



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات عامة

استخدام السلطات الولائية لوسائل الإعلام الجديد في تفاعلها مع جمهورها الخارجي

-دراسة ميدانية وتحليلية لصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفاسبوك ومتابعتها-

إشراف :

د/ حموش عبد الرزاق

إعداد الطلبة:

- شوارفة زكية

- دواخة فلة

- عمران وسيلة

السنة الجامعية: 2018/2019

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

"قُلْ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ
الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ
أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي
بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ"

[صورة النمل : ايه 19]

شكر و عرفان

اولا وقبل كل شيء نشكر الله عز وجل على مَنِّه وفضله و توفيقه فهو الذي يسر لنا كل عسير و امدنا بعونه جل جلاله في اتمام هذا العمل فله الحمد وله الشكر.

نتقدم بالشكر الجزيل الى استاذنا المشرف الدكتور "حموش عبد الرزاق" على كل ارشاداته و توجيهاته القيمة و رفعه لمعنوياتنا و دعمه لنا نفسيا في مراحل هذه الدراسة ، فجازاك الله عنا كل الخير الى كل اساتذتنا الكرام الذين اشرفوا علينا اثناء مشوارنا الدراسي في الجامعة والذين لم ييخلوا علينا بالمعلومة شكرا لكل من ساهم في انجاز هذه الدراسة المتواضعة من قريب او من بعيد

- وفي الختام السلام عليكم و رحمة الله تعالى و بركاته -

إهداء

اولا الشكر لله عز و جل الذي لولا توفيقه لي و لزميلاتي لما استطاعنا تقديم
هذا العمل المتواضع فالحمد لله دائما و ابدا

اقدم اهدائي هذا الى :

اغلى ما املك " امي " العزيزة حفظها الله لي و اطال في عمرها ، الى من
شجعني لمواصلة مشواري الدراسي " ابي " حفزه الله لي و اطال في عمره .

الى قدوتي في الحياة اخي " نصرالدين " و اختاي " سلمى " و " سندس "
رعاهم الله و اعانهم على مشوارهم الدراسي

الى صدقتي دربي و مشواري الدراسي " فلة " و " اميرة " .

و في الختام اهدي ثمرة جهدي الى كل من ساعدني من قريب او بعيد في

انجازه

زكية

إهداء

بسم الله اولاً و الحمد لله دائماً و أبداً, له الفضل كله. عليه توكلنا و بفضلته و جوده كرمه وفقنا

الى دروب الخير

الى من كانت الصلاة عليه راحة عند كل ضيق و فرجا عند كل كرب الى حبيبي و معلم البشرية
أجمعين الهادي الأمين صلى الله عليه وسلم عليه خير الصلاة و أزكى السلام

الى أغلى نعم الله علي "والدتي" طيبة روعي, صديقتي المخلصة, مرشدتي و غاليتي,
اليك يا رفيعة الشأن أهدي فرحة تخرجي و كله قليل عليك يا حبيبة, أدعو الرحمان أن
يوفيك من العطاء كل خير و أن يجعلك من عباده المفضلين و أن يرزقني حبك برك, تقديرك
و رضاك ما حبيت أحبك.

"أبي" حبيب الله أنت, ما أبهاك في حلة تواضعك و رقي فكرك و سمو معاملتك للناس
و لأولادك كم من القوة أملكنتني و اياهم بتقبلك الدائم و تفهمك العميق و بحب ترجمته
أتعابك قبل كلماتك, أهديك أبتى الحنون فرحتي بتخرجي كل الحب و التقدير, كم أفتخر
كونك أبي يا نسخة من جدي الحنون (رحمه الله و أثني عليه), أدعو الله أن يحفظك لي و أن
يرزقني حبك, رضاك و برك ما حبيت.

الى القلوب البيضاء حبيبتني "بشرى و أميرة" (زكية, وسيلة) أهديكما كل الحب و
التقدير و أرجو من الله أن ينعمكما بمستقبل هانئ في حياتكما العملية و الزوجية, امين.

الى اخوتي الرائعون "عصام الدين", "أحمد ضياء الدين", "عزت محمد", أحبكم .

الى حبيبتني و زوجة أخي "رميساء" .

فلة

إهداء

اقدم اهدائي الى امي اطال الله بعمرها و اعطاها الصحة و العافية ، الى
والدي العزيز رحمه الله و اسكنه فسيح جناته
الى زوجي الحبيب و تاج راسي ، و الى ابنتي الغالية التي انتظرها
الى كل اخوتي و اخواتي و اهل زوجي اطال الله في اعمارهم و امدهم
بصحة و العافية ، و الى كل الاصدقاء
و في الختام اشكر كل من ساعدنا في انجاز هذا العمل

وسيلة

الفهرست

أولا :فهرس المواضيع

الصفحة	الموضوع
	آية قرآنية شكر و تقدير اهداء فهرس المحتويات فهرس الجداول فهرس الأشكال
أ-ب	مقدمة
17-06	الفصل الاول: اشكالية الدراسة و اجراءاتها المنهجية
06	اولا : الإشكالية
07	ثانيا :أسباب اختيار الموضوع
08	ثالثا :أهمية الموضوع
08	رابعا :أهداف الدراسة
08	خامسا : الدراسات السابقة
11	سادسا : تحديد المفاهيم
14	سابعا : الإجراءات المنهجية للدراسة
14	منهج الدراسة
15	أدوات جمع البيانات
33-22	الفصل الثاني : السلطات الولائية
22	المبحث الاول: مفهوم الولاية
22	أولا : تعريف الولاية
22	ثانيا : خصائص الولاية
22	ثالثا : هيئات الولاية
23	رابعا :التقسيم الإداري لولاية قالمة
24	المبحث الثاني : مفهوم منصب الوالي

24	أولا : تعريف منصب الوالي
25	ثانيا : خصائص منصب الوالي
26	ثالثا : الشق التنظيمي لمنصب الوالي
26	رابعا : صلاحيات الوالي
27	1.صلاحيات الوالي بصفته ممثلا للولاية
28	2.صلاحيات الوالي بصفته ممثلا للدولة
28	3.تنفيذ و إعلام الوالي لمداوات المجلس الشعبي الولائي
29	المبحث الثالث : المسؤولية الإدارية و السياسية للوالي و الرقابة عليه
29	أولا : المسؤولية الإدارية و السياسية على الوالي
31	ثانيا : الرقابة على الوالي
51-39	الفصل الثالث : استخدامات وسائط الإعلام الجديد في الإدارة المحلية
39	المبحث الأول : الإعلام الجديد
39	أولا : ماهيته
41	ثانيا : خصائصه
43	ثالثا : مميزاته
44	رابعا : موقع الفيسبوك
46	المبحث الثاني: الإدارة المحلية و المواطن
46	اولا : الإدارة المحلية
47	ثانيا : قنوات الاتصال بين الإدارة المحلية و المواطن
47	ثالثا : الأطر التشريعية المنظمة لعلاقة الإدارة بالمواطن
48	المبحث الثالث : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العلاقة بين الإدارة المحلية و جمهورها
48	اولا : أسباب ضعف الاتصال بين الإدارة المحلية و المواطن
49	ثانيا : دوافع استخدام الإدارة المحلية لمواقع التواصل الاجتماعي
50	ثالثا : صحافة المواطن و تأثيرها على سياق عمل السلطات المحلية
97-57	الفصل الرابع :نتائج الدراسة الميدانية و التحليلية
57	المبحث الاول : تحليل البيانات الميدانية

57	البيانات الشخصية
58	الأهمية التي تكتسبها الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك عند جمهورها المحلي
64	مدى استخدام الجمهور الخارجي للصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك للتفاعل معها
70	العراقيل التي تحول دون تردد و تصفح الجمهور الخارجي للصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك
72	مواصفات الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك التي تساهم في تفعيل العلاقة بين السلطات الولائية و جمهورها
81	النتائج العامة لاستمارة الاستبيان
86	المبحث الثاني : نتائج الدراسة التحليلية للصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك
86	عرض و تحليل النتائج
95	النتائج العامة لتحليل مضمون
96	النتائج العامة للدراسة
97	الاقتراحات و التوصيات
98	الخاتمة
	قائمة المراجع و المصادر
	قائمة الملاحق
	الملخصات

ثانيا : فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	57
2	توزيع افراد العينة حسب متغير السن	57
3	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	58
4	توزيع افراد العينة حسب متغير كونهم من متصفح موقع الفيسبوك	58
5	توزيع افراد العينة حسب متغير تعريفهم لموقع الفيسبوك	59
6	توزيع افراد العينة حسب متغير هدف الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك بالنسبة اليهم	60
7	توزيع افراد العينة حسب متغير نسبة تصفحهم للصفحة الرسمية لولاية قالمة	61
8	توزيع افراد العينة حسب متغير مدى اطلاعهم على المعلومات المتاحة في الصفحة الرسمية لولاية قالمة	61
9	توزيع افراد العينة حسب متغير اعتبارهم ان الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مصدر مهم للحصول على المعلومات	62
10	توزيع افراد العينة حسب متغير رأيهم فيما تقدمه الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	63
11	توزيع افراد العينة حسب متغير عدد الساعات التي يقضونها اسبوعيا في تصفح الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	64
12	توزيع افراد العينة حسب متغير تقييمهم لتدقيق المعلومات الخاصة بالصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية المحلية	65
13	توزيع افراد العينة حسب متغير طبيعة اللغة المستخدمة اثناء تصفح الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك بالنسبة لهم	65
14	توزيع افراد العينة حسب متغير طبيعة اللغة المستخدمة اثناء تصفح الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	66
15	توزيع افراد العينة حسب متغير الجهة المقصودة للحصول على المعلومات تهمهم عن	66

	الولاية	
67	توزيع افراد العينة حسب متغير طبيعة المعلومات المقدمة في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	16
68	توزيع افراد العينة حسب متغير المعلومات التي يفضلون الحصول عليها من الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	17
69	توزيع افراد العينة حسب متغير المعلومات التي يحتاجونها و لا يجدونها في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	18
70	توزيع افراد العينة حسب متغير رؤيتهم لصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك انها منظمة من حيث ترتيب المعلومات	19
70	توزيع افراد العينة حسب متغير ان سبق و راسلوا الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	20
71	توزيع افراد العينة حسب متغير ان سبق و راسلوا الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك في حالة الاجابة ب: نعم	21
72	توزيع افراد العينة حول متغير ما اذا كانت الواجهة الامامية تظهر الوجه الحقيقي للسلطات الولائية	22
72	آراء المبحوثين حول متغير الذي يوضح اسباب اعتبار او عدم اعتبار الواجهة الامامية تظهر الوجه الحقيقي للسلطات الولائية	23
73	آراء المبحوثين حول متغير الشيء الذي يجذب في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	24
74	آراء المبحوثين حول متغير مضمون الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	25
75	آراء المبحوثين حول متغير طريقة تصميم الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	26
75	آراء المبحوثين حول متغير ما اذا كانت الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك تروج لصورة ذهنية حسنة لسلطات الولائية	27
76	آراء المبحوثين حول متغير مدى تواصل الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مع المتصفحين	28
77	مدى تواصل الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مع المتصفحين في حالة الايجاب	29
78	آراء المبحوثين حول متغير مدى حرص الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	30

	على كسب ثقة المتصفحين من خلال ما تقدمه على صفحتها	
78	الاجابة على السبب	31
79	آراء المبحوثين حول متغير تقييمهم لصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	32
80	اقتراحات المبحوثين من اجل تفعيل طرق التواصل بين السلطات المحلية الولائية و جماهيرها المحلية	33
86	اللغة المستخدمة في عينة الدراسة	34
86	أشكال النشر	35
87	طبيعة الموضوع المنشور	36
88	تفاعل الجمهور مع المنشور	37
89	درجة المزامنة	38
90	القضايا التي تعالجها الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	39
91	الجمهور المستهدف	40
91	الهدف من المنشورات	41
92	الاتجاه نحو السلطات المحلية	42
93	الاتجاه نحو المجتمع المدني	43
94	الاطراف البارزة في المضمون	44
94	يوضح مصدر الخبر	45

ثالثا : فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
86	يوضح اللغة المستخدمة في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	1
86	يوضح نوع المنشور	2
87	يوضح طبيعة الموضوع المنشور	3
88	يوضح تفاعل مع المنشور	4
89	يوضح درجة المزامنة	5
90	يوضح القضايا التي تعالجها الصفحة	6
91	يوضح الجمهور المستهدف	7
91	يوضح الهدف من المنشورات	8
92	يوضح الاتجاه نحو السلطات المحلية	9
93	يوضح الاتجاه نحو المجتمع المدني	10
93	يوضح الأطراف البارزة في المضمون	11
94	يوضح مصدر الخبر	12

المقدمة

المقدمة :

عرف قطاع تكنولوجيا المعلومات و الإعلام و الاتصال تطورا بطيئا نسبيا في ما مضى ، إلا أنه شهد نقلة نوعية هائلة في العصر الحديث مست جميع جوانبه و مجالاته المختلفة ، و يتضح لنا هذا التقدم أساسا من خلال تسهيل التواصل بين مختلف الشعوب و الجماهير و الفئات و المؤسسات و حتى الافراد ، الشيء الذي أدى إلى تقريب المسافات و اختصار الوقت و جعل العالم مجرد قرية صغيرة ، و ذلك من خلال استحداثه لوسائل الإعلام الجديد بأسلوبها الفريد و التفاعلي ، لتتطور هذه الأخيرة شيئا فشيئا و لتزداد آليات عملها مع التطور السريع للفكر و التكنولوجيا ، فبدأ الجميع يشارك في إنتاج المعرفة و المعلومات و أصبح الفرد مكونا أساسيا من مكوناتها . و ساهمت وسائل الاعلام الجديد مع مرور الوقت في تغيير و تشكيل اتجاهات الرأي العام و بناء القناعات الذاتية و المواقف و ابراز آراء الشعوب اتجاه مختلف القضايا و الأحداث في مختلف المجالات منها السياسية الاجتماعية الثقافية والدينية، و في ظل هذا التطور المتسارع أصبح من الضروري أن تواكب المؤسسات بمختلف صيغها مجرى التقدم الحاصل خاصة بعد تمالك طرق الاتصال الكلاسيكية ، و التي أثرت بشكل غير مباشر على سبل التواصل بين المؤسسة و جماهيرها ومنه على نوعية الخدمة المقدمة ، و بصفة خاصة برز هذا التأثير جليا على مؤسسات الدولة و قطاعاتها الرسمية التي تعرف تعامل دائم و مستمر مع جماهيرها المحلية ، و لذلك تسعى الإدارة الولائية المحلية بدورها الى مسايرة هذه التطورات محاولة إعادة بناء و تجديد علاقتها مع مواطنيها ، من خلال استخدامها لأبرز وسائل التواصل الاجتماعي، موقع " الفيسبوك " نظرا للإقبال الكبير و المتزايد عليه من قبل المواطنين حيث لجأت السلطات المحلية الولائية الى تحقيق الاستغلال الامثل لهذا الموقع و ذلك لأهميته البالغة في تفعيل العلاقة بينها وبين جماهيرها المحلية في اطار سياسة تقريب الادارة من المواطن و زيادة درجة الثقة .

و لمعالجة هذا الموضوع فقد اشتملت دراستنا على أربع فصول. فالفصل الأول ضم الإطار المنهجي و احتوى على: إشكالية ، أسباب اختيار الموضوع ، أهمية الموضوع ، أهداف الدراسة ، الدراسات السابقة ، تحديد المفاهيم منهج الدراسة ، أدوات جمع البيانات .

كما اشتمل الفصل الثاني على ثلاث مباحث تناول اولهما : ماهية الولاية ، خصائصها ، هيئاتها ، التقسيم الاداري لولاية قالمة . اما المبحث الثاني قد تناول : تعريف منصب الوالي ، خصائصه ، الشق التنظيمي لمنصب الوالي ، صلاحيات منصب الوالي ، اما المبحث الثالث فقد تناول هذا الاخير :أولا المسؤولية الادارية و السياسة للوالي : المسؤولية الادارية للوالي ، اما الثاني فكان بعنوان :الرقابة على الوالي .

بينما تطرق الفصل الثالث إلى ثلاث مباحث تناول اولهما: ماهية الإعلام الجديد ، خصائصه ، مميزاته ، ووسائل الإعلام الجديد ، موقع الفيسبوك. اما المبحث الثاني فقد تناول : الادارة المحلية ، وسائل تواصل الادارة

المحلية بالمواطنين ، طبيعة العلاقة بين الإدارة المحلية و جمهورها ، الأطر التشريعية المنظمة لعلاقة الادارة بالمواطن ، اما المبحث الثالث فقد تناول : اسباب ضعف الاتصال بين الادارة المحلية و المواطن ، دوافع استخدام الادارة لمواقع التواصل الاجتماعي ، صحافة المواطن و تأثيرها على سياق عمل السلطات المحلية العمومية .

وقد شكل الفصلان الثاني والثالث الإطار النظري للدراسة.

أما الفصل الرابع فضم الإطار التطبيقي و قد احتوى على مبحثين تناول اولهما : تحليل البيانات الميدانية ، النتائج الجزئية . اما المبحث الثاني فقد تناول : نتائج الدراسة التحليلية للصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك ، نتائج جزئية ، النتائج العامة للدراسة، خاتمة ، الاقتراحات و التوصيات ، قائمة الملاحق .

الإطار المنهجي

الفصل الأول

إشكالية الدراسة و

إجراءاتها المنهجية

الفصل الأول: إشكالية الدراسة و إجراءاتها المنهجية

أولاً: الإشكالية

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع

ثالثاً : أهمية الموضوع

رابعاً : أهداف الدراسة

خامساً: الدراسات السابقة

سادساً : تحديد المفاهيم

سابعاً : الإجراءات المنهجية لدراسة

1- منهج الدراسة

2- أدوات جمع البيانات

أولا : الإشكالية

عرف العالم مؤخرا ثورة هائلة في العديد من المجالات العلمية والتكنولوجية حيث أحدثت تغييرات عديدة في حياة الفرد فأصبح يعتمد عليها في الكثير من جوانب حياته ، وهذا التغيير لم يمس الإنسان فقط ، بل أثر أيضا على أسلوب الخدمة في الإدارة العمومية الجزائرية والإدارة الولائية خصوصا، حيث تهدف هذه الأخيرة إلى تحريك عجلة التنمية وخدمة الصالح العام ، وتعتبر الولاية همزة وصل بين الدولة والمواطنين، فكانت تتواصل معهم سابقا من خلال الوسائل والمعاملات التقليدية الرسمية ، والأساليب القديمة التي طغت عليها البيروقراطية وأمراضها المتمثلة في : بطئ تقديم الخدمة ،عدم الاهتمام بشكاوي المواطنين، ضياع ملفاتهم، التسبب واللامبالاة . حيث تبرز هذه الظاهرة أكثر في المستويات الدنيا التي تتعامل بشكل مباشر مع جمهور المواطنين ، مما أدى إلى خلق أزمة ثقة نابعة أساسا من عدم الرضا وتفاقم الهوة بين الطرفين .

و لاشك أن الإعلام الجديد وما تبعه من مواقع تواصل اجتماعي متعددة مثل : انستغرام، تويتر، وفيسبوك غير طبيعة تفكير المجتمع الجزائري الذي يعتبر من المجتمعات التي تأخرت نسبيا في استخدام هذه المواقع، حيث تم تداولها في أواخر التسعينات . أما الآن أصبح هذا النوع من الإعلام يحتل جزءا كبيرا من أفكار المجتمع وخططه وسلوكياته، فيعد موقع الفيسبوك من أكثر المواقع شيوعا و اجتياحا لاهتماماته خاصة في إبراز آرائه و تفاعله مع محيطه بطرح مشاكله واقتراحاته وغيرها، وهذا التأثير القوي والمكانة البارزة التي احتلها هذا الموقع من تشكيل آراء وتأثير على اتجاهات الرأي العام كان هذا في ظل غياب السلطات العمومية، جعل المواطن يعبر عن حاجياته وحقوقه المهمشة والمتجاهلة من طرف السلطات العمومية وأبرزها الولاية كسلطة محلية، والتي أثر غيابها عن مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مباشر على خدماتها وسمعتها وصورتها لدى المواطن ،مما زاد الفجوة في العلاقة بين الادارة الولائية و جماهيرها المحلية . ومن خلال هذه التطورات أدركت الإدارة العمومية في إطار سياسة تقريب الإدارة من المواطن ورفع العوائق البيروقراطية من أجل الحد وتقليص الهوة بينهما، استدعى السلطات الولائية المحلية إلى ضرورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتفاعل مع جمهورها المحلي في التواصل معه بطريقة غير رسمية للتعرف على مطالبه والسعي لتحقيقها ولزيادة كفاءة أداء الخدمة في الإدارة الولائية المحلية وتحسين صورتها.

وبناء على كل ذلك يمكن طرح التساؤل الرئيسي الآتي :

كيف تستخدم السلطات العمومية لولاية قالمة موقع الفيسبوك للتفاعل مع جمهورها المحلي ؟

التساؤلات الفرعية:

- ماهي دوافع استخدام السلطات العمومية لوسائل الإعلام الجديد لتفاعل مع جمهورها ؟
- ماهي الاستخدامات والاشباعات المحققة من استخدام السلطات الولائية العمومية الفيسبوك للتفاعل مع جمهورها المحلي؟
- كيف ساهمت الصفحة الرسمية لولاية في تدعيم سياسة انفتاح الإدارة على محيطها الداخلي والخارجي ؟
- ما مدى ثراء صفحة الفيسبوك الخاصة بالسلطات الولائية العمومية بالمعلومات الاساسية التي يحتاجها الجمهور المحلي ؟

ثانيا : أسباب اختيار الموضوع

أ-الاسباب الذاتية:

تتمثل اهم الأسباب لاختيار الموضوع في ما يأتي :

- الميل الشخصي و الرغبة في معالجة هذا الموضوع كونه متمحور حول عنصر مهم "وسائل الاعلام الجديد" التي باتت جزء لا يتجزأ من حياة الفرد اليومية.
- روح الفضول الاكتشاف الانعكاسات التي تركتها وسائل الاعلام الجديد كونها محل اهتمام السلطات الولائية ، بعد أن كانت مجرد وسيلة تواصل و ترفيه فقط.
- إبراز الأهمية البالغة لاستخدام وسائل الاعلام الجديد كوسيط للتفاعل بين الإدارة و جماهيرها، و ذلك من خلال دراسة و معرفة المضامين التي تقدمها صفحة الولاية على الفيسبوك .

ب- أسباب موضوعية:

- اكتشاف الدور الهام لهذه الصفحة في محاولة تيسير و تفعيل حركة التواصل و كيف تسعى الى كسر الجمود الموجود بين السلطات الولائية و جمهورها المحلي.
- بحكم التخصص العلمي المدرس الذي يتماشى مع الموضوع المدرس.
- الحدائة باعتبار الموضوع من المواضيع الحديثة التي توضح استغلال التطورات الحديثة من طرف السلطات العمومية الولائية للتقرب من جمهورها المحلي.
- معرفة مساهمة وسائل الإعلام الجديد في تفعيل التواصل بين السلطات الولائية و جماهيرها.

ثالثا : أهمية الدراسة :

تكمن أهمية دراستنا في:

أهمية ادراج وسائل الاعلام الجديد لتفعيل و تطوير شبكة العلاقات بين السلطات الولائية المحلية و جمهورها للوصول و تحقيق أكبر قدر من رضی جماهيرها, لذا فإن أهمية الموضوع تنبع من أهمية استخدام وسائل الإعلام الجديد من طرف السلطات الولائية و معرفة دورها في تحسين و تيسر سبل التواصل مع هذه الأخيرة, و تبرز أهمية هذا الموضوع أيضا في تميزه عن بقية المواضيع الأخرى بالحدثة والجديّة حيث لم يسبق التعرض له من قبل.

رابعا : أهداف الدراسة

تسعى دراستنا كغيرها من الدراسات للوصول إلى الأهداف الآتية :

- دوافع استخدام الإدارة المحلية الولائية تعتمد لوسائل الاعلام الجديد لتتفاعل مع جمهورها.
- معرفة مدى اعتماد السلطات الولائية على مواقع التواصل الاجتماعي في تقريب الإدارة من المواطن.
- قياس رضی جمهور المتابعين عن المحتوى الذي تقدمه الصفحة الرسمية لولاية قالمة على "الفيسبوك".
- معرفة نوعية و أهمية المحتوى الذي تقدمه الولاية لجمهورها المتابع لصفحتها على الفيسبوك.
- الاطلاع على ما تحقّقه الولاية للمواطن من فوائد و لصورتها عبر الفيسبوك.

خامسا : الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

دراسة عبان عبد القادر الموسومة بـ " تحديات الإدارة الإلكترونية في الجزائر " - دراسة سوسولوجية ببلدية الكاليتوس العاصمة - حيث هدفت هذه الدراسة الى محاولة إيجاد وتشخيص لظاهرة البلدية الالكترونية في المجتمع الجزائري، والتطرق إلى دواعي التحول إلى الإدارة الإلكترونية ، ومتطلبات نجاح هذا التحول ومحاولة معرفة المعوقات الوظيفية في الإدارة الجزائرية الحالية

و تمثلت أهم نتائج هذه الدراسة في الآتي :

- هناك امكانية كبيرة لتطبيق الادارة الإلكترونية في الجزائر.
- تساهم الإدارة الإلكترونية بدرجة كبيرة في عصنة الادارة التقليدية في الجزائر.
- هناك علاقة ارتباطية بين درجة تطبيق الإدارة الإلكترونية ودرجة مساهمتها في عصنة الادارة التقليدية في الجزائر .

حيث انطلقت من التساؤلات الفرعية المتمثلة في :

هل هناك امكانية لتطبيق الإدارة الالكترونية في الجزائر ؟

ما درجة مساهمة الإدارة الإلكترونية في عصنة الادارة التقليدية في الجزائر ؟

هل هناك علاقة ارتباطية بين درجة تطبيق الإدارة الإلكترونية ودرجة مساهمتها في عصنة الادارة التقليدية في الجزائر؟

نتائج الدراسة: هناك العديد من التحديات التي تواجهها الادارة الالكترونية في الجزائر حتى تساهم في عصنة الادارة التقليدية ومنها التحديات البشرية والتي تخص عدم توفر اليد العاملة المؤهلة الكترونيا . الادارة الجزائرية لازالت تعاني من مخلفات العمل التقليدي¹.

هذه الدراسة ركزت عل الجانب الرسمي المرتبط بالإدارة الإلكترونية ، بينما تناولت دراستنا جانبا من الاتصال في الفضاءات الغير رسمية التي تلقى رواجاً واستخداماً كبيرين من عامة المواطنين ، رغم تسمية صفحات الفيسبوك بالصفحة الرسمية للولاية .

الدراسة الثانية:

دراسة عشور عبد الكريم الموسومة ب " دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر "

حيث هدفت هذه الدراسة الى أن الإدارة الإلكترونية باعتبارها احدث مدرسة في الإدارة قد أفرزت تأثيرات عديدة على نموذج الإدارة التقليدية وبتالي على شكلها ووظائفها في الخدمة العمومية وترشيد هذه الأخيرة وتمثل فرضيات هذه النظرية في:

التحول نحو الإدارة الإلكترونية هو نتيجة فشل نمط الإدارة التقليدية في ترشيد الخدمة العمومية .

تحسين مستوى الاستجابة والفاعلية والنزاهة في الخدمة العمومية مرتبط بتطبيق نموذج الإدارة الإلكترونية .

بجاح الخدمة العامة الإلكترونية في النموذج الأمريكي يعود إلى توفر المتطلبات الإدارية السياسية ووضوح الرؤية الاستراتيجية الإدارة العامة الإلكترونية .

¹ عبد القادر عبان: تحديات الادارة الإلكترونية في الجزائر -دراسة سوسولوجية ببلدية الكاليتوس العاصمة - اطروحة مقدمة لنيل الدكتوراه في علم الاجتماع بجامعة محمد خيضر ، بسكرة ، سنة 2015/2016.

عرفت الخدمات العامة الإلكترونية في الجزائر تحديات كبيرة عرفت ترشيد الخدمة العمومية بسبب ضعف مؤشر الجاهزية الإلكترونية .

وتمثلت التساؤلات الفرعية في:

ما مفهوم الإدارة الإلكترونية ؟

ماهي متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية ؟

كيف يؤثر تطبيق الإدارة الإلكترونية على نموذج الخدمة العمومية ؟

ماهي توجهات تطبيق الإدارة الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية وكيف ساهم ذلك في ترشيد الخدمة العامة ؟

ما هو مستوى التطور الخدمي بعد تطبيق الإدارة الإلكترونية في مؤسسة الخدمة العامة بالجزائر؟ وهل وصلت حقيقة إلى مفهوم ترشيد الخدمة العمومية ؟

نتائج الدراسة: تؤثر الإدارة الإلكترونية على شكل الخدمة العمومية من خلال اليتها المتمثلة في شبكة الإنترنت ومختلف المعدات التقنية والتكنولوجية ، الإدارة الإلكترونية هي بديل جديد يعيد النظر في علاقة الفرد بالمؤسسة الحكومية والتحول للروابط الافتراضية بما يحسن من سرعة الاستجابة ويزيد من مستوى الفاعلية لدى الأجهزة والمنظمات الحكومية أثناء تأدية الخدمة العمومية¹ .

آن هذه الدراسة قد ركزت على دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية من خلال النموذج الأمريكي والتجربة الجزائرية ، بينما دراستنا ركزت على دور وسائط الإعلام الجديد في تفعيل علاقة الإدارة المحلية بالمواطن.

¹ عبد الكريم عشور : دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية ، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية بجامعة منتوري قسنطينة ، السنة 2009-2010.

سادسا : تحديد المفاهيم

• الاستخدام:

لغة: استخدم استخداما، أي اتخذ الشخص خادما أي يخدمه خدمة فهو خادم و خدام له¹.

اصطلاحا : نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار و القدم ،فحينما يصبح الاستعمال متكرر و يدمج في ممارسات و عادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام ،و عليه ف الاستخدام وسيلة إعلامية او مضمون إعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديموغرافية و الثقافية للأفراد ،ف العوامل الاقتصادية و التكنولوجية هي مصدر سيرورة الاستخدام ،ذلك أن العرض هو الذي يقف وراء الاستخدام².

التعريف الإجرائي:

و هي كيفية استعمال وتوظيف السلطات المحلية لولاية قالة لمواقع التواصل الاجتماعي و تفاعل جماهيرها مع مختلف المضامين المعروضة على صفحاتها على الفيسبوك من خلال استخدام الفرد لهذا الموقع، وبذلك يعتبر الفرد رابطا بين المتغيرين "الوسائط و المضامين" فهو المسؤول عن توقيت ودرجة الاستخدام وكيفيةها .

• الولاية:

لغة : الولاية بفتح الواو بمعنى النصر و التولي ، و منه قوله تعالى : " الله ولي الذين امنوا يخرجهم من الظلمات إلى النور"³.

اصطلاحا: الولاية جماعة عمومية إقليمية تتمتع بالشخصية المعنوية ، و الاستقلال المالي ، و تشكل مقاطعة إدارية للدولة ، و تنشئ بموجب القانون ، للولاية إقليم و اسم و مقر ، كمل لها هيئات⁴.

التعريف الاجرائي :

تعتبر الولاية جزء لا يتجزأ من الدولة اي أنها وحدة إدارية من وحدات الدولة كما أنها تعرف بالجماعة اللامركزية تتمتع بالشخصية المعنوية و المالية المستقلة ولا حيز جغرافي محدد كما ان لها هيئات خاصة تتمثل في المجلس

1 منال هلال مزايره :بحوث الإعلام .الأسس و المبادئ ،دار الكنوز للمعرفة للنشر و التوزيع ،الأردن ،ط1 ،2011، ص217.

2حسين شفيق: نظريات الإعلام، دار فكر و فن الطباعة و النشر و التوزيع، د ط، 2014 ص 186.

3 جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور: لسان العرب، الجزء 15، دار المعارف، د س، ص406-414.

4ابو منصف : مدخل للتنظيم الإداري و المالية العامة ،دار المحمدية العامة ، الجزائر ، ص 40.

الشعبي الولائي و هيئة تنفيذية يرأسها الوالي و تخضع لرقابة على كل من أعضاء المجلس الشعبي الولائي و أعماله و هيئاته.

● السلطات العمومية :

السلطة لغة: بالضم الاسم من التسلط، مشتق من السلاطة، و هي بمعنى واحد و هو القهر و قيل: التمكن من القهر.

اصطلاحا : عبر الفقهاء بلفظ الولاية عن السلطة ، و هما بمعنى واحد عندهم ، يؤكد ذلك حشدهما كمترادفين في مواطن عدة من كتبهم ، و مع ذلك فنادرا ما عبروا عن السلطة بلفظها ، إلا إنهم يكثر من وصف الوالي بالسلطان ، ولأجل استغنائهم بالولاية عن السلطة انصرفت جهودهم لتعريف الأولى دون الثانية¹.

التعريف الاجرائي :

السلطة هي رمز القوة و النفوذ و نقول سلطان اي شخص ذو مكانة رفيعة و بارزة يحكم جماعة معينة من خلال قوانين مرخص بها.

● التفاعل :

لغة : تفاعل يتفاعل ، تفاعلا ، فهو متفاعل .

تفاعل مع الحدث: تأثر به، أثاره الحدث فدفعه إلى تصرف ما².

اصطلاحا : يدل التفاعل **interaction** في مفهومه الاصطلاحي على التأثير المتبادل بين ظاهرتين أو أكثر و يكون هناك انسجام بينهما ، و يؤدي في الأخير الى الاتحاد في العمل³.

¹ محمود نمر النصار: تقييد السلطة التنفيذية في التشريع الإسلامي ، أطروحة ماجستير ، كلية الشريعة و القانون الجامعة الإسلامية غزة فلسطين ، 2014، ص2-3.

<https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar2>

³ فريدة سباعي : تفاعل البنية التركيبية و البلاغية و العملية التواصلية ، مذكره ماجستير، كلية الأدب و اللغة و الفنون جامعة وهران السانية، الجزائر ، سنة 2008 ، ص 11 .

التعريف الإجرائي :

هو درجة معينة من الإحساس و التأثير بظاهرة أو حدث معين تدفع الفرد او المؤسسة الى إحداث رد فعل و استجابة ما معبرا بها عن وجهته سواء كانت ايجابية أو سلبية فورية او مؤجلة ، كتفاعل السلطات العمومية مع جماهيرها المحلية من خلال الفيسبوك

• الجمهور :

لغة : الجمهور هو الرمل الكثير المتراكم الواسع ¹.

اصطلاحا : يشير مصطلح الجمهور في بحوث الأعلام و الاتصال إلى " أفراد و جماعات غير معروفين بالنسبة لوسائل الإعلام التي تتوجه إليهم برسائلها " ².

التعريف الإجرائي :

هو مجموعة من الأفراد و الجماعات الغير معروفين المتعرضين لمضامين الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك ، و يتنوع هذا الجمهور من سلمي الى ايجابي او محايد و يختلف حسب درجة تفاعله و حسب الوسيلة التي يتعرض لها .

• وسائل الإعلام الجديد:

الوسائل لغة: جمع واسطة، صيغة المؤنث لفاعل وسط، و الوساطة هي ما يتصل به إلى الشيء

الإعلام لغة: مصدر الفعل الرباعي اعلم، يقال: اعلم يعلم إعلاما.. و أعلمته بالأمر : أبلغته إياه ، و أطلعته عليه ، جاء في لغة العرب : (استعلم لي خير فلان و اعلمنيه حتى أعلمه ، و استعلمني الخير فأعلمته إياه) ³.

و الإعلام في لغة التبليغ .. و يقال : "بلغت القوم بلاغا " أي أوصلتهم الشيء المطلوب ، و البلاغ مبالغك أي وصلك ففي الحديث : " بلغوا عني و لو أية " ⁴ .

¹ موسوعة وكيبيديا. <https://ar.wikipedia.org/wiki>

² طارق سيد احمد الخليفي : معجم مصطلحات الإعلام ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، سنة 2008 ، ص 44

³ <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar>

⁴ -محمود محمد سفر: الإعلام موقف ، مطبعة تامة ، السعودية ، دط ، 1982، ص 21.

اصطلاحا :

وسائط الإعلام الجديد هي كل وسائل الاتصال التي جاءت من الاندماج بين الحاسوب و شبكات الانترنت ووسائل الإعلام التقليدية ، و التصوير الفوتوغرافي ، و الفيديو ، و الطباعة ، و تقنيات الصوت . ورغم تعدد التعريفات يبقى هناك حالتين يتميز بها الإعلام الجديد عن القديم ، و هما : الكيفية ، و التفاعلية ، فالكيفية هي طريقة بث مواد الإعلام التي تعتمد على دمج الصوت ، و النص ، و الصورة ، و استخدام الحاسوب كجهاز رئيسي في عمليات الإنتاج ، إما التفاعلية فهي الفرق الذي أحدثته هذه الوسائل في المجتمع و بين الناس ، و هي من أهم ميزات الإعلام الجديد¹.

تعريف الإجرائي:

هي وسائل مطورة على شبكة الأنترنت تعتمد عليها السلطات الولائية خاصة موقع الفيسبوك من اجل المشاركة و التفاعل الفوري مع جماهيرها المحلية و غيره كما توفر سهولة المعالجة و تعديل و التخزين و الاسترجاع و البحث مجددا .

سابعا : الإجراءات المنهجية لدراسة

1-منهج الدراسة

المنهج بوجه عام ، هو وسيلة محددة توصل ال غاية معينة².

تدرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية حيث اعتمدنا على منهجين : فالمنهج الأول الغالب تمثل في منهج **المسح الوصفي**، حيث تم استخدام أسلوب **المسح بالعينة** ساعدنا في جمع المعلومات و المعطيات التي تساهم في الوصول الى النتائج المراد تحقيقها ، حيث تعرف بأنها : كل استقصاء ينصب على دراسة ظاهرة ، كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها و كشف جوانبها و تحديد العلاقة بين عناصرها .

في حين تمثل المنهج الثاني المساعد في منهج دراسة حالة ، بحيث يعتبر من أشهر مناهج البحث و أكثرها استخداما في الدراسات الوصفية خاصة وأنه يوفر الكثير من البيانات و المعلومات فإننا بصدد دراسة حالة صفحة ولاية قلمة على موقع الفيسبوك و التفاعل الذي يحدث بين هذه الاخيرة و جماهيرها المحلية .

¹ أسماء بركاني : استخدامات وسائط الإعلام الجديد لتطوير رأس المال العلائقي بالمؤسسات الناشئة ، رسالة ماستر ، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945 قلمة ، 2018، ص 19.

² براهيم مذكور: مجمع اللغة العربية، المجمع الفلسفي، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية ، القاهرة مصر، 1983، ص195.

مجتمع البحث و عينة الدراسة

للإجابة على إشكالية الدراسة و تساؤلاتها قسمنا دراستنا إلى جزئين :

اعتمدنا في الجزء الأول على الدراسة الميدانية لأننا نهدف من خلالها إلى الوصول الى معلومات موضوعية إلى ابعاد الحدود و يتمثل مجتمع البحث في دراستنا في القائمين على صفحة الفيسبوك الرسمية لولاية قلمة ، و جمهور المتفاعلين مع هاته الاخيرة.

أما في الجزء الثاني من دراستنا اعتمدنا عل تحليل مضمون الصفحة الرسمية لولاية قلمة من خلال تحليل منشوراتها من جميع النواحي ، من أجل اثراء دراستنا للحصول على أدق التفاصيل الممكنة.

2-أدوات جمع البيانات :

تسمح أدوات البحث العلمي بجمع المعطيات كمعلومات من أرض الواقع ، و هناك في إطار العلوم الإنسانية عامة و علوم الإعلام و الاتصال خاصة مجموعة من الأدوات التي يستعملها الباحث لتقمص الحقائق لذا اعتمدنا استعمال هذه الأدوات في بحثنا العلمي و هم:

• استمارة الاستبيان:

تم الاعتماد في دراستنا على استمارة استبيان و التي تعد أحد الوسائل التي يعتمد عليه الباحث في تجميع البيانات و المعلومات من مصادرها.

أورد " محمد عبيدات وآخرون " تعريفا للاستمارة مفاده أنها : "مجموعة من الاسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة او موقف معين " .

أما "موريس انجرس" فقدم للاستمارة تعريفا أكثر تحديدا و دقة في كتابه "منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية"، جاء نصه ما يلي : تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل ازاء الأفراد، و تسمح باستجوابهم بطريقة موجهة و القيام بسحب كمي بهدف ايجاد علاقات رياضية و القيام بمقارنات رقمية¹.

¹ نادية سعيد عيشور و اخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر و التوزيع ، قسنطينة

• المقابلة :

تعرف المقابلة على أنها " المحادثة الجادة و الموجهة نحو هدف محدد غير مجرد و ليست الرغبة في المحادثة لذاتها". و تعرف أيضا " بانها تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف مواجهة يحاول فيه الشخص القائم بالمقابلة أن يستشير معلومات أو آراء أو معتقدات شخص آخر او أشخاص آخرين للحصول على بعض البيانات الموضوعية"¹.

• أداة تحليل مضمون :

يعتبر تحليل المضمون من أبرز الأدوات التي تستخدم في البحوث الإعلامية بهدف كشف مضمون وسائل الاتصال و ما تطرحه هذه الوسائل من قيم و أفكار و اتجاهات و معلومات تؤثر في سلوك الأفراد و اتجاهاتهم و تحليل المحتوى هو " مجموعة القواعد المنهجية التي تسعى الى إكتشاف المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي و المنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى"². ويعرفه بيرسون بأنه عبارة عن طريقة البحث يتم تطبيقها من أجل الوصول الى وصف كمي هادف و منظم للمستوى أسلوب الاتصال³.

وقد تم تحديد فئات تحليل بعد الاطلاع على عدد من المنشورات ، في الفترة الممتدة من الثاني. فيفري الى غاية الثاني عشر فيفري 2019 من الصفحة الرسمية للسلطات المحلية لولاية قلمة ، وقد اعتمدنا على مجموعة من الفئات و التصنيفات قمنا بإعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه.

أولا: فئة الشكل:

اللغة المستخدمة ، طبيعة المنشور ، التفاعل مع المنشور أشكال النشر ، درجة المزامنة

ثانيا: فئة المضمون :

وهي كما يلي القضايا التي تعالجها الصفحة ، الجمهور المستهدف ، فئة الأهداف

ثالثا: فئة الاتجاه:

¹ المرجع نفسه ، ص 292.

² فوزية عكاك: القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة ، أطروحة دكتوراه في علوم "منشورة" ، كلية العلوم السياسة و الإعلام، جامعة الجزائر3، 2012، ص8.

³ أحمد عياد: مدخل الى منهجية البحث الاجتماعي ، ط الثانية ، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر 2007،صفحة 50.

وهي كما يلي ، الاتجاه نحو السلطات المحلية الاتجاه نحو المجتمع المدني

فئة الفاعل :الاطراف البارزة في المضمون ،فئة المصدر

وحدة القياس: هي اسلوب القياس الذي تم استخدامه في هذه الدراسة

وقد اعتمدنا على وحدة المنشور .

مجتمع البحث و العينة:

يتكون مجتمع الدراسة المرتبط بهذا الموضوع من نوعين حسب أداة جمع البيانات .

حسب استمارة الاستبيان :تمثل مجتمع البحث في الأشخاص المنتمين للصفحة الرسمية لولاية قالمة

حسب استمارة تحليل المضمون تمثل مجتمع البحث في المنشورات التي تم نشرها على الصفحة الرسمية لولاية قالمة

عينة الدراسة: بمأن العينة هي عدد محدود من مفردات مجتمع البحث وعليه فقد قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان

الإلكترونية على 70 مفردة كان العينة قصدية تم اختيارها نظرا لتفاعلهم الدائم مع الصفحة .

أما بالنسبة لتحليل المضمون فقد قمنا بتحليل 53 منشور 11 يوم من 02 فيفري إلى 12 فيفري 2019.

بالإضافة الى أننا قمنا بمقابلة مع المسؤول عن الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك حمزة بوخناق.

الإطار النظري

للدراصة

الفصل الثاني : السلطات الولائية

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الولاية

أولا تعريف الولاية

ثانيا : خصائص الولاية

ثالثا : هيئات الولاية

رابعا : التقسيم الاداري لولاية قالمة

المبحث الثاني: مفهوم منصب الوالي:

أولا: تعريف منصب الوالي

ثانيا : خصائص منصب الوالي

ثالثا: الشق التنظيمي لمنصب الوالي

رابعا: صلاحيات الوالي

1. صلاحيات الوالي بصفته ممثلا للولاية
2. صلاحيات الوالي بصفته ممثلا للدولة
3. تنفيذ و إعلام الوالي لمداورات المجلس الشعبي الولائي.

المبحث الثالث : المسؤولية الإدارية و السياسية للوالي و الرقابة عليه:

أولا : المسؤولية الادارية و السياسية للوالي:

1. المسؤولية الادارية للوالي

2. المسؤولية السياسية للوالي

أ. المجالس الشعبية البلدية

ب. المجلس الشعبي الولائي

ثانيا : الرقابة على الوالي:

1. الرقابة التشريعية

2. الرقابة القضائية

3. الرقابة الإدارية

4. الرقابة القضائية

خلاصة الفصل

تمهيد:

إن دراسة المركز القانوني للوالي ،يفرض أولا معرفة هذا المنصب في التشريع الجزائري من خلال أهم المراحل التي عرفها ، كما يجب علينا التعرض للتعريفه ، و كيفية تعيين الولاية وإنهاء مهامهم و الواجبات و الحقوق الوظيفية المميزة لهذا المنصب وذلك لتحديد طبيعته من خلال عرض الأجهزة المساعدة للوالي من إدارة عامة في الولاية ،ومختلف الأجهزة الاستشارية الخاصة به.

المبحث الأول مفهوم الولاية

أولاً: تعريف الولاية:

هي عبارة عن جماعة عمومية اقليمية تتمتع بالشخصية المعنوية ، بالإضافة الى الاستقلال المالي و القانوني ، وتشكل مقاطعة ادارية لدولة تشرف على مجموعة من الدوائر و البلديات ¹.

ثانياً : خصائص الولاية:

- للولاية شخصية معنوية (اعتبارية).
- تتمتع بالاستقلالية المالية ، بمعنى لها ذمة مالية تتحمل المسؤولية (الالتزامات) وتكسب الحقوق.
- مقاطعة لامركزية ، وتحت اشراف السلطة المركزية.
- همزة وصل بين الجماهير و السلطة العليا.

ثالثاً: هيئات الولاية :

للولاية هيئتان رسميتان ، هما المجلس الشعبي الولائي و الوالي الى جانب أجهزة و هيكل الإدارة العامة.

المجلس الشعبي الولائي : مجلس منتخب وهو الإطار الذي يعبر فيه الشعب عن ارادته ويراقب عمل السلطات العمومية ، وهو نموذج من نماذج اللامركزية ومشاركة المواطنين في ادارة شؤون الإقليم .

طريقة انتخاب المجلس الشعبي الولائي : يشارك في العملية الانتخابية كل مواطن تابع اداريا و تتوفر فيه شروط معينة منها :

- شهادة الإقامة داخل تراب الولاية.
- التمتع بالجنسية الجزائرية .
- بلوغ السن (18) يدعى بسن بلوغ السياسي .
- التمتع بالحقوق المدنية و السياسية .
- التسجيل في القائمة الانتخابية² .

¹ www.Stratimes . com

² ابو منصف : مدخل للتنظيم الاداري و المالية العامة ، دار المحمدية العامة ، الجزائر ، د س ، ص 40-41.

كما يشترط بعض الاركان في المترشح السياسي لعضوية المجلس الشعبي الولائي منها:

- بلوغ سن 25 سنة.
- الجنسية الجزائرية.
- التمتع بالحقوق السياسية و المدنية
- شهادة الانتماء للإقليم
- الامتناع عن الترشح في أكثر من قائمة واحدة عبر الوطن .
- اثبات أداء الخدمة الوطنية .
- أن لا يكون واليا أو رئيس دائرة أو كاتب عام للولاية أو قاضيا أو عضوا في الجيش الشعبي الوطني ، وتتم العملية الانتخابية في إطار الاقتراع العام و المباشر و السري ، و يقصد بالعملية الانتخابية تلك الإجراءات و التصرفات المتعلقة بالانتخابات ، منها اعداد الانتخابية و الاقتراع و فرز و اعلان النتائج و تقديم الطعون ، و يبلغ عدد أعضاء المجلس الشعبي الولائي ضمن مجال من 35 الى 55 عضوا ، نميز بين الدائرة الانتخابية التي يستدعي وجود عضو ممثل لها على الاقل ، و بين الدائرة كفرع اداري للولاية¹.

رابعا : التقسيم الاداري لولاية قالمة

عرفت مدينة قالمة توسعا عمرانيا كبيرا خلال فترة الاستقلال مع نمو اقتصادي واجتماعي كبير ، حيث تمت ترقيتها إلى مقر ولاية سنة 1974 ، حققت إنجازات هائلة في ظرف وجيز والعديد من المنشآت الصحية والتربوية ، وكذا إنجاز بنية تحتية هامة في جميع القطاعات ، واحتضانها للعديد من التظاهرات الثقافية و الرياضية على المستوى الجهوي و الوطني، و تنقسم ولاية قالمة الى 10 دوائر هي دائرة قلعة بوصبع ، دائرة قالمة ، دائرة هيليوبوليس ، دائرة لخزارة ، دائرة بوشقوف ، دائرة حمام النبائل ، دائرة وادي الزناتي، دائرة عين مخلوف، دائرة حمام دباغ، دائرة هواري بومدين ، كما تنقسم إلى 34 بلدية هي: قالمة قلعة بوصبع، بومهرة أحمد، جباله لخميسي الفجوج بن جراح بلخير بوعاتي محمود ، هيليوبوليس، نشامية، بني مزلين، لخزارة، بوشقوف، مجاز الصفاء، حمام النبائل ، وادي الشحم ، الدهوارة، عين بن بيضاء، وادي فراغة، عين صندل، بوحشانة، وادي الزناتي، راس العقبة، عين رقادة، بوحمدان، برج صباط، الركنية ، سلاوة عنونة، عين مخلوف، تاملوكة، حمام دباغ، مجاز عمار، عين العربي، هواري بومدين².

¹ ابو منصف : مدخل للتنظيم الاداري و المالية العامة ، مرجع سابق ، ص 42.

² https://fr.wikipedia.org/wiki/Wilaya_de_Guelma

المبحث الثاني: منصب الوالي

يعتبر منصب الوالي أهم هيئة في الجماعات المحلية و يتمثل هذا الأخير في:

أولا : تعريف منصب الوالي

يختلف تعريف مصطلح الوالي باختلاف طبيعة التعريف ذاتها من الناحية اللغوية و الشرعية و كذا القانونية أي من حيث تلك الواردة في النصوص القانونية المختلفة.

1. التعريف اللغوي:

الولاية في اللغة مأخوذة من الأفعال الثلاثية، و نقول: فلان ولي و ولي عليه.

و الولاية بفتح الواو بمعنى النصرة و التولي و من قوله تعالى: " مالكم من ولايتهم من شيء ".

2. التعريف الشرعي

في أسماء الله تعالى: الولي هو الناصر، و قيل: المتولي لأمر العالم و الخلائق القائم بها، و من أسمائه عز و جل: الوالي، و هو مالك الأشياء جميعها¹.

ولقد ورد في الآيات الكريمة للقران مصطلح الوالي الذي هو اسم من أسماء الله تعالى كقوله تعالى : " ألم تعلم أن الله له ملك السماوات و الأرض و مالكم من دون الله من ولي و لا نصير .² " (صدق الله العظيم).

كما أن مصطلح الوالي قد ورد في سنة رسول الله صلى الله عليه و سلم و ذلك من خلال ما جاء في الحديث النبوي الشريف: " من كنت مولاه أي من كنت واليه "³.

➤ و من هذه المحاولات تعريف الوالي على انه: "بمثابة القائد الإداري للولاية و حلقة الاتصال بينها و بين السلطة المركزية فهو مندوب الحكومة المباشر لجميع الوزراء"⁴.

¹ جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور : لسان العرب ، الجزء 15، دار المعارف، د س، ص406-414.

² سورة البقرة، الآية 107.

³ المرجع السابق، ص408

⁴ حسين مصطفى حسين : الإدارة المحلية المقارنة ، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 1983ص16.

3. التعريف القانوني لمصطلح الوالي:

على الرغم من تنوع النصوص القانونية و التنظيمية و كثرتها إلا انه لا يوجد تعريفا محددًا لمنصب الوالي لكن يجدر التذكير بان ذلك لا يعني خلو هذه النصوص و التنظيمات من الإشارة لمصطلح الوالي و نجد أنها تطرقت إلى تمثيل الوالي للدولة مثلما جاء ف المادة 92 من القانون 90 – 09 و المتعلق بالولاية " الوالي هو ممثل الدولة و مندوب الحكومة في مستوى الولاية"¹.

كما تطرقت المادة 04 من المرسوم التنفيذي 90 – 230 الذي يحدد أحكام القانون الأساسي الخاص بالمناصب و الوظائف العليا في الإدارة المحلية بان : " الوالي هو ممثل الدولة و مندوب الحكومة في الولاية"².

ولقد تعاقب العديد من الولاة على ولاية قلمة منذ إنشائها في 02 جويلية 1974م الى يومنا من خلال المرسوم التنفيذي رقم 69-74 ، و هذه اسامي الولاة لولاية قلمة بالترتيب:

أحمد الغازي، عبد الرحمان بوعزيز، زكري الحاج زكري، عبد الرحمان مزبان، الشرف محمد موراح، عبد الراشيد قرام، مختار بن طالب بلقاسم، حمدي العربي مرزاق، فاطمة الزهرة رايس³، و اخر و الي لولاية قلمة هو كمال عبلة الذي نصب في سبتمبر 2018 ال يومنا هذا.

ثانيا : خصائص منصب الوالي:

يتميز منصب الوالي بعدة خصائص أهمها:

- قواعد التعيين و الإنهاء في منصب الوالي تتم وفقا لإجراءات و شروط عامة تخص جميع المناصب في الدولة و شروط خاصة تقتصر على منصب الوالي فقط
- فيما يخص الصلاحيات فالوالي يتمتع بالازدواجية في الاختصاص حيث يجوز على سلطات بصفته هيئة تنفيذية للمجلس الشعبي الولائي، كما يمارس سلطات أخرى باعتباره ممثلا لدولة.
- بصفته هيئة تنفيذية للمجلس الشعبي الولائي يقوم الوالي بممارسة الصلاحيات التالية : تنفيذ مداورات المجلس الشعبي الولائي ، الإعلام أي تقديم التقارير على مدى تنفيذ المداورات و تقديم بيان سنوي للمجلس ، و فيما يخص سلطاته كممثل للدولة فهي تتمثل في السلطة الضبط الإداري و كذا الضبط القضائي⁴.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 90-230 المؤرخ في 25 يوليو 1990 ، يحدد أحكام القانون الأساسي الخاص بالمناصب و الوظائف العليا في الإدارة المحلية ، الجريدة الرسمية ، العدد 31 ، المؤرخ في 28 يوليو 1990.

² ناصر لباد : القانون الإداري (التنظيم الإداري)، منشورات دحلح الجزائر ، سنة 2001 ، ص 118.

³ https://fr.wikipedia.org/wiki/Wilaya_de_Guelma

⁴ ناصر لباد: المرجع السابق ، ص 90.

ثالثا : الشق التنظيمي لمنصب الوالي

- التعيين في منصب الوالي و انتهاء المهام-

طبقا للمرسوم الرئاسي رقم 89_44 المشار إليه آنفا، و غيره من النصوص و خاصة المرسوم التنفيذي رقم 90_25 المؤرخ في 25_07_1990 المتعلق بالتعيين في الوظائف العليا في الإدارة المحلية، ينعقد الاختصاص بتعيين الوالي إلى رئيس الجمهورية بموجب مرسوم رئاسي يتخذ في مجلس الوزراء بناء على اقتراح من وزير الداخلية.

و نظرا لأهمية الدور المنوط بالوالي و مركزه الحساس، فقد تأكد اختصاص رئيس الجمهورية بتعيين الولاية بموجب النص عليه صراحة في صلب الدستور المعدل سنة 1996 و ذلك طبقا للمادة 78 منه.

و لا يوجد حاليا نص قانوني يبين و يحدد الشروط الموضوعية و المعايير التي يتم بموجبها تعيين الولاية و نظامهم القانوني، و ذلك أن الطبيعة المزدوجة لمهمة الوالي (إدارية و سياسية) جعل عملية من وضع قانون أساسي له أمرا معقدا، و إن جاءت المادة 123 من قانون الولاية الجديد لتنص على أن:

"يحدد القانون الأساسي لسلك الولاية بموجب مرسوم" ، دون أن تحدد طبيعة هذا المرسوم أهو تنفيذي أم رئاسي؟.

و يجب على الوالي، طبقا للمادة 122 من قانون الولاية، أن يقيم بالمقر الرئيسي للولاية، أما بالنسبة لإنهاء مهامه، فهي تتم ، طبقا لقاعدة "توازي الأشكال" *Parallélisme des formes* ، بموجب مرسوم رئاسي و بالإجراءات نفسها المتبعة لدى تعيينه¹.

صلاحيات الوالي:

يتمتع الوالي بالازدواجية في الاختصاص أو الوظيفة، حيث يجوز على سلطات بصفته ممثلا للولاية، كما يمارس سلطات أخرى باعتباره ممثلا للدولة.

¹ محمد الصغير بعلي : القانون الاداري ، دار العلوم للنشر و التوزيع ، عنابة الجزائر ، دط ، 2004 ، ص 190-191.

1-صلاحيات الوالي بصفته ممثلا للولاية:

لما كانت الولاية تتمتع بالشخصية المعنوية الاعتبارية, كأساس قانوني لها فهي تحتاج الى نائب يعبر عن ارادتها , بموجب المادة 50 من القانون المدني .

و بهذه الصفة يقوم الوالي بممارسة الصلاحيات الأساسية التالية:

أ_ تنفيذ مداوات المجلس الشعبي الولائي , و ذلك بموجب اصدار قرارات ولائية باعتباره جهاز تنفيذ لما يصادق عليه جهاز المداولة (م .ش. و) من مداوات و توصيات, تطبيقا للمادة 102 منه التي تنص على أن " يسهر الوالي على نشر مداوات المجلس الشعبي الولائي و تنفيذها " .

و تنص المادة 124 منه على أن : " يصدر الوالي قرارات من أجل تنفيذ مداوات المجلس الشعبي الولائي و ممارسة السلطات المحددة في الفصلين الأول و الثاني من هذا الباب "

ب _ الاعلام : يلزم قانون الولاية الوالي بضرورة اطلاق و اعلام المجلس الشعبي الولائي بوضعية و نشاطات الولاية , و ذلك عن طريق :

1_ اطلاق رئيس المجلس الشعبي الولائي , بين الدورات , بانتظام عن مدى تنفيذ مداوات المجلس .

2_ تقديم تقرير حول مدى تنفيذ المداوات عند كل دورة عادية .

3_ تقديم بيان سنوي للمجلس يتضمن نشاطات مصالح الدولة في الولاية من جهة و نشاطات مصالح الولاية من جهة أخرى و الذي يمكن أن ينتج عن مناقشته رفع توصيات الى وزير الداخلية و القطاعات المعنية.

ج_ تمثيل الولاية: خلافا للموضع بالبلدية , حيث يمثل رئيس المجلس الشعبي البلدي البلدية, فإن مهمة تمثيل الولاية مسندة قانونا و حصريا للوالي, و ليس الى رئيس المجلس الشعبي الولائي الذي لم يخوله قانون الولاية سوى صلاحيات محدودة تكاد تقصر عن ادارة و تسير أعمال المجلس الشعبي الولائي الداخلية .

و من ثم, فان الوالي يمثل الولاية في جميع أعمال الحياة المدنية و الادارية طبقا للتشريع الساري المفعول, كما يمثل الوالي الولاية أمام القضاء بموجب المادة 106 منه التي تنص على أن : "يمثل الوالي الولاية أمام القضاء" , و كذا المادة 828 من قانون الاجراءات المدنية و الادارية رقم 08-09 المؤرخ في 25-02-2008.¹

¹محمد الصغير بعلي : الولاية في القانون الاداري , دار العلوم للنشر و التوزيع , عنابة الجزائر , دط , 2014, ص 90.

د- ممارسة السلطة الرئاسية: على موظفي الولاية , كما تشير المادة 127 من قانون الولاية, حينما نصت على أن " تتوفر الولاية على ادارة توضع تحت سلطة الوالي.

و تكون مختلف المصالح غير الممركزة للدولة جزءا منها , و يتولى الوالي تنشيط و تنسيق و مراقبة ذلك " .

2- صلاحيات الوالي بصفته ممثلا للدولة:

تنص المادة 110 من قانون الولاية على ما يأتي: " الوالي ممثل الدولة على مستوى الولاية, و هو مفوض الحكومة " .

و عليه, فان الوالي يجسد صورة حقيقية لعدم التركيز الاداري , نظرا للسلطات و الصلاحيات المسندة اليه باعتبارها ممثلا للدولة في اقليم الولاية .

و تتمثل أهم الاختصاصات الموكلة للوالي , بهذه الصفة, في ممارسة الضبطية:

كما هو الشأن بالنسبة لرئيس المجلس الشعبي البلدي, فان الوالي يتمتع بالعديد من سلطات الضبط الاداري (الشرطة الادارية), كما نص قانون الاجراءات الجزئية أيضا على سلطات الولاية في مجال الضبط القضائي.

الضبط الاداري: حيث تنص المادة 114 من قانون الولاية على أن: " الوالي مسؤول على المحافظة على النظام و الأمن و السلامة و السكينة العمومية.

حيث يزود بالوسائل البشرية و القانونية اللازمة:

- مصالح الأمن و الشرطة و الدرك الوطني.
- الضبط القضائي: لقد حولت المادة 28 من قانون الإجراءات الجزائية سلطات للولاية في مجال الضبط القضائي, مع إحاطتها بجملة من القيود أهمها:
- ممارسة الوالي لسلطة الضبط القضائي في حالة وقوع جناية أو جنحة ضد أمن الدولة.
- توافر حالة الاستعجال.
- عدم علمه أن السلطة القضائية قد أخطرت بوقوع الجريمة.

و حتى في هذه الحالة, فإن سلطة الوالي مقيدة من حيث الزمان, ذلك أنه يجب على الوالي أن يبلغ وكيل الجمهورية خلال مدة أقصاها 48 ساعة متخليا بذلك عن جميع الإجراءات للسلطة القضائية المختصة¹.

3- تنفيذ و اعلام الوالي لمداوات المجلس الشعبي الولائي:

و ذلك بموجب اصدار قرارات ولائية باعتباره جهاز تنفيذ لما يصادق عليه جهاز المداولة (م ش و)².

1 محمد الصغير بعلي : الولاية في القانون الاداري , المرجع السابق , ص 93-94.

2 محمد الصغير بعلي : القانون الاداري , المرجع السابق , ص 191.

المبحث الثالث : المسؤولية الادارية و السياسية للوالي و الرقابة عليه

أولا المسؤولية الادارية و السياسية للوالي :

1-المسؤولية الإدارية للوالي

نظرا للطابع السياسي المميز لمنصب الوالي، فإنه من غير المعقول أن نجد أحكاما إدارية مقننة تخص مسؤوليته الادارية تجاه الجهات المركزية و ما يؤخذ عليه من غياب لنظام تأديبي أو وظيفي يحكم هذا المنصب ، كالترقية و التأييد، و أمام انعدام النصوص القانونية التي تحكم المسؤولية الإدارية للوالي، فهو دليل على عدم وجودها أصلا ، إذ أن من الخصائص العامة المميزة للمسؤولية الادارية عن غيرها، كونها مسؤولية ذات نظام قانوني مستقل و خاص.

2- المسؤولية السياسية

في ظل غياب مسؤولية ادارية تحكم الولاية تجاه الادارة المركزية، فإن المسؤولية الوحيدة الموجودة، هي المسؤولية السياسية و التي يتحملها الوالي أمام الحكومة سواء عن أعماله ذات الطابع السياسي.

و لما كان للوالي ممثل لكل قطاع أو وزير إذن فهو مسؤول أمامه عن كافة أعماله التي يقوم بها في اطار ذلك القطاع و التي قد تتميز في أغلبها (الأعمال) بالطابع الاداري، أما أعماله التي تكتسي الطابع السياسي فهو مسؤول عنها أمام رئيس الجمهورية كقاعدة عامة بما أنه يمثل جهة التعيين الأصلية و كذلك إنهاء المهام، و قد ذهب البعض إلى أنه لا طائل من التمييز بين نوعي المسؤوليتين، ذلك أن الوالي يعد موظف الدولة و عليه و جب تقرير المسؤولية السياسية دون المسؤولية الادارية لعسر الفصل بينهما ، لكن الملاحظ في ذلك الصدد ان الوالي يخضع لوزير الداخلية و الجماعات المحلية، الذي يعد المسؤول الاداري الأول عن الجماعات المحلية بما فيها الولايات و الولاية، إذ كان كافة الولاية يعينون فيما سبق باقتراح منه، و نجد أغلب النصوص تقتضي بأن الوالي يرفع تقاريره لوزير الداخلية، و يقوم بإخباره بكافة الأعمال و الوضعية العامة للولاية، دون غيره من الوزراء مما يجعل من وزير الداخلية القائد الإداري و السياسي للولاية، هذا بالنسبة لمسؤوليته أمام الادارة المركزية.

و بالمقابل و جب علينا التطرق و النظر الى مدى مسؤولية الولاية أمام المجالس الشعبية المنتخبة ، خاصة مع التوجه الديمقراطي للدولة و التسيير اللامركزية من قبل الفئات المنتخبة¹.

¹ علاء الدين عيشي : والي الولاية في التنظيم الاداري الجزائري دار الهدى لطباعة نشر و توزيع، عين مليلة الجزائر ، 2006 ، ص 80.

إن الصلاحيات الواسعة التي يتمتع بها الوالي أمام المجالس المحلية الولائية أو البلدية تجعله في مركز ممتاز في مواجعتها، بحيث لم يأت الشرع مقابل هذه الصلاحيات بمسؤولية الوالي أمامها .

و نفرق بين هذه المسألة بين كل من المجالس الشعبية البلدية، و المجلس الشعبي الولائي.

أ. المجالس الشعبية البلدية:

لم ينص قانون البلدية على اي مسؤولية للوالي امام مجلس المنتخب بل جعل من الوالي قائد لها بصورة غير مباشرة عن طريق سلطته الوصائية التي سبق و ان تعرضنا لها بالدراسة و التعليل.

مما يثير الشكوك حول الاستقلالية الفعلية لهذه المجالس و الوجود الحقيقي اللامركزي في تنظيم الاداري الجزائري.

ب. المجلس الشعبي الولائي:

على العكس من قانون البلدية ، فقد جاء قانون الولاية ببعض أنواع الرقابة التي تمارس على الوالي من طرف المجلس المنتخب الولائي ، و يتخلى ذلك من مادتين 85، 84 من ق 09--90 المتعلق بالولاية ، و اللتان تصان على الوجوب تقاسم الوالي تقريراً مفصلاً امام مجلس عند كل دورة عادية حول تنفيذه للمداورات هذا الاخير ، اما المادة 85 فتلزمه امام رئيس المجلس باطلاعه خارج الدورات عن حالة تنفيذ للمداورات السابقة للمجلس ، و تزويده بكل المعلومات اللازمة.

و هذا ما يبين ان رقابة المجلس الشعبي الولائي محدودة جدا مقارنة مع الصلاحيات الواسعة للوالي ، بحيث لا يستطيع المجلس مراقبته الا ما يريد الوالي اظهاره و بيانه للمجلس مما يعكس النفوذ الواسع و هيمنته الوالي على الحياة الادارية و السياسية في الولاية.

المجلس الشعبي الولائي على العكس من قانون البلدية ، فقد جاء قانون الولاية ببعض أنواع الرقابة التي تمارس على الوالي من طرف المجلس المنتخب الولائي ، و يتخلى ذلك من مادتين 85، 84 من ق 09--90 المتعلق بالولاية ، و اللتان تصان على الوجوب تقاسم الوالي تقريراً مفصلاً امام مجلس عند كل دورة عادية حول تنفيذه للمداورات هذا الاخير ، اما المادة 85 فتلزمه امام رئيس المجلس باطلاعه خارج الدورات عن حالة تنفيذ للمداورات السابقة للمجلس ، و تزويده بكل المعلومات اللازمة . و هذا ما يبين ان رقابة المجلس الشعبي الولائي محدودة جدا مقارنة مع الصلاحيات الواسعة للوالي ، بحيث لا يستطيع المجلس مراقبته الا ما يريد الوالي اظهاره و بيانه للمجلس مما يعكس النفوذ الواسع و هيمنته الوالي على الحياة الادارية و السياسية في الولاية¹.

¹ علاء الدين عيشي : والي الولاية في التنظيم الاداري الجزائري ، المرجع السابق ، ص 81.

ثانيا : الرقابة على الوالي

إن استقلال الولاية و تمتعها بالشخصية المعنوية لا يحول دون ابعادها عن مجال الرقابة، فالولاية تخضع للرقابة السياسية، التشريعية، القضائية، الإدارية.

- و تتمثل أهم صور الرقابة على الإدارة العامة لولاية في ما يأتي :

1- الرقابة السياسية – **contrôle politique** :

لقد كانت الرقابة السياسية على الإدارة تمارس بطريقة مباشرة في ظل نظام الحزب الواحد ، أما في ظل التعددية السياسية (دستور 1989)، فقد تقلصت أبعادها و أصبحت غير مباشرة : توجيه الحزب لأعضائه بالمجلس الشعبي البلدي ، و تكييف الأنشطة العامة مع برنامج و مشروع المجتمع للحزب الفائز.

2- الرقابة التشريعية (البرلمانية) – **contrôle législatif (parlementaire)** :

طبقا للمادة 161 من الدستور يمكن المجلس الشعبي الوطني و مجلس الأمة ، كل في إطار اختصاصاته ، أن ينشئ في أي وقت لجنة تحقيق في أية قضية ذات مصلحة عامة.

3- الرقابة القضائية – **contrôle juridictionnel** :

تتحرك رقابة القضاء على أعمال الإدارة العامة ، منها الولاية ، بواسطة رفع دعاوي إدارية تتمثل خاصة في دعوى الإلغاء و دعوى التعويض ، وذلك أمام الجهات القضائية الإدارية المختصة و المتمثلة أساسا في:

- المحاكم الإدارية: (طبقا للقانون 98-02).

- مجلس الدولة (طبقا للقانون العضوي 97-01).

و ذلك بناء على معايير محددة و إجراءات و شروط خاصة واردة بقانون الإجراءات المدنية و الإدارية رقم 08 - 09 المؤرخ في 25 فيفري 2008 .

4- الرقابة الإدارية (الوصاية) – **tutelle contrôle administratif (la)** :

هي رقابة داخلية، مقارنة مع أنواع الرقابة السابقة التي تعتبر خارجية بالنسبة للإدارة، كما أنها ذاتية لأنها تمارس من طرف أجهزة إدارية على أجهزة إدارية

- و على كل، فإن أهم أشكال الرقابة على الولاية ف القانون الجزائري، إنما تتمثل في: الرقابة الإدارية و الرقابة القضائية¹.

¹ محمد الصغير بعلي: الولاية في القانون الإداري ، دار العلوم للنشر، عنابة، 2014، ص 130.

أ. الرقابة الإدارية

إما بالنسبة لإدارة الولاية و أجهزتها، فهي تخضع للإحكام العامة بهذا الصدد حيث تنص المادة 127 من قانون الولاية على أن:

- تتوفر الولاية على إدارة توضع تحت سلطة الوالي ، و تكون مختلف المصالح غير الممركزة للدولة جزءا منها و يتولى الوالي تنشيط و تنسيق و مراقبة ذلك.
- تتم الرقابة الإدارية، بمختلف صورها بموجب قرارات إدارية صادرة عن هيئات الوصاية، مما يستلزم توفر الأركان و المقومات اللازمة لصحتها.

ب. الرقابة القضائية

لقد نص الدستور في المادة 800 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية على ان : " المحاكم الإدارية هي الجهات الولاية العامة في المنازعات الإدارية تختص بالفصل في أول درجة بحكم قابل للاستئناف في جميع القضايا ، التي تكون الدولة أو الولاية أو البلدية أو إحدى المؤسسات العمومية ذات الصبغة الإدارية طرفا فيها " .

كما نصت المادة 801 من ق.إ.م.إ على أن :

" تختص المحاكم الإدارية كذلك بالفصل في :

- دعاوى إلغاء القرارات الإدارية و الدعاوي التفسيرية و دعاوى فحص المشروعية للقرارات الصادرة عن :

الولاية و المصالح الإدارية الأخرى للبلدية .

المؤسسات العمومية المحلية ذات الصبغة الإدارية .

• دعاوى القضاء الكامل .

• القضايا المخولة لها بموجب نصوص خاصة .

و عليه فإن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية رقم 08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008 يسمح بالرقابة القضائية التي تمارسها المحاكم الإدارية على أعمال وتصرفات و قرارات الإدارة العامة ومنها الولاية و ذلك من خلال:

دعوى الإلغاء التي ترفع من اجل إلغاء و إبطال القرارات الولائية غير المشروعة¹.

¹محمد الصغير بعلبي : الولاية في القانون الإداري ، دار العلوم للنشر، عنابة الجزائر، 2014، ص131.

دعاوى القضاء الكامل (دعوى التعويض) التي تهدف إلى ترتيب مسؤولية الولاية الناجمة عن تصرفاتها و أعمالها بموجب إصلاح الضرر الحاصل عنها

كما تنظم نصوص خاصة ببعض المنازعات التي يمكن للولاية أن تكون طرفا فيها، كما هو الحال -مثلا- في منازعات الصفقات العمومية التي تبرمها الولاية¹.

¹محمد الصغير بعلي : الولاية في القانون الإداري ، دار العلوم للنشر، عنابة، الجزائر 2014، ص131.

خاتمة الفصل:

إن مركز الوالي المميز في التنظيم الاداري جعله يتوسط المستويين المحلي و المركزي مما ينعكس على علاقته بمختلف الاجهزة في الدولة فنجده يخضع للإدارة المركزية عن طريق السلطة السلمية باختلاف درجاتها بداية من رئاسة الجمهورية ونزولا الى مختلف الوزارات من جهة ،ونجده في جهة اخرى في مركز الهيمنة على الحياة الادارية و السياسية في المستوى المحلي ولائيا و بلديا بينما نجد في المقابل ان الرقابة الممارسة على الوالي تكون ضعيفة في حالات ومنعدمة في اغلبها ،مما يضفي الخصوصية الفعلية على هذا المركز.

الفصل الثالث:

استخدامات وسائط

الإعلام الجديد في

الإدارة المحلية

الفصل الثاني : استخدامات وسائط الإعلام الجديد في

الإدارة المحلية

المبحث الأول : الإعلام الجديد

تمهيد

أولاً : ماهيته

ثانياً : خصائصه

ثالثاً : مميزاته.

رابعاً : موقع الفيسبوك.

المبحث الثاني : الإدارة المحلية و المواطن:

أولاً : الادارة المحلية.

ثانياً : وسائل تواصل الإدارة المحلية بالمواطنين.

ثالثاً : الأطر التشريعية المنظمة لعلاقة الإدارة بالمواطن.

المبحث الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل علاقة الادارة المحلية بجمهورها

أولاً: أسباب ضعف الاتصال بين الإدارة المحلية و المواطن.

ثانياً : دوافع استخدام الإدارة لمواقع التواصل الاجتماعي.

ثالثاً : صحافة المواطن و تأثيرها على سياق عمل السلطات
المحلية العمومية.

خاتمة الفصل

تمهيد:

سنتطرق من خلال فصلنا هذ الى كيفية استخدام السلطات الولائية لوسائط الاعلام الجديد في تفاعلها مع جمهورها المحلي فقد باتت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل واقعا مميزا مفروضا على المجتمع ،حيث اصبحت قادرة على اختراق الحواجز الزمنية و المكانية و الوصول الى جميع البشر ،وعليه فقد اصبح الفيسبوك من اهم المواقع التواصلية و ذلك لما له من اثر على المؤسسات بأنواعها من خلال انشاء صفحات رسمية تقوم بعرض خدماتها ونشاطاتها والتي تساهم في التواصل مع جمهورها ومعرفة احتياجاتهم التي تسعى الى تحقيقها .

المبحث الأول : وسائط الإعلام الجديد:

أولاً: ماهيته

مفهوم "الإعلام الجديد" مثير للجدل، لم يجد تعريفاً واحداً بين منظري العلوم الإنسانية، نظراً لتداخل الآراء في دراسته. عكس هذا المفهوم، في بداياته، التطور التقني الكبير الذي طرأ على استخدام تكنولوجيا الصوت والصورة في العالم، ولاحقاً، بعد ثورة الإنترنت، أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية¹.

الإعلام الجديد هو اعلام عصر المعلومات, فقد كان وليدا لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر, ظاهرة تفجر المعلومات " Information Explosion", و ظاهرة الاتصالات عن بعد " Télécommunication"².

ويعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High- Tech Dictionary الاعلام الجديد بأنه "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة"³.

وحسب ليستر: Lester هو " مجموعة من وسائل تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام". ويشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت، ويدل على استخدام الكمبيوترات فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق.

ويشير أيضاً إلى: الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية مما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات. وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسراع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع

ويعرف الإعلام الجديد: بأنه جملة الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تشتغل داخل بيئة تواصلية متغيرة تسهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال³.

1 بشرى جميل اسماعيل : مدخل للإعلام الجديد المفهوم و النماذج ، مجلة الباحث الاعلامي ، العدد 14 ، بغداد ، 2011، ص 11.

2 سميرة شيخاني : الاعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة دمشق ، العدد 3 ، المجلد 26 ، 2010 ، ص 442.

3 بشرى جميل اسماعيل : مدخل للإعلام الجديد المفهوم و النماذج ، المرجع السابق ، ص 10.

وتضع كلية شريديان "Sheridan" التكنولوجية تعريفا إجرائيا للإعلام الجديد بأنه: " أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويوجد حالتان تميزان الجديد من القدمي حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم عن طريقها الوصول الى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، اما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي اهم سماته".

ويمكن تقسيم الإعلام الجديد بالاعتماد على التعريفات السابقة الى الأقسام الأربعة الآتية:

1. الإعلام الجديد القائم على شبكة الأنترنت online وتطبيقاتها، وهو جديد كليا بصفات وميزات غير مسبوقة ومجموعة من تطبيقات لا حصر لها. فهو بالنسبة للإعلام، يمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث. أي (الصحافة و الاذاعة و التلفزيون).
2. الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، ومنها اجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها. وتعد الأجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكل. وتهدف المؤسسات الإعلامية عن طريق استخدام الأجهزة المحمولة لتنويع مصادرها المالية وتعزيز علاقاتها مع جمهورها.
3. نوع قائم على الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي اضيفت اليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.
4. -الإعلام الجديد القائم على الكمبيوتر offline: " ويتم تداول هذا النوع، اما شبكيا او بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية، وما اليها ويشمل العروض البصرية والعباب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها"¹.

¹ بشرى جميل اسماعيل : مدخل للإعلام الجديد المفهوم و النماذج ، المرجع السابق ، ص10.

ثانيا : خصائصه

على الرغم من أن وسائل الإعلام الجديد، التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة، تكاد تتشابه في عدد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك سمات مميزة للوسائل الإعلامية الراهنة بأشكالها المختلفة، مما يلقي بظلاله ويفرض تأثيراته على الوسائل الجديدة ويؤدي إلى تأثيرات معينة على الاتصال الانساني، ومن أبرز هذه السمات التي تتصف بها وسائل الإعلام الجديد الراهنة ما يلي:

أ- التفاعلية INREACTIVITY :

التفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين. هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً هاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدتها متى أرادها وبالشكل الذي يريده.

في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلاً. ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.

ب- اللاجماهيرية DEMASSIFICATION

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها¹.

¹ نسرين حسونة : الاعلام الجديد المفهوم و الوسائل و الخصائص و الوظائف ، مدونة امين ، الصادرة في تاريخ 2012/11/4، نسخة

الالكترونية ، الموقع الالكتروني <http://blog.amin.org/nisreenhassouna/2014/04/07>

ت- التنوع Variety

وتعني التنوع في عناصر العملية الاتصالية، التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودافعه للاتصال، وهذا التنوع أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية والوكيل الإعلامي الذي يقوم بناء على برامج خاصة بمسح كافة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثاً عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في حزمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه، ويلبي حاجاته المتعددة والمتجددة.

ث- التكامل Integration

تعني أن الفرد يمكن أن يختار ما يراه مطلوباً للتخزين بالبريد الإلكتروني وذلك لأن النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب العرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الإنترنت ومواقعها المتعددة.

ج- قابلية التحريك أو الحركية MOBILITY

هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال في أي مكان إلى آخر أثناء حركته مثل التليفون المحمول، تليفون السيارة، التليفون المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة تصوير المستندات وزنها عدة أوقيات، وجهاز فيديو صغير، وجهاز فاكسميل، وحاسب آلي نقال مزود بطابعة.

ح- تجاوز الحدود الثقافية

يطلق على شبكة الإنترنت أنها شبكة الشبكات، تلتقي فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية التي تتزايد كل عام بنسبة كبيرة يصعب الآن بناء التوقعات حول أعدادها وتطويرها، ومعها يتزايد عدد مستخدمي الإنترنت في كل دولة من دول العالم بطريقه غير مسبوقه، نتيجة توفر إمكانيات الاتصال ورخص تكلفتها، مما أدى بالتالي إلى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء Globalization الاتصال بالعالمية أو الكونية على المستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الأطراف، أو على المستوى الجماهيري والثقافي من خلال مواقع القنوات التلفزيونية وصحف الشبكات التي أصبح يتعرض لها الملايين من سكان القارات الست على الرغم من اختلاف لغات البث والإذاعة.¹

خ-تجاوز وحدتي المكان والزمان:

¹ نسرین حسونة : الاعلام الجديد المفهوم و الوسائل و الخصائص و الوظائف ، المرجع السابق .

طبيعي أن يرتبط اللاتزامن بأشكال الاتصال التي لا يعتبر التزامن بين عمليتي الإرسال والاستقبال شرطاً ضروريا لها مثل البريد الإلكتروني أو التعرض لمواقع المواد الإعلامية مثل الصحف وبرامج التلفزيون والمواقع التعليمية والترفيهية المختلفة أما الاتصال الذي يتم من خلال الحوار أو الحديث أو الدردشة أو الاتصال الآني بالمجموعات والمؤتمرات فإن التزامن يعتبر شرطاً ضروريا للاتصال وأن كان لا يتطلب وحدة المكان بين أطراف عملية الاتصال.

د- الاستغراق في عملية الاتصال

من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظرا لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها، وكذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسب وبرامجه على الاستغراق في هذه البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في اطار فردي، كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة والوسائل الفائقة على طول فترة التحول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية¹.

ثانيا: مميزاته

1. تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت أيضاً بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه.
2. تكنولوجيا الإعلام الجديد أدت أيضاً إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل.
3. جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها. فالشبكة العنكبوتية العالمية مثلاً جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر.
4. الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط حيث أنه أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن على مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو. هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل هائل خلال السنوات الماضية بشكل خاص عبر ما يعرف **بصحافة المواطن** وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستلزم التدبير والدراسة².

¹ نسرين حسونة : الاعلام الجديد المفهوم و الوسائل و الخصائص و الوظائف ، المرجع السابق .

² مها فالخ ساق الله : تقرير عن ماهية الاعلام الجديد ، الجامعة الاعلامية غزة ، كلية الاداب قسم الصحافة و الاعلام ، 2013 .

5. تفتتت الجماهير: ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعاً بين العديد من الوسائل مثل المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون.
6. غياب التزامية: ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريد.
7. الانتشار وعالمية الوصول: ويقصد بالانتشار شيعه ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع تقريباً، إضافة إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية.
8. قابلية التواصل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى¹.

رابعا : موقع الفيسبوك

الفيسبوك يشير الى دفتر ورقي يحمل صوراً و معلومات لأفراد في جامعة معينة او مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعد هذه الطريقة الشائعة لتعريف الاشخاص خصوصاً في الجامعات الاجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد من الطلبة المتواجدة في الكلية نفسها و الفيسبوك عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول اليه و تديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام الى الشبكات التي تنظمها الديانة او الجهة او العمل او المدرسة او الاقليم من اجل الاتصال بالآخرين و التفاعل معهم و انطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع " فيس ماش " التابع لجامعة هارفارد ، وهو موقع يعتمد على نشر صور لمجموعة من الاشخاص ثم اختيار رواد الموقع الاكثر جاذبية وقد قام مارك زوكربيرج بابتكار الفيس ماش في 28 من عام 2003 كما قام بتأسيس الفيسبوك بالاشتراك مع كل من داستن موسكو فيتز وكريس هيوز اللذان تخصصا في دراسة علوم الحاسب. بعد النجاح السريع الذي حققه الموقع لفت انظار العاملين في صناعة المعلومات كانت نتيجة هذا النجاح ان تلقى مارك عرض لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار في 2009 الا انه فاجأ كثيرين برفضه للعرض بسبب انه رأى ان قيمة شبكته اعلى بكثير من المبلغ المعروض².

¹ مها فالج ساق الله : تقرير عن ماهية الاعلام الجديد، المرجع السابق .

² ياس خضر البياتي : الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة ، ط 1 ، عمان ، دار البادية ، 2014 ، ص 390-393.

- و من خصائص موقع الفيسبوك:

- ❖ خاصية wall او لوحة الحائط تتيح للأصدقاء ارسال الرسائل الى هذا المستخدم.
 - ❖ خاصية poks او النكزة تتيح ارسال غمزة افتراضية لإثارة الانتباه الى بعضهم البعض.
 - ❖ خاصية status او الحالة: تتيح امكانية ابلاغ اصدقائهم بماكنهم و ما يقومون به من اعمال في الوقت الحالي.
 - ❖ خاصية: notes او التعليقات وهي سمة متعلقة بالتدوين عن طريق صور و علامات ...
- هذا بالإضافة الى خدمات الرسائل و الدردشة و ارسال الهدايا الافتراضية ، كما يوفر مساحة اعلانية للبيع و الشراء الخاصة بالأعضاء
- كما يتميز بتقديم خدمات ابرزها:

- مجانية الاشتراك في الفيسبوك.
- البحث عن الاصدقاء القدامى و التعرف عليهم .
- يتمتع الفرد بوجود صفحة شخصية له على الفيسبوك.
- وضع صور خاصة للفرد على صفحته الشخصية و تكوين البوم خاص به.
- وضع فيديوهات وتحديد من يمكنه رؤيتها.
- تكوين مجموعات او الاشتراك في مجموعات .
- المحادثة المباشرة مع الاصدقاء¹.

¹ ياس خضر البياتي : الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة ، المرجع السابق ، ص 393.

المبحث الثاني: الادارة المحلية و المواطن:

أولا : تعريف الادارة المحلية:

تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم الادارة المحلية تبعا لوجهات نظر فقهاء و المفكرين لعل السبب في ذلك يرجع الى انكل مفكر كان ينظر الى الادارة المحلية من زاوية معينة مبنية على الفلسفة الفكرية السياسية و القانونية للدولة التي ينمي اليها المفكر او الكاتب لكن بنهاية نجد ان اولئك المفكرين قد اتفقوا على المبادئ الأساسية التي تتعلق بنظام الادارة المحلية و لا شك ان اختلاف الجوانب التي يهتمون بها، و الهداف التي يرمون الى تحقيقها تدعونا على تعرف بعض هذه التعريفات ذات علاقة بمفهوم نظام الادارة المحلية¹.

فيعرفها الكاتب البريطاني كرام مودي (Modie Grame) "انها مجلس منتخب تتركز فيه الوحدة المحلية و يكون عرضة المسؤولية السياسية امام الناخبين سكان الوحدة المحلية و يعتبر مكملا لأجهزة الدولة".

و يعرفها العطار ، بانها "توزيع الوظيفة الدارة بيت الحكومة المركزية و هيئات منتخبة او محلية مباشر اختصاصاتها تحت اشراف الحكومة و رقابتها"، و أهم ما يميز هذا التعريف أنه ركز على جانب الانتخابي، و التركيز علي رقابة و اشراف الحكومة المركزية.

و عرفها الشيخي بأنها "أسلوب من أساليب التنظيم الإداري للدولة، تقوم على فكرة توزيع النشاطات و الواجبات بين الأجهزة المركزية و المحلية، و ذلك لغرض أن تتفرغ الأولى لرسم السياسة العامة للدولة، إضافة إلى إدارة المرافق القومية في البلاد، و أن تتمكن الأجهزة المحلية من تسيير مرافقتها بكفاءة، و تحقيق أغراضها المشروعة"، و مما يميز هذا التعريف أنه يوضح أهمية و دور الإدارة المحلية في إدارة المرافق العامة المحلية داخل مجتمعها.

و ينظر الزعبي للإدارة المحلية على أنها "أسلوب الإدارة بمقتضاها يقسم إقليم الدولة إلى وحدات ذات مفهوم محلي، تتمتع بشخصية اعتبارية و يمثلها مجالس منتخبة من أبنائها لإدارة مصالحها تحت إشراف و رقابة الحكومة المركزية".

¹ محمد محمود الطعمانة : نظم الادارة المحلية في الوطن العربي ، الملتقى العربي الاول ، عمان ، 18-20 اغسطس 2003، ص 8-9.

ثانيا : قنوات الاتصال بين الادارة المحلية الجزائرية و المواطن

ان ما تتسم به عملية تواصل الادارة المحلية بالمواطن يتضح من الواقع الذي يعيشه المواطن يوميا ، فالإدارة المحلية تتمركز في مكانة مهمة له و ذلك لارتباطها بالخدمة العامة .

و تتمثل قنوات التواصل بين الادارة المحلية و المواطن الجزائري قبل استخدام وسائط الاعلام الجديد ، في مجموعة محدودة من القنوات التي تعاني من الانسداد و عدم الفاعلية، وهي كالآتي:

1. مكاتب خاص بتوجيه واعلام المواطنين وذلك في اطار تقريب الادارة من المواطن
2. يوم الاستقبال ، و هو يوم الثلاثاء من كل اسبوع يتم فيه استقبال انشغالات المواطنين .
3. سجل الشكاوي ، و هو سجل تدون فيه انشغالات المواطنين في مكان معلوم للجميع.
4. الرقم الاخضر 11-00 : و هو رقم مجاني تم وضعه من طرف وزارة الداخلية والجماعات المحلية من اجل الاستعلام و طرح انشغالات المواطنين¹.
5. الاعلام المحلي: وهو ذلك الاعلام الذي يعبر عن انشغالات و احتياجات المواطنين عن طريق وسائل محلية كالإذاعة .

ورغم وجود هذه القنوات التي تتصف بالرسمية الا انها لا تحدث تفاعل كبير بل تشعر المواطن بعدم الرضا و تفاقم الهوة بينه وبين الادارة الولائية المحلية مما ادى الى ما يعرف بأزمة ثقة بينهما.

و لهذا حاولت الادارة المحلية اعادة النظر في كيفية التواصل مع جماهيرها والاعتماد على قنوات اتصال جديد من شأنها ان تعيد بناء و ترتيب هذه العلاقة من جديد بحيث تضمن اتصال فعال بينها و بين جماهيرها و تتجلى هذه القنوات في وسائط الاعلام الجديد كالصفحة الرسمية على الفيسبوك والموقع الرسمي لها على شبكة الانترنت و ايميل لتسهيل عملية التواصل بينهما و كسر الحواجز الرسمية.

ثالثا : الأطر التشريعية المنظمة لعلاقة الادارة المحلية بجمهورها :

إن المواطن أثناء تعامله مع الإدارة لا بد له من ضمانات و تشريعات تنظم هذه العلاقة أولا، و ليدرك أن هناك نصوص صريحة تكفل و تضمن حقوق العلاقة أولا، و ليدرك أن هناك نصوص تكفل و تضمن حقوق وواجبات الطرفين في الحالات الاستثنائية . و الجزائر كغيرها من الدول و في إطار عالمية حقوق الإنسان، و ترسانات القانونية العالمية في هذا المجال، حتم عليها ضمن أوجب أن تضمن تواصل هذه العلاقة و تكييفها . و سنتطرق لأهم مرسوم في إطار علاقة المواطن بالإدارة من خلال مرسوم 131\88، المؤرخ في 4 يوليو 1988 من طرف الرئيس

¹الموقع الالكتروني لولاية قالمة
www.wilaya-guelma.dz

الأسبق (شادلي بن جديد) فمثلا تنص المادة 3: "يجب على الإدارة أن تحترم الإنسان و تحفظ كرامته، و يجب أن تكون علاقتها بالمواطن مطبوعة في جميع الأحوال باللطف
المادة 6: تسهر الإدارة دوما على تكييف مهامها و هياكلها مع احتياجات المواطنين و يجب أن تضع تحت تصرف المواطن خدمة جيدة .

المادة 12: ترتب الإدارة لكي توجه المواطنين في مساعيهم و ترشدهم إلى الإجراءات المطلوب إتباعها، و يجب عليها أن نستقبلهم أحسن استقبال.

المادة 13: يجب أن تنظم هياكل استقبال من حيث تجهيزها و تزويدها بالوسائل البشرية و المادية حتى يتكفل بالمواطن منذ دخوله رحاب المصلحة أو الهيئة . و بهذه الصفة يجب عليها أن تضمن للمواطن توجيهها و إعلاما صحيحين، و تساعد كل شخص معوق في إنجاز الإجراءات الإدارية.

المادة 32: يجب على المواطن أن يتحلى بالانضباط و الحس المدني و يمتنع عن تعكير حسن سير المصلحة و رعاية الأماكن و الأملاك العمومية .

المادة 34: يجب على الإدارة أن ترد على كل الطلبات أو الوسائل أو التظلمات التي يوجهها المواطنون إليها

المادة 40: يتعرض الموظفون لعقوبات تأديبية قد تصل للعزل مع الحرمان من حق المعاش في حالة اعتراضهم لسييل التدابير المتخذة لتحسين العلاقة بين الإدارة و المواطن، و يظهر من عرضنا لنص هذه المواد، الحرص في تحديد معالم العلاقة بين الإدارة و المواطن من جهة، و بين الموظف و المواطن من جهة أخرى، و التشديد في العقوبات التي تحمل دون تواصل الإدارة بالمواطن . كذلك من خلال تفحص تاريخ الإدارة الجزائية يبدو أن مرت بالعديد من الأزمات لجزمت في جملة من جملة من القوانين التي دائما في إطار محاولة تقريب الإدارة من المواطن و جعل المواطن راض عن اداها¹.

المبحث الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العلاقة بين الإدارة المحلية و جمهورها:

أولا : أسباب ضعف الاتصال بين الادارة المحلية و المواطن

ان المواطن في تعامله مع الادارة المحلية طامحا في الحصول على خدمة تكون في مستوى تطلعاته ، الا ان المظاهر السيئة التي تواجهها تدني مستوى هذه الخدمة ، مما يشعر بعدم الرضا او الاستياء دائما ازاء الادارة ما تولد عن هذه المشاكل ضعف ادى الى ما يعرف بأزمة ثقة بين الادارة المحلية و جمهورها.

¹ المرسوم التنفيذي 88-131 المؤرخ في 4-6-1988 و المتعلق بتنظيم علاقة الادارة بالمواطن ، الجريدة الرسمية ، العدد 41 المؤرخ في 12 يوليو

و من ابرز الاسباب التي ادت الى ضعف عملية التواصل و التفاعل بينهما تتمثل في ما يلي:

1. غياب رؤية شمولية للاستقبال و الارشاد، مع وجود بعض الاجراءات المتخذة بصفة انفرادية من طرف بعض القطاعات الادارية مع وجود نظرة تقليدية للاستقبال ، حيث يتم تخصيص مقر دون توفير للوسائل والاطر الكفاءة .
2. غياب معلومات صحيحة و كاملة و دقيقة عن الخدمات التي تسديها المصالح الادارية.
3. عدم الاهتمام الكافي بالرد على الاستفسارات الكتابية و الهاتفية و غيرها للمواطنين بخصوص تنظيم و اختصاصات المصالح و طبيعة الخدمات التي تقدمها او بخصوص المشاكل التي يطرحونها بشأن هذه الخدمات .
4. عدم توفر معظم الادارات على ملصقات و اشكال او رسوم بيانية لتسهيل داخل بناية الادارة الاهتداء الى المرافق والمكاتب التي تم الوافدين عليها .
5. البطء في الرد على الطلبات ووفي معالجة القضايا و الملفات التي تم المتعاملين مع الادارة.
6. تقييد المواطن من الادارة ، بفعل الممارسات السلبية المكرسة في علاقة الادارة بالمرتفقين .
7. غياب الوعي بأهمية الشكايات و التظلمات كرافد هام من روافد اصلاح الادارة و تحسين اساليب تنظيمها و تسييرها.
8. عزوف المواطن عن الالتجاء الى التظلم و الشكوى نظرا للبطء في الرد عليها و اهمال معالجتها بالعناية والسرعة اللازمة .
9. اهتمام الادارة في غالب الاحيان بالتدبير اليومي و تجاهل البعد العلائقي للإدارة¹.

ثانيا : دوافع استخدام الادارة المحلية لمواقع التواصل الاجتماعي:

رغم وجود نصوص قانونية منظمة للعلاقة بين الادارة والمواطن ، الان هذه الاخيرة لازالت بحاجة الى مزيد من التنظيمات و الاجراءات و الوسائل و لعل اهمها هو مواكبة التطورات التكنولوجية من اجل تجاوز تلك العلاقة القانونية التي تمثل الوجه الكلاسيكي للعلاقة بين السلطة المحلية وجمهورها و من اجل هذا استخدمت هذه الاخيرة مواقع التواصل الاجتماعي لتفعيل علاقتها بجمهورها المحلي .

¹ امين صيفي و توابعه اسماء : واقع الاتصال بين الادارة المحلية الجزائرية و المواطن، مذكرة لنيل شهادة ماستر، 2015.2014 ص92.

و لعل من ابرز الدوافع التي دفعت الادارة المحلية الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي :

- ان المواطن يشكو من الاجراءات الشكلية المعقدة خلال تعامله مع المصالح المعنية بفعل تضخم القانون و نقص الثقة
- ترقية الحوار بين المواطنين و المنتخبين و توعية السلطات المحلية في ما يخص تنوع تقنيات الاتصالات مع الجمهور و تنوع امكانيات الجمهور للمشاركة في اتخاذ القرار كإقامة محاضرات و اجتماعات ، و تكوين موقع واب من اجل نشر و التفاعل مع جمهورها او البحث عن الجودة الامثل و تطبيقها ميدانيا.
- تنمية السبل لتحقيق الحوارات و فهم النقاط القوية و الضعيفة لمختلف وسائل الجمهور في عملية اتخاذ القرار و تشجيع الابتكار و الخبرة في اطار جهود السلطات المحلية و التشجيع يكون في الحوار مع الجمهور و هذه السلطات تمكن من المشاركة في اتخاذ القرار.
- الاستعمال الخاص لتقنيات الحديثة للإعلام و الاتصال التي تستعملها السلطات المحلية و الادارات العمومية زيادة على الوسائل القديمة التي تبقى دائما فعالة كالمنشورات الرسمية و الاعلانات العمومية و الوسائل الحديثة الواب والوسائل المرئية بهدف زيادة التفاعل عبر القنوات¹.

ثالثا : صحافة المواطن و تأثيرها على سياق عمل السلطات المحلية :

نظرا للتفاعل الكبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي برز ما يثير الانتباه , مصطلح “صحافة المواطن” تلك التي نشأت في إطار ما عرف بالإعلام الجديد، كظاهرة معقدة ومركبة تولدت نتيجة لتداخل موجات متتالية من الظروف والعوامل المتعلقة بالتطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصال، ذلك التطور الذي أدى إلى ظهور العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني، وأخرى متعلقة بتأثر الجمهور بعيوب إمكانات الإعلام التقليدي ومحدوديتها.

ولعل اسم “صحافة المواطن” يثير شجون المواطن العربي، ويقترّب من مداركه المعرفية والحسية والنفسية لأنه يشعره بوجود صحافة خاصة به، وهو الذي عاش قرونا تحت رحمة الصحافة الرسمية البلدية، وقمع السلطات وتكميم الأفواه، واستبدادية الحكام.

إن التغطية الإعلامية الحديثة قلبت مقاييس الإعلام بعدما غزته “صحافة المواطن” بالصوت والصورة، ضاربة بعرض الحائط كل محاولات القمع والتعتيم التي تنتهجها أنظمة هذه الشعوب. وبالتالي فإن هذا المواطن الذي يقود الصفحات الإلكترونية، يشكل في الوقت نفسه مصدرا أساسيا للإعلام الذي صدت أمامه المصادر التقليدية، وتحولت هذه الصحافة إلى المادة الأساسية التي يعتمد عليها في نقل مختلف معلوماته .

وبدون شك فإن كل مواطن هو بالضرورة صحفي صاعد، يتحكم في زمن الأحداث ووقعها، فلا تستطيع أية وكالات أنباء أن تنشر صحفيين في كل الشوارع، وأصبح ظاهرة غير قابلة للتجاهل¹.

فهل يمكن القول أن المواطن الذي امتلك حرية القول والكتابة في عصر الإعلام الرقمي، سيسيطر على المؤسسة الإعلامية الافتراضية، ويؤسس له صحافة جديدة، مثلما فعلها في ربيع الثورات العربية، فأسس له جمهورية جديدة اسمها "جمهورية الفيسبوك"، فأسقط الاستبداد وأنشأ المواقع والمدونات ليؤسس إعلاما جماهيريا رقميا أزعج السلطات الدكتاتورية، وثور الإعلام التقليدي الذي كان نائماً في قصور الرئاسات.

ونظرا لبروز هذا الأخير كمنافس لوسائل الاعلام التقليدية أصبح لا بد أن تسعى السلطات المحلية في أن تكون هي النقطة الرئيسة و المركز الأساسي الذي يؤثر و ينشر بمصدقية كل ما يدور من أحداث مهمة تمس حاجات مواطنيها و لتمد و تزود هذا الأخير بكل المعلومات و كل النشاطات التي يزاولها الوالي من اجتماعات, لقاءات و خرجات و كل جديد لا بد للمواطن أن يدركه, فتسعى جاهدا ان تك ون أقرب في خدمت جماهيرها و تحتهد في تنشيط هذه العلاقة , تطويرها و زيادة نسب التفاعل و التواصل معه بشتى السبل و الوسائل و الطرق المتاحة و الممكنة. فبظهور صحافة المواطن بات المواطن في استغناء عن كل ما تبثه المضامين التقليدية و التي اعتادت السلطات المحلية اللجوء اليها لتزويده بمختلف المعلومات بل أصبح يعتمد على نفسه في نشر الأخبار و بثها بل و يجد نفسه أكثر حرية و استقلالية في نشر و انتقاء ما يشبع حاجياته.

رغم أن السلطات المحلية تدرك أن صحافة المواطن لم ولن تلغي الإعلام التقليدي، الا أنها تعلم أيضا أنها الان في أمس الحاجة الى تحقيق تفاعل متكامل و متوازن بينها و بين جماهيرها فلتفهم نواقصه و لتخدم حاجياته و تلي مطالبه لا بد أن تحتك بهذا الأخير وأن تستمع لشكواه و حتما لتواكب هذا الأخير رأيت السلطات الولائية المحلية أنه لا بد أنه أصبح من الازم أن يكون لها صفحات و مواقع رسمية تشكل بها فضاءات يستقي منها مواطنها ما يحتاجه من معلومات أو استفسارات و ما يطلبه من خدمات وهكذا تبقى الصفحات الرسمية على الفيسبوك مكملا لدور الاعلام القديم ، والدليل على ذلك أن كل من الإذاعة والتلفزيون والصحيفة والانترنت لم يؤثر أحدها على موقع الآخر، بل على العكس من ذلك تحول الواقع الإعلامي إلى ما يمكن تسميته بـ "الإعلام المندمج الشامل"، ذلك أن الاتجاه هو للتكامل ولجيل جديد وثقافة أكثر تقدما وعصرية للعمل الصحفي.

¹ ياس خضير البياتي: الاعلام الجديد و عصر صحافة المواطن ، صحيفة العرب ، العدد13-01-2014 ، الصادرة يوم الجمعة 2014 ، النسخة الالكترونية ، <https://alarab.co.uk/issue-archive>

خاتمة الفصل:

و مما سبق ذكره من خلال تعريف وسائل الاعلام الجديد و طبيعة العلاقة بين الادارة المحلية و جمهورها و دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل العلاقة بينهما نستخلص مدى اهمية استخدام السلطات الولائية لهذه المواقع و على رأسها موقع الفيسبوك لتفاعل مع جماهيرها وزيادة الثقة بينهم و اتاحة الفرصة لجمهور الفاعلين في المجتمع المحلي بالمشاركة و التعبير عن آرائهم من خلال الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك.

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع :

نتائج الدراسة

الميدانية والتحليلية

المبحث الاول :تحليل البيانات الميدانية

● البيانات الشخصية

● الأهمية التي تكتسبها الصفحة الرسمية لولاية قالمة على

الفيسبوك عند جمهورها المحلي

● مدى استخدام الجمهور الخارجي للصفحة الرسمية لولاية

قالمة على الفيسبوك للتفاعل معها

● العراقيل التي تحول دون تردد و تصفح الجمهور الخارجي

للصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

● الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك التي تساهم في

تفعيل العلاقة بين السلطات الولائية وجمهورها.

تمهيد:

بعد الاستفادة من الجانب النظري تم اجراء مراحل خاصة لكيفية استخدام السلطات المحلية لموقع الفيسبوك عبر صفحتها الرسمية للتفاعل مع جمهورها المحلي وقد استخدمنا في ذلك استمارة استبيان الكترونية وزعت لعينة من متابعي الصفحة الرسمية و قدر عددهم ب سبعين مفردة .

المحور الاول :البيانات الشخصية

الجدول رقم (1) :توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
50%	35	ذكر
50%	35	انثى
100%	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (01) المتعلق بمتغير الجنس أن نسبة الإناث و الذكور متساوية، حيث بلغت نسبة الإناث 50% و نسبة الذكور 50% بتكرار 35 مفردة لكل منهما .

الجدول رقم (2):توزيع افراد العينة حسب متغير السن

النسبة %	التكرار	السن
30	21	24 – 18
56	39	31 – 25
07	05	39 – 32
07	05	بدون اجابة
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (2) المتعلق بمتغير السن، أن عينة المبحوثين من فئة الشباب النشيطة على اعتبار السن، حيث أن أغلبية متصفحى الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك هم من سن 25 الى 31 سنة بنسبة 56% بتكرار 39 مفردة ، و تليها نسبة 30% بتكرار 21 مفردة من الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 الى 24 سنة ،تليها نسبة 7% بتكرار 5 من المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 32الى39 سنة ، و اخيرا و بنسبة 7% بتكرار 5 مفردة قد كانوا من الممتنعين عن الإجابة.

الجدول رقم (3): توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
48.57	34	جامعي
21.42	15	ثانوي
12.85	09	متوسط
02.85	02	شهادة كفاءة مهنية
14.28	10	بدون اجابة
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(3) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، أن الفئة الأكثر تفاعل مع الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك هي الفئة المثقفة ذات المستوى الجامعي بنسبة 48,57% بتكرار 34 مفردة، ثم يليها المستوى الثانوي بنسبة 21,42% بتكرار 15 مفردة ثم يليها المستوى المتوسط بنسبة 12,85% بتكرار 9 مفردة، اما نسبة شهادة الكفاءة المهنية قدرت ب 2,85% بتكرار 2 مفردة, و في الاخير كانت نسبة الممتنعين عن الإجابة 14,28% بتكرار 10 مفردة.

و منه نستنتج أن نسبة المتفاعلين مع الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك هم من فئة الشباب المثقف والواعي.

المحور الثاني: الاهمية التي تكتسبها الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك عند جمهورها المحلي

الجدول رقم (4): توزيع افراد العينة حسب متغير كونهم من متصفح موقع الفيسبوك

النسبة %	التكرار	متصفح موقع الفيسبوك
64,28	45	دائما
21,42	15	غالبا
14,28	10	احيانا
100	70	مجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (4) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب كونهم من متصفح موقع الفيسبوك، أن

أعلى نسبة عادت للذين يتصفحون موقع الفيسبوك بشكل دائم ب: 64,28% بتكرار 45 مفردة، ثم الذين يتصفحونه غالبا بنسبة 21,42% بتكرار 15 مفردة، اما الفئة التي تتصفحها أحيانا بنسبة 14,28% تكرار 10 مفردة، وهذا يدل على انفتاح مواطني ولاية قالمة على العالم الخارجي و حب الاطلاع على كل ما هو جديد من خلال التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال و منها الفيسبوك الذي أصبح وسيلة مهمة يتصفحها أغلب مواطني و شباب ولاية قالمة لما له من مزايا و خدمات يقدمها لهم و نجد من بينها الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك التي أصبحت أداة مهمة تستخدمها الولاية للتعريف بخدماتها و نشاطاتها و تحسين صورتها لدى جماهيرها و تزويدهم بالمعلومات التي يحتاجونها ، وذلك من أجل تقريب الادارة المحلية من المواطن.

الجدول رقم (5):توزيع افراد العينة حسب متغير تعريفهم لموقع الفيسبوك

تعريف موقع الفيسبوك	التكرار	النسبة %
صفحة لتزويد المتصفح بالمعلومات	54	59,34
وسيلة تساهم في تكوين صورة ذهنية حسنة للسلطات الولائية لولاية قالمة	11	12,08
اداة فعالة لتوفير الوقت و الجهد عند البحث عن المعلومات الخاصة بالسلطات الولائية لولاية قالمة	15	16,48
اداة يستعملها المتصفح للاتصال بالسلطات الولائية لولاية قالمة	09	09,89
متابعة الاخبار	01	01,09
تضييع الوقت فقط	01	01,09
المجموع	91 *	100

يتضح من خلال الجدول رقم (5) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب تعريفهم لموقع الفيسبوك، أن أعلى نسبة ترى أن موقع الفيسبوك صفحة لتزويد المتصفح بالمعلومات بنسبة 59,34% بتكرار 54 مفردة، و ذلك من خلال نشر الأخبار والأحداث و المعلومات، ثم تأتي نسبة 16,48% بتكرار 15 من اجابات العينة، تعتقد أن موقع الفيسبوك هو أداة فعالة لتوفير الوقت والجهد عند البحث عن معلومات الخاصة بالسلطات الولائية لولاية قالمة، و هذا يدل على أن الصفحة تقتصر الوقت و ذلك دون الذهاب الى مقر الولاية للحصول على المعلومات التي يحتاجونها ، ثم تليها نسبة 12,08% بتكرار 11 مفردة،تعتقد أن موقع الفيسبوك وسيلة تساهم في تكوين صورة ذهنية حسنة للسلطات الولائية لولاية قالمة و ذلك عندما تقوم السلطات المحلية بالتقرب من متصفحها و ذلك بالاهتمام بإبراز نشاطات الوالي ، اما نسبة 9,89% بتكرار 9 مفردة ممن يعتبرها أداة يستعملها المتصفح الاتصال

¹ نلاحظ ان مجموع التكرارات فاق مجموع القيمة المقدرة ب:70 مفردة و هذا راجع لتأشير الباحثين على أكثر من احتمال.

بالسلطات الولائية لولاية قلمة و ذلك من خلال تعليقاتهم التي ينتظرون الرد عليها أو عن طريق الاتصال بيها و إيصال انشغالهم عبر رسائل خاصة للصفحة ، و اخيرا بنسبة ضئيلة جدا قدرا ب: 1,09 بتكرار 1 مفردة لكل من يرون ان الموقع الفيسبوك تعريفات اخرى أولها موقع لمتابعة الأخبار اما الثاني فهو من أجل تضييع الوقت فقط.

الجدول رقم (6): توزيع افراد العينة حسب متغير هدف الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك بالنسبة لهم

النسبة %	التكرار	هدف الصفحة الرسمية لولاية قلمة
38,18	42	التعريف بالولاية و نشاطاتها
17,27	19	زيادة الثقة بين السلطات الولائية و جماهيرها
21,81	24	التعرف على خدمات الوالي و نشاطاته
08,18	09	الاجابة على اسئلة المتصفحين
14,54	16	الاطلاع على انشغالات الجمهور الخارجي
100	* 110	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (6) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب هدف الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك بالنسبة لهم أن أعلى نسبة قدرت ب: 38,18% بتكرار 42 مفردة ممن يرون أن هدف الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك يتمحور حول التعريف بالولاية و نشاطاتها، لتاتي بعدها نسبة 21,81% بتكرار 24 مفردة ممن يرون بأنها تعرف بخدمات الوالي و نشاطاته كالزيارات الميدانية للوالي و الاجتماعات التي يقوم بها و يترأسها، ثم نسبة 17,27% بتكرار 19 مفردة يعتقدون أن هدف الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك حسبهم هو زيادة الثقة بين السلطات المحلية الولائية و جماهيرها فالصفحة الرسمية لولاية قلمة تقوم بإبراز اهم نشاطاتها و المشاريع المنجزة من قبلها و هو ما يجعل الثقة سارية بين الولاية و جمهورها المتصفح، أما نسبة 14,54% بتكرار 16 مفردة ممن يرون أنها تهدف إلى الاطلاع على انشغالات الجمهور الخارجي من خلال تعليقاتهم على الصفحة و رسائلهم ، و تليها نسبة 8,18% بتكرار 09 مفردة يرون أن الهدف من هذه الصفحة هو الإجابة على أسئلة المتصفحين.

* نلاحظ ان مجموع التكرارات فاق مجموع القيمة المقدرة ب: 70 مفردة و هذا راجع لتأشير الباحثين على أكثر من احتمال.

الجدول رقم (7): توزيع افراد العينة حسب نسبة تصفحهم لصفحة الرسمية لولاية قالمة

النسبة %	التكرار	تصفح الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك
25,71	18	دائما
22,85	16	غالبا
51,42	36	احيانا
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(7) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب نسبة تصفحهم لصفحة الرسمية لولاية قالمة ، أن أعلى نسبة قدرت ب: 51,42% بتكرار 36 مفردة للذين يتصفحون الصفحة الرسمية لولاية قالمة احيانا و قد يكون ذلك راجع الى أن عدم الاهتمام بها لعدم وجود مواضيع و محتوى مهم بالنسبة لهم، تليها نسبة 25,71% بتكرار 18 مفردة من الذين دائما ما يتصفحون الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك، ثم تليها نسبة 22,85% بتكرار 16 مفردة من الذين يتصفحون الصفحة غالبا .

الجدول رقم (8): توزيع افراد العينة حسب مدى اطلاعهم على المعلومات المتاحة في الصفحة الرسمية لولاية قالمة

النسبة %	التكرار	مدى الاطلاع على المعلومات المتاحة في الصفحة الرسمية لولاية قالمة
27,1	19	دائما
27,1	19	غالبا
44,3	31	احيانا
1,4	01	ابدا
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(8) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب مدى اطلاعهم على المعلومات المتاحة في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك ، أن أعلى نسبة قدرت ب: 44,3% بتكرار 31 مفردة فيرى الباحثين أنه أحيانا ما يتطلعون على المعلومات المقدمة في صفحة الولاية على الفيسبوك لمعرفة معلومات حول موضوع محدد و مهم بالنسبة لهم أو من أجل طرح انشغالاتهم و شكاويهم ،اما نسبة 27,1% بتكرار 19 مفردة يعتبرون أنه يجب عليهم الاطلاع على المعلومات و الاخبار في صفحة الولاية ليكونوا على علم و دراية بكل نشاط يقوم بيه الوالي و الولاية و من أجل معرفة ما إذا تم الرد على انشغالات هم و شكاويهم ، ثم تليها نفس النسبة 27,1% بتكرار 19 مفردة يرون أن غالبا يتطلعون على محتوى الصفحة الرسمية لولاية قالمة و ذلك

للتعرف على المعلومات دون الذهاب الى مقر الولاية، وأخيرا و بنسبة ضئيلة جدا قدرت ب:4,1% بتكرار 1 مفردة انهم لا يطلعون على المعلومات المتاحة في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك.

الجدول رقم (9):توزيع افراد العينة حسب اعتبارهم ان الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مصدر مهم للحصول على المعلومات

النسبة %	التكرار	اعتبار الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مصدر مهم للحصول على المعلومات
28,5	20	دائما
32,85	23	غالبا
37,71	25	احيانا
2,84	02	ابدا
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (9) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب اعتبارهم أن الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مصدر مهم للحصول على المعلومات ، أن أعلى نسبة ب:37,71% بتكرار 25 الذين يرون أنه أحيانا ما تكون صفحة الولاية مصدر مهم للحصول على المعلومات و ذلك راجع لطبيعة المعلومات المتاحة على الصفحة، تليها نسبة 32,85% بتكرار 23الذين غالبا ما يعتبرون أن صفحة الولاية مصدر مهم لان معلوماته متجددة، أما نسبة 28,5% بتكرار 20الذين يرون أن الصفحة الرسمية.

للولاية مصدر مهم جدا للحصول على المعلومات، و اخيرا و بنسبة 2,84% بتكرار 2 من لا يعتبرونها مصدر مهم للحصول على المعلومات.

الجدول رقم (10): توزيع افراد العينة حسب متغير رأيهم فيما تقدمه الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

النسبة %	التكرار	تهتم الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك أكثر ب
21,5	20	مشاكل المواطنين
43,01	40	ابراز نشاطات الوالي
10,75	10	الرد على اسئلة المواطنين و انشغالاتهم
24,73	23	كلها معا
100	* 93	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (10) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب رأيهم فيما تقدمه الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك أن أعلى نسبة قدرت ب: 43,01% بتكرار 40 مفردة تفسر اهتمام الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك بإبراز نشاطات الوالي، تليها نسبة 24,73% بتكرار 23 مفردة تفسر اهتمام الصفحة بجميع الجوانب من إبراز نشاطات الوالي و عمله بهدف زيادة الثقة بينه و بين جماهيره الذين باعتبارهم العنصر الفاعل في هذه الحلقة من خلال الرد على أسئلتهم وانشغالاتهم و العمل على حل مشاكلهم، اما نسبة 21,5% بتكرار 20 مفردة يرون أنها تهتم بمشاكل المواطنين من خلال نقلها إلى الوالي من أجل أن يطلعها، و اخيرا و بنسبة 10,75% بتكرار 10 مفردة يرون أن الصفحة تهتم بالرد على أسئلة المواطنين و انشغالاتهم و محاولة حلها.

* نلاحظ ان مجموع التكرارات فاق مجموع القيمة المقدرة ب: 70 مفردة و هذا راجع لتأشير المبحوثين على أكثر من احتمال.

المحور الثالث: مدى استخدام الجمهور الخارجي للصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك للتفاعل معها

الجدول رقم (11): توزيع افراد العينة حسب متغير عدد الساعات التي يقضونها اسبوعيا في تصفح الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

عدد الساعات التي يقضونها اسبوعيا في تصفح الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	التكرار	النسبة %
اقل من ساعة	17	24,28
من ساعة الى 5 ساعة	30	42,85
من 6 ساعة الى 11 ساعة	6	8,57
اكثر من 11 ساعة	7	10
لا توجد اجابة	10	14,28
المجموع	70	100

يتضح من خلال الجدول رقم(11) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب عدد الساعات التي يقضونها أسبوعيا في تصفح الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك، أن أعلى نسبة قدرت ب: 42,85% بتكرار 30 مفردة هم من يتصفحون الصفحة حوالي من ساعة إلى 5 ساعة أسبوعيا و قد يكون ذلك راجع الى أهمية و كثرة الاخبار في الصفحة ، ثم تليها نسبة 24,28% بتكرار 17 مفردة يتصفحون صفحة الولاية في اقل من ساعة أسبوعيا و قد يكون ذلك راجع الى ضيق الوقت أو أنهم يتصفحونها فقط لمعرفة خبر او موضوع محدد ثم يخرجون من الصفحة، ثم نسبة 14,28% بتكرار 10 من أفراد العينة من الممتنعين عن الإجابة، و نسبة 10% بتكرار 7 مفردة ممن يتصفحون الصفحة اكثر من 11 ساعة اسبوعيا، و اخيرا و بنسبة 8,57% بتكرار 6 مفردة من يتصفحون الصفحة من 6 ساعة إلى 11 ساعة أسبوعيا .

الجدول رقم (12): توزيع افراد العينة حسب متغير تقييمهم لتدفق المعلومات الخاصة بالصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية المحلية

النسبة %	التكرار	مقارنة حول الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك و وسائل الاعلام التقليدية المحلية
80	56	الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك اسرع من وسائل الاعلام المحلية
4,3	03	وسائل الاعلام المحلية اسرع من الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك
15,7	11	يقدمان معلومات في نفس الوقت
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(12)المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب تقييمهم لتدفق المعلومات الخاصة بالصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية المحلية ، أن أعلى نسبة قدرت ب:80% بتكرار 56 مفردة يرون أن الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك أسرع من وسائل الإعلام المحلية في تدفق المعلومات الخاصة بالولاية، تليها نسبة 15,7% بتكرار 11 مفردة الذين يرون أن صفحة الولاية ووسائل الإعلام المحلية يقدمان المعلومات في نفس الوقت، اما النسبة الأخيرة قدرت ب:4,3% بتكرار 3 مفردة يرون أن وسائل الإعلام المحلية أسرع من الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك لما لها من خصائص تجعلها تنفرد بالأخبار و المعلومات.

الجدول رقم (13):توزيع افراد العينة حسب متغير طبيعة اللغة المستخدمة اثناء تصفح الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك بالنسبة لهم

النسبة %	التكرار	طبيعة اللغة المستخدمة
81,4	57	واضحة و بسيطة
2,9	02	معقدة
15,7	11	مختصرة
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (13) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب طبيعة اللغة المستخدمة أثناء تصفح الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك بالنسبة لهم، أن أعلى نسبة قدرت ب:81,4% بتكرار 57 مفردة ترى أن طبيعة اللغة المستخدمة في الصفحة واضحة و بسيطة و لها معاني محددة و ليست غامضة، ثم تأتي نسبة 15,7% بتكرار 11 مفردة ممن يقولون إن اللغة مختصرة و لا تفني بالغرض، واخيرا و بنسبة ضئيلة تقدر ب:2,9% بتكرار 2 مفردة يرون أن لغة الصفحة معقدة و لا يمكن فهمها و في نفس الوقت لا تعبر عن المعنى الاصلي .

الجدول رقم (14): توزيع افراد العينة حسب متغير طبيعة اللغة المستخدمة اثناء تصفح الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة %
عربية	68	97,1
فرنسية	2	2,9
اخرى	00	00
المجموع	70	100

يتضح من خلال الجدول رقم (14) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب اللغة المستخدمة أثناء تصفح الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك، أن أعلى نسبة قدرت ب: 97,1% بتكرار 68 مفردة ممن يستخدمون اللغة العربية ذلك لأنها سهلة الاستعمال و معروفة لدى الجميع ، تليها نسبة 2,9% بتكرار 2 مفردة ممن يستخدمون اللغة الفرنسية ، أما اخيرا فلا وجود للغة أخرى من أجل تصفح الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك.

الجدول رقم (15): توزيع افراد العينة حسب متغير الجهة المقصودة للحصول على المعلومات تمهم عن الولاية

الجهة المقصودة للحصول على المعلومات	التكرار	النسبة %
اللجوء الى مقر الولاية مباشرة	12	17,1
الموقع الالكتروني	13	18,6
الصفحة الرسمية للولاية على الفيسبوك	40	57,1
الرقم الاخضر	03	4,3
لا احتاج الى معلومات لأنني لا اثق في معلوماتهم الالكترونية	01	1,4
لا يوجد اتصال	01	1,4
المجموع	70	100

يتضح من خلال الجدول رقم(15) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب الجهة المقصودة للحصول على المعلومات تمهم عن الولاية، أن أعلى نسبة قدرت ب: 57,1% بتكرار 40 مفردة يعتبرون الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مصدرهم الأساسي للحصول على المعلومات عن الولاية، تليها نسبة 18,6% بتكرار 13 مفردة يلجؤون إلى الموقع الالكتروني الخاص بالولاية، ثم نسبة 17,1% بتكرار 12 مفردة ممن اتجهوا الى مقر الولاية مباشرة من أجل الحصول على مقابلة مع الوالي في اليوم المخصص للاستقبال وذلك لطرح انشغالاتهم، او عندما يحتاجون معلومة مهمة تخصهم، اما نسبة 4,3% بتكرار 3 مفردة ممن يلجئون للاتصال بالرقم الاخضر، تليها نسبة 1,4% بتكرار 1 مفردة يرى المبحوث أنه لا يحتاج إلى معلومات لأنه لا يثق في المعلومات الموجودة على

الصفحة لقلة مصداقيتها، و اخر نسبة تقدر ايضا ب 1,4% بتكرار 1 مفردة ذكر خلالها المبحوث أنه لا يوجد اتصال بينه و بين الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك.

الجدول رقم (16): توزيع افراد العينة حسب متغير طبيعة المعلومات المقدمة في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

المجموع	لا		نعم		طبيعة المعلومات المقدمة في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
26.19	66	35,65	41	18,24	25	كافية
24.6	62	15,65	18	32,11	44	متجددة
25.39	64	16,52	19	32,84	45	صادقة و موثوقة
23.80	60	32,17	37	16,78	23	دقيقة
100	* 252	100	115	100	137	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(16)المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب طبيعة المعلومات المقدمة في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك ، أن أعلى نسبة قدرت ب:26,19% يتكرر 66 مفردة ،منها نسبة 35,65% بتكرار 41 مفردة مما يرون أن طبيعة المعلومات المقدمة في صفحة الولاية غير كافية ومنها نسبة 18,24% بتكرار 25 مفردة يرون أن المعلومات المقدمة في صفحة الولاية ما فيه، و منه نستنتج أن أغلبية اراء المبحوثين يرون أن المعلومات المقدمة في الصفحة الرسمية لولاية قالمة غير كافية، ثم تليها نسبة 25,39% بتكرار 64 مفردة، منها نسبة 32,17% بتكرار 45 مفردة يرون أن طبيعة المعلومات المقدمة في صفحة الولاية صادقة و موثوقة، ومنها نسبة 16,52% بتكرار 19 مفردة يرون أن طبيعة المعلومات غير صادقة و موثوقة، ومنه نستنتج أن أغلبية المبحوثين يرون ان طبيعة المعلومات المقدمة في صفحة الولاية صادقة و موثوقة ، ثم تليها نسبة 24,6 % بتكرار 62 مفردة، منها نسبة 32,11 % بتكرار 44 مفردة يرون أن طبيعة المعلومات في صفحة الولاية متجددة، ومنها نسبة 15,65% بتكرار 18 مفردة يرون أنها غير متجددة، و منه نستنتج أن معظم المبحوثين يرون أن طبيعة المعلومات في صفحة الولاية متجددة، و اخيرا نسبة 23,80% بتكرار 60 مفردة، منها 32,17% بتكرار 37 مفردة يرون أن طبيعة المعلومات المقدمة في صفحة الولاية ليست دقيقة، و منها نسبة

*نلاحظ ان مجموع التكرارات فاق مجموع القيمة المقدرة ب:70 مفردة و هذا راجع لتأثير المبحوثين على اكثر من احتمال.

16,78% بتكرار 23 مفردة يرون أن طبيعة المعلومات المقدمة موثوقة، ومنه نستنتج أن معظم الباحثين يرون أن طبيعة المعلومات المقدمة في صفحة الولاية ليست دقيقة .

الجدول رقم (17): توزيع افراد العينة حسب متغير المعلومات التي يفضلون الحصول عليها من الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

النسبة	التكرار	المعلومات التي يفضلون الحصول عليها من الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك
11,42	08	طرح انشغالات و مشاكل المواطنين
14,28	10	مسابقات التوظيف
11,42	08	السكن و المشاريع المنجزة
7,14	05	اخبار اجتماعية
27,14	19	معلومات متنوعة عن الولاية
7,14	05	ابرار نشاطات الوالي
1,42	01	اخبار رياضية
11,42	08	اخرى تذكر
8,57	06	لا اجابة
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(17)المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب المعلومات التي يفضلون الحصول عليها من الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك ، أن أعلى نسبة قدرت ب:27,14% بتكرار 19 مفردة و هم الباحثين الذين يريدون الحصول على معلومات متنوعة عن الولاية، اما نسبة 14,28% بتكرار 10 مفردة يفضلون طرح انشغالات و مشاكل المواطنين وذلك لأن الصفحة لا تنشر مثل هذه المعلومات، اما نسبة 11,42% بتكرار 8 مفردة من يفضلون طرح انشغالات و مشاكل المواطنين، و معلومات عن السكن و المشاريع المنجزة، و أخرى تذكر ذكر خلالها الباحثين انهم لا يفضلون شيء أو عدم معرفتهم بنوعية المعلومات التي يفضلونها، اما نسبة 8,57% بتكرار 6 مفردة فهم من الممتنعين عن الإجابة، اما نسبة 7,14% بتكرار 5 مفردة يفضلون اخبار اجتماعية و ابرار نشاطات الوالي، و اخيرا و بنسبة ضئيلة جدا قدرت ب: 1,42% بتكرار 1 مفردة فضل الباحثون الاخبار الرياضية.

الجدول رقم (18): توزيع افراد العينة حسب متغير المعلومات التي يحتاجونها و لا يجدونها في الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك

النسبة	التكرار	المعلومات التي يحتاجونها ولا يجدونها في الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك
22,85	16	اعلانات عن مسابقات التوظيف
8,57	06	معلومات تخص الولاية
1,42	01	مناوبات عمل الصيدليات في نهاية الاسبوع و العطل الرسمية
24,28	17	انشغالات المواطنين
12,85	09	اخبار عن السكن و التهيئة العمرانية
8,57	06	المشاريع المنجزة و التي قيد الانجاز
1,42	01	النشرة الجوية و احوال الطقس
20	14	لا شيء يذكر
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (18) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب المعلومات التي يحتاجونها و لا يجدونها في الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك، أن أعلى نسبة قدرت ب: 24,28% بتكرار 17 مفردة يرو أن أهم المعلومات الغائبة عن صفحة الولاية هي انشغالات المواطنين حيث أنها معلومات مهمة خاصة و انها تمس حياة المواطنين و الانشغالات التي تعتبر من المعوقات الموجودة في حياتهم، تليها نسبة 22,85% بتكرار 16 مفردة ممن يفضلون المعلومات الخاصة بإعلانات عن مسابقات التوظيف و هذا لتصبح في متناول الجميع و يستطيع أي متصفح الاطلاع عليها، ثم نسبة 20% بتكرار 14 مفردة أخرى تذكر منها أن المبحوثين يردون اخبار صادقة و موثوقة، و أخرى يفضلون معلومات و لا يجدونها عن نشاطات و المواقع السياحية الموجود على تراب ولاية قلمة، و آخرون يفضلون اخبار ثقافية، اما نسبة 12,85% بتكرار 9 مفردة يحتاجون معلومات و لا يجدونها عن السكن و التهيئة العمرانية اما نسبة 8,57% بتكرار 6 مفردة طالبوا بطرح معلومات حول المشاريع المنجزة والتي قيد الانجاز، و معلومات تخص الولاية، و اخيرا و بنسبة ضئيلة جدا قدرت ب: 1,42% بتكرار 1 مفردة طالب المبحوث معلومات حول النشرة الجوية و احوال الطقس.

المحور الرابع :العراقيل التي تحول دون تردد و تصفح الجمهور الخارجي للصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك.

الجدول رقم (19):توزيع افراد العينة حسب متغير رؤيتهم لصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك انها منظمة من حيث ترتيب المعلومات

المعلومات	الترتيب	النسبة
تعم	21	30
لا	08	11,4
نوعا ما	41	58,6
المجموع	70	100

يتضح من خلال الجدول رقم (19)المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب رؤيتهم لصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك أنها منظمة من حيث ترتيب المعلومات، أن أعلى نسبة قدرت ب:58,6% بتكرار 41مفردة ترى أن معلومات صفحة الولاية على الفيسبوك ومنظمة نوعا ما و هو ما يؤكد أن السلطات الولائية تهتم بشكل كبير بالصفحة لما له من دور في تكوين صورة ذهنية حسنة لدى الجمهور الخارجي، ثم تليها نسبة 30% بتكرار 21 مفردة ممن يؤكدون أن معلومات الصفحة منظمة بطريقة جيدة تحفزك على إتمام التصفح و التجول داخلها، و اما بنسبة 11,4% بتكرار 8 مفردة يرون أن معلومات الصفحة غير منظمة و ليس لها طابع الجدية مما يؤثر على صورة السلطات الولائية.

الجدول رقم (20):توزيع افراد العينة حسب متغير ان سبق و راسلوا الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك :

هل سبق و راسلوا الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	التكرار	النسبة
نعم	17	24,3
لا	53	75,7
المجموع	70	100

يتضح من خلال الجدول رقم (20)المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب أن سبق و راسلوا الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك، أن أعلى نسبة قدرت ب:75,7% بتكرار 53 مفردة ممن ل يتصلوا بصفحة الولاية ربما بسبب

نقص الصدق و المصداقية فيها و أيضا بسبب عدم رد مسؤول الصفحة على تعليقاتهم، اما بنسبة 24,3% بتكرار 17 مفردة ممن اتصلوا بالصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك.

الجدول رقم (21): توزيع افراد العينة حسب متغير ان سبق و راسلوا الصفحة الرسمية لولاية قالمة في حالة الاجابة ب: نعم:

النسبة	التكرار	في حالة الاجابة بنعم فهل كان الرد
17,14	12	فوري
10	7	متأخر
14,28	10	لم يتم الرد
58,57	41	لا توجد اجابة
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (20) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب أن سبق و راسلوا الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك في حالة الإجابة ب: "نعم", أن أعلى نسبة قدرت ب: 58,57% بتكرار 41 مفردة ممن امتنعوا عن الإجابة، تليها نسبة 17,14% بتكرار 12 مفردة ممن تم الإجابة عليهم بشكل فوري و هذا مؤشر على اهتمام السلطات الولائية بالرد على انشغالات المواطنين و هذا ينعكس عليها بالإيجاب و يساهم في تحسين صورتها لدى جماهيرها و زيادة الثقة بينهما، ثم نسبة 14,28

% بتكرار 10 مفردة ممن لم يتم الرد عليهم، و اخيرا و بنسبة 10% بتكرار 7 مفردة ممن تمت الإجابة عليهم بشكل متأخر.

المحور الخامس: مواصفات الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك التي تساهم في تفعيل العلاقة بين السلطات الولائية وجمهورها.

الجدول رقم (22): توزيع افراد العينة حول متغير ما اذا كانت الواجهة الامامية تظهر الوجه الحقيقي للسلطات الولائية

النسبة	التكرار	الواجهة الامامية تظهر الوجه الحقيقي للسلطات الولائية
27,1	19	نعم
30	21	لا
42,9	30	نوعا ما
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (22) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حول ما إذا كانت الواجهة الأمامية تظهر الوجه الحقيقي للسلطات الولائية، أن أعلى نسبة قدرت ب: 42,9 بتكرار 30 مفردة يرون أن الواجهة الأمامية للصفحة تظهر نوعا ما الوجه الحقيقي للسلطات المحلية، وذلك لأنها تقوم بطرح مواضيع تمس انشغالات و مشاكل المواطنين وهو ما يزيد من فاعلية الصفحة، تليها نسبة 30% بتكرار 21 مفردة الذين نفوا أن تكون الواجهة الأمامية للصفحة تظهر الوجه الحقيقي للسلطات المحلية، و قد يكون ذلك راجع الى الاهتمام بشكل خاص بطرح مواضيع تخص نشاطات الوالي بصفة خاصة و تناسي المواضيع الواجب التطرق إليها، اما النسبة الأخيرة قدرت ب: 27,1% بتكرار 19 مفردة ممن يؤكدون أن الواجهة معبرة عن الوجه الحقيقي للسلطات المحلية الولائية.

الجدول رقم (23): اسباب اعتبار او عدم اعتبار الواجهة الامامية تظهر الوجه الحقيقي للسلطات الولائية

النسبة	التكرار	اسباب اعتبار او عدم اعتبار الواجهة الامامية تظهر الوجه الحقيقي للسلطات الولائية
14,28	10	قلة المصداقية
17,14	12	اكيد لا لأنه توجد بعض الخفايا الغير مصرح بها
5,71	04	نعم لأنها تضع الصورة الحقيقية للمقر الولاية و صور من نشاطاتها
5,71	04	تسعى الى تحسين سمعتها و صورتها
7,14	05	تقدم معلومات كثيرة حول الولاية
4,28	03	نقص الاحترافية و التصميم البسيط و الفعال
2,85	02	اخرى تذكر
42,85	30	لا توجد اجابة
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (23) المتعلق بأسباب اعتبار الواجهة الأمامية للصفحة تظهر الوجه الحقيقي للسلطات المحلية الولائية، يتبين من خلال الجدول أن أعلى نسبة قدرت ب: 42,85% بتكرار 30 مفردة ممن امتنعوا عن الإجابة، ثم تليها نسبة 17,14% بتكرار 12 مفردة ممن يرون أن الواجهة لا تعبر عن الوجه الحقيقي للسلطات المحلية ، لأنه توجد بعض الخفايا الغير مصرح بها من طرف الولاية، و تليها نسبة 14,28% بتكرار 10 مفردة ممن لا يعتبرونها الوجه الحقيقي للسلطات المحلية، لقلة المصادقية و الثقة، ثم تليها نسبة 7,14% بتكرار 5 مفردة ممن يرون أنها تقدم الوجه الحقيقي للسلطات، لأنها تقدم معلومات كثيرة حول الولاية، ثم تليها و بنسبة 5,71% بتكرار 4 مفردة ممن يرون أنها تظهر الوجه الحقيقي للسلطات، لأنها تضع الصورة الحقيقية لمقر الولاية و صور من نشاطاتها، و لأنها تسعى إلى تحسين صورتها لدى جماهيرها، و تليها نسبة 4,28% بتكرار 3 مفردة لا يعتبرون أن الواجهة الأمامية للصفحة لا تظهر الوجه الحقيقي، لأنها تعاني من نقص الاحترافية و التصميم البسيط و الفعال، و اخيرا و بنسبة 2,85% بتكرار 2 مفردة ذكر مبحوثين أن الصفحة لا تعبر على اي نوع من المسؤولية و اخر لا يعلم الوجه الحقيقي للسلطات المحلية.

الجدول رقم(24): يوضح اراء المبحوثين حول الشيء الذي يجذب في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

النسبة	التكرار	ما لذي يجذبك في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك
7,07	07	جودة التصميم و الاخراج
17,17	17	سهولة البحث و التصفح
11,11	11	تسهيل الاتصال مع الولاية
16,16	16	تجدد المعلومات
1,01	01	التطلع على اخبار الوالي فقط
47,47	47	الحصول على اخبار تخص الولاية
100	* 99	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (24) الذي يوضح اراء المبحوثين حول الشيء الذي يجذب في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك، أن أعلى نسبة قدرت ب: 47,47% بتكرار 47 مفردة هم الذين يجذبهم الحصول على اخبار تخص الولاية بدرجة أولى خاصة و أن عينة دراستنا مقتصرة على المتفاعلين مع الصفحة، ثم تليها نسبة 17,17% بتكرار 17 مفردة الذين يرون أن سهولة البحث و التصفح من الأشياء التي تجذبهم أثناء تحولهم في الصفحة و يجعلهم يتصفحون الموقع بسلاسة، ثم تأتي نسبة 16,16% بتكرار 16 مفردة فيرون أن تجدد المعلومات بشكل يومي هو ما يلفت انتباههم في الصفحة و ذلك ليكونوا على إطلاع دائم بكل ما هو جديد في

*نلاحظ ان مجموع التكرارات فاق مجموع القيمة المقدرة ب: 70 مفردة و هذا راجع لتأشير المبحوثين على اكثر من احتمال.

الولاية، تليها نسبة 11,11% بتكرار 11 مفردة من الذين يجذبهم في صفحة الولاية سهولة الاتصال بالولاية من خلال طرح انشغالاتهم عبر تعليقاتهم على منشورات الصفحة وارسالهم رسائل للصفحة، ثم تليها نسبة 7,07% بتكرار 7 مفردة رأّت أن جودة التصميم و الإخراج يساهم في جذب المتصفح للموقع لكنها نسبة ضئيلة و هو ما يدل على أن تصميم الصفحة لم يصل بعد إلى الوجه المطلوب، و اخيرا و بنسبة 1,01% بتكرار 1 مفردة يرى الباحث إن ما يجذبه في الصفحة هو التطلع على اخبار الولاية فقط و هذا راجع الى أن أغلبية المعلومات تخص الولاية و نشاطاته.

الجدول رقم(25): يوضح اراء الباحثين حول مضمون الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

النسبة	التكرار	مضمون الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك
39,41	54	نصوص
16,05	22	فيديوهات
42,33	58	صور
2,18	03	رسم كاريكاتيرية
100	* 137	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (25) الذي يوضح اراء الباحثين حول مضمون الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك، أن أعلى نسبة قدرت ب: 42,33% بتكرار 58 مفردة ترى أن صفحة الولاية تضم صور مثل صور للزيارات الميدانية للوالي واجتماعاته و أخرى لحملات النظافة التي تقام عبر الولاية و غيرها...، و تليها نسبة 39,41% بتكرار 54 مفردة يرون أن الصفحة عبارة عن نصوص تشرح نشاطات الولاية و غيرها...، تليها نسبة 16,05% بتكرار 22 مفردة ممن يقولون إن الصفحة تضم فيديوهات ربما تكون للوالي أثناء قيامه بزيارات أو ملتقى ، او مشاركة فيديوهات توعوية من صفحات اخرى، و اخيرا و بنسبة 2,18% بتكرار 3 مفردة يرون أن الصفحة تحتوي على رسوم كاريكاتيرية.

نلاحظ ان مجموع التكرارات فاق مجموع القيمة المقدرة ب: 70 مفردة و هذا راجع لتأشير الباحثين على أكثر من احتمال.

الجدول رقم(26):يوضح اراء المبحوثين حول متغير طريقة تصميم الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

طريقة تصميم الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك	التكرار	النسبة
جيدة	20	28,6
متوسطة	47	67,1
سيئة	03	4,3
المجموع	70	100

يتضح من خلال الجدول رقم (26) الذي يوضح اراء المبحوثين حول طريقة تصميم الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك، أن أعلى نسبة قدرت ب: 67,1% بتكرار 47 مفردة يرون أن صفحة الولاية مصممة بطريقة متوسطة، وذلك قد يكون راجع الى عدم استخدام تقنيات عالية في التصميم و الإخراج و عدم الاهتمام بالتفاصيل الصغيرة، انا نسبة 28,6% بتكرار 20 مفردة يقولون إن الصفحة مصممة بطريقة جيدة ، و تأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة 4,3% بتكرار 3 مفردة حسبهم أن الصفحة مصممة سيئة.

الجدول رقم(27):يوضح اراء المبحوثين حول متغير ما اذا كانت الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك تروج لصورة ذهنية حسنة لسلطات الولاية

الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك تروج لصورة ذهنية حسنة لسلطات الولاية		محليا		وطنيا	
نعم	لا	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
35	7	33	50	33	47,14
28	28	10	40	27	38,57
70	70	70	100	70	100

يتضح من خلال الجدول رقم (27) الذي يوضح اراء المبحوثين حول ما إذا كانت الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك تروج لصورة ذهنية حسنة للسلطات الولائية، يتبين من خلال قراءته أفقيا أن أعلى نسبة قدرت ب: 50% بتكرار 35 مفردة ممن يرون أن الصفحة تروج لصورة ذهنية حسنة للسلطات المحلية الولائية على المستوى المحلي، تقابلها نسبة 47,14% بتكرار 33 مفردة ممن يرون أن صفحة الولاية تروج لصورة ذهنية حسنة على المستوى الوطني، تليها نسبة 40% بتكرار 28 مفردة ممن يرون أن صفحة الولاية تروج لصورة ذهنية حسنة نوعا ما للسلطات المحلية على المستوى المحلي، لأنها تهتم بعرض كل ما هو جديد عن الولاية، و يقبلها بنسبة

38,57% بتكرار 27 مفردة ممن يرون أن صفحة الولاية تروج لصورة ذهنية حسنة نوعا ما للسلطات المحلية على المستوى الوطني و يرجع ذلك ربما لاتجاهات سياسية، و أخيرا و بنسبة 10% بتكرار 7 مفردة يرون أن صفحة الولاية لا تروج لصورة ذهنية حسنة للسلطات المحلية على المستوى المحلي لأنهم تنقصهم الخبرة في عرض المعلومات، و تقبلها بنسبة 14,28% بتكرار 10 مفردة من يرون أن صفحة الولاية لا تروج لصورة ذهنية حسنة للسلطات المحلية على المستوى الوطني بسبب نقص المعلومات الهامة و الواجب طرحها في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك.

الجدول رقم(28): يوضح اراء المبحوثين حول مدى تواصل الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مع المتصفحين

النسبة	التكرار	مدى تواصل الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مع المتصفحين
17,1	12	دائما
20	14	غالبا
31,4	22	احيانا
31,4	22	ابدا
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (28) الذي يوضح اراء المبحوثين حول مدى تواصل الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مع المتصفحين، أن أعلى نسبة قدرت ب: 31,4% بتكرار 22 مفردة يرون أن السلطات المحلية أحيانا ما تحاول أن تتواصل معهم من خلال صفحاتها على موقع الفيسبوك، وقد يكون ذلك من خلال طرحها لمواضيع متخصصة و تدفعهم من خلالها إلى طرح انشغالهم و بنفس النسبة السابقة ينفون تماما بأن هنا تواصل بينهم و بين السلطات المحلية من خلال الصفحة، و بنسبة 20% بتكرار 14 مفردة يرون أن صفحة الولاية تتواصل غالبا معهم ، و تليها نسبة 17,1% بتكرار 12 مفردة يؤكدون أن السلطات المحلية حريصة على التواصل معهم من خلال صفحاتها الرسمية على الفيسبوك و ذلك من أجل زيادة الثقة بينها و بينهم.

الجدول رقم(29): يوضح مدى تواصل الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مع المتصفحين في حالة الايجاب

من خلال	التكرار	النسبة
الحرص على حل مشاكلكم	15	21,42
حثكم على تقديم اقتراحاتكم و انشغالاتكم	22	31,42
الاجابة على تساؤلاتكم	15	21,42
ابرز اهم نشاطات الوالي و الولاية	2	2,85
ولا واحدة منهم	1	1,42
من اجل تقرب السلطات الولائية من المواطن و كسب ثقته	1	1,42
تقديم التعازي و بعض الحلول المتوصل اليها	1	1,42
لا توجد اجابة	13	18,57
المجموع	70	100

يتضح من خلال الجدول رقم (29) الذي يوضح مدى تواصل الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مع المتصفحين في حالة الايجاب، أن أعلى نسبة قدرت ب: 31,42% بتكرار 22 مفردة يؤكد من خلالها الباحثين أن السلطات المحلية الولائية تحثهم على تقديم اقتراحاتهم و انشغالاتهم، وتليها نسبة 21,42% بتكرار 15 مفردة يرى من خلالها الباحثين أن السلطات المحلية الولائية تحرص على حل مشاكلهم، و الإجابة على تساؤلاتهم، و تليها نسبة 18,57% بتكرار 13 مفردة و ممن امتنعوا عن الإجابة، ثم تليها نسبة 2,85% بتكرار 2 مفردة ممن يرون أن السلطات المحلية الولائية تبرز اهم نشاطات الوالي و الولاية، و اخيرا و بنسبة ضئيلة جدا قدرت ب: 1,42% بتكرار 1 مفردة يرون أن السلطات المحلية الولائية يرون أنها ولا واحدة منهم، و تقوم بتقديم التعازي و بعض الحلول المتوصل إليها، و من أجل تقرب السلطات الولائية من المواطن و كسب ثقته.

الجدول رقم(30):يوضح اراء الباحثين حول مدى حرص الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك على كسب ثقة المتصفحين من خلال ما تقدمه على صفحتها

النسبة	التكرار	حرص الصفحة الرسمية لولاية قالمة على كسب ثقة المتصفحين من خلال ما تقدمه على صفحتها
54,3	38	نعم
4,3	3	لا
41,4	29	نوعا ما
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (30) الذي يوضح اراء الباحثين حول مدى حرص الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك على كسب ثقة المتصفحين من خلال ما تقدمه على صفحتها، أن أعلى نسبة قدرت ب:3,54% بتكرار 38 مفردة يؤكدون على أن السلطات المحلية تحرص وتسعى جاهدة لكسب ثقة جماهيرها من خلال ما تقدمه من أشغال و حملات النظافة و تدشين مشاريع من طرف الوالي و غيرها، أما بنسبة 41,4% بتكرار 29 مفردة يرى من خلالها الباحثين أن السلطات المحلية أحيانا ما تحرص على كسب ثقتهم من خلال الصفحة، و اخيرا و بنسبة 4,3% بتكرار 3 مفردة ينفون أن السلطات المحلية تحرص على كسب ثقتهم من خلال صفحتها على الفيسبوك.

الجدول رقم(31): الاجابة على السبب

النسبة	التكرار	من خلال
11,42	08	توطيد العلاقة مع المواطن و معرفة انشغالاته
4,28	03	تقديم الجوانب الايجابية و الخدمات التي تقدمها الولاية و الوالي
1,42	01	معالجة المشاكل المطروحة
11,42	08	الترويج و تحسين الصورة الذهنية للسلطات الولائية
12,85	09	نقل المعلومات و كل ما هو جديد عن الولاية
14,28	10	اخرى تذكر
44,28	31	لا توجد اجابة
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(31)المتعلق بالإجابة على السبب، أن أعلى نسبة قدرت ب:44,28% بتكرار 31 مفردة ممن امتنعوا عن الإجابة، تليها و بنسبة 14,28% بتكرار 10 مفردة ذكر الباحثين أن السلطات المحلية

تقدم معلومات محدودة، واخرى يجب أن تكون هناك ثقة متبادلة بين الطرفين فيما يخص سرد المعلومات، و اخر يقول أن هناك نقص الشفافية ، ثم تليها نسبة 12,85% بتكرار 9 مفردة يرون أن الصفحة تحرص على نقل المعلومات و كل ما هو جديد، ثم تأتي نسبة 11,42% بتكرار 8 مفردة يرون الصفحة تحرص على توطيد العلاقة مع المواطن و معرفة انشغالاته، و الترويج و تحسين الصورة الذهنية للسلطات الولائية، ثم تأتي نسبة 4,28% بتكرار 3 مفردة يرون أن صفحة الولاية تريد تقديم الجوانب الإيجابية و الخدمات التي تقدمها الولاية و الوالي، و اخيرا و بنسبة ضئيلة قدرت ب: 1,42% بتكرار 1 مفردة يرى المبحوث إن السلطات المحلية تحرص من خلال صفحتها على الفيسبوك على معالجة المشاكل المطروحة.

الجدول رقم(32): يوضح اراء المبحوثين حول متغير تقييمهم لصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

التقييم	التكرار	النسبة
جيدة	18	25,71
حسنة	11	15,71
متوسطة	15	21,42
ضعيفة	06	8,57
بدون اجابة	20	28,57
المجموع	70	100

يتضح من خلال لجدول رقم(32) الذي يوضح اراء المبحوثين حول تقييمهم لصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك ، أن أعلى نسبة قدرت ب: 28,57% بتكرار 20 مفردة امتنعوا عن الإجابة ، ربما عدم تقييمهم للصفحة قد يكون ذلك راجع لأنهم يرونها بكامل المواصفات الجيدة ، او أن الصفحة بها العديد من الأخطاء ففضلوا الامتناع عن ابداء آراءهم ثم تليها نسبة 25,71% بتكرار 18 مفردة ممن يقيمون الصفحة بأنها جيدة تتخذها السلطات المحلية لتقريب لزيادة الثقة بينها و بين جماهيرها، تليها نسبة 21,42% بتكرار 15 مفردة ممن يقيمونها على أنها متوسطة و تحتاج إلى مزيد من التنوع في المعلومات من أجل زيادة مصداقيتها ، اما نسبة 15,71% بتكرار 11 مفردة ممن يقيم الصفحة بأنها حسنة و إيجابية من خلال ما تقدمه من تسهيل في تواصل السلطات المحلية مع جماهيرها ، و اخيرا و بنسبة 8,57 % بتكرار 6 مفردة يقيمون أن الصفحة على أنها ضعيفة ربما لأنهم لا يجدون المعلومات التي يحتاجونها فيها .

الجدول رقم (33): يوضح اقتراحات المبحوثين من اجل تفعيل طرق التواصل بين السلطات المحلية الولائية و جماهيرها المحلية

النسبة	التكرار	الاقتراحات
10	7	تخصيص منشورات لشكاوي المواطنين و ايجاد حلول لها و ابداء آرائهم
2,85	02	تخصيص منشورات لسبر اراء المواطنين حول المشاريع التي تعتمزم الولاية القيام بها
22,85	16	تخصيص ركن لانشغالات المواطنين و الاجابة عنها بسرعة لتسهيل التواصل بينهم
5,71	04	الرد على التعليقات في الصفحة و الوفاء بوعودها ميدانيا و ليس في العالم الافتراضي
15,71	11	الصدق و المصادقية في نشر الخبر دون الترويج لأي سلطة محددة
20	14	لا توجد اقتراحات
22,85	16	بدون اجابة
100	70	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (33) الذي يوضح اقتراحات المبحوثين من أجل تفعيل طرق التواصل بين السلطات المحلية الولائية و جماهيرها المحلية ، أن أعلى نسبة قدرت ب: 22,88% بتكرار 16 مفردة امتنعوا عن تقديم آرائهم و اقتراحاتهم لتفعيل طرق التواصل بينها وبين جماهيرها من خلال صفحتها على الفيسبوك ، و بنفس النسبة السابقة ممن يقترحون تخصيص ركن الانشغالات المواطنين والإجابة عنها بسرعة لتسهيل التواصل بينهم ، وذلك راجع لان مسؤولي عن الصفحة لا يردون على تعليقاتهم و انشغالاتهم ، تليها نسبة 20% بتكرار 14 مفردة يقولون إن ليس لديهم اقتراحات مناسبة ، ربما ذلك راجع إلى عدم اهتمامهم بالصفحة ، تليها نسبة 15,71% بتكرار 11 مفردة يقترحون أن تتحلى الصفحة بمزيد من الصدق و المصادقية في نشر الخبر دون الترويج لأي سلطة محددة ، و تأتي نسبة 10 % بتكرار 7 مفردة يقترحون تخصيص منشورات لشكاوي المواطنين و ايجاد حلول لها و ابداء آرائهم حول مواضيع تهمهم ، ثم تليها نسبة 5,71% بتكرار 4 مفردة ممن يقترحون التفاعل مع الجماهير و ذلك بالرد على تعليقاتهم و الوفاء بوعودها ميدانيا و ليس في العالم الافتراضي ، وأخيرا و بنسبة 2,85 % بتكرار 2 مفردة يقترحون تخصيص منشورات لسبر اراء المواطنين حول المشاريع التي تعتمزم الولاية القيام بها ، وذلك من أجل إشراك المواطنين في عملية التنمية و من أجل تحقيق الصالح العام.

النتائج العامة لاستمارة للاستبيان :

من خلال تحليل البيانات توصلنا الى مجموعة من النتائج اهمها :

- ان كل افراد العينة المتابعين للصفحة الرسمية هو مزيج متساوي من ذكور و اناث .
- و كذلك بالنسبة لسن افراد العينة فقد كان محصور من 18 سنة الى 39 مما يعني ان الفئة المتابعة الرسمية هي الفئة الشابة التي تستخدم بكثرة مواقع التواصل الاجتماعي .
- اما بالنسبة لأفراد العينة حسب مستواهم التعليمي ، فقد وجدنا ان اغلبهم من الفئة المثقفة ذات المستوى الجامعي .
- نظرا للإقبال الكبير لمواطني ولاية قالمة على موقع الفيسبوك لما له من مزايا لجأت الولاية الى استخدام هذا الموقع للتعريف بخدماتهم وتفاعلهم مع الجمهور .
- كذلك فإن موقع الفيسبوك حسب رأي الجمهور فهو عبارة صفحة لتزويدهم بالمعلومات اي انها اداة فعالة في توفير الجهد و الوقت .
- تهتم الصفحة بنشر و ابراز نشاطات الوالي بصفة اكثر عن غيرها من النشاطات .
- تتدفق المعلومات الخاصة بالصفحة بسهولة و سرعة اكبر من وسائل الاعلام المحلية لما لها من خصائص تجعلها تنفرد عن غيرها من الوسائل الاخرى .
- كما تعتبر الصفحة الرسمية على الفيسبوك مصدر اساسي للحصول على المعلومات عن الولاية و كما يخصها .
- ان الواجهة للصفحة تظهر نوعا ما الوجه الحقيقي للسلطات المحلية و ذلك لأنها تقوم بطرح مواضيع تمس انشغالات و مشاكل المواطنين بصفة اكبر فقد ركزت على ابراز نشاطات الوالي وتناسي المواضيع التي تثير اهتمام الجمهور بصفة اكبر .
- تحرص الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك على كسب ثقة المتصفحين من خلال ما تقدمه من جوانب ايجابية و خدمات الولاية و الوالي ، و محاولة توطيد العلاقة مع المواطنين و معرفة انشغالاتهم .
- من اجل تفعيل طرق التواصل بين السلطات المحلية و جماهرها وضع البعض من المبحوثين اقتراحاتهم منها تخصيص منشورات لشكاوي المواطنين ، و كذا الصدق والمصادقية في نشر الخبر دون الترويج لأي سلطة محددة و تخصيص منشورات لسير آراء المواطنين ، بغية اشراكهم في عملية التنمية و تحقيق الصالح العام .

المبحث الثاني : نتائج الدراسة التحليلية للصفحة

الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

التعريف بالصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

عرض و تحليل نتائج الدراسة

أولاً: فئات الشكل

- اللغة المستخدمة
- أشكال النشر على الصفحة
- طبيعة الموضوع المنشور
- التفاعل مع الصفحة
- درجة المزامنة

ثانياً: فئات المضمون

- القضايا التي تعالجها الصفحة
- الجمهور المستهدف
- الهدف من المنشور

ثالثا: فئة الاتجاه

● الاتجاه نحو السلطات المحلية

● الاتجاه نحو المجتمع المدني

رابعا: فئة الفاعل

● الأطراف البارزة في المضمون

● فئة المصدر

مناقشة النتائج

تمهيد:

أصبح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أمرا ضروريا خاصة موقع الفيسبوك من طرف السلطات المحلية و خاصة الولاية و ذلك لغرض عرض أخبارها و نشر نشاطاتها بهدف تقرب السلطات المحلية من المواطن و زيادة الثقة بينهما ، فالسلطات المحلية لولاية قالمة انشاءت صفحة تواصلية عبر الفيسبوك من أجل التفاعل و الاستجابة لمطالب و شكاوي المواطنين.

أولا : تعريف الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

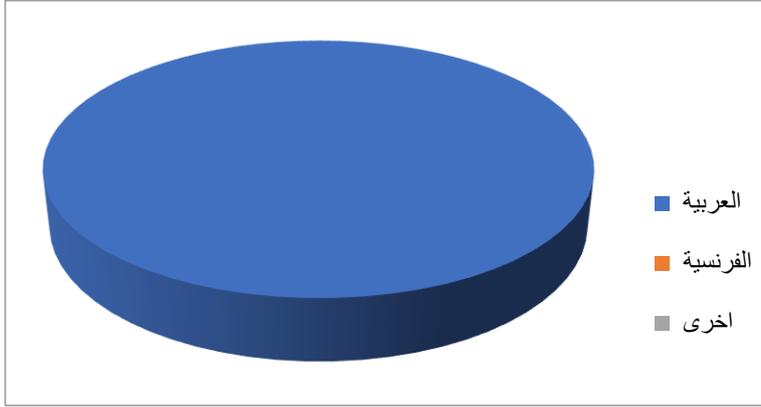
هي موقع رسمي على شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك ، تحتوي على معلومات و مواضيع و نشاطات و زيارات الميدانية لوالي الولاية و خدماتها التي تتم على مستوى اقليم الولاية، أنشأت في ماي 2017 بهدف تعريف بنشاطاتها و تقريب الادارة من المواطن و زيادة الثقة و نشر كل ما يتعلق بهذا الاخير و الرد على استفساراته و انشغالاته¹.

1- مقابلة مع المسؤول عن الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك, حمزة بوخناف , المقر الرسمي لولاية قالمة, بتاريخ 21 مارس 2019 , 11:00.

عرض و تحليل النتائج

أولاً: فئات الشكل

جدول رقم (34) يوضح اللغة المستخدمة في عينة الدراسة

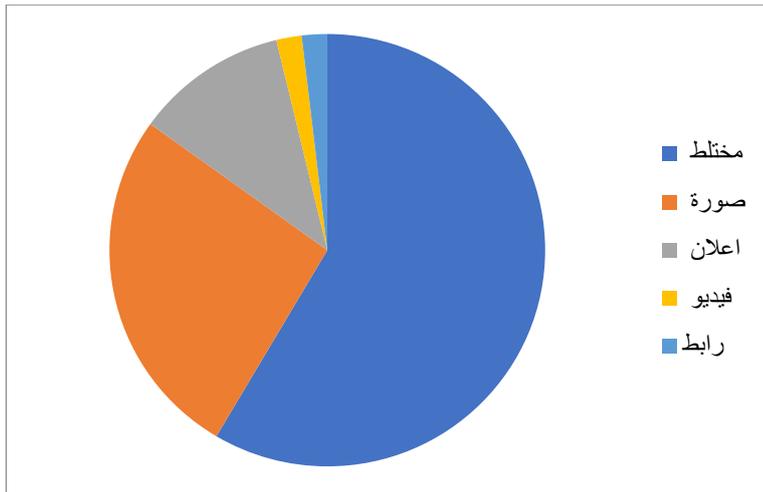


اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة
العربية	53	100
الفرنسية	00	00
اخرى	00	00
المجموع	53	100

شكل رقم (01) يوضح اللغة المستخدمة في الصفحة

يتبين من الجدول و الشكل رقم (34) ان اللغة السائدة في عرض منشورات الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك هي اللغة العربية و التي قدرت بنسبة 100% ، وهذا يعني أن الصفحة الرسمية لولاية قالمة تعتمد اعتمادا كلي على اللغة الرسمية في نشر مضامينها.

الجدول رقم (35) يوضح أشكال النشر

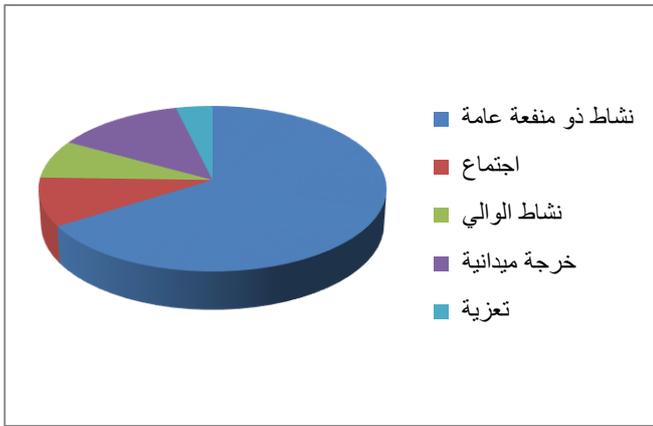


نوع المنشور	التكرار	النسبة المئوية
صورة	14	26,41
فيديو	1	1,88
مختلط	31	58,49
اعلان	6	11,32
رابط	01	1,88
المجموع	53	100

الشكل رقم (02) يوضح نوع المنشور

تشير الأرقام المسجلة من خلال الجدول و الشكل رقم (35) أن الشكل المستخدم لعرض اغلب المنشورات هو تعدد الوسائط (مختلط صورة +نص) بنسبة 58,49%، تليها الصورة بنسبة تقدر ب 26,41% ، بينما بلغت نسبة الاعلان 11,32% ، و اما نسبة الفيديو و الرابط فحتلا اخر نسبة ب 1,88%، مما يدل على أن الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك تعتمد بشكل أساسي في نشر منشوراتها على المزيج المختلط (صورة + نص) لان الصورة تتميز بقدرتها على جلب انتباه المتابعين للصفحة كما أنها تعبر عن ألف كلمة و كلمة بينما يساهم النص في إيصال المعلومة بشكل دقيق و واضح.

الجدول رقم (36) يوضح طبيعة الموضوع المنشور



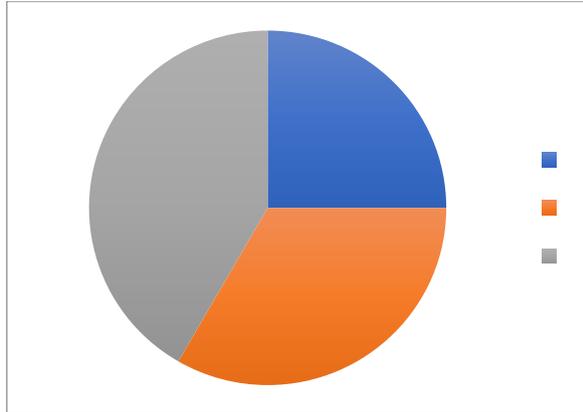
الشكل رقم (03) يوضح طبيعة الموضوع المنشور

طبيعة الموضوع المنشور	التكرار	النسبة المئوية
نشاط ذو منفعة عامة	35	66,03
اجتماع	5	9,43
نشاط الوالي	4	7,54
خرجة ميدانية	7	13,2
تعزية	2	3,77
المجموع	53	100

نلاحظ من خلال الجدول و الشكل رقم (36) أن الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك تركز على نشر و عرض نشاطات ذو منفعة عامة و التي تقدر ب 66,03%، مقارنة مع الاحتمالات الأخرى ، وهذا راجع إلى أن الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك تهتم بحملات و نشاطات ذات منفعة عامة التي تقام على مستوى بلديات و دوائر الولاية ، و كذا الحملات التطوعية التي يشارك حتى المواطن فيها.

و هذا يدل على أن الصفحة تهدف إلى إبراز مختلف نشاطاتها عبر كامل اقليم ولاية قالمة ، ووقفا على ما ذكره المسؤول عن الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك أن الوالي هو الذي أمر كل إدارة البلديات و الدوائر بنشر كل الاشغال التي يقومون بها عبر صفحاتهم الرسمية على الفيسبوك.

الجدول رقم (37) يوضح تفاعل الجمهور مع المنشور



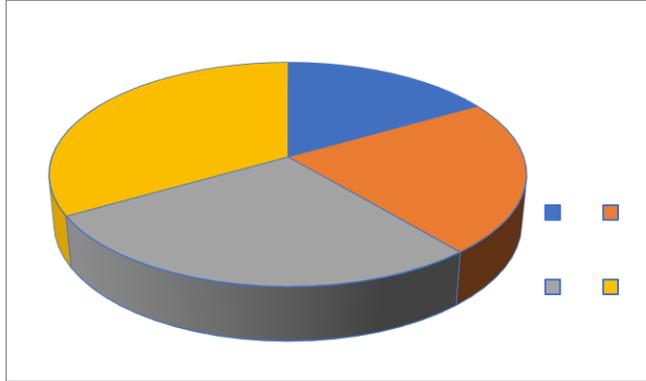
الشكل رقم (04) يوضح تفاعل مع المنشور

النسبة المئوية	التكرار	التفاعل مع المنشور
87,41	5760	اعجاب
9,04	596	تعليق
3,53	233	مشاركة
100	6589	المجموع
72,53	17398	مشاهدة

نرى في الجدول و الشكل رقم (37) الموضوع أعلاه أن عدد الاعجابات بالمنشورات التي تنشرها الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك تمثل أعلى نسبة قدرت ب 87,41%، و هذا يدل على أن نسبة المتابعين للمنشورات الصفحة عالية، ثم يليها متغير التعليقات بنسبة 9,04% نظرا لان بعض التعليقات يتم حذفها من قبل مسؤولي الصفحة، و هذا ما أكده المسؤول عن الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك في تصريحه: " أنه يتم حذف التعليقات المخلة بالاحترام محافظة على الوجه المحترم لصفحة لأئها صفحه تمثل الدولة " (انظر الملحق رقم 3)، ثم تليها نسبة المشاركة التي قدرت ب 3,53% و هذا يعني أن عدد مشاركة المنشور كانت ضعيفة، اما نسبة المشاهدة الفيديو لم يتم ادراجها في الجدول كحالة استثنائية لأن نسبة مشاهدة الفيديو المرتفعة لم تكن محصورة على متابعي الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك، و هذا راجع الى أن الفيديو تمت مشاركته من صفحة رسمية أخرى.

الجدول رقم (38) يوضح درجة المزامنة

درجة المزامنة	التكرار	النسبة المئوية
فورية	7	13,2
قصيرة	28	52,83
طويلة	12	22,64
غير موجودة	6	11,32
المجموع	53	100



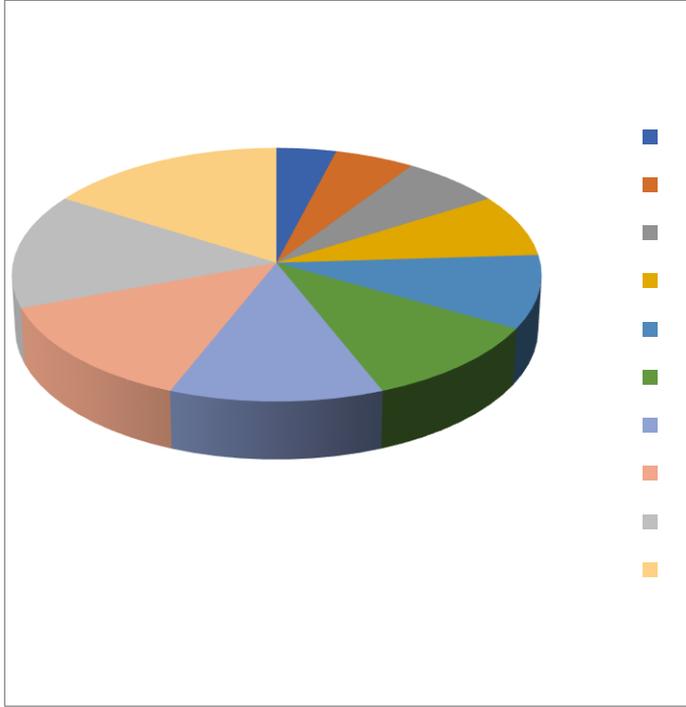
الشكل رقم (05) يوضح درجة المزامنة

نلاحظ في الجدول و الشكل رقم (38) أن درجة المزامنة بعد المقارنة بين وقت النشر و مزامنته الوقت الأصلي المذكور فالمنشور نلاحظ انها كانت قصيرة بنسبة 52,83%، و هذا يدل على أن مسؤولي الصفحة حرصين على إطلاع جمهور المتابعين بكل نشاطات و الوالي و الولاية في وقتها المناسب تليها نسبة درجة المزامنة طويلة بنسبة 22,64% و هذا راجع إلى التأخر المسؤولين عن الصفحة في مشاركة المنشورات من الصفحات الرسمية للدوائر و البلديات، اما بنسبة 13,2% فدرجة المزامنة كانت فورية ، و اخيرا و بنسبة 11,35% فكانت منشورات ليس لها ارتباط بدرجة المزامنة.

ثانيا: فئة المضمون

1- فئات الموضوع

الجدول رقم (39) يوضح القضايا التي تعالجها الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

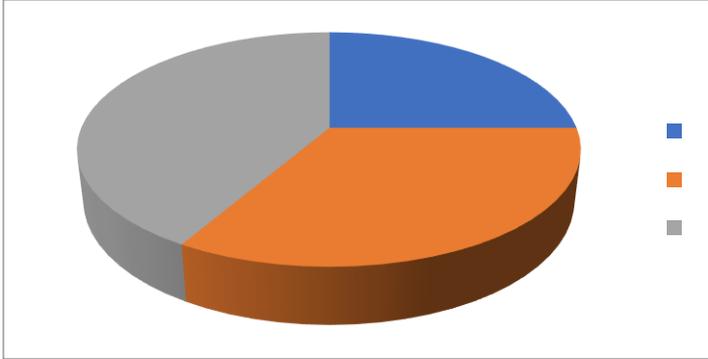


الشكل رقم (06) يوضح القضايا التي تعالجها الصفحة

نلاحظ من خلال الجدول و الشكل رقم (39) أن أغلب القضايا التي تعالجها و تطرحها الصفحة هي قضايا بيئية بنسبة 28,3% وهي متعلقة بحملات النظافة للأحياء و الشوارع و هذا راجع لان ولاية قالمة تعاني كثيرا من نقص في هذا الجانب، ثم تليها نسبة 13,2% القضايا الاجتماعية و التعليمية و الاقتصادية ، اما نسبة 9,43% فكانت للقضايا الرياضية ، و بنسبة 7,54% فكانت للقضايا السياسية، و بنسبة 5,66% للقضايا الدينية ، و القضايا الإنسانية كانت بنسبة 3,77%، و اخير و بنسبة 1,88 فكانت للقضايا الوطنية، و مما يمكن ملاحظته هو انا الصفحة الرسمية لولاية قالمة تعالج و تنشر القضايا التي تمس المواطن القالمي بمختلف أنواعها ، و

هذا ما يدل على أن الصفحة تهتم بشكل كبير بالتنوع و الإمام بكافة القضايا التي تساهم و بشكل كبير في زيادة الثقة بينها و بين متابعيها.

الجدول رقم (40) يوضح الجمهور المستهدف

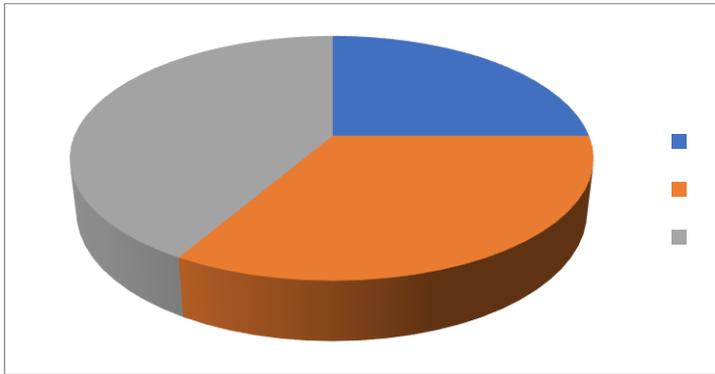


الشكل رقم (07) يوضح الجمهور المستهدف

النسبة المئوية	التكرار	الجمهور المستهدف
77,35	41	عامه الناس
18,86	10	جهات رسمية
3,77	2	جهات خاصة
100	53	المجموع

يتبين من خلال الجدول و الشكل رقم (40) أن الجمهور المستهدف من المنشورات كانت لعمامة الناس و ذلك بنسبة 77,35%، وتليها الجهات الرسمية بنسبة 18,86%، و تليها اخيرا الجهات الخاصة بنسبة 3,77%، وهذا راجع إلى أن القائمين على الصفحة يهتمون و يستهدفون بمنشوراتهم عامة الناس بالدرجة الأولى.

الجدول رقم (41) يوضح الهدف من المنشورات



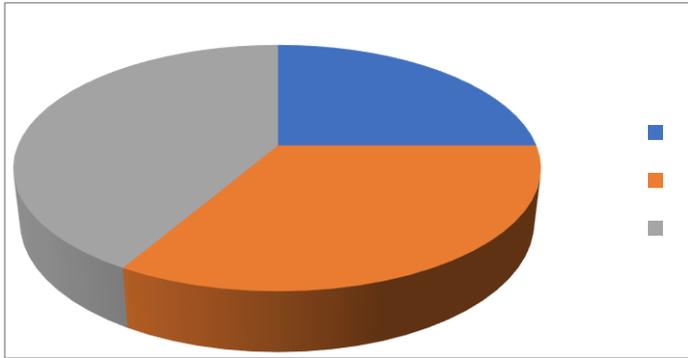
الشكل رقم (08) يوضح الهدف من المنشورات

النسبة المئوية	التكرار	الهدف من المنشور
79,24	42	اعلامي
7,54	4	ارشادي
5,66	3	تذكيري
7,54	4	توجيهي
100	53	المجموع

تشير إحصائيات الجدول و الشكل رقم (41) أن الاهداف التي تسعى الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك الى تحقيق أهداف إعلامية حيث بلغت نسبتها ب 79,24%، ثم تليها في المرتبة الثانية التوجيه بنسبة قدرت ب 7,69%، اما الإرشاد و التذكير فقد احتلت المرتبة الثالثة و الأخيرة بنسبة قدرت ب 5,76%، مما يعني أن الصفحة الرسمية لولاية قالمة إعلامية بالدرجة الأولى.

2- فئات الاتجاه

الجدول رقم (42) يوضح الاتجاه نحو السلطات المحلية

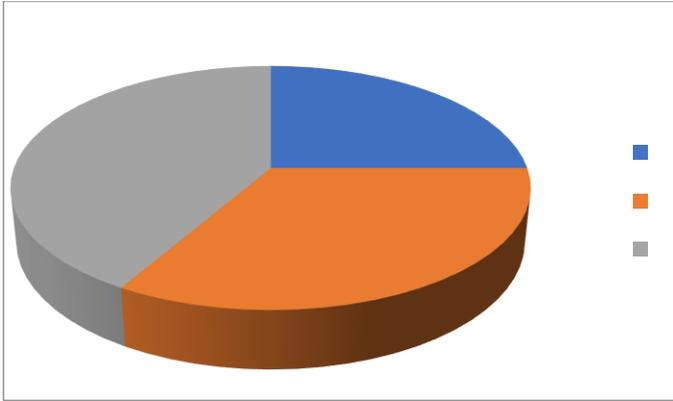


الشكل رقم (09) يوضح الاتجاه نحو السلطات المحلية

النسبة المئوية	التكرار	الاتجاه نحو السلطات المحلية
98,11	52	الايجابي
1,88	1	السلبي
0	0	المحايد
100	53	المجموع

نرى في الجدول و الشكل رقم (42) الموضح أعلاه أن الاتجاه نحو السلطات المحلية الولائية كان ايجابي بنسبة كبيرة قدرت ب 98,11% و ذلك من خلال ملاحظة الاعجابات و التعليقات ، ثم يليها الاتجاه السلبي بنسبة ضئيلة جدا قدرت ب 1,88%، و لا وجود للاتجاه المحايد، مما يعني أن السلطات المحلية الولائية تمنح لمتابعيها مساحة قليلة من التعبير عن آرائهم و اتجاهاتهم و انها توجه هذه الآراء و تتحكم فيهم من خلال حذف اي تعليق سلبي قد يمس بصورتها أمام الرأي العام القلمي .

الجدول رقم (43) يوضح الاتجاه نحو المجتمع المدني



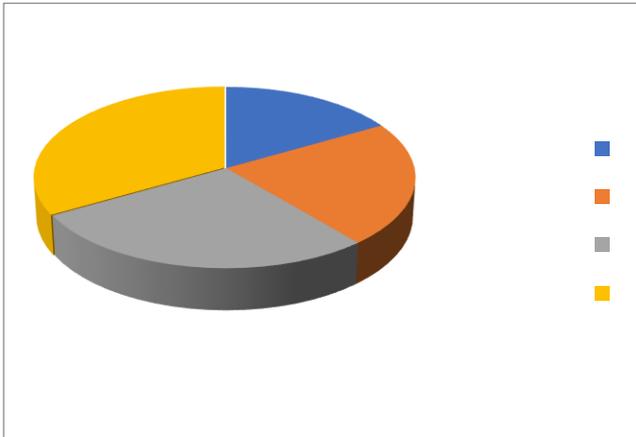
النسبة المئوية	التكرار	الاتجاه نحو المجتمع المدني
100	53	ايجابي
0	0	سلبي
0	0	محايد
100	53	المجموع

الشكل رقم (10) يوضح الاتجاه نحو المجتمع المدني

يتضح من الجدول و الشكل رقم (43) أن الاتجاه نحو المجتمع المدني ايجابي بنسبة كبيرة قدرت ب 100% و هذا يوضح أن الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك تسعى جاهدة لكسب ثقة جماهيرها و متابعيها و تزويدهم بالمعلومات التي يحتاجونها.

3- فئات الفاعل

الجدول رقم (44) يوضح الاطراف البارزة في المضمون



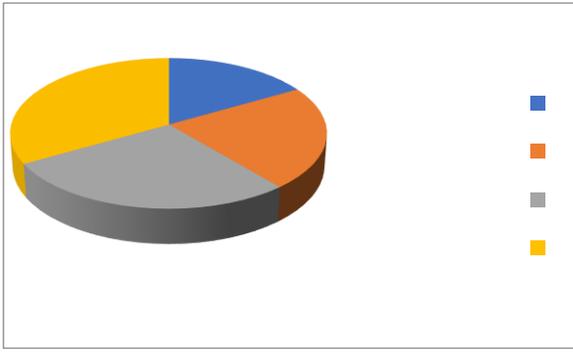
النسبة المئوية	التكرار	الاطراف البارزة المضمون
11,32	6	الوالي
1,88	1	المسؤولين
18,86	10	الوالي + المسؤولين
67,92	36	لا توجد
100	53	المجموع

الشكل رقم (11) يوضح الاطراف البارزة في المضمون

يتضح من خلال الجدول و الشكل رقم (44) أنه لا توجد أي اطرف بارزة في مختلف مضامين الصفحة وذلك بنسبة قدرت ب 67,92%، ثم تليها نسبة 18,86% و هم اكثر الاطراف البارزة في مضمون الصفحة هم الوالي و المسؤولين من خلال زيارتهم الميدانية أو من خلال الاجتماعات التي يقومون بها على مستوى الولاية، و اخيرا الاطراف البارز ايضا هو الوالي بنسبة قدرت ب 11,32%، مما يدل على أن الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك تحتم بنشر و ابراز نشاطات الوالي و الولاية من أجل كسب و تأييد جماهيرها المحلية.

الجدول رقم(45)يوضح مصدر الخبر

مصدر الخبر	التكرار	النسبة المئوية
الصفحة الرسمية للولاية	24	45,28
صفحات رسمية	25	47,16
نقل من مصادر اعلامية	2	3,77
صفحات اخرى	2	3,77
المجموع	53	100



الشكل رقم (12) يوضح مصدر الخبر

يتضح من خلال الجدول و الشكل رقم (45) الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك تنشر مضامين صفحات رسمية أخرى بنسبة قدرت ب 47,16% فهي تقوم بمشاركة منشورات الصفحات الرسمية لبلديات و دوائر الولاية، ثم اما نسبة 45,28% فكانت مصدر الاخبار هي نفسها الصفحة الرسمية لولاية قلمة، و اخيرا يتم نقل الاخبار من مصادر إعلامية و صفحات اخرى بنسبة قدرت ب 3,77%، و هذا يدل على أن القائمين على الصفحة الرسمية لولاية قلمة يعيرون اهتمام كبير بذكر المصادر التي يقومون بنشرها و مشاركتها على صفحاتهم مما يزيد من مصداقيتها و رسميتها.

• نتائج العامة لتحليل مضمون :

- من خلال تحليل مضمون الصفحة الرسمية لسلطات المحلية لولاية قلمة توصلنا الى النتائج التالية :
- ان اللغة التي تستخدمها هي اللغة العربية بحيث تعتبر اللغة الرسمية فهي سهلة و بسيطة .
- وكذا تعتمد بشكل اساسي في نشر منشوراتها على المزيج المختلط من صورة ونص.
- كما تهتم كذلك بنشر موضوعات تخص حملات و نشاطات ذات منفعة عامة بصفة كبيرة .
- يحرص مسؤولي الصفحة على اطلاع جمهورها المتابع بكل النشاطات في وقتها المناسب وقد كانت درجة مزامنة الخبر بالنسبة لوقت النشر تقدر بفترة قصيرة .
- ان اغلب القضايا التي تعالجها وتطرحها الصفحة هي قضايا بيئية بنسبة كبيرة وهي متعلقة معظمها بحملات النظافة .
- تمثلت اغلب مصادر النشر للصفحة في مضامين مأخوذة من صفحات اخرى تابعة للولاية من بلديات و دوائر.

• النتائج العامة للدراسة:

بعد القراءة و التحليل و التفسير لنتائج جداول استمارة الاستبيان و نتائج تحليل مضمون, يمكن الاجابة على التساؤلات الفرعية لدراستنا و ايجاز أهم نتائج هذه الدراسة في النقاط التالية:

- من بين الدوافع التي ادت الى استخدام السلطات العمومية لوسائط الاعلام الجديد للتفاعل مع جمهورها هي سهولة الاتصال مع المواطن و التأثير فيه ، كما تعتبر وسيط للإعلام عن العمل بشفافية ، كما تسهل عمل الادارة وتقربها من المواطن ،اضافة الى كسر الجمود و الحواجز الرسمية الموجودة بينهما.

- الاشباع المحققة للسلطات العمومية من خلال استخدامها لموقع الفيسبوك في التفاعل مع جمهورها تمثلت في تقريب الادارة من المواطن ،وتسهيل العمل وذلك بتجنب الفوضى و المشاكل عن طريق امتصاص غضب المواطن من خلال اعلامه بالمشاريع و النشاطات و الاستفادة من اقتراحاته, كذلك يسرت سبل التواصل مع الادارات الاخرى منها البلديات و الدوائر ...

- ساهمت الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك ،في تدعيم سياسة انفتاح ادارة السلطات العمومية الولائية على محيطها الداخلي و الخارجي ، و ذلك من خلال اتاحة فرصة التعرف على الولاية و نشاطاتها ،وزيادة الثقة بينها السلطات و بين جماهيرها و الاطلاع على انشغالات الجمهور الخارجي من خلال الشكاوي المطروحة و الاقتراحات التي تصلهم عبر الصفحة عن طريق التعليقات و الرسائل الخاصة.

- ان الصفحة الرسمية ثرية بالمعلومات الى حد كبير من ناحية ترويجها لنشاطات الوالي و هذا راجع الى محاولة خلق وتكوين صورة ذهنية حسنة للسلطات الولائية و الوالي ومن ناحية اخرى فهي تعتبر ثرية الى حد ما و هو ما يتمثل في نشرها لانشغالات و مطالب المواطنين و آرائهم واقتراحاتهم .

من خلال محصلة النتائج و على ضوء التساؤلات يمكن القول بأن الاشكالية الرئيسية لدراستنا و التي مفادها, كيف تستخدم السلطات الولائية العمومية لولاية قالمة موقع الفيسبوك لتفاعل مع جمهورها المحلي ؟, فقد تحققت انطلاقا من الاجابة عن تساؤلات الفرعية و بشكل مباشر على صحة الاشكالية الرئيسية و بالتالي يمكن القول بأن استخدام السلطات الولائية العمومية لولاية قالمة صفحة رسمية على الفيسبوك قد زاد من فاعلية الاتصال بينها و بين جماهيرها المحلية رغم أن معظم منشورات الصفحة تركز بشكل مبالغ و اساسي على ابراز الصورة الطيبة لوالي الولاية كشخصية ناشطة و فعالة تخدم المجتمع المحلي, الا أنها تبقى أداة فعالة قد ساهمت في كسر الحواجز الرسمية و وطدت روابط الثقة بينها و بين جماهيرها و ساهمت كذلك في تقريب الادارة من المواطن.

الاقتراحات و التوصيات :

وفي الختام هناك مجموعة من الاقتراحات و التوصيات خرجنا بها من خلال دراستنا هذه للارتقاء بمستوى الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك و منها ما يلي :

- التأكيد على استخدام وسائل الاعلام الجديد في كافة قطاعات العمل الاداري
- تعظيم الاستفادة من وسائل الاعلام الجديد في ابراز النشاطات و الخدمات التي تقدمها السلطات المحلية .
- الحرص على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الاخبار و المعلومات التي يريد ان يتحصل عليها الجمهور المحلي .
- الحرص على استفادة المواطن من الفيسبوك في الجوانب المهنية و العلمية و عدم اقتصار النظر لها على انها موقع ترفيهي .
- اعتماد على موقع الفيسبوك كقناة اتصال رسمية بين المؤسسات و الجهات الرسمية و غير الرسمية والمنظمات الحكومية و غير حكومية .
- الاعتماد على الفيسبوك لتقريب الادارة من المواطن
- التنويع في نشر معلومات و اخبار حول السلطات الولائية .
- الرد على تساؤلات و استفسارات المتابعين للصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك بشكل منظم و تقديم خدمة مرجعية لهم بجميع اشكالها.

الخاتمة :

من خلال ما سبق و ختاماً لموضوعنا ، حاولنا إلقاء الضوء حول استخدام السلطات العمومية لموقع الفيسبوك للتفاعل مع جمهورها المحلي، وكذا الكشف عن أهمية استخدام هذا الموقع في تفعيل العلاقة بين الإدارة و المواطن ، حيث كلما زاد التواصل كلما زادت فاعلية و درجة استيعاب الادارة للمواطن و انشغالاته و زيادة الثقة بينهم ،و كسر الحواجز الرسمية و الخروج من التعاملات الروتينية الجامدة التي تحد من حرية تعبير هذا الأخير إزاء الأوضاع التي يعيشها .

حيث ساهمت الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك في تدعيم سياسة انفتاح الادارة المحلية على محيطها الداخلي و كذا الخارجي و ذلك بنشر مختلف الأنشطة و الاعمال التي تتم على مستوى الولاية ، و نشر ايضا كل ما يتعلق بوالي الولاية و مختلف نشاطاته من اجتماعات و زيارات ميدانية على صفحتها الرسمية .

مما يمكن القول إن الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك قد زادت من فاعلية الاتصال بين السلطات الولائية و جماهيرها المحلية و ساهمت كذلك بشكل كبير في تحسين صورة والي ولاية قلمة ، و هذا راجع إلى أن معظم منشورات الصفحة غلبت عليها نشاطات الوالي مما أدى إلى قلة نشر المواضيع التي تهم المواطنين بشكل أساسي ، لذا ينبغي زيادة النشر بصفة مكثفة حول ما يهم المواطن بالدرجة الأولى و الإجابة عن استفساراته و شكاويه ، و ذلك بهدف الموازنة بين المنشورات التي تخص نشاطات والي الولاية و المنشورات التي تخص الصالح العام من أجل تفادي الوقوع في اشكالية استغلال الصفحة الرسمية لولاية قلمة لرسم صورة مثالية و لامعة لاحد الطرفين - السلطة و شخص الوالي - إلا ان اللجوء الى صفحة رسمية على الفيسبوك يبقى أداة فعالة ساهمت في تقريب الادارة من المواطن و إعادة بناء علاقة ذات درجة معينة من المصداقية و الشفافية بين السلطات الولائية و جماهيرها المحلية .

قائمة

المصادر والمراجع

- القرآن الكريم :

1. سورة البقرة الآية 107

- المعاجم :

1. إبراهيم مذكور : مجمع اللغة العربية ،المجمع الفلسفي
2. جمال الدين بن مكرم منظور :لسان العرب ط 15
3. طارق سيد احمد الخليل : معجم مصطلحات و الاعلام .
4. معجم المعاني الجامع 26 - 03 - 30 / 3 - 1 - 2019
5. [Https://w.w.w.almany.com/ar/dict/ar-ar](https://w.w.w.almany.com/ar/dict/ar-ar)

- الكتب العربية :

1. ابو منصف :مدخل للتنظيم الاداري و المالية العامة
2. احمد عياد: مدخل الى منهجية البحث الاجتماعي ط2
3. حسين شفيق :نظريات الاعلام .
4. حسين مصطفى حسين : الادارة المحلية المقارنة ط2.
5. عبد الكريم عاشور : دورة الادارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية
6. علاء الدين عيشي : والي الولاية في التنظيم الاداري الجزائري .
7. محمد الصغير بعلي: كتاب 1 الولاية في القانون الاداري الجزائري .
8. محمد الصغير بعلي: القانون الاداري .
9. محمود محمد سفر : الاعلام موقف
10. منال مزاهر: بحوث الاعلام " الاسس والمبادئ".
11. نادية سعيد عيشور : منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية .
12. ناصر لباد: القانون الاداري "التنظيم الاداري "
13. ياس حضير البياتي :الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة ط1

– الكتب الاجنبية:

1. la participation des citoyens a la vie publique au niveau local- recommandation rec "200" et rapport explication conseil of europe publishing editions du conseil de l'euroop.

– المجالات و الصحف و التقارير الالكترونية :

1. بشرى جميل اسماعيل: مدخل للإعلام الجديد "المفهوم و النماذج " ، "مجلة البحث العلمي " .
2. سميرة شيخاني :الاعلام الجديد في عصر المعلومات ، "مجلة دمشق"
3. محمد محمود الطعمانة : نظم الادارة المحلية في الوطن العرب "ملتقى"
4. مهى فالح ساق الله :تقرير عن ماهية الاعلام الجديد.
5. نسرين حسونة : الاعلام الجديد المفهوم الوسائل الخصائص و الوظائف .
6. ياس خضير البياتي: الاعلام الجديد و عصر صحافة المواطن ، "صحيفة".

– الرسائل العلمية :

1. اسماء بركاني: استخدامات وسائط الاعلام الجديد لتطوير رأس مال العلائقي بالمؤسسات الناشئة .مذكرة ماستر
2. تويمية اسماء: واقع الاتصال بين الادارة المحلية الجزائرية والمواطن .مذكرة ماستر .
3. عبد القادر عبان :تحديات الادارة الالكترونية بالجزائر ،دراسة سوسيولوجية لبلدية الكاليتوس العاصمة .اطروحة دكتورا .
4. فريد السباعي نمر النقار :تقييد السلطة التنفيذية في التشريع الاسلامي .
5. فوزية عكاك :القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية، اطروحة دكتورا
6. محمود نمر النقار: تقييد السلطة التنفيذية في التشريع الاسلامي ،اطروحة ماجستير.

–المواقع الإلكترونية:

1. القانون 90 – 9 المتعلق بالولاية من الجريدة الرسمية ،العدد 15 .
2. المرسوم التنفيذي رقم 90 – 230 – يحدد احكام القانون الاساسي الخاص بالمناصب و الوظائف العليا في الإدارة المحلية .،من الجريدة الرسمية عدد 31

3. المرسوم التنفيذي 88 - 131 - المتعلق بتنظيم الإدارة بالمواطن، الجريدة الرسمية العدد 41 .

4. الموقع الإلكتروني لولاية قالمة، . w.w.w.wilaya-geulma.dz

5. موسوعة ويكيبيديا، <https://ar.wikipedia.org/wiki>

6. <https://w.w.w.almaany.com/ar/dict/ar-ar>

7. <http://blog.amin.org/nisreenhassouna/2014/04/07>

الملاحق

الملحق رقم (01)



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان بعنوان:

استخدام السلطات الولائية لوسائل الاعلام الجديد في
تفاعلها مع جمهورها الخارجي
دراسة ميدانية وتحليلية للصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك
ومتابعتها

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر اتصال وعلاقات عامة.

تحت إشراف:

- د / عبد الرزاق حموش

من إعداد الطلبة:

- شوارفة زكية
- دواخة فلة
- عمران وسيلة

السنة الجامعية:

2019-2018

المحور الأول: بيانات شخصية

(1) الجنس: ذكر أنثى

(2) السن:

(3) المستوى التعليمي:

المحور الثاني: الأهمية التي تكتسبها الصفحة الرسمية لولاية قالمة، على الفيسبوك عند جمهورها الخارجي.

(4) هل أنت من متصفحي موقع الفيسبوك؟

دائماً غالباً أحياناً

(5) هل تعتقد أن موقع الفيسبوك هو؟

- صفحة لتزويد المتصفح بالمعلومات.

- وسيلة تساهم في تكوين صورة ذهنية حسنة للسلطات الولائية لولاية قالمة.

- أداة فعالة لتوفير الوقت والجهد عند البحث عن المعلومات الخاصة بالسلطات الولائية لولاية قالمة.

- أداة يستعملها المتصفح للاتصال بالسلطات الولائية لولاية قالمة.

- أخرى تذكر:

(6) فيما يتمثل هدف الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك؟

- التعريف بالولاية ونشاطاتها.

- زيادة الثقة بين السلطات الولائية وجمهورها.

- التعرف على خدمات الوالي ونشاطاته.

- الإجابة على أسئلة المتصفحين.

- الاطلاع على انشغالات الجمهور الخارجي.

- أخرى تذكر:

(7) هل تتصفح الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك؟

دائماً غالباً أحياناً

(8) هل ترى أنه ينبغي عليك الاطلاع على المعلومات المتاحة في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك؟

دائماً غالباً أحياناً أبداً

لماذا؟

(9) هل ترى أن الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مصدر مهم تحصل منه على المعلومات؟

دائماً غالباً أحياناً أبداً

(10) هل ترى ان الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك تهتم أكثر بـ؟

- مشاكل المواطنين.
- ابراز نشاطات الوالي.
- الرد على أسئلة المواطنين واقتراحاتهم.
- كلها معا.

11) ما مدى أهمية الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك بالنسبة لكم؟

المحور الثالث: مدى استخدام الجمهور الخارجي للصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك، للتفاعل معها؟

12) ما هو عدد الساعات التي تقضيها أسبوعيا في تصفح الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك؟

13) هل تساهم الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك في تزويدكم بالأخبار والمعلومات الهامة؟

دائما غالبا أحيانا أبدا

14) كيف تقيم تدفق الاخبار والمعلومات الخاصة بالولاية والتي تقدمها على الصفحة الرسمية على الفيسبوك مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية المحلية؟

- الصفحة الرسمية على الفيسبوك أسرع من وسائل الاعلام.
- وسائل الاعلام أسرع من الصفحة الرسمية على الفيسبوك.
- يقدمان معلومات في نفس الوقت.

15) هل اللغة المستخدمة في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك؟

واضحة وبسيطة معقدة مختصرة

16) عندما تحتاج الى معلومات تهتمك عن الولاية تلجأ الى:

- الإدارة الولائية مباشرة.
- الموقع الالكتروني للولاية.
- الاتصال على الرقم الأخضر للولاية.
- زملائك.

- اخرون تذكر:

17) هل تعتقد ان المعلومات المقدمة في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك.

<input type="text"/>	لا	<input type="text"/>	نعم	- كافية.
<input type="text"/>	لا	<input type="text"/>	نعم	- متحددة.
<input type="text"/>	لا	<input type="text"/>	نعم	- صادقة وموثوقة.

- دقيقة.

نعم

لا

18) ما نوع المعلومات التي تفضل الحصول عليها من الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك؟

19) ما هي المعلومات التي تحتاجها ولا تجدها في الصفحة؟

المحور الرابع: العراقيل التي تحول دون تردد وتصفح الجمهور الخارجي للصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك.

20) هل سبق وان تم إغلاق الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك؟

نعم

لا

في حالة الايجاب: هل حاولت أن تبحث عنه مجددا؟

نعم

لا

21) هل ترى أن الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك، منظمة من حيث ترتيب المعلومات؟

نعم

نوعا ما

لا

22) هل ترى أن النصوص في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك مكتوبة بطريقة؟

واضحة وبسيطة

معقدة يصعب فهمها

شديدة الاختصار

ر

23) هل سبق وراسلت الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك.

نعم

نوعا ما

ان تطلب الامر افعال

* في حالة كانت الإجابة بنعم هل كان الرد؟

فوري

متأخر

لم يتم الرد

* في حالة ان تم الرد عليك هل الرد كان؟

مختصر وغير كافي

مقنع وكافي

المحور الخامس: مواصفات الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك التي تساهم في تفعيل العلاقة بين السلطات

الولائية وجمهورها.

24) هل تجد أن الواجهة الامامية للصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك تظهر الوجه للسلطات الولائية؟

نعم

نوعا ما

لا

* في كل الحالات لماذا؟

25) ما الذي يجذبك في الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك؟

- جودة التصميم والإخراج.

- سهولة البحث والتصفح.

- تسهيل الاتصال مع الولاية.

- الحصول على اخبار تخص الولاية.

- تجدد المعلومات.

- أخرى تذكر

26) ما الذي تتضمنه الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك؟

نصوص فيديو صور رسوم كاريكاتورية

27) هل تعتقد أن الصفحة الرسمية لولاية قالمة مصممة بطريقة؟

جيدة متوسطة سيئة

28) هل ترى ان الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك تروج لصورة ذهنية حسنة للسلطات الولائية والوالي؟

- محليا: نعم نوعا ما لا لماذا؟

- وطنيا: نعم نوعا ما لا لماذا؟

29) هل تحرص السلطات الولائية على التواصل معكم من خلال صفحتها الرسمية على الفيسبوك؟

دائما غالبا أحيانا أبدا

* في الايجاب من خلال:

- الحرص على حل مشاكلكم.

- حثكم على تقديم اقتراحاتكم وانشغالاتكم وآرائكم.

- الإجابة على تساؤلاتكم.

- حثكم على تقديم طلباتكم.

- أخرى تذكر:

30) حسب رأيك، هل تحرص الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك على كسب ثقتكم من خلال ما تقدمه في

صفحتها؟

نعم نوعا ما لا

في كل الحالات لماذا؟

.....
31) هل تتفاعل السلطات الولائية عبر صفحتها على الفيسبوك مع زوارها؟

أبدا

أحيانا

غالبا

دائما

32) ما هو تقييمكم للصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك؟

.....
33) هل لديك اقتراحات لتحسين وتفعيا طرق التواصل بين السلطات الولائية وجماهيرها المحلية؟

.....

.....

.....

استمارة تحليل المضمون

أولا : بيانات خاصة بالصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك:

الصفحة الرسمية لولاية قالمة Wilaya de guelma

1. اسم الصفحة:

<https://www.facebook.com/24.WilayaGuelma.WG/>

2. رابط الصفحة على الفيسبوك :

من 02 فيفري الى غاية 12 فيفري 2019

3. تاريخ الزيارة:

ثانيا: بيانات كمية للفئات و عناصرها من حيث الشكل:

اللغة المستخدمة:

أخرى

فرنسية

عربية

أشكال النشر على الصفحة:

مختلط

فيديو

صورة

رابط

اعلان

طبيعة الموضوع المنشور:

نشاط الوالي

اجتماع

نشاط ذو منفعة عامة

تعزية

خرجة ميدانية

التفاعل مع الصفحة:

مشاهدة

مشاركة

تعليق

اعجاب

درجة المزامنة:

فورية قصيرة طويلة غير موجودة

ثالثا: بيانات كمية للفئات و عناصرها من حيث المضمون

فئات الموضوع:

القضايا التي تعالجها الصفحة:

بيئية صحية وطنية اقتصادية دينية
رياضية سياسية انسانية تعليمية اجتماعية

الجمهور المستهدف:

عامة الناس جهات رسمية جهات خاصة

الهدف من المنشور:

اعلامي ارشادي تذكري توجيهي

فئات الاتجاه:

الاتجاه نحو السلطات المحلية:

ايجابي سلبي محايد

الاتجاه نحو المجتمع المدني:

ايجابي سلبي محايد

فئات الفاعل:

الوالي المسؤولين الوالي + المسؤولية

فئات المصدر:

نقل من مصادر اعلامية

الصفحة الرسمية لولاية قالمة

صفحات أخرى

صفحات رسمية

اسئلة المقابلة :

التاريخ: 21 مارس 2019 على الساعة: 11:00 صباحا.

مقابلة مع السيد حمزة بوخناق مكلف بالأعلام و الاتصال و المسؤول عن الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك.

س 1: متى تم انشاء الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك ؟

ج 1: تم انشاءها في ماي 2017 .

س 2 : ما هو مفهومكم للإعلام الجديد ؟

ج 2: الإعلام الجديد هي بالمختصر المفيد مواقع التواصل الاجتماعي التي طغت على الإعلام القديم.

س 3: فيما تستخدم ادارتكم الاعلام الجديد ؟

ج 3 : تركز الولاية على استخدام الفيسبوك .

س 4: ماهي الوسائل التي تعتمد عليها الادارة المحلية للتواصل مع جمهورها "القديمة و الحديثة"؟

ج 4 : هناك وسائل تقليدية كالأذاعة ، الاعلانات ، المراسلات ، يوم الاستقبال ، الرقم الاخضر .

أما الوسائل الحديثة فتتمثل في الموقع الالكتروني للولاية ، الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك.

س 5 : ماهي الاسباب التي دفعت بكم الى استخدام الفيسبوك ؟ هل هي قرارات وزارية ام هي اداة استخدمها الوالي ؟

ج 5: السبب الرئيسي هو الحتمية من أجل تبسيط الاتصال مع المواطنين ، و كذا التأثير عليهم.

أما في ما يخص الوزارة بصفة عامة رافضة استخدام الفيسبوك لكن مع الوقت اصبحت تستعمله ، و الوالي الجديد هو الذي اهتم و تأكد ان الفيسبوك هو الذي يلخص عمله و يبرز العمل الذي يقوم به .

س 6 : كل دوائر و بلديات ولاية قالمة لهم صفحة رسمية على الفيسبوك ما هو الهدف من انشاءها ؟

ج 6 : الهدف الرئيسي من إنشاء هذه الصفحات هو المواطن لان له الحق في المعلومة كإعلامه بالمشاريع و تجنب الفوضى و المشكل و امتصاص غضب الشعب .

س 7: هل يتم التواصل بالفيسبوك مع الادارة الاخرى ام هي موجهة للجمهور الخارجي فقط ؟

ج 7 : التواصل مع مختلف بلديات و دوائر الولاية أصبح يتم عبر الفيسبوك.

س 8 : فيما تتمثل اهمية الفايسبوك بالنسبة للوالي و الولاية ؟

ج 8: تتمثل أهميته في إعلام المواطن و العمل بشفافية.

س 9 : ما هو اثره على فاعلية عمل الادارة المحلية ككل ؟ و هل تعتبر وسيلة فعالة في تقريب المواطن من الادارة ؟

ج 9 : له أثر كبير على فاعلية عمل الإدارة المحلية حيث تعمل على تقريب الادارة من المواطن كما سهلت التواصل مع المسؤولين .

س 10 : هل يتم الاخذ بعين الاعتبار اراء و شكاوي المتفاعلين في الصفحة و من هو المسؤول عن نقلها الى الوالي ؟

ج 10: نعم يتم اخذ شكاوي المواطنين بعين الاعتبار ، و هذه الشكاوي تصل بطريقتين الاولى عبر التعليقات على منشورات الصفحة ، ام الطريقة الثاني عبر الرسائل الخاصة في المسنجر.

س 11: هل سيادة الوالي شخصيا يشرف على مراقبة ما يتم نشره في الصفحة ؟

ج 11 : نعم يرقب كل صغيرة وكبيرة في الصفحة ، و في بعض الحالات هو شخصيا الذي يرد على المواطنين .

س 12: لماذا لا يتم الرد على تعليقات الجمهور المتفاعل مع الصفحة ؟

ج 12 : يتم الرد في بعض الأحيان و لكن تبقى درجة الاستجابة على حسب درجة المقدرة مثلا هنا مشاريع يتم الاستفسار عنها من قبل المواطنين تتطلب دراسة و ميزانية و قت . و الرد يكون قليل في التعليقات لتجنب النقاشات المطولة و المشاكل و الرد يكون في الخاص .

س 13 : هل هناك رسائل تصل الى الصفحة و هل يتم الرد عليها و ماهي طبيعة هذه الرسائل ؟

ج 13 : طبعا هنا رسائل كثيرة تصل عن طريق الصفحة ، ومعظمها تكون شكاوي ، طلب المساعدة ، طلب مقابلة مع الوالي ، جمعيات تبرز نشاطاتها و تصل عن طريق سجل الشكاوي الخاص بالفيسبوك ، حيث تقدم

الشكاوي للوالي في نفس اليوم للاطلاع عليها و اعطاء ملاحظته ، و اذا كانت الحالة مستعجلة يتم استدعاء صاحب الشكاوى للاستفسار اكثر.

س 14 :هل سبق و ان تم حذف بعض التعليقات غير المرغوب فيها ؟ و لماذا ؟

ج 14 : نعم يتم حذف التعليقات السلبية و المخلة بالاحترام ، من أجل المحافظة على الوجه المحترم الصفحة لأنها تمثل الدولة.

الملحق رقم 4 : بين الواجهة الامامية لصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك

Wilaya de Guelma-
الصفحة الرسمية لولاية قالمة
@24.WilayaGuelma.WG

Accueil
Publications
Avis
Vidéos
Photos
Événements
À propos
Communauté

J'aime déjà Déjà abonné(e) Partager Envoyer un message

Publications

4,4 4,4 sur 5 · Selon l'avis de 88 personnes

Communauté Voir tout
Invitez vos amis à aimer cette Page

Khadi Ja Discussion instantanée (9)

الصفحة الرسمية لولاية قالمة - Wilaya de Guelma
26 juin, 11:52

#تهيئة وتحسين حضري
في إطار استعادة ولاية قالمة من برامج التهيئة والتحسين الحضري عبر مختلف البلديات، أشرف والي الولاية السيد "كمال عطلة" رفقة رئيس المجلس الشعبي الولائي مسيحة اليوم الأربعاء 26 جوان 2019 من أمام الفسب التذكاري "سويداني بوجمعة" على إعطاء إشارة انطلاق أشغال ترفيت أحياء المدينة قالمة التي استكملت من عملية تهيئة وتحسين حضري، تشمل مداخل المدينة، المحاور والشوارع الرئيسية، المساحات العمومية وفضاءات لعب مخصصة للأطفال والتجمعات السكنية، كما ستكون هناك أشغال تخص الإدارة ...
Afficher la suite ...

Wilaya de Guelma-
الصفحة الرسمية لولاية قالمة
@24.WilayaGuelma.WG

Accueil
Publications
Avis
Vidéos
Photos
Événements
À propos
Communauté

Créer une Page

J'aime déjà Déjà abonné(e) Partager Envoyer un message

Publications

4,4 4,4 sur 5 · Selon l'avis de 88 personnes

Communauté Voir tout
Invitez vos amis à aimer cette Page
36 467 personnes aiment ça
36 818 personnes suivent ce lieu
Naïade De Hamza et 10 autres amis aiment ce lieu ou l'ont visité
43 975 visites

À Propos Voir tout
Lycée 1er Novembre
CEM M
CEM Mohamed Abdou
Avenue Ziamia Azzedine Guelma
24000 Guelma
Obtenir l'itinéraire
037 10 01 98
Khadi Ja Discussion instantanée (9)

الصفحة الرسمية لولاية قالمة - Wilaya de Guelma
26 juin, 11:52

#تهيئة وتحسين حضري
في إطار استعادة ولاية قالمة من برامج التهيئة والتحسين الحضري عبر مختلف البلديات، أشرف والي الولاية السيد "كمال عطلة" رفقة رئيس المجلس الشعبي الولائي مسيحة اليوم الأربعاء 26 جوان 2019 من أمام الفسب التذكاري "سويداني بوجمعة" على إعطاء إشارة انطلاق أشغال ترفيت أحياء المدينة قالمة التي استكملت من عملية تهيئة وتحسين حضري، تشمل مداخل المدينة، المحاور والشوارع الرئيسية، المساحات العمومية وفضاءات لعب مخصصة للأطفال والتجمعات السكنية، كما ستكون هناك أشغال تخص الإدارة ...
Afficher la suite ...

الملخصات

الملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيف تستخدم السلطات المحلية وسائط الإعلام الجديد لتفاعل مع جمهورها المحلي من خلال دراسة ميدانية و تحليلية لصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك و لقد تمحورت أسئلة الدراسة في الآتي :

— ماهي دوافع استخدام السلطات العمومية لوسائط الإعلام الجديد لتفاعل مع جمهورها؟

— ماهي الاستخدامات و الاشباع المحققة من استخدام السلطات البوئية العمومية للفيسبوك للتفاعل مع جمهورها المحلي ؟

— كيف ساهمت الصفحة الرسمية للولاية في تدعيم سياسة انفتاح الادارة على محيطها الداخلي و الخارجي ؟

— ما مدى ثراء صفحة الفيسبوك الخاصة بالسلطات الولائية العمومية بالمعلومات الأساسية التي يحتاجها الجمهور المحلي ؟

مما يؤدي إلى التعرف على كيفية استخدام السلطات المحلية لموقع الفيسبوك عبر صفحتها الرسمية إلى تفعيل العلاقة بينها و بين جماهيرها و زيادة الثقة بينهما و كسر الحواجز الرسمية .

تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية حيث اعتمدنا على منهجين : فالمنهج الأول الغالب تمثل في منهج المسح الوصفي، حيث تم استخدام أسلوب المسح بالعينة ساعدنا في جمع المعلومات و المعطيات التي تساهم في الوصول ال النتائج المراد تحقيقها ،

في حين تمثل المنهج الثاني المساعد في منهج دراسة حالة ، بحيث يعتبر من اشهر مناهج البحث و أكثرها استخداما في الدراسات الوصفية خاصة وانه يوفر الكثير من البيانات و المعلومات فإننا بصدد دراسة حالة صفحة ولاية قلمة على موقع الفيسبوك و التفاعل الذي يحدث بين هذه الاخيرة و جماهيرها المحلية ، و لقد استخدمنا ثلاث ادوات من أدوات جمع البيانات : " استمارة استبيان ، اداة تحليل مضمون ، المقابلة " ، اما عن عينة الدراسة فتمثلت في العينة القصدية ، حيث تم توزيع استمارة استبيان إلكترونية على سبعون مفردة من متابعي الصفحة الرسمية لولاية قلمة على الفيسبوك نظرا لتفاعلهم الدائم مع الصفحة ، اما بالنسبة لأداة تحليل مضمون فقد قمنا بتحليل ثلاث و خمسون منشور لإحدى عشر يوم على التوالي .

و بعد جمع المعلومات و تحليلها، توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نبرزها في ما يأتي:

- من بين الدوافع التي ادت الى استخدام السلطات العمومية لوسائط الاعلام الجديد للتفاعل مع جمهورها هي سهولة الاتصال مع المواطن و التأثير فيه ، كما تعتبر وسيط للإعلام عن العمل بشفافية ، كما تسهل عمل الادارة وتقربها من المواطن ،اضافة الى كسر الجمود و الحواجز الرسمية الموجودة بينهما.

- الاشباع المحققة للسلطات العمومية من خلال استخدامها لموقع الفيسبوك في التفاعل مع جمهورها تمثلت في تقرب الادارة من المواطن ،وتسهيل العمل وذلك بتجنب الفوضى و المشاكل عن طريق امتصاص غضب المواطن من خلال اعلامه بالمشاريع و النشاطات و الاستفادة من اقتراحاته، كذلك يسرت سبل التواصل مع الادارات الاخرى منها البلديات و الدوائر ...

- ساهمت الصفحة الرسمية لولاية قالمة على الفيسبوك ،في تدعيم سياسة انفتاح ادارة السلطات العمومية الولائية على محيطها الداخلي و الخارجي ، و ذلك من خلال اتاحة فرصة التعرف على الولاية و نشاطاتها ،وزيادة الثقة بينها السلطات و بين جماهيرها و الاطلاع على انشغالات الجمهور الخارجي من خلال الشكاوي المطروحة و الاقتراحات التي تصلهم عبر الصفحة عن طريق التعليقات و الرسائل الخاصة.

- ان الصفحة الرسمية ثرية بالمعلومات الى حد كبير من ناحية ترويجها لنشاطات الوالي و هذا راجع الى محاولة خلق وتكوين صورة ذهنية حسنة للسلطات الولائية و الوالي ومن ناحية اخرى فهي تعتبر ثرية الى حد ما و هو ما يتمثل في نشرها لانشغالات و مطالب المواطنين و آرائهم واقتراحاتهم .

من خلال محصلة النتائج و على ضوء التساؤلات يمكن القول بأن الاشكالية الرئيسية لدراستنا و التي مفادها، كيف تستخدم السلطات الولائية العمومية لولاية قالمة موقع الفيسبوك لتفاعل مع جمهورها المحلي ؟، فقد تحققت انطلاقا من الاجابة عن تساؤلات الفرعية و بشكل مباشر على صحة الاشكالية الرئيسية و بالتالي يمكن القول بأن استخدام السلطات الولائية العمومية لولاية قالمة صفحة رسمية على الفيسبوك قد زاد من فاعلية الاتصال بينها و بين جماهيرها المحلية رغم أن معظم منشورات الصفحة تركز بشكل مبالغ و اساسي على ابراز الصورة الطيبة لوالي الولاية كشخصية ناشطة و فعالة تخدم المجتمع المحلي، الا أنها تبقى أداة فعالة قد ساهمت في كسر الحواجز الرسمية و وطدت روابط الثقة بينها و بين جماهيرها و ساهمت كذلك في تقرب الادارة من المواطن.

Résumé :

Le but de cette étude est de savoir comment l'administration locale utilise les moyens de communication modernes pour communiquer avec son publique. a travers une étude pratique et analytique à partir d'une page officielle du Facebook. Les questions que se posent sont :

_ quelles sont les raisons qui laissent l' autorité locale correspondre avec son publique par le Facebook ?

_ quelles sont les résultats réalisées en utilisant les moyens de communications modernes ?

_ comment le site officiel de la wilaya a participé au développement et l' ouverture politique de l' administration et son environnement au publique ?

_ l' importance des renseignements essentiels concernant la wilaya dont le publique locale a besoin ?

_ ce qui explique le mode d'utilisation des autorités locales du site officiel pour développer ses relations avec le publique en lui donnant plus de confiance et éliminer les barrières de l'officiel.

-Notre étude est classé parmi les études descriptives . nous avons adopté deux méthodes :

_ l' enquête descriptive : nous avons procédé au sondage qui nous a permis de recueillir les renseignements qui nous aident à atteindre l'objectif recherché .

_ la méthode d'approche qui consiste a étudier un cas , réel est considérée comme la plus célèbre des programmes de recherche , et la plus utilisée dans les études descriptives, parce qu'elle fournit plus de renseignements .

Nous allons étudier la page officielle de la wilaya , pour voir la réaction qui se produit entre cette dernière et son publique locale.

Nous avons utilisé trois outils de collection des données

_ questionnaire de analyse du contenu de l'entrevue

_ c' est l'échantillon qui se distingue par la distribution des questionnaires électroniques sur 70 personnes qui suivent en permanence la page officielle de la wilaya de Guelma .

_ mais ce qui concerne l'outil d' analyse du contenu nous avons analysé 53 publications de 11 jours consécutives . Après la collection des renseignements et son analyse , l'étude a abouti à un ensemble de résultats . Parmi les causes qui ont conduit les autorités publiques à utiliser l'informatique dans ses relations avec le publique .

_ la facilité de contact avec le citoyen qui a confiance au système informatique .

_ l'informatique a aussi éliminé les barrières qui existaient entre l'administration et le citoyen .

_ _ la satisfaction des citoyens qui utilisent le Facebook pour ses contacts avec l'administration.

_ la publication des projets a facilité les relations des citoyens avec les communes et les dairas.

_ le Facebook a participé à l'ouverture politique de l'administration de la wilaya et son environnement intérieur et extérieur.

_ la page très riche en informations a facilité les activités du wali qui est informé des préoccupations des citoyens qui proposent des solutions qui sont publiées.

_ à travers toutes ces questions nous sommes arrivés à la conclusion que la problématique de notre étude sur l'utilisation de l'administration de son site officiel dans ces relations avec la population , a permis d'établir la confiance et le rapprochement de l'administration aux citoyens et l'amélioration de l'image du wali qui est la première personnalité active de la wilaya qui travaille pour la promotion des projets , et le développement de la wilaya .