

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الاتصالي في الإدارة
العمومية الجزائرية
دراسة حالة لصفحة "خلية الإعلام والعلاقات العامة" لبلدية بونورة على موقع التواصل
الاجتماعي الفايسبوك

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الدكتور:

- قشار بكير

إعداد الطالبين:

- بوكرموش عمر

- عبد السلام كمال

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د. طواليبة محمد	جامعة غرداية	رئيسا
د. قشار بكير	جامعة غرداية	مشرفا ومقررا
د. نش عزوز	جامعة غرداية	مناقشا

الموسم الجامعي: 1440 - 1441هـ / 2019-2020م

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الاتصالي في الإدارة

العمومية الجزائرية

دراسة حالة لصفحة "خلية الإعلام والعلاقات العامة" لبلدية بونورة على موقع التواصل

الاجتماعي الفيسبوك

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الدكتور:

- قشار بكير

إعداد الطالبين:

- بوكرموش عمر

- عبد السلام كمال

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د. طوالبية محمد	جامعة غرداية	رئيسا
د. قشار بكير	جامعة غرداية	مشرفا ومقررا
د. نش عزوز	جامعة غرداية	مناقشا

الموسم الجامعي: 1440 - 1441هـ / 2019-2020م

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع بعد مسيرة حافلة بالصبر والمثابرة وبكل فخر واعتزاز لبلوغي هذا
المقام إلى كل من كانت له يد العون في إعداده

إلى صاحب السيرة العطرة والفكر المستنير والمرشد إلى الصواب أبي الغالي حفظه الله

إلى مصدر الدفء والحنان صاحبة القلب الطيب والوجه المشرق حبيبتي أمي

إلى رفيقة الكفاح في دروب الحياة ملاذي الآمن زوجتي المخلصة


إلى أخي وأخواتي الغاليات كل باسمها مصدر السعادة والمحبة

إلى صديقي الوفي صاحب العزم والإصرار كمال

وإلى كل الأصدقاء الأعزاء وكل أفراد العائلة الصغيرة والكبيرة ، وكل من كانت له يد العون
في المسيرة العلمية من معلمين وأساتذة، أثابكم الله وحفظكم من كل سوء

إهداء

أهدي هذا العمل العلمي إلى الوالدين الكريمين أمي الحنونة و أبي العزيز
وإلى جدي وجدتي العزيزين وإلى كل أفراد عائلتي الصغيرة الكبيرة وبالأخص أختي
وإلى خطيبي وعائلتها الكريمة
وإلى كل الأقارب والأحباب والأصدقاء وإلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل

كمال عبد السلام 

شكر وعرفان

من باب من لا يشكر الناس لا يشكر الله، نتقدّم بأسمى عبارات الشكر
والثناء لكل من كانت له يد العون في إعداد هذا العمل العلمي
ونخص بالذكر المشرف علينا الدكتور بكير قشار الساهر معنا على
التوجيه والنصح وإمداده لنا من وقته وجهده، وإلى كل الأساتذة
الكرام كل باسمه الذين ضحوا بالغالي والنفيس في سبيل تعليمنا في
جميع المراحل الجامعية، كما نتقدم بالشكر الجزيل لرئيس المجلس
الشعبي البلدي السيد عبد الله بن الناصر والأستاذ قاسم أبي اسماعيل
وكل من ساهم في إعداد دراستنا الميدانية من الزملاء الأوفياء
والطلبة وكل من كانت له بصمة في هذا العمل.

ملخص الدراسة باللغة العربية:

تُعدّ مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الاتصال الحديثة التي عرفت انتشارا واسعا، إذ تنوّع استخدامها في عدة مجالات منها الإدارة العمومية، والتي أصبحت تعتمد عليها في إعلام جمهورها والتواصل معه، وتسعى دراستنا إلى تسليط الضوء على إحدى هذه الإدارات العمومية وهي بلدية بنورة وواقعها من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام والعلاقات العامة، مع إبراز الدور التي تلعبه في تحسين الأداء الاتصالي، وتهدف دراستنا بشكل عام إلى الإجابة على الإشكالية الدراسة والتي تمحورت حول واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تحسين الأداء الاتصالي لدى بلدية بنورة ولاية غرداية، واعتمدنا على المنهج الوصفي لمعالجة الدراسة، باعتبارها تندرج ضمن البحوث الوصفية، وهذا راجع إلى وجود دراسات مشابهة لموضوع دراستنا، وقد قُدّرت عينة الدراسة بـ 92 مفردة، و بعد إجراء الدراسة الميدانية وتحليل نتائجها توصلنا إلى أن صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة ساهمت بشكل فعّال في تحسين الأداء الاتصالي، كما أن للصفحة دور إعلامي كبير من خلال بنشر مختلف الأنشطة التي تقوم بها بلدية بنورة فضلا عن نشر المعلومات التي تخص المواطن وهذا ما نتج عنه تقرب الإدارة من المواطن وتعزيز الثقة بينهما.

الكلمات الدالة:

استخدام، مواقع التواصل الاجتماعي، تحسين الأداء الاتصالي، الإدارة العمومية الجزائرية، بلدية بنورة، خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة.

Abstract:

Social media is one of the most important modern means of communication that has been widely spread, as it is used in several fields, including public administration, which depends on social media to inform and communicate with audience, and our study sheds light on one of these public administrations, that is Bounoura county and its use of social media in the field of information and public relations, besides to the role which plays in the communication act perfection, and our study in general aims to answer a problematic centered on the fact that the communication and public relations committee of Bounoura uses its page on Facebook to improve the communication act in Bounoura county, city of Ghardaia. In our research, we based on the descriptive approach because it belongs to descriptive researches, and this is due to the existence of similar studies to our topic, the study sample was done on 92 singles. After field studies and analysis of the results, we find that the communication and public relations committee of Bounoura webpage contributes effectively on the communication act perfection. The page also has a great media role by publishing various activities performed by Bounoura county as well as publishing information that concerns the citizen, and this makes the citizen trust and be close to the administration.

Key words:

Use, Social media, The communication act perfection, The Algerian public administration, Bounoura county, The communication and public relations committee of Bounoura.

الفهارس العامة

الإهداء

الشكر والعرفان

ملخص الدراسة

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

01..... مقدمة

الإطار المنهجي

الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

- 01- إشكالية الدراسة 05
- 02- تساؤلات الدراسة 05
- 03- فرضيات الدراسة..... 06
- 04- أهداف الدراسة 06
- 05- أهمية الدراسة 07
- 06- أسباب اختيار الموضوع 07
- 07- مفاهيم ومصطلحات الدراسة 08
- 08- حدود الدراسة 13
- 09- منهج وأدوات الدراسة 13
- 10- مجتمع الدراسة والعينة 16
- 11- الدراسات السابقة 17

- 12- المقاربة النظرية 26
- 13- صعوبات الدراسة 27

الإطار النظري

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

- تمهيد 30
- المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي 31
- المطلب الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي 31
- المطلب الثاني: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي 32
- المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي 34
- المبحث الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي ومجالات استخدامها
في المنظمة 37
- المطلب الأول: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي 36
- المطلب الثاني: مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المنظمة 37
- المطلب الثالث: مزايا وسلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي 38
- المبحث الثالث: موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك (Facebook) 40
- المطلب الأول: موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك (النشأة والمفهوم) 40
- أولاً: نشأة الفيسبوك 40
- ثانياً: تعريف موقع الفيسبوك 41

المطلب الثاني: خصائص موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك 42

المطلب الثالث: إحصائيات حول استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك

في الجزائر 42

خلاصة الفصل 44

الفصل الثالث: الإدارة العمومية الجزائرية

تمهيد 46

المبحث الأول: مفهوم الإدارة العمومية 47

المطلب الأول: نشأة الإدارة العمومية 47

المطلب الثاني: تعريف الإدارة العمومية 48

المطلب الثالث: مبادئ الإدارة العمومية 49

المبحث الثاني: الإدارة العمومية: وظائفها، أهميتها، ومعايير نجاحها 51

المطلب الأول: وظائف الإدارة العمومية وخصائصها 51

أولاً: وظائف الإدارة العمومية 51

ثانياً: خصائص الإدارة العمومية 52

المطلب الثاني: أهمية الإدارة العمومية ومعايير نجاحها 53

أولاً: أهمية الإدارة العمومية 53

ثانياً: معايير نجاح الإدارة العمومية 54

المطلب الثالث: مشكلات الإدارة العمومية 55

- 57.....المبحث الثالث: الإدارة العمومية الجزائرية
- 57.....المطلب الأول: نشأة الإدارة العمومية ونمط تسييرها
- 57.....أولا: نشأة الإدارة العمومية الجزائرية
- 58.....ثانيا: مظاهر تسيير الإدارة العمومية الجزائرية
- 59.....المطلب الثاني: عوامل تطور الإدارة العمومية الجزائرية
- 60.....المطلب الثالث: دور العلاقات العامة في الإدارة العمومية الجزائرية
- 62.....خلاصة الفصل

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع: واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

- 65.....تمهيد
- 66.....المبحث الأول: نبذة تعريفية عن بلدية بنونورة وخليّة الإعلام والعلاقات العامة
- 66.....المطلب الأول: التعريف ببلدية بنونورة
- 69.....المطلب الثاني: التعريف بخليّة الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنونورة
- 72.....المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة الميدانية
- 72.....المطلب الأول: تحليل البيانات الشخصية للمبحوثين
- 75.....المطلب الثاني: تحليل بيانات المحور الأول: علاقة المواطن ببلدية بنونورة

المطلب الثالث: تحليل بيانات المحور الثاني: علاقة المواطن بخلية الإعلام والعلاقات العامة ببلدية بونورة	86
المطلب الرابع: تحليل بيانات المحور الثالث: نظرة المبحوثين لدور صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة في تحسين الأداء الاتصالي	95
المبحث الثالث: الاستنتاجات العامة	117
خاتمة	119
قائمة المراجع	120
قائمة الملاحق	128

02- فهرس الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
أ	قائمة الأساتذة المحكّمين للاستبيان	15
1	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	72
2	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	72
3	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	73
4	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية	74
5	توزيع عينة الدراسة حسب متغير مكان السكن	74
6	يُبيّن نظرة المبحوثين للمهام التي تقوم بها البلدية	75
7	يُبيّن مدى تواصل المبحوثين مع مصالح بلدية بونورة	76

الفهارس العامة

76	يُبيّن الوسيلة المستخدمة لتواصل المبحوثين مع بلدية بونورة بالنسبة للمجيبين بنعم وأحيانا في الجدول رقم (7)	8
77	يُبيّن رأي المبحوثين حول قيام بلدية بونورة بأنشطة إعلامية للتعريف بخدماتها	9
77	يُبيّن نوع النشاطات الإعلامية التي تقوم بها بلدية بونورة للتعريف بخدماتها بالنسبة للمبحوثين المجيبين بنعم في الجدول رقم (9)	10
78	يُبيّن رأي المبحوثين حول إتاحة بلدية بونورة المجال للاتصال والتواصل مع المواطنين	11
89	يبيّن نظرة المبحوثين للمهام التي تقوم بها البلدية مع متغير السن	12
80	يبيّن نظرة المبحوثين للمهام التي تقوم بها بلدية بونورة حسب الوضعية المهنية	13
81	يُبيّن مدى تواصل المبحوثين مع مصالح البلدية حسب متغير الجنس	14
82	يُبيّن مدى تواصل المبحوثين مع مصالح البلدية حسب متغير السن	15
83	يُبيّن مدى تواصل المبحوثين مع مصالح البلدية حسب متغير المستوى التعليمي	16
84	تقاطع رأي المبحوثين حول فتح بلدية بونورة المجال للاتصال والتواصل للمواطنين مع رأيهم حول سماح إدارة خلية الإعلام والعلاقات العامة برفع انشغالات واقتراحات المواطنين للمسؤولين في البلدية	17
86	يُبيّن مدى متابعة المبحوثين لمنشور صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك	18

الفهارس العامة

86	يُبيّن رأي المبحوثين حول تفاعلهم مع المحتوى الإعلامي لصفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك	19
87	يُبيّن كيفية تفاعل المبحوثين مع المحتوى الإعلامي لصفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك بالنسبة للمجيبين بنعم أو أحيانا في الجدول رقم (19)	20
88	يُبيّن مدى متابعة المبحوثين لمنشير صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك مع متغير الجنس	21
89	يُبيّن مدى متابعة المبحوثين لمنشير صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك مع متغير السن	22
90	يُبيّن مدى تفاعل المبحوثين مع المحتوى الإعلامي لصفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك مع متغير الجنس	23
91	يُبيّن مدى تفاعل المبحوثين مع المحتوى الإعلامي لصفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك مع متغير السن	24
92	تقاطع مدى متابعة المبحوثين لمنشير صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة مع نوع المنشورات التي يتابعونها على مستوى صفحة الخلية	25
93	تقاطع مدى متابعة المبحوثين لمنشير صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة على الفيسبوك مع مدى تفاعلهم مع صفحة الخلية	26

الفهارس العامة

95	يُبيّن رأي المبحوثين حول مدى إطلاع الخلية بكافة أنشطة البلدية للمواطنين عبر صفحة الفيسبوك	27
96	يُبيّن نوع المنشورات المتتبعّة من طرف المبحوثين عبر صفحة الخلية	28
96	يُبيّن رأي المبحوثين حول سماح إدارة الخلية برفع انشغالاتهم واقتراحاتهم إلى المسؤولين في البلدية	29
97	يُبيّن مدة الرد على انشغالات واقتراحات المبحوثين عند رفعها إلى المسؤولين في البلدية عبر صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة بالنسبة للمجيبين بنعم في الجدول رقم (29)	30
98	يُبيّن كيفية الرد على انشغالات واقتراحات المبحوثين عبر صفحة الخلية لبلدية بونورة	31
98	يُبيّن رأي المبحوثين حول دور الخلية في تسهيل عدم قدوم المواطن إلى البلدية للحصول على المعلومة	32
99	يبيّن رأي المبحوثين حول حصولهم على المعلومات والأخبار الجديدة في حينها على صفحة الخلية	33
100	يُبيّن رأي المبحوثين حول مساهمة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة في تقريب الإدارة من المواطن	34
100	يُبيّن رأي المبحوثين حول مساهمة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة في تحسين عملية الاتصال	35
101	يُبيّن نوع المنشورات المتابعّة من طرف المبحوثين حسب متغير السن	36

الفهارس العامة

102	يُبيّن كيفية الرد على انشغالات واقتراحات المبحوثين عبر صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة حسب متغير الجنس	37
103	يُبيّن كيفية الرد على انشغالات واقتراحات المبحوثين عبر صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة حسب متغير مكان الإقامة	38
104	يُبيّن رأي المبحوثين حول تسهيل صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة حسب متغير الجنس	39
104	يُبيّن رأي المبحوثين حول تسهيل صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة حسب متغير السن	40
105	يُبيّن رأي المبحوثين حول تسهيل صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة حسب متغير مكان الإقامة	41
106	يُبيّن رأي المبحوثين حول حصولهم على المعلومات والأخبار الجديدة الخاصة ببلدية بنورة في حينها على مستوى صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة حسب متغير الجنس	42
106	يُبيّن رأي المبحوثين حول حصولهم على المعلومات والأخبار الجديدة الخاصة ببلدية بنورة في حينها على مستوى صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة حسب متغير مكان الإقامة	43
107	يُبيّن رأي المبحوثين حول مساهمة صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة على الفيسبوك في تقريب الإدارة من المواطن حسب متغير الجنس	44

الفهارس العامة

108	يُبيّن رأي المبحوثين حول مساهمة صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة على الفيسبوك في تقريب الإدارة من المواطن حسب متغير السن	45
109	يُبيّن رأي المبحوثين حول مساهمة صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة على الفيسبوك في تقريب الإدارة من المواطن حسب متغير مكان الإقامة	46
110	يُبيّن رأي المبحوث حول مساهمة التواصل مع البلدية عبر خلية الإعلام والعلاقات العامة في تحسين عملية الاتصال حسب متغير الجنس	47
110	يُبيّن رأي المبحوث حول مساهمة التواصل مع البلدية عبر خلية الإعلام والعلاقات العامة في تحسين عملية الاتصال حسب متغير السن	48
111	يُبيّن رأي المبحوث حول مساهمة التواصل مع البلدية عبر خلية الإعلام والعلاقات العامة في تحسين عملية الاتصال حسب متغير مكان الإقامة	49
112	تقاطع تسهيل صفحة الخلية عدم القُدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة مع رأي المبحوثين حول مساهمة خلية الإعلام والعلاقات العامة على الفيسبوك في تقريب الإدارة من المواطن	50
113	تقاطع الحصول على المعلومة والأخبار في حينها على مستوى صفحة الخلية مع نوع المنشورات المتابعة من طرف المبحوثين	51
114	تقاطع تقريب الخلية للإدارة من المواطن مع علاقة تحسين الخلية للعملية الاتصالية مع البلدية	52

03- فهرس الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
67	المهيكل التنظيمي لبلدية بنونورة ومختلف مصالحها الإدارية	1
69	المهيكل التنظيمي لخلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنونورة	2

واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الاتصالي في الإدارة العمومية

الجزائرية

مقدمة الدراسة

مقدمة:

يُعدّ الاتصال من أهم عناصر حياة الإنسان، حيث الإنسان كائن اجتماعي بطبعه؛ فحياته مرتبطة بالاتصال والتواصل مع محيطه الاجتماعي إذ تربطه علاقة تأثير وتأثر، وبالتالي يُعتبر الاتصال ضرورة مُلحّة عليه من أجل قضاء حاجاته ومتطلّباته اليومية. فأساليب الاتصال ووسائله المتعدّدة تطورت بفعل اهتمام الإنسان بالبحث العلمي في مجال التكنولوجيا بصفة عامة وبوجه الخصوص وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ومن بين وسائل الاتصال الحديثة نجد مواقع التواصل الاجتماعي حيث تُعتبر من أهم الوسائل الاتصالية الحديثة لما تُقدّمه من خدمات تجعل الإنسان في اتصال وتواصل مستمر، إذ حوّلت العالم إلى قرية صغيرة وذلك بإتاحة الفرصة للفرد للتواصل وبناء صداقات مع مختلف أجناس العالم مع تحطّي الحاجز الزمني والجغرافي، كما يمكن تلقي الأخبار والمعلومات والمعارف من شتى مناطق العالم بواسطة الأجهزة الإلكترونية، وتتميّز هذه المواقع بسهولة الاستخدام وقلة التكلفة والجهد.

ومع تزايد استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي في شتى مجالات حياته الشخصية، الاجتماعية، المهنية... ومنهم المواطن الجزائري؛ جعل المؤسسات الجزائرية ثوابك هذه التكنولوجيات في إدارتها وخدماتها لا سيما الاتصالية، إذ أدّى هذا إلى تحوّل النشاط لدى المؤسسات من نشاط اتصالي تقليدي يعتمد على الوسائل التقليدية إلى نشاط افتراضي تفاعلي، هذا إلى جانب الوسائل الاتصالية التقليدية ممّا سهّل عملية الاتصال وضمن تفاعلها بين المؤسسة والأفراد، ولعلّ من أهمّ هذه المؤسسات التي واكبت هذه التكنولوجيات؛ المؤسسات العمومية التابعة للقطاع العمومي والمشرّفة على تسيير شؤون المواطنين وما يتعلّق بحالتهم المدنية، منها مؤسسة البلدية، فدراستنا هذه ستركّز على أحد هذه المؤسسات العمومية وهي بلدية بنورة الواقعة بولاية غرداية؛ والتي بادرت باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشاطها الإعلامي والاتصالي بينها وبين المواطن؛ وذلك من خلال صفحتها الرسمية على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتي تُشرف عليها خلية الإعلام والعلاقات العامة.

وقد عالجنا دراستنا وفق الخطة والتي انحصرت في أربعة فصول؛ فالفصل الأول يندرج تحت الإطار المنهجي والذي يتمثل في تقديم حوصلة عامة حول موضوع الدراسة، إضافة إلى صياغة الإشكالية والتساؤلات المتفرّعة منها والفرضيات المقترحة لها، مع إبراز الأسباب التي جعلتنا نختار دراسة هذا الموضوع، وتقديم الأهداف التي تصبو إليها دراستنا، كما حاولنا التطرّق إلى حدود الدراسة مع المنهج المتّبع والأدوات التي تناسب هذه الدراسة، وقد ركّزنا على دراسات سابقة متعلّقة بموضوع دراستنا والتي ستزيدنا تعمّقا في الموضوع، وذكر الخلفية النظرية للدراسة وإبراز أهمّ الصعوبات التي واجهتنا في معالجة الموضوع، أمّا الفصل الثاني والثالث يدخلان في الإطار النظري؛ فالفصل الثاني تطرّقنا فيه إلى مواقع التواصل الاجتماعي؛ ويتفرّع منه ثلاثة مباحث؛ فأولها يتناول مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، وثانيها يعرض خصائص مواقع التواصل الاجتماعي ومجالات استخدامها، أمّا ثالثها فركّز على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، أمّا بالنسبة للفصل الثالث فكان حول الإدارة العمومية الجزائرية، وقد قُسم إلى ثلاثة مباحث، فالمبحث الأول تطرّقنا فيه مفهوم الإدارة العمومية، أمّا المبحث الثاني وضحنا فيه أهمية الإدارة العمومية ووظائفها ومعايير نجاحها، أما بالنسبة للمبحث الثالث فقد سلّطنا الضوء الإدارة العمومية الجزائرية بوجه الخصوص، وأمّا بالنسبة للفصل الرابع فقد كان حول الجانب التطبيقي للدراسة والذي تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث؛ فالأول كان تعريف لمؤسسة محل الدراسة إلى جانب تعريف الخلية المكلفة بالإعلام والعلاقات العامة لدى المؤسسة، وأمّا المبحث الثاني فقد تمثّل في تحليل معطيات الدراسة الميدانية، وأمّا المبحث الثالث فتلخّص في مجموعة من استنتاجات عامة حول الدراسة، وفي الأخير عرضنا خاتمة لخصّنا فيها ما توصلت إليها الدراسة.

الإطار المنهجي

للدراصة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- 01- إشكالية الدراسة
- 02- تساؤلات الدراسة
- 03- فرضيات الدراسة
- 04- أهداف الدراسة
- 05- أهمية الدراسة
- 06- أسباب اختيار الموضوع
- 07- المصطلحات والمفاهيم
- 08- حدود الدراسة
- 09- منهج وأدوات الدراسة
- 10- مجتمع الدراسة والعينة
- 11- الدراسات السابقة
- 12- المقاربة النظرية للدراسة
- 13- صعوبات الدراسة

01- إشكالية الدراسة:

يُعدّ الاتصال الإداري الركيزة الأساسية في سموّ أي مؤسسة؛ سواء كانت عامة أو خاصة، ومهما كان نشاطها: اقتصاديا أم اجتماعيا أم خدماتيا، فهي تتكون من أجزاء مترابطة فيما بينها لتحقيق أهداف معينة، ولتحقيق كل هذا؛ وجب على المؤسسة رسم خطة اتصالية مؤسساتية جيدة من أجل تحسين الأداء الاتصالي؛ فالاتصال المؤسسي له دور كبير في نجاح أي مؤسسة من خلال ربطها بمحيطها الداخلي والخارجي بمختلف وسائل الاتصال التقليدية والحديثة.

فموضوع دراستنا يبحث في دور وسائل الاتصال الحديثة وبالخصوص مواقع التواصل الاجتماعي ومنها الفيسبوك؛ في تحسين الأداء الاتصالي في المؤسسة العمومية الجزائرية، ولعلّ استخدام مثل هذه المواقع في المؤسسات والإدارات وخاصة العمومية منها يساهم في تفعيل وتحسين الاتصال المؤسسي أي داخل المؤسسة وخارجها.

ومع كثافة استخدام المواطن الجزائري لهذه المواقع أرغمت المؤسسات العمومية الجزائرية على الولوج في هذه الفضاءات الإلكترونية؛ والذي سيُساهم بالطبع في إبراز صورتها وتعزيز ثقة المواطن بها، ومن ضمن هذه المؤسسات التي تُواكب هذه التكنولوجيات بلدية بنورة ولاية غرداية؛ والتي سُنحاول من خلالها إبراز واقع استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الاتصالي من خلال صفحتها على موقع الفيسبوك المسماة بخلية الإعلام والعلاقات العامة.

وعليه فإن دراستنا تقوم على سؤال محوري مفاده:

هل موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك يساهم في تحسين الأداء الاتصالي ببلدية بنورة ولاية غرداية؟

02- تساؤلات الدراسة:

- ما مدى علاقة مواطني بلدية بنورة بالبلدية محل الدراسة؟
- كيف وظّفت بلدية بنورة صفحة الخلية محل الدراسة في تحسين الأداء الاتصالي في بلدية بنورة؟

- إلى أي مدى ساهمت صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة في تحسين الاتصال الإداري لبلدية بنورة؟

- ما درجة تفاعل مواطني بلدية بنورة مع المضامين الإعلامية في صفحة الخلية محل الدراسة؟

03- فرضيات الدراسة:

- ✓ هناك علاقة وطيدة بين بلدية بنورة ومواطنيها.
- ✓ توظيف بلدية بنورة لخلية الإعلام والعلاقات العامة في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ساهم بشكل كبير في تحسين الأداء الاتصالي مع المواطنين.
- ✓ الاعتماد على استراتيجية اتصالية وتوظيفها على مستوى صفحة الفيسبوك ساهم في بناء علاقة اتصالية وطيدة مع مواطني بلدية بنورة.
- ✓ كل مواطني بلدية بنورة يرون أن خلية الإعلام والعلاقات العامة للبلدية لها دور كبير في تحسين العملية الاتصالية في البلدية.

04- أهداف الدراسة:

- ✓ معرفة واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العملية الاتصالية لدى الإدارات العمومية الجزائرية.
- ✓ التعرف على مدى مواكبة بلدية بنورة لوسائل الاتصال الحديثة خاصة مواقع التواصل الاجتماعي في العملية الاتصالية.
- ✓ دراسة دور خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة في تحسين الأداء الاتصالي مع الجمهور الخارجي.
- ✓ إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك؛ في إيصال الرسالة الإعلامية والاتصالية بشكل أمثل للجمهور الخارجي لبلدية بنورة.
- ✓ الوقوف على أبرز التحديات التي تُواجه بلدية بنورة في استغلال موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في العملية الاتصالية.

05- أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية دراستنا في توضيح العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والإدارة العمومية؛ مع إبراز الدور الذي تُقدّمه هذه المواقع ولا سيما موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، ومع الانتشار الواسع لاستخدامها من طرف الأشخاص وخاصة المجتمع الجزائري في شتى مجالات الحياة؛ أدى ذلك إلى اهتمام الإدارة العمومية الجزائرية بمثل هذه المواقع، واعتمادها ضمن وسائلها الاتصالية، فمن خلال دراستنا لهذا الموضوع؛ إرتأينا أن نبين دور هذه المواقع ومساهماتها في تحسين الأداء الاتصالي الإداري للإدارة العمومية الجزائرية؛ وذلك بتسليط الضوء على خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة ولاية غرداية.

كما جاءت أهمية الدراسة في الوقوف على الدور الذي تلعبه خلية الإعلام والعلاقات العامة في تحسين الأداء الاتصالي مع المواطنين بالبلدية. وتتجلى أهمية الموضوع أكثر في أننا نعيش في عصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

06- أسباب اختيار الموضوع:

أ- أسباب موضوعية:

- تُعتبر المواضيع المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي أحد أهمّ المواضيع التي لاقت اهتماما كبيرا من قبل الباحثين والممارسين في مجال الإعلام والاتصال.
- وجود اهتمام متزايد بتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي في العملية الاتصالية في الإدارات العمومية والخاصة.
- قلة البحوث المتعلقة بالموضوع؛ حسب علمنا، وبالتالي هذا البحث يساهم في إثراء المكتبة الوطنية.

ب- أسباب ذاتية:

- اهتمام الباحثين بدراسة المواضيع المتعلقة باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال ولا سيما الوسائط المتعددة.
- رغبتنا في معرفة واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الإدارة العمومية الجزائرية.

- ميولاتنا الشخصية في البحث في مجال الإدارة، وبوجه الخصوص في مجال العلاقات العامة على مستوى الإدارة العمومية، حيث يتناسب مع تخصصنا الجامعي .
- حداثة الموضوع وتطور مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما دفعنا إلى التعمق فيها.

07 - مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1 - الواقع:

أ- لغة: الواقع هو الحاصل، يُقال: واقع الأمر- أو الحال، أي ما حصل منهما، وفي الواقع أي الحقيقة، قال تعالى: { إِنَّ عَذَابَ رَبِّكَ لَوَاقِعٌ } [الطور:7] ¹.

ب- اصطلاحا 1: هو ما يُحيط بالإنسان والجماعة من حال ومجال وعصر، وما يحملانه من قيم وأفكار وطباع وسمات ضمن مجالات يعيشها كل منهما سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية، وفق المرحلة التاريخية العامة التي مرت بها المجتمعات بسماها المختلفة ².

ج- اصطلاحا 2: " يُعرّف الواقع بأنه ما تجري به حياة الناس في مجالاتها المختلفة من أنماط في المعيشة وما تستقرّ عليه من عادات وتقاليد وأعراف؛ وما يُستجَدّ فيها من نوازل وأحداث" ³.

د - التعريف الإجرائي: نقصد بالواقع في موضوع دراستنا ما هو كائن في بلدية بونورة من استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في إدارتها؛ والدور الذي تلعبه في تحسين أداءها الاتصالي مع جمهورها الخارجي.

¹ - علي بن هادية، وآخرون، القاموس الجديد للطلاب ، معجم عربي مدرسي ألقائي، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط7، الجزائر، 1991، ص 1303.

² - الجوفان جميلة بنت محمد، الواقعية نظرة عن قرب، موقع شبكة الألوكة الأدبية واللغوية، الرابط:

https://www.alukah.net/literature_language/0/5427/#ixzz2un0Nod00، تاريخ التصفح:

2020/03/26، 09:00.

³ - أحمد بوعود، فقه الواقع أصول وضوابط، موقع إسلام ويب، الرابط:

https://www.islamweb.net/newlibrary/display_umma.php?lang=&BabId=3&Chapt

erId=3&BookId=275&CatId=201&startno=0، تاريخ التصفح: 2020/05/07، 10:45.

2- استخدام: أ- لغة:

لغة 1: استخدام، يستخدم، استخداما فهو مستخدم، والمفعول مستخدم، استخدم آلة جديدة: استعمالها. استخدام كل الإمكانيات: استغلالها¹.

لغة 2: "يستخدم- استخدم، استخداما: اتخذه خادما، طلب منه أن يخدمه"².

ب- اصطلاحا: الأهداف التي تضعها وسائط الاتصال نفسه أو الغايات التي تُخصص لها والتي تفضي إلى فرض نفسها على مر الزمان مثل ما هو في آن واحد، طريقتها في بلوغ هذه الأهداف، أو متابعة هذه الغايات"³.

ج- التعريف الإجرائي: يقصد بالاستخدام في موضوع دراستنا الاطلاع والنشر والتواصل المتبادل بين بلدية بونورة وجمهورها الخارجي، وإطّاعه بمختلف الأنشطة والإعلانات التي تقوم بها البلدية وذلك عبر صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة على الفيسبوك.

¹ - موقع المعاني الجامع، الرابط: www.almany.com، تاريخ التصفح: 2020/05/09، 10:00 .

² - علي بن هادية، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 40.

³ - سعاد شحات، استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وفعالية التنظيمات للمؤسسة الاقتصادية: دراسة للمؤسسات المتوسطة والصغيرة، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص علم اجتماع الاتصال، إشراف سليمان رحال، قلمة، الجزائر، 2010، ص 35.

3- مواقع التواصل الاجتماعي:

أ- اصطلاحاً: " مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مستخدمة للتواصل في المنظمات بشكل مستمر" فهي تُعد من أهم المواقع المساهمة في تطوير الأنشطة الاتصالية بأحسن وجه لما تمتاز به من ديناميكية وسرعة في أداء العملية الاتصالية، وهذا ما يساعد المنظمات على نجاحها وتحقيق أهدافها والاستمرار نحو الأفضل¹.

ب- التعريف الاجرائي: ونعني بذلك في دراستنا صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة ببلدية بنونورة على موقع الفيسبوك.

4- الأداء:

أ- لغة: أَدَى، يُؤدِّي، أَدَّى: تأدية الشيء إلى فلان، أوصله، قال تعالى: {وَمَنْ أَهْلُ الْكِتَابِ مَنْ إِنْ تَأْمَنَهُ بِقِنطَارٍ يُؤَدِّهِ إِلَيْكَ} [آل عمران: 75] ، الدِّين - قضاءه، الصلاة: قام بها لوقتها².

ب- اصطلاحاً: يرتبط مفهوم الأداء بسلوك الفرد أو المنظمة إذ يحتل مكانة خاصة داخلها، باعتباره الناتج النهائي لمحصلة جميع الأنشطة، بينما يُؤكِّد توماس جلبرت "أن الأداء هو التفاعل من السلوك والإنجاز والقيَم التي تُؤثِّر على الفرد"³.

ج- إجرائياً: هو ذلك العمل الذي يمارسه الموظف في خلية الإعلام والعلاقات العامة ببلدية بنونورة؛ والذي يتمثل في إطلاع الجمهور الخارجي على الأخبار والأنشطة الخدمات المتعلقة به من طرف البلدية عبر الصفحة الرسمية لها في موقع الفيسبوك.

¹ - Paul M Leonard, and others, **Enterprise social media: definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations**, OXFORD ACADIMIC, Existed in:

<https://scholar.google.com>

/scholar?q=definition+of+social+media&hl=en&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar#d=gs_qabs&u=%23p%3D-Zw_Bt71LD4J visited on: 18/04/2020, 10:00.

² - علي بن هادية، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 24.

³ - عبد البارئ ابراهيم، تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمات: الأسس النظرية ودلالاتها في البيئة العربية، القاهرة، مصر، 2003، ص 25.

5- الاتصال:

أ- لغة: "يرجع أصل كلمة اتصال المترجمة عن الإنجليزية communication إلى الكلمة الآتينية communis ، ومعناها التي تعني المشترك وصلها communicate يُذيع أو يُشيع؛ وبالتالي فإن الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكرة أو سلوك أو فعل ما، والاتصال لغويا في القواميس العربية كلمة مشتقة من مصدر وصل؛ الذي يعني أساسا بلوغ الغاية"¹.

ب- اصطلاحا: تُعرّفه الجمعية القومية لدراسة الاتصال بأنه: "تبادل مشترك للحقائق أو المشاعر والأحاسيس والذي يتم بين المرسل والمستقبل، مما يؤدي إلى تحقيق الأهداف بين أطراف عملية الاتصال"².

6- الأداء الاتصالي: إجراءات:

نقصد بالأداء الاتصالي في موضوع دراستنا الأنشطة الاتصالية والإعلامية التي تقوم بها بلدية بنونورة مع جمهورها الخارجي عبر صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة للبلدية في موقع الفيسبوك.

7- الإدارة: أ- لغة:

لغة 1: "تعني كلمة إدارة لغة تقديم خدمة للغير، أو خدمة الآخرين"³.

¹ - محمد قادري، الاتصال داخل المؤسسة بين النظرية والتطبيق: دراسة حالة مؤسسة الخزف المنزلي تافنة بمغنية، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص إدارة الأعمال، إشراف بندي عبد الله عبد السلام، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2010، ص 30.

² - محمد قادري، المرجع نفسه، ص 31.

³ - أحمد عبد العال صبري جلي، مبادئ الإدارة العامة، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، الإسكندرية، مصر، 2011، ص 36.

لغة 2: ترجع كلمة الإدارة إلى الأصل الآتيني (Administration) ويتكون من جزئين: الأول: (ad) ومعناها اللفظي (to) وتعني لِكَيْ، والثاني: (ministration) تعني خدمة، وبهذا يصبح المعنى اللفظي لكلمة الإدارة القيام على خدمة الآخرين، أو بمعنى آخر أنه يتم أداء خدمة ما عن طريق جهاز معين¹.

ب- اصطلاحاً:

- تعريف دانيال جريفث Griffith Daniel: "إن الإدارة تقوم أساساً على عملية اتخاذ القرارات لتحقيق الأهداف وأن الوظيفة المركزية في عملها هو التوجيه والرقابة على عملية اتخاذ القرار"².

- ويُقصد بها كذلك " توجيه الجهود البشرية في منظمة عامة أو خاصة لتحقيق هدف معين، أو أنها تعني تنفيذ الأعمال عن طريق الآخرين من أجل تحقيق هدف معين"³.

ج- إجرائياً: الإدارة هي مجموعة من الأعمال والأنشطة الاتصالية التي تكون داخل المنظمة وخارجها؛ والتي من خلالها يتم التنسيق والتوجيه والتواصل بين مختلف مصالحها ومع محيطها الخارجي قصد تحقيق أهدافها المسطرة.

08- الإدارة العمومية:

أ- اصطلاحاً:

- فوزي حبّيش: "هي مجموعة نشاطات وأعمال المنظمة تقوم بأدائها قوى بشرية تُعِينُها السلطات الرسمية العامة وتوفر لها الإمكانيات المالية اللازمة بهدف تنفيذ الخطط الموضوعة لها، وبالتالي الأهداف العامة الموضوعة لها بأقل كفاية إنتاجية وأقل تكلفة"⁴.

¹ - حنان شكري شاكّر شبير، واقع الوقت لدى العاملين في القنّوات الفضائية العاملة في قطاع غزة، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص إدارة أعمال، إشراف راشد عبد اللطيف وادي، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2010، ص 08.

² - زهير بغول، الإدارة- المفهوم والوظائف، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2011، ص 14.

³ - أحمد عبد العال صبري جلي، مرجع سبق ذكره، ص 36.

⁴ - فتيحة فرطاس، عصرنة الإدارة العمومية في الجزائر من خلال الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين خدمة المواطن، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، العدد 15، الجزائر، 02 / 2016، ص 307.

ب- إجرائيا: يُقصد بالإدارة العمومية في دراستنا بلدية بنورة باعتبارها إدارة عمومية تقع في تراب ولاية البلدية.

08- حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: يتمحور موضوع دراستنا حول واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك من قِبَل الإدارة العمومية الجزائرية، حيث تسعى دراستنا إلى إبراز دور الفيسبوك في تحسين الأداء الاتصالي والتفاعل بين بلدية بنورة ومواطنيها من خلال صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة على الفيسبوك.

- الحدود الزمنية: تمتد الحدود الزمنية لدراستنا من شهر نوفمبر سنة 2019 إلى منتصف شهر جوان سنة 2020 من الموسم الجامعي 2019/2020.

- الحدود المكانية: تمّ إجراء دراستنا في الحدود الجغرافية لبلدية بنورة ولاية غرداية، وكان ذلك في الأحياء الأربعة للبلدية وهي قصر بنورة، قصر بني يزقن، حي سيدي اعجاز والمنطقة العلمية.

- الحدود البشرية: تتمثل الحدود البشرية لدرستنا في عينة من مواطني بلدية بنورة القاطنين بكل من أحياء قصر بنورة، قصر بني يزقن، حي سيدي اعجاز والمنطقة العلمية و المقدّر عددهم ب 108 مفردة.

09- المنهج وأدوات الدراسة:

أ- منهج الدراسة:

يخضع اختيار منهج الدراسة إلى عدة اعتبارات وذلك حسب طبيعة الموضوع المدروس، ومجتمع الدراسة، وكذا الأدوات التي يتم من خلالها جمع المعلومات للظاهرة المدروسة، وفي دراستنا هذه تم اختيارنا المنهج الوصفي ، والذي نراه مناسبا للقيام بدراستنا الميدانية.

- تعريف المنهج الوصفي: "هو ذلك المنهج الذي يشمل البحوث التي تركز على ما هو كائن في حياة الإنسان والمجتمع، والمنهج الوصفي هو استقصاء ينصب ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر قصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها، أو بينها وبين ظواهر أخرى"¹.

واستخدمنا هذا المنهج لغرض وصف الظاهرة التي تتمثل في واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في الإدارة العمومية الجزائرية و بوجه الخصوص بلدية بنورة، مع إبراز الدور الذي يلعبه موقع الفيسبوك في تحسين الأداء الاتصالي، وذلك من خلال الصفحة الرسمية للبلدية.

وتمّ استخدام هذا المنهج في دراستنا من أجل جمع المعلومات والبيانات اللازمة من مفردات عينة الدراسة، وذلك عن طريق الوسائل والأدوات العلمية المناسبة.

ب- أدوات الدراسة:

1- المقابلة:

تُعرف المقابلة أنها "عملية اجتماعية محضة صرفة تحدث بين شخصين الباحث أو المقابل الذي يستلم المعلومات ويجمعها ويصنفها، والمبحوث الذي يعطي المعلومات بعد إجابته على الأسئلة الموجهة إليه من قبل الباحث"².

- استخدمنا المقابلة العلمية لجمع المعلومات من قِبَل المكلفين والفاعلين في خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة، قمنا بإجراء مقابلة مُقنّنة مع السيد عبد الله بن الناصر رئيس المجلس الشعبي البلدي لبلدية بنورة ، والسيد قاسم أبي اسماعيل مساعد المدير المكلف بخلية الإعلام والعلاقات العامة ببلدية بنورة؛ بتاريخ 2020/05/28 بمكتب رئيس البلدية، وتحتوي هذه المقابلة على (7) أسئلة شاملة لموضوع دراستنا. (أنظر الملحق رقم 1).

¹ - رحيم يونس كرو الغزاوي، مقدمة في مناهج البحث العلمي، دار دجلة، ط 1، الأردن، 2008، ص 97.

² - محمد الحسن إحسان، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة للطباعة والنشر، ط 3، بيروت، لبنان، 1994، ص 93.

2- الاستبيان:

تُعتبر أداة الاستبيان من الأدوات المهمة في البحث العلمي، إذ تُتيح وتُسهّل للباحث جمع البيانات والمعلومات الكافية من عينة الدراسة التي تكون في الغالب كبيرة، لذلك يلجأ الباحث إلى أداة الاستبيان لأخذ عينة تُمثّل المجتمع الأصلي للدراسة، قصد ربح الوقت والحصول على معلومات من كل فئات المجتمع الأصلي للدراسة دون إقصاء.

ويُعرّف الاستبيان على أنه " أداة لجمع البيانات والمعلومات قوامها الاعتماد على مجموعة من الأسئلة المكتوبة للحصول على البيانات التي تُفيد في الإجابة على المشكلة من المشكلات"¹.

واعتمدنا على الاستبانة في دراستنا لجمع المعلومات والبيانات حول الظاهرة المدروسة، من خلال تقديم مجموعة من الأسئلة الموجهة إلى عينة البحث والتي نراها تُخدم موضوع دراستنا وذلك بعد تحكيمها من طرف مجموعة من الأساتذة في تخصص علوم الإعلام والاتصال وهم كالتالي:

الجدول (أ): قائمة الأساتذة المحكّمين للاستبيان:

الجامعة	الأساتذة(ة)
جامعة غرداية	د. طوالبية محمد
جامعة غرداية	د. قلاعة كريمة
جامعة غرداية	أ. صيتي أبوبكر
جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -	أ. بوكرموش عيسى

وقد تمّ الأخذ بعين الاعتبار ملاحظاتهم واقتراحاتهم، حيث قمنا بإعادة صياغة بعض الأسئلة، وإلغاء بعضها وإعادة النظر في ترتيبها، فكانت الاستمارة في شكلها النهائي متكونة من 14 سؤالاً.

¹ - رحيم يونس كرو الغزاوي، مرجع سبق ذكره، ص 131.

ويحتوي الاستبيان على 14 سؤالاً متنوعاً بين أسئلة مغلقة وأخرى شبه مفتوحة، إضافة إلى أسئلة متعدّدة الاختيار، (أنظر الملحق رقم 2)؛ والتي تم توزيعها في ثلاثة محاور وهي كالتالي:

المحور الأول: علاقة المواطن ببلدية بنورة ويحتوي على 4 أسئلة.

المحور الثاني: علاقة المواطن بخلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة و يحتوي على سؤالين.

المحور الثالث: نظرة الباحثين لدور صفحة الخلية في تحسين الأداء الاتصالي ومضمونه يحتوي على 8 أسئلة.

إضافة إلى وثيقة خاصة بالبيانات الشخصية للباحثين، تضم 5 بيانات؛ وكانت الأسئلة مرتّبة بأسلوب منطقي مناسب، تم توزيعها على مجموعة من الأشخاص لتعبئتها، وتم اختيار عينة الباحثين بطريقة عشوائية.

وقد اعتمدنا على الاستمارة الإلكترونية في دراستنا بدلا من الاستمارة الورقية نظرا للظروف الصحية لجائحة كورونا المتزامنة مع الجانب التطبيقي للدراسة وعدم القدرة على توزيع الاستمارة الورقية للباحثين في الواقع وذلك إتزاما للإجراءات الوقائية والقانونية، حيث استقبلنا 108 استمارة، وألغينا منها 16 استمارة كون بعضها متكررة من نفس المبحوث والبعض أجاب عليها بطريقة عشوائية؛ إذ إنهما لن تفيدنا في دراستنا؛ ليتبقى منها 92، واعتمدنا في تحليل نتائج الاستمارة على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss 23).

10 - مجتمع الدراسة والعينة:

أ- مجتمع الدراسة:

باعتبار أن دراستنا على واقع استخدام خلية الإعلام والعلاقات العامة لصفحة الفيسبوك الخاصة بها ببلدية بنورة، فإن مجتمع دراستنا يتمثل في مواطني بلدية بنورة، والذي يقدر عددهم بـ 45 ألف نسمة حسب نائب المدير المكلف بخلية الإعلام والعلاقات العامة، والموزعين على الأحياء الأربعة للبلدية وهي: قصر بنورة، قصر بني يزقن، حي سيدي اعجاز والمنطقة العلمية.

ب- عينة الدراسة:

باعتبار أن مجتمع دراستنا يحتوي على مجموعة كبيرة من المفردات فإننا لا نستطيع دراستها ككل، لذلك لجأنا إلى أخذ عينة مقدّرة ب 108 مفردة لإجراء الدراسة عليها وللحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بها.

وقد تمّ اختيار العينة حسب الكثافة السكانية لكل حي، وباعتبار أن قصر بني يزقن هو الأول في الكثافة السكانية على مستوى بلدية بونورة فقد أخذ الحصة الأكبر من حيث توزيع الاستثمارات للمبحوثين بنسبة 47%، يليه قصر بونورة بنسبة 31%، ويأتي في المرتبة الثالثة حي سيدي اعزاز بنسبة 20%، وأخيرا المنطقة العلمية 02%، وهذا التقسيم يتم اعتماده في بلدية بونورة عند تقسيم المشاريع التنموية وعند تقسيم حصص الإعانات التي تصل إلى البلدية مثل قفة رمضان، حصص السكن الريفي... الخ.

واعتمدنا على أسلوب العينة العشوائية البسيطة التي نراها مناسبة لمثل هذه الدراسات للحصول على البيانات والمعلومات من المبحوثين، وقد أدرجنا في العينة متغيرات الدراسة من الجنس والسن والمستوى الدراسي والوضعية المهنية ومكان الإقامة.

11 - الدراسات السابقة:

إن موضوع مواقع التواصل الاجتماعي شهد اهتماما كبيرا من طرف الباحثين بمختلف زواياه؛ وحسب اطلاعنا للدراسات المشابهة لموضوعنا فإن أغلبها ركّزت على الجانب الاجتماعي والإداري في بعض المؤسسات بنوعيتها العمومية والخاصة، غير أن موضوعنا ركّز بشكل كبير في الجانب الاتصالي الإداري وهذا من خلال دراسة دور موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تحسين الأداء الاتصالي بين المؤسسات العمومية وجمهورها الخارجي.

وقد تم ترتيب الدراسات السابقة بشكل تصاعدي؛ من القديمة إلى الجديدة؛ وهي كالتالي:

أولاً: الدراسات الجزائرية:

1. دراسة نومار مريم ناريمان¹

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر.

بلورت الباحثة مشكلة دراستها في تساؤل رئيسي مفاده: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟ وتمحورت عن الإشكالية تساؤلات أهمها:

- ما هي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" لدى الجزائريين؟

- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع "الفيسبوك"؟

- كيف يؤثر استخدام "الفيسبوك" على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

وقد وظفت الدراسة منهج المسح الوصفي، وذلك لوصف العلاقة بين الشبكات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية، واكتفت الباحثة بـ 280 مفردة كعينة الدراسة، واستخدمت أداتي الملاحظة والاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين.

توصّلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- بالنسبة لعادات وأنماط استخدام الفيسبوك فقد تبين أنّ أغلب أفراد العينة يستخدمونه منذ سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة 52.07%، ويقضي 27.16% منهم أكثر من ثلاث ساعات في استخدامهم للموقع، وتشير النتائج إلى أنّ أغلب المبحوثين يتصفحون الموقع من مرتين إلى ثلاث مرّات في اليوم بنسبة 42.64%، ويتحاشى 61.50% منهم استخدامه بالفترة الليلية.

¹ - نومار مريم ناريمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، سنة 2012.

- بالنسبة للدوافع والحاجات التي تقف وراء استخدام الفيسبوك فلقد تبين من إجابات أفراد العينة أن أغلبهم يستخدمونهم بدوافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب تثقيف النفس بـ 14.75%، ثم زيادة المعلومات والمعارف بنسبة 13.84%، يليه الترفيه والتسلية 12.71%.
 - بالنسبة للمحور الخاص بالفيسبوك والعلاقات الاجتماعية وبالخصوص النتائج المتعلقة بتأثير الاتصال عبر الفيسبوك في الاتصال الشخصي وجها لوجه، فقد تبين أن أغلب أفراد العينة لا يوافقون على أن الوقت المخصص لأسرهم أقل من الوقت الذي يقضونه في الفيسبوك.
 - بخصوص النتائج المتعلقة بتأثير استخدام الفيسبوك على التفاعل الاجتماعي لأفراد العينة مع عائلاتهم ومعارفهم فقد توصلت الدراسة إلى أن 33.58% لا يوافقون على أن تفاعلهم مع أسرهم قلّ منذ أن بدؤوا في استخدام الفيسبوك، في حين يوافق 27.16% على ذلك.
 - النتائج المتعلقة باستخدام الفيسبوك والحفاظ على العلاقات الاجتماعية وتوسيعها فقد توصلت الدراسة إلى أن 38.11% يوافقون على أن الفيسبوك يساعدهم في توسيع علاقاتهم الاجتماعية، ويؤيّدهم بشدّة في ذلك 29.81%، ويعتقد 35.74% أنهم أصبحوا أقرب إلى أقاربهم الذين يتواصلون معهم عن طريق الفيسبوك.
- التعقيب على الدراسة:**

استفدنا كثيرا من هذه الدراسة، حيث تناول كثيرا من جوانب بحثنا، فهي تتماثل مع دراستنا في أنها سلطت الضوء على واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ودوره في تحسين الاتصال، ومن جهة أخرى فهي تختلف عن دراستنا في كون أن الدراسة ركّزت على أثر استخدام الفيسبوك في توطيد العلاقات الاجتماعية، وتأتي دراستنا لتضيف جانبا مهماً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في دائرة الإدارة العمومية الجزائرية؛ وذلك بإبراز دور هذه المواقع في تحسين الأداء الاتصالي في العمل الإعلامي الإداري.

2. دراسة حاكمي حمزة¹:

تسعى هذه الدراسة إلى تشخيص واقع إصلاح الخدمة العمومية في الجزائر من خلال دراسة حالة بلدية سعيدة.

وتتمحور إشكالية هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى نجاعة الجهاز الإداري في تقديم خدمات عمومية للمواطنين في ظل الإصلاحات المختلفة التي قامت بها الجزائر؟

وقد تفرّعت منها تساؤلات جزئية أهمها:

- ما مفهوم الخدمة العمومية؟ وفيم تتمثل خصائصها؟

- ما هو تعريف الإصلاح الإداري؟ وماهي أهدافه وأهميته؟

- ماهي الإصلاحات لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر؟

استخدم الباحث في معالجة إشكالية دراسته المنهج التحليلي، وكذا منهج دراسة حالة وذلك من أجل معالجة البيانات والمعلومات والتعمق في دراسة واقع الخدمات المقدمة من طرف بلدية سعيدة في دراسته الميدانية مع الاعتماد على أداة المقابلة في دراسته.

توصّل الباحث في معالجة مشكلة موضوعه إلى مجموعة من النتائج، ومن أهمها:

- أن قطاع الخدمة العمومية ما زال يتعامل مع مسارات التغيير والبناء وإعادة البناء بطريقة التحديث التقليدي المتدرّج في معالجة الإخفاقات والأخطاء المرتكبة بفعل الممارسات الترميمية، مما يزيد من ضياع الموارد والجهود والطاقات والوقت، بالإضافة إلى غياب نظرة مستقبلية في التسيير تسمح لها بمواكبة تلك البيئة المتغيرة.

¹ - حاكمي حمزة، إصلاح الخدمة العمومية في الجزائر: دراسة حالة بلدية سعيدة، (مذكرة ماستر غير منشورة)، تخصص العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة مولاي الطاهر، سعيدة، سنة 2016.

- تحسين الخدمات وتخفيف الإجراءات الإدارية، وتقريب الإدارة من المواطن ضمن الورشات الكبرى التي باشرت فيها الدولة مع اتخاذ مجموعة من التدابير التي من شأنها أن تسمح بتسهيل الأمور للمواطن ورفع كل العوائق البيروقراطية من أجل تقليص الضغط الموجود بين الإدارة والمواطن.

- وجود بوابة إلكترونية قامت بفتحها الحكومة من أجل عصنة الخدمات المقدمة من طرف الإدارة العمومية، وهذا ما وجدته الباحثة بمصلحة الحالة المدنية ببلدية سعيدة؛ والتي تركز أساسا على التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال.

التعقيب على الدراسة:

بعد اطلاعنا على هذه الدراسة استفدنا منها في عدة جوانب لمعالجة موضوع دراستنا، فهي تتشابه مع دراستنا في كونها تطرقت إلى موضوع تحسين الخدمة العمومية والإصلاح الإداري، غير أن هذه الدراسة تختلف مع دراستنا في أنها ركزت على تحسين الخدمة العمومية من خلال الخدمات المقدمة باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بينما تركز دراستنا على جانب لم تتطرق إليه هذه الدراسة وهو تحسين الاتصال المؤسسي بين الإدارة العمومية والجمهور الخارجي بواسطة الوسائل الاتصالية الحديثة ومنها موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

3- دراسة حولة صديقة ومغراوي نعيمة¹:

سعت الباحثتان في معالجة موضوع دراستهما إلى إبراز واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات الاستشفائية العمومية ومدى مساهمتها في تحسين خدماتها، وذلك من خلال دراسة ميدانية بمستشفى شبيغيفارا مستغانم.

وتمحور التساؤل الرئيسي للدراسة فيما يلي:

¹ - حولة صديقة، مغراوي نعيمة، تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاستشفائية العمومية: دراسة ميدانية بمستشفى شبيغيفارا بمستغانم، (مذكرة ماستر غير منشورة) تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، سنة 2017.

ما واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات الاستشفائية؟ وما هو الدور الذي تلعبه؟ وقد قامت الباحثتان بطرح مجموعة من الأسئلة على التساؤل الرئيسي السابق تمثلت فيما يلي:

- كيف تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين الخدمة الاستشفائية؟

- ماهي أهم التكنولوجيات التي تستخدمها المؤسسات الاستشفائية ومجال تطبيقها؟

- كيف أثرت تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء المؤسسات العمومية؟

اعتمدت الباحثتان في دراستهما على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لوصف الظاهرة وتحليل النتائج المتحصّل عليها، وركزت الباحثتان في دراستهما على الأطباء والإداريين كعينة للدراسة باعتبارهم جمهوراً داخلياً للمؤسسة، أما بالنسبة للأداة فقد استخدمتا الاستبيان والمقابلة والملاحظة.

وبعد الدراسة الميدانية توصلت الباحثتان إلى مجموعة من النتائج؛ نذكر منها:

- يُعتبر الهاتف الثابت الوسيلة الاتصالية الأكثر استخداماً في الاتصال بهيئات الإدارة.

- يُعد استخدام تكنولوجيا الاتصال ضرورياً في سير عمل المؤسسة.

- ساعدت تكنولوجيا الإعلام والاتصال المؤسسة في التعامل مع المؤسسات الخارجية.

- تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال كمصدر لاستنباط المعلومات.

- ساعدت تكنولوجيا الإعلام والاتصال المؤسسة في معالجة عدد كبير من الملفات في وقت قصير.

التعليق على الدراسة:

تطرقت هذه الدراسة إلى العديد من الجوانب المتعلقة بدراستنا؛ ويتمثل التشابه بينهما في أن كلا الدراستين اهتمتا بالدور الذي تلعبه تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسات العمومية، بينما يكمن التباين بينهما في أنّ هذه الدراسة ركزت على استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودورها في تحسين الخدمة داخل المؤسسة الاستشفائية العمومية، أمّا دراستنا

فأضفت جانبا من جوانب استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتي تتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي وواقع توظيفها في العملية الاتصالية لدى الإدارة العمومية الجزائرية.

4_ دراسة منوار بسمة ومرزوق وهيبة¹:

تطرقت الباحثتان في دراستهما إلى واقع تطبيق الإدارة الإلكترونية في الإدارات العمومية، وتمثلت الدراسة الميدانية في بلدية امجدالة ولاية البويرة.

وعلى ضوء هذا فقد كانت الإشكالية وفق ما يلي:

ما مدى تطبيق الإدارة الإلكترونية في الإدارات العمومية؟ وتمحورت التساؤلات الفرعية للدراسة على النحو التالي:

- ما مفهوم الإدارة الإلكترونية؟

- ما أسباب التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية؟

- كيف يؤثر تطبيق الإدارة الإلكترونية في سير الإدارة العمومية؟

اعتمدت الباحثتان في دراستهما على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي في معالجة الظاهرة المدروسة، وذلك باستخدام أدوات البحث العلمي والمتمثلة في الملاحظة والاستبيان والمقابلة.

وبعد الدراسة الميدانية توصلت الباحثتان إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أصبح التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية ضرورة ملحة وذلك استنادا على إجابات عينة الدراسة.

- توفّر متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية في بلدية امجدالة ساعد على تقديم أحسن الخدمات المتعلقة بها، وهذا استنتاجا من إجابات عينة الدراسة.

¹ - منوار بسمة، مرزوق وهيبة، تطبيقات الإدارة الإلكترونية في الإدارة العمومية: دراسة حالة بلدية امجدالة، (مذكرة ماستر غير منشورة)، تخصص علوم التسيير، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، سنة 2018.

- رغم تبني المؤسسات العمومية الجزائرية للإدارة الإلكترونية إلا أنها لا تخلو من مُتَبَطَّات ومشاكل تجعل الإدارة العمومية تتراجع عن الأداء الأمثل لخدماتها.

التعقيب على الدراسة:

وبعد الاطلاع على هذه الدراسة، فقد أفادتنا الكثير، بكونها تتشابه مع دراستنا، حيث تطرقت إلى واقع الإدارات العمومية ومدى مواكبتها للتكنولوجيا بصفة عامة، وبوجه الخصوص تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مجال عصنة تقديم خدماتها للمواطن، إلا أنها تختلف مع دراستنا الحالية، حيث ركّزت على الخدمات الإدارية الإلكترونية المقدمة باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بينما أضافت دراستنا استخدام مثل هذه التكنولوجيات والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك للتواصل مع الجمهور الخارجي.

ثانيا: الدراسات الأجنبية: الدراسات العربية:

- دراسة عيدان عثمان إحسان¹:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أثر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في أداء إدارة علاقات الزبائن، وتتضمن هذه الدراسة محورا ميدانيا تمثل في قياس وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية الخاصة، وتنحصر إشكالية هذه الدراسة في:

هل هناك أثر لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة الزبائن في الجامعات الأردنية الخاصة؟ وقد صاغ الباحث الفرضيات محل التساؤلات ومن أهمها:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه بالزبائن والتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن والنظام الإداري والمرتكز على الزبون في تحقيق أداء علاقات الزبائن من حيث رضا ولاء الزبون في الجامعات الأردنية الخاصة.

¹ عيدان عثمان إحسان، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن: دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية الخاصة، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص الأعمال الإلكترونية، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، ماي سنة 2015.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه بالزبائن والتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن والنظام الإداري المرتكز على الزبائن في تعزيز قدرات إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية؛ من حيث إدارة تفاعل الزبون والنشر والاستجابة في الجامعات الأردنية الخاصة.

بما أن دراسة الباحث دراسة وصفية تحليلية فقد اعتمد على المنهج الوصفي لوصف وتحليل النتائج المترتبة عن دراسته؛ واعتمد على أداة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات من المبحوثين.

أسفرت دراسة الباحث عن نتائج عديدة أهمها:

- بينت النتائج أنّ محور التوجه بالزبائن في الجامعات الأردنية الخاصة محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

- أشارت نتائج التحليل الوصفي إلى أن مستوى محور التكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن (الفيسبوك، اليوتيوب...) في الجامعات الأردنية الخاصة محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

- أوضحت نتائج التحليل الإحصائي على أن مستوى محور قدرات أداء علاقات الزبائن الاجتماعية في الجامعات الأردنية الخاصة محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

- أشارت النتائج على أن مستوى ولاء الزبائن في الجامعات الأردنية الخاصة محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

التعقيب على الدراسة:

بما أن الدراسة أبرزت أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ودورها الفعّال في إدارة علاقات الزبائن فإنها تتشابه مع دراستنا، وتعرّفنا من خلالها على دور مواقع التواصل الاجتماعي في الرفع من ثقة الزبون وولائه للمؤسسة، إلا أنها تختلف مع دراستنا في الجانب الميداني، حيث إنّها أُجريت في الجامعات الأردنية الخاصة لقياس وجهة نظر الطلبة تجاه أداء إدارة علاقات الزبائن، بينما

رَكَزَت دراستنا على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الاتصالي والعلاقات الإنسانية بين المؤسسة العمومية وجمهورها الخارجي.

12- المقاربة النظرية للدراسة:

توجد العديد من النظريات التي تقارب موضوع دراستنا، إلا أن نظرية الحتمية التكنولوجية نراها الأنسب لموضوع دراستنا، مع مراعاة طبيعة الموضوع الذي يهتم بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي.

نظرية الحتمية التكنولوجية:

تُعَدُّ النظرية الحتمية التكنولوجية من النظريات الحديثة التي تهتم بتطور وسائل الإعلام و التأثير الذي يحدثه على المجتمعات، حيث يرى ماكلوهان أن وسائل الإعلام التي تستخدمها أو تضطرّ لاستخدامها ستحدد طبيعته وكيف يعالج مشاكله، وأن ظهور أي وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان، ولها تأثير على الطريقة التي يعملون ويفكرون بها¹.

اعتمد مارشال ماكلوهان لتقسيمه لمراحل تطور التواصل الإنساني على وسائل الاتصال الجماهيرية، باعتباره أن هذه الوسائل ساعدت على تشكيل المجتمعات أكثر من مضمونها، وقسم ماكلوهان هذا التطور إلى أربعة مراحل وهي:

1- المرحلة الشفوية: وتعتمد على الاتصال الشفوي، وتسمى بمرحلة ما قبل التعلم أو المرحلة القبلية.

2 - المرحلة كتابة النسخ: التي ظهرت في اليونان واستمرت ألفي عام.

3 - عصر الطباعة: من سنة 1500 م إلى سنة 1900 م تقريبا.

3- عصر وسائل الإعلام الإلكترونية: من سنة 1900 تقريبا إلى وقتنا الحالي².

¹ - نور الدين تواتي، ماكلوهان مارشال قراءة في نظرياته بين الأمس واليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر3، العدد 10، 03 / 2013، ص ص، 183- 184.

² - رندا بوسعيد، التغير الاجتماعي والحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام: قراءة في نظرية مارشال ماكلوهان، مجلة سوسولوجيا، العدد 1، 06 / 2017، ص 47.

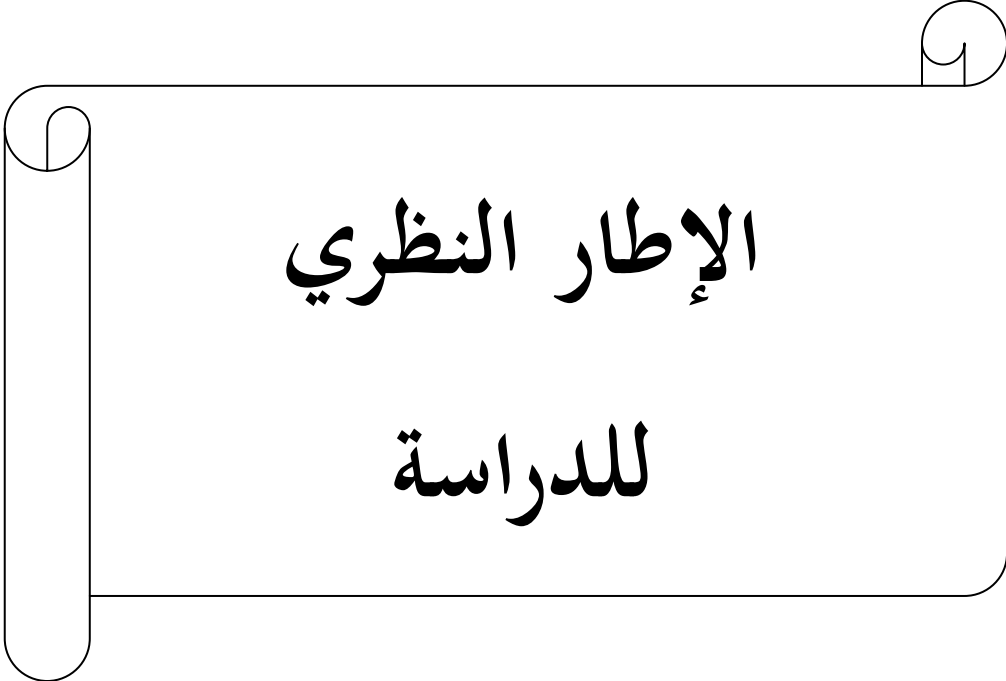
ويرى ماكلوهان أن الوسيلة هي الرسالة باعتباره أن التكنولوجيا الإعلامية أهم وأشد وأكثر فاعلية من مضمون الفكري المقدم في محتوى الرسالة الإعلامية، وقسم ماكلوهان الوسائل الإعلامية إلى وسائل ساخنة وباردة، وهذا حسب نمط تفاعل الأفراد معها وحسب الجهد الذي يتطلبه فعل المتلقي والمتابعة، كما أعطى ماكلوهان صفة القرية الكونية للعالم بفعل تطوّر الوسائل الاتصالية و خاصة الإلكترونية منها¹.

وتوظيفنا للنظرية الحتمية التكنولوجية يرجع إلى تطور وسائل الاتصال الحديثة وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي منها والتي عرفت تزايد للاستخدام من طرف الأفراد بصفة عامة وبصفة خاصة أفراد المجتمع الجزائري، ممّا جعل المؤسسات العمومية الجزائرية ومنها بلدية بونورة التي تسعى إلى استخدام هذه المواقع كحتمية للتواصل مع جمهورها وتزويدهم بالمعلومات والأخبار الخاصة بالمؤسسة عبر صفحاتها الرسمية، وذلك تماشياً مع العصر وتغيّراته المتسارعة في مجال الإعلام والاتصال.

13- صعوبات الدراسة:

- لايكاد يخلو أي عمل بحثي من صعوبات وتحديات وعقبات تحول دون تواصل العمل بشكل منظم ومستمر، ورغم الجهود المبذولة في إنجاز المذكرة إلا أنّنا اعترضتنا بعض الصعوبات منها:
- صعوبة الحصول على المراجع الكافية المتعلقة بموضوع دراستنا، وهذا ما أثر على سيرورة إنجاز المذكرة، بسبب توقف الدراسة لمدة طويلة وذلك منذ تقديم الإجازة الربيعية من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي وذلك بسبب انتشار الوباء العالمي (covid-19 كورونا)، وهذا للحد من تزايد تفشّيه خاصة في ولاية غرداية ولا سيما في الحرم الجامعي.
 - صعوبة توزيع استمارات الاستبيان على المبحوثين بسبب الظروف الصحية الصعبة جراء وباء كورونا وخطر انتقاله بين الأفراد، ممّا جعل صعوبة التنقل إليهم وكذا الإجراءات الأمنية التي فرضتها الدولة للشعب وفرض الحجر الصحي الجزئي، وقد أثر هذا سلبيًا للحصول على معلومات من المبحوثين للاعتماد عليها في الجانب التطبيقي للدراسة.

¹ - رندا بوسعيد، مرجع سبق ذكره، ص 48.



الإطار النظري
للدراصة

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي ومجالات استخدامها في المنظمة

المطلب الأول: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المنظمة

المطلب الثالث: مزايا وسلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث: موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك (Facebook)

المطلب الأول: موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك: النشأة والمفهوم

المطلب الثاني: خصائص موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك

المطلب الثالث: واقع استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في الجزائر

خلاصة الفصل

تمهيد:

شهد العالم عدة تحولات في مجال الإعلام وذلك من خلال تطور تقنيات ووسائل الاتصال، إذ تُعتبر مواقع التواصل الاجتماعي ضمن هذه الوسائل والتي عرفت انتشار واسعاً في عصرنا الحالي، إذ يستغلها الأفراد والجماعات في الاتصال والتواصل فيما بينهم مما جعل المؤسسات بمختلف مجالاتها ونشاطاتها بالاهتمام بها ومواكبة واستغلالها؛ من أجل الاتصال مع جمهورها الداخلي والخارجي، وتحقيق أهدافها الاتصالية، مما يجعل المؤسسة رائدة ومتطورة وفعالة في محيطها.

وبناء على هذا فإننا سنحاول في الفصل تقديم مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي؛ من خلال التطرق إلى نشأتها وتعريفها مع إبراز الخصائص التي تتميز بها، والتركيز على موقع الفيسبوك لكونه العنصر الأساسي في دراستنا.

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

تُعدّ شبكات التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الاتصالية الحديثة في وقتنا الراهن، ولا يكاد الإنسان أن يستغني عنها في حياته اليومية، فشبكات التواصل الاجتماعي كغيرها من الوسائل الاتصالية الأخرى قد شهدت عدة تطورات، ومن خلال هذا العنصر سنحاول التطرق إلى أهم المراحل التي مرت بها شبكات التواصل الاجتماعي وهي كما يلي:

المرحلة الأولى: تتمثل في مرحلة الجيل الأول للويب web1.0 ، ويمكن أن نصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية حيث ظهرت عدة شبكات تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم الشخصية وإدراج أصدقاءهم، ومن بين هذه المواقع موقع سيكس دقريز sixdegrees، لكنه توقف سنة 2000، ومن بين المواقع كذلك موقع كلاس مایت، الذي ظهر في منتصف التسعينات وكان هدفه خلق التواصل بين زملاء الدراسة، كما ظهرت عدة مواقع أخرى منها: موقع "لايف جورنال"، وموقع "كايوورد" والذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكانت تقتصر على خدمة الرسائل القصيرة وخاصة للأصدقاء، وعلى الرغم من كل ما تقدمه هذه الشبكات الاجتماعية من خدمات إلا أنّها لم تكن لمؤسسيها؛ لذلك لم تدم طويلاً¹.

المرحلة الثانية: بدأ ظهور هذا الجيل مع بداية ظهور web 2، إذ يُعتبر الموقع الأمريكي ماي سبايس أول الشبكات الاجتماعية في هذا الجيل ثم توالى بعده عدة مواقع للتواصل مثل: ASmall، Worl, Diaspora, Linkedlin, Tagged، إلا أن ظهور الشبكات الاجتماعية المنافسة والقوية في المجال أبرزها اليوتيوب والتويتير والفيسبوك حيث استغلت خصائص web 2 بشكل جيد²،

¹ - مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، إشراف جمال بن زروق، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2012، ص48.

² - حنان مجاهد، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، العدد 01، الجزائر، 03/02/2016، ص57.

وأعطت صبغة جديدة لمثل هذه المواقع وذلك بإدراج عناصر جديدة مثل خاصية الفيديو والصور والدردشات الفورية والمشاركة الآنية للمواضيع، وقد حقق هذا الجيل من الشبكات الاجتماعية مجموعة من الإنجازات والتي تمثلت في التعارف الشخصي وتكوين الصداقات وتبادل البيانات والتسويق التجاري¹.

المرحلة الثالثة: مع انتشار الجيل الثالث والرابع من الأنترنت وتزايد استخدامها لم تعد الشبكات الاجتماعية مرتبطة بأنظمة الويب؛ بل أصبح بإمكان كل مستخدم الولوج إلى الأنترنت عبر الهواتف الذكية والجهاز اللوحي (Tablet)، حيث تميز هذا الجيل بالاعتماد على التطبيقات واعتمدت جل المواقع الإلكترونية على إنشاء تطبيقات خاصة بها من أجل التسهيل والسرعة في نقل المعلومات إلى مشتركها².

المطلب الثاني: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

تعريف 1: هي منصّات إعلامية أو مجموعة من قنوات الاتصال المباشر المتخصصة في نشر وتفاعل ومشاركة المحتوى؛ كالرسائل والصور والمقاطع الصوتية والمصوّرة والتعاون على مستوى المجتمع والفرد، وهو مصطلح يشمل منصّات وسائل الإعلام الجديد أو المواقع التفاعلية على شبكة الأنترنت ذات المكوّنات الاجتماعية وقنوات التواصل عامة؛ كالفيسبوك وغيرها من الشبكات الاجتماعية³.

تعريف 2: " هي خدمات إلكترونية تسمح للمستخدم ببناء نظام عام، أو شبه عام مُكوّن من المستخدمين الذين تربطه بهم روابط وعلاقات مشتركة"⁴.

¹ - حنان مجاهد، مرجع سبق ذكره، ص 58.

² - المرجع نفسه، ص 58.

³ - حسان أحمد قَمحية، الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة للنشر والتوزيع، ط1، الجيزة، مصر، 2017، ص 23.

⁴ - منال هلال الزاهرة، توظيف ممارسي العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي: القطاع التجاري الأردني أنموذجاً، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، العدد 03، الأردن، 2018، ص 384.

تعريف 3: هي مواقع إلكترونية يتم الولوج إليها من خلال الأنترنت حيث تُتيح للأفراد بناء وربط العلاقات الاجتماعية وذلك من خلال التعريف بذاتهم وإبراز اهتماماتهم وتوجهاتهم واختيار أصدقاءهم من خلال إنشاء مجموعات قد تكون مفتوحة أو مغلقة أو سرية، كما تُتيح للفرد إمكانية تبادل المعلومات ونشرها من مواد مكتوبة وصور وفيديو مع مجموعة من الأدوات التي تُسهّل عملية التواصل والاتصال¹.

تعريف 4: يُطلق عليها بالإعلام الاجتماعي، وهي تلك المواقع التي تتكون بخيال قريب من الجمهور الكبير والواسع بواسطة الجيل الثاني للويب، و تحتوي على خدمات عديدة منها التخزين وتبادل المعلومات والأفكار ومشاركتها بين مستخدميها، وتختلف هذه المواقع من واحدة لأخرى حسب اختلاف مجالاتها وطبيعة استخدامها².

التعريف إجرائي: من خلال التعاريف السابقة؛ يمكن أن نعرّف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها تلك الشبكات الاجتماعية التي تسمح للفرد الاطلاع على مختلف الأخبار والأحداث السارية في العالم الواقعي؛ مع إمكانية التفاعل معها والتعليق عليها، كما تُتيح لمستخدميها بناء علاقات اجتماعية للتواصل مع الأفراد والجماعات، وهذا من خلال شبكة الأنترنت بمختلف التطبيقات الإلكترونية المتاحة.

¹ - سحر منصور سعيد عمر، فعالية برنامج تدريبي مقترح لتنمية الوعي بأساليب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة اجتماعية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 178، مصر، 2018/04، ص 113.

² - Olivier Baldomero, et les autres, **Les réseaux sociaux- une question d'éducation?**, Rapport Medias, les Francas ,Numéro 2011, Paris, France, 01/2012, p 08.

المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

توجد هناك العديد من مواقع التواصل الاجتماعي تختلف من واحدة إلى أخرى وذلك حسب ميول استخدام الفرد لها وحسب مميزات والخدمات التي تقدمها، ونذكر من بينها:

1 - موقع الفيسبوك (Facebook): هو شبكة اجتماعية عالمية تُقدم للأصدقاء المشتركين التواصل عبر صفحاتها على شبكة الأنترنت وذلك بالسماح لهم بتبادل المعلومات وآخر الأخبار العالمية والمحلية والمناسبات، بالإضافة إلى مجموعة من الميزات التي يقدمها الفيسبوك وهي التفاعلية؛ والذي يعمل دائما فريق الفيسبوك لتطويره وتحديثه، كتبادل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها من المميزات¹.

2 - موقع اليوتيوب (You Tube): تأسس موقع اليوتيوب عام 2005، والذي يُتيح خدمات تبادل ملفات الفيديو من خلال الأنترنت بمختلف أنواعها: إعلامية، تعليمية، ترفيهية، ثقافية²، حيث يسمح للمستخدمين برفع ومشاركة الفيديو بشكل مجاني عبر الأنترنت وفقا لخصائص الموقع³، كما يُتيح مشاركة ما تم نشره من قِبَل الآخرين إلى الأصدقاء والمشاركين. وتشمل مضامين موقع اليوتيوب عروض التجارة والأعمال عبر الأنترنت من خلال الإشهار للخدمات والأفكار والمنتجات، وكان أول فيلم تم عرضه على موقع اليوتيوب لوجاود كريم أحد مؤسسي الموقع، 23 أبريل 2005، بعنوان: أنا في حديقة سامبولو لمدة 19 ثانية⁴.

¹ - إبتسام بدري، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي وإحداث التغيير في دول الحراك العربي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 47، الجزائر، 06 / 2017، ص 36.

² - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، إشراف حلمي ساري، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012، ص 44.

³ - وهيبه غرامي، تكنولوجيا المعلومات في المكتبات، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص 193.

⁴ - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، مرجع سبق ذكره، ص 44.

3- موقع التويتز (Twitter): هو موقع تمّ إنشاؤه سنة 2006، وابتدأ كمشروع بحثي أجرته شركة أمريكية في فرانسيكو، وبدأ الموقع كخدمة جديدة سنة 2007، وفي أبريل من نفس السنة قامت الشركة المطوّرة بإنشاء شركة خاصة تحمل اسمه لإدارة الموقع، فموقع تويتز هو شبكة اجتماعية تُتيح للأفراد التواصل فيما بينهم بعدّة وسائل، حيث إن الموقع يقدم خدمة تدوينية مصغّرة، حيث إن هذه الأخيرة لا تزيد عن 140 حرفاً، وتُجيب عن السؤال ماذا تفعل، كما تُشير التقارير الصادرة عن التويتز في بدايات عام 2012 أن مستخدمي الموقع بلغ نصف مليار بين مُدوّن ناشط ومُدوّن جامد على مستوى العالم¹.

4- موقع ماي سبيس (Myspace): هي شبكة تفاعلية بين الأصدقاء مسجلين في الخدمة حيث يُقدم خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو على المجموعات البريدية وملفات الملصقات الشخصية للأعضاء المسجّلين، ويقع مقر الشركة في سانتا مونيكا بكاليفورنيا².

الأنستغرام (Instagram) : هو تطبيق متاح على الهواتف الذكية، وهو يعرض خدمة مشاركة الصور والفيديوهات القصيرة، حيث يسمح هذا الموقع بتعديل الصور والفيديوهات وتحميلها قبل نشرها لتكون أكثر جذابة واهتمام من قبل الأصدقاء والمتابعين، ويرافق نشر الصور ومقاطع الفيديو نصوصاً قصيرة، أي تربط الصور والفيديوهات بالنصوص القصيرة، لكنها تظل متمحورة حول الصورة المرئية، وهذا التطبيق يُستخدم بكثرة عند المشاهير والاعبين، وبين الشباب عموماً. إضافة إلى الخدمات الأخرى التي يمتاز بها التطبيق مثل الخدمات الاتصالية والتجارية³.

¹ - رضا أمين، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2015، ص118.

² - خيرة محمدي، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية: دراسة وصفية تحليلية لعينة من مستخدمي موقع الفيسبوك، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد11، الجزائر، د.ت.ن، ص 165.

³ - Sylvain Steer, **Jeunes et réseaux sociaux des espaces de liberté sous multiples surveillance**, Ligue des Droits de l'Homme, MINISTRE DE VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS, Paris, France, 03/2017, p 06.

المبحث الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي ومجالات استخدامها في المنظمة

المطلب الأول: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت خصائص مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف أنواعها؛ نذكر منها:

- أ- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية: ويمكن من خلال الملفات الشخصية أن نتعرف على الحساب الشخصي للمشارك من خلال التعرف على اسمه والمعلومات الأساسية له؛ كالجنس وتاريخ الميلاد والاهتمامات والصور الشخصية.
- ب- المشاركة: وهي خاصية تُتيح للمشارك أو المستخدم بمشاركة كل المواضيع التي يهتم بها عبر حسابه الشخصي، وبذلك يمكن لأصدقائه ومتابعيه مشاهدتها.
- ج- أصدقاء العلاقات: وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معيّن، حيث تختلف مواقع التواصل الاجتماعي فيما بينها في تسمية قائمة الأصدقاء؛ فهناك مواقع تسميها بأصدقاء جدد وأخرى محترفة تسميها باتصال أو علاقة جديدة.
- د- إرسال الرسائل: تسمح هذه الخاصية للشخص المشترك في الموقع إمكانية إرسال رسالة لأي شخص سواء أكان صديقاً أو غيره.
- هـ- الألبومات الصور: هي خاصية تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي عن باقي المواقع الأخرى؛ حيث تتوفر على إمكانية إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها مع إتاحتها للأصدقاء لمشاهدتها والتعليق عليها والإشارة إليها.
- و- المجموعات: تُقدّم واقع التواصل الاجتماعي خدمة إنشاء مجموعة مصغرة أو كبيرة، وذلك بالإشراف عليها والتحكم فيها من قبل مسؤول المجموعة Admin، كقبول أو رفض المنشورات الصادرة من المشتركين لنشرها في هذه المجموعات أو حذفها، كما تُتيح بإنشاء منتدى حوارى وإرسال الصور والتنسيق بين أعضائها؛ كالدعوة إلى حدث معيّن¹.

¹ - فاديا الجهني، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التوافق الشخصي والاجتماعي عند الشباب: دراسة على عينة من طلاب جامعة البعث، مجلة جامعة البعث، العدد 66، سورية، 2017، ص.ص، 14-15.

ي- الصفحات: أول من أضاف هذه الخاصية موقع الفيسبوك، حيث تُستعمل هذه الصفحات في المجال التجاري ويعمل الموقع على تحديثها وتطويرها بإنشاء حملات إعلامية مُوجهة لأصحاب المنتجات التجارية بتوجيه صفحاتهم للمستخدمين ويشترط هنا الدفع في كل عملية إشهار أو ترويج لأي خدمة أو مُنتج¹.

المطلب الثاني: مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المنظمة

تعدّدت وتنوعت مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الاتصال في المنظمة، والتي تُقدّم المنظمة من خلالها مجموعة من الخدمات لتلبية احتياجات الجمهور؛ ونذكر من أهمّ هذه المجالات:

- تقديم المعلومات: حيث تقوم المنظمة على صفحاتها الخاصة على مستوى المواقع بنشر بياناتها الخاصة لتعريف الجمهور بها.
- نشر الأخبار: ويتم نشر الأخبار المتعلقة بالمنظمة من أحداث وفعاليات ومناسبات على مستوى صفحة المنظمة.
- الإرشاد والتوجيه والتوعية: تُساهم مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالمنظمة في توجيه وإرشاد الجمهور في مختلف المجالات ولا سيما الحملات التوعوية والتحسيسية للحفاظ على صحته ومصالحته.
- التعرّف على آراء الجمهور: وذلك بالتعرف على انطباعات واتجاهات الجمهور بُحاه سياسة المنظمة وقراراتها ومنتجاتها وخدماتها.
- إمكانية وضع رابط الموقع الإلكتروني في صفحاتها الرسمية على الشبكات الاجتماعية، ويتضمن الموقع الإلكتروني الخاص بالمنظمة².

¹ - فاديا الجهني، مرجع سبق ذكره، ص 15.

² - ميريهان محسن محمد السيد طنطاوي، الاستراتيجيات الاتصالية للمنظمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة سمعتها: دراسة تطبيقية على شرطة دبي، مجلة بحوث العلاقات العامة، العدد6، مصر، 03/ 2015، ص 109.

- الترويج لمنتجات وخدمات المنظمة: وذلك بنشر إعلانات وروابطها وتقديم معلومات ترويجية للسلع والخدمات القائمة في المنظمة، فضلا عن عرض الصور والفيديوهات حول نشاط المنظمة.
- تقديم خدمات إلى الجمهور: وذلك من خلال إتاحة خدمة العملاء للجمهور والتواصل مع مسؤوليها عبر شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمنظمة لطرح انشغالاتهم واستفساراتهم.
- إمكانية إنشاء مجموعات افتراضية من خلال دمج جمهور المنظمة في مجتمع افتراضي واحد للتفاعل بينهم؛ وذلك لزيادة الشعور بالانتماء إلى المنظمة لديهم¹.

المطلب الثالث: مزايا وسلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

على باقي المواقع الأخرى فإن لمواقع التواصل الاجتماعي مزايا وسلبيات تكمن وراء استخدامها، ونذكر من بينها:

- أ- مزايا مواقع التواصل الاجتماعي:
- هي نافذة مُطلّة على العالم: حيث تُتيح للفرد إمكانية التواصل مع الشعوب الأجنبية والعربية بتخطي المجال الجغرافي والزمني؛ فهي نافذة مفتوحة للتواصل والاطلاع على الثقافات المختلفة عبر العالم.
- فرصة لتعزيز الذات: فيمكن للشخص أن يبرز ذاته وشخصيته بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بالتعبير عن ما في ذاته بكل حرية دون قيود اجتماعية تمنعه من ذلك؛ فضلا عن آرائه وتوجهاته الشخصية تجاه قضايا الأمة.
- تُساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز الحقيقة وتوثيق الأحداث في ظل وجود الزيف الإعلامي والنفاق السياسي على الصعيد العالمي².

¹ - ميريهان محسن محمد السيد طنطاوي، مرجع سبق ذكره، ص 109.

² - ابتسام دراحي، آليات وأشكال التفاعل الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، العدد 47، الجزائر، 06 / 2018، ص 268.

- تزيد من تقارب العائلة الواحدة: فتطور التكنولوجيا وبالخصوص مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل فعّال في توطيد العلاقات الأسرية وذلك بتفقد أحوالهم وأخبارهم بشكل مستمر؛ باعتبار أن هذه المواقع لا تتطلب تكاليف تُعيق عن التواصل عكس الوسائل الاتصالية الأخرى.
 - تُعزّز روابط الصداقة القديمة: فهي مواقع تسمح للأفراد تذكير بعضهم البعض بمواقف ومعارف ماضية؛ كأصدقاء الدراسة والعمل الذين اختفت أخبارهم بسبب مشاغل الحياة وتباعد المسافات¹.
- ب- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:
- يُقلّل من مهارات التفاعل الشخصي؛ فيصبح الفرد لا يستطيع التفاعل مع أفراد المجتمع في الواقع الحقيقي، لأن التواصل الشخصي أي المباشر يختلف عن التواصل الافتراضي.
 - إضاعة الوقت: وذلك بما تقدّمه مواقع التواصل الاجتماعي من ألعاب ترفيهية قد تُؤثّر على الحياة الشخصية واليومية للفرد، وتُضيّع وقته مما يُؤدّي إلى الإدمان عليها.
 - انتحال الشخصية: حيث يستغلّ بعض الأشخاص هذه الحيلة في الابتزاز ونشر المعلومات المضلّلة وتشويه السمعة بما يعرف الآن بمصطلح الجريمة الإلكترونية².
 - انعدام الخصوصية ممّا يُؤدّي إلى أضرار مادية ومعنوية.
 - ظهور لغة جديدة للتواصل بين الشباب وخاصة العربي منهم، وهذا ما يؤثّر سلباً على الثقافة العربية والإسلامية؛ بما فيها اللغة والهوية العربية³.

¹ - ابتسام دراحي، مرجع سبق ذكره، ص 269.

² - ابتسام دراحي، المرجع نفسه، ص 269.

³ - عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص 69.

المبحث الثالث: موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك (Facebook)

المطلب الأول: موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك (النشأة والمفهوم):

أولاً: نشأة الفيسبوك:

بدأت فكرة إنشاء موقع الفيسبوك من طرف مارك جوكربيرج ذات الثالث والعشرين عاماً في حجرة إقامته بجامعة هارفارد الأمريكية، وذلك بتفكيره في تصميم موقع هدفه الجمع بين زملاء الجامعة وتبادل أخبارهم وصورهم وآراءهم، فكان هذا المؤسس مؤلماً بالإنترنت، وهذا الأخير لم يسع أبداً إلى إنشاء موقع تجاري وهدفه لم يكن ربحياً؛ بل لتسهيل عملية التواصل بين طلبة الجامعة، وأطلق جوكربيرج موقعه الفيسبوك في عام 2004، وحقق نجاحاً كبيراً في وقت قصير واكتسب شعبية كبيرة بين طلبة جامعة هارفارد، وهذا الأمر شجعه كثيراً في توسيع رقعة استخدام هذا الموقع ليشمل الجامعات الأخرى وطلبة الثانويات واقتصر استخدامه في هذه الفئات حتى عام 2006، بعد ذلك قرّر جوكربيرج أن يُتيح استخدام الموقع لكل من يرغب في ذلك، وكانت النتيجة جيّدة بارتفاع مستخدميه من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من نفس السنة إلى أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية سنة 2007؛ وفتح مارك جوكربيرج موقعه أمام المبرمجين ليقدّموا خدمات جديدة لزواريه، كما استغلّ القاعدة الشعبية للموقع في إبرام تعاقدات مع المعلنين؛ ليتحول الموقع إلى مصدر إعلاني ورجحي. ومع النجاحات المتتالية لموقع الفيسبوك وقاعدته الشعبية المتزايدة تلقى مارك جوكربيرج عدّة عروض من شركات كبرى أمثال "نيوز كوربوريشن" لشراء الموقع؛ إلا أنه قابل ذلك بالرفض، وكان في محبته أن الموقع يستحق أكثر من المبالغ المعروضة¹.

¹ - عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمّان، الأردن، 2011، ص. ص. 184 - 185 .

ثانياً: تعريف موقع الفيسبوك:

تعريف 1: يعرف الفيسبوك بأنه أحد مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمكن التلوج إليها عبر الرابط الخاص بالموقع (Facebook.com)، إذ يُتيح موقع الفيسبوك مجموعة من الأدوات والتقنيات الحديثة في التفاعل وذلك بالسماح لمستخدميه بالتعارف والتواصل ومشاركة المعلومات والمعارف¹.

تعريف 2: "هي شبكة رقمية تُتيح للمستخدمين تبادل المعلومات والصور والفيديوهات والتعليق عليها، فهو يُعدّ فضاء لوسائل الإعلام الاجتماعي للتعبير عن آراءهم تجاه الموضوعات والقضايا المختلفة، حيث يشارك المستخدمون في الاطلاع على الأخبار والمعلومات المتعلقة بقضايا ذات الاهتمام المشترك من خلال آليات الاتصال المتاحة على صفحة البرنامج؛ فضلاً عن توفير آليات البحث عن مضامين ملفات الفيديو المتاحة على الصفحة وتحديد طريقة انسياب وعرض المعلومات بما يناسب رغبة المستخدم"².

تعريف 3: "هو شبكة تواصل اجتماعي متاحة مجاناً على شبكة الأنترنت تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات شخصية وتحميل الصور والفيديوهات، كما تُتيح التواصل بين أفراد العائلة والزملاء بواسطة إرسال الرسائل بحد التواصل"³.

وكتعريف عام وشامل لموقع الفيسبوك : هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي والذي يمكن من خلاله التواصل مع مختلف المشتركين فيما بينهم وتبادل الأفكار والأخبار والمعلومات والآراء مما يخلق نوعاً من الاتصال التفاعلي، وتمتين علاقات افتراضية جديدة، وهذا من أجل تحقيق أهداف ومصالح مشتركة بين المستخدمين، فضلاً عن تشجيع الموقع على الاشتراك فيه واستخدامه وذلك بوضع مجال

¹ - محمد منتصر، شعبان حلاسة، واقع استخدام المنظمات الآلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص إدارة أعمال، إشراف ماجد محمد الفراء، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2013، ص 20.

² - شيماء الهواري، محمود محمد أحمد، مستويات تفاعل طلبة الجامعة مع اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية من مستخدمي صفحتي BBC عربي وقناة Dw الألمانية "عربي"، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي برلين، العدد 08، ألمانيا، 08/2019، ص 33.

³ - حسّان أحمد قمحية، مرجع سبق ذكره، ص 24.

للتجارة والتسويق كبيع مختلف الأغراض والمنتجات بواسطة الحساب الشخصي للمستخدم أو إنشاء صفحة مخصصة لذلك.

المطلب الثاني: خصائص موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك:

يتميز موقع الفيسبوك بعدة خصائص تميّزه عن باقي المواقع الاجتماعية الأخرى، إذ إنه يُحدث تغييرات وتحديثات مستمرة تُطوّر من خدماته، لذا تجعله هذه الأخيرة يستقطب العديد من المستخدمين في وقت قصير، ونذكر من بين أهم خصائصه:

- خاصية النكز Poks، وهي خاصية تُتيح للمستخدمين إرسال تنبيه افتراضي لإثارة الانتباه للمستخدم أن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- خاصية النشر: وتتضمن المواضيع الأخبار والأفكار والمعلومات وذلك من خلال نشرها في يوميات المستخدم على الحساب الشخصي أو في قصّته (Story).
- التعليقات: وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح للمستخدم بالتعليق على المنشورات والمواضيع وإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.
- يُتيح الفيسبوك مساحات خاصة بإعلانات البيع والشراء بين المستخدمين.
- إمكانية إنشاء صفحة شخصية للمستخدم على الفيسبوك وعرض فيها ما يشاء.
- استلام الرسائل وإرسالها، وكذا وجود المحادثة المباشرة مع الأصدقاء¹.

المطلب الثالث: إحصائيات حول استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في الجزائر

تُصنّف الجزائر حاليا في المرتبة 42 عالميا من حيث مُستخدمي موقع الفيسبوك والذي يُقدّر عددهم ب 3 ملايين و858 ألف و840 مستخدم، حيث عرف عدد المستخدمين تطورا كبيرا في عدد المستخدمين خلال ستة أشهر الأخيرة، نشر الموقع الإلكتروني المتخصص في متابعة نجاح التسويق الاجتماعي "Socialbakers" قدّم آخر الإحصاءات والمعطيات حول استخدام الفيسبوك في الجزائر؛ إذ بلغت نسبة النساء المستخدمات لهذه الشبكة 32%، مقابل 68% من الرجال²،

¹ - ميريهان محسن محمد السيد طنطاوي، مرجع سبق ذكره، ص. 105-106.

² - مريم نزيهان نومار، مرجع سبق ذكره، ص 57.

كما قدّم الموقع تفاصيل حول الفئات المستخدمة للموقع في الجزائر، ونذكر من بينها: فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و24 سنة يُقدّر عددهم بـ 42%، تليهم فئة تتراوح أعمارهم بين 25 و34 سنة بنسبة 26%، في حين نجد نسبة قليلة من الفئة التي تتراوح أعمارهم بين 55 و64 سنة بنسبة 1%، في حين تتوزع النسب الأخرى في الأعمار التي بين 13 و 15 سنة بنسبة 8%، بينما أن فئة 33 إلى 45 سنة تنحصر في نسبة 7%، كما نجد أن نسبة 3% تُمثّلها الفئة العُمرية من 45 إلى 54¹.

¹ - عاصم بن محمد، الجزائر 42 عالميا بأكثر من 3 ملايين مستخدم لـ " الفاييس بوك "، موقع النهار أولابن، الرابط: <https://www.ennaharonline.com> ، تاريخ التصفح: 2020 /04/01 ، 18:30.

خلاصة الفصل:

عرفت مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا واسعا في أوساط المجتمعات بفضل استخدامها والتسهيلات المتاحة في أداء العملية الاتصالية والإعلامية وكذا تلبية مختلف حاجياتهم، إضافة إلى السرعة في الانتشار والأداء زيادة إلى التكلفة البسيطة في المال والجهد، إلا أن هذه المواقع تختلف من واحدة إلى أخرى من حيث أهميتها وخصائصها فضلا عن اختلاف استخدامها من طرف الأفراد بمختلف أنشطتهم، وذلك بحسب نوعية الخدمة التي يقدمها الموقع الاجتماعي، ويُعدّ موقع الفيسبوك من أهم هذه المواقع التي عرفت انتشارا واسعا لدى الفرد الجزائري وكذا مؤسّساته بمختلف طبيعة نشاطها؛ إذ إنه ساهم بشكل كبير في تحسين الاتصال بين أفراد المجتمع ومنظّماته.

ويمكن أن نشير إلى أن هذه المواقع الاجتماعية سلاح ذو حدين لما لها من إيجابيات وسلبيات في استخدامها، لذا على الفرد المستخدم أن يكون حكيما في استغلالها فلا ينجر وراء الأهداف الخفية لمواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثالث: الإدارة العمومية الجزائرية

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الإدارة العمومية

المطلب الأول: نشأة الإدارة العمومية

المطلب الثاني: تعريف الإدارة العمومية

المطلب الثالث: مبادئ الإدارة العمومية

المبحث الثاني: الإدارة العمومية: وظائفها، أهميتها، ومعايير نجاحها.

المطلب الأول: وظائف الإدارة العمومية وخصائصها.

المطلب الثاني: أهمية الإدارة العمومية ومعايير نجاحها.

المطلب الثالث: مشكلات الإدارة العمومية

المبحث الثالث: الإدارة العمومية الجزائرية

المطلب الأول: نشأة الإدارة العمومية الجزائرية ونمط تسييرها

المطلب الثاني: محددات تطور الإدارة العمومية الجزائرية

المطلب الثالث: دور العلاقات العامة في الإدارة العمومية الجزائرية

خلاصة الفصل

تمهيد:

تُعتبر الإدارة العمومية الركيزة الأولى للدول؛ إذ تقوم من خلالها السلطات التنفيذية بتفويض مجموعة من الأشخاص ذات الكفاءة لتسيير المؤسسات ذات الطابع العمومي، فالإدارة العمومية لا تقتصر على الخدمات الإدارية فحسب؛ بل تشمل جميع مناحي الحياة السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية... إلا أنها تختلف في أدائها من مجال إلى آخر، فالإدارة العمومية تُؤدّي دوراً مُهمّاً لصالح المواطنين من ذلك تسيير الشؤون العامة لهم، فتطوّر الإدارة العمومية ارتبط بالأبحاث التي قام بها العديد من العلماء في مجال التسيير والمأنجمنت العمومي ممّا أدّى إلى تطور فلسفتها ونظام تسييرها في دول العالم المتطور، فباعتبار الجزائر من الدول النامية فهي تسعى إلى مواكبة هذه التغيّرات التي تحدث من حين لآخر في مجال تسيير الإدارة العمومية.

ومن خلال ما تقدّم سوف نتطرّق في هذا الفصل إلى مفهوم الإدارة العمومية وذلك بإبراز نشأتها وخصائصها وأهم الوظائف التي تُؤدّيها، زيادة إلى المشكلات التي تواجهها في ميدان تسييرها، كما سنركّز في آخر الفصل على الإدارة العمومية الجزائرية وذلك بعرض مراحل نشأتها ونمط تسييرها مع إبراز دور العلاقات العامة فيها.

المبحث الأول: مفهوم الإدارة العمومية

المطلب الأول: نشأة الإدارة العمومية

ارتبطت نشأة الإدارة العمومية بقيام الدولة وهيكلتها القاعدية ووظائفها التي تُمارسها الدولة في خدمة المجتمع، إذ أصبحت الإدارة العمومية في العصر الحديث من أكثر الميادين في مجالات العلوم الاجتماعية، ومَرَّت الإدارة العمومية بعدة مراحل منذ نشأتها حيث تحوّلت إلى علم ونظام دراسي على يد "ودرو ويلسون"، إذ وضع معالم لهذا العلم بتحديد مفاهيمه والوصول إلى نظريات حديثة، ويُعدّ " ويلسون" من أوائل مؤسسي الإدارة العمومية إذ لُقّب بأبو الإدارة العمومية، وأوّل مقال كتبه حول الإدارة العمومية كان في يونيو عام 1887م في المجلة الفصلية الأمريكية للعلوم السياسية، تحت عنوان: دراسة الإدارة، وبعد ذلك ظهرت عدّة دراسات حول الإدارة العمومية؛ من بينها: دراسة "ليونارد هوایت" عام 1926م وقدمها في كتاب بعنوان: دراسة الإدارة العمومية، وأدّى ذلك إلى إحداث تطوّر كبير في فكر الإدارة العمومية¹، وقد مرت الإدارة العمومية بعدة مراحل تتمثّل في:

المرحلة 1: وهي المرحلة التي استقلّت فيها الإدارة العمومية عن علم السياسة؛ إذ أصبحت تُدرّس كمادّة ممّا زاد اهتمام العلماء والباحثين باعتبار هذا العلم ميدانا جديدا للدراسة وضمّه إلى مجال النشاط الحكومي، إذ لا ينحصر فقط بالجوانب القانونية أو السياسية؛ بل يشمل الجانب الإداري والتنظيمية، وظهرت نداءات من عدّة كُتّاب في نهاية هذه المرحلة يُلحّون على ضرورة البحث عن مبادئ الإدارة العمومية².

المرحلة 2: وهي المرحلة التي تطوّر فيها علم الإدارة العمومية وأصبحت لها مدارس وكليات خاصة بتدريس هذا العلم، وذلك بمنح شهادات دراسية متخصصة فيها³.

¹ - محمد محمود مصطفى، الإدارة العامة، دار البداية للنشر والتوزيع، ط1، عمّان، الأردن، 2012، ص ص، 15-16.

² - محمد حكمت، الإدارة العامة، زمزم ناشرون وموزعون، ط1، عمّان، الأردن، 2015، ص 15.

³ - محمد محمود مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 16.

المرحلة 3: تُعتبر من أهم المراحل والتي عرفت فيها الإدارة العمومية إنشاء معاهد متخصصة للإدارة العمومية من أجل إجراء بحوث ودراسات معمّقة هدفها الرفع من مستوى الإدارة الحكومية؛ وكذا تقديم الاستشارات والعمل على حل المشاكل الإدارية والتنظيمية التي تقف أمام الأجهزة الإدارية، والعمل على تدريب العاملين بالخدمة المدنية، إلى أن أصبحت الإدارة العمومية ميدان يضم العديد من التخصصات ومنها؛ التخطيط الإداري، الدراسات السلوكية، العلاقات العمومية، إدارة الحكم المحلي¹..... الخ

المطلب الثاني: تعريف الإدارة العمومية:

مع تطوّر علم الإدارة العمومية وما شهدته من تغيّرات منذ نشأتها موازاة مع هذا التطور تعدّدت تعاريفها؛ لذلك سنحاول تقديم بعض التعاريف حول الإدارة العمومية:

تعريف 1: " يُعرّف ويلسون "Wilson" الإدارة العمومية بأنها مجموعة نشاطات وأعمال منظّمة، تقوم بأدائها قوى بشرية تعيّن السلطات الرسمية العمومية وتوفر لها الإمكانيّة المالية؛ بهدف تنفيذ الخطط الموضوعة لها؛ وبالتالي تحقيق الأهداف العمومية المرسومة لها بأكبر كفاية إنتاجية وأقل تكلفة"².

تعريف 2: عرّفها ليونارد وايت "Leonard White" بأنها "العملية التي تستهدف تنفيذ السياسة العمومية للدولة"، كما عرّفها "ياغي" بأنها "تحقيق الأهداف العمومية عن طريق استخدام القوى البشرية والموارد المادية المتاحة بأساليب علمية لرفع الكفاءة الإنتاجية"³.

¹ - محمد حكمت، مرجع سبق ذكره، ص 15.

² - فتيحة فرطاس، مرجع سبق ذكره، ص 307.

³ - أيمن عودة المعاني، الإدارة العامة الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، ط3، عمّان، الأردن، 2013، ص 22.

تعريف 3: هي عملية تهدف إلى إنجاز وتخطيط مجموعة من الأهداف وذلك بتسخير مجموعة من الموارد البشرية بطريقة قيادية وتخطيطية مُنَسَّقة مع الرقابة، وكل هذا يقع تحت سلطة الحكومة لأداء هذه الوظائف والمهام بشكل جيد في جميع المستويات، تتمثل هذه الأخيرة في حكومة تنفيذية تُنفذ القوانين واللوائح والتعليمات، بالإضافة إلى خدمة المجتمع وتلبية حاجياته، وتسعى الحكومة من خلال الإدارة العمومية إلى أداء خدماتها على أحسن وجه¹.

تعريف 4: تعني الإدارة العمومية " تنفيذ السياسة العامة للدولة وإخراجها إلى حيّز الواقع، وهي تمثل مجموع النشاط والعمل الحكومي الموجه نحو أداء الخدمات العامة والإنتاج الحكومي وتنفيذ مختلف القوانين"².

من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نُقدّم تعريفاً شاملاً للإدارة العمومية:

أنها تلك الأنشطة الحكومية المتمثلة في الخدمات القوانين و التي تسعى من خلالها الجهات الحكومية إلى تنظيم عملها وذلك بوضع خطط و سن تعليمات ولوائح وذلك من خلال تجنيد كل الموارد البشرية والمادية لتحقيق الهدف الأسمى للإدارة العمومية وهو تلبية حاجات ورغبات المواطن وتنظيم الحياة العمومية.

المطلب الثالث: مبادئ الإدارة العمومية:

تقوم الإدارة العمومية على مبادئ وأسس لتطبيقها وتسييرها؛ نذكر أهمها:

- الشرعية القانونية: إذ تقوم الإدارة العمومية بمهامها وفقاً للقوانين ولوائح تنظيمية وضعتها الجهات الوصية.
- المؤسسية: وتعني السيادة في العمل التنظيمي القانوني البعيد عن التسيير الشخصي، إذ تتميز الإدارة العمومية عن باقي الإدارات الأخرى مما يضمن لها درجة مقبولة من الثبات والاستمرارية³.

¹ عبد الله حسين جوهر، الإدارة العامة وإدارة الأعمال، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2014، ص 12.

² عبد الكريم درويش، ليلي تكلا، أصول الإدارة العامة، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1995، ص 69.

³ أيمن عودة المعاني، مرجع سبق ذكره، ص 24.

- المسؤولية العمومية: وهي الالتزام بالأهداف المسندة إلى الإدارة العمومية التي سنتها الحكومات وفقا للقوانين والأعراف والتقاليد.
- المساءلة: وذلك بالوقوف على الأخطاء التي قد يقوم بها الأفراد والمؤسسات من خلال توضيح المسؤوليات واتخاذ الإجراءات المناسبة لأجلها.
- الخدمة العمومية: حيث تُعتبر الإدارة العمومية عمل حكومي خدماتي؛ لذا وجب على الفرد العامل أن يُؤدّيها بكاملها ولا يستغلّ منصبه لممارسة القوة والنفوذ واستغلاله لأغراض شخصية.
- النظرة النظامية المفتوحة: وذلك بالاهتمام على البيئة المحلية الخارجية وإشراكها في تشخيص وحل المشاكل على كافة المستويات.
- النظرة المستقبلية الفاحصة: وذلك بالاستشراف بوضع خطط واستراتيجيات تتناسب مع المستقبل القريب بناء على قاعدة معلوماتية شاملة¹.
- ومع التطور الرهيب في مجال التسيير الإداري ظهرت عدّة مبادئ جديدة جعلت الحكومات أو القطاع العام يتّجه نحو عصرنة الإدارة وفق مبادئ جديدة، نذكر أهمّها:
- مبدأ التنافسية: إذ يسعى القطاع العام من خلال هذا المبدأ إلى تطوير وتأهيل الخدمة العمومية وتحقيق الرضا لدى العاملين فيها.
- التركيز على الإنتاج والإبداع: بدلا من الاهتمام بالرقابة القبلية.
- ضرورة الاستعداد ووضع خطط مُسبقة لمواجهة المشاكل وحلها.
- الاعتماد على مبدأ المشاركة والتخلي عن المركزية في اتّخاذ القرار.
- البحث عن موارد اقتصادية لتغطية النفقات بدلا من الاعتماد الكلي على النفقات الواردة فقط.
- الاعتماد على التحفيز والمساهمة في جميع القطاعات بدلا من الاكتفاء بعرض الخدمات العمومية فقط².

¹ - أيمن عودة المعاني، مرجع سبق ذكره، ص 25.

² - مليكة شيخي، عامر برزوق سعيدي، الإدارة العمومية الجديدة كاستراتيجية لكسب رضا المواطنين - الزبون: دراسة حالة بلدية سعيدة، المحلة الجزائرية للمالية العامة جامعة تلمسان، العدد 07، الجزائر، 2017، ص 101 - 102.

المبحث الثاني: الإدارة العمومية: وظائفها، أهميتها، ومعايير نجاحها

المطلب الأول: وظائف الإدارة العمومية وخصائصها

أولاً: وظائف الإدارة العمومية:

كي تُؤدّي الإدارة العمومية خدماتها على وجه حسن؛ لا بدّ من وظائف تُنظّم أعمالها كي تصل في الأخير إلى تحقيق البرامج والأهداف المسطرة وفقاً للقوانين للإمكانيات المتاحة؛ ومن بين هذه الوظائف:

أ- التخطيط: تُعدّ وظيفة التخطيط من أهم الوظائف التي يجب على الإدارة العمومية أن تهتم بها، فالتخطيط يُتيح التنبؤ بالمستقبل والاستعداد لمواجهة ذلك بوضع خطة متكاملة من خلال توفير الإمكانيات البشرية والمادية لتحقيق الأهداف المسطرة في الخطة، فوظيفة التخطيط تمرّ بعدة مراحل: تحديد الأهداف، تحديد الوسائل والإمكانيات، توزيع الخطة على الأعوان العموميين والإدارات الفرعية، متابعة الخطة وتقويمها¹.

ب- التنظيم: يُعتبر التنظيم الركيزة الأولى في الإدارة العمومية بكونه يسعى إلى الترتيب والتنسيق وتحديد الوظائف والمهام وتحديد السلطة المركزية واللامركزية والمستويات التنظيمية للإدارة؛ الدنيا والوسطى والعليا، إضافة إلى ذلك كيفية الاتصال والتعاون وإرسال التقارير وغيرها من الأعمال الإدارية، فوظيفة التنظيم تتّصف بالفعالية والكفاءة والاستمرارية والقابلية للتطوير وتمير المعلومات².

¹ - فتيحة فرطاس، مرجع سبق ذكره، ص 308.

² - عبد الله حسين جوهر، مرجع سبق ذكره، ص 52.

ج- القيادة الإدارية: إن القائد الإداري يلعب دورا هاما في إنجاح الأجهزة الإدارية والوصول إلى أهدافها المسطرة، فالقائد الإداري يملك قوة في التوجيه والتسيير؛ لذلك وجب على المؤسسات الحكومية توظيف قادة إداريين متمكنين وتكوينهم في الدورات التدريبية من أجل تنمية خبراتهم وقدراتهم في المجال الإداري¹.

د- التنسيق والاتصال: يُعدّ التنسيق والاتصال ذات أهمية بالغة في الإدارة، ويظهر ذلك في أن التنسيق يقوم بتوحيد الجهود الإدارية من أجل تنفيذ الخطط وتحقيق الأهداف المرجوة، وترجع الحاجة إلى التنسيق الإداري بسبب تنوع الوظائف والمهام داخل المؤسسة الإدارية الواحدة، مما يحتاج العمال الإداريين إلى نوع من التنسيق فيما بينهم لتحقيق التكامل في القيام بالعمل الإداري على وجه أكمل، وأما الاتصال فتتمثل أهميته في أنه همزة وصل بين المدير ومراكز الأداء والمرؤوسين؛ مما يحقق توحيدا وتنسيقا في الجهود؛ إضافة إلى ترقية الكفاءة الإدارية وخلق نوع من العلاقات الاجتماعية بين الموظفين.

ثانيا: خصائص الإدارة العمومية

تتميز الإدارة العمومية بمجموعة من الخصائص يمكن أن نحصرها في النقاط التالية:

- نشاط اجتماعي متعاون مُوجّه لخدمة الصالح العام وللأهداف العمومية.
- تقوم خدمة الإدارة العمومية على السلطات الرئيسية للدولة؛ السلطة التشريعية التنفيذية والقضائية.
- تتحكم في الإدارة العمومية القوانين واللوائح في عملية سير أنشطتها بكل أنواعها².
- كل المعلومات الموجودة في المنظمات التابعة للإدارة العمومية هي ملكا للجمهور.
- تُقدّم الإدارة العمومية خدماتها وأنشطتها خارج إطار المنافسة³.

¹ - محمد محمود مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص ص، 20-21.

² - إدريس عبد الرحمن ثابت، المدخل الحديث في الإدارة العامة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 43.

³ - ابراهيم لطفي طلعت، علم الاجتماع التنظيم، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1993، ص 47.

- تُمارس الإدارة العمومية نوعاً من السلطة؛ وذلك بفرض سياستها بموجب القانون.
- تُعتبر الإدارة العمومية كيان يسود كافة الدول على خلاف أنظمتها السياسية بكونها تُؤدّي وظائف عامة ذات خدمة عمومية.
- تمتلك نشاطات الإدارة العمومية أولوية وقيمة من الجهات الحكومية عكس المنظّمات الخاصة.
- تُمثّل الإدارة العمومية أكبر منظّمة متعددة الأغراض والخدمات؛ إذ تُقدّم مجموعة واسعة من السلع والخدمات، بفضل تمويل السلطات العليا لها¹.

المطلب الثاني: أهمية الإدارة العمومية ومعايير نجاحها

أولاً: أهمية الإدارة العمومية:

تكمن أهمية الإدارة العمومية في الدول المتقدمة في أنها تُلبّي حاجيات الأفراد والمجتمع وتنظّم شؤونهم العامة، وهذا يرجع إلى عدم قدرة الفرد والمجتمع على تحقيق مثل هذه الأهداف والمتعلّقة بمجالات الحياة، وقد زاد الاهتمام بالإدارة العمومية لهذه الدول في النصف الثاني من القرن العشرين.

أمّا عن الدول النامية فإن الإدارة العمومية تحظى باهتمام كبير ويُسند إليها عدّة مهام كالتنمية الاقتصادية والاجتماعية، فمُخلفات الحرب العالمية جعلت الإدارة العمومية عاملاً مُهمّاً في التنمية الاجتماعية والاقتصادية، لكن ما جعل هذه الدول تتأخر عن التنمية على عكس الدول المتقدمة هو سوء التسيير والمستوى المتدنيّ في الإدارة وأجهزتها رغم وجود الإمكانيات والموارد المادية، وقد تزايد الاهتمام بالإدارة العمومية بين الدول النامية بفضل ظهور مدارس وجمعيات تهتم بالإدارة في مومباي والمكسيك وغرب إفريقيا².

¹ - أيمن عودة المعاني، مرجع سبق ذكره، ص ص، 23-24.

² - محمد حكمت، مرجع سبق ذكره، ص ص، 41-42.

كما تظهر أهمية الإدارة العمومية في النقاط التالية:

- تسعى الإدارة العمومية إلى استغلال الإمكانيات المتوفرة؛ البشرية والمادية منها بأعلى درجة من الكفاءة والفعالية.

- تضمن الإدارة العمومية نجاح المشاريع في جميع الأنشطة الاقتصادية والزراعية والصناعية والخدماتية؛ والحرص على تحقيق أهدافها.

- تساهم الإدارة العمومية في رسم خطط ناجحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛ مما يُحقق نوعا من الرخاء الاقتصادي للدول¹.

ثانيا: : معايير نجاح الإدارة العمومية:

يتطلع العديد من المواطنين بُجاء الإدارات العمومية إلى تحسين الخدمات المقدمة من طرف هذه الأخيرة لذلك تسعى الحكومة إلى تحسين الخدمات الإدارية باستمرار؛ وكذا تحسين القوانين الخاصة بها حسب العوامل والظروف المتغيرة من حين لآخر، ولتقديم خدمة عمومية إدارية جيّدة؛ وجب على القائمين عليها احترام جملة من المعايير والتي تُؤدّي في الأخير إلى ريادة الجهاز العمومي الإداري نحو الأفضل؛ ونذكر من بين أهم هذه المعايير:

1- الاستجابة: وتعني مدى قدرة القائم على الخدمة في توفير الجو الملائم وكذا استعدادده لتقديم خدمة بشكل دائم مع مراعاة الوقت.

2- درجة تفهّم مُقدّم الخدمة لحاجة الزبون: ويُشير هذا المعيار إلى مدى قدرة مُقدّم الخدمة لفهم حاجات الزبون وتلبيتها².

¹ - فتيحة فرطاس، مرجع سبق ذكره، ص 308.

² - هاني حامد الضمور، تعريف الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان، الأردن، 2005، ص 443.

3- الثقة والمصادقية: وتعني بذلك درجة الثقة التي يضعها المواطن أو الزبون لدى مُقدّم الخدمة الذي يجب عليه الالتزام بالوعود وحُسن المعاملة مع المواطنين؛ والتي ينتج منها ترسيخ فكرة الثقة من المواطن تجاه المؤسسة الحكومية .

4- الجوانب الملموسة: ويُشير هذا المعيار إلى مدى قدرة المؤسسة المقدّمة للخدمة في توفير التسهيلات المادية المتاحة للخدمة؛ كالمعدّات ومظهر الموظّفين وكذا أدوات ووسائل الاتصال، فكثيرا من الأحيان نُحكم على جودة الخدمة العمومية من خلال الخصائص الشكلية للمؤسسة كالمظهر الداخلي المتمثّل في التصميم والديكور والذي من خلاله يخلق جوا مُريحاً للزبون؛ لذلك وجب على المؤسسات الحكومية التركيز على مثل هذه المعايير لتعزيز الثقة لدى المواطن وترسيخ الصورة الحسنة للمؤسسة لديه¹.

المطلب الثالث: مشكلات الإدارة العمومية:

رغم الإمكانيات والموارد التي تخصصها الحكومات الإدارات العمومية للزيادة من خدماتها نحو الأفضل؛ بالإضافة إلى سنّ قوانين مدروسة لتطبيقها؛ إلّا أنّها تواجه العديد من المشاكل والتحديات والتي تقف عائقا أمام السير الحسن للعملية الإدارية، ونذكر أهم هذه المشكلات:

- وجود مشاكل داخلية تُؤثّر سلبا على جودة العمل الإداري كالإضراب المتكرّر للعَمّال وغياب الحلول الناجعة لمعالجتها.
- هجرة الأدمغة والباحثين من المؤسسات العمومية إلى المؤسسات الخاصة بسبب غياب الإمكانيات والحوافز خاصة المادية منها.
- تعرّض المؤسسات العمومية إلى تحقيقات من طرف السلطات العليا للبلاد في بعض القضايا المتعلقة بهذه المؤسسات قد يُؤثّر سلبا على استمرارية عمل المؤسسة².

¹ - هاني حامد الضمور، مرجع سبق ذكره، ص 444.

² - عبد الحميد أحمد رشوان حسين، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، ط4، الاسكندرية، مصر، 2004، ص 165.

- تعرّض المؤسسات العمومية لانتقادات من طرف السياسيين وقادة الرأي أو شن حملات صحفية بسبب بيروقراطيتها وتوجّحات العاملين لخدمة مصالحهم الخاصة.
- يصبح إنتاج المؤسسة العمومية أو خدماتها موضع نقد أو شكوى من جانب الجماهير والهيئات بسبب رداءة الخدمة العمومية.
- مواجهة صعوبات مالية مع جهات إدارية أخرى كمصلحة الضرائب أو الشاغلين مع أملاك الدولة كمشكل تسوية الأراضي و الأملاك¹.
- إنجاز المهام في إطار منافسة معدومة أو غير واضحة المعالم، ويرجع ذلك إلى تطبيق ما جاء في القوانين واللوائح الخاصة بها فقط، مما كرّس ذهنية الاحتكار في تقديم الخدمات العمومية.
- الخضوع التام للسياسة من طرف للإدارة العمومية؛ وذلك نتيجة حتمية دولة القانون إذ تخضع كافة أنشطة الإدارة العمومية للقرارات السياسية مما يُؤثّر على الأفراد أو الموظفين ويجعلهم يُطبّقون القرارات دون إبداء آراءهم أو إبداعاتهم في حل المشاكل المستعجلة والآنية والتي لا تنتظر القرار من السلطة المركزية².

¹ - عبد الحميد أحمد رشوان حسين، مرجع سبق ذكره، ص 166.

² - شريفة رفاع، نظرية الإدارة العامة الحديثة ودورها في معالجة إشكالية إدماج مفهوم الأداء في الخدمة العمومية، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 06، الجزائر، 2008/06، ص 107.

المبحث الثالث: الإدارة العمومية الجزائرية

المطلب الأول: نشأة الإدارة العمومية الجزائرية ونمط تسييرها

أولاً: نشأة الإدارة العمومية الجزائرية:

اعتمدت الجزائر منذ الاستقلال على نمط التسيير الإداري الفرنسي من قبل الحكومة المؤقتة 02، وهذا ما جاء في قانون 31 ديسمبر 1962 الذي تقرّر بموجبه استمرارية التشريع الفرنسي مع استثناء النصوص الواردة في هذا القانون التي تتناقى مع مبادئ الثورة، ولقي هذا القانون جدلاً كبيراً من حيث المؤيدين والمعارضين، ومن خلال مقال "لهادي شلبي" الذي درس فيه القانون الجزائري أشار بأن أغلب الباحثين اتفقوا على استمرارية التشريع الفرنسي بحكم أن الجزائر دولة فتية لا يمكنها إعادة تنظيم وإصلاح كل الأجهزة الإدارية في مثل تلك الظروف الصعبة، كما أن مشكل غياب الإطارات الإدارية أثر بشكل كبير في النهج السياسي المتخذ في تسيير الإدارة؛ إذ اعتمدت الحكومة المؤقتة الجزائرية على موظفين سابقين في الأجهزة الإدارية الفرنسية في تسيير مرحلة ما بعد الاستقلال¹.

واهتمت الدولة الجزائرية في أولى نشاطاتها بعد الاستقلال على إنشاء اقتصاد وطني يقوم على تطوير الصناعات الثقيلة ذات شمولية في الفترة ما بين 1962 و1985 تابعة للقطاع العام وتمويلها يكون من عائدات النفط، بينما ينشط القطاع الخاص في مجال الصناعات التقليدية، ومع تسارع استرجاع وتأميم ثروات البلاد من الثروات المنجمية والبنوك سنة 1966 والمحروقات سنة 1971، ما جعل الدولة الجزائرية تقوم بتأمين مصادر التمويل لمسارها التنموي، كما أدت الأزمة الاقتصادية 1986 دوراً سلبياً في تأخر نمو الدولة الجزائرية وعدم تطورها، اضطرت الجزائر آنذاك إلى انتهاج سياسة التقشف وتسريح العمال، كانت هذه السياسة سبباً في تدهور القدرة الشرائية للمواطن وانتشار البطالة وارتفاع التضخم و تطورات سياسية خطيرة؛ جعل الشعب الجزائري يفقد الثقة مع دولته مما أدى إلى تدهور الوضع الأمني وحرق الكثير من المؤسسات الإدارية وهذا ما جعل الاقتصاد الجزائري يدخل²

¹ - سليمة مراح، التسيير الحديث والإدارة العمومية الجزائرية، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص الإدارة والمالية، إشراف

إدريس بوكرا، جامعة الجزائر، الجزائر، 2001، ص ص، 26-27.

² - فتيحة فرطاس، مرجع سبق ذكره، ص 310.

في أزمة اقتصادية حادة. ومع بدايات 1994 دخلت الحكومة الجزائرية في إصلاحات اقتصادية عميقة وإعادة هيكلة مؤسسات الدولة، إلا أن أزمة مخلفات التسعينات أثرت بشكل سلبي على تطور المؤسسات الجزائرية¹.

ثانيا: مظاهر تسيير الإدارة العمومية الجزائرية:

يُعدّ تسيير الإدارة العمومية في الجزائر من بين القطاعات التي تشرف عليها الدولة الجزائرية فهو لا يختلف عن باقي تسيير المؤسسات العمومية في دول العالم، فتفعيل أداء الإدارة العمومية مرهون بمجموعة من الشروط يجب توفرها في مثل هذه الإدارات مع محاربة بعض السلوكيات والأنماط التسييرية السلبية التي تعاني منها الإدارة العمومية الجزائرية، ومن هذه المظاهر السلبية :

- 1- الروتين الإداري: إذ يُعدّ من الأخطار الإدارية وينتج عن عدم وضع الرجل المناسب في المكان المناسب، كما أن البيروقراطية الإدارية ساهمت في تكريس هذا الروتين من خلال خوف الموظفين وتمسكهم الحرفي والشكلي للنصوص القانونية.
- 2- الإهمال وسوء معاملة الجمهور: وذلك بسبب اكتفاء الموظفين بعملهم الإداري الأدنى فقط، وعدم وجود نوع من الإتقان مع انتشار نوع من الإهمال والالتكالية والتسيّب وهذا ما خلق الفجوة بين المواطنين والإدارة العمومية.
- 3- الوسطية والمحسوبية: أي على حساب الكفاءة والجدارة في كثير من الأحيان.
- 4- إدارة غير فعّالة: وذلك باستغلال الوظيفة الإدارية الممنوحة للموظفين واستغلالها في الأغراض الشخصية بعيدا عن القانون والأهداف المسطرة لكل مؤسسة عمومية؛ وهذا ما يسمّى بالفساد الإداري.
- 5- ضعف الموارد البشرية وعدم كفاءتها².

¹ - فتيحة فرطاس، مرجع سبق ذكره، ص 310.

² - زهدي يكن، القانون الإداري، منشورات المكتبة العصرية، ط1، لبنان، د.ت.ط، ص 12.

المطلب الثاني: عوامل تطور الإدارة العمومية الجزائرية:

ترتبط عوامل تطور الإدارة العمومية الجزائرية بالتركيز أساسا على تطوير الوظيفة الإدارية العمومية، ومن أجل ذلك وجب على المؤسسات العمومية الجزائرية التركيز على جوانب عديدة لتحقيق ذلك؛ ومن بينها:

- تنمية السلوك الإنساني: إذ يُعتبر السلوك الإنساني القويم عاملا مهمًا في عصنة الإدارة العمومية وبصفة خاصة الوظيفة العمومية؛ وذلك لأن الموظف العمومي هو واجهة الدولة من خلال تفويضه للقيام بالخدمة العمومية بأحسن وجه. لذلك وجب على المؤسسات العمومية أن تُحسّن أداء المورد البشري من حيث مهارات الاتصال والتعامل مع الآخرين، وذلك بهدف توطيد العلاقة بين المواطن والإدارة العمومية، ولتحقيق ذلك لابدّ من أخذ بعين الاعتبار العناصر التالية: تحسين مستوى التعليم والتركيز على التكوين الإداري، توفير كل الحوافز المادية والمعنوية بما فيها الأجرة المرضية والمناسبة للموظف، والاستغلال الفعّال للكفاءات البشرية¹.

- التركيز على تحسين أداء الموظفين العموميين: وذلك من خلال تشجيع الإدارة العمومية لموظفيها على أداء أحسن أثناء القيام بالخدمة العمومية وهذا يعود بالإيجاب على أداء وسمعة الإدارة العمومية، ويتم هذا التحسين من خلال: الاعتراف بمجهودات الموظف في الإدارة الجماعية، إقامة جو من الاطمئنان والثقة إزاء الإدارة العمومية، عقلنة استخدام الموارد البشرية، تحسين فعالية الإدارة العمومية ومردوديتها.

- إشراك الموظفين العموميين في برامج إصلاح الوظيفة العمومية: وذلك بإعطاء هامش من المشاركة في إبداء الرأي واقتراح الحلول وكذا المشاركة في اتخاذ القرارات، إذ إن فشل هذه الأخيرة في أغلب الأحيان مرتبط بفشلها بقرارات مركزية، لذلك يجب على الإدارة العمومية الجزائرية أن تأخذ بعين الاعتبار هذه النقطة والتي تُعتبر من أساسيات التسيير العمومي الجديد.

¹ - سلوى تيشات، آفاق الوظيفة العمومية الجزائرية في ظلّ تطبيق المانجمنت العمومي، الجديد بالنظر إلى التجارب الأجنبية: (نيوزلندا، فرنسا، الولايات المتحدة الأمريكية)، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، تخصص تسيير المنظّمات، إشراف علي زيان محند واعمر، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2015، ص، 260، 259، 258.

- الأخذ في الاعتبار الجانب التنظيمي للوظيفة العمومية: إذ هو أساس نجاح أي إدارة وهذا التنظيم يختلف من دولة لأخرى وهذا حسب القوانين المتعلقة بهذا القطاع، لذلك وجب على الدول تطوير هذا النظام نظرا لحساسيته ونظامه المعقد¹.

المطلب الثالث: دور العلاقات العامة في الإدارة العمومية الجزائرية

تسعى المؤسسات في وقتنا الحالي إلى الاستثمار في العلاقات العامة في كونها وظيفة أساسية في نجاح المؤسسة، وعلى غرار باقي مؤسسات دول العالم فإن المؤسسات العمومية الجزائرية تهتمّ بنشاط العلاقات العامة والتي تمثل دورا كبيرا في المؤسسة باعتبارها هي الوظيفة الوحيدة التي تهتم بالاتصال والتواصل مع البيئة الداخلية والخارجية، كما أنها تقوم على عدّة وظائف أخرى تساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها ومن أهم هذه الوظائف: وظيفة إجراء البحوث؛ وهي بحوث تهتم بدراسة البيئة الخارجية والتي تتمثل في استطلاع رأي الجمهور الخارجي للمؤسسة، ومن بينها: بحوث الصورة الذهنية، بحوث الدوافع والاتجاهات، بحوث الفعالية، ووظيفة التخطيط التي تتمثل في رسم سياسة العلاقات العامة من الأهداف وتصميم البرامج التي من خلالها تتجسد الأهداف، أما بالنسبة لوظيفة التنسيق فتتمثل في المشاركة الفعالة لمصلحة العلاقات العامة مع مختلف أقسام ومصالح المؤسسة وذلك باستخدام كل الوسائل والأساليب الاتصالية المتاحة، وكعملية أخيرة تقوم بها العلاقات العامة في المؤسسة؛ تقويم الأنشطة الأعمال وقياس أنشطة وبرامج العلاقات العامة ومعرفة النتائج التي تنجرّ منها، مع تدارك الجوانب السلبية وتقويمها².

¹ - سلوى تيشات، مرجع سبق ذكره، ص 261، 262، 263.

² - هشام بوخناف، وظيفة العلاقات العامة وانعكاسها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية: دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر عنابة، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص علاقات عامة، إشراف علي سموك، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، 2011، ص 142، 143، 145، 150.

إضافة إلى ما ذكر سابقاً، يمكن أن نعدّد نقاطاً أخرى تُبيّن دور العلاقات العامة في المؤسسة العمومية؛ وهي:

- العلاقات العامة تلعب دوراً مهماً في زيادة التسويق والترويج لمختلف السلع والخدمات التي تقدّمها المؤسسة لجمهورها.
- بما أن العلاقات العامة وظيفتها تسعى إلى تحقيق أهداف المؤسسة فإنها سلوكاً يجب على جميع الموظّفين في الإدارة العمومية الالتزام بها من أجل تقديم الخدمات بجودة عالية.
- لا يمكن الاستغناء عن العلاقات العامة في أي مؤسسة مهما كان نشاطها فهي تشمل المجال الاقتصادي والاجتماعي إضافة إلى المجال السياسي مجال الأمن العمومي¹.

¹ - شعبان حمدي، وظيفة العلاقات العامة - الأسس والمهارات، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2008، ص 21.

خلاصة الفصل:

ارتبط تطوّر الإدارة العمومية بتطوّر الفكر الإداري وهذا بفضل ظهور نظريات متخصصة في ذلك؛ إذ إن تطوّر الإدارة العمومية لم يكن وليد اللحظة بل ظهر بتدرّج ومراحل وكان يستفيد منها العلماء فيما بينهم لتطوير الفكر الإداري، فالإدارة العمومية هي الركيزة الأساسية للدولة لتسيير قطاعاتها، حيث إن تنظيمها وتخطيط برامجها مع التنسيق والتوجيه والرقابة بالإضافة إلى ترسيخ الفكر الحديث للإدارة المبني وفق حيثيات علمية دقيقة مع ضمان الإمكانيات والموارد المالية والبشرية يُنتج لنا مُخرجات مثالية من حيث تقديم أمثل للخدمة وتقليص المشكلات التي تُعاني منها الإدارات العمومية وبذلك نضمن نجاح الإدارة العمومية وريادتها.

فالجزائر بدورها سعت في هذا النهج وتبنّت الفكر الإداري الحديث في تسيير شؤونها العامة بوضع مجموعة من القوانين التي من شأنها تطوير ومساعدة الإدارة العمومية وتقديم خدمة عمومية بأحسن أداء، فضلا عن مجال الاتصال المؤسسي المرتكز على مصالح العلاقات العامة والمتعلّقة بالاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسة وذلك لتحسين الأداء الاتصالي وتحسين صورة المؤسسة وهذا باستغلال مختلف وسائل الاتصال التقليدية والحديثة.

الإطار التطبيقي

للدراصة

الفصل الرابع: واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنونورة
على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

تمهيد

المبحث الأول: نبذة تعريفية عن بلدية بنونورة وخلية الإعلام والعلاقات العامة

المطلب الأول: التعريف ببلدية بنونورة

المطلب الثاني: التعريف بخلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنونورة

المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة الميدانية

المطلب الأول: تحليل البيانات الشخصية للمبحوثين

المطلب الثاني: تحليل بيانات المحور الأول: علاقة المواطن ببلدية بنونورة

المطلب الثالث: تحليل بيانات المحور الثاني: علاقة المواطن بخلية الإعلام

والعلاقات العامة ببلدية بنونورة

المطلب الرابع: تحليل بيانات المحور الثالث: نظرة المبحوثين لدور صفحة

خلية الإعلام والعلاقات العامة في تحسين الأداء الاتصالي

المبحث الثالث: الاستنتاجات العامة

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

تمهيد:

في هذا الفصل سنتطرق إلى تحليل معطيات الدراسة الميدانية وذلك بعد تصميم استمارة استبيان للحصول على معلومات من الباحثين والاعتماد عليها في تحليل الدراسة، وقد قُدرت عينة الدراسة بـ 92 مفردة والتي نراها كافية لتمثيل مجتمع الدراسة، وهذا بعد إلغاء 16 مفردة، وقد اعتمدنا على التقسيم الإداري الخاص بالكثافة السكانية للأحياء والمعتمد من طرف البلدية لتوزيع عينة الدراسة كي نضمن تمثيلاً متساوياً بين أحياء البلدية، وتحتوي استمارة الاستبيان على 14 سؤالاً موزعة على ثلاثة محاور؛ وهي:

المحور الأول: علاقة المواطن ببلدية بونورة ويحتوي على 4 أسئلة.

المحور الثاني: علاقة المواطن بخلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة ويحتوي على سؤالين.

المحور الثالث: نظرة الباحثين لدور صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة في تحسين الأداء الاتصالي ويحتوي على 8 أسئلة.

وقد تمّ الاعتماد على الاستمارة الإلكترونية لجمع المعلومات والبيانات من الباحثين وهذا نظراً للظروف الصحية الراهنة التي لا تسمح بالتواصل المباشر مع الباحثين لتوزيع الاستمارة عليهم، واعتمدنا في تحليل نتائج الاستمارة على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss 23).

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

المبحث الأول: نبذة تعريفية عن بلدية بونورة وخليّة الإعلام والعلاقات العامة

المطلب الأول: التعريف ببلدية بونورة:

شهدت ولاية غرداية على غرار الولايات الأخرى زيادة في عدد السكان وتوسعا في مجالها الجغرافي، مما جعل الجهات المعنية تفكر في إعادة التقسيم الجغرافي للولاية وإنشاء بلديات أخرى تتكفل بتسيير مصالح المواطنين وتلبية حاجياتهم، وبمقتضى قانون 09/84 المؤرخ في جمادى الأولى 1404 هـ الموافق ل 04 فبراير 1984م؛ والمتعلق بالتنظيم الإقليمي للبلد تأسست بلدية بونورة 1984/02/04م؛ إذ يبلغ العدد الإجمالي لسكان بلدية بونورة 43000 نسمة؛ موزعة على أربعة أقطاب عمرانية:

قصر بني يزقن 17677 نسمة، قصر بونورة 11143 نسمة، حي سيدي اعجاز 7152 نسمة، والمنطقة العلمية 7028 نسمة.

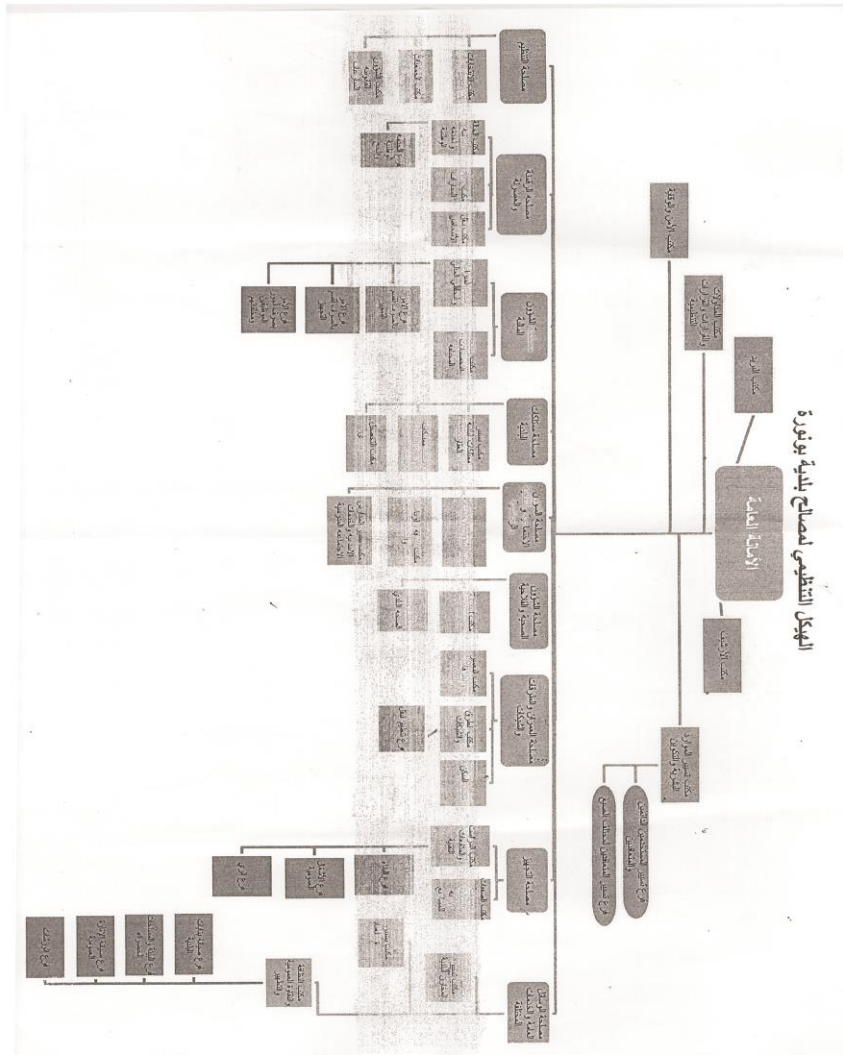
– **الموقع الجغرافي للبلدية:** تقع بلدية بونورة على الطريق الوطني رقم 01 وعلى بعد 600 كلم جنوب الجزائر العاصمة يحدها شمالا كل من بلدية ضاية بن ضحوة وبلدية غرداية وبلدية بريان، وجنوبا بلدية متليلي، وأما شرقا بلدية العطف.

وتبلغ مساحة التراب البلدي حوالي 810 كلم²، معظمها هضاب صخرية تتخللها أربعة أودية جافة؛ وهي: وادي ميزاب، وادي أزويل، وادي انتيسة، وادي نيمل¹.

¹ – تعريف بلدية بونورة، وثيقة مقدمة من طرف الأمانة العامة لبلدية بونورة، يوم 2020/05/27، ص 1.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
 بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الشكل رقم (1):



الشكل رقم (1): يُبين الشكل الهيكل التنظيمي لبلدية بونورة ومختلف مصالحها الإدارية.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الهيكل القاعدية الموجودة بتراب بلدية بونورة:

مجال الصحة: يوجد بالبلدية مؤسسة عمومية استشفائية و ثلاث عيادات متعددة الخدمات وتجري أشغال إنجاز قاعة للعلاج ومستشفى للأمراض العقلية ومركز مكافحة التسمم.

مجال الثقافة: تتوفر البلدية على أربعة مراكز ثقافية، كما تجري أشغال استلام مكتبة البلدية.

مجال السكن: تتميز البلدية بطابع هندسي معماري فريد من نوعه محمي من طرف منظمة اليونيسكو، حيث يوجد بالبلدية قصري بني يزقن وبونورة، كما عرفت البلدية إنشاء قصر جديد والمسماى بقصر تافيلات؛ والذي يبعد عن قصر بني يزقن بحوالي 03 كلم.

مجال النقل: تأخذ البلدية موقعا محوريا بين بلديتي العطف وغرداية؛ حيث تشهد حركة مرور يومية من سيارات الأجرة وحافلات الخواص.

مجال التعليم العالي والبحث العلمي: تتوفر البلدية على جامعة وهي الوحيدة على مستوى الولاية، والمسماة بجامعة غرداية، ويرجع تاريخ إنشائها سنة 2005، والتي تضم عدة كليات.

مجال التكوين المهني: يوجد بالبلدية مركز التكوين المهني بسيدي اعجاز، ومعهد التكوين المتخصص في المنطقة العلمية.

مجال البريد والمواصلات: تحتوي البلدية على أربعة مكاتب للبريد كما تتمركز مديرية البريد والمواصلات على تراب البلدية.

مجال الفلاحة: رغم الطبيعة الصحراوية والجافة إلا أن معظم سكان البلدية يزاولون النشاط الفلاحي وتربية الماشية، الأبقار، النحل والخيول والجمال، ويعتبر التمر المحصول الرئيسي في المنطقة¹.

¹ - تعريف بلدية بونورة، مرجع سبق ذكره، ص 3.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

مجال السياحة: يوجد ببلدية بونورة عدة مواقع سياحية وأثرية؛ من بينها قصر بني يزقن وقصر بونورة، وقصر تافيلالت؛ حيث إنه من القصور حديثة النشأة؛ كما أن البلدية تتوفر على فنادق ذات طابع تقليدي موجودة في الواحات التابعة للبلدية وهي ملك للقطاع الخاص.

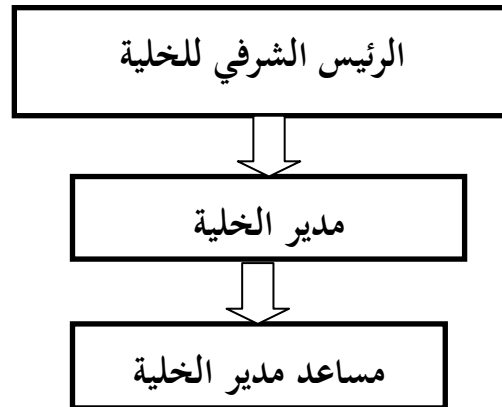
مجال الصناعة: توجد بالبلدية منطقة صناعية تحتوي على العديد من الشركات الوطنية والخاصة، إذ تُعدّ قطبا استراتيجيا هاما للبلدية والولاية.

المجال الديني: تُعتبر بلدية بونورة من بين المناطق المحافِظة، حيث تضم ثمانية مساجد وعدة مصليات في كل حي من أحياء البلدية¹.

المطلب الثاني: تعريف خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة:

خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة فضاء إلكتروني على موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" تهتم بالمتابعة الإعلامية لنشاط بلدية بونورة، تأسست في 10 أكتوبر 2018، تحت شعار: "فخورون بإعلامكم".

الشكل رقم (2):



الشكل رقم (2): يبين الشكل الهيكلي التنظيمي لخلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة².

¹ - تعريف بلدية بونورة، مرجع سبق ذكره، ص 3.

² - تعريف خلية الإعلام والعلاقات العامة، وثيقة مقدّمة من طرف الأمانة العامة لبلدية بونورة، يوم 2020/05/27، ص 1.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

- ✓ الرئيس الشرفي للخلية: السيد: بن الناصر عبد الله رئيس المجلس الشعبي البلدي لبلدية بونورة.
- ✓ مدير الخلية: الدكتور: قشار بكير، نائب رئيس المجلس الشعبي البلدي، دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال.
- ✓ مساعد مدير الخلية: الأستاذ أبي اسماعيل قاسم، موظف بالبلدية، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال.

أهداف خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة:

- ضمان حق المواطن في الإعلام.
 - خلق علاقة بين المجلس التنفيذي للبلدية والمواطن.
 - تقريب المواطن من بلدية بونورة.
 - تحسين الصورة الذهنية لبلدية بونورة لدى المواطنين.
 - تكوين رأي عام إيجابي حول استراتيجية البلدية.
- المهام المكلفة بها خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة:
- متابعة وتغطية نشاطات رئيس المجلس الشعبي البلدي ونوابه: (لقاءات، اجتماعات زيارات، الخرجات الميدانية، والتصريحات...).
 - تغطية إعلامية لكل المشاريع التنموية على مستوى بلدية بونورة بالصوت والصورة.
 - نشر الإعلانات بمختلف أشكالها.
 - تغطية إعلامية لنشاطات النوادي الرياضية والشبابية والجمعيات الثقافية والاجتماعية والأحياء، في حالة تنظيم نشاطها مع البلدية أو تحت الرعاية السامية للبلدية.
 - استقبال تساؤلات وانشغالات المواطنين والرد عليها¹.

¹ - تعريف خلية الإعلام والعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 2.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

إحصائيات حول صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة:

_ عدد المعجبين بالصفحة: 7521 معجب، موزعين على فئتين: الذكور: 6300 بنسبة 84 %،
الإناث: 1200 بنسبة 16%.

_ الفئات العمرية المتابعة للصفحة: من 13 إلى 17 سنة 2 %، من 18 إلى 24 سنة 20%، من
25 إلى 34 سنة بنسبة 45%، من 35 إلى 44 سنة بنسبة 25%، من 45 إلى 54 سنة بنسبة
5%، من 55 إلى 64 سنة بنسبة 2%، أكثر من 65 سنة بنسبة 1%¹.

¹ - إحصائيات حول متابعي صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة ، صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة،
الرابط: <https://www.facebook.com/CommuneBounoura.dz/>، تاريخ التصفح: 2020/05/18،
11:00.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة الميدانية

المطلب الأول: تحليل البيانات الشخصية للمبحوثين:

الجدول رقم (1): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
90.20 %	83	الذكور
9.80 %	9	الإناث
100 %	92	المجموع

يظهر من خلال معطيات هذا الجدول أن عدد الذكور هو 83 مفردة بنسبة 90.20%، في حين أن عدد الإناث هو 9 مفردات بنسبة 9.80 %، ويمكن أن نفسّر تفوق عدد الذكور على عدد الإناث أنه راجع إلى طبيعة مؤسسة محل الدراسة وخدماتها وطبيعة المجتمع الغرداوي المحافظ .

الجدول رقم (2): توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن:

النسبة المئوية	التكرار	السن
48.90 %	45	من 20 إلى 30 سنة
39.10 %	36	من 31 إلى 40 سنة
9.80 %	9	من 41 إلى 50 سنة
2.20 %	2	أكثر من 50 سنة
100 %	92	المجموع

نلاحظ في هذا الجدول أن الفئة العمرية المنحصرة بين 20 و 30 سنة يقدر عددها بـ 45 مفردة بنسبة 48.90 %، أما الفئة العمرية المنحصرة بين 31 إلى 40 سنة يقدر عددها بـ 36 مفردة بنسبة 39.10 %، وبالنسبة للفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين 41 و 50 سنة يُقدّر عددهم بـ 9 مفردات بنسبة 9.80 %، ونجد أن فئة أكثر من 50 سنة انحصرت عددها في 2 مفردة بنسبة 2.20 %، ويمكن تفسير ذلك باهتمام الفئة العمرية الشابة بالتواصل مع البلدية عن طريق

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

التكنولوجيات الحديثة ومدى الاستخدام المستمر لموقع الفيسبوك من طرف الشباب وميولهم واهتمامهم به.

الجدول رقم (3): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي:

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
1.10%	1	ابتدائي
4.33%	4	متوسط
22.80%	21	ثانوي
71.77%	66	جامعي
100%	92	المجموع

نلاحظ في هذا الجدول أن فئة المستوى التعليمي الابتدائي تُقدَّر فتتها ب 1 مفردة بنسبة 1.10% ، وفئة المستوى التعليمي المتوسط مُقدَّر عددها ب 4 مفردات بنسبة 4.33%، أما فئة مستوى الثانوي فيُقدَّر عددها ب 21 مفردة وبنسبة 22.80%، أما بالنسبة لفئة المستوى الجامعي فتمثل أعلى فئة في عينة الدراسة والمقدَّر عددها ب 66 مفردة بنسبة 71.77%، ويمكن أن نفسر تفاوت هذه النسب إلى توفر التعليم المجاني مما جعل جلّ الباحثين يواصلون دراستهم بعد الأطوار الثلاثة، كون أن الجامعة متواجدة على مستوى تراب البلدية، ويمكن لهذه المعطيات أن تُقدّم لنا تفسيراً أولياً حول فئة المستوى التعليمي الجامعي الأكثر توأصلاً مع البلدية إذ تُعتبر هذه الفئة من النخبة المثقفة وهي الأدرى باستخدام موقع الفيسبوك للتواصل مع البلدية عبر صفحة الخلية.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (4): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوضعية المهنية:

النسبة المئوية	التكرار	المهنة
23.90%	22	طالب
23.90%	22	عامل
44.60%	41	موظف
2.20%	2	متقاعد
5.40%	5	بدون عمل
100%	92	المجموع

نجد في هذا الجدول أن فئة الطلبة يُقدّر عددهم بـ 22 مفردة بنسبة 23.90%، وعدد فئة العمال هو 22 مفردة بنسبة 23.90%، وعدد فئة الموظفين هو 41 بنسبة 44.6%، في حين نجد عدد فئة المتقاعدين 2 مفردة بنسبة 2.20%، وكفئة أخيرة لمتغير المهنة نجد أن الأفراد بدون عمل ينحصر عددهم في 5 مفردات بنسبة 5.40%، ويمكن أن نفسّر ذلك إلى المستوى التعليمي الذي يمتاز به أغلب عينة الدراسة هي فئة الجامعيين، وبالتالي نجد نسبة الطلبة والموظفين تمثل الأغلبية في هذا الجدول.

الجدول رقم (5): توزيع عينة الدراسة حسب متغير مكان الإقامة:

النسبة المئوية	التكرار	مكان السكن
28.30%	26	قصر بني يزقن
50.00%	46	قصر بونورة
18.50%	17	حي سيدي اعجاز
3.30%	3	المنطقة العلمية
100%	92	المجموع

نجد في هذا الجدول أن قصر بني يزقن عدد مفرداته 26 مفردة بنسبة 28.30%، وعدد مفردات قصر بونورة هو 46 مفردة بنسبة 50.00%، أما حي سيدي اعجاز فبلغ عدد مفرداته 17

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

مفردة بنسبة 18.50%، أما المنطقة العلمية فعددها 3 مفردات بنسبة 3.30%، ويمكن أن نفسّر هذا التفاوت في النسب بين الأحياء الأربعة باعتمادنا على التقسيم الإداري المعتمد من طرف البلدية من حيث توزيع الكثافة السكانية؛ وقد تمّ الأخذ بعين الاعتبار توزيع نسب عينة الدراسة، وهذا كي نضمن تمثيل كل عينة لحي السكن الخاص بها.

المطلب الثاني: تحليل بيانات المحور الأول: علاقة المواطن ببلدية بونورة:

الجدول رقم (6): يُبين نظرة المبحوثين للمهام التي تقوم بها البلدية:

النسبة المئوية	التكرار	مهام البلدية
18.11%	69	تطوير المدينة
15.75%	60	تنظيف الشوارع
16.01%	61	إنارة الطرق
14.70%	56	تهيئة الإقليم
18.90%	72	قضاء المصالح الإدارية للمواطنين
16.53%	63	توزيع الأراضي والسكنات
100%	381	المجموع

يوضّح لنا هذا الجدول أبرز المهام التي تقوم بها البلدية في نظرة المبحوثين، حيث نجد أن تطوير المدينة كانت الإجابة عليها بـ 69 تكرار بنسبة 18.11%، أما بالنسبة لتنظيف الشوارع فنجد عدد تكراراتها هو 60 تكرار بنسبة 15.75%، أما بالنسبة لإنارة الطرق فعدد تكراراتها هو 61 تكرار بنسبة 16.01%، وبالنسبة لتهيئة الإقليم فنجد عدد تكراراته هو 56 تكرار بنسبة 14.70%، أما فيما يخص قضاء المصالح الإدارية للمواطنين فقد بلغ عدد تكراراتها 72 بنسبة 18.90%، وكأخر المهام نجد توزيع الأراضي والسكنات إذ بلغ عدد تكراراتها 63 بنسبة 16.53%، ويمكن أن نفسّر من خلال الجدول أن المهام الرئيسية للبلدية تكمن في تطوير المدينة وقضاء المصالح الإدارية للمواطنين وتوزيع الأراضي والسكنات.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (7): يُبين مدى تواصل المبحوثين مع مصالح بلدية بونورة:

الإجابة	دائما	أحيانا	أبدا	المجموع
التكرار	13	79	0	92
النسبة المئوية	%14.10	%85.90	%0.00	%100

يوضح لنا هذا الجدول تواصل المبحوثين مع البلدية، إذ نجد 13 مفردة من عينة الدراسة بنسبة %14.10 تتواصل بصفة دائمة مع مصالح بلدية بونورة، أما باقي مفردات عينة الدراسة والبالغ عددها 79 مفردة بنسبة %85.9 تتواصل أحيانا مع مصالح البلدية، ويرجع تواصل المبحوثين مع البلدية كون أن هذه الأخيرة مهمّة جدّا في حياة المواطن، ويمكن أن نفسّر تفاوت النسب بين المتواصلين مع بلدية بونورة بصفة دائمة هي أقل من نسبة المتواصلين معها أحيانا، وربما يرجع هذا إلى عدم الاحتياج الدائم للبلدية وخدماتها من طرف المبحوثين .

الجدول رقم (8): يُبين الوسيلة المستخدمة لتواصل المبحوثين مع بلدية بونورة بالنسبة

للمجيبين بدائما وأحيانا في الجدول رقم (7):

الوسيلة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
الحضور الشخصي	60	%38.50
الهاتف	12	%7.70
الإيميل	2	%1.20
موقع الفيسبوك	71	%45.50
المراسلات المكتوبة	11	%7.10
المجموع	156	%100

نلاحظ في هذا الجدول أن الحضور الشخصي إلى البلدية بلغ عدد تكراراته 60 تكرار بنسبة %38.50، أما وسيلة الهاتف فبلغ عدد تكراراتها 12 تكرار بنسبة %7.70، أما وسيلة الإيميل فانحصر عدد تكراراتها في 2 مفردة بنسبة %1.20، بينما نجد موقع الفيسبوك هو أكثر استخداما بعدد 71 تكرار وبنسبة %45.50، وفيما يخص وسيلة المراسلات المكتوبة فيقدر عدد تكراراتها ب

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

11 تكرار بنسبة 7.10%، ويمكن أن نفسّر اكتساح موقع الفيسبوك الأعلى نسبة باستخدام جلّ المبحوثين له في حياتهم اليومية لذا تلقائيا يختارون التواصل مع البلدية عبر صفحة الخلية، كما أن الحضور الشخصي لا يقل أهمية عن موقع الفيسبوك لدى المبحوثين في التواصل مع البلدية إذ إن بعض الخدمات و الأمور تتطلب توجّه المعني شخصيا إلى البلدية كاستكمال ملف أو استخراج وثيقة رسمية. الجدول رقم (9): يُبيّن رأي المبحوثين حول قيام بلدية بونورة بأنشطة إعلامية للتعريف بخدماتها:

الإجابة	نعم	لا	المجموع
التكرار	75	17	92
النسبة المئوية	81.50%	18.50%	100%

يُبيّن لنا هذا الجدول رأي المبحوثين حول قيام البلدية بالأنشطة الإعلامية للتعريف بخدماتها حيث نجد أن عدد المبحوثين الجيبيين ب "نعم" بلغ عددهم 75 مفردة بنسبة 81.50%؛ إذ يرون أن البلدية تقوم بالأنشطة الإعلامية للتعريف بخدماتها، بينما نجد الجيبيين ب "لا" انحصر عددهم في 17 مفردة بنسبة 18.50%؛ إذ يرون أن البلدية لا تقوم بأنشطة إعلامية للتعريف بخدماتها، ويمكن أن نرجع ذلك إلى الاطلاع المستمرّ للمبحوثين حول نشاطات البلدية الإعلامية وكذا التواصل الدائم معها، وهذا ما يدل على أن البلدية بالنشاط الإعلامي للتعريف بمختلف أنشطتها.

الجدول رقم (10): يُبيّن نوع النشاطات الإعلامية التي تقوم بها بلدية بونورة للتعريف

بخدماتها بالنسبة للمبحوثين الجيبيين بنعم في الجدول رقم (9):

نوع الأنشطة	التكرار	النسبة المئوية
دوريات ومطبوعات	23	31.94%
معارض وأبواب مفتوحة	31	43.06%
بلاطوهات إذاعية	18	25.00%
المجموع	72	100%

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

يوضّح لنا هذا الجدول رأي المبحوثين حول نوع الأنشطة الإعلامية التي تقوم بها البلدية، حيث نجد الدوريات والمطبوعات ب 23 تكرار بنسبة 31.94%، أما بالنسبة للمعارض والأبواب المفتوحة فنجد عدد تكراراتها 31 تكرار بنسبة 43.06%، وأما بالنسبة للبلاطوهات الإذاعية فنجد عدد تكراراتها 18 تكرار بنسبة 25%، كما نجد أن نسبة من المبحوثين أجابوا بأنشطة أخرى غير المذكورة أعلاه؛ كاللقاءات والاجتماعات العامة والندوات المشتركة مع المجتمع المدني؛ إضافة إلى وسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن أن نفسّر هذا بأن البلدية تقوم بأنشطة إعلامية للتعريف بخدماتها للمواطنين بصفة مستمرة بمختلف الوسائل الاتصالية؛ وهذه من المهام المنوطة بها الخلية.

الجدول رقم (11): يُبين رأي المبحوثين حول إتاحة بلدية بونورة المجال للاتصال والتواصل مع المواطنين:

الإجابة	نعم	لا	المجموع
التكرار	92	0	92
النسبة المئوية	100%	0.00%	100%

يوضّح لنا هذا الجدول أن جلّ مفردات عينة الدراسة أجابت ب "نعم" حول فتح بلدية بونورة المجال للاتصال والتواصل والمقدّر عددهم ب 92 مفردة بنسبة 100.00%، ويمكن أن نفسّر ذلك بأن الخلية وُفّقت في إتاحة الفرصة والمجال للتواصل مع البلدية عبر صفحتها وتوطيد العلاقة بين البلدية والمواطن وتحسين العملية الاتصالية .

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (12): يُبين نظرة المبحوثين للمهام التي تقوم بها البلدية حسب متغير السن:

أكثر من 50		من 41 إلى 50		من 31 إلى 40		من 20 إلى 30		السن الإجابة
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	
%16.67	1	% 14.29	5	% 15.43	25	% 21.35	38	تطوير المدينة
%16.67	1	%20.00	7	%16.05	26	%14.61	26	تنظيف الشوارع
%16.67	1	%17.14	6	%17.28	28	%14.61	26	إنارة الطرق
%0.00	0	% 14.29	5	% 15.43	25	%14.61	26	تهيئة الإقليم
%33.33	2	%20.00	7	%19.14	31	%17.97	32	قضاء المصالح الإدارية للمواطنين
%16.67	1	%14.29	5	%16.67	27	%16.85	30	توزيع الأراضي والسكنات
%100	6	%100	35	%100	162	%100	178	المجموع

نلاحظ في هذا الجدول أن النسب التي تم تسجيلها في الفئة العمرية ما بين 20 و 30 سنة هي الأكبر وهذا راجع إلى عددهم الإجمالي من عينة الدراسة والمقدرة نسبتهم ب 48.90% ، إلا أنه يوجد توافق بين الفئات العمرية حول المهام التي تقوم بها البلدية؛ إذ نجد قضاء المصالح الإدارية للمواطنين هي النسبة الأكبر بنسبة 18.90% بعدد تكرارات 72، وبعدها تأتي مهمة تطوير المدينة بنسبة 18.11% بمجموع تكرارات 69 تكرار، تليها توزيع الأراضي والسكنات بنسبة 16.53% وبعدها تكرارات 63، وهذا يرجع إلى أن البلدية تقوم بالمهام الرئيسية المنوطة بها بشكل دوري لذلك انعكست إجابات المبحوثين على ذلك.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم(13): يُبين نظرة المبحوثين للمهام التي تقوم بها بلدية بونورة حسب الوضعية المهنية:

بدون عمل		متقاعد		موظف		عامل		طالب		المهنة الإجابة
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	
15.00 %	3	16.67 %	1	15.55 %	28	18.10 %	19	25.71 %	18	تطوير المدينة
15.00 %	3	16.67 %	1	16.11 %	29	16.19 %	17	14.29 %	10	تنظيف الشوارع
15.00 %	3	0.00 %	0	16.67 %	30	13.33 %	14	12.86 %	9	تحمية الإقليم
15.00 %	3	16.67 %	1	16.67 %	30	17.14 %	18	12.86 %	9	إنارة الطرق
20.00 %	4	16.67 %	1	18.89 %	34	19.05 %	20	18.57 %	13	قضاء المصالح الإدارية للمواطنين
20.00 %	4	33.33 %	2	16.11 %	29	16.19 %	17	15.71 %	11	توزيع الأراضي والسكنات
%100	20	%100	6	%100	180	%100	105	%100	61	المجموع

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

يُبين هذا الجدول علاقة مهام البلدية حسب نظرة المبحوثين بمتغير الوضعية المهنية، إذ نجد أن المبحوثين رغم اختلاف وضعيتهم المهنية إلا أنهم توافقوا على بعض المهام التي تقوم بها البلدية، فمهمة تطوير المدينة نسبتها مقدّرة ب 18.11%، كما أن مهمة قضاء المصالح الإدارية للمواطنين نسبتها مقدّرة ب 18.90%، أما بالنسبة لمهمة توزيع الأراضي والسكنات فنسبتها 16.53%؛ ويرجع هذا إلى مدى قيام البلدية بمهامها الرئيسية والمتمثلة في تقديم خدمات إدارية للمواطنين والاهتمام بتطوير المدينة وكذا توزيع الأراضي والسكنات، وبالتالي فمتغير الوضعية المهنية ليس له دلالة إحصائية.

الجدول رقم (14): يُبين مدى تواصل المبحوثين مع مصالح البلدية حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
		النسبة	ك	النسبة	ك	
النسبة المئوية	مجموع التكرار	النسبة	ك	النسبة	ك	الإجابة
14.13%	13	11.11%	1	14.46%	12	دائما
85.87%	79	88.89%	8	85.54%	71	أحيانا
0.00%	00	0.00%	0	0.00%	00	أبدا
100%	92	100%	9	100%	83	المجموع

يُبين لنا هذا الجدول أن أغلب الذكور والإناث يتواصلون أحيانا مع مصالح البلدية؛ حيث بلغت نسبة الذكور 85.54%، بينما بلغت نسبة الإناث 88.89%، وهذا بنسبة إجمالية مقدّرة ب 85.87%، ويمكن أن نفسّر هذا بعدم الاحتياج الدائم للمبحوث للتواصل مع مصالح البلدية كما يمكن إرجاع ذلك أيضا إلى طبيعة نشاط المؤسسة والخدمات التي تقدّمها البلدية للمواطنين، والتي تتطلب تواصل فئة الذكور أكثر من الإناث.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (15): يُبين مدى تواصل المبحوثين مع مصالح البلدية حسب متغير السن:

أكثر من 50		من 41 إلى 50		من 31 إلى 40		من 20 إلى 30		السن الإجابة
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	
%100	2	%33.33	3	%16.67	6	%4.44	2	دائما
%0.00	0	%66.67	6	%83.33	30	%95.56	43	أحيانا
%0.00	0	%0.00	0	%0.00	00	%0.00	0	أبدا
%100	2	%100	9	%100	36	%100	45	المجموع

نلاحظ في هذا الجدول أن معظم الفئات العمرية تتواصل أحيانا مع البلدية، إذ نجد أن فئة من 20 إلى 30 سنة أن نسبتهم %95.56، ونجد الفئة من 31 إلى 40 سنة أن نسبتهم مقدرة ب %83.33، أما عن فئة من 41 إلى 50 فإن نسبتهم بلغت %66.67، بينما أن فئة أكثر من 50 سنة هم أقل فئة بالنسبة للفئات العمرية الأخرى حيث إن كل المبحوثين أجابوا بالتواصل مع مصالح البلدية، ويمكن تفسير هذا بأن البلدية ضرورية لكل المواطنين بمختلف أعمارهم لقضاء مختلف مصالحهم من حين لآخر، وبالتالي فإن متغير السن ليس له دلالة إحصائية.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (16): يُبين مدى تواصل المبحوثين مع مصالح البلدية حسب متغير المستوى التعليمي:

جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى التعليمي الإجابة
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	
%10.61	7	%19.05	4	%50.00	2	%0.00	0	دائما
%89.39	59	%80.95	17	%50.00	2	%100	1	أحيانا
%0.00	0	%0.00	0	%0.00	0	%0.00	0	أبدا
%100	66	%100	21	%100	4	%100	1	المجموع

يظهر في هذا الجدول أن كل المبحوثين باختلاف مستوياتهم التعليمية أنهم يتواصلون أحيانا مع مصالح البلدية، فنجد فئة الابتدائي تمثل الأقل وعددهم 1 حيث إن هذا المبحوث يتواصل مع مصالح البلدية أحيانا، أما فئة المتوسط تقدّر بـ %50.00، وفئة الثانوي تقدّر نسبتهم بـ %80.95، وأما الجامعي فنسبتها هي %89.39، والنسبة الإجمالية لكل الفئات التي تتواصل أحيانا مع مصالح البلدية هي %85.86، وبهذا يمكن القول بأن المستوى التعليمي لا يُعتبر عائقا للتواصل مع البلدية.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (17): تقاطع رأي المبحوثين حول فتح بلدية بونورة المجال للاتصال والتواصل للمواطنين مع رأيهم حول سماح إدارة خلية الإعلام والعلاقات العامة برفع انشغالات واقتراحات المواطنين للمسؤولين في البلدية:

		الإجابة				سؤال رقم 4
		لا		نعم		
مجموع النسب	مجموع التكرار	النسبة	ك	النسبة	ك	سؤال رقم 9
%83.70	77	%0.00	0	%83.70	77	نعم
%16.30	15	%0.00	0	%16.30	15	لا
%100	92	%0.00	0	%100	92	المجموع

يُبيّن هذا الجدول أن المبحوثين الذين يرون أن البلدية تفتح المجال للاتصال والتواصل كانت إجاباتهم حول سماح إدارة الخلية برفع الانشغالات والاقتراحات إلى المسؤولين في البلدية كانت نسبتهم عالية وقُدّرت بـ 83.70%، بينما نجد الآخريين رغم نظرهم بأن البلدية تفتح المجال للاتصال والتواصل للمواطنين؛ إلا أنهم غير مُتَّفِقِينَ بأن إدارة الخلية تسمح رفع انشغالات واقتراحات المواطنين إلى المسؤولين في البلدية؛ إذ بلغت نسبتهم 16.30%، ونفسر من خلال هذا الجدول أن أغلب المبحوثين الذين يتواصلون مع البلدية تسمح لهم البلدية برفع انشغالاتهم، وهذا تأكيداً للهدف الرئيسي الذي أسّست من أجله صفحة الخلية، وهو "استقبال انشغالات واقتراحات المواطنين ورفعها إلى المسؤولين في البلدية"¹.

¹ - مقابلة مع السيد عبد الله بن الناصر، رئيس المجلس الشعبي البلدي لبلدية بونورة، يوم 2020/02/28، 11:00.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الاستنتاجات الجزئية:

من خلال تحليل معطيات جداول المحور الأول؛ توصلنا إلى نتائج أهمّها:

- بيّنت الدراسة أن أغلب المبحوثين يرون أن مهام البلدية هي تطوير المدينة، قضاء المصالح الإدارية للمواطنين، توزيع الأراضي والسكنات بنسبة 53.54%.
- أغلب المبحوثين يتواصلون أحيانا مع البلدية بنسبة 85.90%.
- توضّح الدراسة أن غالبية المبحوثين الذين يتواصلون مع مصالح بلدية بونورة يستخدمون وسيلة موقع الفيسبوك والحضور الشخصي؛ بنسبة إجمالية مقدّرة ب 84.00%.
- اتّضح من خلال رأي المبحوثين بأن البلدية تقوم بأنشطة إعلامية للتعريف بخدماتها وذلك بنسبة 81.50% من مجموع المبحوثين.
- ارتكزت أغلب إجابات المبحوثين على أن البلدية تقوم ببعض الأنشطة الإعلامية للتعريف بخدماتها كالدوريات والمطبوعات والمعارض والأبواب المفتوحة وذلك بنسبة 75.00%.
- كل المبحوثين يرون أن البلدية تفتح البلدية المجال للاتصال والتواصل مع المواطنين.
- أظهرت نتائج الدراسة أن متغير الفئة العمرية ومتغير الوضعية المهنية رغم اختلافهما بين المبحوثين إلا أن إجاباتهم تماثلت على بعض المهام الرئيسية التي تقوم بها البلدية.
- بيّنت الدراسة أن المبحوثين بمختلف أعمارهم ومستواهم التعليمي ووضعتهم المهنية يتواصلون أحيانا مع مصالح البلدية وذلك بنسبة إجمالية مقدّرة ب 85.87%.
- أغلب المبحوثين الذين يتواصلون مع مصالح البلدية تسمح لهم إدارة الخلية برفع انشغالهم واقتراحاتهم إلى المسؤولين في البلدية بنسبة 83.70%.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

المطلب الثالث: تحليل بيانات المحور الثاني: علاقة المواطن بخلية الإعلام والعلاقات العامة
الجدول رقم (18): يُبين مدى متابعة المبحوثين لمناشير صفحة خلية الإعلام والعلاقات
العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
59.80%	55	دائما
38.00%	35	أحيانا
2.20%	2	نادرا
100%	92	المجموع

يُبين هذا الجدول مدى متابعة المبحوثين لصفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة على
الفيسبوك؛ حيث إن الذين يتابعون صفحة الخلية بصفة دائمة عددهم 55 بنسبة 59.80%، أما
عن الذين يتابعون أحيانا صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة للبلدية فعددهم 35 بنسبة
38.00%، و فيما يخص الذين يتابعون الصفحة نادرا فعددهم 2 بنسبة تُقدّر 2.20%، وهذا ما
يعطي لنا نظرة إيجابية عن متابعة صفحة الخلية، كما يمكن أن نقول بأن الخلية لها متابعة دائمة من
قبل المبحوثين وهذا ما تسعى إليه صفحة الخلية لتحقيقه وهو تزويد وإلمام المواطنين بكل ما يتعلق
بالبلدية من أخبار ومعلومات جديدة .

الجدول رقم (19): يُبين رأي المبحوثين حول تفاعلهم مع المحتوى الإعلامي لصفحة خلية
الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
41.30%	38	نعم
2.20%	2	لا
56.50%	52	أحيانا
100%	92	المجموع

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

يظهر في هذا الجدول أن المتفاعلين مع المحتوى الإعلامي مع صفحة الخلية هم بنسبة أكثر في الإجابة على أحيانا، حيث تبلغ نسبتهم 56.50%، بينما المجيبين بنعم والذين يتفاعلون بصفة مستمرة مع المحتوى الإعلامي لمحتوى الصفحة بلغت نسبتهم 41.30% أما عن الذين لا يتفاعلون مع المحتوى الإعلامي هم أقل نسبة والمقدرة ب 2.20%، ومن هنا يمكن القول بأن المبحوثين المتابعين للصفحة يتفاعلون مع المحتوى الإعلامي للصفحة؛ إلا أن هذا التفاعل قد يكون دائما أو أحيانا وهذا راجع إلى مدى علاقة المنشور بالمبحوث بمصالحه واهتماماته.

الجدول رقم (20): يُبين كيفية تفاعل المبحوثين مع المحتوى الإعلامي لصفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك بالنسبة للمجيبين بنعم وأحيانا في الجدول رقم (19):

النسبة المئوية	المجموع	الإجابة		كيفية التفاعل
		النسبة	التكرار	
%100	90	38.89%	35	بالإعجاب
		6.67%	6	بالتعليق
		45.55%	41	بالإعجاب والتعليق
		8.89%	8	بمشاركة المنشور
		100%	90	المجموع

يوضح لنا الجدول كيفية التفاعل المبحوثين المتابعين للصفحة، فالمتفاعلين مع المحتوى الإعلامي للصفحة بالإعجاب بلغت نسبتهم 38.89%، أما بالتعليق فنسبتهم 6.67%، وبالإعجاب والتعليق 45.55%، وبمشاركة المنشور 8.89%، وهذا يمكن أن يفسر لنا أن المتفاعلين مع الصفحة يحبذون التفاعل بالإعجاب أو بالإعجاب والتعليق للمحتوى الإعلامي، وفي نظرنا أن الذين حبذوا التفاعل بالإعجاب والتعليق راجع إلى ما تُتيحه هذه الصيغة من التفاعل لإبراز انشغالاته واقتراحاته عبرها، وهذا ما لاحظناه في بعض منشورات الصفحة، وهذا ما وقَّمت فيه صفحة الخلية من إتاحة مساحات للتعليق والردود واستقبالها من طرف المتفاعلين في كونها همزة وصل بين البلدية والمواطن.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (21): يُبين مدى متابعة المبحوثين لمناشير صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك حسب متغير الجنس:

النسبة المئوية	المجموع	أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
		النسبة	ك	النسبة	ك	
%100	92	%55.56	5	%60.24	50	دائما
		%33.33	3	38.55%	32	أحيانا
		%11.11	1	%1.21	1	نادرا
		%100	9	%100	83	المجموع

يوضح هذا الجدول أن المبحوثين من فئة الذكور الذين يتابعون منشير صفحة الخلية بصفة دائمة تُقدّر نسبتها بـ 60.24%، وفئة الإناث بنسبة 55.56%، أما المبحوثين الذين يتابعون منشير صفحة الخلية أحيانا من فئة الذكور نسبتها 38.55%، وبالنسبة لفئة الإناث تقدر نسبتها بـ 33.33%، وعليه يمكن أن نقول بأن فئة الذكور تهتم أكثر من صفة الإناث وهذا راجع إلى عدّة عوامل منها والمرتبطة بطبيعة المجتمع المحافظ، كما أن طبيعة نشاط المؤسسة تجعل الذكور أكثر احتياجا واهتماما لها والتواصل معها.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (22): يُبين مدى متابعة المبحوثين لمنشيرات صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك حسب متغير السن:

أكثر من 50		من 41 إلى 50		من 31 إلى 40		من 20 إلى 30		السن	الإجابة
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك		
%100	2	%55.56	5	%69.44	25	%51.11	23	دائما	
%0.00	0	%44.44	4	%27.78	10	%46.67	21	أحيانا	
%0.00	0	%0.00	0	%2.78	1	%2.22	1	نادرا	
%100	2	%100	9	%100	36	%100	45	المجموع	

يظهر من خلال الجدول أن فئة من 20 إلى 30 سنة هي الأكبر نسبة من عدد المبحوثين المتابعين لمنشيرات صفحة الخلية؛ حيث إن 51.11% منهم يتابعون المنشيرات بصفة دائمة، و 46.67% منهم يتابعونها أحيانا، أما فئة من 31 إلى 40 سنة فأغلبهم يتابعون منشيرات صفحة الخلية بصفة دائمة وتُقدّر نسبتهم ب 69.44%، و 27.78% منهم يتابعونها أحيانا، أما بالنسبة لفئة من 41 إلى 50 سنة فيوجد تكافؤ بين النسب بين متابعين بصفة دائمة ومتابعين أحيانا؛ فالمتابعين دائما بلغت نسبتهم 55.56%، وأحيانا 44.44%، وفيما يخص فئة أكثر من 50 فهي تمثل النسبة الأقل بين الفئات الأخرى؛ حيث إن عددهم 2 وقد أجابوا بالمتابعة الدائمة للمنشيرات، ويمكن أن نفسر هذا بأنه رغم اختلاف الفئات العمرية إلا أنهم يتابعون منشيرات صفحة الخلية بصفة دائمة أو أحيانا ويرجع هذا إلى اهتمام المبحوثين بالجانب الإعلامي للبلدية.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (23): يُبين مدى تفاعل المبحوثين مع المحتوى الإعلامي لصفحة خلية الإعلام
والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
النسبة المئوية	مجموع التكرار	النسبة	ك	النسبة	ك	
%41.31	38	%55.56	5	%39.76	33	نعم
%2.17	2	%11.11	1	%1.20	1	لا
%56.52	52	%33.33	3	%59.04	49	أحيانا
%100	92	%100	9	%100	83	المجموع

نجد في هذا الجدول أن فئة الذكور تتواصل أحيانا و دائما مع المحتوى الإعلامي لصفحة الخلية والنسبة الكبرى هي المتفاعلون أحيانا ب 59.04%، بينما نجد فئة الإناث نسبتها أعلى في التفاعل الدائم مع المحتوى الإعلامي لصفحة الخلية، وبهذا نفسر أنه رغم اختلاف الجنس فإن التفاعل مع المحتوى الإعلامي متواجد من كلا الفئتين سواء بصفة دائما أو أحيانا، وهذا ما صرح به المشرفون على صفحة الخلية؛ "إذ أكدوا أنه يوجد تفاعل كبير على مستوى الصفحة من طرف المتابعين وهذا من خلال التعليق على كل منشور ينشر على الصفحة"¹.

¹ - مقابلة مع السيد قاسم أبي اسماعيل، مساعد مدير خلية الإعلام والعلاقات العامة ، يوم 2020/05/28، 09:30.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (24): يُبين مدى تفاعل المبحوثين مع المحتوى الإعلامي لصفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك حسب متغير السن:

أكثر من 50		من 41 إلى 50		من 31 إلى 40		من 20 إلى 30		السن الإجابة
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	
%100	2	%44.44	4	%50.00	18	%31.11	14	نعم
%0.00	0	%0.00	0	%00.00	0	%4.44	2	لا
%0.00	0	%55.56	5	%50.00	18	%64.45	29	أحيانا
%100	2	%100	9	%100	36	%100	45	المجموع

نلاحظ في الجدول أن المبحوثين المتفاعلين أحيانا في فئة من 20 إلى 30 سنة هم أكبر نسبة وتقدر ب 64.45%، في حين أن الفئة من 31 إلى 40 سنة نجد فيها تعادل في النسب بين المتفاعلين دائما وبين المتفاعلين أحيانا بنسبة 50.00%، أما عن فئة من 41 إلى 50 سنة فنجد المتفاعلين أحيانا هم الأكثر بالنسبة للمتفاعلين بصفة دائما بنسبة 55.56%، وكفئة أخيرة نجد أن فئة أكثر من 50 سنة بالرغم من أقليتهم في عينة المبحوثين إلا أنهم يتفاعلون مع المحتوى الإعلامي للصفحة وذلك بنسبة 100%، ويمكن أن نفسر ذلك بأن كل الفئات العمرية المذكورة تتفاعل مع المحتوى الإعلامي لصفحة الخلية؛ إلا أنها تختلف بينها من تفاعل دائم وتفاعل أحيانا مع المحتوى الإعلامي، ويرجع هذا إلى نوع محتوى المنشور وعلاقته بمصالح واهتمامات كل مبحوث وكذا عامل الوقت لديه.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (25): تقاطع مدى متابعة المبحوثين لمناشير صفحة خلية الإعلام والعلاقات

العامة مع نوع المنشورات التي يتابعونها على مستوى صفحة الخلية:

نادرا		أحيانا		دائما		سؤال رقم 5
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	سؤال رقم 8
%50.00	1	%38.33	23	%31.54	47	أخبار مختلفة حول البلدية
%0.00	0	%21.67	13	%26.17	39	إعلانات نشاطات توعوية وتطوعية
%0.00	0	%5.00	3	%16.12	24	تهاني وتعازي
%50.00	1	%35.00	21	%26.17	39	مشاريع تنموية مختلفة
%100	2	%100	60	%100	149	المجموع

يتضح لنا في هذا الجدول أن المتابعين لمناشير صفحة الخلية بصفة دائمة هم الأكبر الذين أجابوا بمختلف أنواع المنشورات المعروضة على مستوى الصفحة بمجموع تكرارات 149، أما بالنسبة للذين يتابعون منشير الصفحة أحيانا هم أيضا أدرى بنوع المنشورات المعروضة على مستوى الصفحة لكن بدرجة أقل؛ حيث بلغ عدد تكرارات إجاباتهم 60 تكرار، في حين نجد الذين يتابعون الصفحة نادرا اقتصرت معرفتهم فقط على الأخبار المختلفة حول البلدية والمشاريع التنموية المختلفة، وبالتالي يمكن أن نُرجع هذا التباين في النسب إلى صفة المتابعة؛ فكلما كان المواطن يتابع المنشير بصفة دائمة أو أحيانا يجعله يتحصّل على مختلف منشير الصفحة.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم(26): تقاطع مدى متابعة المبحوثين لمناشير صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة على الفيسبوك مع مدى تفاعلهم مع صفحة الخلية:

المجموع		أحيانا	لا	نعم	سؤال رقم 6
النسبة المئوية	مجموع التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	سؤال رقم 5
59.80%	55	26	0	29	دائما
38.00%	35	24	2	9	أحيانا
2.20%	2	2	0	0	نادرا
100%	92				المجموع العام

في هذا الجدول نجد أن الذين يتابعون منشير صفحة الخلية بصفة دائمة يتفاعلون دائما أو أحيانا مع منشيرها وتُقدّر نسبتهم ب 59.80%، في حين نجد المتابعين لمناشير الصفحة بصفة أحيانا أغلبهم يتفاعلون مع منشوراتها أحيانا بنسبة 68.57%، أما عن الذين يُتابعون منشير الصفحة بصفة نادرة هم كذلك يتفاعلون مع منشيرها أحيانا وتُقدّر نسبتهم ب 2.20%، ويمكن تفسير هذا بأن التفاعل مع منشورات الصفحة مرتبط باهتمامات وانشغالات المبحوث، فكلما كان المنشور له علاقة بانشغالات ومصالح المبحوث كلما تفاعل معه.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الاستنتاجات الجزئية:

بعد تحليل نتائج بيانات جداول المحور الثاني توصلنا إلى مجموعة من النتائج يمكن أن نعددها في النقاط التالية:

- بينت الدراسة بأن 59.80% من مجموع متابعي مناشير صفحة الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة يُتابعونها بصفة دائمة.
- أغلب المبحوثين يتفاعلون أحيانا مع المحتوى الإعلامي لصفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة بنسبة 56.50%.
- أظهرت الدراسة أغلب المبحوثين يتفاعلون بالإعجاب وبالإعجاب والتعليق مع المحتوى الإعلامي لصفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة.
- بينت الدراسة أن فئة الذكور لهم اهتمام بمتابعة مناشير صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة أكثر من فئة الإناث وذلك بنسبة 98.79%.
- رغم وجود اختلاف المبحوثين بين فئاتهم العمرية إلا أنهم يُتابعون مناشير الصفحة بصفة دائمة ومن حين لآخر بنسبة 79.34%.
- توصلت الدراسة إلى أن كل المبحوثين يتفاعلون مع منشورات الصفحة رغم اختلاف متغير الجنس بينهم.
- أوضحت الدراسة أن التفاعل مع مناشير صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة مرتبط بعلاقة انشغالات ومصالح المبحوثين؛ فكلما كان المنشور له علاقة بانشغالات ومصالح المبحوث كلما تفاعل معه.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

المطلب الرابع: تحليل بيانات المحور الثالث: نظرة المبحوثين لدور صفحة خلية الإعلام
والعلاقات العامة في تحسين الأداء الاتصالي:

الجدول رقم (27): يُبين رأي المبحوثين حول مدى إطلاع الخلية بكافة أنشطة البلدية
للمواطنين عبر صفحة الفيسبوك:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
43.50%	40	نعم
14.10%	13	لا
42.40%	39	أحيانا
100%	92	المجموع

يُبين هذا الجدول مدى إطلاع الخلية بكل أنشطة البلدية عبر صفحة الفيسبوك حيث إن
المجيبين بنعم بلغت نسبتهم 43.50%، بينما الذين أجابوا بأحيانا أن بلغت نسبتهم 42.40%،
أما الذين أجابوا ب"لا" فبلغت نسبتهم 14.10%، ويمكن أن نفسّر هذا بأن صفحة خلية الإعلام
والعلاقات العامة تقوم بدورها الإعلامي وتسعى إلى إطلاع المتابعين بكافة أنشطة البلدية عبر
صفحتها، وهنا يُمكن أن نقول بأنها وقّقت في القيام بالدور الإعلامي والاتصالي الذي تسعى إلى
تحقيقه .

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (28): يُبين نوع المنشورات المُتَبَّعة من طرف المبحوثين عبر صفحة الخلية:

نوع المنشورات	التكرار	النسبة المئوية
أخبار مختلفة حول البلدية	71	33.65%
إعلانات نشاطات توعوية وتطوعية	52	24.64%
تهاني وتعازي	27	12.80%
مشاريع تنموية	61	28.91%
المجموع العام	211	100%

يوضح هذا الجدول نوع المنشورات التي يتابعها المبحوث عبر صفحة الخلية، حيث نجد الأخبار المختلفة حول البلدية هي أعلى نسبة وتُقدَّر بـ 33.65%، أما عن المنشورات المتعلقة بإعلانات النشاطات التوعوية والتطوعية تبلغ نسبتها 24.64%، أما فيما يخص منشورات التهاني والتعازي فنسبتها 12.80%، وأما عن منشورات المشاريع التنموية فبلغت نسبتها 28.91%، ويمكن تفسير هذا التفاوت في النسب بين أنواع المنشورات التي يتابعها المبحوث بأن هناك بعض منها يتم نشرها أحيانا كالتعازي والتعازي، والبعض الآخر متعلق بنشاط البلدية الدائم كالأخبار المختلفة حول البلدية والمشاريع التنموية المختلفة.

الجدول رقم (29): يُبين رأي المبحوثين حول سماح إدارة الخلية برفع انشغالات واقتراحات المواطنين إلى المسؤولين في البلدية:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	77	83.70%
لا	15	16.30%
المجموع	92	100%

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

يوضح لنا هذا الجدول رأي المبحوثين حول سماح إدارة خلية الإعلام والعلاقات العامة حول برفع انشغالات واقتراحات المواطنين إلى المسؤولين في البلدية؛ حيث نجد أن 83.70 % من نسبة المبحوثين يرون أن إدارة الخلية تسمح برفع الانشغالات والاقتراحات، بينما نجد أن 16.30 % من نسبة المبحوثين يرون بأن إدارة الخلية لا تسمح لهم بذلك، ويمكن القول بأن أغلب المبحوثين تُتيح لهم الخلية على الصفحة حيّزا لطرح انشغالاتهم واقتراحاتهم غيرها، كما أنه يوجد خط داخلي للخلية والذي من خلاله ترفع الخلية انشغالات واقتراحات المواطنين إلى المصالح المعنية في البلدية، كما أنها تردّ بعد ذلك بالجاباب على الانشغال أو تُعلمهم باستقبال انشغالهم في انتظار الرد عليه من قِبَل المصلحة المعنية، ويمكن أن نقول بأن صفحة الخلية همزة وصل بين المواطنين والمسؤولين في البلدية؛ "وذلك بإشراك المواطن بأراءه في العديد من المجالات والمهام الخاصة بالبلدية"¹.

الجدول رقم (30): يُبين مدة الرد على انشغالات واقتراحات المبحوثين عند رفعها إلى المسؤولين في البلدية عبر صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة بالنسبة للمجيبين بنعم في الجدول رقم (29):

الإجابة		مدة الرد عليها
النسبة المئوية	التكرار	
18.18%	14	فوريا
74.03%	57	بعد مدة
7.79%	6	بدون رد
100%	77	المجموع

يوضح لنا هذا الجدول المدّة المُستغرَقة للرد على انشغالات واقتراحات المبحوثين ورفعها إلى المسؤولين في البلدية، إذ نجد أن المبحوثين الذين أجابوا على رد الخلية فوريا نسبتهم هي 18.18%، في نجد أن الذين أجابوا برد الخلية بعد مدة هم أكبر نسبة من غيرهم وتُقدّر ب 74.03%، بينما

¹ - مقابلة مع السيد عبد الله بن الناصر، رئيس المجلس الشعبي البلدي لبلدية بونورة، مرجع سبق ذكره.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الذين أجابوا بدون رد الخلية لانشغالاتهم كانت نسبتهم 7.79%، ومن خلال هذا يمكن القول بأن الخلية تحاول قدر المستطاع الرد على انشغالات واقتراحات المواطنين ورفعها إلى المسؤولين في البلدية، إلا أنها لا ترد عليها بصفة آنية، كون أن بعض الانشغالات لا تستطيع الخلية الرد عليها إلا بعد الاتصال بالمصلحة المعنية.

الجدول رقم (31): يُبين كيفية الرد على انشغالات واقتراحات المبحوثين عبر صفحة الخلية لبلدية بونورة:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
66.23%	51	عبر صفحة الخلية
33.77%	26	يُطلب منك التوجه إلى المصلحة المعنية في مقر البلدية
100%	77	المجموع

يُبين الجدول كيفية رد الخلية على انشغالات واقتراحات المبحوثين، حيث إن غالبية المبحوثين يُردّ على انشغالاتهم واقتراحاتهم عبر صفحة الخلية وتقدر نسبتهم ب 66.23%، وأما المبحوثين الذين يُطلب منهم التوجه إلى المصلحة المعنية في مقر البلدية للرد على انشغالاتهم واقتراحاتهم فنسبتهم 33.77%، ويرجع هذا إلى وجود بعض الانشغالات يمكن الإجابة عنها عبر الصفحة، والآخر منها لا يمكن أن تردّ عليها الخلية كون الانشغال المطروح يتطلّب التوجه إلى المصلحة المعنية للنظر في قضيته بصفة شخصية.

الجدول رقم (32): يُبين رأي المبحوثين حول دور الخلية في تسهيل عدم قدوم المواطن إلى البلدية للحصول على المعلومة:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
60.90%	56	نعم
39.10%	36	لا
100%	92	المجموع

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

يُبيّن هذا الجدول دور الخلية في تسهيلها للمواطن عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومات، حيث نجد المبحوثين الذين تسهّل عليهم الخلية عدم القدوم إلى البلدية نسبتهم 60.90%، ونجد المبحوثين الذين يرون عكس ذلك تقدّر نسبتهم ب 39.10%، وعلى ضوء هذه البيانات يمكن التفسير بأن الخلية تعمل على نقل المعلومات بصفة مستمرة للمواطن؛ إلا أن طبيعة بعض الانشغالات تستدعي قدوم المواطن إلى مصالح البلدية للاستفسار والإجابة عليه بصفة خاصة، كتسوية وضعية أو استكمال ملف أو مقابلة مسؤول .

الجدول رقم (33): يُبيّن رأي المبحوثين حول حصولهم على المعلومات والأخبار الجديدة في حينها على صفحة الخلية:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	70	76.10%
لا	22	23.90%
المجموع	92	100%

يظهر في هذا الجدول أن غالبية المبحوثين حسب رأيهم يتحصلون على المعلومات الأخبار الجديدة في حينها إذ تُقدّر نسبتهم 76.10%، بينما نجد أن 23.90% هي نسبة المبحوثين الذين أجابوا عكس ذلك، ومن خلال ذلك يمكن أن نقول بأن الخلية تسعى جاهدة إلى نشر الأخبار والمعلومات الجديدة المتعلقة بالبلدية في حينها للمواطنين، وذلك بمتابعتها المستمرة وتغطيتها لكافة أنشطة البلدية ونشرها على الصفحة في حينها، وهذا ما لمسناه من تصريح مساعد مدير الخلية؛¹ إذ إن الخلية تقوم بتغطية كافة أنشطة البلدية بمختلف مجالات وتوثيقها".

¹ - مقابلة مع السيد قاسم أبي اسماعيل، مساعد مدير خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة، مرجع سبق ذكره.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (34): يُبين رأي المبحوثين حول مساهمة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة في تقريب الإدارة من المواطن:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
57.60 %	53	نعم
3.30 %	3	لا
39.10 %	36	أحيانا
100 %	92	المجموع

يتّضح لنا من خلال بيانات هذا الجدول أن خلية الإعلام والعلاقات العامة ساهمت في تقريب الإدارة من المواطن، حيث نجد أن المبحوثين الذين يرون أن الخلية تقرب الإدارة من المواطن تُقدّر نسبتهم ب 57.60%، ونجد 39.10% من نسبة المبحوثين يرون أن الخلية تقرب الإدارة من المواطن أحيانا، " وهذا يدلّ على أن صفحة الخلية تقوم بدور إعلامي كبير من خلال تزويد المواطنين بكل جديد حول البلدية؛ إذ هو من أهدافها الرئيسية؛ وهو تقريب الإدارة من المواطن"¹.

الجدول رقم (35): يُبين رأي المبحوثين حول مساهمة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة في تحسين عملية الاتصال:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
97.80 %	90	نعم
2.20 %	2	لا
100 %	92	المجموع

يتّضح من خلال هذا الجدول أن نسبة الذين أجابوا بأن الخلية تساهم في تحسين عملية الاتصال مقدّرة ب 97.80%، وهذا ما يفسّر بأن الخلية تسير وفق استراتيجية مُحكّمة للوصول إلى هدفها الرئيسي وهو تحسين أداء العملية الاتصالية بين البلدية والمواطن، وذلك من خلال إتاحة

¹ - مقابلة مع السيد قاسم أبي اسماعيل، مساعد مدير خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة، مرجع سبق ذكره.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيس بوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الاتصال والتواصل مع مسؤولي البلدية، وإعلام المواطنين بكل مستجدات البلدية وكذا استقبال انشغالات المواطنين والرد عليها؛ وهذا ما أكد عليه المشرفون على صفحة الخلية "بأن الخلية لها دور مهم في تحسين الأداء الاتصالي بين البلدية والمواطن؛ حيث لاقت استحسانا كبيرا من قبل مواطنو بلدية بونورة"¹.

الجدول رقم (36): يُبين نوع المنشورات المتابعة من طرف المبحوثين حسب متغير السن:

أكثر من 50		من 41 إلى 50		من 31 إلى 40		من 20 إلى 30		السن الإجابة
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	
%40.00	2	%24.00	6	%32.93	27	%25.00	36	أخبار مختلفة حول البلدية
%20.00	1	%24.00	6	%23.17	19	%18.06	26	إعلانات نشاطات توعوية وتطوعية
%20.00	1	%16.00	4	%14.63	12	%6.94	10	تهاني وتعازي
%20.00	1	%36.00	9	%29.27	24	%50.00	72	مشاريع تنموية مختلفة
%100	5	%100	25	%100	28	%100	144	المجموع العام

يتضح من خلال هذا الجدول أن غالبية المبحوثين باختلاف فئاتهم العمرية يتفوقون على أن المنشورات التي يتابعونها أكثر على مستوى صفحة الخلية هي المنشورات المتعلقة بالأخبار المختلفة حول البلدية بنسبة %28.90، ونجد أن منشورات المشاريع التنموية المختلفة تقدر نسبتها ب %28.90، بينما نجد أن منشورات التهاني والتعازي هي أقل نسبة مقارنة بالمنشورات الأخرى حيث

¹ - مقابلة مع السيد قاسم أبي اسماعيل، مساعد مدير خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة، مرجع سبق ذكره.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

إن نسبتها 12.80%، كما يمكن أن نوضح بأن نسبة تكرارات الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة هي الأكثر؛ وهذا راجع إلى نسبتها الأكبر من مجموع عينة الدراسة، ويمكن القول أن متابعة المبحوث للمنشورات متعلق بمدى اهتمامه لها وكذا الكثافة التي يتعرض إليها المبحوث من المنشورات، فنجد بعض المنشورات يتم نشرها يوميا يتابعها المبحوث يوميا، في حين أن الأخرى ظرفية كالتفاهي والتعازي.

الجدول رقم (37): يُبين كيفية الرد على انشغالات واقتراحات المبحوثين عبر صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
		النسبة	ك	النسبة	ك	
النسبة المئوية	مجموع التكرار	النسبة	ك	النسبة	ك	عبر صفحة الخلية
60.87%	56	66.67%	6	60.24%	50	يطلب منك التوجه إلى المصلحة المعنية في مقر البلدية
39.13%	36	33.33%	3	39.76%	33	المجموع
100%	92	100%	9	100%	83	

من خلال البيانات الواردة في الجدول نلاحظ أن أغلب المبحوثين سواء الذكور أم الإناث أجابوا بأن الخلية تردّ على انشغالاتهم واقتراحاتهم عبر صفحاتها؛ فنسبة الذكور هي 60.24% والإناث 66.67%، أما عن الذكور والإناث الذين يُطلب منهم التوجه إلى المصلحة المعنية في مقر البلدية عند طرحهم لانشغال فتوزعت نسبهم بين 39.76% للذكور و 33.33% للإناث، وبالتالي فإن أغلب المبحوثين من كلا الفئتين يرون أن الخلية تردّ على انشغالاتهم واقتراحاتهم على الصفحة، ويمكن تفسير هذا بأهمية الدور الذي الاتصالي الذي تقوم به إدارة الخلية ومدى حرصها للإجابة على الانشغالات وتقديم توضيحات للمُستفهِرين؛ وتوجيه المعني بطرح الانشغال إلى المصلحة المعنية في مقر البلدية للتفصيل أكثر.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (38): يُبين كيفية الرد على انشغالات واقتراحات المبحوثين عبر صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة حسب متغير مكان الإقامة:

المنطقة العلمية		حي سيدي اعجاز		قصر بونورة		قصر بني يزقن		مكان الإقامة
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	الإجابة
%100	3	%58.82	10	%56.52	26	%65.38	17	عبر صفحة الخلية
%0.00	0	%41.18	7	%43.48	20	%34.62	9	يُطلب منك التوجه إلى المصلحة المعنية في مقر البلدية
%100	3	%100	17	%100	46	%100	26	المجموع العام

يتبين من خلال هذا الجدول أن كل المبحوثين بالرغم من اختلاف مكان إقامتهم، إلا أنهم يُجمعون على أن الخلية تردّ على انشغالاتهم واقتراحاتهم على صفحاتها؛ فالمبحوثين الساكنين في قصر بني يزقن فقدّرت نسبتهم ب 65.38%، وأما عن الساكنين في قصر بونورة فبلغت نسبتهم 56.52%، وعن حي سيدي اعجاز فهي 58.82%، وأما بالنسبة للقائمين في المنطقة العلمية فقد أجابوا بنسبة 100.00% على أن الخلية تردّ على انشغالاتهم واقتراحاتهم عبر صفحاتها، ويمكن أن نفسر هذا بأن الخلية تهتم وترد على كل انشغالات المواطنين رغم اختلاف مكان إقامتهم وطبيعة انشغالهم، ومن هنا فإن الخلية وفّقت في مساعدتها للمواطنين وذلك باقتصاد جهدهم ووقتهم ومعاونة التنقل إلى البلدية.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (39): يُبين رأي المبحوثين حول تسهيل صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الإجابة
		النسبة	ك	النسبة	ك		
النسبة المئوية	مجموع التكرار	النسبة	ك	النسبة	ك		
%60.87	56	%66.67	6	%60.24	50		نعم
%39.13	36	%33.33	3	%39.76	33		لا
%100	92	%100	9	%100	83		المجموع

نلاحظ من خلال معطيات هذا الجدول أن المبحوثين من فئة الذكور الذين أجابوا بأن الخلية تُسهّل عليهم عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة بلغت نسبتهم 60.24%، والإناث 66.67%، وعن الذين أجابوا عكس ذلك نجد أن نسبة الذكور منهم بلغت 39.76% والإناث 33.33%، ويمكن أن تُرجع هذا التفاوت في النسب إلى رأي كل مبحوث وإلى متابعته الدائمة للصفحة، كما يمكن إرجاع ذلك إلى مدى نشاط صفحة الخلية والدور الإعلامي والاتصالي الذي تقوم به لإيصال كل المعلومات المتعلقة بالبلدية.

الجدول رقم (40): يُبين رأي المبحوثين حول تسهيل صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة حسب متغير السن:

أكثر من 50		من 41 إلى 50		من 31 إلى 40		من 20 إلى 30		السن	الإجابة
		النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك		
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك		
%100	2	%66.67	6	%66.67	24	%53.33	24		نعم
%0.00	0	%33.33	3	%33.33	12	%46.67	21		لا
%100	2	%100	9	%100	36	%100	45		المجموع العام

يوضّح الجدول أن الفئة من 20 إلى 30 سنة يرون أن صفحة الخلية تُسهّل عليهم عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة بنسبة 53.33%، أما الفئة من 31 إلى 40 سنة فقد بلغت

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

66.67%، في حين نجد أن الفئة من 41 إلى 50 سنة 66.67%، أما عن الفئة أكثر من 50 سنة فكلهم أجابوا بأن الخلية تُسهّل عليهم عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة بنسبة 100%، بينما نجد أن الذين أجابوا عكس ذلك ففتفاوت نسبهم حسب الفئات العمرية المذكورة؛ إذ تبلغ نسبتهم الإجمالية 39.13%، وعليه يمكن أن نقول بأنه رغم اختلاف الفئات العمرية إلا أنه يوجد توافق في إجاباتهم في أنها تسهّل عليهم عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة، وهذا ما يدل على اهتمام كل الفئات العمرية بمتابعة الصفحة والاعتماد عليها بشكل كبير للحصول المعلومة.

الجدول رقم (41): (يُبيّن رأي المبحوثين حول تسهيل صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة حسب متغير مكان الإقامة:

المنطقة العلمية		حي سيدي اعجاز		قصر بونورة		قصر بني يزقن		مكان الإقامة
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	
66.67%	2	70.59%	12	63.04%	29	50.00%	13	نعم
33.33%	1	29.41%	5	36.96%	17	50.00%	13	لا
100%	3	100%	17	100%	46	100%	26	المجموع العام

يظهر في هذا الجدول أن المبحوثين الساكنين بقصر بني يزقن المجهيين ب "نعم" أن نسبتهم هي 50.00% ونجدها بنفس النسبة لدى المجهيين ب "لا"، أما عن المبحوثين الساكنين بقصر بونورة فقد كانت الإجابة ب "نعم" أكثر من "لا" بنسبة 63.04%، في حين نجد أن غالبية المبحوثين الساكنين بحي سيدي اعجاز أجابوا ب "نعم" بنسبة 70.59%، وعن الساكنين بالمنطقة العلمية فنسبة المجهيين بنعم هي 66.67%، ويمكن إرجاع التفاوت بين النسب في إجابات المبحوثين حسب المنطقة السكّنية إلى رغبة كل مبحوث وإمكانياته للتواصل مع البلدية.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (42): يُبين رأي المبحوثين حول حصولهم على المعلومات والأخبار الجديدة الخاصة ببلدية بونورة في حينها على مستوى صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الإجابة
		النسبة	ك	النسبة	ك		
النسبة المئوية	مجموع التكرار	النسبة	ك	النسبة	ك		
%76.09	70	%66.67	6	%77.11	64		نعم
%23.91	22	%33.33	3	%22.89	19		لا
%100	92	%100	9	%100	83		المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة الذكور الذين أجابوا ب "نعم" بلغت %77.11، ونسبة الإناث %66.67، وبنسبة إجمالية مقدّرة ب %76.09، ونجد أن نسبة الذين أجابوا ب "لا" بالنسبة للفتتين هي %23.91، وعليه يمكن تفسير هذا بأن أغلب المبحوثين من الذكور والإناث يتحصّلون على المعلومات والأخبار الجديدة في حينها على مستوى صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة، وهذا يدلّ على حرص المشرفين على الصفحة بنشر كل جديد في حينه.

الجدول رقم (43): يُبين رأي المبحوثين حول حصولهم على المعلومات والأخبار الجديدة الخاصة ببلدية بونورة في حينها على مستوى صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة حسب متغير مكان الإقامة:

المنطقة العلمية		حي سيدي اعزاز		قصر بونورة		قصر بني يزقن		مكان الإقامة	الإجابة
		النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك		
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك		
%100	3	%88.24	15	%76.09	35	%65.38	17		نعم
%0.00	0	%11.76	2	%23.91	11	%34.62	9		لا
%100	3	%100	17	%100	46	%100	26		المجموع العام

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

يُبيّن هذا الجدول أن المبحوثين الساكنين بقصر بني يزقن كانت إجاباتهم بـ "نعم" عالية حول مدى حصولهم على الأخبار والمعلومات الجديدة في حينها بنسبة 65.38%، ونجدها كذلك مع المبحوثين الساكنين في كل من قصر بونورة وحي سيدي اعجاز والمنطقة العلمية؛ حيث بلغت نسبتهم في قصر بونورة 76.09%، وحي سيدي اعجاز 88.24%، والمنطقة العلمية 66.67%، وعلى ضوء هذه البيانات يمكن القول بأنه يوجد إجماع بين المبحوثين رغم اختلاف مكان إقامتهم بأن صفحة الخلية تُقدّم لهم المعلومات الجديدة في حينها، ويدلّ هذا على تتبّع سكان الأحياء للأخبار الجديدة على صفحة الخلية، وهذا ما يُؤكّد على أن الخلية في متابعة مستمرة لمستجدّات أنشطة البلدية.

الجدول رقم (44): يُبيّن رأي المبحوثين حول مساهمة صفحة خلية الإعلام والعلاقات

العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك في تقريب الإدارة من المواطن حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الإجابة
		النسبة	ك	النسبة	ك	
النسبة المئوية	مجموع التكرار	النسبة	ك	النسبة	ك	
57.61%	53	55.56%	5	57.83%	48	نعم
3.26%	3	0.00%	0	3.61%	3	لا
39.13%	36	44.44%	4	38.55%	32	أحيانا
100%	92	100%	9	100%	83	المجموع

يوضّح الجدول أن المبحوثين الجييين بـ "نعم" بأن صفحة الخلية تُقرّب الإدارة من المواطن؛ إذ نجد أن فئة الذكور أجابوا بنسبة 57.83% من مجموعهم الأصلي، ونجد أن فئة الإناث نسبتهم 55.56%، أما بالنسبة للمبحوثين الجييين بأحيانا في فئة الذكور فنسبتهم هي 38.55%، أما فئة الإناث هي 44.44%، وعليه فإنه يوجد تقارب في النسب بين الجييين بـ "نعم" و"أحيانا" في كلا الفئتين، ويمكن تفسير هذا بأن الخلية نجحت في تقريب الإدارة من المواطن وذلك بما تُقدّمه الصفحة من خدمات إعلامية واتصالية.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (45): يُبين رأي المبحوثين حول مساهمة صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك في تقريب الإدارة من المواطن حسب متغير السن:

أكثر من 50		من 41 إلى 50		من 31 إلى 40		من 20 إلى 30		السن الإجابة
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	
%100	2	%33.33	3	%63.89	23	%55.55	25	نعم
%0.00	0	%11.11	1	%2.78	1	%2.22	1	لا
%0.00	0	%55.56	5	%33.33	12	%42.23	19	أحيانا
%100	2	%100	9	%100	36	%100	45	المجموع العام

يُبين لنا هذا الجدول أن الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة المجيبين بـ "نعم" تُمثل أكبر نسبة وتقدّر بـ 55.55%، ونجد أن المبحوثين المجيبين بـ "أحيانا" نسبتهم هي 42.23%، وأما عن الفئة من 41 إلى 40 سنة فنسبة المجيبين بـ "نعم" هي 63.89%، في حين أن الذين أجابوا بـ "أحيانا" فنسبتهم هي 33.33%، وفيما يخص الفئة من 41 إلى 50 سنة فنجد المجيبين بـ "أحيانا" هم أكبر نسبة مقارنة المجيبين بـ "نعم" في نفس الفئة؛ حيث تقدّر نسبتهم بـ 55.56% وأما المجيبين بـ "نعم" فهي 33.33%، وكأخر فئة فإن الفئة أكثر من 50 سنة فقد أجابوا كلهم بـ "نعم" بنسبة 100%، وعليه يمكن القول بأن اختلاف الفئات العمرية في إجاباتها بين "نعم" و"أحيانا" راجع إلى رأي وتصور كل مبحوث لما تُقدّمه صفحة الخلية، بالرغم ما تُتيحه من رفع الانشغالات والاقتراحات إلى المسؤولين في البلدية.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (46): يُبين رأي المبحوثين حول مساهمة صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على الفيسبوك في تقرب الإدارة من المواطن حسب متغير مكان الإقامة:

المنطقة العلمية		حي سيدي اعجاز		قصر بونورة		قصر بني يزقن		مكان الإقامة
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	
%100	3	%52.94	9	%63.05	29	%46.15	12	نعم
%0.00	0	%5.89	1	4.35	2	0.00	0	لا
0.00%	0	%41.17	7	%32.60	15	%53.85	14	أحيانا
%100	3	%100	17	%100	46	%100	26	المجموع العام

من خلال البيانات الموجودة في الجدول نجد أن المبحوثين الذين أجابوا بأن صفحة الخلية تقرب الإدارة من المواطن أحيانا أن نسبتهم هي الأكبر في المبحوثين الساكنين في قصر بني يزقن والمقدرة نسبتهم ب 53.85%، ونجد أن المبحوثين الساكنين في قصر بونورة المجيبين ب "نعم" هم أكبر نسبة والمقدرة ب 63.05%، أما حي سيدي اعجاز فنسبة المجيبين ب "نعم" نسبتهم أعلى من المجيبين ب "أحيانا" وتقدر ب 52.94%، وأما عن المنطقة العلمية فالمبحوثين كلهم أجابوا ب "نعم" بأن صفحة الخلية تقرب الإدارة من المواطن بنسبة 100%، ويمكن تفسير هذا بأنه رغم اختلاف مكان إقامة المبحوثين واختلاف إجاباتهم إلا أنهم يجمعون على أن صفحة الخلية لها دور في تقرب الإدارة من المواطن، وهذا ماتسعى إليه الخلية لتحقيقه.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (47): يُبين رأي المبحوث حول مساهمة التواصل مع البلدية عبر خلية الإعلام والعلاقات العامة في تحسين عملية الاتصال حسب متغير الجنس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الإجابة
		النسبة	ك	النسبة	ك		
النسبة المئوية	مجموع التكرار	النسبة	ك	النسبة	ك		
%97.82	90	%100	9	%97.59	81		نعم
%2.18	2	%0.00	0	%2.41	2		لا
%100	92	%100	9	%100	83		المجموع

نجد في هذا الجدول أن فتي الذكور والإناث أجابوا بنسبة %97.82، من إجمالي عدد المبحوثين بأن صفحة الخلية تساهم في عملية الاتصال، فنسبة الذكور بلغت %97.59، أما نسبة الإناث هي %100.00، وعليه يمكن القول بأن صفحة الخلية لاقت استحسانا من كلا الجنسين وساهمت بشكل فعال في تحسين عملية الاتصال بين المواطن والبلدية.

الجدول رقم (48): يُبين رأي المبحوث حول مساهمة التواصل مع البلدية عبر خلية الإعلام والعلاقات العامة في تحسين عملية الاتصال حسب متغير السن:

أكثر من 50		من 41 إلى 50		من 31 إلى 40		من 20 إلى 30		السن	الإجابة
		النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك		
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك		
%100	2	%100	9	%97.22	35	%97.78	44		نعم
%0.00	0	%0.00	0	%2.78	1	%2.22	1		لا
%100	2	%100	9	%100	36	%100	45		المجموع العام

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن كل الفئات العمرية يرون بأن صفحة الخلية تُحسّن من عملية الاتصال مع البلدية، حيث نجد أن نسبة %97.78 من الفئة العمرية من 20 إلى 30 سنة أجابوا بـ "نعم"، أما الفئة من 31 إلى 40 سنة فنسبة المجيبين فيها بـ "نعم" هي %97.22، كما نجد أن الفئة من 41 إلى 50 سنة نسبتهم %100، كما نجدها أيضا في الفئة العمرية أكثر من 50

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

سنة، وعليه يمكن القول بأن كل المبحوثين باختلاف فئاتهم العمرية يُثمنون دور صفحة الخلية وما تقوم به من جهود إعلامية واتصالية مما ينعكس إيجاباً على تحسين الأداء الاتصالي للبلدية.

الجدول رقم (49): يُبين رأي المبحوث حول مساهمة التواصل مع البلدية عبر خلية الإعلام والعلاقات العامة في تحسين عملية الاتصال حسب متغير مكان الإقامة:

المنطقة العلمية		حي سيدي اعجاز		قصر بونورة		قصر بني يزقن		مكان الإقامة الإجابة
النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	
%100	3	%100	17	%97.82	45	%96.15	25	نعم
%0.00	0	%0.00	0	%2.18	1	%3.85	1	لا
%100	3	%100	17	%100	46	%100	26	المجموع العام

من خلال معطيات هذا الجدول يُبين لنا أن الذين أجابوا بأن صفحة الخلية تُساهم في تحسين عملية الاتصال بالنسبة للمبحوثين الساكنين في قصر بني يزقن بلغت نسبتهم 96.15%، في حين نجد أن نسبة المبحوثين الساكنين في قصر بونورة بلغت 97.82%، أما بالنسبة لحي سيدي اعجاز والمنطقة العلمية فأجابوا بنسبة 100% أن صفحة الخلية تُساهم في تحسين عملية الاتصال، وبهذا يمكن أن نقول أن أغلب المبحوثين رغم اختلاف البلدية عن مكان إقامتهم إلا أنهم يجمعون بأن موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك يساهم بشكل كبير في تحسين عملية الاتصال بين البلدية والمواطن عبر صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (50): تقاطع تسهيل صفحة الخلية عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة مع رأي المبحوثين حول مساهمة خلية الإعلام والعلاقات العامة على الفيسبوك في تقريب الإدارة من المواطن:

المجموع العام		أحيانا		لا		نعم		سؤال رقم 13
		التكرار		التكرار		التكرار		
النسبة المئوية	مجموع التكرار	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	سؤال رقم 11
% 39.10	36	%66.67	24	%5.55	2	% 27.78	10	لا
%100	92							المجموع العام

في هذا الجدول نجد أن المبحوثين الذين أجابوا بأن الخلية تسهّل عليهم عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة أن نسبتهم 60.90%، حيث نجد 76.79% منهم يرون أن الخلية تقرب الإدارة من المواطن، في حين أن 1.79% لا يرون بأن الخلية تقرب الإدارة من المواطن، أما نسبة 21.42% منهم يرون أن الخلية أحيانا تُقرب الإدارة من المواطن، أما بالنسبة للمجيبين بأن الخلية لا تُسهّل عدم القدوم إلى البلدية نسبتهم هي 39.10%، بينما أن 27.78% يرون أن الخلية تُقرب الإدارة من المواطن، في حين أن 66.67% منهم يرون أن الخلية تقرب الإدارة من المواطن أحيانا، وبهذا نقول أن الذين يرون بأن الخلية تُسهّل عليهم عدم القدوم أغلبهم أجابوا بنعم؛ وهذا انعكاس إيجابي لما تقوم به الخلية من دور إعلامي واتصالي ومدى مساهمتها في تقريب الإدارة من المواطن.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية
بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (51): تقاطع الحصول على المعلومة والأخبار في حينها على مستوى صفحة
الخلية مع نوع المنشورات المتابعة من طرف المبحوثين:

المجموع		لا	نعم	سؤال رقم 11
النسبة المئوية	مجموع التكرار	التكرار	التكرار	سؤال رقم 8
33.65%	71	16	55	أخبار مختلفة حول البلدية
24.64%	52	12	40	إعلانات نشاطات توعوية وتطوعية
12.80%	27	4	23	تهاني وتعازي
28.91%	61	14	47	مشاريع تنمية مختلفة
100%	211			المجموع العام

في هذا الجدول نجد أن الذين يتابعون منشورات الصفحة بصفة دائمة هم الأكثر الذين أجابوا بأن الخلية تساهم في الحصول على الأخبار والمعلومات الجديدة في حينها، إن نجد أن المبحوثين الذين يرون أن الخلية تساهم في الحصول على الأخبار والمعلومات يُتابعون المنشورات المتعلقة لأخبار البلدية نسبتهم 77.46%، بينما أن منشورات إعلانات نشاطات توعوية وتطوعية فنسبتهم 76.92%، أما بالنسبة لمنشورات التهاني والتعازي فنسبتهم 85.19%، وفيما يخص المنشورات المتعلقة بالمشاريع التنموية المختلفة فنسبة إجابتها 77.50%، وعلى ضوء هذه البيانات يمكن أن نقول أن سهولة الحصول على الأخبار والمعلومات الجديدة المتعلقة بالبلدية مرتبط بمدى متابعة المبحوث لمنشورات صفحة الخلية على موقع الفيسبوك.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية

بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الجدول رقم (52): تقاطع تقريب الخلية للإدارة من المواطن مع علاقة تحسين الخلية للعملية الاتصالية مع البلدية:

المجموع العام		أحيانا		لا		نعم		سؤال رقم 13
النسبة	مجموع	التكرار		التكرار		التكرار		
المئوية	التكرار	النسبة	ك	النسبة	ك	النسبة	ك	سؤال رقم 14
%100	90	%37.78	34	%3.33	3	%58.89	53	نعم
%100	2	%100	2	%0.00	0	%0.00	0	لا
%100	92							المجموع العام

يوضح هذا الجدول علاقة تقريب الخلية للإدارة من المواطن مع علاقة تحسين الخلية للعملية الاتصالية مع البلدية، فبالنسبة للمبحوثين الذين يرون أن الخلية تقرب الإدارة من المواطن أجابوا بنسبة 100% بأن الخلية تحسّن من عملية الاتصال، في حين أن الذين أجابوا بـ "أحيانا" أن الخلية تقرب الإدارة من المواطن يرون بأن الخلية تحسّن من عملية الاتصال مع البلدية ونسبتهم 94.44%، ويمكن أن نربط هذا بمدى عمل الخلية في تحسينها للعملية الاتصالية بين المواطن والبلدية، وهذا ما يجعل المواطن يشعر بقرب البلدية إليه.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

الاستنتاجات الجزئية:

من خلال تحليل معطيات جداول المحور الثالث؛ توصلنا إلى نتائج يمكن تلخيصها فيما يلي:

- أجمع المبحوثين على أن صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة تُطلعهم بكل أنشطة البلدية.
- بيّنت الدراسة أن الخلية تقوم بنشر الأخبار المختلفة حول البلدية والإعلانات عن النشاطات التوعوية والتطوعية وكذا المنشورات الخاصة بالمشاريع التنموية المختلفة بصفة مستمرة في صفحتها على الفيسبوك.
- أوضحت الدراسة بأن إدارة الخلية تقوم بشكل مستمر برفع انشغالات واقتراحات المبحوثين إلى المسؤولين في البلدية وذلك استنتاجا من إجاباتهم بنسبة 83.70%.
- تعمل إدارة الخلية للرد على انشغالات واقتراحات المبحوثين، وقد أجمعوا كلهم على أن الرد على انشغالاتهم واقتراحاتهم عبر الصفحة بعد مدّة؛ وهذا بنسبة 74.03%.
- أظهرت الدراسة بأن الخلية تُجيب على أغلب الانشغالات المطروحة على مستوى صفحتها؛ وهذا حسب إجابات المبحوثين وتُقدّر نسبتهم ب 66.23%.
- تُسهّل خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة عدم قدوم المواطن إلى البلدية للحصول على المعلومات وذلك استنتاجا من إجابات المبحوثين بنسبة 60.90%.
- تقوم صفحة الخلية بدور إعلامي كبير في نشر المعلومات والأخبار الجديدة المتعلقة بالبلدية في حينها حسب إجابات المبحوثين بنسبة 76.10%.
- بيّنت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يرون أن خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة ساهمت في تقريب الإدارة من المواطن وهذا بنسبة 57.60%.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

- توصلت الدراسة إلى أن صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة دورا هامًا في تحسين العملية الاتصالية وهذا استنتاجا من إجابات المبحوثين بنسبة 87.80%.
- أوضحت الدراسة بأن المبحوثين رغم اختلاف فئاتهم العمرية يُتابعون المنشورات المتعلقة بأخبار البلدية وكذا إعلانات النشاطات التوعوية والتطوعية وكذا تلك المتعلقة المشاريع التنموية التي تخص البلدية.
- بينت الدراسة من خلال البيانات أن الخلية تردّ على انشغالاتهم واقتراحاتهم الواردة من فئتي الذكور والإناث مباشرة عبر صفحتها، كما يرون أن الخلية كذلك تُسهّل عليهم عدم القدوم إلى البلدية بنسبة 60.87%.
- توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين رغم اختلافهم في مكان إقامتهم إلا أنهم يرون بأن صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة تُسهّل عليهم عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة.

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

المبحث الثالث: الاستنتاجات العامة

سعت دراستنا إلى الإجابة على الإشكالية المحورية المتمثلة في: ما واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تحسين الأداء الاتصالي ببلدية بونورة ولاية غرداية؟ ومن خلال تحليل الاستبانة الموجهة إلى المبحوثين توصلنا إلى مجموعة من النتائج العامة الذي تحدّد على ضوءها إجابات مختلف التساؤلات المشاركة للموضوع، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين يتواصلون مع بلدية بونورة أحيانا بنسبة 85.90% من مجموع عدد المبحوثين.
- بيّنت نتائج الدراسة أن صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة أوجدت تفاعلا كبيرا بين المبحوثين والبلدية.
- بيّنت الدراسة بأن بلدية بونورة تقوم بمختلف الأنشطة الإعلامية للتعريف بخدماتها وهذا ما يظهر لنا اهتمام البلدية بإعلام المواطن بمختلف أنشطة البلدية.
- من خلال نتائج الدراسة ظهر بأن بلدية بونورة تفتح المجال للاتصال والتواصل مع المواطن وذلك عبر صفحة الخلية وهذا ما تسعى إليه بلدية بونورة لتحقيقه.
- أظهرت نتائج الدراسة بأن صفحة الخلية تقوم باستقبال انشغالات المواطنين عبر صفحتها ورفعها إلى المسؤولين في البلدية وذلك من خلال إتاحة مساحات للتعليق والردود على الصفحة.
- أوضحت الدراسة بأن صفحة الخلية تقوم بنشر الأخبار وتغطية كل أنشطة البلدية في حينها.
- بيّنت الدراسة بأن خلية الإعلام والعلاقات العامة تتبّع استراتيجية اتصالية للتواصل مع جمهورها الخارجي عبر صفحتها وهذا من خلال ما قدّمه نائب مدير الخلية وأكّده البيانات المتحصل

الإطار التطبيقي: الفصل الرابع واقع استخدام صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة على موقع "الفيسبوك" في تحسين الأداء الاتصالي

عليها بفضل المتابعة المستمرة للصفحة من طرف للمبحوثين فضلا عن العمل الإعلامي والاتصالي الدائم.

- إنشاء خلية الإعلام والعلاقات العامة للصفحة على الفيسبوك ساهم بشكل فعال في تحسين الأداء الاتصالي وهذا ما استخلصناه من إجابات المبحوثين حول تقريب الخلية للإدارة من المواطن؛ حيث بلغت نسبة المحييين على ذلك 57.60%، وهذا بحد ذاته إنجازا مهماً للخلية وللبلدية رغم حداثة تأسيسها.

- استطاعت الخلية بواسطة صفحتها على الفيسبوك أن تُحسّن من أدائها الإعلامي وهذا بفضل عمل الخلية التي تنشر كل جديد حول البلدية وذلك استنتاجا من إجابات المبحوثين ونسبتهم 76.10%.

- توصلت الدراسة إلى أن تواصل المبحوثين عبر صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة للبلدية ساهم بشكل فعال في تحسين العملية الاتصالية بين المؤسسة وجمهورها الخارجي وذلك بنسبة 97.80%، وهذا هو الهدف الرئيسي التي تسعى البلدية إليه من خلال صفحة الخلية.

خاتمة:

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي استخداما واسعا من طرف مشتركها في جميع مناحي الحياة؛ حيث إنها لعبت دورا مهماً في الاتصال بين الأفراد والجماعات، إذ أصبحت هذه المواقع ضرورة حتمية أمام المؤسسات للتواصل مع جمهورها؛ حيث يحقق لها توطيد العلاقات الإنسانية وتحسين الأداء الاتصالي مع جمهورها الداخلي والخارجي، إضافة إلى استغلال المؤسسة لها في تسويق خدماتها وإبراز صورتها الذهنية لدى الجميع، فالمؤسسات الجزائرية العمومية هي الأخرى تستخدم تكنولوجيا الإعلام والاتصال كغيرها من المؤسسات لا سيما مواقع التواصل الاجتماعي وبالخصوص موقع الفيسبوك والذي تسعى من خلاله إلى إعلام جمهورها الخارجي وتحسين العملية الاتصالية معه، إلا أن هذا الاستخدام في طور النمو وهو يتحسن بمرور الوقت، فبلدية بونورة بادرت إلى تطبيق هذه الفكرة في إدارتها وذلك بإنشاء خلية افتراضية على الفيسبوك خاصة بالإعلام والعلاقات العامة؛ إذ تسعى البلدية من خلالها إلى تقريب الإدارة من المواطنين وتزويدهم بكافة المعلومات والأخبار وتسهيل عملية تواصلهم مع المسؤولين وذلك بإتاحة مجال طرح الانشغالات والاقتراحات عبر الصفحة.

وتوصلت دراستنا إلى أن خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بونورة حسنت من عملية الاتصال بين البلدية والمواطن، وساهمت في تقريب الإدارة من المواطن؛ رغم ما تعانيه من بعض الصعوبات والمعوقات منها؛ نقص الموارد البشرية، التعليقات الهدامة من قبل بعض المتابعين للصفحة والتي تؤثر سلبا على العلاقة بين الخلية والمواطن.



قائمة المراجع

01- المراجع باللغة العربية:

- أولاً: الكتب:

- 01- إبراهيم، عبد البارئ، تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمات: الأسس النظرية ودلالاتها في البيئة العربية، القاهرة، مصر، 2003.
- 02- إحسان، محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، دار الطليعة للطباعة والنشر، ط 3، بيروت، لبنان، 1994.
- 03- أمين، رضا، الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2015.
- 04- بعلول، زهير، الإدارة- المفهوم والوظائف، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2011.
- 05- ثابت، إدريس عبد الرحمن ، المدخل الحديث في الإدارة العامة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003.
- 06- جلبي، أحمد عبد العال صبري، مبادئ الإدارة العامة، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، الإسكندرية، مصر، 2011.
- 07- جوهر، عبد الله حسين، الإدارة العامة وإدارة الأعمال، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2014.
- 08- حسين، عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، ط4، الاسكندرية، مصر، 2004.
- 09- حكمت، محمد، الإدارة العامة، زمزم ناشرون وموزعون، ط1، عمان، الأردن، 2015.
- 10- حمدي، شعبان ، وظيفة العلاقات العامة- الأسس والمهارات، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2008.
- 11- درويش، عبد الكريم، ليلي تكلا، أصول الإدارة العامة، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1995.
- 12- الدليمي، محمد عبد الرزاق ، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2011.

- 13- الشاعر، عبد الرحمن بن ابراهيم، واقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمّان، الأردن، 2015.
- 14- الضمور، هاني حامد، تعريف الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمّان، الأردن، 2005.
- 15- طلعت، ابراهيم لطفي، علم الاجتماع التنظيم، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1993.
- 16- غرارمي، وهبية، تكنولوجيا المعلومات في المكتبات، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014.
- 17- فَمْحِيَة، حسّان أحمد، الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة للنشر والتوزيع، ط1، الجيزة، مصر، 2017.
- 18- كرو الغزاوي، رحيم يونس، مقدمة في مناهج البحث العلمي، دار دجلة، ط1، الأردن، 2008.
- 19- المشهداني، سعد سليمان، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، دبي، 2017.
- 20- مصطفى، محمد محمود، الإدارة العامة، دار البداية للنشر والتوزيع، ط1، عمّان، الأردن، 2012.
- 21- المعاني، أيمن عودة، الإدارة العامة الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، ط3، عمّان، الأردن، 2013.
- 22- يكن، زهدي، القانون الإداري، منشورات المكتبة العصرية، ط1، لبنان، د.ت.ط.

- ثانيا: الأطروحات والرسائل والمذكرات الأكاديمية:

- 01- بوحناف، هشام، وظيفة العلاقات العامة وانعكاسها على أداء المؤسسة العمومية الجزائرية: دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر عنابة، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص علاقات عامة، إشراف علي سموك، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، 2011.
- 02- تيشات، سلوى، آفاق الوظيفة العمومية الجزائرية في ظلّ تطبيق المانجمنت العمومي، الجديد بالنظر إلى التجارب الاجنبية: (نيوزلندا، فرنسا، الولايات المتحدة الأمريكية)، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، تخصص تسيير المنظّمات، إشراف علي زيان محمد واعمر، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2015.
- 03- الرعود، عبد الله ممدوح مبارك، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، إشراف حلمي ساري، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012.
- 04- شحات، سعاد، استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وفعالية التنظيمات للمؤسسة الاقتصادية: دراسة للمؤسسات المتوسطة والصغيرة، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة قلمة، الجزائر، 2010.
- 05- شكري، حنان شاکر شبير، واقع الوقت لدى العاملين في القنوات الفضائية العاملة في قطاع غزة، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص إدارة أعمال، إشراف راشدي عبد اللطيف وادي، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2010.
- 06- قادري، محمد، الاتصال داخل المؤسسة بين النظرية والتطبيق: دراسة حالة مؤسسة الخبز المنزلي تافنة بمغنية، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص إدارة الأعمال، إشراف بندي عبد الله عبد السلام، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2010.
- 07- مراح، سليمة، التسيير الحديث والإدارة العمومية الجزائرية، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص الإدارة والمالية، إشراف إدريس بوكرا، جامعة الجزائر، الجزائر، 2001.

08- منتصر، محمد، حلاسة شعبان، واقع استخدام المنظمات الآلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص إدارة أعمال، إشراف ماجد محمد الفراء، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2013.

09- نومار، مريم ناريمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية: دراسة عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر، (مذكرة ماجستير غير منشورة)، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، إشراف جمال بن زروق، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2012.

- ثالثا: القواميس والمعاجم:

01- بن هادية، علي، وآخرون، القاموس الجديد للطلاب ، معجم عربي مدرسي ألفبائي، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط7، الجزائر، 1991.

- رابعا: المجلات والدوريات:

01- بدري، إبتسام، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي وإحداث التغيير في دول الحراك العربي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد47، الجزائر، 06 / 2017.

02- بوسعيد، رندا، التغيير الاجتماعي والحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام: قراءة في نظرية مارشال ماكلوهان، مجلة سوسيولوجيا، العدد1، 06 / 2017.

03- تواتي، نور الدين، ماكلوهان مارشال قراءة في نظرياته بين الأمس واليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 10، جامعة الجزائر 03، 03 / 2013.

04- الجهني، فاديا، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التوافق الشخصي والاجتماعي عند الشباب: دراسة على عينة من طلاب جامعة البعث، مجلة جامعة البعث، العدد66، سورية، 2017.

- 05- دراحي، ابتسام، آليات وأشكال التفاعل الاجتماعي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، العدد47، الجزائر، 06 /2018.
- 06- رفاع، شريفة، نظرية الإدارة العامة الحديثة ودورها في معالجة إشكالية إدماج مفهوم الأداء في الخدمة العمومية، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 06، الجزائر، 06/2008.
- 07- السيد طنطاوي، ميريهان محسن محمد، الاستراتيجيات الاتصالية للمنظمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة سمعتها: دراسة تطبيقية على شرطة دبي، مجلة بحوث العلاقات العامة، العدد6، مصر، 2016.
- 08- شيخي، مليكة، سعيدي عامر برزوق، الإدارة العمومية الجديدة كاستراتيجية لكسب رضا المواطنين- الزبون-: دراسة حالة بلدية سعيدة، المجلة الجزائرية للمالية العامة جامعة تلمسان ، العدد07، الجزائر، 2017.
- 09- فرطاس، فتيحة، عصرنة الإدارة العمومية في الجزائر من خلال الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين خدمة المواطن، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، العدد 15، الجزائر، 02 /2016.
- 10- مجاهد، حنان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، العدد 01، الجزائر، 02/03/2016.
- 11- محمدي، خيرة، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية: دراسة وصفية تحليلية لعينة من مستخدمي موقع الفيسبوك، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد11، الجزائر، د.ت.ن.
- 12- المزاهرة، منال هلال، توظيف ممارسي العلاقات العامة لشبكات التواصل الاجتماعي: القطاع التجاري الأردني أنموذجا، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، العدد03، الأردن، 2018.

13- منصور، سحر عمر سعيد، فعالية برنامج تدريبي مقترح لتنمية الوعي بأساليب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة اجتماعية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 178، مصر، 2018/04.

14- الهواري، شيماء، محمود، محمد أحمد، مستويات تفاعل طلبة الجامعة مع اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية من مستخدمي صفحتي **BBC** عربي " وقناة **Dw** الألمانية "عربي"، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي برلين، العدد 08، ألمانيا، 08/2019.

- خامسا: المواقع الإلكترونية:

01- الجوفان، جميلة بنت محمد، الواقعية نظرة عن قرب، موقع شبكة الألوكة الأدبية واللغوية، الرابط: https://www.alukah.net/literature_language/0/5427/#ix ، تاريخ التصفح: 2020/03/26، 09:00.

02- عاصم، بن محمد، الجزائر 42 عالميا بأكثر من 3 ملايين مستخدم ل"الفيسبوك"، موقع النهار أولاين، الرابط: <https://www.ennaharonline.com> ، تاريخ التصفح: 2020/04/01، 18:30.

03- أحمد، بوعود، فقه الواقع أصول وضوابط، موقع إسلام ويب، الرابط: https://www.islamweb.net/newlibrary/display_umma.php?lang=&BabId=3&ChapterId=3&BookId=275&CatId=201&startno=0 ، تاريخ التصفح: 2020/05/07، 10:45.

04- موقع المعاني الجامع، الرابط: www.almaany.com ، تاريخ التصفح: 2020/05/09، 10:00.

_ سادسا: الوثائق الإدارية:

01- تعريف بلدية بنورة، وثيقة مقدمة من طرف الأمانة العامة لبلدية بنورة، يوم
2020/05/27.

02- تعريف خلية الإعلام والعلاقات العامة، وثيقة مقدمة من طرف الأمانة العامة لبلدية
بنورة، يوم 2020/05/27.

- سابعا: المقابلات الشخصية:

01- أبي اسماعيل، قاسم، مساعد مدير خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة، بلدية
بنورة، يوم 2020/05/28، 9:30.

02- بن الناصر، عبد الله، رئيس المجلس الشعبي البلدي لبلدية بنورة، بلدية بنورة، يوم
2020/05/28، 11:00.

02- المراجع باللغة الأجنبية:

- أولا: المجلات والدوريات:

- 01- Baldomero, Olivier, et les autres, **Les réseaux sociaux- une question d'éducation?**, Rapport Medias, les Francas, Numéro 2011, Paris, France, 01/2012.
- 02- Steer, Sylvain, **Jeunes et réseaux sociaux des espaces de liberté sous multiples surveillance**, Ligue des Droits de l'Homme, MINISTRE DE VILLE, DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS, Paris, France, 03/2017, p 06.

- ثانيا: المواقع الإلكترونية:

- 01- Paul, M Leonard, and others, **Enterprise social media: definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations**, OXFORD ACADIMIC, Existed in:
https://scholar.google.com/scholar?q=definition+of+social+media&hl=en&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart#d=gs_qabs&u=%23p%3D-Zw_Bt71LD4J visited on: 18/04/2020, 10:00.
- 02- Cambridge Dictionary, **definition of facebook**, Existed in:
<https://dictionary.cambridge.org>, visited on : 10/03/2020.



قائمة الملاحق

الملحق رقم (1): مقابلة مع رئيس المجلس الشعبي البلدي لبلدية بونورة ومساعد مدير خلية الإعلام والعلاقات العامة:

أسئلة وأجوبة المقابلة:

س1- ماهي الوسائل المعتمدة من طرف بلدية بونورة للتواصل مع جمهورها الخارجي؟

ج1- من أهم الوسائل المعتمدة من طرف بلدية بونورة للتواصل مع المواطن: صفحة البلدية على موقع الفيسبوك وتُشرف على تسييرها خلية الإعلام والعلاقات العامة التابعة لبلدية بونورة حيث تقوم بنشر كل مايتعلق بالبلدية وأنشطتها بالرغم من الانتقادات التي ترد من حين لآخر في التعليقات على منشورات الصفحة. وكوسيلة ثانية للتواصل مع المواطن؛ البريد الإلكتروني والذي يقوم بالرد على الرسائل الواردة فيه رئيس البلدية، أما الوسيلة الثالثة فتتمثل في منابر المساجد حيث تقدّم فيها الإعلانات والمعلومات المتعلقة بالبلدية والتي تخص المواطنين وذلك بعد صلاة العشاء. إضافة إلى عملية التنسيق والتشاور بين الأعيان وجمعيات المجتمع المدني.

س2- ماهي المهام المنوطة بها خلية الإعلام والعلاقات العامة؟

ج2- توثيق أي نشاط تقوم به البلدية في شتى المجالات كالمداولات والاجتماعات... الخ، تغطية أي مشروع في الميدان منذ انطلاقه إلى غاية تدشينه، إيصال المعلومات إلى المواطن، التهاني بمناسبة الأعياد الوطنية وكذا الخاصة والمتعلقة بالموظفين أو الناشطين في المجتمع المدني كحفل زفاف... فضلا عن التعازي والمواساة، تغطية نشاطات الجمعيات المشتركة مع البلدية بمختلف مجالاتها.

س3- ماهدف من إنشاء خلية الإعلام والعلاقات العامة على موقع الفيسبوك؟

ج3- الهدف من إنشاء الخلية إطلاع المواطن وإشراكه في تسيير المشاريع وميزانية البلدية؛ وهذا مايسمى بالسياسة التشاركية من خلال اقتراحات المواطنين سواء على مستوى الصفحة أو على البريد الإلكتروني ، تقرب الإدارة من المواطن.

س4- ماهي أهم المواضيع التي تنشرها في صفحة الخلية؟

ج4)- أهم المواضيع التي تُنشر في صفحة الخلية: تغطية نشاطات رئيس المجلس الشعبي البلدي ونوابه؛ كالتقاءات، الاجتماعات، الزيارات، الخرجات الميدانية، والتصريحات، وكل ما يتعلق بأنشطة البلدية بمختلف مجالاتها.

س5)- مامدى تفاعل المواطنين مع منشوراتكم على مستوى الصفحة؟

ج5)- هناك تفاعل وإقبال كبير من قبل المواطنين فيما يخص بمنشورات الصفحة المتعلقة بالبلدية وذلك من خلال الردود والتعليقات التي ترد على الصفحة والرسائل التي تُبعث على الخاص في الفيسبوك وكذا رسائل الإيميل الموجهة إلى الخلية وإلى رئيس البلدية.

س6)- هل ترون أن الخلية حسّنت من مستوى التواصل مع المواطنين في البلدية؟

ج6)- طبعا الخلية حسّنت من مستوى التواصل مع المواطنين في البلدية؛ فهي همزة وصل بين المواطنين والبلدية بمختلف مصالحها؛ إذ تحقّف الكثير من الوقت والجهد بالنسبة للمواطن؛ وضمان حقه في الإعلام، وكذا تخفيف الضغط بالنسبة لمصالح البلدية إذ يكون التواصل بالوسائل المتاحة عنصرا مهما في العملية الاتصالية.

س7)- هل تقوم خلية الإعلام والعلاقات العامة بقياس مدى فعاليتها في تحسين الأداء الاتصالي بالبلدية؟

ج7)- الخلية لا تقوم بقياس مدى فعاليتها في تحسين الأداء الاتصالي بشكل فعلي؛ وإنما تلاحظ وتقيس من خلال الردود والتعليق والعبارات والتصريحات والتلميحات الدالة على ذلك التي ترد بعد كل المنشورات على غرار الرسائل الواردة على الخاص بمختلف وسائلها.

س8)- هل تفضّلون التواصل مع المواطنين عبر صفحة الخلية أو عبر التواصل المباشر؟

ج8)- بطبيعة الحال نفضّل التواصل مع المواطن عبر صفحة الخلية الخاصة بالبلدية وذلك أن هذا التواصل يخفّف الضغط على الموظفين، كما أن الخلية تُتيح استقبال جميع انشغالات المواطن عبر صفحتها.

س9- ما هي الصعوبات والتحديات التي تقف عائقاً أمام خلية الإعلام والعلاقات العامة في أداء مهامها الاتصالية؟ على مستوى صفحتها على الفيسبوك؟

ج9- تراكم ديون البلدية؛ إلا أن ذلك لم يمنعنا بتخصيص ميزانية لاقتناء تجهيزات حديثة للخلية لتحسين أداءها الإعلامي والاتصالي، ومن أهم الصعوبات وجود انتقادات وتعليقات هدامة وخارجة عن الموضوع تُعرقل من نشاط الخلية.

الملحق رقم (2): استبيان الدراسة الموجّه لمواطني ومواطنات بلدية بنورة:

جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول موضوع:

مواطني ومواطنات بلدية بنورة تحية طيبة وبعد،

في إطار إنجاز مذكرة ماستر، تخصص علوم الإعلام والاتصال، حول " دور صفحة خلية الإعلام

والعلاقات العامة لبلدية بنورة في تحسين الأداء الاتصالي في بلدية بنورة ولاية غرداية"

يشرفنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة، راجيا الإجابة عن الأسئلة بكل صراحة وموضوعية.

علما أن البيانات التي ستدلون بها، سوف لن تستخدم إلا لأغراض الدراسة والبحث العلمي.

الرجاء وضع علامة [X] في الخانة المحددة لذلك.

ملاحظة: يمكنكم اختيار أكثر من إجابة واحدة.

إشراف الدكتور:

قشار بكير

إعداد الطالبين:

بوكرموش عمر

عبد السلام كمال

2019 _ 2020م

شكرا على تعاونكم معنا أثابكم الله

البيانات الشخصية:

- 1 - الجنس: ذكر أنثى
- 2 - السن: من 20 إلى 30 من 31 إلى 40 من 41 إلى 50 أكثر من 50
- 3 - المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
- 4 - الوضعية المهنية: طالب عامل موظف متقاعد بدون عمل
- 5 - مكان السكن: قصر بني يزقن قصر بونورة حي سيدي اعجاز
- المنطقة العلمية

المحور الأول: علاقة المواطن ببلدية بونورة

1. في نظرك ماهي مهام البلدية؟
- تطوير المدينة تنظيف الشوارع إنارة الطرق تهيئة الإقليم
- قضاء المصالح الإدارية للمواطنين توزيع الأراضي و السكنات
- أخرى أذكرها.....

2. هل تتواصل مع مصالح بلدية بونورة؟
- دائما أحيانا أبدا
- إذا كان جوابك ب: دائما أو أحيانا: ماهي الوسيلة الاتصالية التي تستخدمها:
- الحضور الشخصي الهاتف الإيميل موقع الفيسبوك
- المراسلات المكتوبة
- أخرى (أذكرها).....

3. هل تقوم بلدية بونورة بأنشطة إعلامية للتعريف بخدماتها؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم فكيف ذلك؟:

دوريات ومطبوعات معارض وأبواب مفتوحة بلاطوهات إذاعية

أخرى أذكرها

4. هل ترى بأن بلدية بنورة تفتح المجال للاتصال والتواصل مع المواطنين؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم فما هي الوسيلة المستخدمة للاتصال؟:

الهاتف الإيميل الفيسبوك اليوتيوب

مكتب الاستقبال والتوجيه

أخرى (أذكرها).....

المحور الثاني: علاقة المواطن بخلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة

5. هل تُتابع منشير صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة على الفيسبوك؟

دائما أحيانا نادرا

إذا كان جوابك بدائما أو أحيانا؛ فهل متابعتك للصفحة يتم من خلال:

اشترائك فعليا في الصفحة بمشاركة أصدقاءك لمنشورات الصفحة

6. هل تتفاعل مع المحتوى الإعلامي لخلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنورة على الفيسبوك؟

نعم لا أحيانا

إذا كانت الإجابة بـ " بنعم " أو " أحيانا " كيف يكون ذلك:

بالإعجاب بالتعليق بالإعجاب والتعليق بمشاركة المنشور

المحور الثالث: نظرة المبحوثين لدور صفحة خلية الإعلام والعلاقات العامة في تحسين الأداء الاتصالي

7. هل تُطَّلِعُك صفحة الخلية بكل ما يتعلق بأنشطة بلدية بنونورة؟

نعم لا أحيانا

8. ما نوع المنشورات التي تُتابعها على مستوى صفحة الخلية؟:

أخبار مختلفة حول البلدية إعلانات نشاطات توعوية وتطوعية
تخاني وتعازي مشاريع تنمية مختلفة

أخرى (أذكرها).....

9. هل تسمح لك إدارة الخلية برفع انشغالاتك وتقديم اقتراحاتك إلى المسؤولين في البلدية؟

نعم لا

إذا كان جوابك بـ " نعم " هل يتم الرد عليك:

فوراً بعد مدة بدون رد

10. عند رفع انشغالاتك وتساؤلاتك عبر صفحة الخلية للبلدية؛ هل يكون الرد عليها؟:

عبر صفحة الخلية يُطلب منك التوجه إلى المصلحة المعنية في مقر البلدية

11. هل ترى بأن صفحة الخلية تسهّل عليك عدم القدوم إلى البلدية للحصول على المعلومة؟

نعم لا

12. هل تتحصل على المعلومات والأخبار الجديدة الخاصة ببلدية بنونورة في حينها على مستوى صفحة الخلية؟

نعم لا

إذا كان جوابك بـ (لا) يُرجى ذكر السبب:.....

13. هل ترى بأن خلية الإعلام والعلاقات العامة لبلدية بنونورة على الفيسبوك ساهمت في تقريب الإدارة من المواطن؟

نعم لا أحيانا

14. هل ترى أن التواصل مع البلدية عبر خلية الإعلام يساهم في تحسين عملية الاتصال؟

نعم لا

