

واقع الخدمة العمومية على الحسابات الرسمية للمؤسسات الحكومية الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة وصفية تحليلية لحساب وزارة الشباب والرياضة الرسمي على منصة اكس

The reality of public service on the official accounts of Algerian public government institutions on social networking sites

A descriptive and analytical study of the official account of the Ministry of Youth and Sports on the X platform

ابراهيم ساهي<sup>1</sup>، رضوان بوقرة<sup>2</sup>

1 مخبر بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، جامعة محمد بوضياف -المسيلة (الجزائر) ibrahim.sahi@univ-msila.dz

2 مخبر بحوث ودراسات في الميديا الجديدة ، جامعة محمد بوضياف -المسيلة- (الجزائر) radouane.bougouerra@univ-msila.dz

تاريخ الاستلام: 2024/01/10 تاريخ القبول: 2024/03/11 تاريخ النشر: 2024/06/01

الملخص:

تعمل هذه الدراسة على ابراز واقع الخدمة العمومية المقدمة من طرف المؤسسات العمومية الجزائرية، والتي تستهدف الشباب والجمهور الرياضي في عصر الويب 2.0 الذي ظهر بفضل الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي ابرزها منصة اكس (X)تويتر سابقا ،وعملت الدراسة على مسح محتوى الحساب الرسمي لوزارة الشباب والرياضة الجزائرية على موقع تويتر باستخدام اداة تحليل المضمون التي استنتقت المناشير التي شاركها الحساب ، من اجل الكشف عن طبيعة الخدمة العمومية التي تريد وزارة الشباب والرياضة تقديمها.

الكلمات المفتاحية: الخدمة العمومية، مواقع التواصل الاجتماعي، منصة اكس X ، وزارة الشباب والرياضة، الجزائر.

ABSTRACT

This study aims to highlight the reality of public service provided by Algerian public institutions, targeting youth and sports enthusiasts in the era of Web 2.0, which has witnessed the emergence of various social media platforms, notably x The study focused on analyzing the content of the official Twitter account of the Algerian Ministry of Youth and Sports, using a content analysis tool to examine the posts shared by the account in order to uncover the nature of the public service the ministry intends to provide.

**Keywords:** Public service social media, platform x , Ministry of Youth and Sports, Algeria.

المؤلف المراسل: ابراهيم ساهي البريد الإلكتروني للمراسل: ibrahim.sahi@univ-msila.dz

## 1. مقدمة:

يكتسب الاتصال اهمية كبيرة في المجتمعات، فالكثير من الممارسات الاتصالية تعتبر مهمة جدا، نظرا للدور الذي تلعبه في محاربة السلوكيات السلبية، وما تقدمه من خدمات حيوية ومصالح استراتيجية مبرمجة ضمن برامج وسياسات لها غايات واهداف تسطرها المؤسسات والهيئات المختلفة، التي عملت على تكيف الممارسة الاتصالية مع متطلبات عالم اليوم الذي اصبح يتميز بالسرعة الفائقة واللامكانية واللازمانيّة نتيجة التطورات التكنولوجية الماهرة. ومن بينها الويب 2.0 الذي ظهر في تسعينات القرن 20، و سمح بظهور مواقع التواصل الاجتماعي، التي باتت اسلوب يستخدمه الافراد ومختلف المؤسسات الخاصة والعمومية في الترويج لأنشطتها وتقديم خدماتها المختلفة الموجهة لجمهورها في كل الأوقات

### الإشكالية:

تسعى الدولة الجزائرية الى تقديم خدمة عمومية لمواطنيها عبر مؤسساتها المختلفة التي تتعامل مع جمهور، فهي تسعى الى خدمته بكل الطرق المتاحة. بل تسعى الى تبني طرق مبتكرة لتقديم خدمة عمومية جادة وجيدة ترضي المواطن، ولتحقيق ذلك استثمرت الدولة الجزائرية من خلال مؤسساتها المختلفة في التكنولوجيا والانترنت من اجل تحسين جودة الخدمة العمومية وأصبحت تقدم الكترونيا، وسمح هذا للإدارة الجزائرية من تجاوز هاجس المكان والزمان، حيث أصبحت ترافق المواطن خارج أوقات عملها المعتادة وبعيد عن مقرها، خاصة فيما يتعلق بالخدمات العمومية التي تقدم المعلومات والجوانب الاتصالية المختلفة للمؤسسة، ولعل اهم تقنية ظاهرة وبارزة لدى المؤسسات العمومية بصفة عامة والمؤسسات العمومية الرياضية والشبابية التابعة لوزارة الشباب والرياضة هي مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة كالفيس بوك واليوتيوب ومنصة اكس (تويتر سابقا) التي يعتبر استخدامها حديث لدى الإدارة العمومية الجزائرية، وهذا ما تجسده تجربة حساب وزارة الشباب والرياضة على منصة اكس (تويتر سابقا)

ومن هذا المنطلق نطرح الإشكالية التالية: ما هو واقع الخدمة العمومية على الحسابات الرسمية للمؤسسات العمومية الجزائرية في مواقع التواصل الاجتماعي؟  
أسئلة الدراسة:

- كيف تقدم وزارة الشباب والرياضة الخدمة العمومية عبر حسابها على منصة اكس ؟

- ما مدى مراعاة حساب وزارة الشباب والرياضة لمبادئ الخدمة العمومية ؟  
- ماهي اهداف حساب وزارة الشباب والرياضة ؟  
اهمية الدراسة:

- تكمن اهمية الدراسة في كونها تعمل على دراسة ظاهرة مهمة جدا للمجتمع.  
- كما تتمثل اهمية الموضوع كونه حديث يتناول استخدام مواقع التواصل في تقديم الخدمة العمومية

- موضوع الدراسة حديث في الجزائر.  
2,1 اهداف الدراسة:.

- تهدف الدراسة الى التعرف على طريقة تقديم الخدمة العمومية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي,

- معرفة مدى احترام الحساب الرسمية لوزارة الشباب والرياضة لمبادئ الخدمة العمومية المقدمة من خلال مواقع التواصل.

- الاطلاع على الجهود المبذولة من وزارة الشباب والرياضة في تقديم الخدمة العمومية.

الجانب التطبيقي

الطرق المنهجية المتبعة :

نوع الدراسة :

تصنف دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التي تستخدم في التعرف على وسائل الاعلام وعلى مضامينها المختلفة. وهذا النوع من الدراسات يعمل على دراسة الوضع الراهن للظاهرة ووصفها بشكل كامل ودقيق، من خلال الحصول على المعلومات الكافية والدقيقة حول الموضوع محل الدراسة، والتعرف على فئات الظواهر، او اصناف العناصر المكونة للظاهرة، وحتى طبيعة العلاقات بين مكونات الظاهرة. وإلى جانب عملية جمع البيانات تعمل الدراسات الوصفية على تصنيف البيانات، وتفسيرها تفسيراً شاملاً، من اجل استخلاص النتائج التي يمكن تعميمها على المواقف المدروسة. (بن مرسلي، 2005، صفحة 50)

## المنهج المسحي:

يعتمد الباحث على المنهج المسحي في الدراسة، الذي يعد أساسيا في الدراسات الوصفية الاستكشافية، ويُمكن المنهج المسحي من التعرف على المعلومات الدقيقة، من خلال تجميع البيانات والحقائق عن افراد في مؤسسة او منظمة او على وثائق او اشربة او اي محتوى في حامل حاضرا او مستقبلا، كما يؤدي الى صياغة مبادئ هامة في المعرفة، ويساعد على اكتشاف العلاقات بين الظواهر المختلفة من اجل تفسيرها وتعميم النتائج، فهو حسب "هويتني" محاولة منظمة لتحليل واكتشاف الوضع الراهن لجماعة اونظام اجماعي او نسق من السلوكيات، ويعرفه "مورس" بأنه منهج لدراسة وتحليل مشكلة او موقف باتباع طريقة علمية منظمة (تمار، 2018، صفحة 65)

وللمنهج المسحي عدة انواع تتحدد وفق غاية وهدف المسح، وتتعدد طرق المسح بتعدد مجالات الإعلام والاتصال، واهم انواع المسوح في هذا المجال هي: مسح جمهور وسائل الاعلام، مسح الراي العام، مسح وسائل الاعلام، المسح الاجتماعي، مسح اساليب الممارسة الاعلامية، ومسح المحتوى. (تمار، 2018، صفحة 67)

و في دراستنا نستعين بنوع مسح المحتوى، مستخدما أداة تحليل المحتوى التي تساعدنا على معرفة مضمون الرسالة الإعلامية.

## أداة البحث:

هي الوسيلة التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات والمعلومات المستهدفة في الدراسة، وضمن استخدام منهج معين او اكثر. (بن مرسل، 2005، صفحة 107)

ونعتمد في دراستنا على اداة تحليل المضمون، التي تعد تقنية تطبق على مادة مكتوبة مسموعة او سمعية بصرية، التي تصدر عن افراد او جماعات... تسمح بإجراء سحب كمي او كيفي . (انجرس موريس، 2006، صفحة 218)

وفي مجال دراستنا نستخدم بأداة تحليل المضمون من اجل استنطاق منشورات الحساب الرسمي لوزارة الشباب والرياضة على موقع تويتر، للتعرف على واقع الخدمة العمومية المقدمة في مجال الرياضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتُقسم الفئات الى ما يلي :

ماذا قيل ؟ ونحاول من خلالها تحديد فئة القيم، فئة الاهداف، فئة المصدر فئة وكما اعتمدنا على فئات تحاول الاجابة على كيف قيل؟ والتي نحاول من خلالها وصف الشكل واقسام التفريدة واللغة.

ويمكن ان نتحدد وحدات التحليل في مجال دراستنا: وحدة الفكرة من اجل فهم المعاني المتضمنة ووحدة الموضوع لحساب المواضيع التي يحملها المحتوى ، وكذا وحدة الفقرة ، ( تمار.2018ص 114، 150) .

### مجتمع البحث والعينة:

مجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة التي تعرف بانها عناصر او وحدات البحث وتمثل الجزء الاساسي المكون للمجموع البحثي، فهو عبارة عن مجموع محدود يمكن تحديد حجمه الحقيقي كأعضاء مدرسة او مؤسسة ما. و غير محدود لا يمكن ان يصل الباحث الى حجمها الحقيقي نظرا لاتساعها كجمهور وسيلة اعلامية على المستوى الوطني او الدولي، (بن مرسل، 2005، صفحة 166)

ويتقسم مجتمع البحث الى: مجتمع كلي المستهدف بالدراسة والذي تعمم عليه النتائج، ولا يمكن دراسته لشاسعته .

المجتمع المتاح وهو العدد المتوفر من المجتمع الكلي، و تُسحب منه مفردات الدراسة منه (تمار، 2021، صفحة 151)

ويمثل المجتمع الكلي في دراستنا جميع الحسابات الرسمية للمؤسسات الرياضية العمومية الجزائرية

ويمثل المجمع المتاح الحساب الرسمي لوزارة الشباب والرياضة على تويتر.

وتم تحديد مجالات البحث نظرا لصعوبة دراسة كل الجوانب والموضوعات المرتبطة بالظاهرة المدروسة. (عبد الحميد، 2000، صفحة 44)

وحددت مجالات دراستنا كالآتي هي:

المجال المكاني: الحساب الرسمي لوزارة الشباب و الرياضة الجزائرية على منصة اكس (تويتر سابقا)، كونها اعلى سلطة رياضية في الدولة الجزائرية وتشرف على تسير كل المنشآت الرياضية العمومية في الجزائر.

المجال الزمني: ايام الاحداث الرياضية الكبرى ذات الاهتمام الوطني التي تستضيفها المنشآت الرياضية في الجزائر ايام استضافة كأس افريقيا للمحليين (الشان)،

العب البحر الابيض المتوسط بواهران 2022 ، ايام مقابلات المنتخب الوطني الجزائري لكرة القدم ومختلف المناسبات الرياضية الوطنية الكبرى، التغريدات التي تتناول جائحة كورونا والعب الرياضية العربية في الجزائر 2023.

الحدود الموضوعية: طبيعة الخدمة العمومية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

اعتمدنا في دراستنا على المعاينة الغير احتمالية التي يتدخل الباحث في اختيار مفرداتها، لا تسمح لكل المفردات بالظهور، و تقوم في الاختيار على افتراضات متعلقة بمجتمع الدراسة، ويلجئ اليها الباحث عادة في الدراسات المكلفة او الدراسات الاستطلاعية، ويتم اختيار مفردات البحث وفق معايير قد تضمن ان تكون العينة ممثلة نسبيا ووفق اهداف. (دليو، 2015، صفحة 82)

ويلجئ الباحث الى هذا النوع عندما يصادف صعوبات في تطبيق العينات الاحتمالية، كعدم امكانية الحصول على بيانات خاصة، وعدم قدرة الباحث على تحديد حجم او طبيعة مجتمع البحث وحصره. فهي لا تعطي الفرصة لكل المفردات في الظهور. فالباحث هو من يحدد حجم العينة ويضع مواصفات ومعايير اختيار العينة بشكل يناسب الاشكالية واهداف الدراسة، فهي تقوم على الاختيار العقلاني (تمار، اصول تحليل المضمون وتقنياته، 2018، صفحة 97)

ونلجئ الى هذا النوع من المعاينات في بحثا لصعوبة حصر مجتمع البحث كونه لا يتم النشر بشكل يومي منتظم، وكذا تركيزنا على الاحداث الكبرى ذات البعد الوطني او الدولي، والتي تجذب اهتمام معظم الجمهور الجزائري.

واعتمدنا على العينة القصدية العمدية : التي يلجئ اليها الباحث لاختيار وحداتها بشكل مقصود، بناء على معرفته لمجتمع البحث وبالطريقة التي تخدم اهداف بحثه (تمار، اصول تحليل المضمون وتقنياته، 2018، صفحة 98)

#### المفاهيم الاجرائية:

الخدمة العمومية: هي تلك الخدمة التي تقدم مجانا ودون تمييز، بغرض خدمة الصالح العام.

مواقع التواصل الاجتماعي: هي المواقع الالكترونية التي تتيح لجميع الافراد والمؤسسات امكانية فتح حساب عليها، وتتيح امكانية مشاركة الانشطة المختلفة ، كما توفر امكانية التفاعل مع مختلف المنشورات.

الحسابات الرسمية: هي تلك الحسابات التي تنشئها المؤسسات الرسمية في الجزائر وتصبح احدى قنوات الاتصال الرسمية لديها للتواصل مع جمهورها، وتعمل المؤسسات عبرها على تقديم خدماتها وتروج لأنشطتها المختلفة. المنشورات: هي كل النصوص والصور او الفيديوهات او أي محتوى يتم نشرها عبر الحساب الرسمي لوزارة الشباب والرياضة على موقع تويتر.

2. الخدمة العمومية:

## 1.2 مفهوم الخدمة العمومية:

يعرف كوتلر وارمسترونغ (kotler et Armstrong) الخدمة: على انها نشاط او منفعة تقدمها جهة او طرف لطرف اخر، وهي غير ملموسة ومحسوسة ، ولا يترتب عنها التملك. الخدمة العمومية : هي محصلة للنشاط التي تقوم بها المنظمات العمومية التابعة الدولة في الغالب، ولا يوجد تعاريف دقيقة لمفهوم الخدمة العمومية . ويرتبط تعريفها في الغالب بالصالح العام وهي تمثل ذلك للمجتمع من خلال الاستجابة لحاجته العامة.

او ترتبط بالسياسة الحكومية والسلطات العامة التي تعمل على تقديم خدمات ذات طابع نفعي

تعتبر الخدمة العمومية نشاط يهتم بالفائدة العامة، وتقوم بتقديمها السلطة العمومية بطريقة مباشرة او غير مباشرة، وذلك لحل مشاكل المستخدمين من خلال توفير المعلومات وتحفيزهم على القيام بأعمال ترجع بالفائدة على المجتمع (رغيس، 2020، صفحة 310)

فالخدمة العمومية هي أحد اوجه نشاط المرفق العام، وتمثل الخدمة العمومية ما يقدمه الجهاز الاداري من أنشطة وخدمات لفائدة كل افراد المجتمع من اجل تلبية كل حاجياتهم.

وهي العلاقة التي تجمع بين الادارة العامة والمواطنين من خلال تلبية الحاجات المختلفة للأفراد. (بن توكي، 2020، صفحة 91)

فالخدمة العمومية هي تلك الخدمة التي تقدمها الدولة من خلال مؤسساتها وهيئاتها او موظفيها عن طريق مختلف النشاطات، انطلاقا من وجود حاجة يجب ان يتم تلبيتها وتخضع الخدمة لمبادئ محددة وهي:

المساواة: التعامل مع كل المواطنين الذين يطلبون الخدمة بمساواة وفقا لشروط القانون المنظم لها.

الاستمرارية: يعني عدم انقطاع تقديم الخدمات ذات المنفعة العامة التي يحتاجها المواطنون

التكيف: بمعنى التوافق مع الحاجات الاجتماعية التي تخدم الصالح العام، وهو ضرورة لتطوير الخدمة العمومية من خلال تنظيمها او تأديتها بطريقة تتماشى مع كل مرحلة لتحقيق رضى أكبر عدد من المرتفقين. (جعفري، 2021، صفحة 86)

علاقة عدم البيع: هي الخدمات العمومية التي تقدم من طرف المؤسسات العمومية بالمجان او مقابل مبلغ رمزي يدفعه المرتفق في صورة رسم او ضريبة ولا ينتج عن هذه العملية ربح. (طالة ، 2020، صفحة 112)

## 2.2 الخدمة العمومية الالكترونية E-service

هي تشير الى تقديم الخدمة عبر الانترنت ويعبر حرف E عن الكتروني وكلمة service عن خدمة. وقد تتضمن الخدمة الالكترونية التجارة الالكترونية ذات اهداف ربيحة، كما تتضمن خدمات غير تجارية توفرها الحكومة وعلى هذا الاساس تعرف عملية على انها نقل الوثائق والمعلومات الى العنوان الالكتروني لطالب الخدمة. والخدمة الالكترونية شكل من اشكال الخدمة الذاتية حيث يخدم طالب الخدمة نفسه بنفسه عن طريق التفاعل الالي والمتبادل بينه وبين الالة بدلا من تقديم الطلب للموظف او الاتصال به عبر الهاتف للمساعدة والاستفسار. (نوي، بودوشن، وغربي، 2018، صفحة 132)

## 3. مواقع التواصل الاجتماعي

### 1.3 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي (Social Media):

هي مختلف الشبكات الافتراضية الموجودة على شبكة الإنترنت، وتتيح وسائل التواصل الاجتماعي للجماهير امكانية التواصل وتبادل النقاشات في مختلف المواضيع السياسية،



الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية....، ولهذه المواقع اطار عام للعمل ، فبعضها يتيح امكانية التعرف على اصدقاء وتكوين الصداقات المحلية والعالمية. في حين تتيح اخرى امكانية تحميل ملفات فيديو مصورة حول موضوع ويتفاعل المشتركين حوله بشكل واسع. (رضا، 2015، صفحة 108)

وتتنوع هذه الشبكات ومن ابرزها موقع يوتيوب فيس بوك انستغرام تويتر....  
ظهر موقع تويتر سنة 2006 على يد جاك درزي Jack Dorsey و بيزستون Biz stone  
ايفان ويليامز Evan Williams. وهي خدمة اطلقتها شركة Obvious التي تتخذ من  
مدينة سان فرانسيسكو مقرا لها. في سنة 2007 قامت بفصل الموقع في شركة مستقلة  
تحت اسم تويتر Twitter. (هتيمي ، 2015، صفحة 80)

يتخذ موقع تويتر من لوغو العصفور الازرق رمز له ويأخذ تسميته من مصطلح تويتر  
التي تعني في اللغة العربية التغريدة (الشاعر، 2015، صفحة 64)  
ويقدم هذا الموقع خدمة التدوين المصغر من خلال ارسال تحديثات (Tweets) عن طريق  
موقع تويتر او رسائل نصية قصيرة او برامج محادثات فورية، و ما يميز التغريدات انها  
محدودة لاتتجاوز 140 حرف، هذا ما جعل له اهمية اخبارية متزايدة. (بلخيري، 2014،  
صفحة 51)

تغير تسمية الموقع من تويتر الى منصة اكس (x): هي احد مواقع التواصل  
الاجتماعي التي تقوم على اتاحة فرصة التواصل وبناء العلاقات بين المستخدمين  
لاشباع حاجاتهم المادية الاجتماعية او حتى النفسية والعملية، ويتم التواصل فيعبر  
الاحرف او الصور او الرموز او مقاطع الفيديو، وغير اسم المنصة من تويتر الى منصة  
اكس (x) في جويليا 2023 (الجيني، 2023، صفحة 129)

يتميز موقع تويتر بـ:

- تتميز رسائله او مدوناته المصغرة بسهولة النشر والاختصار والمباشرة والتركيز نظرا لمحدوديتها.
- السرعة في نشر الاخبار والمعلومات على الشبكة، فبمجرد الكتابة على الحساب يصبح بإمكان اي مستخدم الاطلاع على ذلك.

- يتيح امكانية التواصل بالرسائل SMS بين الاصدقاء من خلال تفعيل رقم الهاتف عبر الموقع ويمكن ضبط ذلك وفق الوقت الذي يريده المستخدم.
- يوفر امكانية متابعة اخبار الصحف، المواقع الاخبارية المدونات عبر خلاصات RSS دون الحاجة الى زيارة المواقع على حدى.
- توفر خاصية السرعة فيه امكانية التسويق والترويج للمنتجات والخدمات. (شقرة، 2014، صفحة 76)

ينقسم المستخدمون على موقع تويتر الى ثلاثة انواع رئيسية هي:

- 1- مصدر المعلومات: يحدث هذا المستخدم الاخبار بشكل مستمر ومنتظم كما ينشر معلومات قيمة ، ويتابعه عدد كبير من المستخدمين.
- 2- الاصدقاء: وتندرج معظم العلاقات على موقع تويتر ضمن هذه الفئة.
- 3- الباحث عن المعلومات: وهو المستخدم الذي يتابع الحسابات الاخرى بشكل منتظم من اجل الحصول على المعلومات .

اغراض استخدام موقع تويتر:

- المشاركة مع الاخرين / التعليق على الاخبار والاحداث المنشورة / التعليق على رسائل الاخرين / توجيه الاسئلة للمستخدمين / اتاحة الفرصة لكل المستخدمين للترويج للأراء والنفس (المشهداني و العبيدي، 2020، الصفحات 100-101)
- سلبيات تويتر:

المساحة المحدودة للنشر والتحديث، وهذا لا يسمح ببناء علاقات اجتماعية وصدقات.

- يمكن لسرعة النشر وسهولته ان تسبب ادمان الاستخدام من خلال متابعة اخبار الاحداث، الشخصيات والاصدقاء، التي قد لا تفيد المتابع ولا تعنيه. (شقرة، 2014، صفحة 77)

2.3 سمات مواقع التواصل الاجتماعي:

التفاعلية/تحديد المستفيد: /قابلية التحويل و التوصيل / التحديث المستمر:

( حيدر، 2018، صفحة 30)

العالية او الكونية/الفورية او سرعة الاستجابة: وسرعة الوصول للأخبار

(المشهداني و العبيدي، 2020، صفحة 78)

تفتيت الجمهور: حيث يمكن ارسال رسالة في على حدى لكل فرد من الجمهور، وفي الوقت المناسب./ اللامكانية/تغير سلوك الاستخدام: يتطلب استخدامها درجة من الانتباه والفاعلية على عكس وسيلة التلفزيون والراديو التي اغلب استخدامها يكون سطحي./قلة التكلفة (هتيمي ، 2015، الصفحات 68-69)

4. الجانب الميداني للدراسة:

الجدول 1: البطاقة التقنية لحساب وزارة الشباب والرياضة على موقع تويتر

المؤسسة	وزارة الشباب والرياضة الجزائرية
الجهة التي تشرف على الحساب	خلية الإعلام والاتصال
الموقع الالكتروني	<a href="https://www.mjs.gov.dz/index.php/ar">/https://www.mjs.gov.dz/index.php/ar</a>
رابط الحساب	<a href="https://twitter.com/i/flow/login?redirect_after_login=%2Fmjs%3Falg%3Ddar">https://twitter.com/i/flow/login?redirect_after_login=%2Fmjs%3Falg%3Ddar</a>
البريد الالكتروني	contact@mjs.gov.dz
رقم الهاتف	24 24 51 023
تاريخ فتح الحساب	2019
عدد المتابعين	79893متابع في جويلية 2023
معرف الحساب	@MJSAlgerie

المصدر: من اعداد الباحثين

## فئات الشكل:

الجدول 2: يبين نوع حامل المنشور

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الحامل
71.6%	63	نص + صور
10.2%	09	فيديو + نص
9.1%	08	نص في شكل صور
5.7%	05	نص
3.4%	03	فيديو
100,0%	88	المجموع

يشير الجدول رقم (02) الى نوع الحامل الذي اعتمد عليها حساب وزارة الشباب والرياضة، حيث حل في المرتبة الاولى من النوع صور متنوعة + نص بمعدل (63) تكرار ونسبة ( 71.6% واعتمدت عليه بشكل كبيرا نظرا لعمليته الكبيرة كونه يؤدي المعنى التام باختصار ومع مراعاة الشروط التي يضعها موقع تويتر ، حيث يجيب على الاسئلة التي تتبادر الى ذهن المتابع (من ، متى ، اين ، ماذا ، لماذا ، كيف، كم) واستخدم في بعض الحوامل بعض الروابط التشعبية التي تحيل المستخدم الى مصادر التغريدة او مواقع اخرى،

في حين حل حامل نص + فيديو قصير في المرتبة الثانية بعدد تكرار (09) ونسبة ( 10.2% لتنشر التقارير التلفزيونية التي تناولت نشاط وزارة الشباب والرياضة وقراراتها كما تعمل ايضا على تثقيف الجمهور.

اما في الرتبة الثالثة جاءت النصوص في شكل صور بعدد تكرار (08) ونسبة (9.1%) وتم الاعتماد عليه لنقل صور البيانات الرسمية التي تصدر عن الوزارة حيث تحمل هذه البيانات ختم الوزارة الذي يعبر عن رسمية القرارات وقانونيتها.

في حين جاءت تغريدة في شكل نص بنسبة (5.7% وعدد تكرار (05) لتنقل بعض الاخبار و التهاني وتضامن السلطات العليا بشكل مباشر ومختصر. اما في المرتبة الاخيرة والسادسة فقد حل تغريدة في شكل فيديو بعدد تكرار (03) ونسبة (3.4% والمثير للانتباه في كل الحوامل هو استخدام الصورة الرقمية الثابتة او المتحركة بشكل كبير جدا، وهذا نظرا لسهولة استخدام كاميرات التصوير الرقمي التي تتوفر على برمجيات تساعد على ضبط الصور أوتوماتيكيا كما تتيح للمصور امكانية تعديل الصور ورؤية الصورة النهائية في مكان الحدث وبسرعة فائقة ، وما يميز ايضا هو قلة التكلفة الاستخدام. كما اصبحت تمثل ثقافة ولغة في العصر الرقمي، حيث اصبحت تترك اثر كبير في الذاكرة الثقافية المتعلقة بالأحداث، فالصورة تحيط بحياة البشر في كل مكان وزمان فالصورة اصبحت عنصرا اعلاميا وظيفيا تساهم في التعبير عن الاخبار الاحداث الافكار المواقف الآراء و الارشاد والتوجيه، فهي لغة خطاب تساهم في توضيح الافكار والمعلومات (ال سيد الشيخ ومرتاض نفوسي، 2022، الصفحات 55-56)

### الجدول 3: يبين نوع لغة المنشور

اللغة	عدد التكرارات	النسبة المئوية
اللغة العربية فصحي	84	95.5%
اللغة الفرنسية	03	3.4%
اللغة العربية + فرنسية	01	1,1%
المجموع	88	100,0%

يوضح الجدول رقم (03) هيمنة اللغة العربية الفصحى في تغريدات حساب وزارة الشباب والرياضة وبلغ عدد تكرارها (84) ونسبة 95.5%)، ويعتمد الحساب عليها اللغة العربية لأنها اللغة الرسمية للبلاد بموجب المادة الثانية من دستور 2020، وتم الاعتماد عليها لأنها اللغة التي يفهمها و يقرأها كل الجزائريون، كما تتميز عباراتها من الناحية الشكلية بالوضوح البساطة والاختصار والسلامة اللغوية ،لكي يفهمها كل الافراد مهما اختلفت مستوياتهم التعليمية والثقافية.

في حين استخدمت اللغة الفرنسية (03) مرات وبلغت نسبتها (3.4%) وتم الاعتماد عليها في نشر بعض البيانات او انشطة المؤسسات الرسمية ذات الاهمية القصوى وذات البعد الدولي كألعاب البحر المتوسط و الاجراءات التي اتخذتها السلطات لمجابهة وباء كورونا ، وتم الاعتماد عليها ايضا لضمان المساواة في تقديم الخدمة العمومية نظرا لوجود الكثير من وسائل الاعلام الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية ك Canal . El-Watan . . . . . والتي يمكن لها ان ترجع وتعتمد على الحساب الرسمي للوزارة على تويتر كمصدر .

في حين تم الاعتماد على اللغة العربية + اللغة الفرنسية في منشور واحد (01) وبنسبة (1,1%) وتم الاعتماد عليها لنقل ما تناولته وسائل الاعلام الجزائرية الناطقة باللغة الفرنسية حول قرارات الوزارة.

#### الجدول 4: يبين عدد اجزاء المنشور

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الحامل
87,5%	77	واحد
8%	07	جزئين
4,5%	04	ثلاثة
100%	88	المجموع

يشير الجدول اعلاه الى نوع التغريدة من ناحية، حيث بلغ تكرار نوع ذات الجزء الواحد (77) ونسبة 87,5% وتميزت لغة فيها بالاختصار والمباشرة، والوضوح، وعمل القائم بالاتصال على تكيف مناسيره مع شروط موقع تويتر الذي لا تتجاوز عدد حروف التغريدة الواحدة 140 حرف، كما يخدم الاختصار كثيرا المستخدم الذي وفرت له التكنولوجيا امكانية اختيار المحتوى الذي يريد وبالشكل الذي يحب بحركة اصبع واحد على الشاشة.

في حين حلت التغريدات التي تتكون من جزئين في المرتبة الثانية بتكرار (07) ونسبة (8%) واستخدمت هذه التغريدات من اجل تقديم معلومات واضحة وكاملة حول المواضيع المختلفة وعملت القائم بالاتصال على ربط اجزاء التغريدات بشكل منظم وعملي يساعد على المستخدم على القراءة بشكل مفهوم وسهل

وحتلت في المرتبة الثالثة التغريدات ذات ثلاثة اجزاء بعدد تكرار (04) ونسبة (4,5%) واستعانت هذا النوع بمساحة اكبر على موقع تويتر من اجل تقديم المعلومات المفيدة بشكل كامل، ועל الرغم تقسم التغريدة الواحدة الى اكثر من جزء تبقى مختصر سهلة القراءة تستغرق ثواني معدودة وعمل القائم بالاتصال على اختصار المعلومات بشكل كبيراً نظراً لطبيعة المستخدم وما اتاحته التكنولوجيا،

فدماغ المستخدم الرقمي تغير وبات ينفر من المحتويات الطويلة التي تتطلب تركيز لفترة طويلة، وبات يحدد المختصر والقصير الذي لا يتطلب التركيز الكبير (Nadella, 2015, p. 5)

وبناء عليه عمل القائم بالاتصال على مراعاة هذه الطبيعة من اجل جذب دماغ المستخدم، وحرصها على اقبال المعلومات التي تهدف الى خدمة الصالح العام بطرق بكل الطرق والاساليب المتاحة.

فئات المضمون

الجدول 5: يبين نوع مصدر المنشور

النسبة المئوية	عدد التكرارات	المصدر
64.8%	57	حساب وزارة الشباب
12.5%	11	بيانات رسمية
12.5%	11	الحسابات الاخرى
10.2%	09	وسائل الاعلام
100%	88	المجموع

يوضح الجدول اعلاه مصادر المناشير، حيث جاء حساب وزارة الشباب والرياضة في المرتبة الاولى بعدد تكرار (57) ونسبة (64.8%) ويدل هذا على التواجد الميداني للقائم بالاتصال وجدية العمل، والحرص على الاحاطة بما يجري من اجل نشر معلومات رسمية يمكن الوثوق فيها واعتمادها كمصدر رسمي في نقل الاخبار، كما تحرص الوزارة على

تغطية انشطتها المختلفة و التعريف بخدماتها المتخلفة بنفسها من خلال الاستعانة بما تتحه مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا كله يساهم في تقديم خدمة عمومة مكتملة .

وجاءت البيانات الرسمية والحسابات الرسمية على موقع تويتر في المرتبة الثانية بعدد تكرار (11) ونسبة (12.5%) كمصدر لتغريدات الحساب،

حيث صدرت البيانات الرسمية عن خلية الاعلام والاتصال لوزارة الشباب والرياضة، وحرص القائم بالاتصال على اصدقاء الطابع الرسمي لتغريداته، فمن خلال مرئية البيانات الصادرة عن الوزارة عملت على تعزيز الشفافية، وضمان حق الوصول الى المعلومة. من اجل تقديم خدمة عمومية ذات جودة.

فيما شملت الحسابات الرسمية الاخرى على موقع تويتر (حساب رئيس الجمهورية، مصالح الوزير الاول، حساب وزير الشباب والرياضة)، وتم الاعتماد عليها كمصادر لنشر القرارات المهمة المتعلقة بمصلحة البلاد وقطاع الشباب والرياضة، او لنقل الانطباعات والتفاعلات مع قطاع الشباب والرياضة، ويدل هذا على انسجام وارتباط القرارات بين مختلف المصالح الرسمية في الجزائر، ويعزز هذا صورة الحكومة، و يعزز ثقة المواطنين في قرارات وعمل الدولة التي تقدم خدمات عمومية منسجمة غايتها تحقيق الصالح العام.

في حين جاءت وسائل الاعلام كمصدر في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (09) ونسبة (10.2%) ونشر الحساب المضامين الاعلامية التي تتناول مختلف أنشطة القطاع و قرارات وتصريحات وزير الرياضة الذي يعتبر المسؤول الاول على القطاع، ويدل هذا على ثقة الادارة الرسمية بعمل وسائل الاعلام الجزائرية، ورضاها عما ينشر حولها، وهذا كله يرتبط بعملية التكامل بين مختلف القطاعات في تقديم خدمات تصب في الصالح العام.



الجدول 6: يبين موضوع المنشور

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الموضوع
65.9%	58	رياضي
15.9%	14	صحي
9.1%	08	اجماعي
6,8%	6	امني سياسي
2.3%	2	سياحي
100%	88	

يوضح الجدول رقم (06) طبيعة المواضيع التي تناولها حساب وزارة الرياضة، وحلت المواضيع الرياضية في المرتبة الاولى بمعدل تكرار (58) ونسبة (65.9%) وجاء هذا نظرا لطبيعة الوزارة كونها تهتم بالرياضة

كما تعمل الوزارة على الالتزام بما ينص عليه المرسوم التنفيذي رقم 16-85 مؤرخ 21 جمادى الاولى عام 1437 الموافق لـ اول مارس 2016 خاصة بعض النقاط التي تناولها المادة 03 كالتشجيع على ترقية رياضة المنافسة والانشطة البدنية ومتابعة تنفيذ تطوير الرياضة الاحترافية، وكذا تنص على اعداد مخططات وبرامج تطوير الاحداث الرياضية الكبرى.

فهي تعمل على تحقيق الصالح العام من خلال نشر المعلومات الجديدة حول قطاع الرياضة وتعمل على تثقيف الجمهور الرياضي للاستفادة من مختلف المركبات الرياضية بأحسن الطرق، ووفق ما يحدده القانون.

في حين جاءت المواضيع الصحية في المرتبة الثانية بعدد تكرار (14) ونسبة (15.9%) وتندمج الوزارة من خلال المواضيع في عملية نشر الوعي الصحي وتساهم في الحفاظ على الصحة العمومية، ويندرج هذا ضمن سلسلة الجهود التي تقوم بها كل

القطاعات في الجزائر، وتعمل كذلك على دفع المواطن للانخراط في عملية الحفاظ على الصحة العمومية.

فيما جاءت المواضيع الاجتماعية في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (08) ونسبة (9.1%) والتزمت الوزارة من خلال هذه المواضيع بمسؤوليتها المحددة وفق المرسوم التنفيذي رقم 16-85 المؤرخ 21 جمادى الأولى عام 1437 الموافق لـ اول مارس 2016 والذي نصت اهم نقاط المادة 02 منه على تشجيع التنشيط الاجتماعي التربوي وتوسيعه ليشمل كل فئات المجتمع، وتشجيع التمدن والمواطنة الصالحة، ومكافحة الآفات الاجتماعية التي تصيب عالم الشباب..

وتعتبر المواضيع الاجتماعية عن قرب الوزارة من المجتمع، وحرص القائم بالاتصال في حساب وزارة الشباب والرياضة على نقل ذلك للمواطن لتحقيق الشفافية في العمل.

في حين حلت المواضيع الامنية في المرتبة الرابعة بعدد تكرار (05) ونسبة (8.6%)، ويعبر ذلك عن حرص الوزارة على امن المواطن وسلامته الصحية والجسدية وحتى المعنوية من خلال تطرقها لهذه المواضيع.

#### الجدول 7: يبين هدف المنشور

النسبة المئوية	عدد التكرارات	الهدف
48,9%	43	ترويج الانشطة والخدمات
39.8%	35	الاعلام
6.8%	06	تهنئة
4.5%	04	تعليقي ثقيفي
100%	88	المجموع

يوضح الجدول رقم (07) الاهداف، جاء هدف ترويج الانشطة والخدمات في المرتبة الاولى بعدد تكرار (43) ونسبة (48,9%) حيث حرصت على الترويج لمختلف انشطة وزارة الشباب والرياضة ومسؤوليها، والتعريف بالخدمات التي تقدمها للجماهير

الرياضي، وحرصت من خلال هذا على الترويج لصورة المؤسسة ومدى التزامها اتجاه المجتمع، واهمية نشاطها وفعاليتها لتنظيم حياة الشباب والرياضة في المجتمع الجزائري، كما حرصت من خلال هذا على تحقيق مبدأ الشفافية في عملها من خلال نشر مختلف انشطتها والتعريف بخدماتها على حسابها الرسمي في موقع تويتر

حيث حل الاعلام في المرتبة الثانية بعدد تكرار (35) ونسبة (39.8%) حيث عملت من خلال هدف الاعلام على توفير المعلومات حول مختلف الاحداث التي تستضيفها منشآت وزارة الشباب والرياضة، وجاءت ايضا لتسجد وتحقق حق الوصول للمعلومة.

وفي المرتبة الثالثة جاءت التهنئة كهدف للمنشور بعدد تكرار (06) ونسبة (6.8%)، ويعبر هذا عن مدى متابعة السلطات العليا للبلاد لمختلف الانشطة الرياضية التي تنظمها الجزائر، فهي تعبر عن قربها واعتزازها بإنجازات الجزائريين من خلال تهنئتهم شخصيا، حيث عملت السلطات على تطويع مواقع التواصل الاجتماعي من اجل التقرب من المجتمع والاتصال المباشر مع المواطنين خاصة المتميزين منهم.

وحل الهدف التعليمي و التثقيفي في المرتبة الرابعة بعدد تكرار(04) و نسبة (4.5%) ، حيث كانت غايات هذه المناشير تعليم و تثقيف الجماهير الرياضية اثناء استخدامهما واستفادتهما من مختلف المنشآت الرياضية التابعة للوزارة خاصة اثناء الاحداث الكبرى، بالإضافة الى التثقيف الصحي الذي يعمل على المحافظة على صحة الفرد.

ونستمد من هذا ان وزارة الشباب والرياضة تعمل على مرافقة المواطن في جميع الاحداث التي تهمه بشكل منظم وفعال، لضمان استفادته القصوى من جميع الخدمات المقدمة بشكل فعال سليم، وكذا تحرص دائما على الحفاظ على سلامته وامنه. وهذا كله يصب في خدمة الصالح العام.

### الجدول 7: يبين قيمة المنشور

القيمة	عدد التكرارات	النسبة المئوية
التنظيم والتوجيه	41	46.6%
الافتخار	13	14.8%
المواطنة	11	12.5%
النتائج	11	12.5%
التوعية الصحية	07	8%
التضامن	05	5.7%
المجموع	88	100%

يوضح الجدول اعلاه القيم البارزة في منشورات صفحة وزارة الشباب والرياضة حيث احتلت قيمة التوجيه والتنظيم المرتبة الاولى بعدد تكرار (41) ونسبة (46.6%) وهذا راجع الى طبيعة مؤسسة الوزارة كونها المسؤول والمشرف الاول على جميع المنشآت الرياضية ودور الشباب ومختلف الهياكل التي لها علاقة بها في كل ولايات الجمهورية، مما يجعلها تعمل على تقديم خدمة عمومية رياضية للمرتفق على الميدان، وتشارك عملها التوجيهي والتنظيمي على حسابها الرسمي في موقع تويتر لخدمة المواطن وتحقيق الاستفادة مما تقدمه مؤسسات الوزارة في احسن الظروف.

جاءت قيمة الافتخار والاعتزاز في المرتبة الثانية بعدد تكرار (13) ونسبة (14.8%) لتنقل لتعبر وزارة الشباب والرياضة بها او لنقل ذلك عن الحساب الرسمي لرئيس الجمهورية عبد المجيد تبون، عن النتائج الايجابية الرياضية التي يحققها المنتخب الوطني لكرة القدم ومختلف الرياضيين، في المنافسات الدولية، كما تعبر ايضا عن نجاح عمليات تنظيم مختلف الاحداث الرياضية التي تستضيفها الجزائر، بالإضافة الى الافتخار بما ينجزه الشباب الجزائري في المجتمع وما يقدمه من مساعدة خاصة في ظل الازمات التي شهدتها الجزائر.

وتأتي هذه القيمة لتعبر عن امتنان السلطات على المشاركة الفعالة لمختلف شرائح المجتمع خدمة الصالح العام على مستويات مختلفة سواء على المستوى المعنوي عبر

الإجازات والالقاب الرياضية او على المستوى العملي من نشاطات ومساعدات يقدمها الشباب في الميدان، وتعمل السلطات من خلال هذا على التقرب الى الجمهور وتعزيز الثقة بين الادارة والمواطن.

في حين جاءت قيمة المواطنة وقيمة النتائج في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (11) ونسبة (12.5%) وعبرت قيمة المواطنة عن مدى قرب نشاطات الوزارة من المواطن وسهرها على تجسيد الحقوق الاجتماعية والثقافية، لتحقيق الرفاه من خلال تنمية العمل التوعوي والتربوي وتوفير المعلومات الشفافة لكل المواطنين اما قيمة النتائج فجاءت لتعبر عن قرب الوزارة واهتمامها بالأحداث التي تهم الجمهور الجزائري واشباع مختلف حاجياته من اجل استكمال عملية تقديم الخدمة من خلال خلقها ثم تنظيمها ثم نشر النتائج المتعلقة بها. كما عملت على ان تكون المصدر الرسمي والمرجع الاساسي لكل جديد تستضيفه منشأتها المختلفة.

في حين جاءت قيمة التوعية الصحية في المرتبة الثالثة بعدد تكرار (07) ونسبة (8%) وقد جاءت هذه القيمة لمواكبة الوضع الصحي التي شهدته الجزائر والعالم ( جائحة كورونا)، حيث عملت وزارة الشباب والرياضة على تقييم الوضع واتخاذ الاجراءات المناسبة والتنسيق مع مختلف المصالح الصحية والامثال الى قراراتها، التي امرت بتعليق بجميع الانشطة الرياضية وغلق المنشآت الرياضية، ثم الانخراط في عملية مكافحة الوباء، من خلال تسخير إمكاناتها و تنظيم واستضافت عملية اللقاح ضد الوباء، وجاء هذا كله من اجل اعلام جمهورها بجهودها وكذا توجيهه وتوعيته بأهمية النشاط الذي تقوم به الوزارة من اجل خدمة الصالح العام.

وحلت في المرتبة الرابعة قيمة التضامن بمعدل تكرار (05) وبنسبة (5.7%) وجاءت هذه القيمة لتعبر عن تضامن الوزارة مع المجتمع بأسمى عبارات الاخوة والمحبة والتعاطف، وكذا تسخير امكانيات الوزارة لمساعدة المجتمع في جميع الاوقات، وهذا يعكس مدى سهر المؤسسة على خدمة الصالح العام، وحرصها على تقديم خدمة عمومية متساوية يستفيد منها كل فئات المجتمع

5. خاتمة:

وبناء على ما سبق عرضه، يمكن القول ان وزارة الشباب والرياضة تجتهد لتقدم خدمة عمومية جادة، كما تحرص على تحقيق مبدأ الشفافية في التعامل، والمصادقية في

العمل، كما عملت المؤسسة على نقل ذلك الى الجمهور العريض عبر مواقع التواصل من خلال نقل معلومات واضحة ودقيقة، مستخدما في ذلك لغة سليمة ومفهومة، مستعينا بأساليب جذابة ومبتكرة تتكيف مع خصوصية الوسيلة التكنولوجية المستخدمة. كما تعمل على الحد من السلوكيات السلبية والتصدي لها، ومعالجة المشاكل والتفاعل معها، خلق جو من الثقة بين المواطن والمؤسسة، والترويج لفكرة ان المؤسسة تخدم المواطن وترافقه وتتواجد معه. في ظل احترام قوانين الجمهورية، وتعزيز القيم الدستورية للبلاد.

وعلى الرغم من هذا سجلنا بعض مواطن النقص خاصة فيما يتعلق بمبدأ الاستمرارية في نقل المعلومة حول الاحداث الشبانية والرياضية التي تشرف عليها وزارة الشباب والرياضة حيث شهدت عينة الدراسة اهمال ومتابعة الأحداث من الأول الى الآخر، حيث سجلت الدراسة انقطاع في نقل الاحداث لمدة بشكل ملفت ينتبه اليه المتابع، وهذا ما يؤثر بالسلب على جودة الخدمة العمومية المقدمة، ويرجع هذا الإهمال الى قلة متابعين الحساب الرسمي الذي يقارب 89 الف مشترك وهذا عدد متواضع في مواقع التواصل الاجتماعي التي قد يصل عدد متابعيها مئات الالاف.

وعليه فعلى خلية الاتصال والاعلام بوزارة الشباب والرياضة ان تعمل على تحسين أداء الحسابات الرسمية لها من اجل تقديم خدمة عمومية متكاملة للجمهور الرياضي.

## 6. قائمة المراجع:

### الكتب

فاطمة ال سيد الشيخ، وملياء مرتاض نفوسي. (2022). التكنولوجيا الرقمية ودورها في انتشار ثقافة الصورة. (مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المخر) 03 (02)، الصفحات 46-63.

احمد بن مرسلي. (2005). مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال ، الطبعة الثانية،.2. بن عكنون الجزائر، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

امين رضا. (2015). الإعلام الجديد. القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.

انجرس، موريس. (2006). منهجية البحث اعلي في العلوم الانسانية. (بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، ومصطفى ماضي، المترجمون) الجزائر: دار القصبه للنشر.

- حسين محمود هتيبي . (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي. الطبعة الاولى. عمان، الاردن: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- خضر ابراهيم حيدر. (2018). الميديا مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي. الطبعة الاولى. المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية..
- رضوان بلخيري. (2014). مدخل الى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. الجزائر: جسر للنشر والتوزيع.
- سعد سلمان المشهداني ، وفراس حمود العبيدي. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الاعلامية الجديدة. الطبعة الاولى. المملكة الاردنية الهاشمية: دار امجد للنشر والتوزيع.
- عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر. (2015). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني. الاولى. عمان، الاردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- علي خليل شقرة. (2014). الإعلام الجديد شبكات التواصل الإجتماعي. الاولى. عمان، الاردن: دار اسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون.
- فضيل دليو. (2015). تقنيات المعاينة في العلوم الانسانية والاجتماعية، دار هومة، الجزائر. الجزائر: دار هومة.
- محمد عبد الحميد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الاعلامية. القاهرة، مصر: عالم الكتب.
- يوسف تمار. (2018). اصول تحليل المضمون وتقنياته. بن عكنون، الجزائر: الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية.
- يوسف تمار. (2021). مبادئ البحث العلمي المنطلقات النظرية والتوجهات التطبيقية. البليدة، الجزائر: دار مدني.

## المقالات

- فاطمة ال سيد الشيخ، ولياء مرتاض نفوسي. (2022). التكنولوجيا الرقمية ودورها في انتشار ثقافة الصورة. (مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المحرر) 03 (02)، الصفحات 46-63.
- اسماء بن تركي. (2020). الخدمات العمومية في الجزائر-مراحل البناء وعوامل الجمود -"رؤية تحليلية". (مركز المدار المعرفي للأبحاث والدراسات، المحرر) الصفحات 80-98.
- ايناس رغييس. (2020). الاتصال العمومي كألية لتحسين الخدمة العمومية -الادرة الجزائرية - نموذجاً-. (مركز المدار المعرفي للأبحاث والدراسات، المحرر) الصفحات 308-337.

طه حسين نوي، ياقوتة بودوشن، ويسين سي لاختضر غربي. (2018). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة العمومية – الحكومة الذكية في الامارات العربية المتحدة نموذجا-. (مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المحرر) 03(05).  
لامية طالة . (2020). اليات تحسين وعصرنة الخدمة العمومية : الادارة الالكترونية أنموذجا. (مركز المدار المعرفي للأبحاث والدراسات، المحرر) الصفحات 99-135.

#### المداخلات

عبد الله جعفري. (2021). دور وسائل الاعلام والاتصال الالكترونية في ترقية الخدمة العمومية والتنمية المحلية – الموقع الالكتروني لإذاعة ادرار المحلية انموذج -. *الخدمة العمومية الالكترونية في الجزائر معطيات الواقع ورهانات المستقبل*. جامعة سطيف 02 الجزائر.