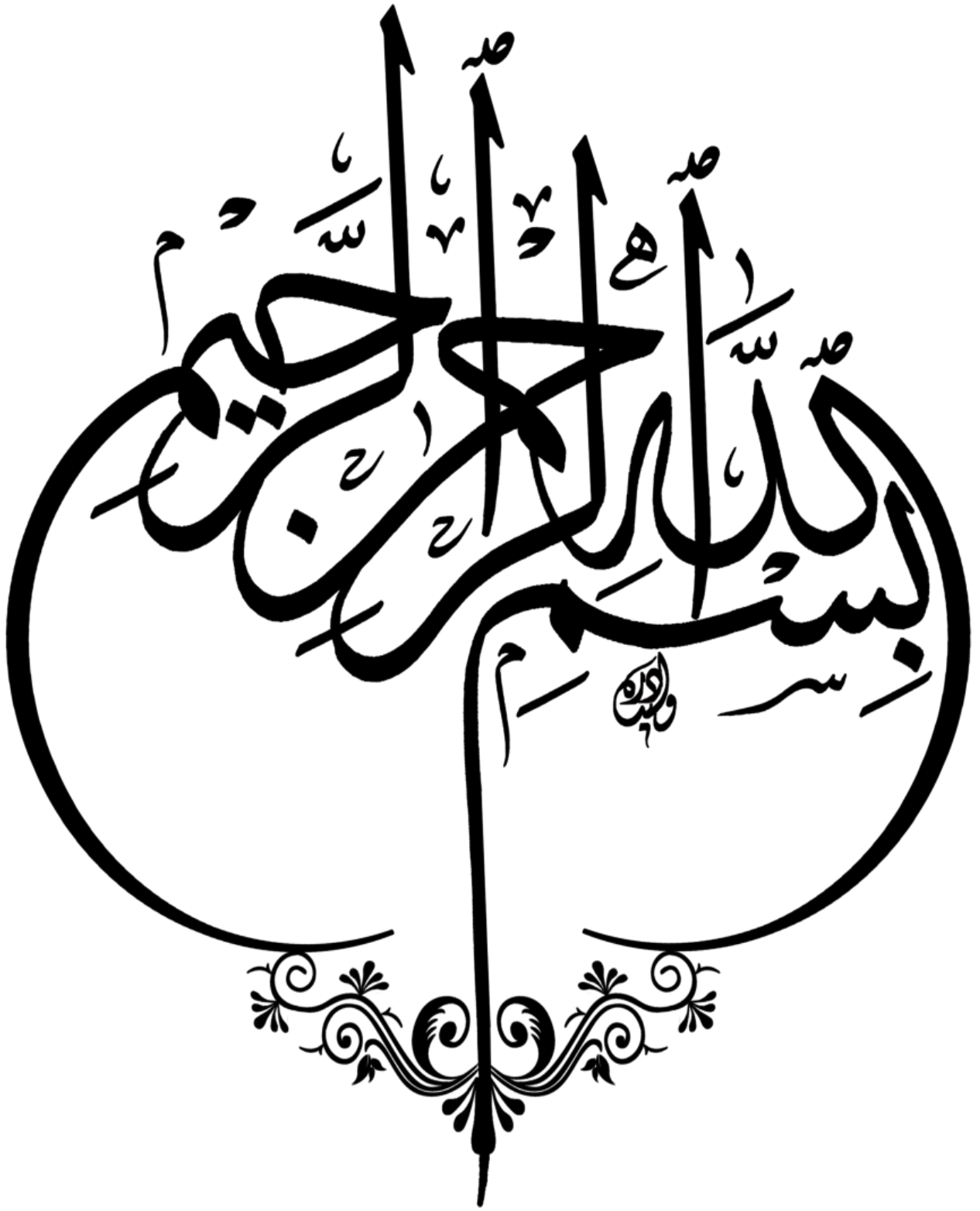
إعداد الطلبة:

- زيات نور الأمان
- بلقط نور الهدى

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
أ.د جمال بن زروق	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
د.سلمى بن مليط	أستاذة محاضرة-ب-	مشرفا ومقررا
أ.خديجة قصعة	أستاذة مساعدة-أ-	مناقشا

السنة الجامعية 2023-2024



# شكر وتقدير

أشكر بثمره عملي المتواضع الله الواحد الأحد الرحمن  
الرحيم الذي أنار قلوبنا بالقران الكريم  
وعقولنا بالإيمان ووهب لنا من علمه العظيم فجعل  
طريقنا سراجا مستقيما

اللهم لك الف شكر وحمد

لابد لنا نحن نخطو خطوتنا في الحياة الجامعية من  
وقفه تعود إلى

أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا  
الكرام الذين قدموا لنا الكثير

بأذلين بذلك جهود كبيرة في بناء جيل الغد لتبعث  
الأمة من جديد

قبل أن نمضي نقدم اسمى آيات الشكر والأمنيات  
والتقدير والمحبة

الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة

إلى جميع أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال والاحص  
الدكتوراة والأستاذة

بن مليط سلمى على إشرافها على هذه المذكرة .

# إهداء

﴿ويرفع الله الذين آمنو منكم والذين أوتوا العلم درجات﴾

اللهم كما انعمت فزد وكما زدت فبارك وكما باركت فتمم وكما اتممت فثبت

شكر الله أولا ثم إلى من اشعل لي أول شمعة إلى رحيق وعبق طفولتي إلى دفئ أيامي  
وحياتي وأريج شبابي الى من هما ملجي وماواى وملاذي إلى روح قلبي وحببي أبي إلى  
فيض الحب والحنان امي كنتما لي سندا وقت ضعفي ودرفتما الدموع لاجلي تتصاغر

أمامكما كل حروف اللغة العربية لتصف تضحيتكما

شكرا لدعمكم وإبتسامتكم وفرحكم وصبركم وتحملكم وطول بالكم شكرا لله لانه جعلني إبتنكم

كل حبي وإمتناني لكم.

زيات نور الامان

# إهداء

إلى من احمل أسمه بكل فخر إلى من أشعل أصابعه لينير دربي ارجو من الله أن يمد في  
عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار إلى قدوتي ومثالي الأعلى أبي الغالي  
حسين.

إلى من وضعت الجنة تحت أقدامها إلى النور الذي أنار دربي والسراج الذي لا ينطفئ نوره  
بدا إلى التي بذلت جهد سنين من أجل أن أعتلي سلام النجاح والذتي العزيزة.

إلى من اتقاسم معاهم الحياة بخلوها ومرها إلى من لاتحلو حياتي إلا بوجودهم إلى رفقاء دربي  
وشمعة حياتي ونور بسمتي إخوتي أمجد رابع محمد ياسر سيرين.

إلى من كانت بجانبني طيلة مشواري الى التي كانت سندا لي ولازالت عمتي خديجة حفظها  
الله

إلى من ربطتني بهم علاقة النسب وعطر الصداقة وورد المحبة إلى رفيقات العمر والدرب  
أمانى مروة منال صفاء إلى كل قلب ويد سار معي لانجاز هذا العمل إلى كل هؤلاء أهدي  
هذه الدراسة وهذا النجاح راجية من الله أن تكون نافعة علم وبطاقة معرفة وأن ينفعنا وينتفع  
بها.

بلقظ نور الهدى

## قائمة المحتويات

---

### فهرس المحتويات

- 3..... شكر وتقدير
- 4..... إهداء
- 14..... قائمة الملاحق:
- 16..... ملخص:
- 1..... مقدمة
- 6..... 2الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة.
- 7..... 1.1 الإشكالية:
- 9..... 2.1 أسباب الدراسة:
- 11..... 3.1 أهمية الدراسة
- 11..... 4.1 أهداف الدراسة
- 12..... 5.1 الدراسات السابقة
- 21..... 6.1 مفاهيم الدراسة:

## قائمة المحتويات

---

28.....	7.1 منهج الدراسة:
29.....	8.1 مجتمع البحث:
29.....	9.1 عينة الدراسة:
30.....	10.1 أدوات جمع البيانات:
33.....	11.1 النظرية المعتمدة:
37.....	الفصل الثاني
37.....	الجانب النظري للدراسة
40.....	تمهيد
41.....	2 المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للعلاقات العامة التفاعلية
41.....	1.2 المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة التفاعلية:
41.....	2.2 المطلب الثاني: نشأة العلاقات العامة التفاعلية:
43.....	3.2 المطلب الثالث: خصائص العلاقات العامة التفاعلية .
44.....	4.2 المطلب الرابع: وظائف العلاقات العامة التفاعلية:

## قائمة المحتويات

---

- 46..... 5.2 المطلب الخامس: أهمية العلاقات العامة التفاعلية:
- 47..... تمهيد:
- 48..... 3 المبحث الثاني: ماهية إدارة الخدمة البيداغوجية
- 48..... 1.3 المطلب الأول: تعريف إدارة الخدمة البيداغوجية:
- 49..... 2.3 المطلب الثاني: انواع ادارة الخدمة البيداغوجية
- 49..... 3.3 المطلب الثالث: وظائف ادارة الخدمة البيداغوجية
- 51..... 4.3 المطلب الرابع: أهداف إدارة الخدمة البيداغوجية :
- 51..... 5.3 المطلب الخامس: أهمية ادارة الخدمة البيداغوجية
- 53..... تمهيد :
- 54..... 4 البحث الثالث: الإدارة الرقمية في الجامعة الجزائرية
- 54..... 1.4 المطلب الأول: تعريف الجامعة الجزائرية
- 54..... مفهوم الجامعة
- 55..... 2.4 المطلب الثاني: نشأة الجامعة الجزائرية

## قائمة المحتويات

---

- 3.4 المبحث الثالث: التحول الرقمي في الجامعة الجزائرية.....56
- 4.4 المطلب الرابع: مساهمة العلاقات العامة التفاعلية في تحسين الخدمة البيداغوجية في الجامعة.....58
- 5.4 المطلب الخامس: تأثير العلاقات العامة التفاعلية على الخدمة البيداغوجية في الجامعة الجزائرية.....60
- 2- أهداف المكتبة الالكترونية:.....61
- الفصل الثالث: الجانب التطبيقي وتحليل نتائج الدراسة التحليلية.....64
- تمهيد:.....65
- مبحث أولاً: تحليل بيانات الإستثمار.....66
- جدول رقم 01: يوضح البيانات الأولية الخاصة بصفحة القسم على الفاسبوك.....66
- مطلب الأول: البيانات الخاصة بفئات الشكل.....67
- المطلب الثاني: البيانات الخاصة بفئات المضمون.....76
- المطلب الثالث: النتائج العامة للدراسة التحليلية:.....83

## قائمة المحتويات

---

المطلب الرابع: النتائج في ضوء التساؤل الرئيسي و التساؤلات الفرعية : .....84

الاقتراحات و التوصيات: .....86

خاتمة.....88

قائمة المصادر و المراجع .....90

ملاحق .....94

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
66	البيانات الاولية الخاصة بصفحة القسم على الفايسبوك	1
66	يبين فئة اللغة المستخدمة في المنشورات صفحة قسم علوم الاعلام والاتصال	2
67	يوضح فئة الالوان الموظفة في منشورات صفحة القسم على الفايسبوك	3
68	يبين نوع الوسائط المستخدمة في منشورات صفحة القسم على الفايسبوك	4
70	يوضح اشكال تفاعل الجمهور مع منشورات صفحة القسم على الفايسبوك	5
71	يوضح بعدالخيارات المتاحة	6
72	يبين بعد الجهد المبذول من قبل المستخدم	7
73	يوضح بعد الاستجابة للمستخدم	8
74	يوضح بعد اضافة معلومات او راى	9
75	يوضح بعد الضبط و المراقبة	10

## قائمة الجداول

76	يوضح فئة المضامين التي تعبر عن أنشطة العلاقات العامة التفاعلية التي تنشرها صفحة قسم علوم الاعلام و الاتصال عبر صفحتها على الفايسبوك	11
80	يوضح فئة الاهداف من منشورات صفحة قسم علوم الاعلام و الاتصال على الفايسبوك	12
81	يوضح الجمهور المستهدف من منشورات صفحة قسم علوم الإعلام و الاتصال على الفايسبوك	13

## قائمة الملاحق

---

### قائمة الملاحق:

رقم الملحق	عنوان الملحق	رقم الصفحة
1	دليل إستمارة الدراسة التحليلية	94

فاعلية العلاقات العامة التفاعلية عبر الفايسبوك

في إدارة الخدمة البيداغوجية في الجامعة الجزائرية

دراسة تحليلية لعينة من منشورات صفحة قسم علوم الإعلام و الإتصال

بجامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

إشراف الأستاذة:

إعداد الطلبة:

- د. سلمى بن مليط

- زيات نور الامان

- بلقط نور الهدى

### ملخص:

تهدف هذه الدراسة التي تندرج تحت عنوان فاعلية العلاقات العامة التفاعلية عبر الفايسبوك في إدارة الخدمة البيداغوجية في الجامعة الجزائرية، دراسة تحليلية لعينة من منشورات صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة 20 أوث 1955 سكيكدة، إلى التعرف على المضامين التي تعبر عن أنشطة العلاقات العامة التفاعلية التي تنشرها الصفحة، بالإضافة إلى التعرف على الأشكال التي تعرض ضمنها هذه المضامين والتعرف على الأبعاد التفاعلية التي توفرها العلاقات العامة عبر الصفحة.

وهذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية بالاعتماد على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، وتحدد مجتمع البحث في هذه الدراسة في جميع منشورات صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة 20 أوث 1955 سكيكدة، وأعتمدنا على عينة قصدية تمثلت في: المنشورات المتعلقة بصفحة قسم علوم الاعلام والاتصال من تاريخ 2023/10/01 إلى 2024/03/31 وأداة استمارة تحليل المضمون كأداة رئيسية لجمع المعلومات اللازمة لإتمام هذه الدراسة، كما أعتمدنا في هذه على نظرية الرقمنة للإعلام الرقمي كسند نظري، وتوصلنا إلى أهم النتائج التالية:

## ملخص

---

أن صفحة الفايسبوك الخاصة بقسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة سكيكدة، قدمت خدمات متنوعة للمستخدم من خلال التنوع في الموضوعات، التي بدورها قدمت بأشكال وقوالب مختلفة أبرزها الصور النصوص .

يعد بعد نظام الضبط والرقابة من الأدوات والإمكانيات المهمة لأطراف العملية الإتصالية، وكذلك صفحات الفايسبوك من أكثر التطبيقات توفر أدوات التفاعل والإتصال، وهذا ما جعله أكثر المواقع بين المستخدمين إنتشارا.

الكلمات المفتاحية: الفاعلية، العلاقات العامة، التفاعلية، الخدمة البيداغوجية.

Abstract :

A summary of this study, which falls under the effectiveness of interactive public relations through the Facebook pedagogic service at Algerian university, an analytical study of a sample of media and contact information section of 20 August 1955 Skikda, to identify the tight

This study falls within the descriptive analytical studies relying on the survey method, both descriptive and analytical, and the research community in this study is identified in all publication sciences at the university of Skikda on August 20, 1955, we thank you for a response sample included in this publication related to the publication related to this page of the department of media and communication science from the history of 10/01/2023 to 03/31/2024 and the content analysis form tool is a main tool for collecting the information necessary to complete this study, as we know in this article on the routine theory of digital media as a theoretical method the second

most important results: that the al fimi page of media and the al \_  
fimi page of the department science the university of skikda  
provided various services to the type of topics ,which in turn were  
presented in different forms and combinations,sorted by  
image,texts,after the system of control and oversight of the important  
tools and capabilities of the parties to the communication process, as  
well as facebook page,which are among the most applications that  
provide tools for interaction and communication ,and this is the  
station that has the station that has the most location that most  
location among users,to purchase publicly available words public  
relations

مقدمة

الإنسان كائن اجتماعي بطبعه فلا يمكنه العيش بمعزل عن الآخرين، ولتحقيق هذه الحاجة وجب عليه ابتكار وسائل تعينه في تكوين علاقات مع الأفراد الآخرين، ومن بين هذه الوسائل، الرموز والإشارات كوسيلة إتصالية في البداية، إلا أنه وصل إلى وسائل أكثر تطوراً كالصحف والجرائد والراديو والتلفون وغيرها، وفي ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة وموجة الرقمنة التي يشهدها العالم وانعكاسها على عمليات الإتصال المؤسساتي، وتنامي التوجه نحو تبني الآليات الرقمية في مجال العلاقات العامة، وذلك مع كبر حجم المنظمات واتساع رقعة انتشارها وزيادة أعداد المتعاملين معها حيث سهلت من عملية التواصل والحوار وبناء العلاقات بين المنظمات والجمهور، وبالتالي فإن إتجاه ممارسي العلاقات العامة نحو إستخدام الوسائل الرقمية والتفاعلية يعد خطوة لأزمة للتكيف مع التغيرات التي فرضتها التحولات الرقمية وتسارعت وتيرتها مع الأزمات المتلاحقة التي يمر بها العالم .

وبما أن الجامعات مؤسسات علمية، عليها أن تلتزم في إدارة شؤونها بتطبيق المبادئ الصحيحة لعلوم الإدارة والإتصال والعلاقات العامة، من أجل تحقيق أهدافها على أساس علمي رصين وفعال حيث يعتمد نجاح التواصل على برنامج علاقات عامة قوي وفعال يضمن نقل رسالة الجامعة.

حيث اتخذت العلاقات العامة التفاعلية داخل الجامعة وظيفة اقوى من ذى قبل إذا أصبحت تصطلح بمهمة الشرح و التفسير والإقناع الذي يحقق الاستجابة و تعاون الجماهير و بذلك تتطور و تتقدم بطريقة أمنة و متزنة و تستطيع أن تساهم في إقامة نظام اتصال ناجح كأحد الأسس التي يقوم عليها نجاح الإدارة الجامعية الحديثة وهي وظيفة ادارية في الجامعة تستهدف ايجاد صلات ودية بين الجامعة و جمهورها الداخلي و الخارجي وتظهر هذه الوظيفة كجهاز إداري في نيابة مديرية الجامعة المكلفة بالعلاقات الخارجية والتعاون و التنشيط والتظاهرات العلمية

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة العلاقات العامة التفاعلية في المؤسسات الجامعية وذلك من خلال التعرف على كيفية استغلال قسم علوم الإعلام والاتصال لجامعة سكيكدة 20 أوت 1955 لصفحتها على الفايسبوك في بناء العلاقات العامة التفاعلية.

تهدف دراستنا التي تحت عنوان فاعلية العلاقات العامة التفاعلية عبر الفايسبوك في إدارة الخدمة البيداغوجية في الجامعة الجزائرية لدراسة تحليلية لعينة من مضامين صفحة قسم علوم الإعلام و الإتصال بجامعة سكيكدة 20 أوت 1955 عبر موقع الفايسبوك إلى التعرف على المضامين التي تعبر عن أنشطة العلاقات العامة التفاعلية التي تنشرها صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة سكيكدة عبر صفحتها على الفايسبوك .

ولانجاز هذه الدراسة تم وضع خطة تضمنت في تقسيمها الإطار المنهجي و المفاهيمي الثالث للدراسة الذي تم من خلاله طرح حيثيات البحث بدأ بإشكالية الدراسة و تساؤلاتها إضافة إلى الأسباب التي دفعتنا لإختيار الموضوع بين الذاتية والموضوعية مرورا بأهداف الدراسة التي تسعى إلى تحقيقها وكذا اهمية الدراسة الدراسات السابقة مفاهيم الدراسة منهج الدراسة.

مجتمع البحث عينة البحث أدوات جمع البيانات مجالات الدراسة و النظرية

فيما يخص الإطار النظري للدراسة فقسمناه إلى ثلاثة مباحث، في المبحث الأول تطرقنا إلى عرض روية للعلاقات العامة التفاعلية، حيث عرجنا إلى الحديث عن مفهومها ونشأتها والخصائص وفي النهاية تم تسليط الضوء على الوظائف ثم الأهمية وقد خصصنا المبحث الثاني للحديث عن ماهية إدارة الخدمة البيداغوجية وتعرجنا فيه للحديث عن تعريف الخدمة البيداغوجية وأنواعها ثم الوظائف و الأهداف والأهمية وفي الأخير تضمن المبحث الثالث الحديث عن الجامعة الجزائرية ونشأتها و ثم تليها التحول الرقمي في الجامعة الجزائرية و بعدها مساهمة العلاقات العامة التفاعلية في تحسين الخدمة البيداغوجية في الجامعة وأخيرا تأثير العلاقات العامة التفاعلية على الخدمة البيداغوجية في الجامعة الجزائرية.

أما الفصل الثالث والأخير تم فيه تحليل البيانات الخاصة بفئات الشكل و فئات المضمون المرتبطة أساسا بمدى فعالية منشورات المؤسسة الجامعية بقسم صفحة علوم الإعلام و الإتصال بجامعة سكيكدة 20 أوت 1955 وبعد تحليل البيانات التي تم جمعها وتفسيرها من خلال أدوات تحليل المضمون و نخلص في الأخير إلى عرض جملة النتائج العامة للدراسة وفي الأخير خاتمة الدراسة.

# الفصل الأول

الجانب المنهجي للدراسة

## 2الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة.

أولاً: إشكالية الدراسة.

ثانياً: التساؤلات الفرعية.

ثالثاً: أسباب الدراسة.

رابعاً: أهمية الدراسة.

خامساً: أهداف الدراسة.

سادساً: الدراسات السابقة.

سابعاً: مفاهيم الدراسة.

ثامناً: منهج الدراسة.

تاسعاً: مجتمع البحث.

عاشراً: عينة البحث.

حادي عشر: أدوات جمع البيانات.

ثاني عشر: النظرية.

يهدف هذا الفصل إلى التعريف بمشكلة الدراسة، وتحديد تساؤلاتها، وأهدافها والوقوف على اهم الدراسات السابقة التي اطلعنا عليها، و التي تناولت أحد متغيري الدراسة، بالإضافة إلى التطرق الى النظرية المفسرة للدراسة

### 1.1 الإشكالية:

عرفت العلاقات العامة نتيجة التقدم الصناعي للمجتمعات الغربية ،مع بداية القرن العشرين، وظهور الثورة الصناعية الضخمة التي تعتمد على الإنتاج الكبير، حيث تضاعفت الجماهير التي تتعامل مع هذه المؤسسات ،وهذا ما شكل صعوبة على أصحاب الأعمال في الاتصال بهذه الجماهير العديدة، ولهذا حرصوا على كسب الجماهير والحصول على رضاهم.

وأول من يرجع له الفضل في كسب الجماهير هو الباحث " إيفي لي " الذي يعتبر أبو العلاقات العامة، الذي أكد على معاملة المستخدمين معاملة أخلاقية إنسانية ،ونبّها إلى ضرورة رعاية مصالح الجماهير الخارجية.

حيث تنامي الاهتمام بالعلاقات العامة، لما لها من أهمية و اجتاحت مجالات عديدة، حيث أصبحت هذه الاخيرة تحتل مكانة متميزة ،في الفكر الاداري الحديث ،وأصبحت إحدى أهم وظائف الادارة التي لا تستطيع الاستغناء عنها.

لازالت العلاقات العامة في تطور مستمر ، حيث أصبحت تستخدم في وسائل التواصل الإجتماعي، كما وفرت أنشطة العلاقات العامة التفاعلية للمؤسسات نقلة نوعية في عالم الخدمات.

ومن المؤسسات التي توظف العلاقات العامة التفاعلية ،نذكر المؤسسات الجامعية خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديدًا موقع الفيسبوك ،الذي يتيح خيارات وآفاق عديدة للمستخدمين، وذلك من خلال مضامين وعروض أنشطة مختلفة وإدارة الخدمات.

وهذا ما فرض عليها أن تعزز جهودها ، للاستفادة من الرقمنة وذلك لتعزيز الأداء الذي يتحدد جزء كبير منه في إطار الوظيفة الخاصة بجهاز العلاقات العامة التفاعلية ،والتي تعتبر وظيفة هامة وتحرص المؤسسة الجامعية من خلالها على أداء أعمالها ،وظائفها كونها تشكل همزة وصل بينها وبين جماهيرها .

بالإضافة الى تجسيد حضورها على عدة أصعدة، مثل موقع الجامعة أو صفحات الكلية والأهم من هذا أن يكون جمهورها على تواصل تام ومعرفة بكل تطور في الجامعة ،كون هذه الأخيرة ما زالت من المؤسسات الهامة في المجتمع ،والتي تسهر على تقديم خدمة لجماهيرها المختلفة خاصة فئة الطلبة .

ومن هنا برزت حدود إشكالية دراستنا في التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى فاعلية العلاقات العامة التفاعلية عبر الفايسبوك في إدارة الخدمة البيداغوجية

في الجامعة الجزائرية؟

وتفرعت منه مجموعة من التساؤلات الفرعية المتمثلة في:

✓ ما هي المضامين التي تعبر عن أنشطة العلاقات العامة التفاعلية التي تنشرها

صفحة قسم علوم الاعلام والاتصال عبر صفحتها في الفايسبوك؟

✓ ما هي الأشكال التي تعرض ضمنها المضامين المتعلقة بأنشطة العلاقات العامة

التفاعلية عبر صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال؟.

✓ ما مدى توفير العلاقات العامة للأبعاد التفاعلية عبر صفحة الفايسبوك لقسم علوم

الإعلام والاتصال؟

✓ ما هي الأدوات التفاعلية التي تتيح الاستجابة لمستخدمين صفحة قسم علوم الاعلام

والإتصال عبر الفايسبوك؟

## 2.1 أسباب الدراسة:

من المعروف أن كل دراسة علمية تخضع لأسباب عديدة موضوعية كانت أو ذاتية فموضوع

العلاقات العامة التفاعلية أخذ إهتمام العديد من الباحثين

ومن الأسباب التي دفعتنا لدراسة هذا الموضوع المتعلق بالعلاقات العامة التفاعلية عبر الفايسبوك في إدارة الخدمة البيداغوجية في الجامعة الجزائرية مجموعة من النقاط تمثلت في :

### 1.2.1 ذاتية:

✓ تماشي الموضوع مع تخصصنا في العلاقات العامة، والرغبة في دراسة هذا الموضوع والتعرف على العلاقات العامة التفاعلية عن كثب.

✓ الميل لهذا النوع من الدراسات، والرغبة في إثراء المكتبة بدراسة علمية تعود بالفائدة للجامعة.

✓ الاهتمام بأهمية الرقمنة في العلاقات العامة.

### 2.2.1 موضوعية:

✓ معرفة مساهمة العلاقات العامة التفاعلية في إدارة الخدمة البيداغوجية عبر الفايسبوك

✓ إبراز قيمة الخدمة البيداغوجية في الجامعات الجزائرية.

✓ التعرف على أهمية ممارسة العلاقات العامة التفاعلية بالنسبة للجامعة عبر الفايسبوك.

✓ المكانة التي تتمتع بها العلاقات العامة التفاعلية في الوسط الجامعي نظرا لما تقدمه من خدمات عبر مواقع الفايسبوك.

## 3.1 أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة من خلال المجهود الذي يصب في معرفة المعايير الأساسية للعلاقات العامة التفاعلية في إدارة الخدمة البيداغوجية في الجامعة الجزائرية كون أن العلاقات العامة التفاعلية برزت بفعل التحولات المتسارعة في العالم ومحاولة المؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الجامعية بصفة خاصة إلى تطبيقها والاستفادة منها فهي من بين الأهداف التي أصبحت الجامعات الجزائرية تسعى لبلوغها أثناء تجسيد العلاقات العامة التفاعلية والوصول إلى تقديم خدمات إلكترونية و مواكبة التكنولوجيا الحديثة لما تقوم بد من دور في نشر و إيصال المعلومات اللازمة لمختلف الفاعلين في المؤسسة الجامعية بصفة مستمرة و بثقة ووضوح.

## 4.1 أهداف الدراسة

الكشف عن مدى فاعلية العلاقات العامة التفاعلية عبر الفيسبوك في إدارة الخدمة البيداغوجية في الجامعة الجزائرية.

التعرف على المضامين التي تعبر عن أنشطة العلاقات العامة التفاعلية التي تنشرها صفحة قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة سكيكدة عبر صفحتها على الفيسبوك.

✎ التعرف على الأشكال التي تعرض ضمنها المضامين المتعلقة بأنشطة العلاقات العامة التفاعلية عبر صفحة الفايسبوك بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة سكيكدة.

✎ تهدف الدراسة إلى معرفة مدى توفير العلاقات العامة الأبعاد التفاعلية عبر صفحة قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة سكيكدة.

✎ توضيح الأدوات التفاعلية التي تتيح الاستجابة لمستخدمين صفحة الفايسبوك قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة سكيكدة.

### 5.1 الدراسات السابقة

إن من أهم المصادر التي يلجأ إليها الباحث في كتابة البحث العلمي في الدراسات السابقة، باعتبارها المرجعية النظرية الموضوعية كي لا نقع في الأخطاء، ونظرا لطبيعة موضوعنا وتوفر المصادر العلمية لجأنا إلى الاعتماد على المذكرات التي تناولت "العلاقات العامة التفاعلية" و"الفايسبوك" بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وقد حاولنا في محتوى دراستنا الحالية الاعتماد على المعلومات المتوفرة في الدراسات التي قمنا باختيارها التي تتناسب مع دراستنا.

## 1.5.1 الدراسات العربية

**الدراسة الأولى:** دراسة الباحثة "تسرين زيادة" بعنوان "العلاقات العامة الرقمية وبناء الصورة الذهنية عن المؤسسة الخدمائية - دراسة وصفية تحليلية لعينة من مفاهيم صفحة Ooredoo Algeria عبر مواقع الفايسبوك. جانفي 2020-2021، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال عام 2022-2023.

جاءت هذه الدراسة لتطرح التساؤل الرئيسي التالي: كيف ساهم العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية عن المؤسسة الخدمائية Ooredoo Algeria عبر صفحتها على الفايسبوك؟ وهدفت هذه الدراسة إلى:

معرفة الفاعلين البارزين في المادة المنشورة عبر صفحة المؤسسة من Ooredoo Algeria إبراز طبيعة المنشورات التي تلقى تفاعلا من قبل جمهور مؤسسة Ooredoo Algeria عبر صفحتها على الفايسبوك.

التعرف على المضامين التي تستخدمها مؤسسة Ooredoo Algeria عبر صفحتها على الفايسبوك لبناء وتعزيز صورة ذهنية إيجابية عنها.<sup>1</sup>

واتبعت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي التحليلي نظرا لمستلزمات موضوعها

واستخدمت العينة العشوائية المنتظمة، وأداة تحليل المضمون في هذه الدراسة.

حيث توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج تذكر منها:

تعد صفحة Ooredoo Algeria رسمية لامتلاكه علامة التوثيق الزرقاء التي تثبت انتسابها لجهة معلومة من من قبل إدارة الفايسبوك.

حرص القائمين على إدارة صفحة المؤسسة عبر موقع الفايسبوك على نشر معلومات توعية حول وباء كورونا، لتحقيق التفاعل والتجاوب مع محتويات الصفحة ومنشوراتها .

-إستراتيجية الاستهداف الجماهيري كانت تركز على الوقاية وتوعية الاصحاء ودعوتهم إلى التقيد بالتدابير اللازمة والسلوكيات الصحية اللازمة لتجنب الإصابة بالفيروس.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>نسرین زیاده، العلاقات الرقمية وبناء الصورة الذهنية عن المؤسسة الخدمائية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراة الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة 2022،2023.

<sup>2</sup>المرجع نفسه ، نسرینا زیاده العلاقات، العامة الرقمية وبناء الصورة الذهنية عن المؤسسة الخدمائية.

الدراسة الثانية دراسة الباحث "الطاهر راجعي" بعنوان واقع استخدام العلاقات العامة الإلكترونية لدى الإدارة العمومية في الجزائر. دراسة ميدانية تحليلية للصفحة الرسمية لبلدية سطيف عبر موقع الفايسبوك. " أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في فرع علوم الإعلام والاتصال بجامعة سطيف 2. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال عام 2020 2021.

جاءت هذه الدراسة لتطرح التساؤل الرئيسي التالي: مامي إستراتيجية بلدية سطيف في استخدام موقع الفايسبوك في مجال العلاقات العامة؟

حيث أتبع الباحث في دراسته المنهج المسحي الذي يتماشى مع طبيعة موضوعه

وأعتمد على العينة القصدية والتي تعرف بالعينة الفرضية، وأداة المقابلة مع شخص واحد.

حيث توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

أظهرت نتائج تحليل المحتوى أن بلدية سطيف أهتمت بنشر أغلب مواضيعها على شكل

نص بنسبة 48,55 و 43,35% على شكل نص الصورة.

بينت النتائج بخصوص نشاطات بلدية سطيف أن نشاطاتها في مجال المسؤولية الاجتماعية

أحتلت المرتبة الأولى بنسبة 52,13%.

- توفر بلدية سطيف أهم المعلومات الجانبية المعروضة في الصفحة الرسمية.<sup>1</sup>

### 2.5.1 الدراسات الأجنبية

الدراسة الأولى: دراسة Karime ghammas بعنوان :

Relationnels les relations publiques Sur le web 2.0: vers de nouveaux  
models L'universite catholique de recherche doctorat cloture en 2013  
de laboratoire LASCO, Louvain Bruxelles

حيث هدفت هذه الدراسة إلى:

محاولة دراسة العلاقات الإتصالية بين المؤسسات عبر الشبكات الإجتماعية خاصة  
الفايسبوك وفي هذا الإطار قامت الباحثة بدراسة تسع شركات من ثلاث قطاعات وهي: قطاع  
النقل والمواصلات وقطاع الطيران الفرنسية، قطاع البنوك

<sup>1</sup>الطاهر راجعي واقع الاستخدام العلاقات العامة الالكترونية لدى الادارة العمومية في الجزائر، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في فرع علوم الاعلام والاتصال، جامعة سطيف 2 كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم الاعلام والاتصال 2021 – 2022.

وقد اعتمدت الباحثة على منهجية مزدوجة تتمثل أساساً بإتباع طريقة التحليل العملي للوظيفة الإتصالية لدى المؤسسات والذي يساعد على الكشف عن ديناميكية العلاقة بين المؤسسات ودراسة الوسائط من خلال التعرف على قنوات الإرسال.

واستخدمت الاشارة كأداة جمع البيانات حيث تضمنت الأداة أسئلة متعلقة بهيكل المؤسسات والموارد البشرية وكذا المواقع المستخدمة والعلاقات مع الجمهور.

حيث توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

بعض المؤسسات تستخدم الفايسبوك كوسيلة للبيع والترويج و كذا الحوار مع المشاركين في الموقع

ترى بعض المؤسسات أن الفايسبوك وسيلة مهمة جداً حيث تستخدمها لترسيخ العلامة التجارية.<sup>1</sup>

الدراسة الثانية: دراسة Michelle D. Hinson ,Donald K 2009

An updated look at the impact of social media on public relations practice.

<sup>1</sup> Karime Gohammes: Relationnels les relations publiques Sur le web 2.0: vers de nouveaux models relationnels de recherche doctorat de laboratoire LASCO, L'universite catholique de Louvain Bruxelles , la guerneedu Groupe de contact FNRS \_vendredi 17 mai 2013.

Relation society of America, paper presented to the international public relation, research conference, coral gables, Florida vol.3NO, spring 2009.

حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الشبكات الاجتماعية في ممارسة العلاقات العامة وكيف حولت الوسائل الاتصالية الحديثة من 2008 إلى غاية 2009 العملية الاتصالية للمؤسسات

وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي نظراً لطبيعة الدراسة واعتمد كذلك على أداة الاستمارة والتي طبقت على مجتمع ممارسي العلاقات العامة في المنظمات والجمعيات واختيار عينة عشوائية حيث قام الباحث بدعوة القائمين بالعلاقات العامة عبر البريد الالكتروني من جمعية آرثر وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أهمها:

ممارسو العلاقات العامة يعتقدون أن ظهور المدونات ومواقع التواصل الجماعي قد غيرت بشكل كبير طريقة تواصل المؤسسات مع جماهيرها الداخلية والخارجية.

أن هناك إختلاف في النتائج من سنة إلى أخرى حيث كانت نسبة إجابة المبحوثين لسنة 2008 تمثل % 61 فيما يتعلق تأثير الشبكات الاتصالية على الواقع الاتصالي للمؤسسة في حين ارتفعت النسبة في 2009 لتصل الى % 73.

أما بالنسبة للأسئلة المفتوحة فقد أعد أغلب المبحوثين أن العلاقات العامة بحاجة ماسة للشبكات الاجتماعية والمدونات ومن أجل فتح مساحة الاتصال المباشر مع جمهور المؤسسة.<sup>1</sup>

### ❖ مناقشة الدراسات العربية السابقة

اتفقت الدراسات العربية السابقة على دراسة فاعلية العلاقات العامة التفاعلية عبر الفايسبوك في إدارة الخدمة البيداغوجية في الجامعة الجزائرية وهم دراسة الباحثة "نسرين زيادة" بعنوان العلاقات العامة الرقمية وبناء أمور الذهنية عن المؤسسة الخدمائية ودراسة الباحث "الطاهر راجعي" بعنوان واقع إستخدام العلاقات العامة الإلكترونية لدى الإدارة العمومية في الجزائر.

حيث تمثلت عينة الدراسات العربية السابقة على مضامين على صفحة الفايسبوك بالاعتماد على نوعين من العينة وهي العينة العشوائية والعينية القصدية واعتمدت الدراسات العربية السابقة على أداة تحليل المضمون والثانية على أداة المقابلة الشخصية.

كما اعتمدت الدراسات العربية الأولى على المنهج الوصفي التحليلي والثانية على المنهج الوصفي الذي يتماشى مع طبيعة موضوعه.

<sup>1</sup> Michelle D. Hinson, Donald K, an updated look at the impact of social media on public, Relations practice "Relations Society of America, paper presented to the international public Relations Research Conference coral Gables Florida Vol. 3, No.2, Spring 2009.

## ❖ مناقشة الدراسات الأجنبية السابقة

اتفقت الدراسات الأجنبية على دراسة فاعلية العلاقات العامة التفاعلية عبر الفايسبوك في إدارة الخدمة البيداغوجية في الجامعة الجزائرية.

وظفت الدراسات الأجنبية السابقة أداة الاستمارة لجمع البيانات واعتمدت الدراسات الأجنبية على العينة العشوائية.

كما اعتمدت دراسة MICHELLE D. HINSON DONALDK على المنهج الوصفي بينما دراسة karime gahammes على منهجية مزدوجة تتمثل أساسا باتباع طريقة التحليل العلمي.

## ❖ جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة

تم الاستفادة من الدراسات السابقة في الجوانب التالية:

- جانب الإطار المنهجي للدراسة: تم الاستفادة منها منهجيا في تحديد مشكلة الدراسة، وتساؤلاتها الفرعية وأهدافها واختيار عينة الدراسة التحليلية، بالإضافة إلى الاختيار الدقيق لأدوات جمع البيانات المتمثلة في: أداة تحليل المضمون وكذلك الاستفادة من العينية القصديية التي تتماشى مع موضوع دراستنا. عينة من منشورات صفحة جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة وتحديد المنهج المناسب للدراسة.

- الجانب النظري للدراسة: وفرت الدراسات السابقة مرجعا نظريا للإستفادة منه في الجانب النظري للدراسة، خاصة في تقسيم الفصول النظرية ومباحث الدراسة
- الجانب التطبيقي للدراسة: تم الاعتماد عليها في تحليل نتائج الدراسة، أي مدى إتفاق او إختلاف نتائج الدراسة الحالية مع نتائج الدراسات السابقة.

## 6.1 مفاهيم الدراسة:

### 1.6.1 مفهوم الفاعلية:

لغة: هو الفعل "فعل" الذي مشتقاته "فاعل" و"فعال" و"الفاعلية" مصدر صناعي اختاره مجمع اللغة العربية بالقاهرة للدلالة على وصف الفعل بالنشاط والاتقان .

وورد في القرآن الكريم لفظ: فعال في قوله "فعال لما يريد" البروج/16

وهو اسم من أسماء الله الحسنى يدل على أن ما يريده تعالى وما يفعله في غاية الكثرة، وصي من هذا الإسم مصدر آخر هو "الفعالية" الذي كثيرا ما كان يستعمله المفكر الإسلامي المعروف " مالك بن نبي " في كتاباته .

ويبدو أن مصطلح الفاعلية هو الأكثر استخداماً وشيوعاً بين المثقفين ولذلك اخترناه على غير في هذه الدراسة.<sup>1</sup>

**اصطلاحاً:** تقابل الكلمة "الفاعلية" العربية كلمة (EFFICANCY) في المعاجم الغربية وهي تتحدد عندهم بكونها وصفاً لكل شيء فعال، وجاء في كتاب البحث التحليلي لأوروبا أن الروح. ويقصد بما الفاعلية. هي ذلك الشعور القوي في الإنسان الذي تصدر عنه مخترعاته. وتصورات، وتبليغه لرسالته وقدرته الخفية على إدراك الأشياء.

ويعرف مالك بن نبي الفاعلية بأنها: حركة للإنسان في صناعة التاريخ قال - رحمه الله " إذا تحرك الإنسان تحرك المجتمع والتاريخ" وإذا سكن سكن المجتمع والتاريخ وهذا يضعني أمام مشكلة تتصف تحت عنوان الفاعلية.<sup>2</sup>

**إجرائياً:** هي قياس مستوى قدرة مؤسسة جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة على تحقيق أهدافها والتكيف مع البيئة والاستمرار والبقاء فيها وقد رتبا على النمو أو التطور باستمرار.

<sup>1</sup>صالح بن نوار علام، فاعلية المسلم المعاصر، دار الكتاب الثقافي في النشر والتوزيع والدعاية ط1، 2006/ص15

<sup>2</sup>تأملات: لمالك بن نبي ص 125.

## 2.6.1 مفهوم العلاقات العامة:

**اصطلاحاً:** من الأنشطة والسياسات التي تستخدم لخلق اهتمام جماهيري بشخص أو فكرة أو منتج أو مؤسسة أعمال وتخدم المصالح الخاصة في أجمل صورة للجمهور ولتحقيق ذلك تستخدم طرق وأبحاث ووسائل اتصال مختلفة.1

**إجرائياً:** هي مجموعة من الأنشطة والمجهودات التي تبذلها مؤسسة جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة من أجل تحقيق أهدافها وبناء صورة جيدة لدى جمهورها الداخلي والخارجي وتوطيد علاقاتهم بهم .

## 3.6.1 مفهوم التفاعلية:

**لغة:** هو الفعل "فعل" الذي مشتقاته فاعل وفعال والتفاعلية مصدر صناعي، اختاره مجمع اللغة العربية بالقاهرة، للدلالة على وصف الفعل بالنشاط والإيقان.2

<sup>1</sup> محمود محمد محفوظ وآخرون، الموسوعة العربية البصرة، المكتبة العصرية للنشر، بيروت، ط 1، 2010، ص 2267  
<sup>2</sup> فضيلة تومي، تكنولوجيا الاتصال التفاعلية وعلاقتها بالبحث العلمي مجلة العلوم الإنسانية عدد خاص، 2012 ص 493.

**اصطلاحاً:** هي اتصال مزدوج الاتجاه يحدث بين مستخدمين اثنين أو مجموعة من المستخدمين أو يجرى بين المستخدم والآلة ويتم م في بيئة واقعية أو افتراضية تمكنا من تبادل الرموز الصوتية أو المرئية أو كلاهما معا.<sup>1</sup>

**إجرائياً:** هي عبارة عن تبادل المعلومات والأفكار المختلفة بين جهاز العلاقات العامة لمؤسسة جامعة 20 اوت 1955 سكيكدة وجمهورها سواء الداخلي أو الخارجي وغالبا ما تكون بطريقة غير مباشرة أي بوجود وسيط.

#### 4.6.1 مفهوم العلاقات العامة التفاعلية:

هي نشاط مرتبط بشكل وثيق بتحسين العملية الإتصالية مع الجمهور من خلال شبكة الانترنت بما فيما وسائل شبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث والمجتمعات الافتراضية بما يحقق التفاعل المباشر مع الجمهور، اتجاه القضايا المباشرة التي نهم المنظمة سواء كان لتعليق عن الأحداث الراهنة أو الرد عن الشائعات والأخبار الكاذبة لتحسين الصورة الذهنية في مخيلة الجمهور.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي: دار الفجر الشرك القاهرة، ط1، 2004، ص12

<sup>2</sup> اسعد اني سلامي: مساعد ، العلاقات العامة التفاعلية، الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية ، مقارنة تنظيرية مجلة البحوث الإعلامي، 2020، ص180.

إجرائيا: هي استخدام شبكة الأنترنت ووسائل التواصل الإجتماعي و المواقع الإلكترونية المختلفة في العملية الإتصالية بين جهاز العلاقات العامة في جامعة سكيكدة

### 5.6.1 مفهوم موقع الفايسبوك:

هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي وقد عرف موقع ويب او بيديا الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يحول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية

إجرائيا: هي شبكة إجتماعية كبيرة وأحد أشهر وسائل التواصل الاجتماعي بجامعة جامعة 20 اوت 1955 سكيكدة بقسم علوم الإعلام والإتصال حيث تتيح للمستخدمين الاتصال ببعضهم البعض والتفاعل معهم.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر و التوزيع نبلاء ناشرون وموزعون ط1، عمان، 2014.

### 6.6.1 مفهوم الإدارة :

لغة: مشتقة من الفعل دار يدور دورانا و أدار يدير ادارة جعل الشيء يدور بمعنى يسره (وساسه) وأحاط بالأمر وادارة المركز الذي يدار منه الأعمال والمدير هو من يتولى تدبير العمل<sup>1</sup>

اصطلاحا: هي الوظيفة التي تتعلق بتجديد سياسات المنطقة والتنسيق بين التمويل والانتاج وإقرار الهيكل التنظيمي والرقابة على أعمال التنفيذ.<sup>2</sup>

اجرائيا: الإدارة في عملية يتم بموجبها انجاز الوظائف وأداء الأعمال من خلال الجهود البشرية العاملة في مؤسسة جامعة 20 أوت 1955 بسكيكدة حيث يتم تحقيق التعاون والتنسيق الفعال بينهم وصولا الى تحقيق الأهداف المنشودة بكفاءة وفعالية

### 7.6.1 الخدمة البيداغوجية

لغة: تتكون كلمة بيداغوجيا في الأصل اليوناني من حيث الاشتقاق اللغوي من شقين هما (Peda) وتعني الطفل و (Agoge) تعني القيادة أو التوجيه وتعني العبد الذي كان يرافق الاطفال إلى المدرسة ويوجههم.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد اللطيف فطيش: الإدارة العامة من النظرية إلى التطبيق، منشورات (الجب) ط1 ، بيروت، 2003 ص11.

<sup>2</sup> فرحات يوسف شكري: المعجم الادبي عربي عربي، دار الكتب العلمية بيروت ط1، 2004 ص193.

اصطلاحاً: البيداغوجيا هي تجميع لجملة من الأساليب التقنية، التي تهدف إلى وضع معايير لمراقبة إجراءات عملية نقل المعرفة.<sup>2</sup>

إجرائياً: هي السعي لتحقيق أهداف التعليم العالي في مؤسسة جامعة 20 أوت 1955 بسكيكدة من خلال تطوير السلوكيات والمعرفة لدى الطلاب.

### 8.6.1 مفهوم الجامعة:

مؤسسة عالية المستوى غرضها التدريس والبحث ومنح شهادات أكاديمية لمن يرتادونها كما تعد مجتمعاً مصغراً يقوم فيه الأساتذة والطلبة معا بمناقشة تطوير واستكشاف أفكار تتميز بالصعوبة والتعقيد وهي مصدر للتطور الاجتماعي، الثقافي والاقتصادي.<sup>3</sup>

إجرائياً: هي عبارة عن مؤسسة تقوم بتنفيذ الإجراءات والأنشطة المتعلقة بالتعليم والبحث والإدارة الجامعية يمكن أن تشمل هذه الإجراءات تسجيل الطلاب، وتقديم الدروس، وتنظيم الامتحانات وإصدار الشهادات، وإدارة الكادر الأكاديمي والإداري والعديد من الأمور الأخرى

<sup>1</sup> ينظر، مجمع اللغة العربية، معجم علم النفس والتربية، المطابع الأمرية، 1984، ج 1، ص 77.  
<sup>2</sup> نور الدين أحمد قايد ، حكيمة سبيعي، التعليم وعلاقتها بالبناء البيداغوجي والتربية ، سحابة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة محمد ،خيضر بسكرة ، الجزائر، العدد 08، 2010، ص 35.  
<sup>3</sup> عربي بومدين، دور الجامعة الجزائرية في التنمية المستدامة دراسة المواقع الجامعة الجزائرية المؤشر العربي السادس لضمان جودة التعليم العالم جامعة السودان ط1. 2016 ص412.

## 7.1 منهج الدراسة:

من المعروف أن طبيعة الموضوع هي التي تحدد المنهج الذي يجب على الباحث اتباعه، حيث يعتبر المنهج الركيزة الأساسية في كل بحث علمي فالباحث يتعين به و يتبع كل خطوة من خطواته من أجل الحصول على نتائج دقيقة و موضوعية في دراسته .

فالمنهج: إذن هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لإكتشاف الحقيقة.<sup>1</sup>

- وقد اتبعنا في هذه الدراسة المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، حيث استخدمنا أسلوب المسح بالعينة، ويعد هذا المنهج أنسب المناهج لهذه الدراسة لما يتيح من إمكانية جمع البيانات من مجتمع بحث واسع و يساعد في الكشف عن التأثير الموجود بين متغيرات العلاقات العامة التفاعلية من جهة و إدارة الخدمة البيداغوجية في الجامعة الجزائرية من جهة ثانية.

<sup>1</sup> أعمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط2، 1990، ص19.

## 8.1 مجتمع البحث:

يقصد بمجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها، حيث يعرفه موريس أنجرس على أنه مجموعة من العناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عند غيرها من العناصر الأخرى التي يجري عليها البحث أو النقصي.<sup>1</sup>

و في موضوع دراستنا الموسومة ب "فاعلية العلاقات العامة التفاعلية عبر الفايسبوك في إدارة الخدمة البيداغوجية في الجامعة الجزائرية " تمثل مجتمع البحث في: جميع منشورات قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة 20 أوت 1955 سكيكدة.

## 9.1 عينة الدراسة :

تم الاعتماد في موضوع دراستنا على العينة القصدية والتي تمثلت في دراسة منشورات صفحة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة سكيكدة من تاريخ 2023/10/01 إلى 2024/03/31 أي حوالي ستة أشهر ، وقد اخترنا العينة القصدية باعتبارها نوع من العينات الغير احتمالية فالعينة القصدية تمثل الميول المقصود الذي ينتهجه الباحث في اختيار العينة ووحداتها. ويتقى الاعتماد على هذا النوع من العينات عندما يكون مجتمع البحث غير واضح المعالم

<sup>1</sup>موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، تن بوزيد صحراوي و آخرون، دار القصبية للنشر، الجزائر ط2، 2006 ، ص298.

فيصعب تحديده وتحديد خصائصه، فيختار الباحث أفراد عينته كما يشاء وبالعدد الذي يراه مناسب لتحليل إشكالية بحثه.<sup>1</sup>

### 10.1 أدوات جمع البيانات:

تختلف أدوات جميع المعلومات من بحث لآخر حسب موضوع البحث المراد دراسته وفي دراستنا هذه اعتمدنا على أداة تحليل المضمون لجمع البيانات.

**مفهوم أداة تحليل المضمون:** يهدف تحليل المضمون إلى التعرف على المقاصد الإعلامية للقائمين بالاتصال وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل الاعلامي بصفة منتظمة ووفقا لأسس منهجية ومعايير موضوعية وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية.<sup>2</sup>

**فئات التحليل:** هي مجموعة من الفصائل والتصنيفات يقوم الباحث باعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه وصدق التحليل لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون وتصنيفه باعلى

<sup>1</sup> يوسف تم، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين ، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر ط1، 2007، ص37.

<sup>2</sup> يسام عبد الرحمن المشاقبة، مناهج البحث العلمي وتحليل الخطاب ، أسامة للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، ص 63 .

نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول وربما امكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسر .

أولاً: **فئات الشكل كيف قيل؟**: هي الفئات المتعلقة بشكل عرض المنشورات الموجودة في الصفحة التواصلية لقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة سكيكدة وهي كما يلي

✓ **فئة اللغة**: تحدد نوع وطبيعة اللغة المستعملة في منشورات صفحة قسم علوم الاعلام

والاتصال بجامعة سكيكدة 20 اوت 1955 وفئاتها الفرعية هي العربية الفرنسية الانجليزية مزيج لغوي

✓ **فئة الألوان**: وهي التي يتم فيها توضيح الالوان الخاصة بالصفحة المتمثلة في اللون الابيض الاسود الازرق الاحمر

✓ **فئة الأشكال**: هي التي يتم فيها عرض معلومات المنشور عن طريق نص او صورة رسوم فيديو ونص +صورة

✓ **فئة اشكال تفاعل مع المنشور**: ويقصد بها مدى تفاعل الجمهور مع المنشورات التي تنشرها الصفحة التواصلية لقسم علوم الاعلام و الاتصال بجامعة سكيكدة 20 اوت 1955 من خلال موقعها على الفايسبوك وتشمل عدد الاعجابات بالمنشور التعليقات وعدد مشاركة المنشور

✓ فئة مؤشرات وإبعاد التفاعلية المتعلقة بانشطة العلاقات العامة عبر صفحة

الفايسبوك لقسم علوم الاعلام والاتصال : ويقصد بها تحديد وجود او عدم وجود

روابط صفحات او وسائل متعددة وخدمات المساعدة

✓ فئة الأدوات التي تحقق بعد الاستجابة: ويقصد بها تقديم معلومات عن طريق سهولة

الاتصال الرقمي او وجود عنوان الكتروني الرد على تعليقات الزوار غرف الدردشة

والمحادثة وخارطة موقع القسم بالكلية والرد على التعليقات .

ثانيا: فئات المضمون ماذا قيل؟ :هي الفئات المتعلقة بالبحث فهي تفاصيل محتوى

المنشورات التي تم نشرها في صفحة التواصل الاجتماعي بجامعة سكيكدة 20 اوث 1955

بقسم علوم الاعلام و الاتصال وهي كما يلي :

✓ فئة المواضيع :ويقصد بها انواع المواضيع التي تناولتها صفحة قسم علوم الاعلام

والاتصال بجامعة سكيكدة 20 اوث 1955 من خلال موقعها على الفايسبوك وفئاتها

الفرعية هي مواضيع خاصة بالامتحانات الجامعية مواضيع خاصة بالانشطات العلمية

مواضيع خاصة بالاساتذة مواضيع خاصة بالاحوال الاجتماعية مواضيع خاصة

بالادارة و التنظيم وكذلك مواضيع خاصة

✓ فئة الاهداف: ويقصد بها الاهداف التي يسعى القائم بالاتصال الى اثرها وفئاتها

الفرعية وهي اعلام ارشاد توجيه تذكير تنقيف

✓ فئة الجمهور المستهدف: تحدد الفئة المعينة من المستخدمين المتابعين للصفحة بكل منشور يعتبر ضمن مفردات العينة وفتاتها الفرعية هي طلبة قسم علوم الاعلام و الاتصال الاساتذة الاداريين جمهور خارجي لا يمثلون طلبة القسم.

### 11.1 النظرية المعتمدة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على نظرية الرقمنة في الإعلام الرقمي لكون هذه الدراسة تتناول موضوعا موسوما ب فاعلية العلاقات العامة التفاعلية عبر الفايسبوك في إدارة الخدة البيداغوجية في الجامعة الجزائرية دراسة تحليلية لعينة من منشورات صفحة قسم علوم الإعلام و الإتصال بجامعة سكيكدة ،حيث أن نظرية الرقمنة تتشارك إلى حد ما مع نظرية التلاقي أو الدمج من حيث نظرتها إلى التداخل بين مختلف أنواع المحتويات التي كانت إلى حد ما مفصولة في الإعلام التقليدي حيث تشكل الأنترنيت حسب فريدريك كيتلر منصة platform شاملة لمختلف أنواع المواد الإعلامية غير أن هذه النظرية تهتم أكثر بالجانب التقني و الإدراكي للعالم و تأثيره على حساب الجانب الثقافي الذي أولاه جينكتر اهتماما أكبر، حيث تعتبر أعمال كيتلر استكمالا معلنا لأعمال مارشال ماكلوهان و لكن بنزعة معاشية للتكنولوجيا الحديثة للإعلام القائمة على الأنترنيت و التشبيك.

و يقدم كينتر مفهوم نشوة الجهاز hardware euphoria كمحور رئيس لنظريته و هو يعادل في منظوره مفهوم الحتمية التكنولوجية عند ماكلوهان، و يفسره هذا المفهوم بتقديم تفسير تاريخي لتطور الإتصال عند الإنسان مختلف عن ذلك الذي قدمه ماكلوهان فالأهم برأيه أن الإنسان لم ينتقل من تعلم الهجاء إلى الطباعة إلى الإتصال الإلكتروني، و إنما هناك نقطة فاصلة في تاريخ البشرية و هي إكتشاف التماثل onology و إختراع الهاتف و مسجل الصوت و المذياع و السينما و التلفزيون مكن الإنسان من الإنتقال إلى طور يحتك فيه مباشرة مع محتويات يدركها بالسمع أو بالبصر و نهاية هذا الإنتقال كانت من خلال الرقمنة digitalization التي أضحت تجمع القدرة على مماثلة الصوت أو الصورة.<sup>1</sup>

### 1.11.1 إسقاط نظرية الرقمنة في الإعلام الرقمي على موضوع الدراسة:

تتمحور نظرية الرقمنة في الإعلام بانها تناقش التأثير الذي يسهم في إحداثه التطور التكنولوجي والتقنيات الرقمية على المجتمعات الذي يمثل تغييرا هيكليا في الطريقة التي يتم فيها إنتاج وتبادل البيانات و المعلومات وهذا ماينطبق على دراستنا من خلال معرفة الابعاد التفاعلية لصفحة الفايسبوك الخاصة بقسم علوم الإعلام والإتصال باعتبار الفايسبوك احد

<sup>1</sup>علي محمد القعاري، المداخل النظرية في دراسة الإعلام الرقمي دراسة نقدية، مجلة علوم الإتصال، السودان، المجلد 2،

تقنيات وسائل الاعلام الرقمية التي تقدم معلومات بشكل مفصل للمستخدمين تمكنهم من تبادلها بطريقة أسرع و أسهل الطرق.

كما جاءت هذه النظرية لتأكيد على العلاقة القائمة بين المستخدم ووسائل الاعلام الرقمية حيث أصبح المستخدم ووسائل الإعلام الرقمية حيث أصبح المستخدم أكثر قدرة على المشاركة والتفاعل مع وسائل المستخدم الطلبة الأساتذة الاداريين الصفحة الرقمية الفايسبوك حيث أصبح المستخدمين الصفحة أكثر قدرة على المشاركة والنشر وطرح أفكار و التفاعل مع مختلف منشورات الصفحة سواء بالمشاركة للمحتوى أو التعليق عليها مما خلق نماذج جديدة للتفاعل و التواصل حيث سمحت وسائل الإعلام الرقمي بانتاج المحتوى ونشره وفي نفس الوقت تلقى المعلومة واستهلاكها وأصبح المستهلكين هم المنتجين

سمحت تبادل وجهات النظر المختلفة حيث نلاحظ أن الطالب اليوم اضح يعرف تفاصيل داخل الحرم الجامعي و مختلف نشاطاتها العلمية واخر المستجدات حول كل مايتعلق للحياة العلمي.

أتاحت تقنيات ووسائل الاعلام الرقمي عمليات جديدة في عملية التسويق والاعلان والمصطلح على صفحة الفايسبوك لقسم علوم الإعلام والاتصال أنها استحدثت طرق جديدة في التسويق والاعلان لمختلف التظاهرات العلمية الملتقيات من خلال تقنية الفيديو المصور

الاستعانة بالطلبة في عملية التنشيط ما يساهم في انتشاره فعملية التسويق الاعلامي الرقمي

تعتبر احد عمليات الجديدة في وسائل الرقمية

من أهم سمات التي تتميز بها نظرية الرقمنة في ال لإعلام إمكانية تغيير وتعديل البيانات

حسب كل مرحلة وما تقدمه صفحة قسم علوم الاعلام والاتصال قابل للتغيير والتعديل

سهولة تبادلها بين عدد كبير من المستخدمين بغض النظر عن المسافة التي تفصلهم كما

يمكن لادارة الصفحة ضغط الملفات الكبيرة مثل ملفات إلى مساحات صغيرة جدا يمكن

الوصول اليها بطريقة اسرع وتشكل الصفحة الرسمية لقسم علوم الاعلام والاتصال مجالا

مهما تلقي وتبادل المعلومات بين مختلف المستخدمين المستهلكين الطلبة المنتجين ادارة

اساتذة من خلال عملية التفاعل وتضع امامها تحديات وفرص عديدة في تطوير الصفحة

من خلال ماتقدمه التكنولوجيا الرقمية في العصر الحديث من خلال التاثير والتاثر

حيث تعتبر نظرية الرقمنة الاعلامية الديناميكية الاعلامية التي تضمن وسائط صور فيديو

مواقع نقل المعلومات تؤدي الى معنى في ذهن المستخدم.

## الفصل الثاني

الجانب النظري للدراسة

تمهيد

المبحث الأول مدخل مفاهيمي للعلاقات العامة التفاعلية

المطلب 1: مفهوم العلاقات العامة التفاعلية

المطلب 2: نشأة العلاقات العامة التفاعلية

المطلب 3: خصائص العلاقات العامة التفاعلية

المطلب 4: وظائف العلاقات العامة التفاعلية

المطلب 5: أهمية العلاقات العامة التفاعلية

المبحث الثاني: ماهية إدارة الخدمة البيداغوجية

المطلب: تعريف ادارة الخدمة البيداغوجية

المطلب : أنواع ادا و الخدمة البيداغوجية

المطلب : وظائف إدارة الخدمة البيداغوجية

المطلب أهداف إدارة الخدمة البيداغوجية

المطلب 5 : أهمية إدارة الخدمة البيداغوجية

المبحث الثالث: الإدارة الرقمية في الجامعة الجزائري

المطلبة 1: تعريف الجامعة الجزائرية.

المطلب 2: نشأة الجامعة الجزائرية.

المطلب 3: التحول الرقمي في الجامعة الجزائرية.

المطلب 4: مساهمة العلاقات العامة التفاعلية في تحسين الخدمة البيداغوجية في  
الجامعة .

المطلب 5: تأثير العلاقات العامة التفاعلية على الخدمة البيداغوجية في الجامعة  
الجزائرية

## تمهيد

تعد العلاقات العامة التفاعلية استراتيجية تستخدم في التسويق الرقمي لبناء علاقات قوية مع الجمهور المستهدف حيث تجمع هذه الاستراتيجية بين أساليب العلاقات العامة التقليدية وتكنولوجيا المعلومات الحديثة

## 2 المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للعلاقات العامة التفاعلية

## 1.2 المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة التفاعلية :

تعرف العلاقات العامة التفاعلية بأنها عملية اتصال استراتيجية ووظيفة إدارية تقوم على بناء علاقات مفيدة بين المنظمات وعامة الجمهور وأصحاب المصلحة وتشمل العلاقات العامة التفاعلية فهم وتحليل الجمهور وإدارة المنشور والتخطيط وتنفيذ وتقييم الاتصالات لمساعدة مجموعة متنوعة من العملاء لتحقيق أهدافهم من خلال استخدام كافة وسائل الاعلام الاجتماعية والمواقع الالكترونية.

وتعد العلاقات العامة التفاعلية مصطلحا شاملا يتضمن التعليم الفعال لتحقيق التواصل مع الجمهور بشكل أكثر فعالية معتمدا في ذلك على كافة أشكال التواصل الاستراتيجي عبر شبكة من الاتصالات التفاعلية.<sup>1</sup>

## 2.2 المطلب الثاني: نشأة العلاقات العامة التفاعلية:

أنت أهمية شبكة الانترنت من تلك التطورات السريعة التي نشدها سواء كانت في خصائصها الفنية كوسيلة إتصال أو في عدد مستخدميها فقد زاد عدد مواقع الأنترنت من 50 موقعا فقط

<sup>1</sup>حنان أحمد سليم: العلاقات العامة في عصر الاعلام الرقمي دار الكتاب الحديث مصر ط1، 2019، ص13.

عام 1991 الى 74 ألف موقع عام 1994 وبلغ هذا العدد 200 مليون موقع وصفحة ويب على محركات البحث المختلفة عام 1997 ولهذا قدر الباحثون الوقت الذي تتضاعف فيه شبكة الأنترنت ل 11 شهرا.

وعند مقارنة هذا بوسائل الإتصال الأخرى فتجد أنها أخذت وقتا طويلا حتى وصلت إلى نفس الرقم الذي حققته الأنترنت ولهذا كان من الضروري للعلاقات العامة أن تتطور وأن تتجه لإستغلال الأنترنت كوسيلة للوصول للناس وتلبية احتياجات عملائها. وإن قل استخدمها في البلاد العربية إلا أن بعض المبادرات الحديثة جاءت لنشر مفهومها. ومن أبرز هذه المبادرات تلك التي قامت شرعة SppK للعلاقات العامة والتي تعد من أولى الشركات التي تهتم بالعلاقات العامة التفاعلية في مصر حيث قامت بعمل مجلة الكترونية تشرح العلاقات العامة بالعربي و تصب تركيزها على مفهوم العلاقات العامة التفاعلية وتحل ما يخصها هذا بالإضافة الى قهم الحملة إضاظل على العلاقات العامة CLICK PR التي تسعى لتسهيل عملية الحصول على خدمات العلاقات العامة التفاعلية فكل ما عليك الحصول على خدمات العلاقات العامة التفاعلية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>حسين شفيق، الإعلام التفاعلي بدار فكر وفن القاهرة ط1، 2008، ص8.

### 3.2 المطلب الثالث: خصائص العلاقات العامة التفاعلية .

- تقسم العلاقات العامة التفاعلية بمجموعة من الخصائص التي ترتبط بالتأكيد على تطور

الإعلام التفاعلي والتي يمكن تحديدها فيما يلي:<sup>1</sup>

- إعتماؤها على الوسائط التفاعلية.
- التواصل بفاعلية من الجمهور.
- المرونة في العرض والتواصل مع المجتمع .
- التحكم في مساحات النشر واستهداف جماهير محددة.
- عالمية الأداء أو الممارسة أي الخروج عن المحلية .
- العلامة التبادلية أو التشاركية عبر الشبكة.
- البعد من الأنشطة والمصادقية الداعمة للثقة .
- رفع سقف المنافسة والتميز.
- زيادة الجهود نحو تقوية وتعزيز السمعة.
- تبني مبدأ الإنفتاح على الجمهور العالمي.
- الخروج عن الإنعزال المهني والتفرقع .

<sup>1</sup>فاروق رضوان أحمد / دراسات في العلاقات العامة والاعلان دار العالم العربي / القاهرة / مصر ط 1 2010، ص 24

- توسيع ديناميكية الإتصال المهني للعلاقات العامة.
- توسيع دائرة تبادل المعلومات والمعرفة المرتبطة بأنشطة العلاقات العامة التفاعلية.
- الإنتاج التام لمسرح العلاقات العامة عالميا.
- تنمية المهارات الإبداعية في مجال العلاقات العامة .
- تحفيز دور التكثير الإبداعي الخلاق في المجال .
- الاستفادة من سهولة تطبيقات باستخدام الأنترنت.
- تفعيل مجالات التواصل في العلاقات العامة عبر الانترنت .
- إتاحة المزيد من الفرص التسويقية والثقافية في التواصل عبر الانترنت.
- سهولة الاتصال.

#### 4.2 المطلب الرابع: وظائف العلاقات العامة التفاعلية :

وتتمثل هذه الوظائف فيما يأتي:

الإتصال الداخلي بالمؤسسة مع ربطه بشبكة الانترنت للاتصال بالجمهور الداخلي في المؤسسة من العاملين والموظفين والإداريين والمسؤولين لتوفير المعلومات والأخبار وإيصالها للمعنيين .

الإتصال الخارجي بالجمهور العام والمتخصصين ولمنحي و المرسلين ووسائل الإعلام و المؤسسة العامة و الخاصة و إرسال المعلومات و الأخبار عبر البريد الالكتروني.

العلاقات العامة التفاعلية وسيلة إتصال تفاعلي عن طريق مشاركة القراء عبر غرف الحوار وغير ما من الوسائل .

تعد العلاقات العامة التفاعلية كأداة إتصالية تسويقية للخدمات والمعلومات التعليمية والتجارية والثقافية والسياحية والاقتصادية.

تعد العلاقات العامة التفاعلية كمركز لتقديم المعلومات العامة عن طريق تحول العلاقات العامة إلى مزيد الخدمات العلمية.

تعد العلاقات العامة التفاعلية كإنتاج إلكتروني للمواد الإعلامية وتوزيعها بشكل يعبر عن المؤسسة وتوجهاتها ويساهم في تحسين صورتها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>محمود محمد الخلوف العلاقات العامة في العصر الرقمي ... ، دار أسامة لنشر والتوزيع ، الاردن ط1، 2019، ص35.

## 5.2 المطلب الخامس: أهمية العلاقات العامة التفاعلية :

أضفى الإعلام التفاعلي أهمية كبيرة على العلاقات العامة التفاعلية، حيث عمل على التقارب رقميا بين دول العالم، وفرض على العلاقات العامة التفاعلية ضرورة تحديث أجهزتها والتعامل مع أحدث طرق التكنولوجيا، من أجل أن تصبح المنظمات على اتصال مباشر وأكثر فعالية للوصول إلى جمهورها .

## تمهيد:

تقدم المؤسسات التعليمية بمختلف أطوارها و مستوياتها مجموعة من الخدمات، ومؤسسات التعليم العالي بدورها لا تخلو من هذه الخدمات، ومن أبرز خدماتها الخدمة البيداغوجية التي لا بد لهذه المؤسسات العمل على تحسينها و تطويرها بشكل مستمر، وذلك لأهميتها ضمن هذه المؤسسات و إمامها بمختلف الوظائف كالتعليم و التدريب و التوجيه، و هذا سعيًا لتحسين الخدمة التعليمية و بلوغ أفضل مستوياتها و نقل المعرفة وتبادلها والتفاعل معها وتوظيفها بإيجابية.

## 3 المبحث الثاني: ماهية إدارة الخدمة البيداغوجية

## 1.3 المطلب الأول: تعريف إدارة الخدمة البيداغوجية:

- تعرف البيداغوجيا على أنها عملية تخطيط وتنسيق وتوجيه لكل عمل تعليمي او تربوي يحدث داخل المؤسسة التعليمية من أجل تطور وتقدم التعليم فيها.<sup>1</sup>

وهي أيضا حقل معرفي في قوامه التفكير في أهداف و توجهات الافعال والانشطة المطلوب ممارستها في وضعية التربية والتعليم على الطفل والراشد.<sup>2</sup>

من خلال التعريفين السابقين يمكن تعريف الخدمة البيداغوجية بأنها مختلف الجهود المنسقة من أنشطة وأساليب، يقوم بها العاملين في الحقل التعليمي، تهدف إلى تنمية قدرات المتعلم وضمان حصوله على أفضل تكوين

<sup>1</sup> شبل بدران، أحمد فاروق محفوظ اسس التربية، دار المعرفة الجامعية، مصر، ط6، 2009، ص18.

<sup>2</sup> علي تعوينات، التعليمات والبيداغوجيا في التعليم العالي، الملتقى الوطني الأول حول تعليمية المواد في النظام الجامعي، مخبر تطوير الممارسات التقنية والتربوية أفريل 2010، ص 05.

### 2.3 المطلب الثاني: انواع ادارة الخدمة البيداغوجية

خدمات البنية الأساسية: تشمل بناء مؤسسات تعليمية جديدة لإستيعاب النمو الطبيعي لأعداد الطلبة وإصلاح وترميم المؤسسات الحالية توفير الكتب والمراجع.<sup>1</sup>

خدمات تحسين نوعية التعليم والتعلم : تشمل تطوير المناهج وتقويمها تدريب جميع المعلمين وفق المناهج ، تدريب المعلمين الجدد، تدريب المشرفون التربويين، التوسع في تأسيس شبكة الأنترنت بالمؤسسات التعليمية إتخاذ الاجراءات التقنية لتنفيذ التعلم عن بعد.

خدمات تطوير النظام الإداري : وتشمل تدريب مديري المؤسسات التعليمية من خلال برامج التطوير المهني ، إعداد خطة للتوجه نحو إتخاذ القرارات اللامركزية، تنمية علاقة مؤسسات المجتمع المدني بالنظام التربوي والتعليمي ، تجديد وتطوير نظام المعلومات الإداري.<sup>2</sup>

### 3.3 المطلب الثالث: وظائف ادارة الخدمة البيداغوجية

لم تعد تنحصر وظيفة الخدمة البيداغوجية على مجرد تنسيق الجهود لتسيير المؤسسات التعليمية تيسرا روتينيا ولم يعد الهدف منها مجرد المحافظة على النظام في المؤسسات

<sup>1</sup> الحملوي صالح عبد المعتمد ، ثقافة الخدمة التعليمية العامة، مدونة عالم علم النفس، 2009 ، ص 01.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 01.

التعليمية ، بل أصبحت هذه الخدمة تدور حول المتعلم و حول توفير كل الظروف والامكانيات التي ساعده على توجيه نموه العقلي والبدني والروحي ، والتي تعمل على تحسين العملية التربوية لتحقيق هذا النمو ، ولهذا يجب مراعاة ما يلي:

- الامام بمنهج المرحلة التعليمية وما تستهدف إليه.
- الإيمان بقيمة الفرد وجماعة القيادة مع ترشيد العمل.
- الوقوف على الصعوبات التي تعترض العمل داخل المؤسسة التعليمية .
- حسن التخطيط والتنظيم والتنسيق ثم المتابعة والتقييم.<sup>1</sup>

و من أهم وظائف الخدمة البيداغوجية ما يلي :

- توجيه التلاميذ ومساعدتهم على التكيف .
- تقويم العملية التعليمية .
- تحسين المنهج والعملية التعليمية.
- تنظيم وإدارة وتنسيق العمل المدرسي .
- الاشراف على برامج النشاط المدرسي و تحسينه.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد المبير في التميز الإداري للعاملين في قطاع التربية والتعليم، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع مصر 12009 0 12-19

### 4.3 المطلب الرابع: أهداف إدارة الخدمة البيداغوجية :

تساهم العملية البيداغوجية في الرفع من المستوى العلمي والثقافي للطلبة، وتحسين وتطوير المهام الإدارية للمؤسسات التعليمية عموماً و الجامعة خصوصاً.

- تحديد علاقة التداخل والتكامل و صلة كل فئة بأخرى بين أفراد الأسرة المكونة للمؤسسات التعليمية من مدرسين و إداريين؛
- تطوير المحتويات المعرفية لنتائج الدراسة بما يتلائم مع الأهداف والغايات.
- تحديد العلاقة الموجودة بين المتعلم والمعارف المختلفة والمواد التعليمية بصفة خاصة.
- النظر في الطرق المعتمدة في عملية التقييم والمراقبة.<sup>2</sup>

### 5.3 المطلب الخامس: أهمية ادارة الخدمة البيداغوجية

توجيه العملية التربوية: تساعد في توجيه العملية التربوية بشكل فعال حيث تساعد المعلمين على إختيار أفضل الطرق لتقديم المحتوى و توجيه الطلاب نحو تحقيق الأهداف التعليمية .

<sup>1</sup>المرجع نفسه، ص 17 – 19

<sup>2</sup>محمد محمود عبد الله أساسيات التدريس - طرائق - استراتيجيات - مفاهيم تربوية، دار الفيداء للنشر والتوزيع، عمان ، 2012، ص 11.

تحسين تجربة التعلم: وهذا من خلال تبني المقاربات البيداغوجية المناسبة ويمكن تحسين تجربة التعلم للطلاب، تساعد في تلبية احتياجاتهم المختلفة وتعزز من فهمهم ومشاركتهم الفعالة.

تطوير مهارات التفكير والتحليل : تشجع على تطوير مهارات التفكير النقدي والتحليلي لدى الطلاب، تساعد في تعليمهم كيفية حل المشكلات واتخاذ القرارات.

تعزيز التفاعل الإيجابي بين المعلم والطالب: و يتم ذلك من خلال تحفيز الطلاب على المشاركة والتفاعل بشكل أفضل.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> يخلف رفيقة ، مجلة البحوث التربوية والتعليمية، المجلد 9، العدد 2، المدرسة العليا للأستاذة بوزريعة مخير تعليم تكوين تعليمية ، 31 ديسمبر 2020، الجزائر، ص9.

## تمهيد :

تعتبر الإدارة الرقمية هي مجال مرتبط بتحسين العمليات والخدمات باستخدام التكنولوجيا الرقمية وتقديم خدمات عمومية والحصول عليها برسائل الكترونية في أي وقت وأي مكان، هذا المجال يلعب دورا مهما في تحسين فعالية الخدمات الإدارية و تجديد المرفق العام، حيث أن الجامعات الجزائرية بدورها أصبحت لا تخلو هذه الرقمنة وأصبحت تستخدمها خاصة في هذه السنوات الأخيرة .

## 4 البحث الثالث: الإدارة الرقمية في الجامعة الجزائرية

## 1.4 المطلب الأول: تعريف الجامعة الجزائرية

تمثل الجامع الجامعة الجزائرية إحدى قطاعات المجتمع والتي تعمل على دفع عجلة التنمية للبلاد للوصول بها إلى الرقي والتقدم ، حيث بدأت العلاقة بين الجامعة والمحيط المهني والاجتماعي والاقتصادي تشهد تطور عن طريق ربطها باحتياجات ومشكلات قطاعات الانتاج والخدمات سعيا منها لإزدهار المجتمع و مواكبته لتطورات العصر، وذلك من خلال ما تقدمه الجامعة من إطارات ذات كفاءة وخبرة .

## مفهوم الجامعة

تعرف على أنها مؤسسة إجتماعية ثقافية وعلمية، فهي بمثابة تنظيمات معقدة بصفة مستمرة مع طبيعة البيئة الخارجية.<sup>1</sup>

كما تعرف على أنها : مؤسسة علمية تتخذ من البحث العلمي الموضوعي الامبريقي مثلا أعلى في حمايتها للقيم الاجتماعية، وترسخ دعائم النظام الاجتماعي القائم.

<sup>1</sup>عبد الرحمن عبد الله ، سوسيولوجيا التعليم الجامعية دراسة علم الاجتماع التربوي ،دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية 1991، ص 25.

فمن خلال هذه التعريفات ، نجد أن الجامعة تعتبر مؤسسة إجتماعية طورها المجتمع من أجل تنميته وتطويره<sup>1</sup> .

#### 2.4 المطلب الثاني: نشأة الجامعة الجزائرية

بما أن الجزائر تناوبت عليها عدة حضارات وكان لكل حضارة فكرها و ثقافتها الخاصة التي طبعت تاريخ هذه البلاد، فكذلك نظام التعليم فيها عرف عدة تغييرات من تواجد عثماني إلى استعمار فرنسي حتى استقلالها. مما عكس منابع التعليم فيه . من تعليم تقليدي كان يتم بالمدارس القرآنية والزوايا والجامعات الدينية التي كانت قبلة لطلبة العلم ، إلى تعليم استعماري كان منظومة تربوية فرنسية بديلة تحاول دحض الهوية الوطنية وعقيدتها و أصالتها، أما التعليم بعد الاستقلال فامتلكت الجزائر فقط جامعة واحدة أنشئت عام 1877 وأعيد تنظيمها عام 1909 من طرف فرنسا لتكون نسخة عن الجامعة الفرنسية سواءً في البرامج أو اللغة الفرنسية مع تدني نسبة الطلبة الجزائريين مقارنة مع الأوروبيين.

و كانت تضم أربع كليات (الآداب ، الحقوق ، العلوم الطبية والعلوم الفيزيائية)<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> السيد محمد سليم الجامعة والوظيفة الكبرى للعلم، مجلة الفكر العربي ، العدد 2، أفريل 1987، ص191.

<sup>2</sup> راجح تركي، أصول التربية والتعليم الديوان الوطني للمطبوعات، الجزائر ، 1990، ص47.

لكن بعد الاستقلال بقيت الجامعة الجزائرية بنفس منوال الجامعة الفرنسية حتى تقرر بعض الإصلاحات فيما بعد لاقتداءا بإصلاحات الجامعة الفرنسية و أهم محطات الإصلاح (1972 - 1984 / 1998 / 2002 و بالضبط 2005)

ولكن رغم تعدد الإصلاحات الا أن للجامعة وظائف منوطة بها ، أقرتها هيئة الأمم المتحدة.<sup>1</sup>

#### 3.4 المبحث الثالث: التحول الرقمي في الجامعة الجزائرية

يشهد العصر الحالي إنتشار التكنولوجيا في كل جانب من جوانب الحياة، مما يزيد القدرة على التنقل وإنجاز المهام بنجاح ،من خلالها اذا تعمل المؤسسات اليوم في عالم ضخم متصل رقميا ، و أصبح إنتاج واكتساب المعرفة له أهمية كبيرة، كما يعتمد تفوق المؤسسات بشكل كبير على إنتاج المعلومات.

واستخدامها بكفاءة المجالات ،الأمر الذي يضع المؤسسات في حتمية التحول الرقمي في التعليم الجامعي إلى اتخاذ قرارات مستنيرة ، وفي بعض الاحيان قرارات سريعة لتبني العمليات، وفهم عملائها ، وتقديم الخدمات وتطوير المنتجات و استخدام الأصول و غيرها

<sup>1</sup>هيئة الامم المتحدة للتربية والتعليم والثقافة، اليونسكو، التعليم العالي في القرن الواحد والعشرين الرؤية والعمل ، باريس، 1998، ص47.

من المجالات التشغيلية، وأصبح التعليم الرقمي ضرورة حتمية للتحول نحو الرقمنة، إذ لم تعد عمليات التعلم هي التي يتم من خلالها إكتساب معرفة القراءة والكتابة فقط. بل تحسين مستوى الشفافية في إدارة مؤسسات التعليم العالي الرقمية، باستعمال أنظمة الذكاء الاصطناعي، في إدارة المعلومات والبيانات الرقمية، و من ذلك إتاحة مساحة واسعة لمشاركة الجميع في الإدلاء بأرائهم ومقترحاتهم، والاسهام في منع القرارات واتخاذها .

كذلك فإن تعزيز مستوى الشفافية، يحسن من فرص الوصول إلى الوثائق والتقارير المهمة عبر روابط رقمية، تعتمد عليها الجامعة مناعة لجميع منتسبيها و المستفيدين من خدماتها، بما يمكنهم من متابعة القرارات و المستجدات في المؤسسة. كما يعزز التحول الرقمي في إدارة مؤسسات بالتعليم العالي من مستوى المحاسبية ، عن طريق أنظمة محوسبة تسهل عملية تتبع العمليات الإدارية والمالية، بدقة مما يساعد على إتخاذ قرارات حكيمة استنادا إلى معلومات وأدلة دقيقة وموثوقة.<sup>1</sup>

في الختام، يمثل التحول الرقمي في مؤسسات التعليم العالي، فرضا و تحديا في الوقت نفسه يتطلب التكيف من المستحدثات التكنولوجية، واستثمار الجهود والموارد المتاحة في تطوير البنية التحتية الرقمية ، و تعزيز القدرات الرقمية للمؤسسة لتطبيق الإدارة الإستراتيجية بكفاءة

<sup>1</sup>برادة عبد الرزاق، التحول الرقمي في الوسط الجامعي الجزائري، الفكر المتوسطي، الجزائر، العدد 2، 2022 ص 300 – 320.

وفعالية، وذلك بتحليل البيئي الرباعي الرقمي لنقاط القوة والضعف والفرص و التحديات، واتخاذ القرارات الإستراتيجية المناسبة للتحسين والتطوير المستمر، علاوة على ذلك تحقيق تعليم عالي الجودة، و تلبية إحتياجات الطلبة و طموحاتهم المستقبلية، و تمكينهم من تحقيق القدرة التنافسية ، والاسهام الفاعل في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمع بكافة أبعادها و مجالاتها.<sup>1</sup>

#### 4.4 المطلب الرابع: مساهمة العلاقات العامة التفاعلية في تحسين الخدمة البيداغوجية

##### في الجامعة

تعمل العلاقات العامة التفاعلية في تحسين الخدمة البيداغوجية ،في الجامعة حيث يعتبر نشاط العلاقات العامة التفاعلية جزءا أساسيا ،من إدارة المؤسسات الحديثة حيث يساهم في تواصل المؤسسة مع مختلف الجماعات التي تنتمي إليها .وتعمل العلاقات العامة التفاعلية على تحسين الصورة الذهنية للجنس الداخلي اتجاه الجامعة من خلال برامج وأنشطة متعددة وتكمن أيضا في تكوين وتحسين الصورة الذهنية المرغوبة للجمهور الداخلي، حيث يجب أن تتحكم الجامعة في ممارسة أنشطة الإتصال، بما يخدم الصورة الذهنية الجيدة لها، وأن

<sup>1</sup>المرجع نفسه ، برادة عبد الرزاق ، التحول الرقمي في الوسط الجامعي الجزائري الفكر المتوسطي / ص 300 – 320

تستهدف الجماهير ببرامج اتصالية مناسبة، لتحقيق هذا الهدف وكذلك تحقيق التفاهم و  
والتناغم بينهما حيث يمكن تقسيم مداخل تحسين الخدمة البيداغوجية كالآتي :

- دراسات خاصة بمجهري الخدمة البيداغوجية وتتضمن.
- آراء الإدارات على اختلاف مستوياتها بشأن معوقات أداء الخدمة.
- آراء المدارس التي تعاني من معوقات أداء الخدمة البيداغوجية و دراسات خاصة  
بالعاملين.
- إعداد العاملين.
- توزيع العاملين على مواضع الأداء.
- قدرات العاملين .
- آراء العاملين عن مسببات قصور الخدمة من خلال برنامج الإقتراحات و اللقاءات و  
الندوات و البرامج التدريبية و صندوق الشكاوي.

2- دراسات خاصة بطلاب الخدمة البيداغوجية او المستفيدين و تتضمن :

المقابلات الخاصة يتلقى الشكاوي .

المقابلات الخاصة بتلقى المقترحات .

الشكاوي و المقترحات التي تصل عن طريق البريد والبريد الالكتروني ،ويقوم على عائق فريق تحسين الخدمة البيداغوجية ،إختيارا الجوانب التي تحتاج إلى التحسين في ضوء الظروف الخاصة بالمؤسسة التعليمية.<sup>1</sup>

#### 5.4 المطلب الخامس: تأثير العلاقات العامة التفاعلية على الخدمة البيداغوجية في

#### الجامعة الجزائرية

إن استخدام العلاقات العامة التفاعلية في التعليم العالي ينتج عنه استحداث عدة متغيرات تتماشى مع الوسيلة المستعملة و تتمثل في :

#### 1-المكتبة الالكترونية

عرفت و تميزت المكتبة الإلكترونية بالعديد من الصور حيث تميزت بالسمات التالية :

إدارة مصادرالمعلومات آليا مع تقديم الخدمة الباحث من خلال قنوات إلكترونية.

قدرة العاملين بالمكتبة ،على التدخل في التعامل الالكتروني في حالة طلب المستفيد

القدرة على اختزان تنظيم ونقل المعلومات للباحثين من خلال القنوات الإلكترونية.

<sup>1</sup>المرجع نفسه ، مهدي السائري، إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي و الخدمي ، ص 245 – 246 .

إستعمال الحاسوب في عملية البحث عن المعلومات وإتاحتها في الوقت المناسب.<sup>1</sup>

## 2- أهداف المكتبة الإلكترونية:

تحسن خدماتها وتطويرها بشكل يجعلها تتماشى مع المكتبات المتطورة ،في العالم مع تنويع هذه الخدمات، لتشمل خدمات جديدة يتوقف تقديمها على الأدوات الحديثة.

تطوير نظمها من خلال مراجعة الأنظمة التقليدية ،ودراسة محيطها للتعرف على أداء النظام الحالي وتقدير جدوى النظام الجديد، الذي تريد المكتبة الرقمية الإستعانة به .

الإقتصاد في النفقات والتكاليف ،سواء كان ذلك في الإقتصاد في عملية التزويد، لاجراءات الفنية الساحة أو الصيانة.<sup>2</sup>

إتاحة عدة بدائل للحصول على مصادر المعلومات ،سواء من قواعد البيانات أوالخط المباشر وكذلك أقرص الليزر المكتتزة.

إتاحة الفرصة أمام المستفيد للوصول إلى مصادر معلومات غير متواترة على الورق أساسا. ومن ثم فإن تنظيم أنشطة العلاقات العامة التفاعلية، يرتبط بتحديد أهدافها واستراتيجيتها على

<sup>1</sup>مهدي السائري، إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي والخدمي ، دار جرير للنشر والتوزيع، ط1 ، 2007، ص 245 - 246

<sup>2</sup>محمد محمد عبد الهادي بدوي، حقيبة تدريبية في مقرر مصادر المعلومات دورة مصادر المعلومات المملكة العربية السعودية ، ط1، 2011، ص44.

أن يتم التخطيط لذلك بكل دقة ووضوح. في ضوء البيئة الاجتماعية التي تعمل من خلالها المنظمة وهذه بدورها يمكنها خلق الأهداف التي تفيد المنطقة، ومن ثم تأتي أعمال العلاقات العامة التفاعلية بشكل أكثر فعالية.<sup>1</sup>

و قد حددت مجموعة من الآليات التي ينبغي للعلاقات العامة التفاعلية استخدامها من خلال الإعلام التفاعلي تتمثل في:

استخدام طرق أكثر تفاعلية في التواجد عبر الشبكات الاجتماعية.

ضرورة توافر المهارات الإدارية والتكنولوجية من أجل تسويق المنتجات بشكل أكثر نجاحا.

ضرورة دمج أدوات الشبكات الاجتماعية مما يثر إيجابيا على حجم المبيعات.

أهمية تنفيذ ممارسات فعالة لقياس وتحديد ما إذ كان تواصل العلاقات العامة التفاعلية من خلال رسائل التواصل الاجتماعي ناجحة أم لا.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>حنان أحمد سليم العلاقات العامة في عصر الإعلام الرقمي دار الكتاب الحديث مصر، ط1 2019، ص13.

<sup>2</sup>أبو بكر مبروك الغزالي، العوامل المؤثرة على ممارسة العلاقات العامة في الشركات البيئية رسالة دكتوراه، كلية الاعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة، 2006، ص141.

## الفصل الثالث

### الجانب التطبيقي للدراسة

## الفصل الثالث: الجانب التطبيقي وتحليل نتائج الدراسة التحليلية

تمهيد

المبحث الأول: تحليل بيانات الإستمارة

المطلب الأول: فئة البيانات الاولية الخاصة بقسم الإعلام و الإتصال

المطلب الثاني: البيانات الخاصة بفئات الشكل

المطلب الثالث: البيانات الخاصة بفئات المضمون.

المطلب الرابع: النتائج العامة للدراسة التحليلية.

المطلب الخامس: نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات الفرعية.

إقتراحات و توصيات

خاتمة

قائمة المصادر و المراجع

## تمهيد:

لقد استخدمت العديد من الجامعات مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها الفيسبوك وذلك لعرض أخبارها وإعلاناتها بأسلوب راقى ومتميز، لتحقيق رغبات المستخدمين ومتطلباتهم ومن بينهما قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة هي الأخرى أنشأت صفحة تواصلية عبر موقع الفيسبوك والتي تعرض فيه منشورات الخاصة بيها.

## مبحث أولاً: تحليل بيانات الإستمارة

جدول رقم 01: يوضح البيانات الأولية الخاصة بصفحة القسم على الفاسبوك.

1	إسم الصفحة	قسم علوم والإعلام والاتصال جامعة سكيكدة
2	نوع الصفحة	إعلامية
3	شعار الصفحة	الاتصال لغتنا وإيصال العلوم هدفنا
4	موقع الصفحة	<a href="http://www.facebook.com/profileoph">http://www.facebook.com/profileoph</a>
5	بلد الصفحة	الجزائر
6	تاريخ نشأة الصفحة	21ماي 2023
7	مدير الصفحة الأدمن	زغنوف عبد الغاني
8	لغة النشر في الصفحة	العربية

مطلب الأول: البيانات الخاصة بفئات الشكل.

جدول رقم 02: يبين فئة اللغة المستخدمة في منشورات صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال على الفايسبوك .

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	اللغة المستخدمة
%97,53	195	اللغة العربية
%2,47	5	اللغة الفرنسية
%0	0	اللغة الانجليزية
%100	202	المجموع

يتبين من الجدول رقم 02 أن اللغة السائدة في عرض منشورات صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة هي اللغة العربية والتي قدرت بنسبة %97,52 وتليها اللغة الفرنسية بنسبة %2,47 حيث نرى انعدام اللغة الانجليزية بنسبة قدرت %0 مما يفسح مجال القول أن صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال لجامعة سكيكدة تعتمد على اللغة العربية في نشر مضامينها وهذا راجع لكون الجامعة الجزائرية جامعة تنتمي إلى بلد عربي وبالتالي تكون اللغة المستخدمة لغة عربية.

جدول رقم 03: يوضح فئة الالوان الموظفة في منشورات صفحة القسم.

الألوان الموظفة	التكرار على صفحة الفايسبوك	النسبة المئوية
الأبيض	69	59%
الأسود	04	3,41%
الأزرق	32	27,35%
الأحمر	12	10,25%
المجموع	117	100%

يتبين من الجدول رقم 03: الذي يوضح فئة الألوان الموظفة في المنشورات صفحة القسم على الفاسبوك أن اللون الأكثر توظيفا هو اللون الأبيض بنسبة 59% ثم يأتي بعدها اللون الأزرق بنسبة 27,35% ويليهما اللون الأحمر بنسبة قدرت بـ 10,25% وفي الأخير اللون الأسود بنسبة 3,41% ومن هنا يتبين أن صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة توظف اللون الأبيض بكثرة لما له من دلالات نفسية حيث أن هذا اللون يدل على الهدوء وهذا لتصفح المنشورات في حين لم تعتمد الصفحة على اللون الأسود إلا بنسبة قليلة وذلك راجع لأن الأسود له دلالات تعبر عن الأحزان والسلبية .

جداول رقم 5/4 توضح فئة الأشكال التي تعرض ضمنها المضامين المتعلقة بأنشطة العلاقات العامة التفاعلية عبر صفحة الفايسبوك لقسم علوم الإعلام والاتصال.

جدول رقم 4 يبين نوع الوسائط المستخدمة في منشورات صفحة القسم على الفايسبوك.

الوسائط المستخدمة	التكرار على صفحة الفايسبوك	النسبة المئوية
نص	201	64,60%
صورة	31	10%
رسوم	0	0%
فيديو	3	1%
وسائط متعددة	6	1,90%
نص + صورة	70	22,50%
المجموع	311	100%

نلاحظ من خلال جدول رقم 4 الذي يبين نوع الوسائط المستخدمة في منشورات صفحة القسم على الفايسبوك أن الوسيط أكثر استخداما لعرض المنشور هو النص التي قدرت نسبته بـ 64,60% ويليهما النص+الصورة بنسبة 22,50% في حين باغت نسبة الصورة 10% أما

الوسائط المتعددة فقد ظهرت بـ 1,90% أما فيما يخص فيديو فقد بلغت نسبته 1% في حين انعدمت وجود الرسوم مما يدل ان صفحة قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة سكيكدة تعتمد في نشر منشوراتها على شكل النصوص وهذا راجع لسهولة استخدامها وتوظيفها لإيصال المعلومة لجميع متابعين الصفحة واعتمدت أيضا على النص والصورة حيث أن الصورة تكون معبرة وتساهم في جلب المتابعين أو المعجبين بالصفحة .

جدول رقم 5: يوضح أشكال تفاعل الجمهور مع منشورات صفحة القسم على الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	التفاعل
92,60%	13656	اعجاب
1,05%	156	مشاركة
6,35%	935	تعليق
100%	14747	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 5 الذي يوضح أشكال تفاعل الجمهور مع منشورات صفحة القسم على الفايسبوك أن الجمهور يتفاعل بالإعجاب أكثر من المشاركة والتعليق بنسبة قدرت بـ 92,60% ليأتي بعدها التعليق بنسبة 6,34% في الاخير المشاركة التي قدرت

نسبتها ب1,05 % ووهذا ما يبين أن الاعجاب هو الشكل الأكثر تفاعلا من طرف جمهور صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة وهذا راجع الى توافق رغبات واهتمامات الجمهور مع منشورات الصفحة وهذا ما أدى إلى تفاعلهم معها بالتعليقات والمشاركة.

جداول رقم 6/7 فئة مؤشرات وابعاد التفاعلية المتعلقة بانشطة العلاقات العامة عبر صفحة الفايسبوك لقسم علوم الاعلام والاتصال.

جدول رقم 6 : يوضح بعد الخيارات المتاحة .

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	بعد تعدد الخيارات المتاحة
65%	202	تعدد اللغة
1%	02	استخدام الوسائط المتعددة
2%	05	استخدام روابط ضمن المحتوى
32%	104	خدمة المساعدة
100%	313	المجموع

تشير الأرقام المسجلة من خلال الجدول أعلاه رقم 6 الذي يوضح بعد الخيارات المتاحة أن بعد تعدد اللغة هو الأعلى نسبة بنسبة قدرت ب65 % تم تليها خدمة المساعدة بنسبة 32%

واحتلت الروابط ضمن المحتوى المرتبة الثالثة بنسبة 2% لتأتي في الخير استخدام الوسائط المتعددة بنسبة 1% حيث نعتبر صفحة قسم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة خدمة المساعدة خدمة جد مهمة في صفحتها لما تقدم من خدمات متنوعة فهي تقوم بمساعدة على المتابعين لهذه الصفحة مهما اختلف فئاتهم (أساتذة طلبة... الخ) .

جدول رقم 7 يوضح الجهد المبذول من قبل المستخدم

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	بعد الجهد المبذول من قبل المستخدم
23,70%	50	التحديث
4,74%	10	تقديم معلومات حسب الطلب
0%	0	توفير محرك بحث
57,82%	122	توفير أرشيف الصفحة
13,74%	29	صفحات ذات صلة
100%	211	المجموع

يتبين من الجدول رقم:7 الذي يوضح بعد الجهد المبذول من قبل المستخدم أن النسبة الأكبر هي توفير أرشيف الصفحة التي بلغت نسبتها ب57,82% وتليها التحديث بنسبة 23,70%

وبعدها صفحات ذات صلة بنسبة 4,74% حيث نرى إنعدام توفير محرك بحث بنسبة قدرت ب0% وذلك راجع إلى أن الصفحة تعتمد على بث المعلومات مباشرة أكثر من الاعتماد على محرك بحث في توصيل معلوماتها.

جداول رقم 8،9 يوضح فئة الأدوات التي تحقق بعد الاستجابة لمستخدمي صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال عبر الفيسبوك.

جدول رقم 8: يبين بعد إستجابة للمستخدم.

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفيسبوك	بعد الاستجابة للمستخدم
99,90%	14591	سهولة الإتصال الرقمي
0,006%	1	وجود عنوان الكتروني
0%	0	وجود هاتف واتساب
0,03%	4	مواقع الويب وروابط مواقع التواصل الإجتماعي
0,07%	10	الرد على تعليقات الزوار
0%	0	غرف الدردشة والمحادثة
0%	0	خارطة موقع قسم الكلية

المجموع	14606	%100
---------	-------	------

يمثل الجدول رقم 8 بعد الاستجابات للمستخدم في صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة فسهولة الإتصال الرقمي نسبتها 99,90% ثم يليها الرد على تعليقات الزوار بنسبة 0,07% يأتي بعدها توفر مواقع الويب وروابط مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 0,03% وبالأخير وجود عنوان إلكتروني بنسبة 0,006% في حين يوجد انعدام كلي في وجود هاتف أو واتساب أو غرف لدرشة أو المحادثة وخارطة موقع القسم في الكلية وذلك بنسبة 0% وذلك راجع لأن صفحة حديثة النشأة .

جدول رقم 9 : يوضح بعد اضافة معلومات أو رأي.

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	بعد إضافة معلومات أو رأي
%6,20	935	إضافة تعليق
%90,62	13656	التعبير عن الإعجاب
%1,04	156	مشاركة وإرسال المحتوى
%0,07	10	وجود إستطلاع الرأي
%2,07	311	إضافة محتوى نص صورة فيديو
%100	15068	المجموع

الجدول رقم 9: الذي يوضح بعد اضافة معلومات أو رأي أن بعد التعبير عن الإعجاب في صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة سكيكدة بلغت نسبته 90,62 % أما إضافة تعليق فقدرت نسبته ب6,20 % ويليها إضافة محتوى نص صورة فيديو بنسبة 2,07% كما تأتي مشاركة أو إرسال محتوى بنسبة 1,04% وفي الأخير وجود استطلاع رأي بنسبة 0,07 % وهي أقل نسبة وهذا يبين أن صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال بسكيكدة لديها نسبة اكبر في التعبير عن الاعجاب بنسبة 90,62 % وذلك بما تقدمه من معلومات قيمة ومفيدة أو وجود استطلاع رأي هي الاقل بنسبة 0,07 % وذلك راجع لعدم الرد على التعليقات بنسبة كبيرة .

#### جدول رقم 10 يوضح الضبط والمراقبة

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	بعد الضبط والمراقبة
%0	0	استخدام الضبط والسيطرة من خلال حجب التعليقات السيئة
%1,01	178	خدمة الابلاغ عن أمر
%83,04	14591	التسجيل من أجل التصفح
%15,94	2800	معلومات عدد المتابعين

شروط وميثاق الخدمة	2	0,01%
المجموع	17571	100%

يبين الجدول أعلاه رقم 10 الذي يوضح بعد الضبط والرقابة بصفحة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة أن نسبة التسجيل من أجل التصفح بلغت نسبتها 83,04% أما فيما يخص عدد المتابعين في الصفحة قدرت بـ 15,94% في حين أن شروط وميثاق الخدمة كانت نسبتها 0,012% أما استخدام الضبط والسيطرة من خلال حجب التعليقات السيئة إنعدمت نسبتها بـ 0% وهذا مايبين أن صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال بسكيكدة لهل العديد من المتصفحين في صفحتها وهذا راجع للمعلومات المقيدة المقدمة من طرف أدمن الصفحة

المطلب الثاني: البيانات الخاصة بفئات المضمون.

جدول رقم 11 يوضح فئة المضامين التي تعبر عن أنشطة العلاقات العامة التفاعلية التي

نشرها صفحة قسم الإعلام والاتصال عبر صفحتنا في الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفيسبوك	فئة المواضيع	
0%	0	ليسانس	

			مواضيع خاصة
0,52%	01	ماستر	بتسجيلات قسم
0%	0	دكتوراه	علوم الإعلام والإتصال
			مواضيع خاصة بالطعون
0,52%	01	ماستر	
0%	0	دكتوراه	
28,57%	56		مواضيع خاصة بالامتحانات الجامعية
10,71%	21	ملتقيات ومؤتمرات	مواضيع خاصة بالنشاطات العلمية
1,02%	02	دعوة لإحتفالات	

%0,51	01	مسابقات	
%2,04	04	دورات تكوينية	
%29,59	58	إجتماعات	مواضيع خاصة بالاساتذة
%0	0	منح تريص	
%1,02	02	ترقيات	
%3,06	06	تهنئة	مواضيع خاصة بالأحوال الإجتماعية
%2,55	05	تعزية	
%2,55	05	أدعية	
%1,02	02	دينية	مواضيع خاصة بالإدارة والتنظيم
%0	0	وطنية	
%0	196	متفرقات	

32	مواضيع خاصة بالإدارة والتنظيم	16,32%
196	المجموع	100%

يتبين من خلال جدول 11 الذي يوضح فئة المضامين التي تعبر عن أنشطة العلاقات العامة التفاعلية التي تنشرها صفحة قسم الاعلام والاتصال عبر صفحاتها على الفايسبوك أن المواضيع الخاصة بتسجيلات قسم علوم الإعلام والاتصال قدرت بنسبة 0,52 % ثم مواضيع خاصة بقائمة المقبولين بنسبة 0,52 % وأن المواضيع الخاصة بالإمتحانات الجامعية بنسبة 28,57% ومواضيع خاصة بالنشاطات العلمية بنسبة 14,28% و ثم مواضيع خاصة بالأساتذة بنسبة 30,61% و ثم مواضيع خاصة بالأحوال الاجتماعية بنسبة قدرت 8,16% بالمئة ومواضيع خاصة بالمناسبات بنسبة 1,02 % و ثم مواضيع خاصة بالادارة والتنظيم بنسبة 16,32 % وأن النسبة الأكبر هي النسبة الخاصة بالأساتذة الأن المضامين المنشورة تتعلق بهم خاصة مواضيع التعويضات والاجتماعات وغيرها ..... إلخ وبالتالي فمن الطبيعي تكون نسبة الاساتذة هي نسبة الاكبر مقارنة بالمواضيع الاخرى

جدول رقم 12 يوضح فئة الاهداف من منشورات صفحة قسم علوم الاعلام والاتصال على

الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	فئة الأهداف
62,23%	117	إعلام
22,34%	42	ارشاد ونوجيه
4,78%	9	تذكير
10,65%	20	تنقيف
100%	188	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه رقم 12 الذي يوضح فئة منشورات صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال على الفايسبوك أن النسبة الغالبة في فئة الاهداف هي الإعلام التي قدرت نسبتها 62,23 % ويلبها الإرشاد والتوجيه بنسبة 22,34 % ثم التنقيف بنسبة 10,65 % و في الأخير التذكير بنسبة قدرت ب4,78 % ونلاحظ تصدر فئة الإعلام بصفحة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة سكيكدة كون الصفحة في حد ذاتها تعليمية وتهدف إلى إعلام الجمهور المستهدف سواء كان طلبة أو أساتذة او ادارين بكل ما هو جيد وحصري وكل ما يخصهم من معلومات بالاضافة إلى ارشادهم وتوجيههم وهذا لمساعدتهم وبذلك تقليل من الجهد والوقت.

جدول رقم 13: يوضح فئة الجمهور المستهدف من منشورات صفحة قسم علوم الإعلام

والإتصال على الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	فئة الجمهور المستهدف	
8,64%	42	الطلبة الجدد	طلبة قسم علوم الإعلام والإتصال
22,01%	107	طلبة ليسانس	
29,42%	143	طلبة ماستر	
9,05%	44	طلبة دكتوراه	

8,84%	43	الأساتذة الدائمين	الأساتذة
9,05%	44	الأساتذة المؤقتين	
6,79%	33	الإداريين والعمال المهنيين	
6,20%	30	جمهور خارجي لا يمثلون طلبة القسم	
100%	486	المجموع	

يمثل الجدول رقم 13 الذي يوضح فئة الجمهور المستهدف من منشورات صفحة قسم علوم الإعلام والإتصال على الفايسبوك أن طلبة قسم علوم الإعلام والإتصال بمختلف مستوياتهم (الطلبة الجدد طلبة ليسانس طلبة الماستر وطلبة دكتوراه) هم الأعلى نسبة 69,12 % ثم يليها الأساتذة الدائمين والمؤقتين بنسبة 17,89 % في حيث قدرت الإداريين والعمال المهنيين بـ 6,79 % أما فئات الجمهور الخارجي لا يمثلون طلبة القسم فبلغت

نسبتهم ب6,20 % ونستطيع القول أن صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة انها تستهدف طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بدرجة أولى وهذا من اجل امدادهم بالمعلومات وتقدير تسهيلات لهم وتستهدف أيضا الاداريين والأساتذة وذلك لتوطيد العلاقات بين الادارة والطلاب والأساتذة مع بعضهم البعض.

### المطلب الثالث: النتائج العامة للدراسة التحليلية:

من خلال عرض النتائج السابقة وتحليلها يتضح مايلي:

✓ لم تتعدد لغات النشر في مضامين صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة وهذا راجع لطبيعة الموضوع والهدف المنشور إلا أنه وجدت بعض المنشورات باللغة الفرنسية بنسبة 2.47%.

✓ تباينت الألوان الموظفة في منشورات صفحة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة سكيكدة وهذا لجذب انتباه متابعين و متصفحين الصفحة.

✓ أختلفت أساليب النشر في صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة سكيكدة من حيث الوسائط المتعددة لكن أعمدت بشكل كبير على وسيط النص في عرض مضامينها بنسبة 64.60%.

- ✓ تتراوح نسبة تفاعل الجمهور مع مضامين صفحة قسم علوم الإعلام و الإتصال بجامعة سكيكدة بين المتوسطة و الجيدة.
- ✓ تتيح صفحة قسم علوم الإعلام و الإتصال بجامعة سكيكدة لمستخدميها خاصية توفير روابط للاطلاع و تحميلها مما يساهم في تقديم المعلومة بايسر الطرق.
- ✓ توفير صفحة قسم علوم الإعلام و الإتصال بجامعة سكيكدة لا تتعلق بتسجيلات القسم فقط بل مواضيع أخرى مثل المواضيع الخاصة بالنشاطات العلمية وغيرها بنسبة 14.28%.
- ✓ تباينت أهداف منشورات قسم علوم الإعلام و الإتصال بجامعة سكيكدة إلا أنها تعتمد بالدرجة الأولى على الهدف الإعلامي في نشر مضامينها بنسبة 62.23%.
- ✓ تتوجه جل مضامين صفحة قسم علوم الإعلام و الإتصال بجامعة سكيكدة إلى جمهور الطلبة بمختلف مستوياتهم إلا أن هناك جماهير أخرى تهتم بهم من بينهم جمهور الأساتذة وال إداريين و الجمهور الخارجي.

#### المطلب الرابع: النتائج في ضوء التساؤل الرئيسي و التساؤلات الفرعية :

- ✓ تكمن فاعلية العلاقات العامة التفاعلية بشكل كبير في إدارة الخدمة البيداغوجية في الجامعة الجزائرية

✓ أوضحت نتائج الدراسة ان صفحات صفحة قسم علوم الإعلام و الإتصال بجامعة

سكيكدة تتيح للمستخدمين عدة ادوات وامكانيات للتفاعلية

✓ أظهرت نتائج الدراسة ان صفحة الفايسبوك الخاصة بقسم علوم الإعلام والإتصال

بجامعة سكيكدة قدمت خدمات متنوعة للمستخدم من خلال التنوع في الموضوعات

التي قدمت بأشكال و قوالب مختلفة أبرزها الصور و النصوص كما سجلت غياب

في الرسومات

✓ يعد بعد نظام الضبط والرقابة من الادوات و الامكانيات المهمة لإطراف العملية

الاتصالية المستخدم و القائم على الصفحة الفايسبوكية فتوفير مثل هذه الأدوات

يجعل الصفحة اكثر قدرة على تلبية حاجيات المستخدمين حيث توفرت مؤشرات في

هذه الدراسة مثل التسجيل من أجل التصفح ومعلومات عن عدد المتابعين وخدمة

الإبلاغ عن امر

✓ صفحات الفايسبوك من اكثر التطبيقات توفر الادوات للتفاعل والاتصال وهذا ما

جعله اكثر المواقع انتشارا بين المستخدمين.

الاقتراحات و التوصيات:

- ✓ من خلال دراستنا التي قمنا بها هناك مجموعة من التوصيات التي نقترحها للارتقاء بمستوى صفحات الجامعات على موقع الفايسبوك
- ✓ وضع إخبار الجامعة على صفحة الفايسبوك باستمرار لكون المهتم على اطلاع دائم باخبار الجامعة و مختلف نشاطاتها
- ✓ وضع معلومات كافية ووافية لتجنب الاسئلة ووضع روابط لموقعها الالكتروني
- ✓ الرد على تساؤلات واستفسارات المتابعين أو المعجبين للصفحة بشكل منتظم وتقديم خدمة مرجعية للمتابعين بجميع أشكاله.
- ✓ محاولة القيام بدراسات تحليلية حول الصفحات الفايسبوكية الخاصة بالجامعات.

خاتمة

## خاتمة

وختاما نرى أن العلاقات العامة التفاعلية من الوظائف الأساسية في الجامعات الجزائرية فهي تعتبر همزة وصل بينها وبين جمهورها وتعمل على إحداث التكيف بين كل من الجامعة و جمهورها الذي يتعامل معها لما تقوم به من دور فعال و مؤثر وإحداث التجارب الفعالة من خلال الإهتمام برغبات ووجهة نظر الجماهير و نقلها لإدارة المؤسسة الجامعية وكذلك نقل اهداف وخطط ونشاطات المؤسسة الجامعية لجمهورها (أساتذة طلبة اداريين الجمهور الخارجي).

## قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع

- اسعداني سلامي، مساعد العلاقات العامة التفاعلية ،الصورة الذهنية للمؤسسة الإقتصادية مقارنة تنظيرية مجلة البحوث الاعلامي.
- بسام عبد الرحمان الشاقبة ،مناهج البحث العلمي و تحليل الخطاب ،اسامة للنشر و التوزيع عمان الاردن ط1.
- حسين شفيق ،الإعلام التفاعلي دار فكر وفن القاهرة ط1.
- حنان احمد سليم، العلاقات العامة في عصر الاعلام الرقمي، دار الكتاب الحديث ، مصر ط1.
- صالح عبد المعتمد ،ثقافة الخدمة التعليمية العامة ،مدونة عالم علم النفس.
- عبد الرحمان عبد الله ،أساسيات التدريس طرائق استراتيجيات ،مفاهيم تربوية ،دار الفيداء للنشر والتوزيع الاجتماعي دار اسامة للنشر و التوزيع ط1.
- عربي بومدين، دور الجامعة الجزائرية في التنمية المستدامة ،دراسة المواقع للجامعة الجزائرية المؤتمر العربي السادس ،لضمان جودة التعليم العالي جامعة السودان ط1.
- علي خليل شقرة ،الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار اسامة للنشر و التوزيع ط1.

- محمد محمد عبد الهادي بدري ،حقيبة تدريبية في مبرر مصادر المعلومات دورة مصادر المعلومات المملكة العربية السعودية ط1.
- أبو بكر مبروك الغزالي، العوامل المؤثرة على ممارسة العلاقات العامة في الشركات اليبية رسالة دكتوراة كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة و الاعلان جامعة القاهرة ط1.
- الحملاوي صالح عبد المعتمد، ثقافة الخدمة التعليمية العامة ،مدونة عالم علم النفس.
- السيد محمد سليم، الجامعة و الوظيفة الكبرى للعلم، مجلة الفكر العربي العدد2.
- بخلف رفيقة مجلة البحوث التربوية و التعليمية ،المدرسة العليا للاستاذة بوزريعة مخبر تعليم تكوين تعليمية المجلة.
- برادة عبد الرزاق، التحول الرقمي في الوسط الجامعي الجزائري ،الفكر المتوسطي الجزائر العدد2.
- رابح تركي ،اصول التربية و التعليم ،الديوان الوطني للمطبوعات الجزائر .
- شبل بدران ،احمد فاروق محفوظ، أسس التربية دار المعرفة الجامعية مصر ط6.
- صالح بن نوار ،علام فعالية المسلم المعاصر دار الكتب الثقافي في النشر و التوزيع و الدعاية ط1.

- علي تعوينات ،التعليمات البيداغوجية في التعليم العالي ،الملتقى الوطني الاول حول  
تعليمه المواد في النظام الجامعي ،مخبر تطوير الممارسات التقنية و التربوية.
- علي محمد العقاري ،المدائل النظرية في دراسة الاعلام الرقمي ،دراسة نقدية مجلة  
علوم الإعلام و الإتصال السودان المجلد 2.
- فاروق رضوان احمد، دراسات في العلاقات العامة في العصر الرقمي، دار اسامة للنشر  
و التوزيع الاردن ط1.
- فرحات يوسف شكري ،المعجم الإلبي عربي عربي، دار الكتب العلمية بيروت ط1.
- فضيلة تومي، تكنولوجيا الاتصال التفاعلية و علاقاتها بالبحث العلمي ،مجلة العلوم  
الانسانية عدد خاص.
- محمد الصيرفي ، التميز الإداري للعاملين في قطاع التربية و التعليم، مؤسسة حورس  
الدولية للنشر و التوزيع ط1.
- محمد منير حجاب ،المعجم الاعلامي دار الفجر الشرك القاهرة ط1.
- محمود محمد محفوظ ،و اخرون الموسوعة العربية السيرة المكتبة المصرية للنشر  
بيروت ط1.

- مصطفى زايد، التنمية الاجتماعية و نظام التعليم الرسمي بالجزائر، الديوان الوطني للمطبوعات .

- مهدي السائري، إدارة الجودة الشاملة في القاطعين الإنتاجي و الخدماتي ،دار جرير للنشر و التوزيع ط1.

- موريس انجلس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، تدريبات علمية نن بوزيد صحراوي واخرون دار القصة للنشر الجزائر ط2.

المراجع بالاجنبية

1karim gohammes relation les relation publiques sur web 2.0  
:vers de nouveaux models relationnels de rechareche doctorat de  
labortoire lasco luniversite catholique de louvain bruxelles la  
guerneedu groupe de contacte fnres\_ vendredi 17mai 2013.

2- Michaëlle d.hinson donald k an updated look at the impact of  
social media on public relation practice relation society of  
amirica paper presented to the internationale publice relatione  
research conference coral gable florida vol.3.no.2,spring 2009.

ملحق 01 دليل استمارة الدراسة التحليلية

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

دليل استمارة الدراسة التحليلية

بعنوان:

فاعلية العلاقات العامة التفاعلية عبر الفايسبوك في إدارة الخدمة البيداغوجية  
في الجامعة الجزائرية.

دراسة تحليلية لعينة من منشورات صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة 20 أوت  
1955 سكيكدة.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

من إعداد الطالبتين:

د.سلمى بن مليط

زيات نور الأمان

السنة الجامعية: 2023-2024

أولاً: البيانات الأولية الخاصة بصفحة القسم على الفايسبوك:

01	اسم الصفحة	
02	نوع الصفحة	
03	شعار الصفحة	
04	موقع الصفحة	
05	بلد الصفحة	
06	تاريخ نشأة الصفحة	
07	مدير الصفحة -الأدمن-	
08	لغة النشر في الصفحة	

## المحور الأول: البيانات الخاصة بفئات الشكل.

جدول رقم: يبين فئة اللغة المستخدمة في منشورات صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال على الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	اللغة المستخدمة
		اللغة العربية
		اللغة الفرنسية
		اللغة الإنجليزية
		المجموع

## جدول رقم 11:

يوضح فئة الألوان الموظفة في منشورات صفحة القسم على الفايسبوك:

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	الألوان الموظفة
		الأبيض
		الأسود
		الأزرق
		الأحمر
		المجموع

جداول رقم 12-13 توضح فئة الأشكال التي تعرض ضمنها المضامين المتعلقة بأنشطة العلاقات

العامة التفاعلية عبر صفحة الفايسبوك لقسم علوم الإعلام والاتصال:

جدول رقم 12: يبين نوع الوسائط المستخدمة في منشورات صفحة القسم على الفايسبوك:

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	الوسائط المستخدمة
		نص
		صور
		رسوم
		فيديو
		وسائط متعددة
		نص + صورة
		المجموع

جدول رقم 13: يوضح أشكال تفاعل الجمهور مع منشورات صفحة القسم على الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	التفاعل
		إعجاب
		مشاركة

		تعليق
		المجموع

جداول رقم 14-15 فئة مؤشرات وأبعاد التفاعلية المتعلقة بأنشطة العلاقات العامة عبر صفحة

الفايسبوك لقسم علوم الإعلام والاتصال:

جدول رقم 14: يوضح بعد الخيارات المتاحة.

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	بعد تعدد الخيارات المتاحة
		تعدد اللغة
		إستخدام الوسائط المتعددة
		إستخدام روابط ضمن المحتوى
		خدمة المساعدة
		المجموع

جدول رقم 15: يوضح بعد الجهد المبذول من قبل المستخدم.

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	بعد الجهد المبذول من قبل المستخدم
		التحديث
		تقديم معلمات حسب الطلب
		توفير محرك بحث

		توفير أرشيف الصفحة
		صفحات ذات صلة
		المجموع

جداول رقم 16-18: يوضح فئة الأدوات التي تحقق بعد الاستجابة لمستخدمي صفحة قسم علوم

الإعلام والاتصال عبر الفايسبوك:

جدول رقم 16: يبين بعد الاستجابة للمستخدم.

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	بعد الإستجابة للمستخدم
		سهولة الإتصال الرقمي
		وجود عنوان الكتروني
		وجود هاتف أو واتساب
		مواقع الويب وروابط مواقع التواصل الإجتماعي
		الرد على تعليقات الزوار
		غرف الدردشة والمحادثة
		خارطة موقع القسم في الكلية
		المجموع

جدول رقم 17: يوضح بعد إضافة معلومات أو رأي.

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	بعد إضافة معلومات أو رأي
		إضافة تعليق
		التعبير عن الإعجاب
		مشاركة وإرسال المحتوى
		وجود استطلاع رأي
		إضافة محتوى، نص، صورة، فيديو
		المجموع

جدول رقم 18: يوضح بعد الضبط والمراقبة.

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	بعد الضبط والمراقبة
		إستخدام الضبط والسيطرة من خلال حجب التعليقات السيئة
		خدمة الإبلاغ عن أمر
		التسجيل من أجل التصفح
		معلومات عدد المتابعين
		شروط وميثاق الخدمة
		المجموع

## المحور الثاني: البيانات الخاصة بفئات المضمون:

جدول رقم 19: يوضح فئة المضامين التي تعبر عن أنشطة العلاقات العامة التفاعلية التي تنشرها

صفحة قسم علوم الاعلام والاتصال عبر صفحتها في الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	فئة المواضيع	
		ليسانس	مواضيع خاصة
		ماستر	بتسجيلات قسم علوم
		دكتوراه	الإعلام والاتصال
		مواضيع خاصة بالطعون	
		ماستر	مواضيع خاصة بقوائم
		دكتوراه	المقبولين
		مواضيع خاصة بالامتحانات الجامعية	
		ملتقيات	مواضيع خاصة
		ومؤتمرات	بالنشاطات العلمية
		دعوة	
		لاحتفالات	
		مسابقات	
		دورات تكوينية	

		اجتماعات	مواضيع خاصة
		منح تربص	بالأساتذة
		ترقيات	
		تهنئة	مواضيع خاصة
		تعزية	بالأحوال الاجتماعية
		أدعية	
		دينية	مواضيع خاصة
		وطنية	بالمناسبات
		متفرقات	
			مواضيع خاصة بالإدارة والتنظيم

جدول رقم 20: يوضح فئة الأهداف من منشورات صفحة قسم علوم الاعلام والاتصال على الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	فئة الأهداف
		إعلام
		إرشاد وتوجيه
		تذكير
		تثقيف
		المجموع

جدول رقم 21: يوضح فئة الجمهور المستهدف من منشورات صفحة قسم علوم الإعلام والاتصال على الفايسبوك:

النسبة المئوية	التكرار على صفحة الفايسبوك	فئة الجمهور المستهدف
		طلبة قسم
		طلبة الجدد
		علوم
		طلبة ليسانس
		الإعلام
		طلبة ماستر
		الاتصال
		طلبة دكتوراه
		الأساتذة
		الأساتذة الدائمين
		الأساتذة المؤقتين
		الإداريين والعمال المهنيين
		جمهور خارجي* لا يمثلون طلبة القسم*
		المجموع